



XING

Audience Network

Creative Specs

Banner

Kreative Richtlinien & Spezifikationen

Ad Bundle*

besteht aus Medium Rectangle (300 × 250), Superbanner (728 × 90) und (Wide) Skyscraper (160 × 600).

High Impact*

sind die halbseitige Anzeige (300 × 600) und das Billboard (970 × 250).
Diese Formate sind auf dem Desktop verfügbar.

Mobile Banner*

320 × 50 und Mobile Interstitial (320 × 480) sind auf Mobile verfügbar.

* Die Motive müssen in einem zugelassenen Anzeigenformat vorliegen: GIF, JPEG oder DHTML, mit beliebigen HTML- oder JavaScript-Anzeigen-Tags von zugelassenen Anzeigenservern.

Für HTML5-Motive:

- Um das Klick-Ereignis für ein beliebiges HTML5-Asset zu verfolgen, muss man ein Tracking-Code-Snippet in den HTML5-Code einfügen. Andernfalls wird der Xandr DSP nicht in der Lage sein, alle Klicks korrekt zu zählen. Diese Funktion arbeitet unabhängig von möglichem Impression- und Click-Tracking auf der Client-Seite. Alle anderen Formate (z. B. JPG, GIF) benötigen keinen Xandr Click Tracker.
- Eine Dokumentation zur Integration finden Sie [hier](#).
- Jedes Motiv muss mit einer einzigen erkennbaren Marke oder einem Produktangebot verbunden sein. Mehrere Marken, die zu einem einzigen Angebot kombiniert werden, werden akzeptiert.
- Motive dürfen keine Marken wechseln und für die meisten gehosteten Bilder beträgt die maximale Dateigröße 150 kB.
- Die Anzeige muss den Nutzer erfolgreich zu einer akzeptablen Landingpage in einer separaten Browser-Registerkarte weiterleiten, wenn er auf die Anzeige klickt.
- Die Zielseite muss in einem neuen Tab oder Fenster geöffnet werden und darf nicht von der Seite des Publishers wegführen.
- Die Landingpage muss mit der Sprache, der Marke und dem Angebot des Werbemittels übereinstimmen.

Videos

Kreative Richtlinien & Spezifikationen



- Die Dateigröße für gehostete Videos ist auf 1 GB begrenzt.
- Die empfohlene Mindestbitrate beträgt 2.500 kbit/s.
- Die empfohlene Mindestgröße des Videos beträgt 1280px × 720px.
- Das kreative Video muss mit einem der folgenden Dateitypen erstellt werden: 3G2 (3GPP2), 3GP (3GPP), Advanced Systems Format (ASF), Audio Video Interactive (AVI), F4A, F4B, F4P, F4V, FLV, M2V, M4V, MKV, MOV, M4P, MPE, MPEG, MPEG-2 (MP2), MPEG-4 (MP4), MPG, MPV, OGG, OGV, QuickTime (QT), RM, SWF, TS, VOB, WebM und Windows Media Video (WMV).
- VAST Version 2.0 und höher wird unterstützt.

Spezifikationen für Hosted Video Creatives

Size (px)	Bit Rate (kbit/s)
2160	30.000
1280	8.000
1080	7.000
720	2.500, 2.000, 1.700, 1.100, and 600
432	1700, 1500, 1000, and 500

Richtlinien und Spezifikationen für Videos von Drittanbietern

Halten Sie sich bei der Erstellung von Video-Creatives, die über einen Anzeigen-Server eines Drittanbieters übertragen werden, an diese Richtlinien und Spezifikationen:

- Externe VAST-Anzeigen-Server müssen Inhalte an unsere VAST-Check-Funktion übermitteln, bevor sie gespeichert werden können.
- Es gibt keine Größen- oder Formatbeschränkungen für Video-Creatives, die von externen Anzeigenservern bereitgestellt werden.
- Wenn Sie VAST-Video-Creatives im Google-Bestand schalten, sollte die Dauer maximal 15 oder 30 Sekunden betragen. Wenn Sie Video-Creatives mit einer Dauer von mehr als 15 Sekunden bereitstellen möchten, empfehlen wir, dass Ihr Creative das überspringbare Element enthält.
- Stellen Sie sicher, dass die in Ihrem VAST-Dokument enthaltenen Video-Creatives mit den Dateitypen FLV, MP4 und WebM transkodiert sind.

Für In-Stream-Video-Creatives, die mit den Dateitypen FLV, MP4 und WebM transkodiert wurden, sollten mehrere Bitraten angegeben werden. Die folgenden Bitraten werden empfohlen:

- 500 kbit/s (optimiert für mobile Geräte mit Mobilfunkverbindung und erforderlich für viele mobile SSPs)
- 1.200 kbit/s
- 2.500 kbit/s (optimiert für Hochgeschwindigkeitsverbindungen)
- Verwenden Sie in jedem Fall sichere Tags. Wenn Sie mit VPAID-Werbemitteln arbeiten, stellen Sie sicher, dass Sie jede referenzierte Datei ordnungsgemäß sichern.

Native

Kreative Richtlinien & Spezifikationen

Standard Daten-Spezifikationen

Spezifikation	Beschreibung
Titel	Titel, der angezeigt wird, wenn das native Werbematerial gerendert wird. Empfohlen sind maximal 25 Zeichen.
Text	Kurze Beschreibung, die Details über das native Kreativmaterial enthält. Empfohlen sind maximal 100 Zeichen.
Gesponsored von	Markenname, der mit dem nativen Werbemittel verknüpft wird. Empfohlen sind maximal 25 Zeichen.
Call-to-Action	Fordert den Nutzer auf, nach der Anzeige des nativen Werbemittels die erforderliche Aktion durchzuführen (z. B. sich in die Mailingliste einzutragen). Empfohlen sind maximal 25 Zeichen.
Display URL	Öffentliche URL, die für den Benutzer sichtbar ist, wenn das native Werbematerial gerendert wird.
Preis	Preis für Produkt/App/In-App-Kauf. Das entsprechende lokalisierte Währungssymbol sollte enthalten sein.
Verkaufspreis	Verkaufspreis, der zusammen mit dem Preis verwendet werden kann, um einen reduzierten Preis im Vergleich zu einem regulären Preis anzugeben. Das entsprechende lokalisierte Währungssymbol sollte enthalten sein.
Bewertung	Bewertung des Produkts, das dem Benutzer angeboten wird. Zum Beispiel die Bewertung einer App in einem App-Store von 0–5.
Likes	Anzahl der sozialen Bewertungen oder „Likes“ für das Produkt, das dem Nutzer angeboten wird.
Downloads	Anzahl der Downloads/Installationen dieses Produkts.
Telefonnummer	Telefonnummer, die für den Nutzer sichtbar ist, wenn das native Werbemittel gerendert wird. Die Telefonnummer sollte entsprechend der örtlichen Gegebenheiten formatiert werden. Wenn Sie beispielsweise in den Vereinigten Staaten ansässig sind, würde Ihre Telefonnummer wie folgt formatiert werden: 800-555-5555.
Adresse	Adresse, die beim Rendern des nativen Werbemittels für den Nutzer sichtbar ist.
Beschreibung	Ausführliche Version des Textes des nativen Werbemittels.
Video	Zugehöriges Video, das beim Rendern des nativen Werbematerials für den Nutzer sichtbar ist.

Standard Bild-Spezifikationen

Spezifikation	Beschreibung
Bild	Primäres Bild, das beim Rendern des nativen Bildmaterials angezeigt wird. <ul style="list-style-type: none">• Empfohlene Größe: 1200 x 627• Aspect Ratio: 1.91:1• Formate: JPG, PNG• Maximale Dateigröße: 1 MB
Icon	Primäres Symbol, das angezeigt wird, wenn das native Kreativmaterial gerendert wird. <ul style="list-style-type: none">• Empfohlene Größe: 300 x 300• Aspect Ratio: 1:1• Formate: JPG, PNG• Maximale Dateigröße: 200 kB

Benutzerdefinierte Daten-Spezifikationen

Spezifikation	Beschreibung
Titel 1–5	Zusätzliche Titel, die beim Rendern des nativen Bildmaterials angezeigt werden.
Text 1–5	Zusätzlicher Text, der beim Rendern des nativen Bildmaterials angezeigt wird.
Call-to-Action 1–5	Zusätzliche Handlungsaufforderungen, die den Nutzer dazu ermutigen, nach dem Betrachten des nativen Werbemittels die erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen (z. B. sich in die Mailingliste einzutragen).
Social URL 1–5	URLs, die den Nutzer zu den entsprechenden Social-Media-Plattformen führen.
Display URL 1–5	Zusätzliche öffentliche URLs, die sichtbar sein können und/oder den Nutzer automatisch auf eine Webseite umleiten, die mit der Domain der Landing Page verbunden ist.

Benutzerdefinierte Bild-Spezifikationen

Spezifikation	Beschreibung
Bild 1–5	Zusätzliche Bilder, die beim Rendern des nativen Bildmaterials angezeigt werden.
Icon 1–5	Zusätzliche Symbole, die angezeigt werden, wenn das native Motive gerendert wird.
Social Icon 1–5	Entsprechende Social-Media-Symbole, die beim Rendern nativer Grafiken angezeigt werden.