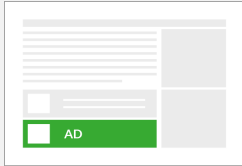
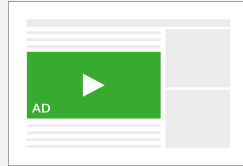


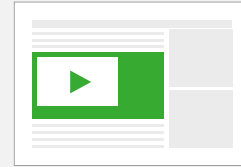
Wählen Sie hier Ihr gewünschtes Format aus:



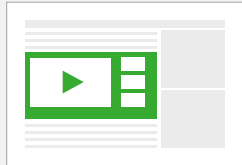
Native Ad



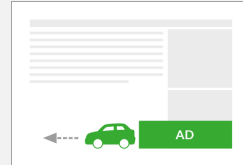
In-Article Video



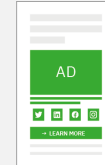
Branded Player



Shoppable Video



High Impact Ad



Social Ad

Native Ad (Bild-Text-Anzeigen)

Creative

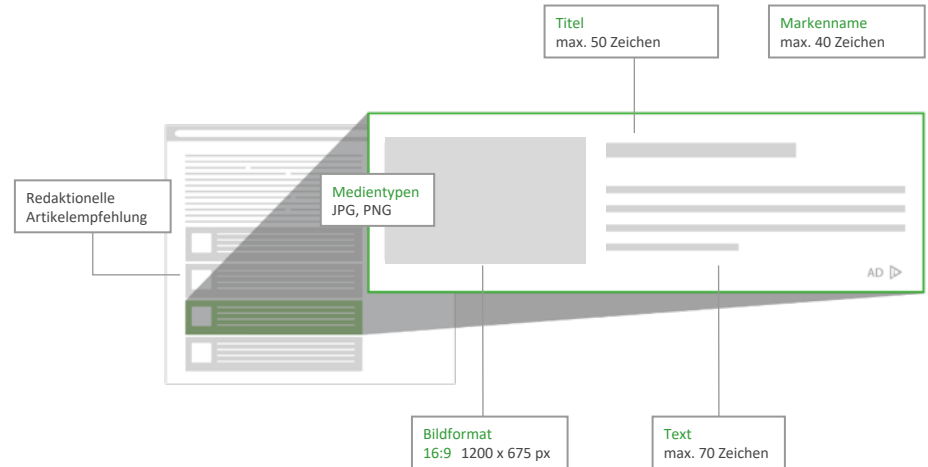
- Seitenverhältnis: 16:9
- Medientypen: JPG oder PNG

i Bitte beachten Sie, dass die Bilder so zugeschnitten werden, dass sie mit dem Layout des Publishers übereinstimmen. Wir empfehlen, keine Logos oder Texte in den Bildern zu verwenden. Wichtige Elemente der Bilder sollten möglichst zentriert platziert sein, um den Beschnitt zu vermeiden.

Text

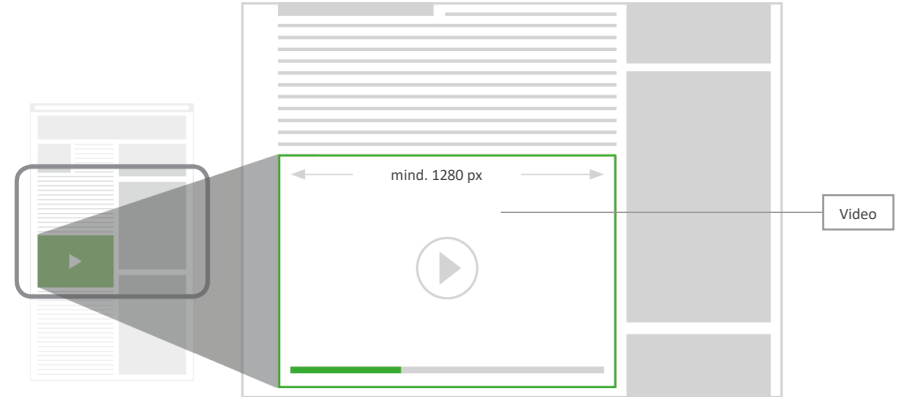
- Titel: max. 50 Zeichen (30 Zeichen werden empfohlen)
Der Titel sollte so formuliert werden, dass er auch ohne Teaser die gewünschte Wirkung erzielt.
- Text: max. 70 Zeichen (60 Zeichen werden empfohlen)
- Markenname: max. 40 Zeichen

i Bitte beachten Sie, dass Whitespace-Zeichen (z. B. Leerzeichen, Tabulator) in der Anzahl der Zeichen enthalten sind. Texte können je nach Publisher gekürzt werden.



Video

- Anlieferung von VAST Redirects
- Videogröße: max. 100 MB
- Max. Bitrate: 1.000 kbps
- Format: 16:9
- H. 264 Codec
- Lautheit -23 LUFS
- Empfohlene Mindestauflösung: 1280 x 720 px
- Medientypen: x-flv, mp4, webm, x-ms-wmv, ogg, x-msvideo, mpeg, quicktime, 3gpp, 3gpp2, x-m4v, mov



- i** Um die Aufmerksamkeit des Nutzers nicht zu verlieren, sollte ein Video die Dauer von 30 Sekunden nicht überschreiten und für die Optimierung für Mobilgeräte noch kürzer sein.

Branded Player

Video

- Seitenverhältnis: 1:1; 4:3; 16:9
- Laufzeit: max. 30 Sek.

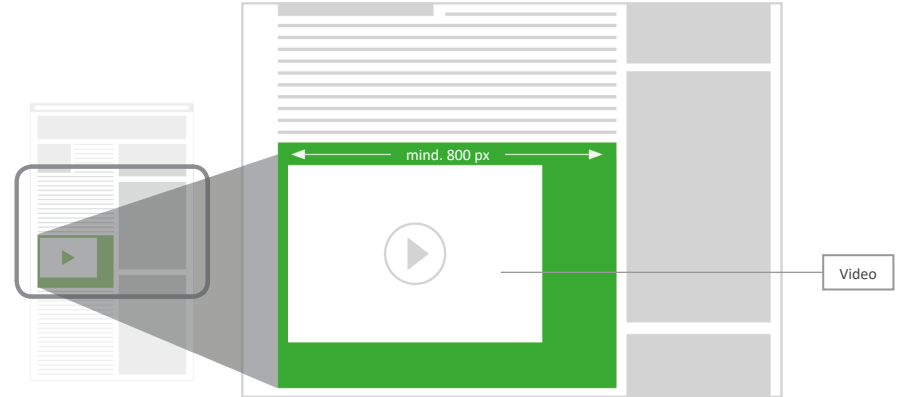
3rd-Party Tracking

- Verwenden nur IMG-Pixel, keine JS-Tracking- Links

Interactive Layer

- Minimale Breite: 800 px
- Seitenverhältnis: 16:9
- Dateiformate: gelayerte PSD Grafik, JPG, PNG

i Um die Aufmerksamkeit des Nutzers nicht zu verlieren, sollte ein Video die Dauer von 30 Sekunden nicht überschreiten und für die Optimierung für Mobilgeräte noch kürzer sein.



Video

- Seitenverhältnis: 1:1; 4:3; 16:9
- Laufzeit: max. 30 Sek.

3rd-Party Tracking

- Verwenden nur IMG-Pixel, keine JS-Tracking- Links

Interactive Layer

- Minimale Breite: 800 px
- Seitenverhältnis: 16:9
- Dateiformate: gelayerte PSD Grafik, JPG, PNG

- i Um die Aufmerksamkeit des Nutzers nicht zu verlieren, sollte ein Video die Dauer von 30 Sekunden nicht überschreiten und für die Optimierung für Mobilgeräte noch kürzer sein.

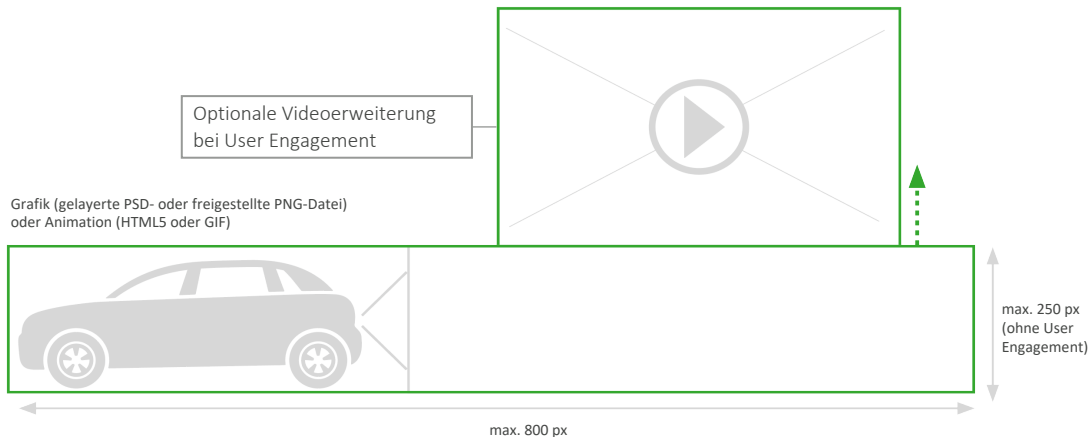


Formate

- HTML5 (empfohlen für Desktop)
- Gelayerte PSD-Grafiken
- Freigestellte PNG-Grafiken
- GIF-Grafiken (auch animiert für Desktop)

Video (optional)

- Dateiformat: VAST Tag, AVI, MPG, MOV, WEBM, MP4
- Dateigröße: ≥ 1 MB pro 10 Sek. Spielzeit
- Seitenabmessung: 4:3; 16:9, etc.
- Mindestbreite: 640 px
- Laufzeit: 15 – 25 Sek. empfohlen



High Impact Ad

2/2

Dateigröße (max. 1 MB)

- Desktop ohne User Engagement: max. 800 x 250 px
- Desktop mit User Engagement: auf Anfrage
- Tablet: max. 500 x 250 px
- Smartphone: max. 300 x 165 px

Tracking

- 1 Target URL
- 3 View-Pixel (<https://img-pixel.com>)
- 1 Engagement Tracking Pixel pro Messpunkt (<https://img-pixel.com>)

VAST-Tags

- Bitrate: max. 1000 kbps
- Format: 16:9
- Codec: h.264
- Lautstärke: -23 LUFS

 Bitte liefern Sie die Materialien spätestens eine Woche vor dem Kampagnenstart an.

Die Social URL

- Von welcher das Bild und der Text entnommen werden sollen (z.B. Facebook oder Instagram posts' URL)

Der Post muss auf „public“ gestellt sein

Social Button URLs

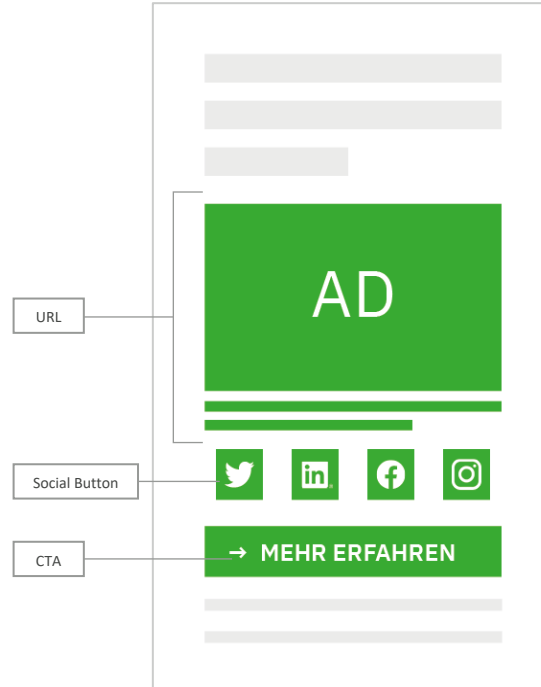
- Die URLs, auf die der User weitergeleitet wird, wenn er auf die Social Icons klickt

Call to Action Text

- Der Text, der angezeigt wird und den User zur Handlung aufruft

Call to Action URL

- Die URL, auf die der User weitergeleitet wird, wenn er auf den Call to Action Knopf klickt.



Reporting der Klicks, unterschieden nach:

- Main Social Image
- Alle individuellen Social Buttons
- Call to Action