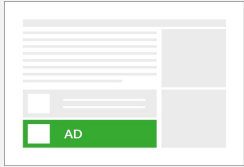


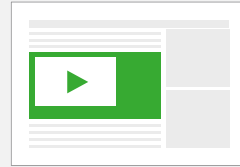
Wähle hier dein gewünschtes Format aus:



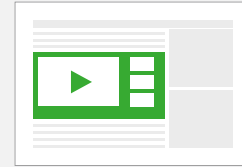
Native Ad



In-Article Video



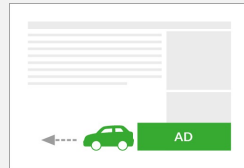
Branded Player



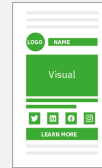
Shoppable Video



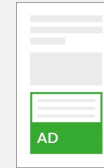
Connected TV



High Impact Ad



Social Ad



Mobile Smart Media Ad

Native Ad (Bild-Text-Anzeigen)

Creative

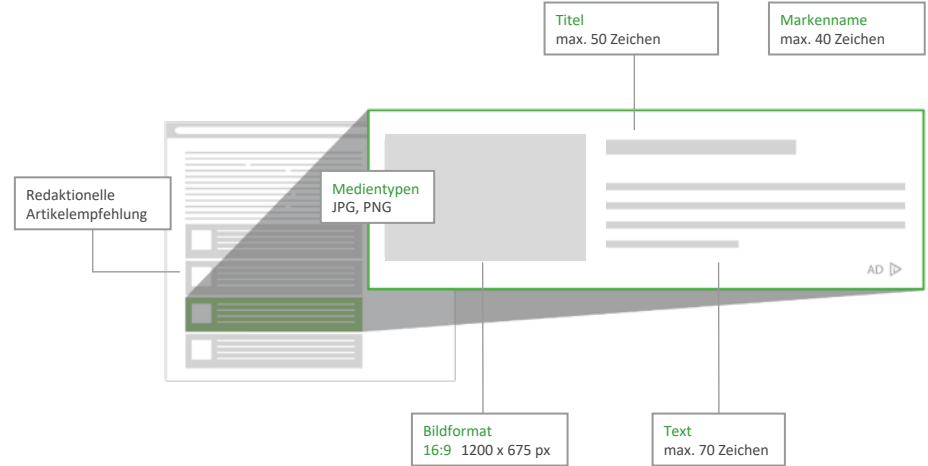
- Seitenverhältnis: 16:9
- Medientypen: JPG oder PNG

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

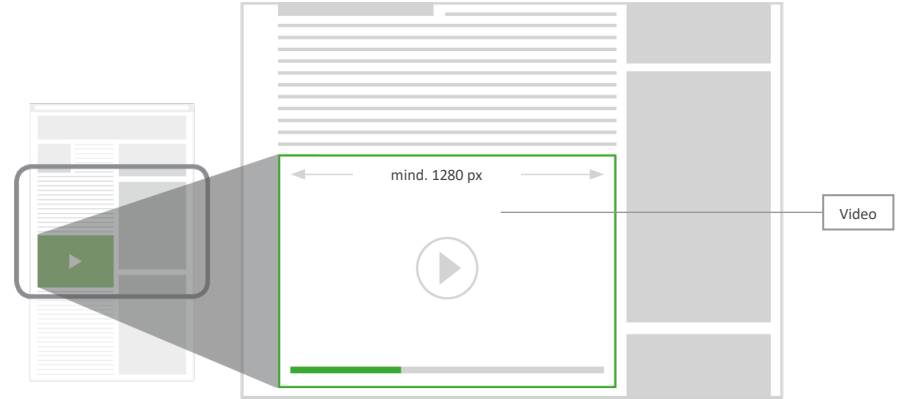
- Zwei Titelvarianten:
 - Titel 1: max. 30 Zeichen
 - Titel 2: max. 50 ZeichenDer Titel sollte so formuliert werden, dass er auch ohne Teaser die gewünschte Wirkung erzielt.
- Text: max. 70 Zeichen (60 Zeichen werden empfohlen)
- Markenname: max. 40 Zeichen

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.

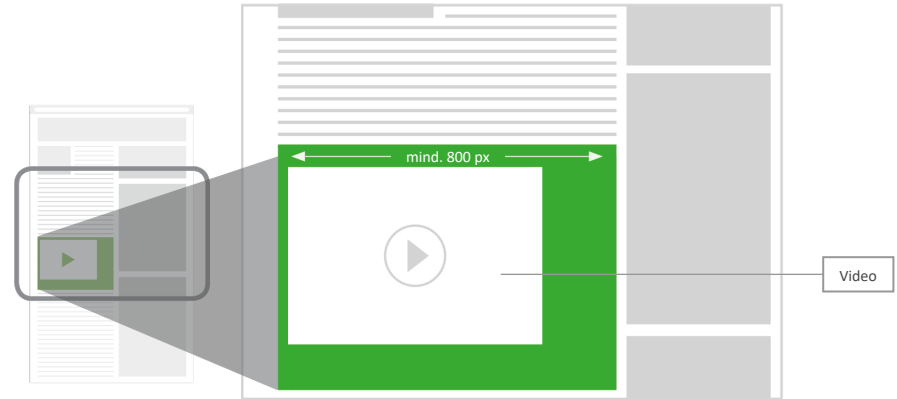
3rd-Party Tracking

- 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.

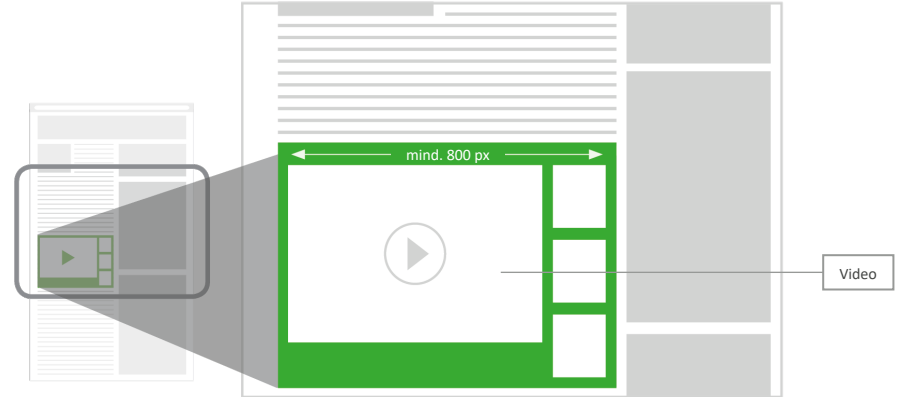
3rd-Party Tracking

- 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.



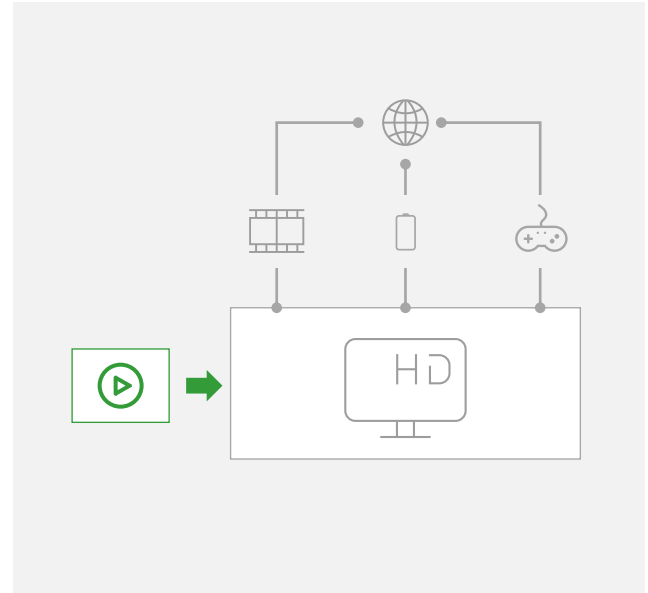
Connected TV (CTV)

CTV ist ein Format, das Videos über das Internet ausliefert und auf Fernsehgeräten ausspielt. CTV beinhaltet:

- “Smart TVs”, die Videos direkt über das Internet streamen
- Geräte, die mit dem Internet verbunden sind, wie bspw. Roku, Chromecast, Fire stick, Apple TV u.v.m.
- Gaming Konsolen, wie bspw. Xbox, Playstation, Nintendo u.v.m.

Video

- Creative Type: VAST*
- Media Type: MP4
- Minimum Bitrate: 2,000 kbps
- Videogröße: 1280px x 720px (720p)
- Länge: 15 bis 30 Sekunden**
- Integration eines Layers möglich:
 - 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.

Verwenden Sie keine VPAID-Creatives. Sie werden von den meisten CTV-Geräten nicht unterstützt.

ACHTUNG: Das Format ist nicht clickable. Für eine Verlinkung bieten wir die Platzierung eines QR-Codes.

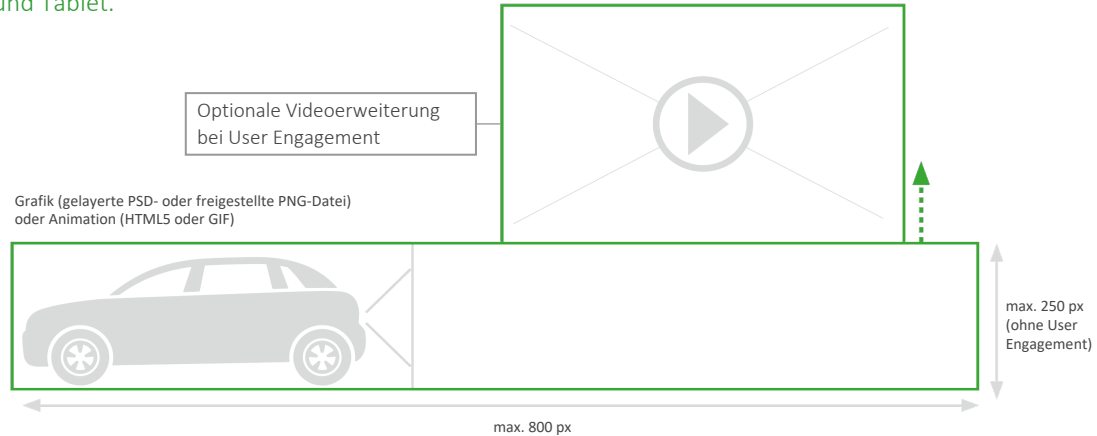
Formate

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

 Es gibt die Möglichkeit der Retina-Optimierung für Smartphone und Tablet.

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

VAST-Tags

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

Tracking

- 1 Target URL
- 3 View-Pixel (https img-Pixel)
- 1 Engagement Tracking Pixel pro Messpunkt (https img-Pixel)

 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)

i Der Post muss auf „public“ gestellt sein

Social Button URLs

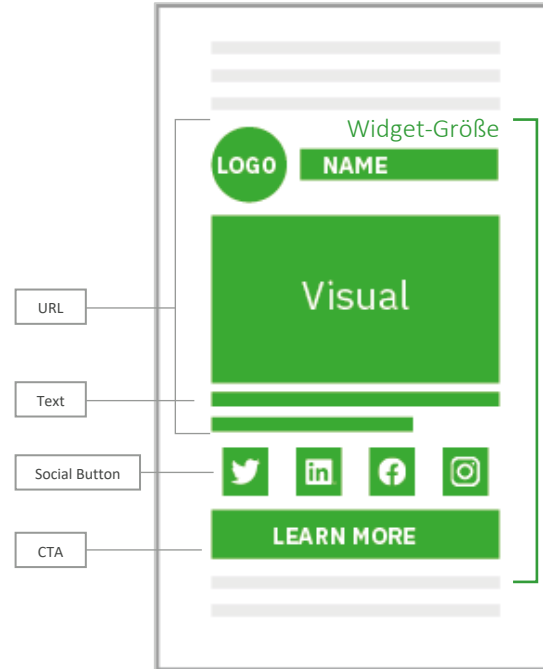
Die URLs, auf die der User weitergeleitet wird, wenn er auf die Social Icons klickt

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

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

Social Ad – Widgetgröße 320 x 480

2/4

Kopfzeile

- Firmenname: max. 17 Zeichen
- Logo: jpg, png, gif - Seitenverhältnis 1:1

Visual (Bild oder Video)

Seitenverhältnis 1:1 oder 4:3 oder 16:9

- Bild: jpg, png, gif
- Video: mp4, mov, avi (empfohlene Länge: max. 30s)

i Mindestauflösung für Retina-Optimierung:
640 px Breite [... Höhe abhängig vom Seitenverhältnis].

Text

Seitenverhältnis Bild	Max. Zeichen (ohne Social Button)
1:1	120
4:3	240
16:9	360

Maßgeschneiderte Social Buttons

Platziere zusätzlich Twitter / Facebook / Instagram / LinkedIn / Pinterest

i Die Verwendung von mehreren Social Buttons reduziert die verfügbare Textfläche.

CTA

- Titel: max. 21 Zeichen
- Farbe: optional

Tracking (optional: von plista oder Kunden erstellt)

- **Allgemein:** Clicktracker zur Verfolgung des Hauptbereichs von der Social Ad
- **Video:** Quartile-Clicktracker (START, 25%, 50%, 75%, ENDE) für den Fall, dass Videoereignisse gemessen werden sollen
- **Maßgeschneiderte Social Buttons:** Clicktracker für jeden Social Button
- **CTA:** zusätzl. Clicktracker für den Fall, dass unterschieden werden soll zwischen Klicks auf CTA und Hauptbereich von der Social Ad

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

Social Ad – Widgetgröße 300 x 600

3/4

Kopfzeile

- Firmenname: max. 16 Zeichen
- Logo: jpg, png, gif - Seitenverhältnis 1:1

Visual (Bild oder Video)

Seitenverhältnis 1:1 oder 3:4

- Bild: jpg, png, gif
- Video: mp4, mov, avi (empfohlene Länge: max. 30s)

i Mindestauflösung für Retina-Optimierung:
600 px Breite [... Höhe abhängig vom Seitenverhältnis].

Text

Seitenverhältnis Bild	Max. Zeichen (ohne Social Button)
1:1	400
3:4	260

Maßgeschneiderte Social Buttons

- Platziere zusätzlich Twitter / Facebook / Instagram / LinkedIn / Pinterest
- i** Die Verwendung von mehreren Social Buttons reduziert die verfügbare Textfläche.

CTA

- Titel: max. 20 Zeichen
- Farbe: optional

Tracking (optional: von plista oder Kunden erstellt)

- **Allgemein:** Clicktracker zur Verfolgung des Hauptbereichs von der Social Ad
- **Video:** Quartile-Clicktracker (START, 25%, 50%, 75%, ENDE) für den Fall, dass Videoereignisse gemessen werden sollen
- **Maßgeschneiderte Social Buttons:** Clicktracker für jeden Social Button
- **CTA:** zusätzl. Clicktracker für den Fall, dass unterschieden werden soll zwischen Klicks auf CTA und Hauptbereich von der Social Ad

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

Social Ad – Widgetgröße 300 x 250

4/4


Kopfzeile (wird auf dem Bild in der oberen linken Ecke platziert)

- Firmenname: max. 20 Zeichen
- Logo: jpg, png, gif – Seitenverhältnis 1:1

Visual (Bild oder Video)

Seitenverhältnis 16:9

- Bild: jpg, png, gif
- Video: mp4, mov, avi (empfohlene Länge: max. 30s)

 Mindestauflösung für Retina-Optimierung:
600 px Breite [... Höhe abhängig vom Seitenverhältnis].

Text

- max. 80 Zeichen (ohne zusätzliche Social Buttons)

Custom Social Buttons

- Nicht verfügbar

CTA

- Titel: max. 20 Zeichen
- Farbe: optional

Tracking (optional: von plista oder Kunden erstellt)

- **Allgemein:** Clicktracker zur Verfolgung des Hauptbereichs von der Social Ad
- **Video:** Quartile-Clicktracker (START, 25%, 50%, 75%, ENDE) für den Fall, dass Videoereignisse gemessen werden sollen
- **CTA:** zusätzl. Clicktracker für den Fall, dass unterschieden werden soll zwischen Klicks auf CTA und Hauptbereich von der Social Ad

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

Mobile Smart Media Ad

Formate

- Gelayerte PSD-Grafiken
- EPS, AI, JPG, PNG im RGB Farbraum
- **Initial phase:** Phone: 300 x 165 px, Tablet: 500 x 250 px
- **Expanded phase:** Phone: 320 x 568 px, Tablet: 600 x 1024 px

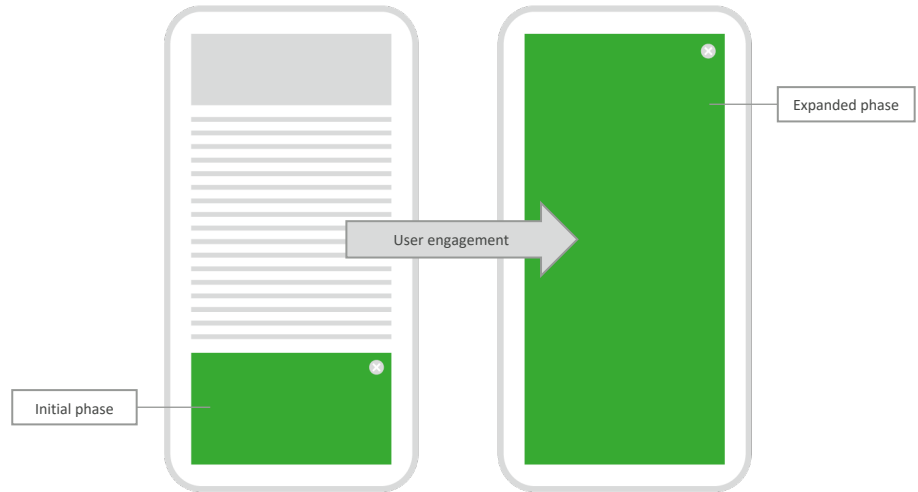
i Alle Objekte müssen als Smart Object hinterlegt sein und mind. doppelt so groß (2x) sein als am Ende sichtbar, um für Retina Displays skalierbar zu sein.

Video (optional)

- Dateiformat: MOV, AVI oder MP4
- Laufzeit: max 30 Sek.

Tracking

- Es können mehrere Ziel-URLs hinterlegt werden
- Tracking-Option: Click Tracking, Impression Tracking



i Bitte liefern Sie die Materialien spätestens 10 Arbeitstage vor dem Kampagnenstart an.