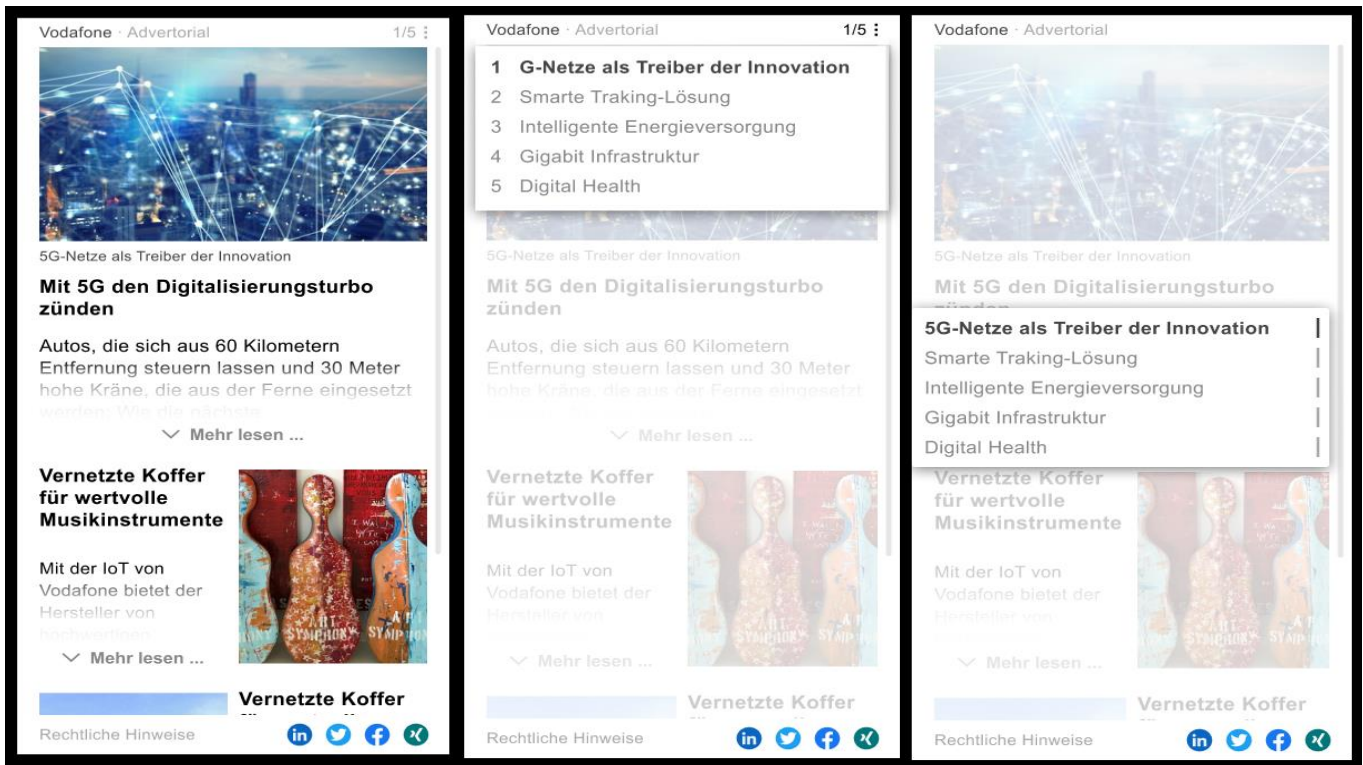


Materialanlieferung an Factor Eleven



Template Inhalte

Das Logo und die Content-Bilder werden vom Kunden in den richtigen Größen als png oder jpg angeliefert. (siehe Bildanlieferung)

CI/ CD-Daten:

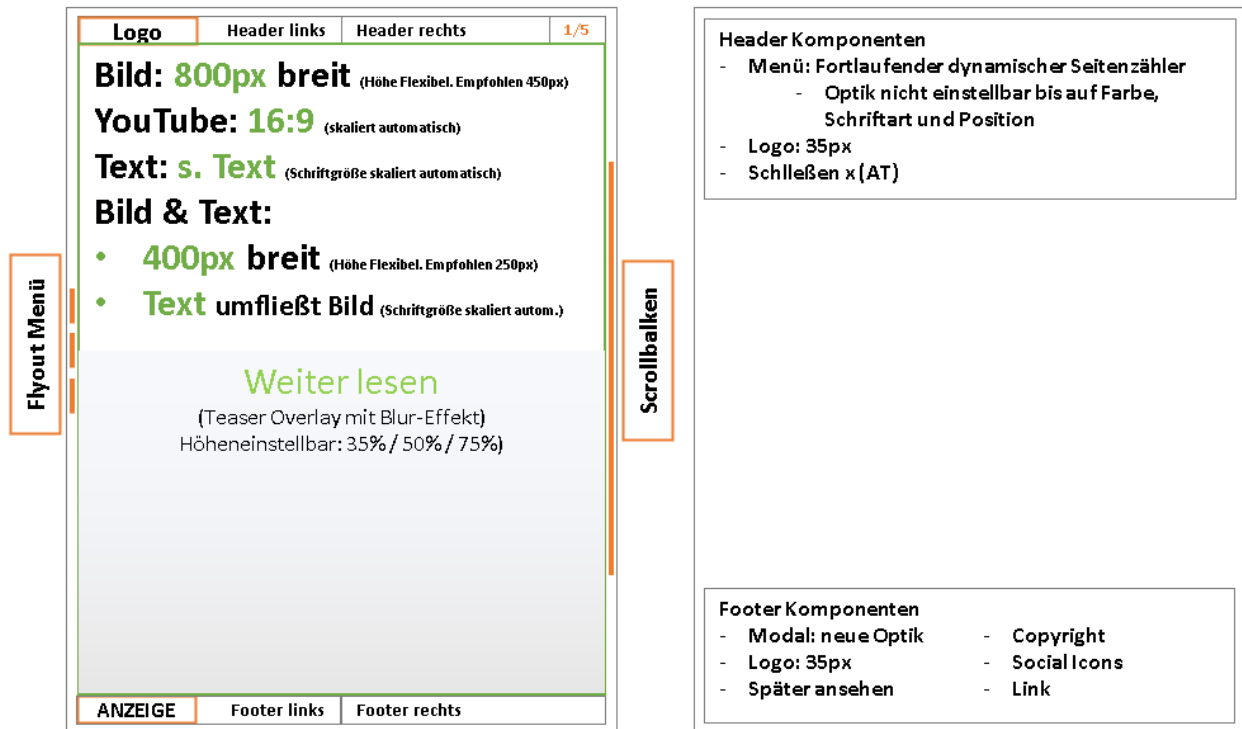
- Link zur Landing-Page der Kampagne
- CI/ CD-Daten inkl. Online-Styleguide
- Schriftarten und Schriftgrößen

Kampagnendaten/ -inhalte:

Folgende Datenanlieferungen sind auch nach Absprache technisch möglich:

- Exceltabelle
- Datenfeed (csv, xls)
- API-Schnittstelle

Aufbau & Komponenten



Header

- Logo
- Schließen (AT)
- Menü

Content

- Bild
- YouTube (Start via Klick)
- Textblock
- Bild & Textblock

Footer

- Social Icons
- Modal (z.B. rechtl. Hinweise)
- Terms/Link (ext. Link)
- Später ansehen
- Logo
- ANZEIGE Hinweis (Pflicht)

Bild-Anlieferung (Desktop & Mobile)

1. **Große 16:9 Kachel**
Anlieferung der Grafik als png oder jpg.
Maße Bild: 800px Mindestbreite x450px (**empfohlene Höhe** für eine Standard Artikel
Bildgröße mit einem Seitenverhältnis 16:9) Alle Seitenverhältnisse technisch zulässig.
2. Maße Bild (im Textblock): 400px Mindestbreite x225px (**empfohlene Höhe** für eine Standard
Artikel Bildgröße mit einem Seitenverhältnis 16:9) Alle Seitenverhältnisse technisch zulässig
3. Maße Youtube: 16:9 (**skaliert automatisch**)
4. **Logo Desktop:** Anlieferung der Grafik als .svg oder .png mit transparentem Hintergrund
Max. Höhe: 35px
Logo Mobile: Anlieferung der Grafik als .svg oder .png mit transparentem Hintergrund
Max. Höhe: 25px

Text-Anlieferung

Für die Anpassung des Textes stehen folgende Einstellmöglichkeiten im Rich Text Editor zur Verfügung:

- Überschriften in 6 Schritten H1 (größte) bis H6 (kleinste)
- **Fett** / *Kursiv* / Unterstrichen
- Ausrichtung: Linksbündig, mittig, rechtsbündig, Blockabsatz
- Hoch und Tiefgestellt
- Schriftart und Größe
- Bulletpoints und Aufzählung (1., 2. usw.)

Links können via HTML eingefügt werden und müssen aus dem Werbemittel rauslinken.

Beispiel

```
<a href=https://... " target="_blank">Linktext</a>
```

Video-Anlieferung

Das Hosting über YouTube ist zur Integration von Videos im Advertorial Ads ist zwingend erforderlich.

- Der Startscreen ergibt sich aus den Einstellungen im jeweiligen YouTube Kanal
- Play nach Klick zum Starten des Videos. Autoplay oder Play via Mouseover verstößt seit dem letzten Chrome Browser Release zum Teil gegen deren Richtlinien für die Schwere von Werbemitteln. Dies führt zur Blockierung und Ausblendung während der Ausspielung.
- Das Videoelement kann nicht verlinken
- Es können keine Texte über das Video gesetzt werden
- Ein Video auf der Startseite wird aus Performancegründen nicht empfohlen

Kreations- & Produktionsinformationen (Desktop & Mobile)

Das Werbemittel wird von Factor Eleven produziert.

Das Logo und die Content-Bilder werden vom Kunden in den richtigen Größen angeliefert. Factor Eleven setzt diese mit Hilfe eines Kundenkonzeptes zum Advertorial Ad zusammen und fügt den Header, das Flyout Menü, den „Weiterlesen“ CTA und den Footer hinzu.

Das Advertorial muss mindestens aus zwei Artikelabschnitten / Kategorien bestehen.

Header:

Das Menü und das Logo sind standardmäßig im Header integriert.

Flyout Menü:

Das Flyout Menü zeigt die Kategorien aus dem Menü an und sitzt links mittig am Rahmen des Werbemittels. Die aktuelle Kategorie ist immer hervorgehoben. Das Flyout Menü ist optional.

„Weiterlesen“ Call to Action:

Der „Weiterlesen“ Call to Action ist ein Blur-Effekt, der sich über einen Teil des Werbemittels sitzt. Der freie Sichtbereich ist einstellbar zu 35% / 50% / 75%.

Startanimation:

Die Startanimation kann nur starten, wenn sowohl das Header Menü als auch das Flyout Menü aktiviert sind.

Content:

Der Inhalt der einzelnen Artikel Abschnitte setzt sich im Werbemittel untereinander. Header und Footer sind immer sichtbar. Der Inhalt Scrollt innerhalb diesen Rahmens.

Informationen, die nicht im Footer Modal stehen sollen (z.B. Aktionsstörer), müssen direkt im Bild abgespeichert werden.

Es gibt die Möglichkeit mit einem Karussell mehrere Bilder in einer Kachel zu platzieren. Gesteuert wird es über eine Pfeil- und/oder Punktnavigation, eine automatische Rotation ist zusätzlich möglich.

Footer:

Hier können z.B. Rechtstexte, Social Icons oder die „später Ansehen“-Funktion integriert werden.

Tracking Informationen

Trackingpixel:

Der gelieferte Trackingpixel muss als Bild vorliegen, also als html im Image-Tag: . Ein Trackingpixel kann beispielsweise noch Werte, wie z.B. eine Pixel-Id oder einen Zeitstempel übergeben. Informationen wie z.B. eine Markt-Id oder ein Zeitstempel kann aus dem Anlagesystem entnommen werden, sofern die Informationen dort hinterlegt sind.

Als Beispiel folgender Link:

```

```

JavaScript Funktionalitäten sind bislang nicht für die Verwendung hier vorgesehen.

Unique Interaktion:

Der Trackingpixel wird jedes Mal geschossen, wenn ein neuer User die erste abrechenbare Funktion / Payout aufruft. Bei allen nachfolgenden abrechenbaren Funktionalitäten wird dieser Pixel nicht mehr geschossen.

Jede Interaktion:

Der hinterlegte Trackingpixel wird mit jeder Funktion geschossen, die der Benutzer in der Ad antriggert (View, click, hover...)

Externe Linkouts:

Der hinterlegte Trackingpixel wird jedes Mal geschossen, wenn es sich bei der angetriggerten Funktion um einen externen Linkout handelt. Achtung bei internen Verweisen wird dieser Pixel nicht geschossen.

Google Heavy Ads Restriktionen

In den neueren Chrome Versionen ist zum Teil bereits ein Adblocker von Google eingebaut. Dieser wurde im Rahmen der [Google Heavy Ads Intervention](#) eingeführt. Der Rollout dieses Blockers ist noch nicht vollständig, wird aber laut Release Notes bald abgeschlossen sein.

Demnach werden Ads blockiert, wenn sie gegen die folgenden Richtlinien verstoßen:

- 1) Wenn sie mehr als 4MB Bandbreite beanspruchen.
- 2) Wenn sie die CPU für mehr als 60 Sekunden beanspruchen.
- 3) Wenn sie die CPU innerhalb von 30 Sekunden, mehr als 15 Sekunden voll auslasten.

Bei dem Advertorial Ad besteht nur sehr selten die Gefahr, dass die 4MB erreicht werden. Dies kann umgangen werden, indem die Bilder möglichst klein genug angeliefert werden. Weiter empfehlen wir dringend bei YouTube Videos auf die Autoplay oder Mouse-Over Start Option zu verzichten, da diese sehr schnell über 4MB kommen. Klickt der Nutzer allerdings auf Play verzeichnet Chrome eine Interaktion. Wenn das Werbemittel nach dieser Interaktion über 4MB erreicht, dann wird es nicht

FACTOR ELEVEN



begründetes Interesse.

geblockt, da der Nutzer ein begründetes Interesse an der Ad gezeigt hat. Mouse-Over wertet Chrome nicht als