



Format Specs

Teaser Ad/Recruitment Ad: Text

Wichtig:

Titel sowie Text werden in unterschiedlichen Variationen ausgespielt und müssen entsprechend in allen Versionen angeliefert werden. Nur so können wir gewährleisten, dass alle angeschlossenen/gewählten Seiten Ihre Kampagne freigeben und optimiert ausspielen.

Titel-Varianten:

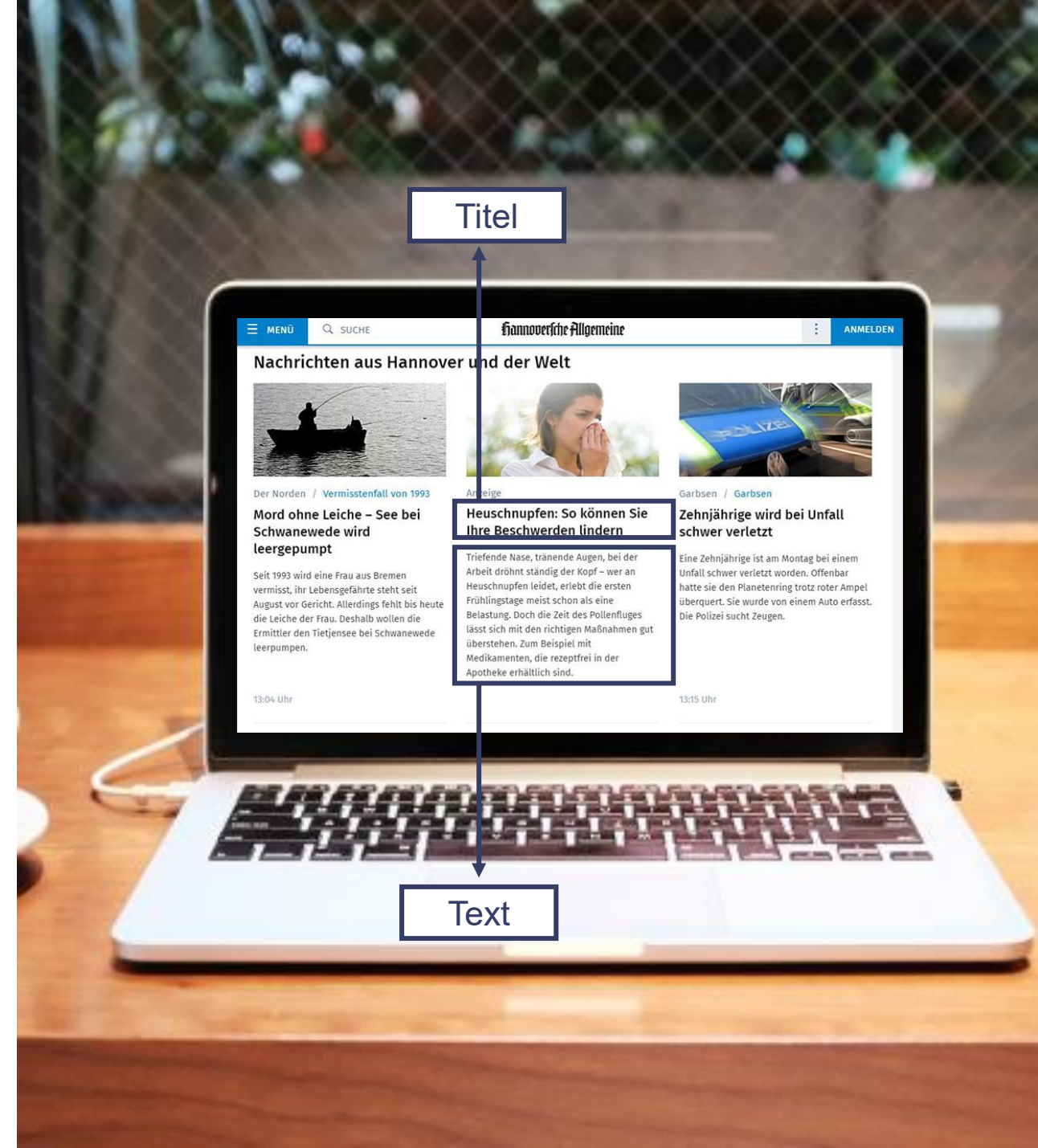
- Short: max. 25 Zeichen
- Medium: 30-35 Zeichen
- Long: 40-65 Zeichen

Hinweis: Keine Versalien, Preis- oder Prozentangaben

Text-Varianten:

- Short: 70-90 Zeichen
- Medium: 100-135 Zeichen
- Long: 250-350 Zeichen

Hinweis: Maximal eine Preis- oder Prozentangabe. Bitte vermeiden Sie Versalien und die direkte Ansprache der Leser:innen.



Teaser Ad/Recruitment Ad: Bild

Wichtig:

Benötigte Bildformate je Teaser: mind. 600 px breit.

Für Bilder, die Pflichtangaben, Produktdarstellungen oder Störer enthalten, werden folgende Bildformate benötigt:

Bildformate:

GIF oder JPG oder PNG

Bildabmessungen:

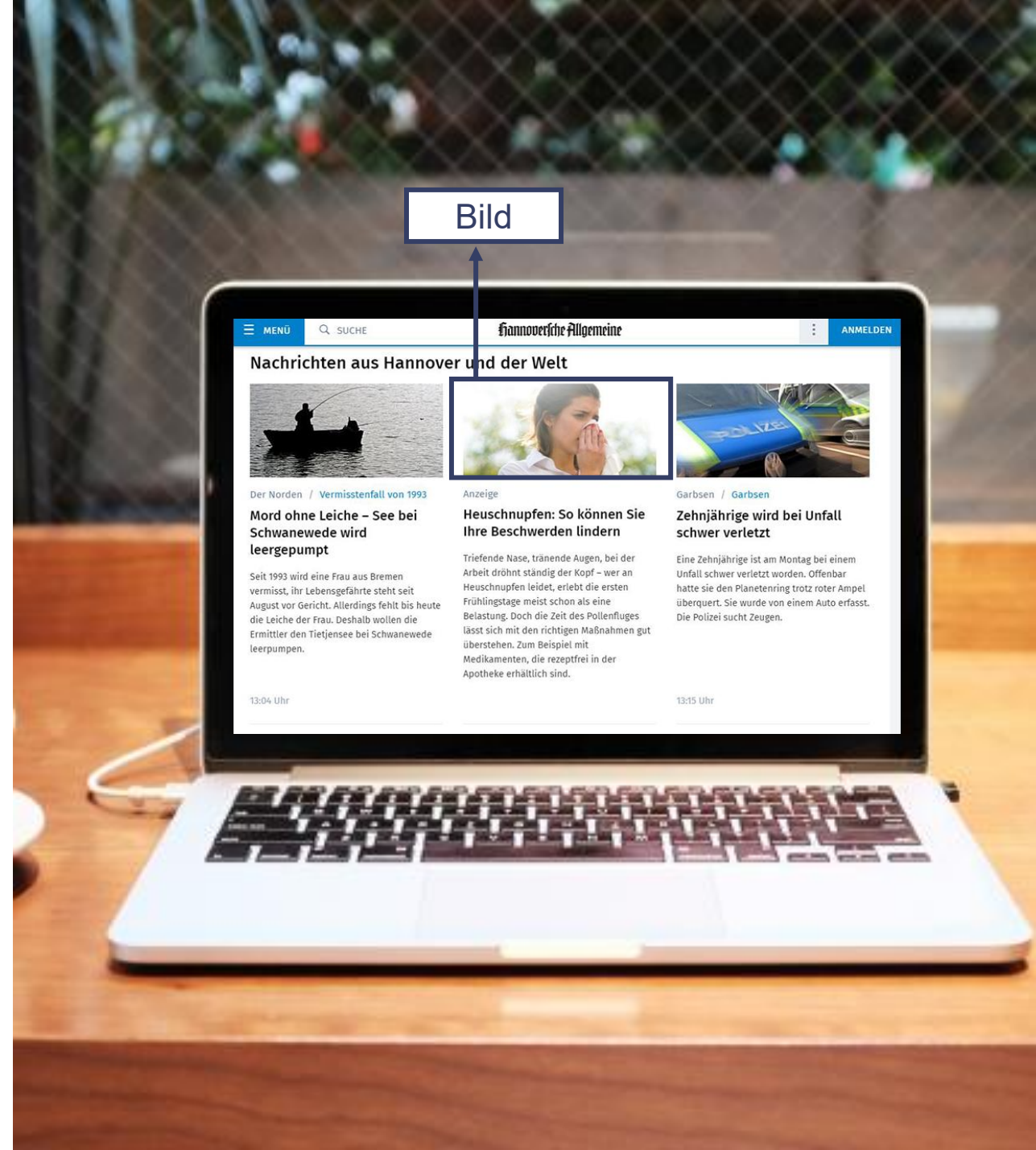
- 1:1 (mind. 600 x 600 px)
- 2:1 (mind. 600 x 300 px)
- 3:2 (mind. 600 x 400 px)
- 4:3 (mind. 600 x 450 px)
- 6:5 (mind. 600 x 500 px)
- 16:9 (mind. 800 x 450 px)
- 2:3 (mind. 600 x 900 px)

Dateigewicht:

250 KB pro Bild

Mindestbreite:

600 px



Teaser Ad/Recruitment Ad: Programmatic

Texte:

- Titel: 30-45 Zeichen

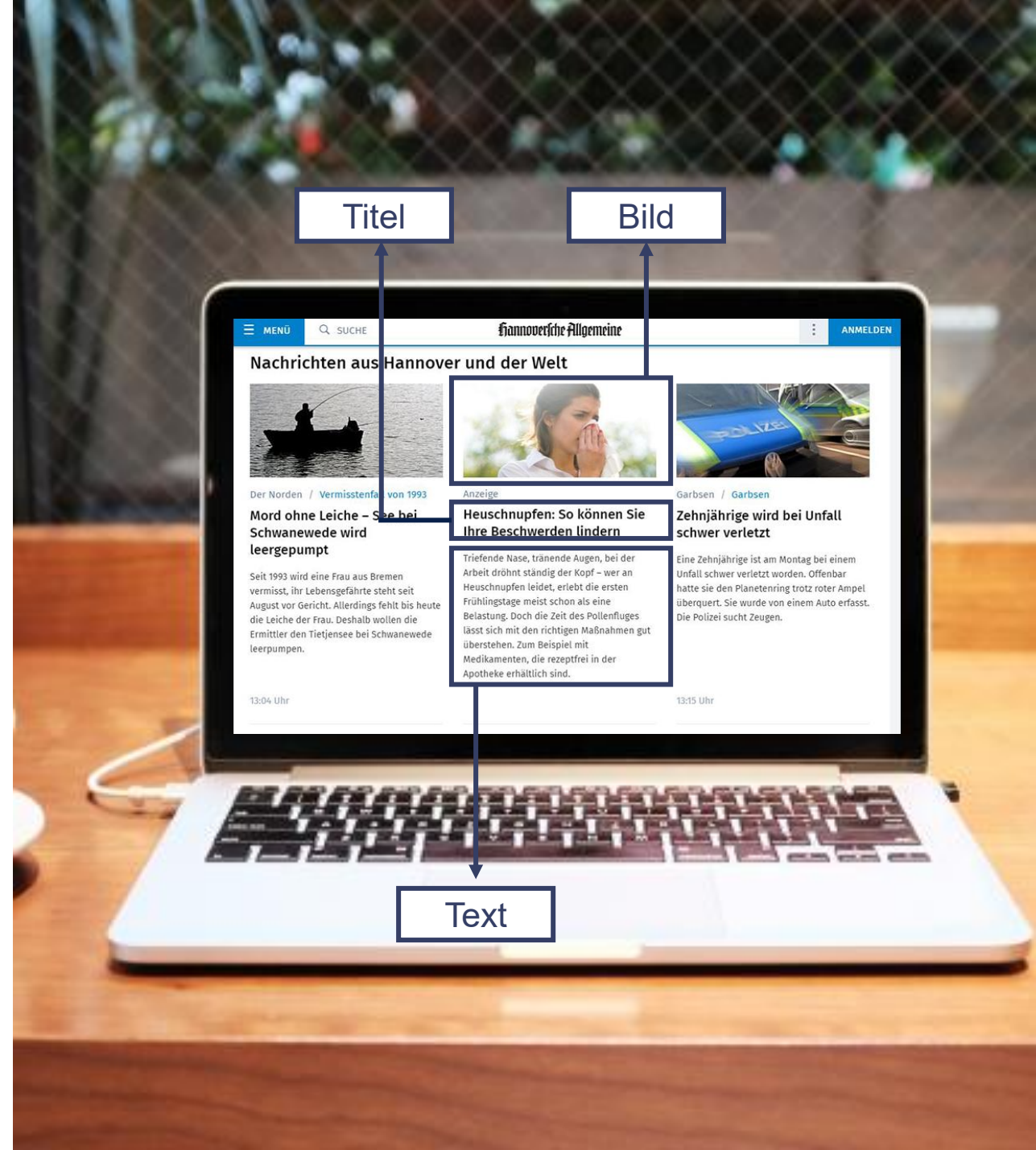
Hinweis: Keine Versalien, Preis- oder Prozentangaben

- Text: 140-200 Zeichen

Hinweis: Maximal eine Preis- oder Prozentangabe. Bitte vermeiden Sie Versalien und die direkte Ansprache der Leser:innen.

Bild:

- Bildformate: GIF oder JPG oder PNG
- Bildabmessungen: 1:1 (mind. 600 x 600 px)
- Dateigewicht: 250 KB pro Bild
- Mindestbreite: 600 px



Teaser-Bild-Vorgaben



Native Content Ad

Wichtig:

Teaser Ad + Content Ad

Anforderungen Content:

- Content: 500-2500 Wörter
- Bilder: mind. 1200 px breit
- Anzahl der Bilder abhängig von der Länge des Contents
- Externe Links: beliebig viele möglich in Form von Links im Content oder Buttons

Optional:

- Bilder für die Bildergalerien
- Videos (YouTube, Vimeo oder andere einbettbare Videos)
- Inhalt für ein Accordion-Element
- Social-Media-Widgets (Facebook, Twitter etc.)

Unsere Publisher verwenden unterschiedliche Ansprachen Ihrer Leser:innen (Du/Sie). Wenn Sie einen allgemeingültigen Inhalt ausspielen möchten, vermeiden Sie die direkte Ansprache der Leser:innen.

Anzeigen

ANZEIGE

Kinder lernen beim Spielen fürs Leben

Ob drinnen oder draußen, ob Baby, Kleinkind oder Vorschulalter – für Kinder ist Spielen einfach das Größte! Und das aus gutem Grund: Beim Erschaffen eigener Welten, bei Rollenspielen oder wilden Entdecker-Touren erschließen sie sich die Welt auf ihre ganz eigene Weise. Sie probieren aus, begreifen im wahrsten Sinne des Wortes Neues und wachsen dabei jeden Tag ein Stückchen mehr – nicht nur körperlich, sondern auch intellektuell und emotional.

Und du als Elternteil? Du willst natürlich, dass dein Kind bestmöglich gefördert wird. Die gute Nachricht: Mehr Spielen im Alltag ist der einfachste (und spaßigste!) Weg dorthin. Erfahre, welche Fähigkeiten sich dabei entwickeln und wie du das ganz entspannt in euren Familienalltag einbauen kannst.



Warum ist Spielen wichtig?

Schon gewusst? Rund 90 Prozent des Gehirns entwickeln sich vor dem 5. Lebensjahr – und genau deshalb ist Spielen so wichtig. Denn während dein Kind fröhlich entdeckt, baut, ausprobiert und in Fantasiewelten eintaucht, passiert im Köpfchen eine ganze Menge. Spielen ist quasi das Fitnessstudio fürs Gehirn: Es trainiert logisches Denken, fördert kreative Lösungen und stärkt soziale Fähigkeiten. Kurz gesagt: Sowohl der IQ (kognitive Fähigkeiten) als auch der EQ (emotionale und soziale Entwicklung) profitieren davon.

Und das Beste: dein Kind lernt dabei spielerisch ganz nebenbei wichtige Alltagsfähigkeiten – ohne es überhaupt zu merken.

IQ-Fähigkeiten durch Spielen stärken

Spielen macht nicht nur unglaublich Spaß, sondern es stellt auch eine echte Lernwerkstatt dar. Denn beim **Sortieren, Stapeln und Herausforderungen überwinden** trainiert dein Kind seine kognitive Entwicklung – es lernt, Farben zu erkennen, Reihenfolgen zu verstehen und Tiere zu unterscheiden. Ganz nebenbei wächst so die Fähigkeit, Probleme zu lösen und Neues zu begreifen.

Auch die **Bewegungsabläufe** kommen nicht zu kurz: **Greifen, Bauen, Ziehen, Zeigen** – all das fördert die Fein- und Grobmotorik. Das **Spielen mit Figuren** lässt die Kinder in fantasievolle Welten eintauchen und hilft ihnen, Alltagssituationen nachzustellen. Das fördert nicht nur die **Kreativität**, sondern auch die Sprechfähigkeit, das Lernen von Farben und vieles mehr.

Native Dynamic Content Ad

Wichtig:

Teaser Ad + Dynamic Content Ad

Anforderungen Content:

- Content: 500-2500 Wörter
- Bilder: mind. 1200 px breit
- Anzahl der Bilder abhängig von der Länge des Contents
- Externe Links: beliebig viele möglich in Form von Links im Content oder Buttons

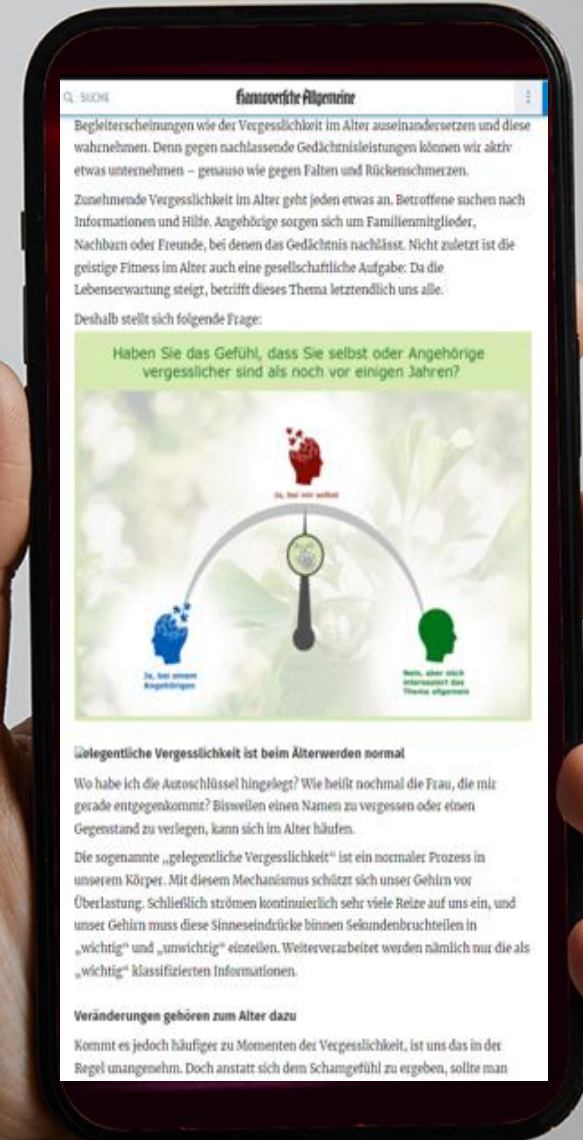
Anforderung dynamisches Element:

- Hintergrundbild
- Pfeil + Icons (mit passendem Text)

Optional:

- Bilder für die Bildergalerien
- Videos (YouTube, Vimeo oder andere einbettbare Videos)
- Inhalt für ein Accordion-Element
- Social-Media-Widgets (Facebook, Twitter etc.)

Unsere Publisher verwenden unterschiedliche Ansprachen Ihrer Leser:innen (Du/Sie). Wenn Sie einen allgemeingültigen Inhalt ausspielen möchten, vermeiden Sie die direkte Ansprache der Leser:innen.



Native Promotion Ad

Allgemein:

Auf Wunsch Kreation inklusive

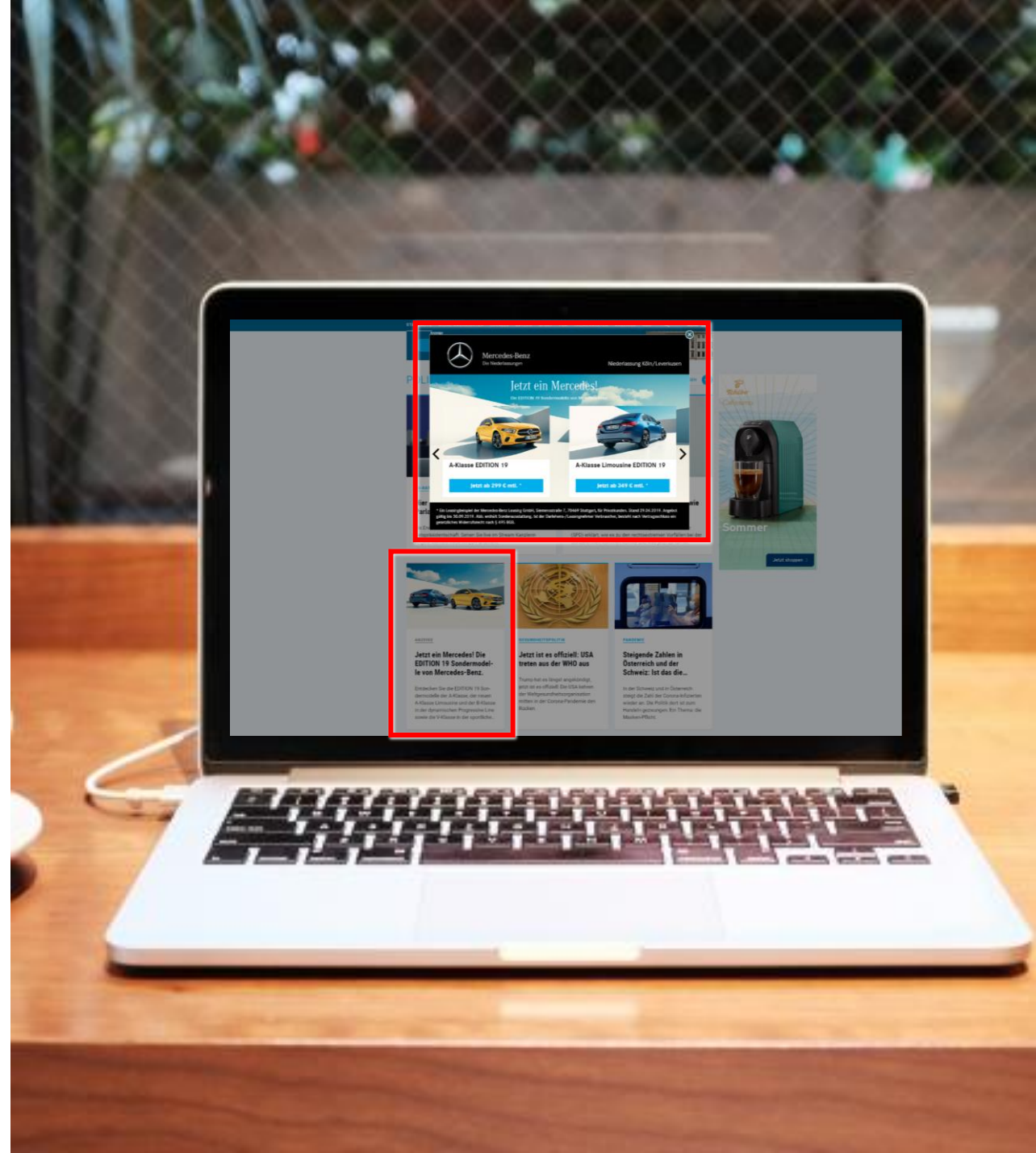
Produktdaten:

- Produktbilder: mind. 300 px breit (transparent)
- Produktbeschreibung: max. 80 Zeichen
- Rechtliche Angaben für Preise sind zu erbringen
- Schriftart: optional eigene Fonts mitschicken

Optional: Product Feeds

XML-Feed ermöglicht dynamischen Austausch der Produkte/Preise.

Unsere Publisher verwenden unterschiedliche Ansprachen Ihrer Leser:innen (Du/Sie). Wenn Sie einen allgemeingültigen Inhalt ausspielen möchten, vermeiden Sie die direkte Ansprache der Leser:innen.



Native Cinema Ad

Expandiervideo mit gebrandetem Hintergrund

- Gebrandeter Hintergrund: 800 x 600 px (JPG, PNG, GIF)
- Unterstützte Videoformate: MP4, WEBM, OGG
- Optionale Videoquelle: YouTube
- Optional: Verlinkung des Hintergrunds (Trackinglink) oder Verlinkung des CTA-Buttons (Trackinglink)
- Teaser: siehe Specs Teaser Ad/Teaser Ad Bild

Unsere Publisher verwenden unterschiedliche Ansprachen Ihrer Leser:innen (Du/Sie). Wenn Sie einen allgemeingültigen Inhalt ausspielen möchten, vermeiden Sie die direkte Ansprache der Leser:innen.



Native Video Ad/Native 3D Ad

Unterstützte Videoformate:

- MP4, WEBM, OGG
- Optionale Videoquelle: YouTube
- Optional: Tracking-Link zu externer Videodatei
- Endscreen: PNG, JPG, GIF (ohne Animation)

Seitenverhältnisse & Mindestgrößen

- Standardformat: 16:9 – mind. 600 × 338 px
- Weitere unterstützte Formate:
 - 4:3 – mind. 600 × 450 px
 - 3:2 – mind. 600 × 400 px
- Weitere Formate wie 1:1, 2:1, etc. mind. 600 px Breite
- Maximales Dateigewicht: 3 MB

Titel-Varianten

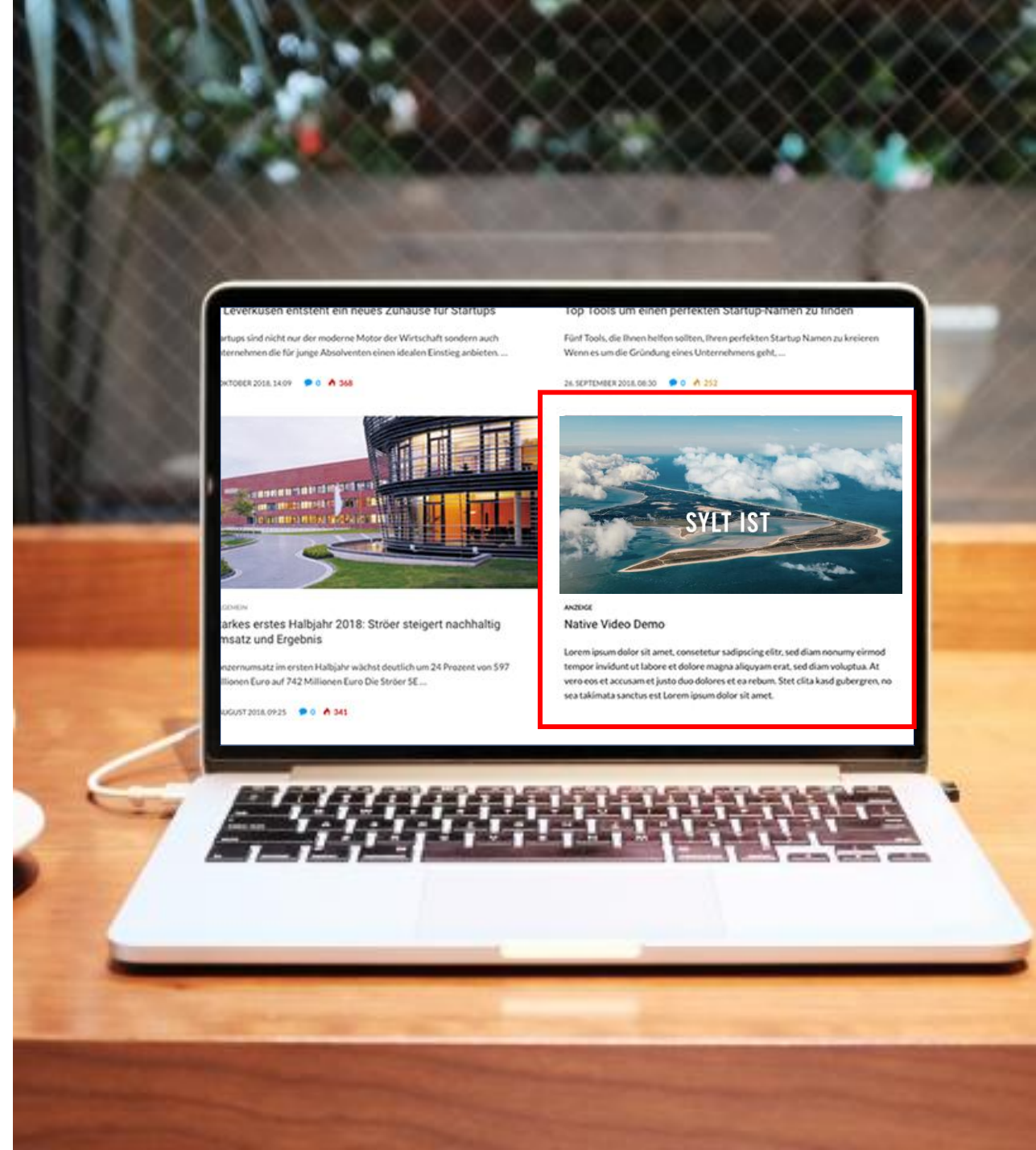
- Short: max. 25 Zeichen
- Medium: 30-45 Zeichen
- Long: 60-70 Zeichen

Text-Varianten:

- Short: 70-110 Zeichen
- Medium: 140-200 Zeichen
- Long: 250-350 Zeichen

Hinweis zur Ansprache

Publisher verwenden unterschiedliche Ansprachen („Du“/„Sie“). Empfehlung: Für universelle Motive keine direkte Leser:innen-Ansprache verwenden.



Native Motion Ad

Produkteigenschaften

- Standardformat
- Videolänge: Max. 10 Sekunden (Loop)
- Format: GIF
- Dateigewicht: Max. 3 MB
- Autoplay: Automatisch im sichtbaren Bereich

Seitenverhältnisse & Mindestgrößen

- Standardformat: 16:9 – mind. 600 × 338 px
- Weitere unterstützte Formate
 - 4:3 – mind. 600 × 450 px
 - 3:2 – mind. 600 × 400 px
- Hinweis: 4:3 und 3:2 können je nach Platzierung mit schmalen Rändern ausgespielt werden.

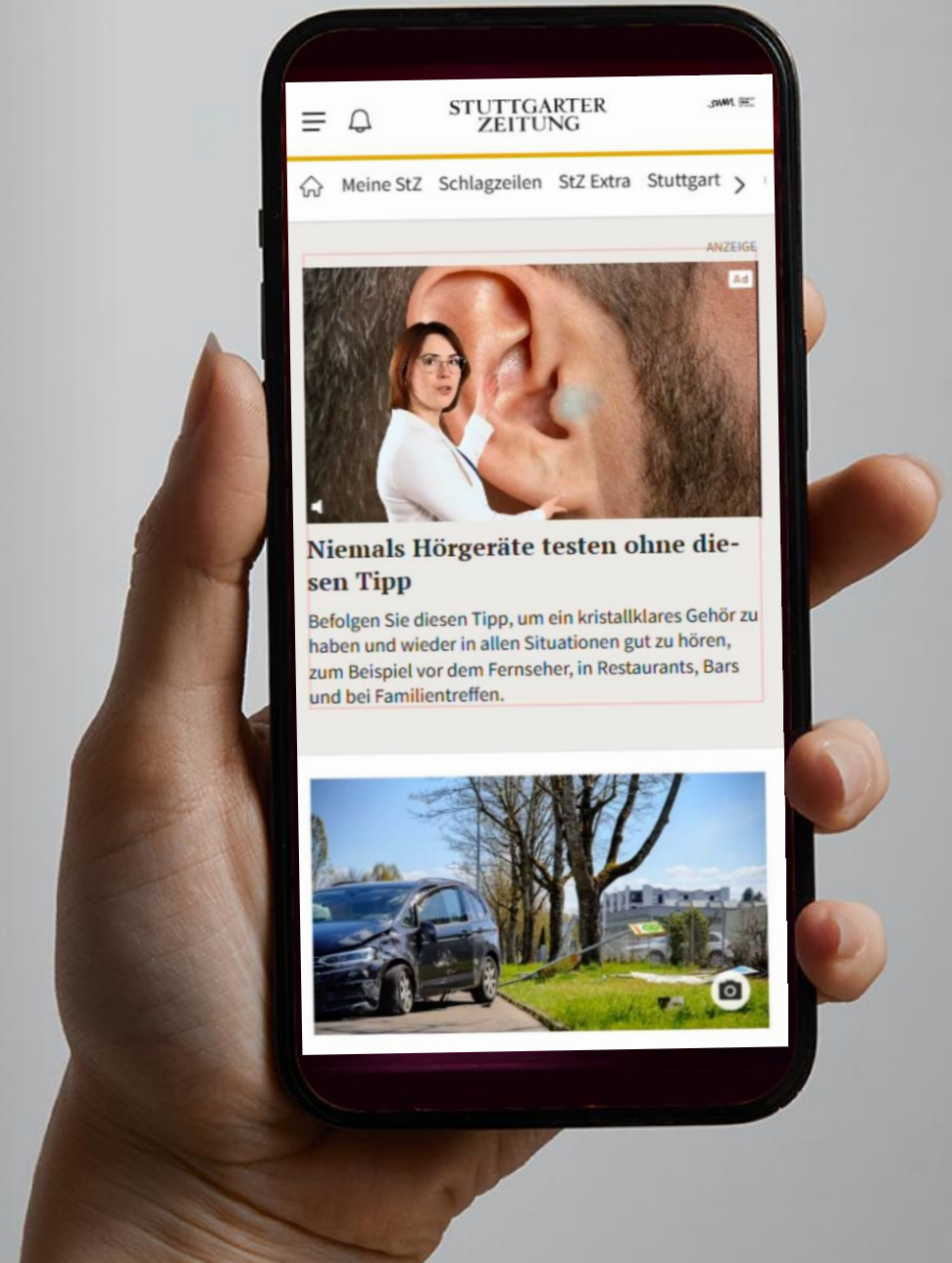
Technische Mindestanforderung

- Mindestbreite für alle Assets: 600 px

Content-Spezifikationen

Headline & Text: Identisch zu anderen Native-Formaten:

- Titel-Varianten: Short (25 Zeichen), Medium (30–45 Zeichen), Long (60–70 Zeichen)
- Text-Varianten: Short (70–110), Medium (140–200), Long (250–350)



Native Catalogue Ad

Titel-Varianten*:

- Short: max. 25 Zeichen
- Medium: 30-45 Zeichen
- Long: 60-70 Zeichen

Hinweis: Keine Versalien, Preis- oder Prozentangaben

Text-Varianten*:

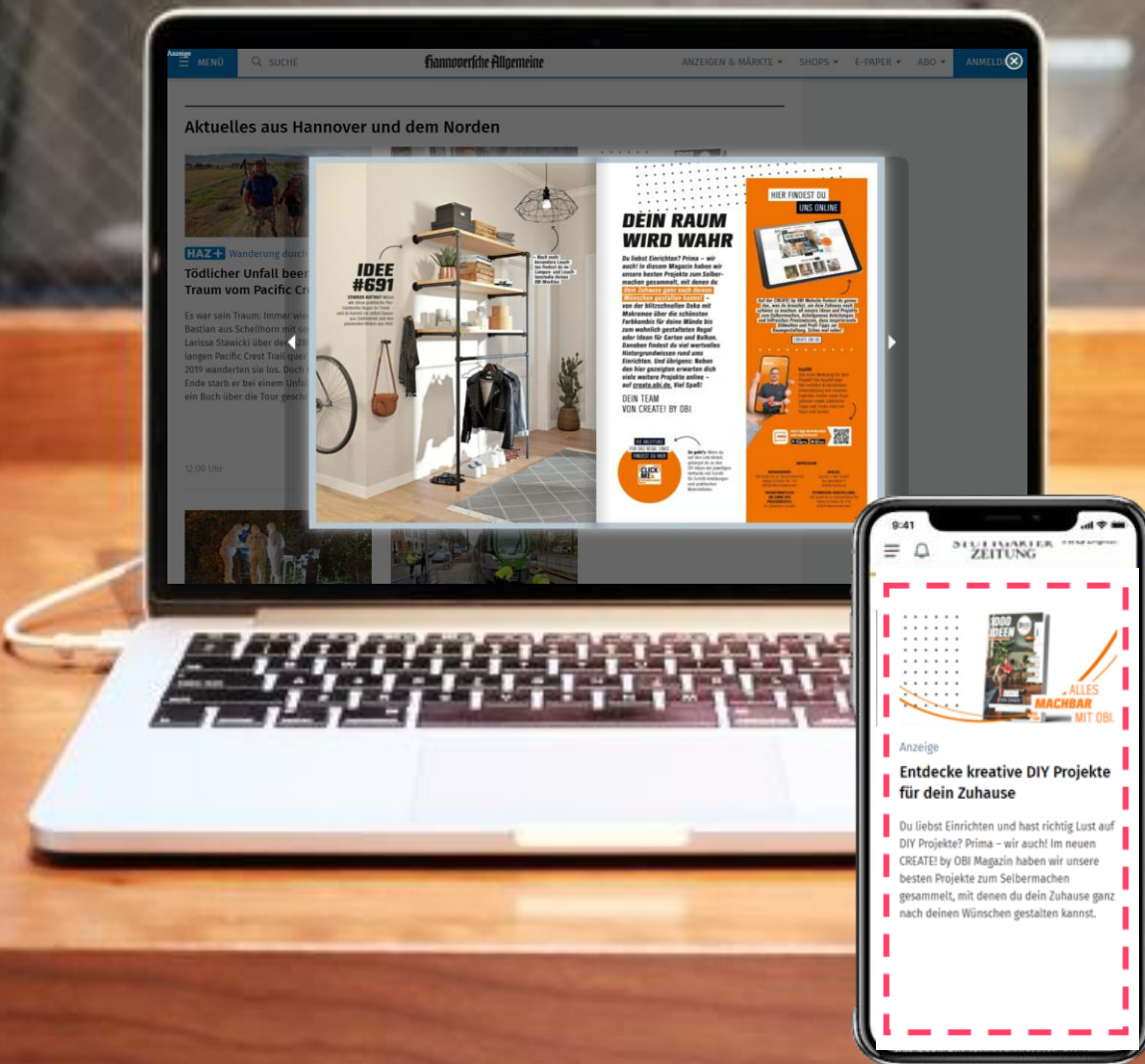
- Short: 70-110 Zeichen
- Medium: 140-200 Zeichen
- Long: 250-350 Zeichen

Hinweis: Maximal eine Preis- oder Prozentangabe. Bitte vermeiden Sie Versalien und die direkte Ansprache der Leser:innen.

Katalog:

Dateiformat: PDF

*Titel sowie Text werden in unterschiedlichen Variationen ausgespielt und müssen entsprechend in allen Versionen angeliefert werden. Nur so können wir gewährleisten, dass alle angeschlossenen/gewählten Seiten Ihre Kampagne freigeben und optimiert ausspielen.



Native Product Ad

Anforderungen Video:

- Unterstützte Formate: MP4, WEBM, OGG
- Optionale Videoquelle: YouTube
- Optional: Verlinkung eines Videos (Trackinglink)
- **Endscreen:** Unterstützte Bildformate: PNG, JPG, GIF ohne Animation
- Anzahl der Loops kann bestimmt werden, bis der Endscreen erscheint

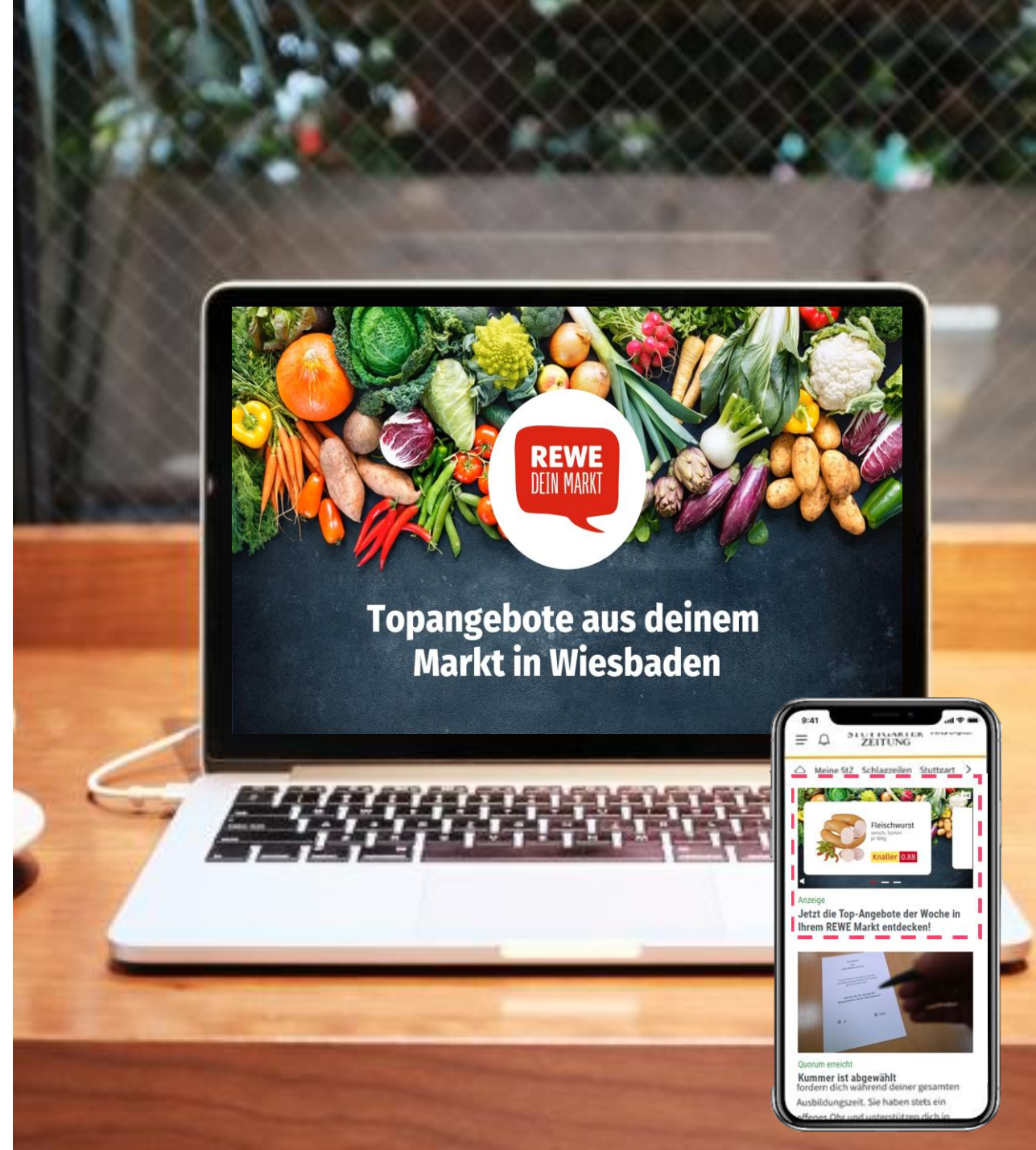
Titel-Varianten

- Short: max. 25 Zeichen
- Medium: 30-45 Zeichen
- Long: 60-70 Zeichen

Text-Varianten:

- Short: 70-110 Zeichen
- Medium: 140-200 Zeichen
- Long: 250-350 Zeichen

Unsere Publisher verwenden unterschiedliche Ansprachen Ihrer Leser:innen (Du/Sie). Wenn Sie einen allgemeingültigen Inhalt ausspielen möchten, vermeiden Sie die direkte Ansprache der Leser:innen.

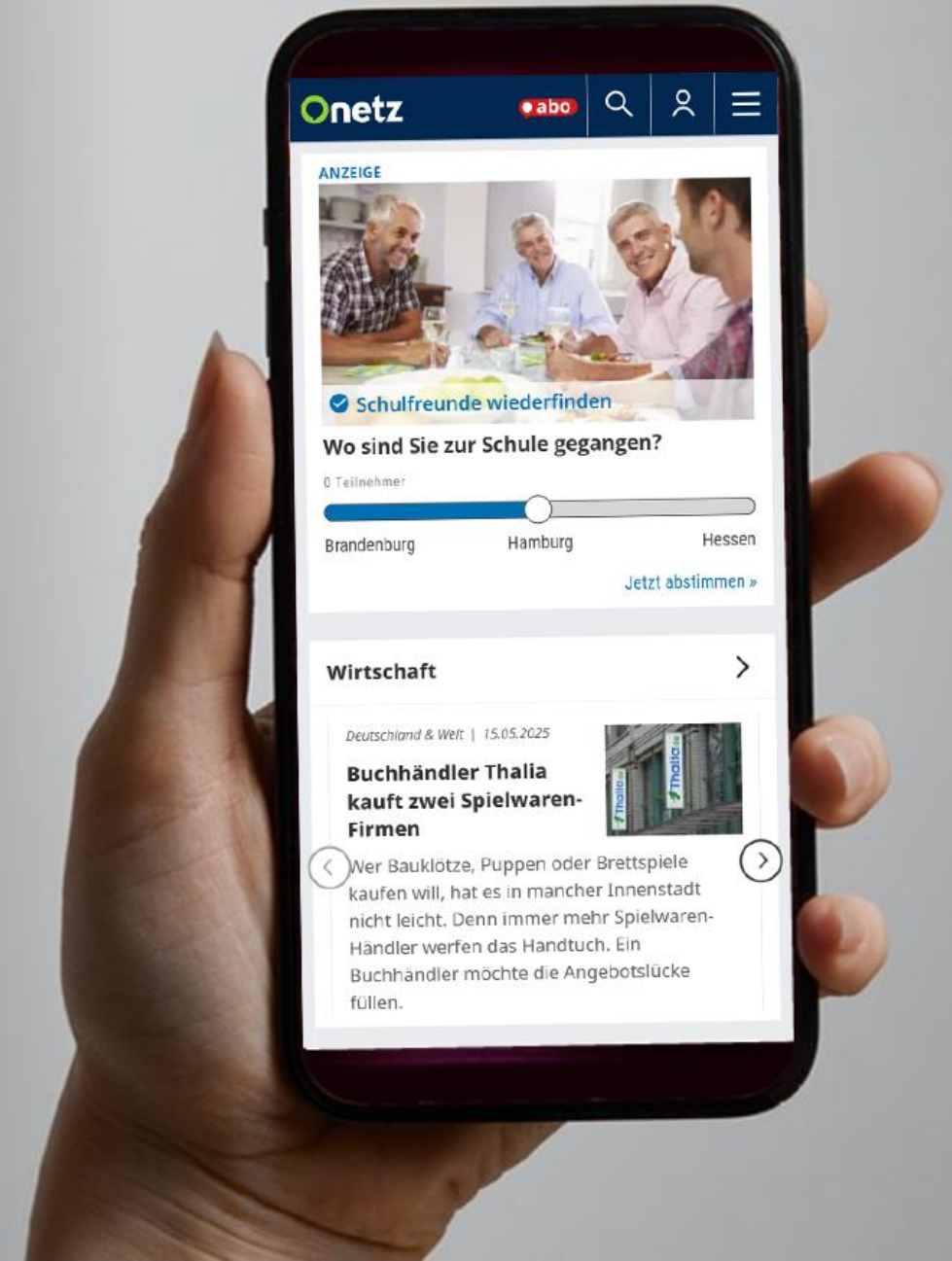


Native Survey Ad

Produktdaten:

- Produktbilder: mind. 600 px breit (transparent)
- bis zu maximal 3 Auswahlmöglichkeiten mit jeweils maximal 25 Zeichen (lange Wörter werden gegebenenfalls getrennt)
- 3 verschiedene Längen für die Headline: 70 Zeichen, 45 Zeichen und 25 Zeichen
- Checkplatzhalter (Text im Bild): Maximal 25 Zeichen
- CTA-Button: Maximal 20 Zeichen

Unsere Publisher verwenden unterschiedliche Ansprachen Ihrer Leser:innen (Du/Sie). Wenn Sie einen allgemeingültigen Inhalt ausspielen möchten, vermeiden Sie die direkte Ansprache der Leser:innen.



3rd-Party-Tracking

Teaser

Impression

1x1 Pixel Tracker, wird eingebunden, sobald der Teaser auf der Seite hinzugefügt wurde.

Visibility

1x1 Pixel Tracker, wird eingebunden, sobald der Teaser zu 25 % sichtbar ist.

Click – Native Teaser Ad

1x1 Pixel Tracker, mit Weiterleitung zur Zielseite.

Click – Native Content Ad

1x1 Pixel Tracker, ohne Weiterleitung.

Content

Impression

1x1 Pixel Tracker, wird eingebunden, wenn das Advertorial vollständig dargestellt ist.

Click

Externe Verlinkung:
Tracker und Weiterleitung auf ein externes Ziel, z. B. Kundenseite.

JS-Tracker als Sonderlösung

Nur nach Absprache und vorheriger Prüfung auf Machbarkeit.

Allgemeine Informationen

Tracking wird nicht für jedes Bildformat benötigt. Es reicht, dieses nur 1x pro Teaser anzuliefern.



Wir freuen uns auf den Austausch!

Ihr Kontakt: