

Richtlijnen

Native print advertenties 2021



Richtlijnen native print advertenties 2021

Mediahuis staat voor kwaliteitsverslaggeving via zijn nieuwsmerken. Onze lezers kunnen rekenen op een sterk team van ervaren journalisten, die elke dag accurate en uitgebreide berichtgeving en commentaar leveren. Mediahuis Advertising streeft naar diezelfde hoge standaard voor zijn publicaties met merkcontent. Het is belangrijk dat het voor de lezer duidelijk blijft welke berichten van redactionele aard zijn en welke een uitbreiding zijn van een stuk van een adverteerder.

OM VERWARRING BIJ DE LEZER TE VOORKOMEN EN OM HOGE NORMEN TE HANDHAVEN VOOR ZOWEL REDACTIONELE VERSLAGGEVING ALS ADVERTORIALS, HEBBEN WIJ EEN AANTAL RICHTLIJNEN INGEVOERD OVER HOE EEN GEDRUKTE ADVERTORIAL OPGESTELD MOET WORDEN.

VOOR ADVERTORIALS



1. Het woord 'ADVERTENTIE' is duidelijk zichtbaar

- In de linkerbovenhoek
- In hoofdletters
- Lettertype: BrownPro Regular
- Grootte: 8 pt
- Marge aan linkerkant: 3 mm
- Verticaal gecentreerd

2. Het logo van de adverteerder is duidelijk zichtbaar

- In de rechterbovenhoek
- de naam van de adverteerder moet volledig uitgeschreven zijn als het logo moeilijk leesbaar is
- Lettertype: BrownPro Regular
- Grootte: 8 pt
- Marge aan rechterkant: 3 mm
- Verticaal gecentreerd

3. De advertorial verschilt wezenlijk van de redactionele content op het vlak van algemeen ontwerp, lettertype en algemene opmaak. Specifiek betekent dit dat:

- Het lettertype fundamenteel verschilt van het lettertype dat gebruikt wordt in de kranten/magazines
- Typische stijlelementen die voor papier gebruikt worden - zoals kop in (identieke) steunkleur, bijschriften - niet gebruikt worden
- De opmaak van de pagina uit een ander aantal kolommen bestaat dan die van een krant, d.w.z. de opmaak zal niet bestaan uit vijf kolommen
- De kleuren die in de advertorial gebruikt worden, verschillen van het kleurenpalet van de krant.
- Het logo van de adverteerder is opgenomen in de opmaak van de advertorial.