
















Name des Werbemittels	Bild	Standardformat	Maximale Größe in KB	Dateityp	Beschreibung
Mobile Content Ad 4:1		600x150 px (Retina-Auflösung), 300x75 px im ausliefernden Gerät Unterstützte Plattformen: iPhone- und Android-Apps	20 KB (40 KB für Retina-Auflösung)	GIF, PNG, JPG, HTML5	Das Mobile Content Ad (4:1) zeichnet sich im mobilen Bereich als eines der Standard Banner aus und wird je nach Endgerät passend skaliert. Es wird durch sein auffälliges, langgestrecktes Querformat gut hervorgehoben und lässt sich bequem auf Ihre Landingpage verlinken.
Mobile Content Ad 6:1		600x100 px (Retina-Auflösung), 300x50 px im ausliefernden Gerät Unterstützte Plattformen: iPhone- und Android-Apps	20 KB (40 KB für Retina-Auflösung)	GIF, PNG, JPG, HTML5	Auch das Mobile Content Ad (6:1) ist im mobilen Bereich ein klassisches Standardwerbeformat der ersten Stunde. Es wird am unteren Rand des Smartphone-Bildschirms positioniert und erscheint sofort innerhalb des sichtbaren Bereichs.
Mobile Promotion Link		134x100 px (Retina-Auflösung), 67x50 px im ausliefernden Gerät Unterstützte Plattformen: iPhone- und Android-Apps	20 KB (40 KB für Retina-Auflösung)	GIF, PNG, JPG, HTML5	Der Mobile Promotion Link ist eine Kombination aus einem kleinen Bild und einem meist dreizeiligen Textumfang, die User zur Touch-Interaktion mit dem Werbemittel auffordern. Durch einen inkludierten Link werden User zur Microsite des Werbetreibenden weitergeleitet. Diese Werbeform besticht durch ihre optimale Integration in das redaktionelle Design vieler Mobile Werbeplattformen.

Name des Werbemittels	Bild	Standardformat	Expandable Ad	Maximale Größe in KB	Dateityp	Beschreibung
Interaktives Mobile Interstitial		640x832 px (Retina-Auflösung), 320x416 px im ausliefernden Gerät  Unterstützte Plattformen: iPhone- und Android-Apps	/	60 KB	GIF, PNG, JPG, HTML5	Das interaktive Mobile Interstitial erstreckt sich über das gesamte Display und soll den User zur Touch-Interaktion mit dem Werbemittel auffordern. Durch die Einbindung von Call-to-Action-Buttons werden User bequem zur mobilen Website des Werbetreibenden weitergeleitet.
Interaktives Mobile Banner		600x100 px (Retina-Auflösung), 300x50 px im ausliefernden Gerät  Unterstützte Plattformen: iPhone- und Android-Apps	/	30 KB (60 KB für Retina-Auflösung)	GIF, PNG, JPG, HTML5	Mobile Anzeigen, die zum Scrollen und Wischen animieren, erzielen weitaus höhere Interaktionsraten wie Banner, die nur angeklickt werden können. Das interaktive Mobile Banner lädt den User zur Interaktion ein und sorgt dafür, dass sowohl Markenname als auch Markenbotschaft besser in Erinnerung bleiben.
Interaktives Mobile Expandable Ad		60 x100 px (Retina-Auflösung), 300x50 px im ausliefernden Gerät  Unterstützte Plattformen: iPhone- und Android-Apps	600x200 – max. 500 px (Retina-Auflösung) 300x100 – max. 250 px im ausliefernden Gerät	50 KB	GIF, PNG, JPG, HTML5	Durch Klick auf den mobilen Banner (6:1) rollt sich das Expandable Ad über den Handybildschirm aus, ohne dass der User dabei die ursprünglich besuchte Seite verlassen muss. Durch die Integration interaktiver Elemente lassen sich die Verweildauer des Users und damit auch die Werbewirksamkeit erhöhen.
Mobile Microsite		Eine mobile Microsite beschreibt eine Landingpage eines Werbetreibenden, mit deren Hilfe sich Unternehmensinformationen schnell, innovativ und visuell aufwerten lassen. Mobile Microsites bieten eine optimale Möglichkeit, um interessierte Kunden schnell und einfach mit wichtigen Informationen zu versorgen.				
Mobile Sponsoring Ad		Mobile Sponsoring ist erfolgreich und sehr effizient. Das Mobile Sponsoring Ad ermöglicht Ihnen, sich in mobilen Applikationen emotional und individuell zu präsentieren. Ihre Werbebotschaft erscheint auf individuellen Sponsoring-Platzierungen prominent in einem redaktionellen Kontext, sehr nahe an der Zielgruppe. Das Mobile Sponsoring kann beispielsweise intern auf ein Special im mobilen Portal oder extern auf eine mobile Landingpage des Werbetreibenden verlinken.				

Name des Werbemittels	Bild	Standardformat	Videolänge	Maximale Größe in KB	Dateityp	Audio	Beschreibung
Mobile Pre-Roll Ad		4:3 (640x480 px) oder 16:9 (640x360 px) Unterstützte Plattformen: iPhone- und Android-Apps	bis max. 30 Sekunden	5 MB	MP4, H264/AVC, AVI	Ton muss ins Video integriert sein	Mobile Pre-Roll Ads legen sich über den gesamten Bildschirm des Smartphones und werden automatisch in einem auf der App/mobilen Website integrierten Videoplayer gestartet bevor der eigentliche Video-Content gezeigt wird. Da der User das Video nicht selbst schließen kann, ist die Werbewirksamkeit besonders hoch.
Mobile Mid-Roll Ad		4:3 (640x480 px) oder 16:9 (640x360 px) Unterstützte Plattformen: iPhone- und Android-Apps	bis max. 30 Sekunden	5 MB	MP4, H264/AVC, AVI	Ton muss ins Video integriert sein	Ähnlich wie bei klassischen TV-Werbepausen werden Mobile Mid-Roll Ads als Unterbrecherwerbung während eines Video-Formats mit geeigneter Laufzeitlänge geschaltet und über einen auf der App/mobilen Website integrierten Videoplayer abgespielt. Ob der User den Werbespot überspringen kann oder nicht, hängt vom Vermarkter-Netzwerk ab.
Mobile Post-Roll Ad		4:3 (640x480 px) oder 16:9 (640x360 px) Unterstützte Plattformen: iPhone- und Android-Apps	bis max. 30 Sekunden	5 MB	MP4, H264/AVC, AVI	Ton muss ins Video integriert sein	Das Mobile Post-Roll Ad startet nach einem Videoclip und ermöglicht aufgrund des hohen Involvement des Users nach dem Wunschclip eine sehr gute Zielgruppenansprache. Besonders effektiv sind Post-Roll Ads, wenn sie als call-to-action im Anschluss an ein gebrandetes Video eingesetzt werden.

Name des Werbemittels	Bild	Standardformat	Expandable Ad	Maximale Größe in KB	Dateityp	Beschreibung
Mobile Medium Rectangle		600x500 px (Retina-Auflösung) 300x250 px Unterstützte Plattformen: iPhone- und Android-Apps	/	40 KB	GIF, PNG, JPG, HTML5	Das Medium Rectangle zählt zu den Klassikern unter den mobilen Werbeformaten. Gerade auf Smartphones nimmt es den größten Teil der sichtbaren Fläche ein und rückt damit die Werbebotschaft in den Vordergrund. Die erfolgreiche Werbeform bietet viel Spielraum für eine kreative Gestaltung - eine optimale Gelegenheit, um auf Ihr Produkt aufmerksam zu machen!
Mobile Content Ad 2:1		600x300 px (Retina-Auflösung), 300x150 px im ausliefernden Gerät Unterstützte Plattformen: iPhone- und Android-Apps	/	20 KB (40 KB für Retina-Auflösung)	GIF, PNG, JPG, HTML5	Das Mobile Content Ad gehört im mobilen Bereich zu den meist gebuchten Werbemitteln. Der Mobile Banner 2:1 überzeugt vor allem durch seine große Fläche, die genügend Platz bietet, um Ihre Werbebotschaft in Szene zu setzen und sich eindrucksvoll vom Seiten-Content abzuheben. Der Banner kann dabei beispielsweise intern auf Ihr Special oder extern auf eine mobile Landingpage verlinken.
Mobile Interstitial Ad		640x832 px (Retina-Auflösung), 320x416 px im ausliefernden Gerät Unterstützte Plattformen: iPhone- und Android-Apps	/	60 KB	GIF, PNG, JPG, HTML5	Bei der Mobile Interstitial Ad handelt es sich um eine besonders aufmerksamkeitsstarke Werbeform, da sie den gesamten Bildschirm füllt. Sie lässt sich entweder vom Nutzer selbst schließen oder verschwindet nach 5-7 Sekunden automatisch.
Mobile Expandable Ad		600x100 px (Retina-Auflösung), 300x50 px im ausliefernden Gerät Unterstützte Plattformen: iPhone- & Android-Apps	600x200 – max. 500 Pixel (Retina-Auflösung) 300x100 – max. 250 Pixel im ausliefernden Gerät	30 KB	GIF, PNG, JPG, HTML5	Das Mobile Expandable Ad legt sich beim Öffnen über den Content und zeigt sich in seiner vollen Pracht. Der Banner lässt sich manuell über einen Close-Button zurückbilden oder verkleinert sich nach max. 4 Sekunden automatisch auf die Größe eines Content Ad (der Größe 6:1). Der Content rückt dabei automatisch nach.