



Content Hub

auf [springermedizin.de](https://www.springermedizin.de)

Checkliste für Materialien

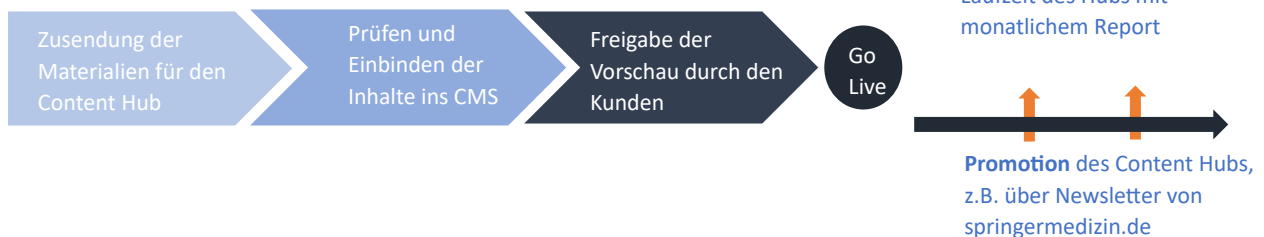
Schön, dass Sie sich für einen Content Hub bei SpringerMedizin.de entschieden haben! Um die Umsetzung möglichst für alle Beteiligten zu vereinfachen, haben wir Ihnen eine Checkliste für die benötigten Materialien erstellt. Bei weiteren Fragen wenden Sie sich bitte an mediasolutions@springer.com.

Was ist ein Content Hub?

- ✓ Format für passgenaues Content-Marketing
- ✓ Inhalte werden im Look & Feel von [springermedizin.de](https://www.springermedizin.de) veröffentlicht
- ✓ Ein Content Hub besteht aus 3 bis 10 Inhaltsbausteinen

Hier finden Sie aktuelle Beispiele für Content Hubs: <https://www.springermedizin.de/hub/15712710>

Content Hub – von der Beauftragung zum Projekt



Elemente für den Content Hub

- ✓ Header und Titel für den Content Hub
- ✓ Vorspanntext/Teaser für die Floorbox und optional die Startseite
- ✓ Artikel/Inhalte mit jeweils eigenem Teaser & Teaserbild
- ✓ Überschrift für einzelne Themenblöcke (optional)
- ✓ optional: Terminhinweise, Downloadelemente,...



Materialien für die Startseite

Header:

- ✓ Bild = 2000 px breit, max. 250 px hoch
 - ✓ Bildverhältnis 3:1 oder 16:9 im Querformat
 - ✓ Titel des Content Hubs
 - ✓ RX-Produkte dürfen nicht genannt werden, kein Packshot
- Bitte als Motiv keine Text-Bild-Mischung, sondern reine Bilder.

Optional auf der Startseite - Vorspann für den Content Hub:

- ✓ max. 300 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
- ✓ Lässt sich auch als Teaser in der Floorbox verwenden.

Floorbox

- ✓ Wird unter relevanten Artikeln auf der Hostseite (z.B. Springermedizin.de) als Leseempfehlung ausgespielt.
- ✓ Umfasst 3 Teaser, die auf den Content Hub verweisen.



Inhalt – Beispiel Artikel

1. Dachzeile (optional)

- ✓ max. 25 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

2. Überschrift

- ✓ max. 65 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
- ✓ RX-Produkte dürfen nicht genannt werden.

3. Vorspann/Teaser

- ✓ max. 300 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
- ✓ Wird als Teaser auf der Startseite und ggf. in der Floorbox angezeigt.

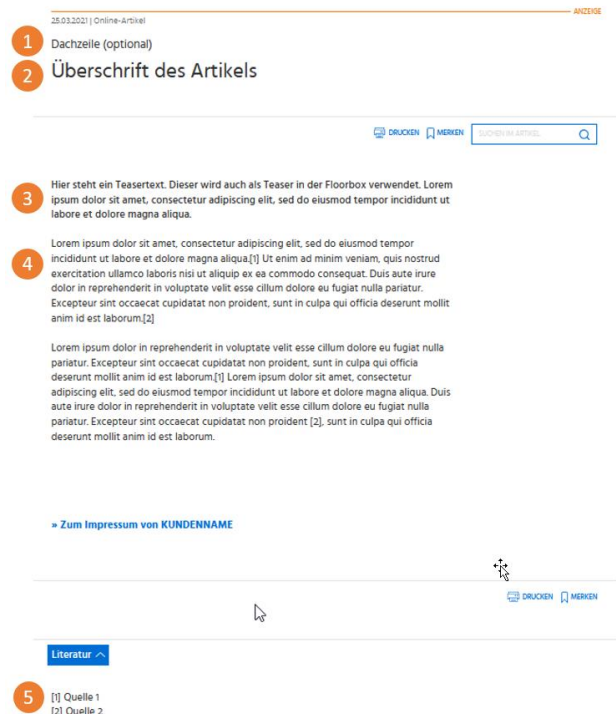
- ✓ RX-Produkte dürfen nicht genannt werden.

4. Artikeltext

- ✓ Bitte achten Sie darauf, dass dieser bereits vollständig redigiert angeliefert wird, um unnötige Korrekturschleifen zu vermeiden.

5. Literaturangaben

- ✓ Für jede Quellenangabe den Verweis im Text in eckigen Klammern [1] angeben.



Video-Inhalt (optional)

- ✓ Formate: avi, wmv, mp4
- ✓ Hohe Bild- und Tonqualität
- ✓ Etwa Auflösung 1024 x 576 oder 1280 x 720
- ✓ Empfehlung: max. 3-5 Minuten lang
- ✓ Wenn nicht als Teil eines Artikels angedacht, dann gesondert Überschrift und Teaser mitliefern.



Teaserbilder für jeden Artikel/Inhaltsbaustein

- ✓ Formate jpg, png, gif
- ✓ Breite: mind. 1000 px, Bildverhältnis 4:3 oder 16:9 im Querformat
- ✓ Wird u.a. auf der Startseite bzw. in der Floorbox ausgespielt
- ✓ Für jedes Bild müssen die Copyright-Angaben mitgeliefert werden.

(Info)Grafiken (optional)

- ✓ Als Bild in guter Auflösung liefern (nicht als Teil von PDF)
- ✓ übliche Formate jpg, png, gif
- ✓ keine feste Größe, für Infografiken empfiehlt sich mind. 600 px Breite
- ✓ Für jedes Bild müssen die Copyright-Angaben mitgeliefert werden.

Impressum

- ✓ Kundenimpressum mit Angaben nach § 5 TMG
- ✓ ist auf jedem einzelnen Artikel im Content Hub verlinkt
- ✓ Optional: Firmenlogo, separat als Vektor oder PNG-Datei

Promotion, falls gebucht

Bitte liefern Sie das Newsletter-Advertorial für die Bewerbung zum Launch mit.

- ✓ Überschrift: max. 60 Zeichen*
- ✓ Fließtext: max. 350 Zeichen*
- ✓ Darstellung in max. 6 Zeilen, (*inkl. Leerzeichen)
- ✓ Bild: 390 Pixel breit x 246 Pixel hoch
- ✓ Dateiformat: statisches GIF, JPG
- ✓ Dateigröße: max. 1 MB
- ✓ Welcher Artikel soll beworben werden?

Bitte teilen Sie uns mit, ob der Content Hub auch für Leser*innen von springermedizin.de vor Login zugänglich sein soll.

Für die Umsetzung eines Content Hubs bis zur Vorschau werden ca. 7 Werkzeuge eingeplant.

Für eine reibungslose Umsetzung eines Content Hubs liefern Sie bitte alle Materialien rechtzeitig und gesammelt an. Bitte achten Sie darauf, dass alle Texte bereits vollständig redigiert angeliefert werden, um aufwendige Korrekturschleifen zu verhindern. Bitte beachten Sie für die zeitliche Planung die Freigabeumläufe der Auftraggeber.

Ihr Kontakt für Fragen: mediasolutions@springer.com