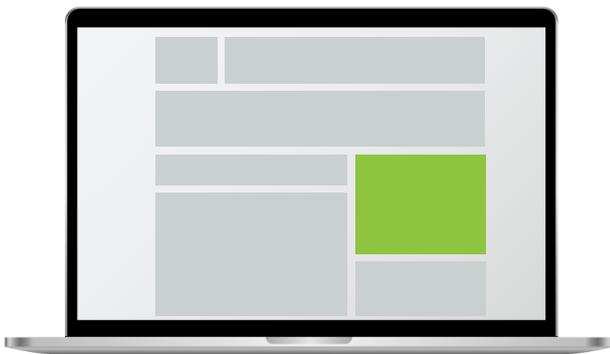




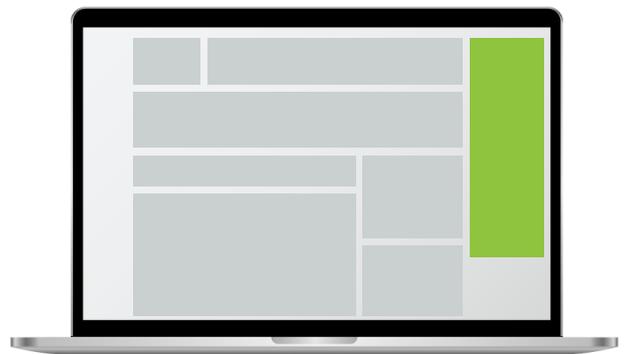
IAB STANDARD

Formate IAB Banner

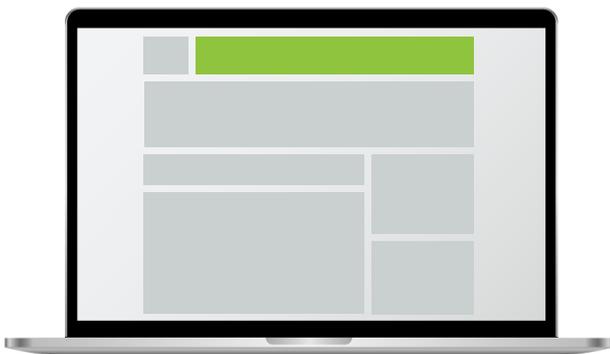
Medium Rectangle / Content Ad
(300 x 250) - essenziell



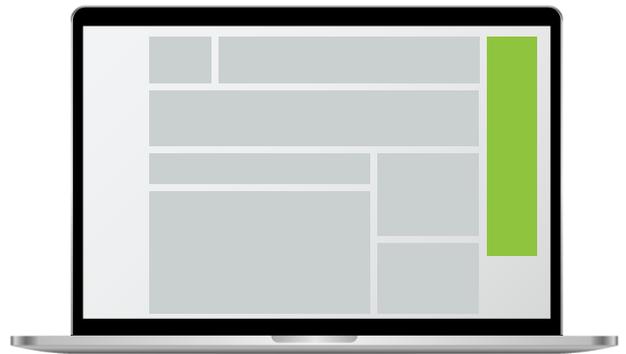
Wide Skyscraper
(160 x 600) - essenziell



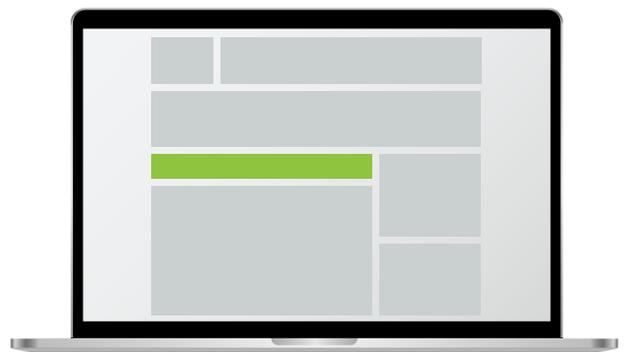
Super Banner / Leaderboard
(728 x 90) - essenziell



Skyscraper - wenig Volumen, daher
(120 x 600) nicht zwingend notwendig



Full Banner - wenig Volumen, daher
(468 x 60) nicht zwingend notwendig



WISSENSWERT:

IAB Standard-Banner sind die am häufigsten verwendete Form bei Display-Kampagnen.

Mit ihnen kann kostengünstig eine große Reichweite aufgebaut werden.

Vor allem für Performance-Kampagnen sind IAB Standard-Banner wichtig, um eine bestimmte Grund-Reichweite zu erzielen.

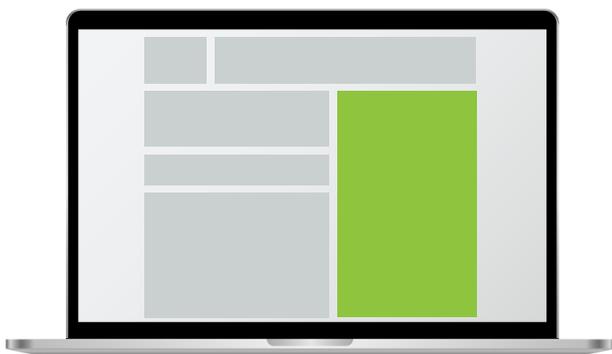


High Impact (HI)

Formate High Impact Banner

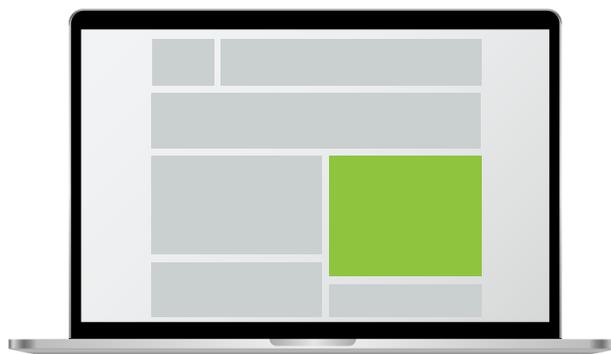
Half Page

(300 x 600) - essenziell



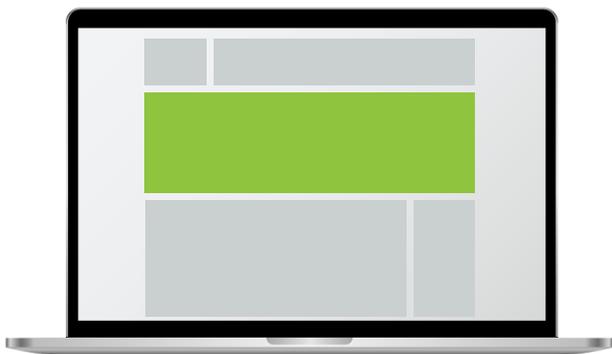
Large Rectangle

(336 x 280) - auch wichtig



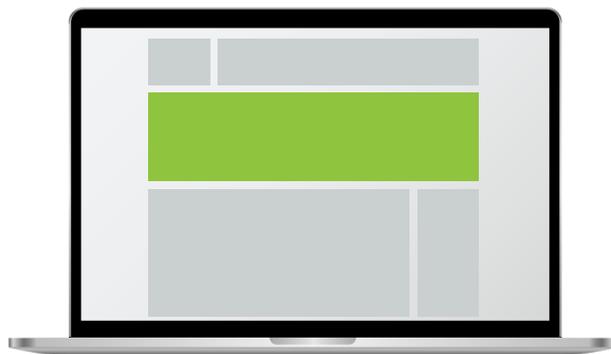
Billboard Int'l

(970 x 250) - essenziell



Billboard Int'l

- wenig Volumen, nicht zwingend notwendig
(900 x 250)



Billboard German

- wenig Volumen, nicht zwingend notwendig
(800 x 250)



WISSENSWERT:

Mit großflächigen High Impact Bannern erzeugen Sie besondere Aufmerksamkeit.

Aufgrund der Größe fallen sie sofort ins Auge. High Impact Banner sind vor allem für Branding-Kampagnen geeignet.

Sie können durch Animation zusätzlich die Blicke auf sich ziehen.



Mobile

Formate Mobile Banner auf Smartphone und Tablet

Mobile Leaderboard
(300 x 50 oder 320 x 50)



Medium Rectangle
(300 x 250)



Mobile Interstitial
(320 x 480)



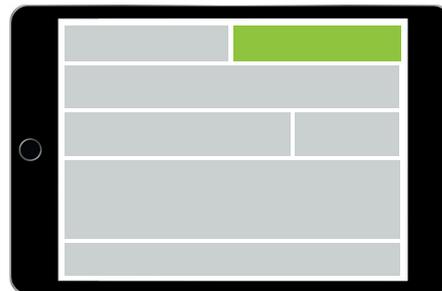
Large Skyscraper
(300 x 600)



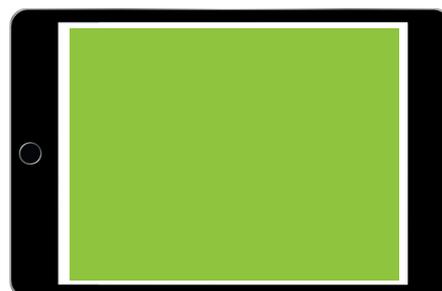
Skyscraper
(120 x 600)



Leaderboard
(728 x 90)



Tablet Interstitial
(1024 x 768)



WISSENSWERT:

Immer mehr Menschen nutzen das Internet unterwegs. Mit Mobile Bannern kann diese Zielgruppe passend angesprochen werden.

Kampagnen können auch speziell auf mobile Endgeräte zugeschnitten werden.

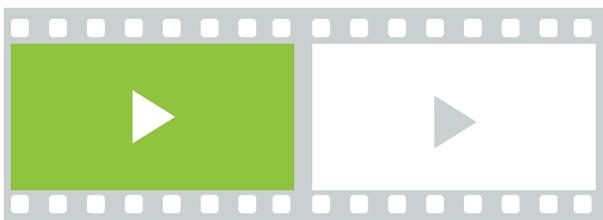


In-Stream Video Ads

Formen von In-Stream Video Ads

Pre-Roll

Die Pre-Roll ist die am häufigsten verwendete In-Stream-Form. Die Werbeform wird **vor** dem eigentlichen Video eingeblendet und erzielt dadurch große Aufmerksamkeit beim Nutzer.



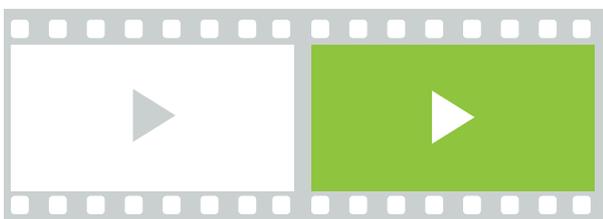
Mid-Roll

Die Mid-Roll unterbricht das eigentliche Video und wird **während** dem Inhalt eingeblendet.



Post-Roll

Die Post-Roll läuft **nach** dem eigentlichen Video.



WISSENSWERT:

Video Ads werden grundsätzlich in **In-Stream** und **Out-Stream** unterschieden.

In-Stream Video Ads bezeichnen Platzierungen im Umfeld von Videoinhalten (z.B. auf YouTube)

Out-Stream Video Ads bezeichnen Platzierungen im redaktionellen Umfeld. Das Video erscheint hier zwischen zwei Absätzen eines Beitrags (In-Read, auch In-Feed) oder innerhalb klassischer Banner (In-Page).



Out-Stream Video Ads

Formen von Out-Stream Video Ads

Out-Stream wird unterschieden in In-Page und In-Feed (auch In-Read genannt)

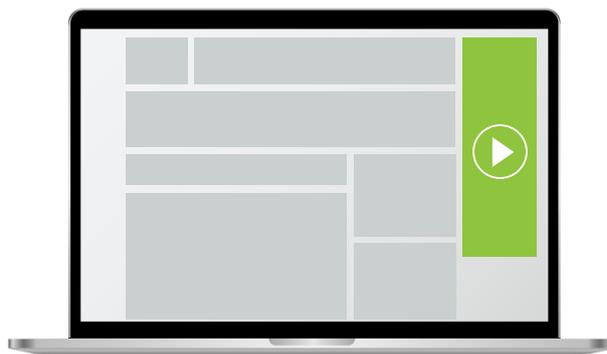
In-Page

In-Page Video Ads bezeichnen Videowerbung auf Webseiten ohne eigenen Player. Sie läuft innerhalb klassischer Banner. Empfohlen werden dabei v.a. Großformate wie:

Half Page



Sitebar



In-Feed (auch In-Read)

In-Feed bezeichnet bezeichnen Videowerbung auf Webseiten ohne eigenen Player. Der Werbespot wird zwischen Textabschnitten angezeigt und beim Scrollen aktiviert.

