REDAKTIONELLE RICHTLINIEN &
CONTENT-STANDARDS FÜR SPONSOREN

Verbindlicher Leitfaden für digitale Sponsoring-Leistungen von The smarter E Europe

Um Reichweite, Engagement und Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu gewinnen, unterliegen alle gesponserten Inhalte redaktionellen Qualitätsstandards.

Die oberste Regel lautet: Mehrwert statt Werbung. Beiträge, die Fachwissen vermitteln und konkrete Branchenlösungen aufzeigen, performen nachweislich am besten.

Bitte lesen Sie die folgenden Richtlinien sorgfältig durch, bevor Sie Ihr Material bei uns einreichen.

1. ALLGEMEINE GRUNDSÄTZE (FORMAT-ÜBERGREIFEND)

- **Keine werbliche Sprache:** Vermeiden Sie werbliche Sprache, Superlative ("das beste Produkt der Welt"), direkte Kaufaufforderungen ("Jetzt kaufen") oder Preisangaben.
- **Content-driven & lösungsorientiert:** Fokussieren Sie sich auf Markttrends, technologische Innovationen, Best Practices oder fundierte Case Studies. Das zu lösende Problem und der Nutzen müssen im Vordergrund stehen.
- **Produktnennungen nur im Kontext:** Markennamen und spezifische Produkte dürfen genannt werden, jedoch ausschließlich im Rahmen eines praxisnahen Kontextes (z. B. innerhalb einer erfolgreich umgesetzten Projektbeschreibung). Erlaubt sind maximal 3 Produktnennungen pro Beitrag/Schaltung.
- **Redaktionsvorbehalt:** The smarter E Europe behält sich das Recht vor, gelieferte Inhalte redaktionell anzupassen, umzuformulieren oder bei Nichteinhaltung der Qualitätsstandards zur Überarbeitung an den Sponsor zurückzugeben.

2. SPEZIFISCHE SPEZIFIKATIONEN NACH MODUL

A. Gastbeitrag / Fachartikel

Ihre Bühne für tiefgreifende Branchen-Insights und Best Practices, platziert im Newsbereich und verlängert in unseren monatlichen Besuchernewsletter. (Limitiert auf max. 12 Beiträge/Jahr).

- **Umfang:** 800 bis maximal 1.200 Wörter.
- **Struktur:** Knackige Headline (max. 80 Zeichen), kurzes Intro/Teaser (max. 40 Wörter), strukturierter Hauptteil mit aussagekräftigen Zwischenüberschriften.

- **Der Gastautor:** Beiträge müssen von einer realen Person (Fachexperte aus Ihrem Unternehmen, kein Sales-Mitarbeiter) verfasst sein. Bitte liefern Sie einen kurzen Autoren-Steckbrief (max. 50 Wörter) inkl. Position im Unternehmen und ein professionelles Portraitfoto (Headshot).
- **Bildmaterial:** 1-3 hochauflösende Bilder (Mindestbreite: 1920 Pixel, Querformat). Grafiken und Tabellen sind willkommen. Wichtig: Keine reinen Produkt-Freisteller, Werbebanner oder Bilder mit viel Text-Overlay. Sie müssen über die vollen Bildrechte verfügen.
- **Verlinkung:** Maximal 2 Dofollow-Links im gesamten Beitrag. Diese sollten auf weiterführende Informationsseiten (z. B. ein Whitepaper, eine Corporate Website oder eine dedizierte B2B-Landingpage) führen. Direkte Links in einen Online-Shop sind nicht gestattet.

B. LinkedIn Image Post

Sichtbarkeit auf unserem globalen The smarter E LinkedIn Kanal (inkl. Paid Boost für min. 10.000 Impressions). Limitiert auf max. 12 Beiträge/Jahr.

- **Fokus:** Ein prägnanter Branchen-Insight, eine spannende Statistik oder ein Aha-Moment, der die Community zur Diskussion anregt.
- **Materialanlieferung:** Sie liefern uns Ihre Kernbotschaft (3-5 Bulletpoints), harte Fakten oder Zitate. Die finale Texterstellung (inkl. Hashtag-Recherche) übernimmt unser Social-Media-Team, um den perfekten "LinkedIn-Fit" zu garantieren.
- **Bildmaterial:** Ein starkes, aussagekräftiges Kampagnenbild (1200 x 1200 px oder 1080 x 1350 px). Keine messeartigen Werbeflyer oder mit Text überladene Grafiken.
- **Freigabeprozess:** Sie erhalten den fertigen Entwurf zur Prüfung (1 Feedbackrunde ist inkludiert).
- **Links:** Um den LinkedIn-Algorithmus nicht zu benachteiligen, wird Ihr Ziellink in der Regel im ersten Kommentar des Posts (Pinned Comment) platziert.

C. LinkedIn Carousel Post

Unser interaktivstes Format für Thought Leadership. Optimiert für maximale Verweildauer (Dwell Time). Limitiert auf max. 12 Beiträge/Jahr.

- **Fokus:** Eignet sich hervorragend für Step-by-Step-Erklärungen, die Aufschlüsselung komplexer Studienergebnisse oder visuelle Case Studies.
- **Umfang & Struktur:** 5 bis maximal 10 "Slides".
- **Materialanlieferung:** Sie liefern das inhaltliche Rohmaterial (Rohdaten, Thesen, Projektphasen). Die visuelle Aufbereitung und Texterstellung erfolgt durch unser Veranstaltungsteam in einem modernen, plattformgerechten Design.
- **Textanteil pro Slide:** Kurz und prägnant. Idealerweise nicht mehr als 2-3 Sätze pro Slide, um die Lesbarkeit auf mobilen Endgeräten zu gewährleisten.

- **Freigabeprozess:** 1 Feedbackrunde ist im Paket inkludiert.

D. Podcast-Sponsoring

Native Audio-Platzierung für Markenbekanntheit und Expertenstatus bei B2B-Entscheidern. Limitiert auf max. 1 Sponsor pro Folge.

- **Audio-Erwähnung (Host-Read)**: Unser Moderator spricht im Intro der Folge einen nativen Sponsorenhinweis.
- **Textvorgabe:** Der Text darf maximal 15 bis 25 Sekunden Sprechzeit umfassen (ca. 40–60 Wörter). Er muss informativ und neutral gehalten sein.
    - **Gutes Beispiel:** „Diese Folge wird unterstützt von [Unternehmensname]. Als Spezialist für intelligente Netzintegration hilft [Unternehmensname] Stadtwerken dabei, erneuerbare Energien effizient in bestehende Infrastrukturen einzubinden."
    - **Schlechtes Beispiel:** „Diese Folge wird präsentiert von [Unternehmensname]. Kaufen Sie jetzt unsere neuen Wechselrichter zum Spitzenpreis auf unserer Website!"
- **Visuelle Präsenz:** Bitte liefern Sie Ihr Unternehmenslogo als Vektorgrafik (EPS, SVG oder hochauflösendes PNG ohne Hintergrund) zur Integration in das Episoden-Cover.
- **Show-Notes:** Sie können 1 Link zu einer weiterführenden B2B-Landingpage sowie einen kurzen Begleitsatz (max. 150 Zeichen) für die Episodenbeschreibung (Show-Notes) anliefern.

3. FRISTEN UND ANSPRECHPARTNER

Bitte übermitteln Sie alle notwendigen Materialien (Texte, Bilddaten, Links) **spätestens sieben Werktage** vor dem geplanten Veröffentlichungstermin an Ihren persönlichen Ansprechpartner bei The smarter E Europe. Bei verspäteter Lieferung kann der gewünschte Publikationstermin nicht garantiert werden.