

**DU** **IM** **ZUKUNFTSJOB**

Eine Initiative der



# **LEITFADEN**

**zum Werbemittelpaket**

# Inhalt

Dieser Leitfaden führt durch alle erhältlichen Werbemittel und deren Verwendung. Für eine erfolgreiche Kommunikation vor, während und nach Ihrem Jobtag.

<b>3</b>	<b>Keyvisual</b>	<b>14</b>	<b>Website-Banner</b>
<b>4</b>	<b>Schriften</b>	<b>14</b>	<b>Facebook Veranstaltungsheader</b>
<b>4</b>	<b>Farben</b>	<b>15</b>	<b>Facebook (Twitter)</b>
<b>5</b>	<b>Phasen der Kommunikation</b>	<b>16</b>	<b>Instagram</b>
<b>6</b>	<b>Briefpapier</b>	<b>18</b>	<b>TikTok</b>
<b>7</b>	<b>Werbemittel PRINT</b>	<b>19</b>	<b>Social Media Sticker/GIFs/Weitere Hashtags</b>
<b>8</b>	<b>Poster</b>	<b>20</b>	<b>Beispiel Reihenfolge Social Media</b>
<b>9</b>	<b>Formate</b>	<b>21</b>	<b>Anleitung</b>
<b>10</b>	<b>Anzeige</b>	<b>21</b>	<b>Personalisierung PRINT</b>
<b>11</b>	<b>Flyer und Compliment Card</b>	<b>22</b>	<b>Personalisierung ONLINE</b>
<b>12</b>	<b>Roll-Up und Fahne</b>	<b>23</b>	<b>TikTok/Instagram – Datum einfügen</b>
<b>13</b>	<b>Werbemittel ONLINE</b>	<b>24</b>	<b>Hilfe und Ansprechpartner</b>

# Keyvisual

## Du im Zukunftsjob – Keyvisual

Das Keyvisual liegt für verschiedene Formate und Anwendungszwecke in drei Varianten vor. Zur freien Verwendung in Social-Media-Kanälen ist hauptsächlich die Online-Version (RGB) der jeweiligen Variante bestimmt.



### Einzeilig: **Logo\_Du-im-Zukunftsjob\_V1**

Diese Version wird bevorzugt verwendet, z. B. auf großformatigen Postern



### Zweizeilig: **Logo\_Du-im-Zukunftsjob\_V2**

Diese Version wird auf kleineren Formaten verwendet, z. B. auf Flyern oder Online



### Dreizeilig: **Logo\_Du-im-Zukunftsjob\_V3**

Diese Version wird hauptsächlich in extremen Hochformaten oder online verwendet

## Schriften

Alle Schriften sind kostenlose, frei zugängliche Fonts. Zum Editieren der einzelnen Werbemittel sind allerdings nur System-Schriften (Arial) notwendig. Daher müssen keine neuen Schriftarten installiert werden.



**Informiere dich über den Beruf  
als SHK-Anlagenmechanikerin  
und -mechaniker**

### Abwechslung

Deine Arbeit wird sehr vielfältig sein. Sie reicht von handfesten handwerklichen Tätigkeiten bis zu spannenden Digitalisierungsaufgaben.

Komm zum Jobtag [des Unternehmens]  
am **XX.XX.XXXX** um **XX:XX Uhr**  
in [Veranstaltungsort]

### Headlines

Arial Black Regular /  
DiZ Farbverlauf und  
weiße Hinterlegung

### Subheadlines

Share Bold / 100% Schwarz

### Zwischenüberschrift

Roboto Bold / DiZ Blau

### Copytext

Roboto Regular / 90% Schwarz

### Anpassungen

Arial Regular / Hervorhebungen in  
Arial Bold / 100% Schwarz

## Farben

Der Einsatz der vordefinierten Farben sorgt für ein einheitliches Erscheinungsbild in allen Medien.



### DiZ Blau

C=100 M=0 Y=25 K=0  
R=0 G=156 B=187



### DiZ Türkis

C=69 M=3 Y=27 K=0  
R=54 G=180 B=191



### DiZ Grün

C=42 M=0 Y=100 K=0  
R=170 G=200 B=11



### DiZ Verlauf

von C=80 M=0 Y=0 K=10  
nach C=42 M=0 Y=100 K=0



### 100% Schwarz



### 90% Schwarz

# Phasen der Kommunikation

- Instagram-Posts
- Instagram-Storys
- Tiktok-Storys
- Website-Banner
- Facebook-Veranstaltung
- Twitter

- Plakate
- Anzeigen
- Flyer

- Plakate
- Roll-Up
- Compliment-Card
- Fahne
- Live Storys
- SoMe-Post „heute“

- Compliment-Card
- SoMe-Post „verpasst?“ oder „danke“

## PHASE I

(ca. 4 Wochen vor dem Jobtag)

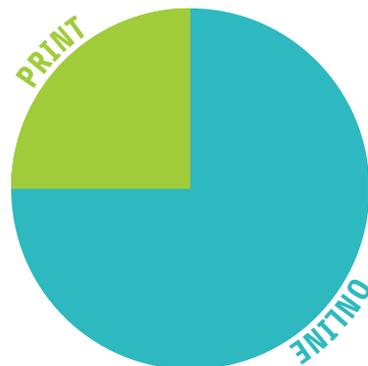
**In Phase 1 wird die Kampagne vorgestellt und der Termin für den Jobtag bekanntgegeben.**

Zu Beginn werden Plakate aufgehängt und Flyer verteilt. Das geschieht bestenfalls an Orten, an denen sich die Zielgruppe aufhält, z. B. an Schulen, Jugendzentren, Innenstädte, Bahnhöfe, Bushaltestellen, Cafés, Kioske etc.

Falls vorhanden, werden auch die Websites der Betriebe aktualisiert und der Jobtag beschrieben.

Zur Terminbekanntgabe werden außerdem Anzeigen geschaltet in Zeitung, Gemeindeblättern oder Fachzeitschriften oder auch in Schülerzeitungen.

Danach erfolgt die Kommunikation hauptsächlich digital über die Social Media Kanäle der Unterstützungspartner (Industrie und Großhandel). Hier werden im Abstand von max. ein paar Tagen Instagram, TikTok, Facebook und Twitter „gefüttert“: Der Beruf wird ggf. kurz erklärt, der Termin bekanntgegeben (z. B. auch eine Facebook-Veranstaltung erstellt) und immer wieder (z. B. in Stories) an den Jobtag erinnert.



## PHASE II

Jobtag

**Phase 2 meint den Jobtag an sich.**

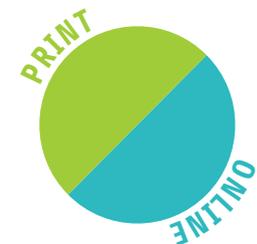
Fahnen und Banner wirken als Blickfang und als Einladung sich den Betrieb näher anzusehen. Poster bieten Gesprächsstoff, erzeugen Fragen, die beantwortet werden können und verbildlichen die Vielseitigkeit der SHK-Branche. Die Compliment-Cards erleichtern die Kontaktaufnahme nach dem Jobtag und ermöglichen ein erstes „Annähern“ von Teilnehmern und Handwerkern.

Vorgefertigte Online-Posts kommen an diesem Tag weniger zum Einsatz. Stattdessen bieten z. B. Instagram-Storys die Möglichkeit den Jobtag live miterleben zu können. Das führt dazu, dass Unentschlossene vielleicht am nächsten Jobtag (oder in einem anderen Betrieb) teilnehmen werden.

## PHASE III

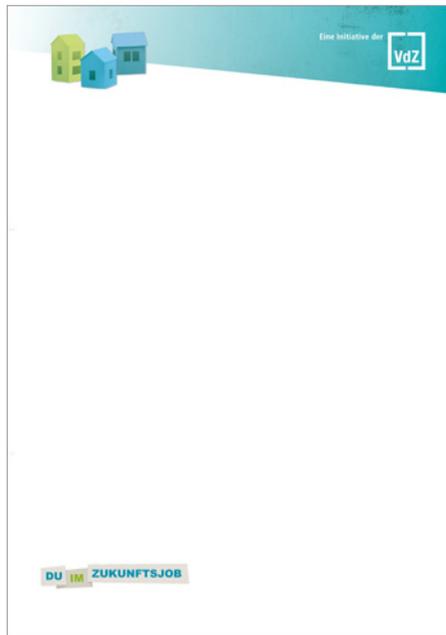
**Phase 3 steht für die Tage nach dem Jobtag.**

Nun wird ein Fazit gezogen und Interessierte werden angeschrieben/angerufen. Als Abschluss kann gegebenenfalls auf Social Media ein „Danke“ gepostet werden. Ein „Leider verpasst? Dann komm zum Jobtag unserer Kollegen am ...“ regt weiterhin das Interesse an.



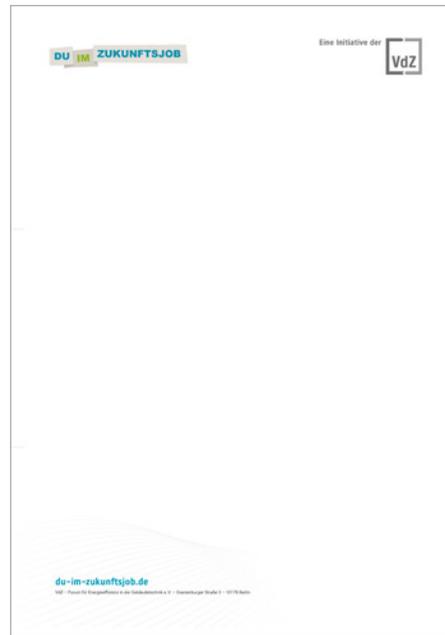
# Briefpapier

Für die interne und externe Kommunikation wird Musterpapier/Musterdokumente im Kampagnendesign bereitgestellt.



## Mustervorlage 1

DIN A4 zur Verwendung in Microsoft Word  
**Du\_im\_Zukunftsjob\_A4\_Mustervorlage\_1**



## Mustervorlage 2

DIN A4 zur Verwendung in Microsoft Word  
**Du\_im\_Zukunftsjob\_A4\_Mustervorlage\_2**

# Werbemittel PRINT

Das Werbemittelpaket besteht aus druckfähigen PDFs für **Poster** (DIN A1, A2, A3, A4), **Anzeigen** (DIN A4, A5 quer), **Flyer** für potentielle Azubis, **Compliment Card** (DIN A6), **Roll-Ups** und **Fahne**.

Die meisten Werbemittel sind editierbar, damit jeweils Termine und Logos individuell eingesetzt werden können. Eine Anleitung zu editierbaren Druck-PDFs finden Sie auf **Seite 21** in diesem Leitfaden.

## HINWEIS:

**Manche Online-Druckereien nutzen eine automatisierte Druckdatenannahme, die Formularfelder nicht berücksichtigt.**

Wir empfehlen daher eine Druckerei auszuwählen, die eine persönliche Kundenberatung anbietet. Um sicherzugehen, dass alle ausgefüllten Formularfelder auch mitgedruckt werden, sollte das in der Kommunikation mit der Druckerei unbedingt erwähnt werden.



Kleine Auswahl der Werbemittel:  
Poster, Flyer und Compliment Card

Alle Print-Werbemittel sind darauf ausgelegt die gängigen Druckvorgaben zu erfüllen. Allerdings kann eine Gewährleistung nach einer Bearbeitung, z. B. Einfügen von Firmenlogos, nicht zu 100% gegeben sein. Bei Unsicherheiten seitens der Unternehmen sollte hier Rücksprache gehalten werden oder der Datencheck der jeweiligen Druckerei in Anspruch genommen werden.

# Poster

Die Poster ergeben eine Serie, die nur im Zusammenhang die Kernaussage der Kampagne und die Vielseitigkeit der SHK-Branche widerspiegelt. Die Poster können auch einzeln gehängt werden, falls nur eine bestimmte Aussage gewünscht ist.

## Die Serie besteht aus:

DU IM ZUKUNFTSJOB

Eine Initiative der VdZ

**DU FÜR EINE SICHERE ZUKUNFT**

Komm zum Jobtag und informiere dich über deine Karrierechancen im SHK-Handwerk!

Bei [Unternehmensname max 1-zeilig]  
am XX.XX.XXXX um XX:XX Uhr  
in [Musterfirma, Musterstadt max. 2-zeilig]

Hier klicken und Logo einfügen

du-im-zukunftsjob.de

This poster features a man in a white t-shirt and jeans standing in the foreground. In the background, a construction worker in a yellow hard hat and safety vest is working on solar panels. The background also includes stylized houses in blue and green. The text is in a clean, sans-serif font.

Du für eine sichere Zukunft

DU IM ZUKUNFTSJOB

Eine Initiative der VdZ

**DU IN EINER DIGITALEN WELT**

Komm zum Jobtag und informiere dich über deine Karrierechancen im SHK-Handwerk!

Bei [Unternehmensname max 1-zeilig]  
am XX.XX.XXXX um XX:XX Uhr  
in [Musterfirma, Musterstadt max. 2-zeilig]

Hier klicken und Logo einfügen

du-im-zukunftsjob.de

This poster features a woman in a red top and blue jeans standing in the foreground. In the background, a woman is sitting at a desk working on a laptop. The background includes a large blue laptop and stylized blue and green shapes. The text is in a clean, sans-serif font.

Du in einer digitalen Welt

DU IM ZUKUNFTSJOB

Eine Initiative der VdZ

**DU FÜR EIN GESUNDES KLIMA**

Komm zum Jobtag und informiere dich über deine Karrierechancen im SHK-Handwerk!

Bei [Unternehmensname max 1-zeilig]  
am XX.XX.XXXX um XX:XX Uhr  
in [Musterfirma, Musterstadt max. 2-zeilig]

Hier klicken und Logo einfügen

du-im-zukunftsjob.de

This poster features a man in a white t-shirt and blue jeans standing in the foreground. In the background, a man in a yellow safety vest is working on a piece of equipment. The background includes stylized green trees and a blue sky with clouds. The text is in a clean, sans-serif font.

Du für ein gesundes Klima

alle editierbar

# Formate

Unterschiedliche Formate bieten ausreichend Optionen, damit von der Litfaßsäule bis zum Schaukasten alles bedient werden kann.

Folgende Formate sind verfügbar:



DIN A1 (594x841mm)  
Du\_im\_Zukunftsjob\_Poster\_A1\_EDIT.pdf



DIN A2 (420x594mm)  
Du\_im\_Zukunftsjob\_Poster\_A2\_EDIT.pdf



DIN A3 (297x420mm)  
Du\_im\_Zukunftsjob\_Poster\_A3\_EDIT.pdf



DIN A4 (210x297mm)  
Du\_im\_Zukunftsjob\_Poster\_A4\_EDIT.pdf

# Anzeige

Die Print-Anzeige liegt in zwei Formaten vor. DIN A4 Hochformat und DIN A5 Querformat.  
Für den Einsatz in Broschüren, Schülerzeitungen oder Gemeindeblättern.



Anzeige DIN A4

Du\_im\_Zukunftsjob\_Anzeige\_A4\_EDIT.pdf



Anzeige DIN A5 quer

Du\_im\_Zukunftsjob\_Anzeige\_A5\_quer\_EDIT.pdf



Broschüre mit „Anzeige DIN A5 quer“



Broschüre mit „Anzeige DIN A4“

# Flyer und Compliment Card

## Azubi-Flyer DIN Lang (100x210mm)

Wickelfalz, Hochformat, 6-Seiter, Falz Längsseite

Zur Ausgabe an Schüler. Die Flyer sollten schon vor dem eigentlichen Jobtag verteilt werden, um rechtzeitig das Datum und Inhalte des stattfindenden Jobtags zu kommunizieren.



Vorderseite



Rückseite

## Handwerker-Flyer DIN Lang PLUS (105x210mm)

Hochformat Einbruchfalz, 4-Seiter, Falz Längsseite

Zur Ansprache der Handwerksbetriebe. Hiermit werden Handwerksbetriebe der Region und Branche informiert und eingeladen am Jobtag teilzunehmen.



Vorderseite



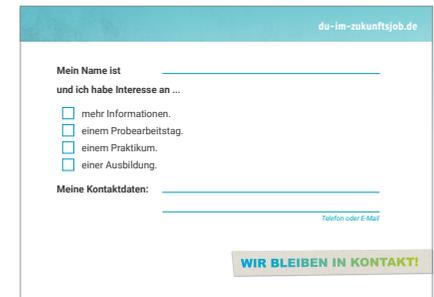
Rückseite

## Compliment Card (DIN A6)

Die Compliment Card dient am Jobtag dazu, Kontaktdaten zwischen Handwerker und potentiellm Azubi austauschen zu können. Die Vereinbarung von Folgeterminen wird vereinfacht.



Vorderseite



Rückseite

# Roll-Up und Fahne

## Roll-Up 100x200cm

Am Jobtag bewerben Roll-Ups die Veranstaltung und vermitteln die Kernwerte der Kampagne. Roll-Ups können wiederverwendet werden, da sie aufgerollt einfach zu transportieren sind und der Aufbau schnell gelingt.



## Fahne 100x249cm

Fahnen ziehen von weitem Blicke auf sich, helfen die gerade stattfindende Veranstaltung zu bewerben und kennzeichnen den Veranstaltungsort. Auch Fahnen eignen sich hervorragend zur Wiederverwendung, da waschbar und wetterfest.



## HINWEIS:

Bei diesen Werbemitteln unterscheiden sich Maße und (Aufbau-)Systeme von Druckerei zu Druckerei. Diese Roll-Ups und Fahnen sind in den Druckvorgaben der Online-Druckerei flyeralarm.de angelegt. Im Zweifel sollte mit der beauftragten Druckerei Rücksprache gehalten werden, ob deren Systeme mit den Druckdaten kompatibel sind oder inwiefern diese angepasst werden müssen.

## Werbemittel ONLINE

Gerade in der Anfangsphase (ca. 4 Wochen vor dem Jobtag) sollte auf Firmen-Websites oder in Newslettern auf den bevorstehenden Termin hingewiesen werden.

Zielgruppengerecht werden aber hauptsächlich Social Media Kanäle bespielt, um zukünftige Azubis in dem Medium zu erreichen, das sie am häufigsten nutzen.

Eine Empfehlung/Beispiel Reihenfolge finden Sie auf **Seite 20** in diesem Leitfaden.

Für Online werden JPEGs und MP4s in verschiedenen Formaten bereitgestellt, wobei die Vorgaben der wichtigsten Kanäle berücksichtigt wurden. Relevant sind hier hauptsächlich Instagram und TikTok, danach folgen Facebook/Twitter.

Desweiteren bieten kleine Sticker und GIFs die Möglichkeit eigene Posts im Sinne der Kampagne zu erstellen. Mehr hierzu auf **Seite 19** in diesem Leitfaden.

Die meisten Werbemittel sind editierbar, damit jeweils Termine und Logos individuell angepasst werden können. Eine Anleitung zu editierbaren Web-JPEGs finden Sie auf **Seite 22** in diesem Leitfaden.



Kleine Auswahl der Werbemittel:  
Instagram-Posts und TikTok-Video

## Website-Banner

Das Website-Banner hat ein Format von 970x250px.

Die kürzere Version des Banners (Seite 2 in der PPT) könnte manuell links und rechts beschnitten werden. Jeweils zu je max. 180px oder einem Endformat von 612x250px. (Kleine Markierungen befinden sich auf der Grafik).

### Banner 970x250px (editierbar)

Du\_im\_Zukunftsjob\_970x250\_Website-Banner\_EDIT.pptx



## Facebook Veranstaltungsheader

### Header Facebook Veranstaltung 1920x1080px (nicht editierbar)

Du\_im\_Zukunftsjob\_1920x1080\_Facebook\_Veranstaltungsheader.jpg



# Facebook (Twitter)

## Facebook Posting 1200x630px (editierbar)

Du\_im\_Zukunftsjob\_1200x630\_Facebook\_Posts\_EDIT.pptx



Facebook\_Post\_Heute



Facebook\_Post



Facebook\_Post



Facebook\_Post



Facebook\_Terminbekanntgabe\_1



Facebook\_Terminbekanntgabe\_2

## Facebook Posting 1200x630px (nicht editierbar)

Du\_im\_Zukunftsjob\_1200x630\_Facebook\_Post\_Save-The-Date.jpg

Parallel zu Instagram/TikTok sollten (falls vorhanden) auch Facebook und Twitter gepflegt werden. Die Grafiken können sowohl für Facebook als auch für Twitter verwendet werden.



Facebook\_Post\_Save\_The\_Date

# Instagram

## Instagram Posting 1080x1080px (editierbar)

Du\_im\_Zukunftsjob\_1080x1080\_Instagram\_Posts\_EDIT.pptx



Instagram\_Post\_Sichere\_Zukunft



Instagram\_Post\_Gesundes\_Klima



Instagram\_Post\_Digitale\_Welt



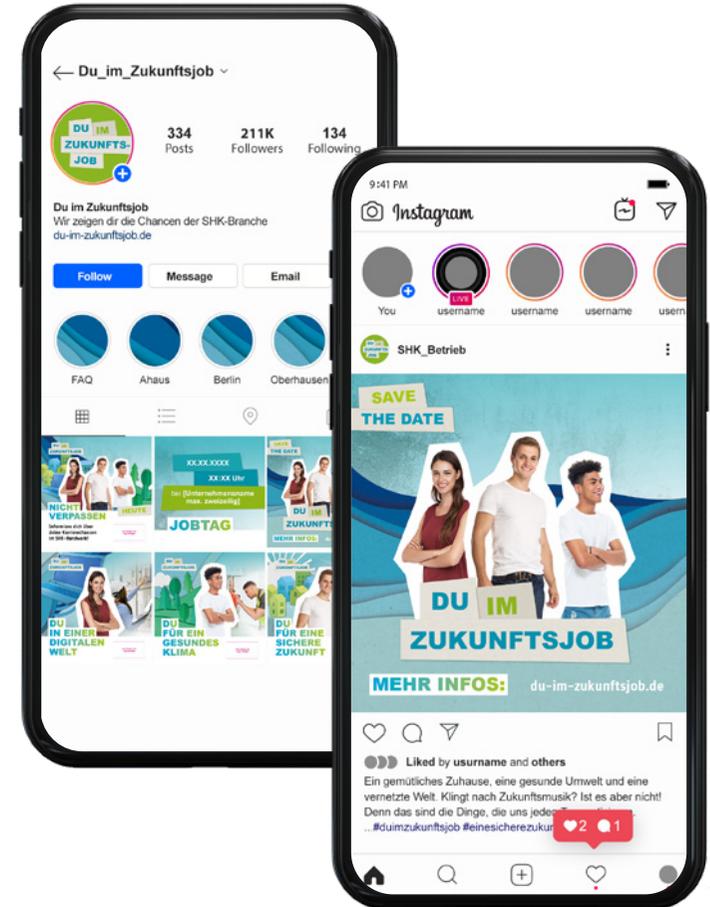
Instagram\_Post\_Heute



Instagram\_Terminbekanntgabe\_1



Instagram\_Terminbekanntgabe\_2



Die Grafiken 1. - 3. sollten in Verbindung mit einer kurzen, aber aussagekräftigen Beschreibung des SHK-Berufes gepostet werden. (Parallel auch auf Facebook/Twitter) Jugendliche, die den Beruf nicht kennen werden hier neugierig gemacht und informiert. Die abgebildete Reihenfolge dient als Empfehlung.

Die 4. Grafik mit dem „Heute“-Störer dient am Tag der Veranstaltung als Reminder.

Die Grafiken 5. - 6. sollten (ca. 4 Wochen vor dem Jobtag) zur Terminbekanntgabe genutzt werden.

Das Kampagnen-Hashtag bestenfalls in jedem Post verwenden: **#duimzukunftsjob**

## Instagram Posting 1080x1080px (nicht editierbar)

Bsp.: Du\_im\_Zukunftsjob\_1080x1080\_Instagram\_Post\_Save-The-Date.jpg



Instagram\_Post\_Sichere\_Zukunft\_A



Instagram\_Post\_Sichere\_Zukunft\_B



Instagram\_Terminbekanntgabe\_1



Instagram\_Post\_Gesundes\_Klima\_A



Instagram\_Post\_Gesundes\_Klima\_B



Instagram\_Post\_Save-The-Date



Instagram\_Post\_Gesundes\_Klima\_A



Instagram\_Post\_Gesundes\_Klima\_B



Diese Grafiken ergeben kombiniert jeweils einen Instagram-Post.

Die Posts 7., 8. und 9. können jeweils mit Kachel 5. kombiniert werden.

Post 10. kann ca. 4 Wochen vor dem Jobtag gepostet werden. Hier wird der Termin bekanntgegeben und auf weitere Infos verwiesen.

# TikTok

## Instagram und TikTok Story-Videos 1080x1920px

Bsp.: Du\_im\_Zukunftsjob\_Story-1080x1920px-jobtag\_EDIT.mp4

Für die Video-Plattform sind drei Versionen vorgegeben, die in regelmäßigen Abständen vor dem Jobtag gepostet werden können.

Auf dem letzten Frame der Animation können über das „TikTok-Upload-Tool“ eigene Texte eingetippt werden. Hier ist es das Datum, an welchem der Jobtag stattfindet. (1.+2.)

Das Kampagnen-Hashtag sollte in jedem Post verwendet werden: **#duimzukunftsjob**

### 1. Video – 11 Sekunden

[...]\_Story-1080x1920px-jobtag\_EDIT.mp4



editierbar

Hier kann auf dem letzten Frame ein Datum eingetippt werden. Wie das funktioniert wird im Kapitel „Personalisierung Online“ auf S. 22 in diesem Leitfaden erläutert.

### 2. Video – 15 Sekunden

[...]\_Story-1080x1920px-zukunft\_EDIT.mp4



editierbar

Hier kann auf dem letzten Frame ein Datum eingetippt werden.

### 3. Video – 11 Sekunden

[...]\_Story-1080x1920px-mehr-infos.mp4



## Social Media Sticker/GIFs/Weitere Hashtags

Die Handwerksunternehmen sind dazu eingeladen selbst Social-Media-Content (Videos/Stories) zu erstellen, um die Zielgruppe auf den bevorstehenden Jobtag aufmerksam zu machen. Hierfür können diese „Sticker“ verwendet werden.

Ein Save the Date-Sticker (1.) fände während Phase 1 Einsatz, z. B. in einer Instagram-Story mit dem Inhalt „Schaut her, wir zeigen euch unseren Betrieb. Wenn ihr noch mehr sehen wollt, kommt vorbei am XX.XX.XXXX!“

**HINWEIS:** „Morgen“-Sticker (2.) nur in Storys verwendbar, wegen der 24h andauernden Sichtbarkeit. Andernfalls ist die zeitliche Zuordnung nicht mehr möglich.

Das Kampagnen-Hashtag sollte in jedem Post verwendet werden: **#duimzukunftsjob**

Unter dem Kampagnenhashtag können die Sticker in der App gefunden werden. Dafür einfach das Hashtag **#duimzukunftsjob** in die Sticker-Suchmaske eingeben.

Weitere Hashtags:

**#füreinesicherezukunft**  
**#füreingesundesklima**  
**#ineinerdigitalenwelt**

**#shk #handwerk**  
**#jobtag**

### Statische Sticker



1.



2.



3.



4.



5.



6.

### Bewegte Sticker



*Leichtes Schaukeln*



*Leichte Vergrößerung*



*Nacheinander Erscheinen*

## Beispiel Reihenfolge Social Media



# Anleitung

## Personalisierung PRINT

Druck-PDFs sind so aufgebaut, dass die jeweiligen Textfelder – **bevor sie an die Druckerei gesandt werden** – noch ausgefüllt werden müssen. Druck-PDFs werden im **Adobe Acrobat Reader DC** bearbeitet.

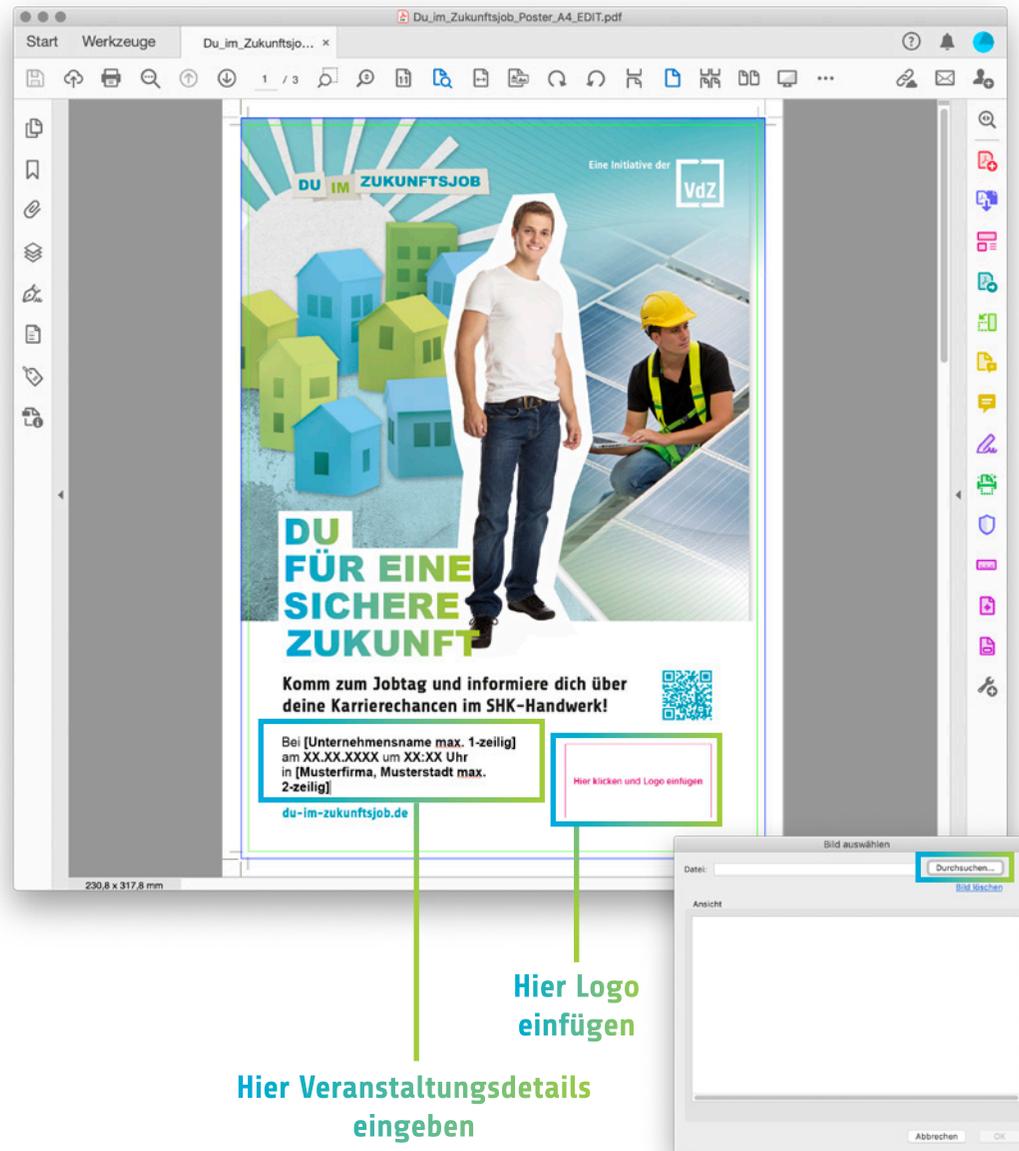
Auf den Postern und auf den Anzeigen werden Details zur Veranstaltung angegeben und per Klick das Firmenlogo eingefügt.

Bei mehrseitigen Dokumenten (Postern und Roll-Ups) werden die Anpassungen auf alle folgenden Seiten übernommen.

Bei den restlichen PRINT-Werbemitteln werden nur Firmen-/Partnerlogos eingefügt.

Das Vorgehen ist bei allen PRINT Sachen gleich.

Alle Print-Werbemittel sind darauf ausgelegt die gängigen Druckvorgaben zu erfüllen. Allerdings kann eine Gewährleistung nach einer Bearbeitung, z. B. Einfügen von Firmenlogos, nicht zu 100% gegeben sein. Bei Unsicherheiten seitens der Unternehmen sollte hier Rücksprache gehalten werden oder der Datencheck der jeweiligen Druckerei in Anspruch genommen werden.



### 1. Dokument öffnen

Öffnen Sie das gewünschte PDF-Dokument im **Adobe Acrobat Reader DC**. (<https://acrobat.adobe.com/de/de/acrobat/pdf-reader.html>)

### 2. Formularfeld ausfüllen

In das Textfeld klicken, um Text einzugeben.

### 3. Logo einfügen

Durch einen Klick auf das Feld „**Hier klicken und Logo einfügen**“ öffnet sich ein neues Fenster. Nach einem Klick auf „**Durchsuchen**“ kann das Logo als **Bild** (JPEG, PNG) ausgewählt und mit der Bestätigung „**OK**“ eingefügt werden.

### 4. Dokument umbenennen und speichern

Um die Originaldatei nicht zu überschreiben, das Dokument umbenennen (z. B. mit Firmenkürzel versehen) und neu abspeichern über „**Datei**“ – „**Speichern unter...**“.

### HINWEIS:

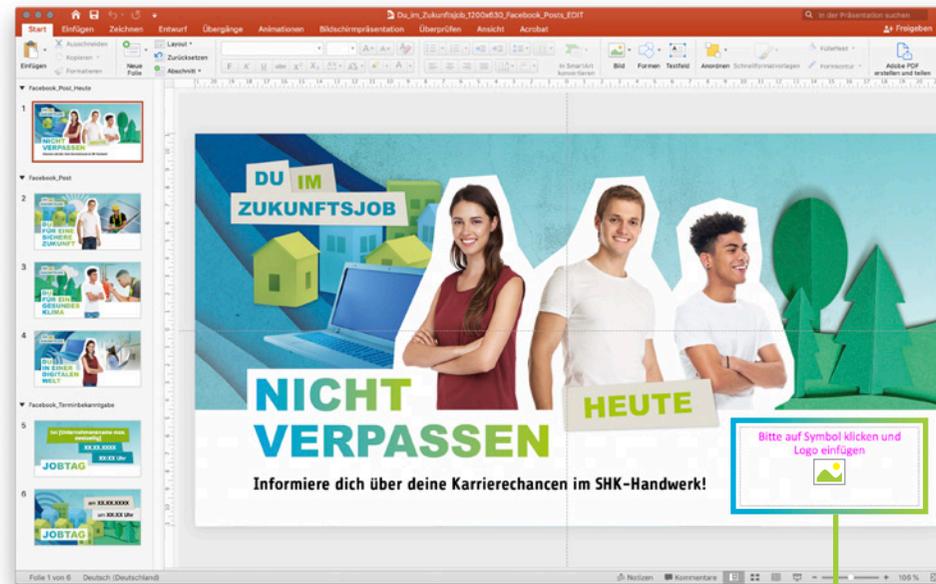
**Manche Online-Druckereien nutzen eine automatisierte Druckdatenannahme, die Formularfelder nicht berücksichtigt.**

Wir empfehlen daher eine Druckerei auszuwählen, die eine persönliche Kundenberatung anbietet. Um sicherzugehen, dass alle ausgefüllten Formularfelder auch mitgedruckt werden, sollte das in der Kommunikation mit der Druckerei unbedingt erwähnt werden.

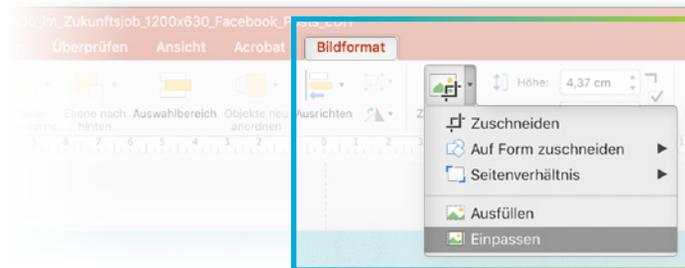
## Personalisierung ONLINE

Einige Online-Grafiken sind individualisierbar, d.h. an bestimmten Stellen können Logos oder Termine eingefügt werden.

Nachdem der Beitrag personalisiert wurde kann über die Export-Funktion ein **JPEG** für Online gespeichert werden.



Hier Logo einfügen



Logo in den Rahmen einpassen

Breite und Höhe beim JPEG-Export beachten



### 1. Dokument öffnen

Öffnen Sie das gewünschte Powerpoint-Dokument in **Microsoft Powerpoint**.

### 2. Logo einfügen

Klicken Sie auf das Bild-Symbol und wählen Ihr Logo zum einfügen aus.

### 3. Bildbereich formatieren

Falls das Logo vom Bildrahmen beschnitten wird, ist es notwendig das Bildformat einzupassen. Hierzu das Logo auswählen und im Reiter „Bildformat“ – „Zuschneiden“ – „Einpassen“

### 4. Dokument speichern, umbenennen und exportieren

Um die Originaldatei nicht zu überschreiben, das Dokument umbenennen (z.B. mit Firmenkürzel versehen). Beim Export unter „Datei“ – „Exportieren...“ in den Exporteinstellungen **JPEG auswählen**. Hierbei auf die korrekten Bildmaße achten. (z.B. Facebook: 1200x630px)

### Exporteinstellungen:

- JPEG
- Instagram: 1080x1080px
- Facebook: 1200x630px
- Header FB-Veranstaltung: 1920x1080px
- Website-Banner: 970x250px

## TikTok/Instagram – Datum einfügen

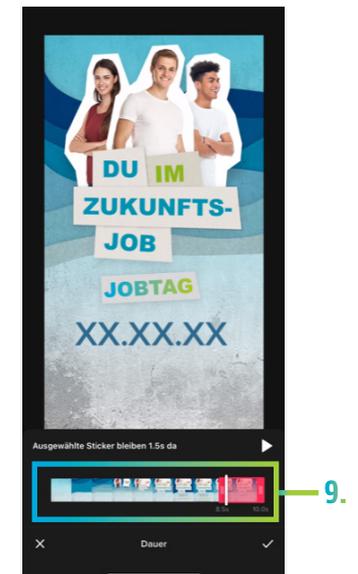
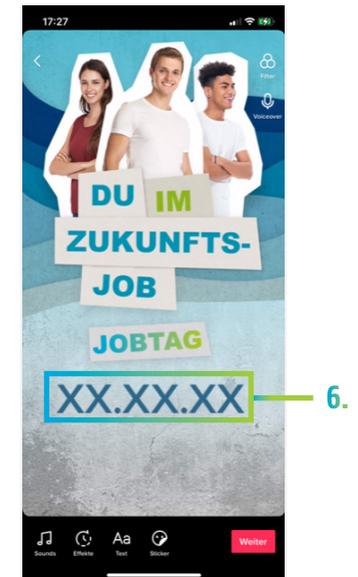
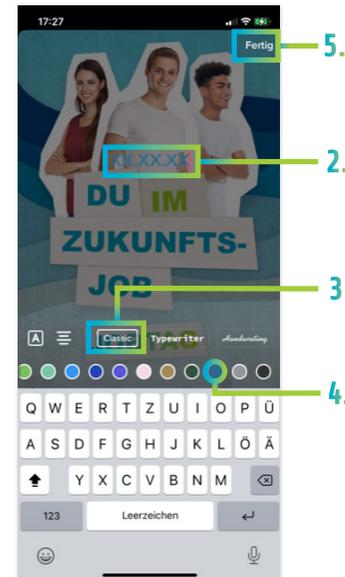
An folgendem Beispiel wird erklärt, wie in der TikTok-App das Datum eingefügt werden kann. Bei Instagram ist das Vorgehen ähnlich.

Nachdem das gewünschte Video im Bearbeitungsmodus geöffnet wurde:

1. Textwerkzeug auswählen.
2. Datum eintippen.
3. Schriftart „Classic“ auswählen.
4. Farbe „kühles Dunkelblau“ auswählen.
5. Mit „Fertig“ bestätigen.
6. Datum größer ziehen.
7. Datum gedrückt halten und auf „Dauer festlegen“ klicken.
8. Es öffnet sich ein neuer Bearbeitungsmodus mit einer Zeitleiste.
9. Die roten Regler zeigen an, an welcher Stelle im Video der Text zu sehen ist.

**Bitte beachten:** Das Datum sollte kurz nach dem Tag „Jobtag“ auftauchen und dann bis zum Ende zu sehen sein.

Mit dem Haken bestätigen.



# Hilfe und Ansprechpartner

## **Bei allgemeinen Fragen zur Zusammenarbeit oder zur Kampagne:**

Maurice Frick

Oranienburger Straße 3  
10178 Berlin

maurice.frick@vdzev.de  
Tel.: 030 27 87 44 08-10

## **Hilfe bei grafischer und technischer Umsetzung:**

KonzeptQuartier GmbH

Hirschenstraße 16 / Rückgebäude  
90762 Fürth

willkommen@konzeptquartier.de

## **Herausgeberin:**

VdZ – Forum für Energieeffizienz  
in der Gebäudetechnik e. V.

Oranienburger Straße 3  
10178 Berlin

Stand 05/2021