

SELF BOOKING

**Wie man den BurdaForward Ad Manager
benutzt**

INHALT

1. Workflow
2. Registrierung
3. Kampagne anlegen
4. Reporting
5. Tipps & Tricks
6. Specs Native Ads & Native Article

WORKFLOW

Login und Zugang zur Plattform

Kampagne, Artikel und Native Ads anlegen

Targeting auswählen und Trackings einfügen

Performance Reporting

The collage consists of four screenshots from the BurdaForward Ad Manager interface:

- Top Left:** A green login page with the heading "Willkommen!" and a form for email and password.
- Top Middle:** A grey "Neue Kampagne" (New Campaign) setup screen. It includes a timeline, a "Kampagnenname" field, and two columns of options: "Native Ad" (with a plus icon) and "Keine Ad" (with a minus icon), and "Mit Article" (with a plus icon) and "Kein Artikel" (with a minus icon).
- Top Right:** A grey targeting and interest selection screen. It shows a campaign name "0215-005918 Steinmann 2020 Scout/ dardidas auf NetMoms Angebot 1 (Brand Metrics)", a budget of "1.000.000", and various targeting options.
- Bottom Right:** A performance reporting dashboard for campaign "0215-005918". It features a line graph showing performance over time, with a red curve and a vertical dashed line. Below the graph are several data points and filters.

REGISTRIERUNG

STEP 1 – REGISTRIEREN IM ADMANAGER

Willkommen!

E-Mail
max.muellermann@muellermann.com

Passwort

registrieren

Ich möchte in einem bestehenden Team Mitglied werden

Vorname
Nachname (Pflicht)

Passwort (Pflicht) Passwort Wiederholung (Pflicht)

Firma Straße / Hausnummer (Pflicht)

PLZ (Pflicht) Ort (Pflicht) Land
Deutschland

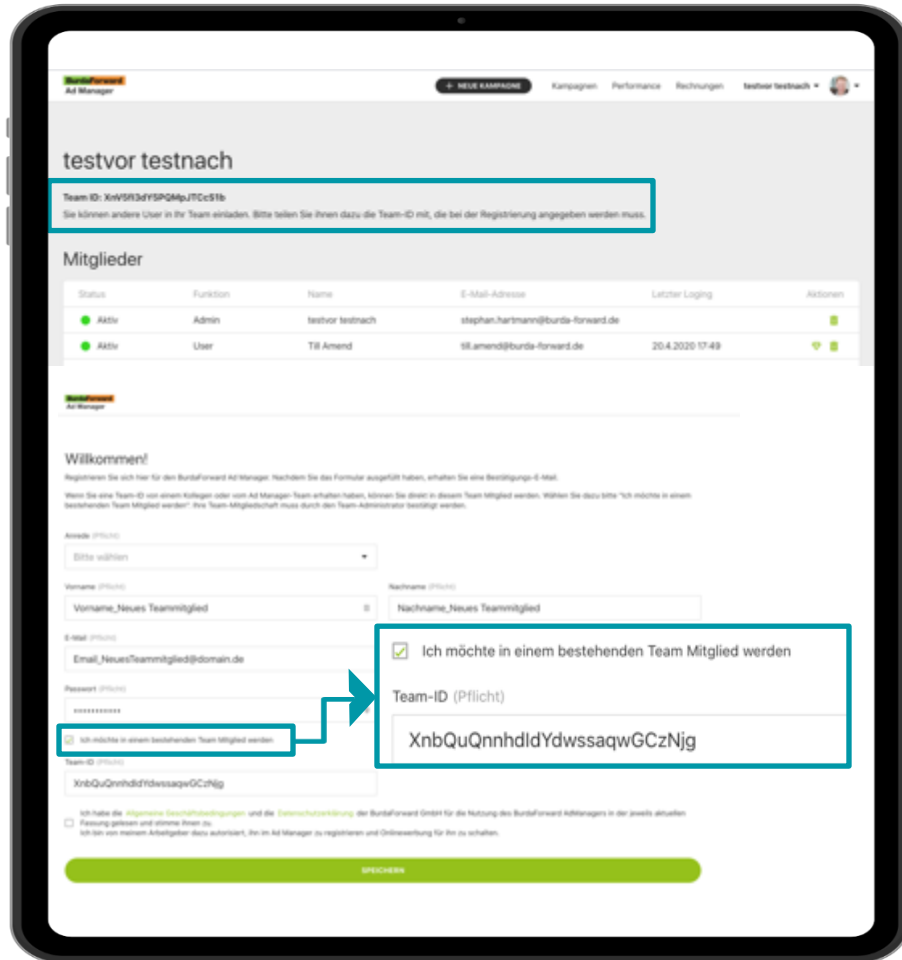
USA ID

Ich habe die [Allgemeine Geschäftsbedingungen](#) und die [Datenschutzklärung](#) der BurdaForward GmbH für die Nutzung des BurdaForward AdManagers in der jeweils aktuellen Fassung gelesen und stimme Ihnen zu.
Ich bin von meinem Arbeitgeber dazu autorisiert, ihn im Ad Manager zu registrieren und Onlinewerbung für ihn zu schalten.

SPEICHERN

1. Klicken Sie auf registrieren auf der Seite
<https://admanager.conunity.io/login>
2. Tragen Sie Ihre Daten ein und klicken auf „Speichern“
3. Sie erhalten dann eine Bestätigungsmail
4. Sollten Sie Unterstützung benötigen, wenden Sie sich bitte über unser Kontaktformular an uns: <https://admanager.conunity.io/service/kontakt>

STEP 2 – EINLADEN WEITERER TEAMMITGLIEDER



Der BF Ad Manager ist teamfähig, so dass mehrere Nutzer in einem Konto arbeiten können.

Hierzu muss der erstangemeldete Nutzer, der gleichzeitig auch Admin ist, den weiteren Teammitgliedern die Team-ID in den Kontoeinstellungen per Mail weiterleiten. Klick auf den Team-Namen und „Team bearbeiten“

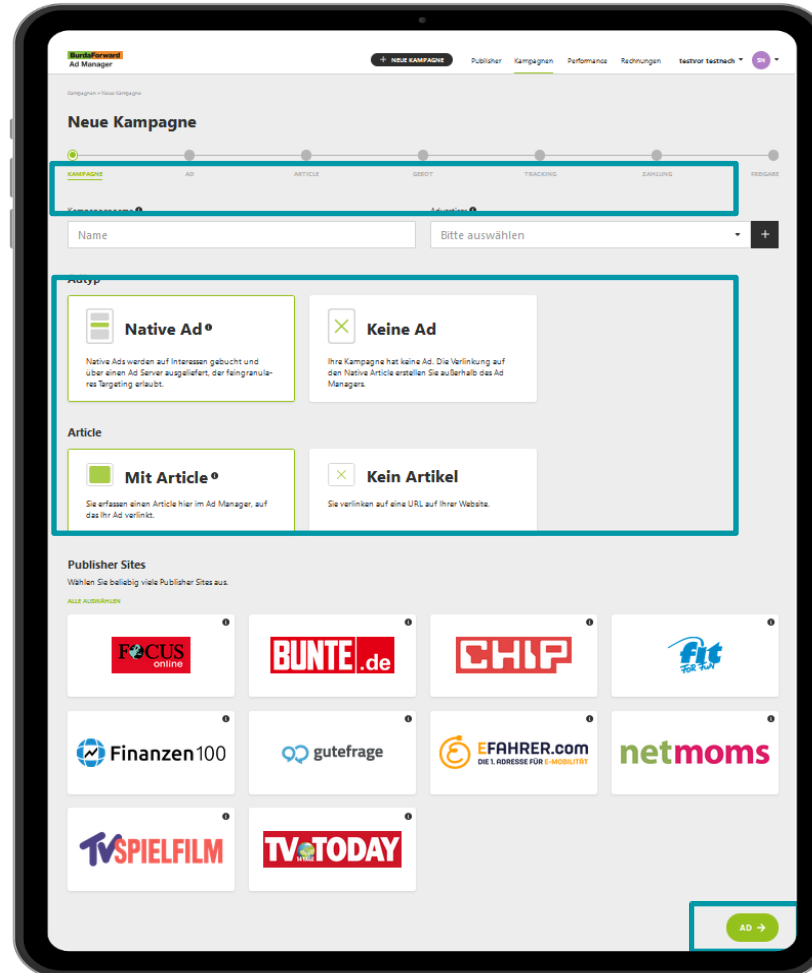
Die neuen Team-Mitglieder melden sich unter „Neu Registrieren“ an und klicken das Häkchen bei „Ich möchte in einem bestehenden Team Mitglied werden“ und geben dort die Team-ID ein.

KAMPAGNE ANLEGEN

IN SIEBEN SCHRITTEN ZU IHRER KAMPAGNE SCHRITT 1

ANMELDUNG UND KAMPAGNENANLAGE – Nach einer einfachen Anmeldung können Sie sofort die Rahmendaten wie Laufzeit, Budget und ausgewählte Sites Ihrer Kampagne einstellen.

- Beim Produkttyp können Sie zwischen
 - einem Native Article und/oder
 - einem Native Ad auswählen:
- Bei einem Native Ad, erstellen Sie Text-Bild Anzeigen, die im Look & Feel des entsprechenden Publishers ausgespielt werden und auf Ihre Webseite verlinken.
- Bei einem Native Article, erstellen Sie einen Article, der auf der entsprechenden Publisher-Seite ausgespielt wird. Die hier erstellten Native Ads verlinken auf diesen Native Article.
- Ein Native Ad kann mit oder ohne einem Article erstellt werden. Ein Article kann ebenso mit oder ohne Ad erstellt werden.



Über die Fortschrittsleiste oben, sehen Sie immer ganz genau in welchem Schritt Sie sich aktuell befinden und welche Schritte als nächstes anstehen.

Mit dem Klick auf „Ad“ speichern Sie die Rahmendaten Ihrer Kampagne ab und kommen gleichzeitig auf die nächste Seite.

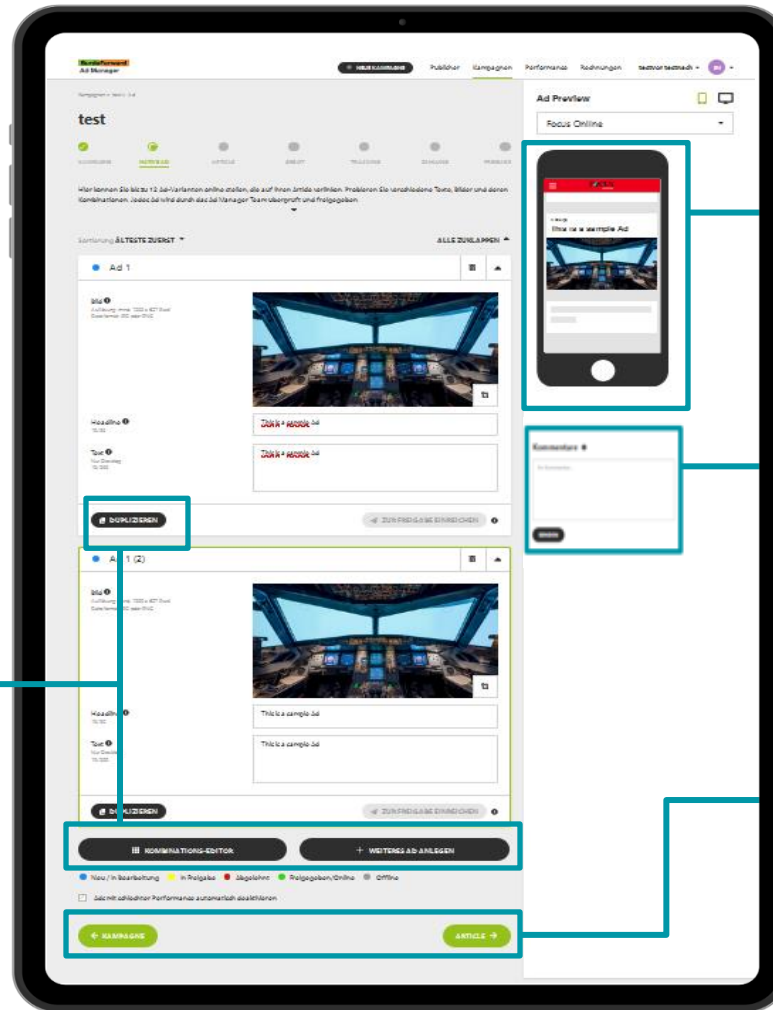
IN SIEBEN SCHRITTEN ZU IHRER KAMPAGNE SCHRITT 2

AD EINGABE – Sie erstellen Ihren individuellen Ad-Teaser mit Bildern, Grafiken, CTA- Elementen usw.

Hierüber können Sie Ihre angelegten Ads nach Belieben sortieren. Vor allem wenn Sie mehrere Ads für einen A/B-Test angelegt haben, können Sie sich hier einen tollen Überblick verschaffen.



Erstellen Sie mehr als ein Native Ad, können Sie hier das bestehende duplizieren, ein neues Ad anlegen oder Sie nutzen gleich unseren Kombinationseditor. Mit diesem können Sie bis zu 5 Headlines und Bilder gleichzeitig hochladen und automatisch miteinander kombinieren.



Je nachdem welche und wie viele Publisher Sie zu Anfang ausgewählt haben, können Sie sich hier die Preview der Native Ads auf dem jeweiligen Portal und Device anzeigen lassen.

Hinterlassen Sie uns hier gerne Fragen und Anmerkungen und wir melden uns schnellstmöglich mit einer Antwort zurück.

Über die unteren Elemente können Sie immer einen Schritt vor oder zurück navigieren. Alles was Sie auf einer Seite ausfüllen und einstellen, wird automatisch gespeichert, auch wenn Sie einen Schritt zurück gehen möchten.

IN SIEBEN SCHRITTEN ZU IHRER KAMPAGNE SCHRITT 3

ARTICLE EINGABE – Sie erstellen Ihren Article mit Bildern, Videos und CTA-Buttons. Eine Vorschau-funktion ermöglicht eine genaue Kontrolle der Inhalte im Layout der jeweiligen Portale.

Sie können hier auswählen, ob der Article auf dem gleichen Publisher ausgespielt werden soll, wie die Native Ads.

Sie könnten den Article aber auch auf einem anderen Publisher ausspielen lassen - das ist z.B. dann sinnvoll, wenn Sie mehrere Publisher für Ihre Native Ads ausgewählt haben, den Article aber nur auf einem dieser Publisher-Seiten veröffentlichen möchten.

Sie können hier auch auswählen, ob Sie den Article für Suchmaschinen indizieren möchten.



Je nachdem welche und wie viele Publisher Sie ausgewählt haben, können Sie sich hier die Preview des Articles auf dem jeweiligen Portal und Device anzeigen lassen.

Sie können Ihren Article mit den folgenden Modulen anreichern und ihn damit umfangreich gestalten:

- Weitere Absätze
- Bilder & Bilder-Galerien
- Videodateien & YouTube Videos
- Call-to-action Buttons
- Infobox

IN SIEBEN SCHRITTEN ZU IHRER KAMPAGNE SCHRITT 4

GEBOT – Sie stellen das CPC-Gebot für Ihren Ad-Teaser ein und wählen aus 600 Content-Kategorien die gewünschte kontextuelle Zielgruppe aus. Auch Geräte- und Geo-Targetings sind möglich. Im Autopilot-Modus wird die Ausspielung maschinell optimiert.

Hier legen Sie die Laufzeit, Ihr Budget und CPC fest. Wir empfehlen mit einem CPC von 0,80-0,90 € einzusteigen und ihn dann schrittweise zu reduzieren.

Zusätzlich zum Interessen-Targeting, können Sie auch auf Regionen, Devices und Betriebssysteme targeten.

Achten Sie darauf, nicht zu viele Targetings einzustellen, damit Sie Ihre Reichweite nicht zu sehr einschränken.

Auf Basis Ihres Gebotes und der von Ihnen ausgewählten Targetings, weisen wir Ihnen eine ungefähre Prognose über die zu erreichenden Kampagnenwerte aus. Außerdem geben wir Ihnen Tipps mit, wie Sie Ihre Reichweite, Klicks und Ihr Budget besser ausschöpfen können.

Wählen Sie hier zwischen unserem Autopiloten und kontextuellen Interessens-Targetingmöglichkeiten:

- Der Autopilot: Über diese Einstellung optimieren wir Ihre Anzeigen automatisch und spielen Sie performance-orientiert aus.
- Interessen: Wählen Sie hier Interessen aus, wird Ihre Kampagne an User ausgespielt, die sich in diesem Interessensumfeld bewegen. Achten Sie dabei darauf, dass Sie keine zu spitzen Interessen auswählen, damit Sie Ihre Reichweite nicht zu sehr einschränken.

IN SIEBEN SCHRITTEN ZU IHRER KAMPAGNE SCHRITT 5

TRACKING - Sie können sowohl die Ad-Teaser als auch die Article-Aufrufe mit einem zweiten Tracking-Pixel und Click Command mitmessen, um die Kampagnen-Werte in Ihren eigenen Systemen zu überprüfen.

Je nachdem wie viele Native Ads Sie zu Beginn angelegt haben, können Sie hier pro Anzeige ein eigenes separates View- und Clicktracking einbauen.

Im Tracking können Sie eigene Parameter wählen und diese dann auf die Ziel-URL des Articles setzen. Dadurch können Sie im Performance Reporting sehen, wie viele Klicks, Views usw. über diese Traffic-Quelle auf den Article kamen und sie von den anderen Traffic-Quellen abgrenzen.

The screenshot shows the 'test' campaign configuration page in the BurdaForward Ad Manager. It features a navigation bar at the top with tabs for 'Kampagnen', 'Publikum', 'Kampagnen', 'Performance', 'Nachrichten', and 'Werkzeuge'. The main content area is divided into two sections: 'Ads' and 'Article'. Each section contains a form for configuring tracking parameters. The 'Ads' section has a 'Zählpixel' and 'Clickpixel' field, both with radio buttons for 'Image URL' and 'JavaScript URL', and a text input field containing a URL. The 'Article' section has similar fields for 'Zählpixel' and 'Clickpixel', and a 'Traffic-Quelle' field with a dropdown menu. The interface is clean and modern, with a light gray background and blue accents.

Wenn Sie zusätzlich zu unserem Reporting die Performance Ihrer Kampagne mitmessen möchten, setzen Sie hier den Haken und es erscheint eine neue Eingabemaske.

IN SIEBEN SCHRITTEN ZU IHRER KAMPAGNE SCHRITT 6&7

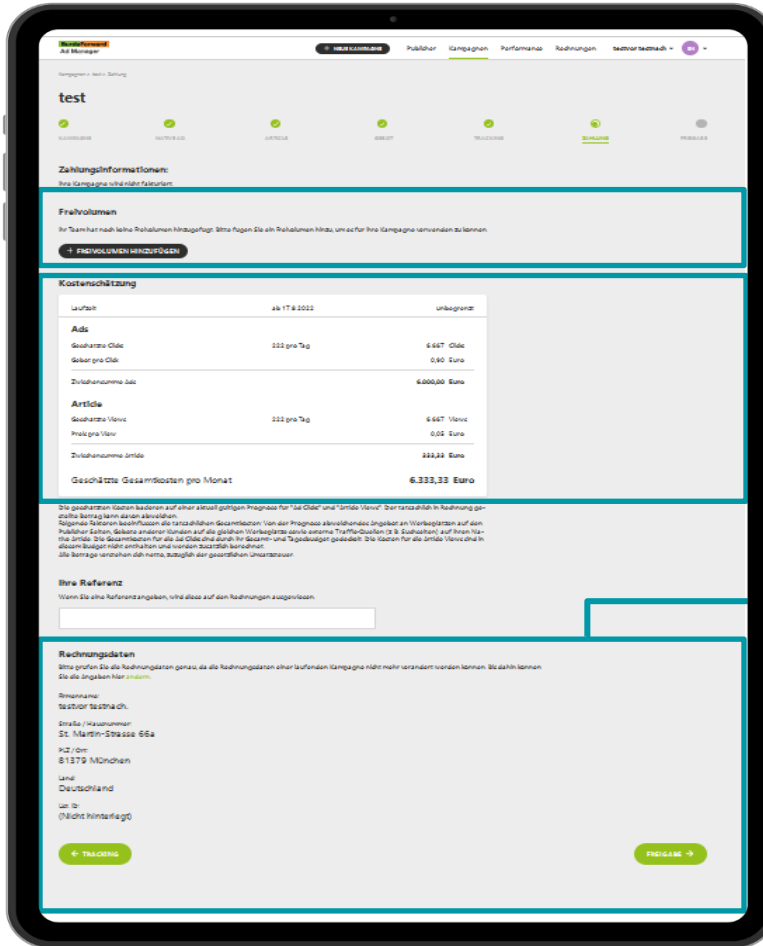
ZAHLUNG – Sie erhalten eine Kosteneinschätzung und hinterlegen Ihre Kreditkarten-Daten zur Abrechnung der Kampagne.

Auf dieser Seite finden Sie nun eine Kosteneinschätzung Ihrer Kampagne. Die geschätzten Kosten basieren auf einer aktuell gültigen Prognose für "Ad Clicks" und "Article Views". Der tatsächlich in Rechnung gestellte Betrag kann davon abweichen.

Folgende Faktoren beeinflussen die tatsächlichen Gesamtkosten:

- Von der Prognose abweichendes Angebot an Werbeflächen
- Gebote anderer Kunden auf die gleichen Werbefläche
- Externe Traffic-Quellen (z. B. Suchseiten) auf Ihrem Native Article

Die Gesamtkosten für die Ad Clicks sind durch Ihr Gesamt- und Tagesbudget gedeckelt. Die Kosten für die Article Views sind in diesem Budget nicht enthalten und werden zusätzlich berechnet.



Falls Sie ein Freivolumen nicht für alle laufenden Kampagnen verwenden möchten, aktivieren Sie es zuerst hier.

Bitte tragen Sie hier Ihre Rechnungs- und Kreditkartendaten ein.

Alternativ können wir sie als Bestandskunde auf Wunsch auch zur Zahlung auf Rechnung umstellen – kommen Sie dazu gern auf uns zu!

Sie können Ihre Kampagne jetzt zur Freigabe einreichen. (Die Prüfung erfolgt an Werktagen innerhalb von max. 2 Stunden)

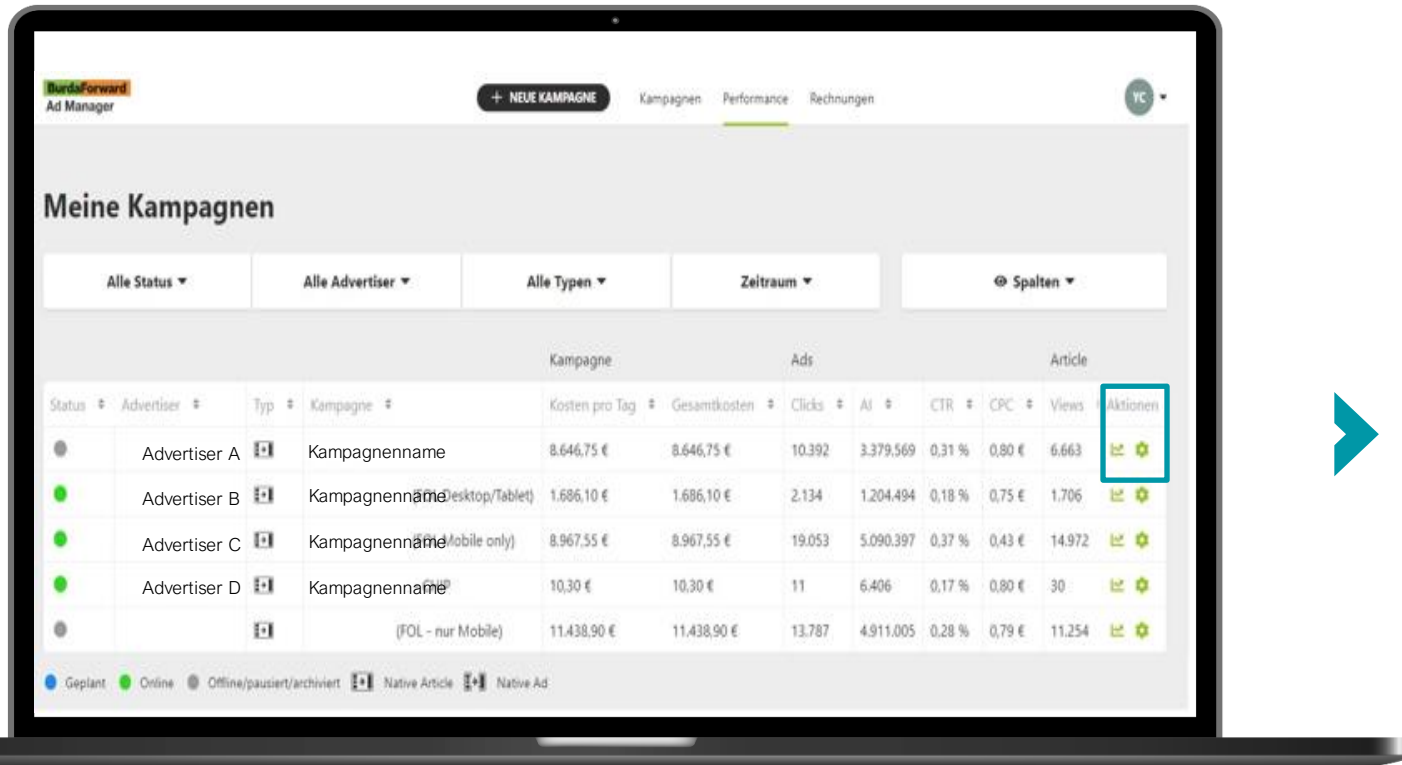
REPORTING

DAS REPORT DASHBOARD

Per Report-Dashboard verfolgen Sie jederzeit die Performance der Kampagne

Auf der Startseite des Report Dashboards haben Sie alle Ihre Kampagnen auf einem Blick:

- Die Felder Status, Advertiser, Typ und Zeitraum sind filterbar, sodass Sie sich immer einen individuellen Überblick verschaffen können
- Außerdem können Sie über das Feld „Spalten“ selber bestimmen, welche Kampagneninfos Sie auf dem ersten Blick sehen möchten
- Für den endgültigen Komfort in der Übersicht, sind alle Spalten zusätzlich sortierbar



The screenshot shows the BurdaForward Ad Manager interface. At the top, there's a navigation bar with a '+ NEUE KAMPAGNE' button and tabs for 'Kampagnen', 'Performance', and 'Rechnungen'. Below this is the title 'Meine Kampagnen' and a set of filter buttons: 'Alle Status', 'Alle Advertiser', 'Alle Typen', 'Zeitraum', and 'Spalten'. The main content is a table with columns for 'Kampagne', 'Ads', and 'Article'. The 'Kampagne' column includes 'Status', 'Advertiser', and 'Typ'. The 'Ads' column includes 'Kosten pro Tag', 'Gesamtkosten', 'Clicks', 'AI', 'CTR', and 'CPC'. The 'Article' column includes 'Views' and 'Aktionen'. The 'Aktionen' column is highlighted with a red box, and a red arrow points from this box to a text box on the right. The table contains five rows of campaign data.

Status	Advertiser	Typ	Kampagne	Kosten pro Tag	Gesamtkosten	Clicks	AI	CTR	CPC	Views	Aktionen
●	Advertiser A	📱	Kampagnenname	8.646,75 €	8.646,75 €	10.392	3.379.569	0,31 %	0,80 €	6.663	📊 ⚙️
●	Advertiser B	📱	Kampagnenname (Desktop/Tablet)	1.686,10 €	1.686,10 €	2.134	1.204.494	0,18 %	0,75 €	1.706	📊 ⚙️
●	Advertiser C	📱	Kampagnenname (mobile only)	8.967,55 €	8.967,55 €	19.053	5.090.397	0,37 %	0,43 €	14.972	📊 ⚙️
●	Advertiser D	📱	Kampagnenname	10,30 €	10,30 €	11	6.406	0,17 %	0,80 €	30	📊 ⚙️
●		📱	(FOL - nur Mobile)	11.438,90 €	11.438,90 €	13.787	4.911.005	0,28 %	0,79 €	11.254	📊 ⚙️

Über einen Klick auf den Graphen kommen Sie auf das Detailreporting

DAS REPORT DASHBOARD

Hier finden Sie alle Ihre Kampagnenwerte noch einmal im Detail

Im Bereich Kampagne sehen Sie die Kosten der Kampagne pro Tag und in Summe.

Der Bereich Ad zeigt Ihnen alle relevanten Gesamtzahlen zu Ihren Native Ads.

Im Bereich Article finden Sie alle wichtigen KPIs Ihres Articles.

Je nachdem welche KPIs Sie hier auswählen, können Sie sich oben über den Graphen die Entwicklung Ihrer Kampagne anzeigen lassen.



Mit nur einem Klick laden Sie hier alle KPIs Ihrer Kampagne in eine übersichtlich aufbereitete Excel-Datei herunter.

Über diese Felder können Sie sich die Übersicht nochmal auf Publisher, Devices und Laufzeit filtern. Eine weitere Besonderheit: Sie haben hier die Möglichkeit die Performance zweier Kampagnen miteinander zu vergleichen. Sehr nützlich wenn Sie bspw. zwei identische Kampagnen, mit unterschiedlichen Targetings oder Geboten angelegt haben.

DAS REPORT DASHBOARD

Hier finden Sie alle Ihre Kampagnenwerte noch einmal im Detail

Im unteren Teil des Reporting Dashboards sehen Sie die Ad Impressions, Klicks und CTR der einzelnen Native Ads sowie den Anteil an Ad Impressions, den jede Anzeige erhalten hat. Außerdem werden die Article-Views, die über die Native Ads generiert wurden, angezeigt.

Hier können Sie sich einen Überblick über die Devices verschaffen. Sie sehen genau wie viele Impressions und Views über Desktop, Tablet und Smartphone ausgespielt wurden und können diese spannenden Insights für Ihre zukünftigen Kampagnen verwenden.



An dieser Stelle sehen Sie über welchen Publisher wie viele Klicks und Views kommen. Vor allem interessant, wenn Sie Ihre Kampagne auf mehr als nur einem Publisher ausgeliefert haben.

Um völlige Transparenz zu schaffen, zeigen wir Ihnen außerdem über welche Traffic-Quellen die Views auf Ihrem Article zustande kommen. Das sind i.d.R. die eigenen Native Ads, direkte Zugriffe oder können auch externe Traffic-Quellen sein.

TIPPS & TRICKS

TIPPS & TRICKS

Wie aktuell ist das Reporting?:

Nach Livegang Ihrer Kampagne laufen die ersten Report-Daten schon nach ca. 4 Stunden ins Dashboard ein. Die Aktualisierung der Daten findet ebenfalls regelmäßig am Tag, alle vier bis fünf Stunden statt. Somit schauen Sie immer auf aktuelle Zahlen und können Ihre Kampagne kurzfristig und flexibel optimieren.

Wie kann ich meine Kampagnen duplizieren oder löschen?:

Sollten Sie die gleiche Kampagne nochmal mit anderen Targetings oder einem anderen Gebot anlegen wollen, können Sie dies über die Funktionen auf der Übersichtsseite Ihrer Kampagnen machen:

Status	Typ	Kampagne	Laufzeit	aktuelle Kosten	Clicks	Impressions	CPC	Aktionen
			Leistung April	0,00 €	0	0	0,00 €	👍 🔄 🗑️
Neu	📺	Testkampagne_Max Mustermann	20.4.20 - 30.4.20	0,00 €	-	-	0,00 €	👍 🔄 🗑️

Status	Typ	Kampagne	Laufzeit	aktuelle Kosten	Clicks	Impressions	CPC	Aktionen
			Leistung April	0,00 €	0	0	0,00 €	👍 🔄 🗑️
Offline	📺	Testkampagne_Max Mustermann	19.2.20 - 8.3.20	8.032,80 €	10.363	4.408.683	0,68 €	👍 🔄 🗑️



Kampagnen, die noch nicht gestartet sind, können Sie über diese Buttons duplizieren, löschen oder bearbeiten.



Kampagnen, die schon gestartet sind, können Sie hier pausieren, duplizieren oder bearbeiten. Außerdem können Sie von hier aus direkt in den entsprechenden Kampagnenreport springen und falls nötig, ausgelaufene Kampagnen archivieren.

Wie komme ich an die Live-URL des jeweiligen Articles?:

Sobald Ihr Article live ist, erscheint die Live-URL (Desktop & Mobile) auf der Seite, auf der Sie Ihren Article angelegt haben - gleich unter der Preview-URL.



TIPPS & TRICKS

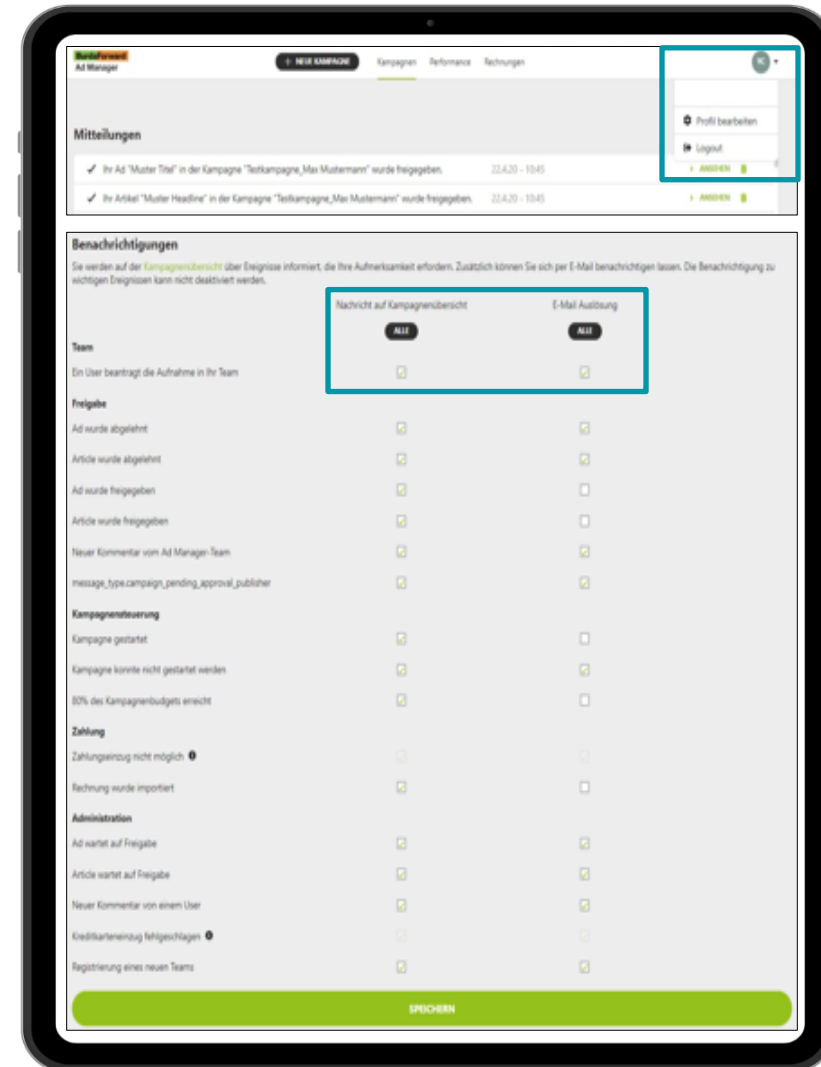
Wo kann ich meine (Mail-) Benachrichtigungen verwalten?

Über die Einstellungen „Profil bearbeiten“ kommen Sie auch zu den Benachrichtigungs-Einstellungen. Hier können Sie auswählen, bei welchen Aktionen Sie über eine Nachricht auf der Kampagnenübersichtsseite oder per Mail informiert werden möchten.

An wen kann ich mich wenden, wenn ich Unterstützung bei meiner Kampagne benötige?

Sollten Sie Unterstützung benötigen, wenden Sie sich gerne jederzeit an unser Team.

Kontaktformular an uns: <https://admanager.conunity.io/service/kontakt>



SPECS

NATIVE ADS &

NATIVE ARTICLE

SPECS NATIVE ADS

Key	Beschreibung	Erforderlich	Spezifikation
Headline	Titel des Ad, üblicherweise eine Klickaufforderung und selbsterklärend	Ja	Max. 90 Zeichen
Bild	Ein Bild, das zum Werbeinhalt passt und die Aufmerksamkeit des Nutzers auf sich lenkt	Ja	Min. 1200 x 627 px, Format JPG / PNG / GIF. Keine Logointegration!
Ziel-URL	Zielseite, auf der der Nutzer bei Klick auf das Ad landet	Ja	-
Text	Ergänzender Text, wird nur bei einigen Ads auf Desktop-Geräten angezeigt. Bedeutet, die Anzeige muss ohne Text verständlich sein.	Ja	Max. 200 Zeichen
Logo	Das Markenlogo, das mit dem Ad angezeigt wird	Wird nicht verwendet	-
Anzeigenkennzeichnung	Text "Gesponsort von" vor dem Logo	Wird nicht verwendet	-

SPECS NATIVE ARTICLE

Key	Beschreibung	Erforderlich	Spezifikation
Vorzeile	Steht oberhalb der Headline und bietet Ihnen eine zusätzliche Möglichkeit wichtige Keywords unterzubringen. Nutzen Sie die Vorzeile, um das Thema Ihres "Native Articles" zusätzlich einzuordnen und einzugrenzen.	Nein	Max. 30 Zeichen
Headline	Erstellen Sie nutzwertige und serviceorientierte Inhalte und verwenden Sie Begriffe, die dem Leser den Nutzen Ihres "Native Articles" aufzeigen, wie z.B. Geheimnisse, Mythen, Fehler, Tipps, Checklisten, Guide-Lines	Ja	Max. 80 Zeichen
Aufmacher-Bild	Laden Sie die Bilder in hoher Qualität in den Ad Manager, sie werden automatisch für die Darstellung im Internet angepasst. Credits und Bildunterschriften sind möglich, sowie die Verlinkung von Bildern im Article.	Ja	Min. 1200 x 627 px Format JPG / PNG
Vorspann	Nutzen Sie den Vorspann für eine Kurzdarstellung Ihres "Native Articles", die den Leser zum Weiterlesen anregt.	Nein	Max. 300 Zeichen

Nachdem Sie die Pflichtfelder ausgefüllt haben, können Sie dann die gewünschten Module hinzufügen:

- Weitere Absätze
- Bilder & Bilder-Galerien
- Videodateien & YouTube Videos
- Call-to-action Buttons
- Infobox

Die Reihenfolge der einzelnen Module können sie individuell anpassen und jederzeit ändern.