

**LINDA.NL**



VOORWAARDEN  
& SPECS

# LINDA.NL

## INHOUDSOPGAVE

### **ADVERTORIALS**

- [routing advertorials](#)
- [specs advertorial](#)
- [specs video-advertorial](#)
- [specs advertorial +](#)
- [specs advertorial dinsdag nieuwsbrief](#)
- [specs advertorial LINDA.LOVES nieuwsbrief](#)
- [specs advertorial LINDA.meiden nieuwsbrief](#)
- [specs advertorial WIN, WIN, WIN nieuwsbrief](#)

### **DISPLAY**

- [display mogelijkheden](#)
- [gedragsvoorwaarden](#)
- [specs billboard](#)
- [specs skin billboard](#)
- [specs half page ad](#)
- [specs medium rectangle](#)
- [specs half page banner mobile](#)
- [specs skyscraper](#)
- [specs in page video](#)
- [specs cube mobile](#)

### **VIDEO**

- [activatiebumper](#)
- [billboard](#)
- [pre-roll](#)

### **INSTAGRAM**

- [specs Insta-story](#)
- [specs winstagram post](#)

### **LINDA.LAB**

### **ADVERTENTIE VOORWAARDEN**

### **TIPS VAN LINDA.**

### **METEN & DEFINITIES**

# LINDA.NL

ROUTING ADVERTORIALS

# 1

## **MATERIAAL AANLEVEREN**

Uiterlijk vijf werkdagen voor livegang materiaal aanleveren volgens specificaties. Op dit moment dienen tevens eventuele trackers te worden aangeleverd.

# 2

## **EERSTE PREVIEW**

Drie werkdagen voor livegang sturen we u de eerste preview van de advertorial.

# 3

## **FEEDBACKRONDE**

U heeft recht op één feedbackronde. Graag ontvangen wij deze feedback uiterlijk twee werkdagen voor livegang (uiterlijk op donderdag).

# 4

## **DEFINITIEVE PREVIEW**

Eventuele feedback wordt verwerkt en u ontvangt uiterlijk één werkdag voor livegang de definitieve versie van de advertorial (uiterlijk op vrijdag).

# 5

## **LIVEGANG**

Maandagochtend gaat de advertorial live. U ontvangt bij livegang de URL van de advertorial. Na publicatie van de advertorial is geen correctie meer mogelijk.

# 6

## **RAPPORTAGE**

Een week na afloop van de campagne ontvangt u een rapportage.

## **SPECIFICATIES ADVERTORIAL**

### **BEELD**

- minimaal 1024 x 567 pixels (16:9 verhouding)
- lage resolutie: 72 dpi
- zonder grote logo's/prijzen en zonder tekst. Bij voorkeur sfeerbeeld
- indien er ook een advertorial rits is ingekocht, ontvangen we ook graag het logo. De kleurcode van de rits wordt bepaald door Studio Room

### **BRIEFING**

- voorstel voor tekst (max. 500 woorden)
- redactie LINDA.nl schrijft op basis van de briefing zelf een tekst van ongeveer 150 woorden waarbij we de gebruiker altijd met je/jij aanspreken
- URL verwijzend naar website of Facebook-pagina van adverteerder
- indien gewenst ook aanleveren: impressietracker of clicktracker (verwerkt in deeplink) om CTR naar eigen website te meten

### **VIDEO**

- indien gewenst kan een video verwerkt worden in de advertorial
- aan te leveren als Youtube-link (niet meetbaar)

### **METEN**

- wij meten het aantal impressies op overzichtspagina, artikel views en CTR
- impressietracker/UTM-URL en clicktracker mogen worden aangeleverd
- resultaten bij MFM worden gemeten via Google Analytics en zijn altijd leidend
- zie voorwaarden voor uitgebreide uitleg met betrekking tot mee meten

## **SPECIFICATIES VIDEO-ADVERTORIAL**

### **VIDEO**

- MP4 of MXF video
- optioneel: URL van Youtube video (let op: een Youtube link speelt niet direct af op desktop)
- Indien er ook een advertorial rits is ingekocht, ontvangen we ook graag het logo. De kleurcode van de rits wordt bepaald door Studio Room.

### **BEELD**

- 1792 x 1008 pix - twee verschillende afbeeldingen aanleveren
- lage resolutie: 72 dpi
- zonder grote logo's/prijzen en zonder tekst

### **BRIEFING TEKST**

- voorstel voor tekst (max. 300 woorden)
- redactie LINDA.nl schrijft op basis van de briefing zelf een tekst van maximaal 100 woorden waarbij we de gebruiker altijd met je/jij aanspreken
- URL verwijzend naar website of Facebook-pagina van adverteerder
- indien gewenst ook aanleveren: impressietracker of clicktracker (verwerkt in deeplink) om CTR naar eigen website te meten

### **METEN**

- wij meten het aantal impressies op overzichtspagina en het aantal video views
- impressietracker/UTM-URL en clicktracker mogen worden aangeleverd
- resultaten bij MFM worden gemeten via Google Analytics en zijn altijd leidend
- zie voorwaarden voor uitgebreide uitleg met betrekking tot meemeten

## **SPECIFICATIES ADVERTORIAL +**

### **BEELD**

- Minimaal 1024 x 567 pixels (16:9 verhouding)
- lage resolutie: 72 dpi
- zonder grote logo's/prijzen en zonder tekst. Bij voorkeur sfeerbeeld

### **BRIEFING TEKST**

- voorstel voor tekst (max. 150 woorden)
- redactie LINDA.nl schrijft op basis van de briefing zelf een tekst van maximaal 150 woorden waarbij we de gebruiker altijd met je/jij aanspreken
- URL verwijzend naar website of Facebook-pagina van adverteerder
- indien gewenst ook aanleveren: impressietracker of clicktracker (verwerkt in deeplink) om CTR naar eigen website te meten

### **METEN**

- wij meten het aantal impressies op overzichtspagina en het aantal video views
- impressietracker/UTM-URL en clicktracker mogen worden aangeleverd
- resultaten bij MFM worden gemeten via Google Analytics en zijn altijd leidend
- zie voorwaarden voor uitgebreide uitleg met betrekking tot meemeten

## **SPECIFICATIES DINSDAG-NIEUWSBRIEF LINDANIEUWS**

- Beeld: 223 x 208 pix en 371 x 208 pix
- (per formaat 2 verschillende afbeeldingen aanleveren)
- Lage resolutie: 72 dpi.  
Beeld zonder opvallende logo's en/of prijzen
- Briefing voor de tekst (max. 50 woorden)
- De redactie van LINDAnieuws.nl schrijft op basis van de briefing zelf een tekst van ongeveer 20 - 40 woorden waarbij we de gebruiker altijd met je/jij aanspreken
- URL verwijzend naar eigen website, Facebook-pagina of naar advertorial op LINDAnieuws.nl
- Indien gewenst een meettag (verwerkt in deeplink) om CTR naar eigen website te meten
- Na het versturen van de nieuwsbrief volgt een rapportage op basis van de resultaten

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformmagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformmagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

NB. Na publicatie van de advertorial is geen correctie meer mogelijk.

# LINDA.NL

ADVERTORIAL LINDA.LOVES NIEUWSBRIEF

## **SPECIFICATIES LINDA.LOVES NIEUWSBRIEF**

- Beeld: 580 x 580 pix (per formaat 2 verschillende afbeeldingen aanleveren)
- Lage resolutie: 72 dpi.  
Beeld zonder opvallende logo's en/of prijzen
- Briefing voor de tekst (max. 50 woorden)
- De redactie van LINDAnieuws.nl schrijft op basis van de briefing zelf 1 regel tekst waarbij we de gebruiker altijd met je/jij aanspreken
- URL verwijzend naar eigen website, Facebook-pagina of naar advertorial op LINDAnieuws.nl
- Indien gewenst een meettag (verwerkt in deeplink) om CTR naar eigen website te meten
- Na het versturen van de nieuwsbrief volgt een rapportage op basis van de resultaten

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

NB. Na publicatie van de advertorial is geen correctie meer mogelijk.



# LINDA.NL

ADVERTORIAL LINDA.MEIDEN NIEUWSBRIEF

## **SPECIFICATIES LINDA.MEIDEN NIEUWSBRIEF**

- Beeld: 310 x 254 px
- Lage resolutie: 72 dpi  
Beeld zonder opvallende logo's en/of prijzen
- Briefing voor de tekst (max. 50 woorden)
- De redactie van LINDAnieuws.nl schrijft op basis van de briefing zelf 1 regel tekst waarbij we de gebruiker altijd met je/jij aanspreken
- URL verwijzend naar eigen website, Facebook-pagina of naar advertorial op LINDAnieuws.nl
- Indien gewenst een meettag (verwerkt in deeplink) om CTR naar eigen website te meten
- Na het versturen van de nieuwsbrief volgt een rapportage op basis van de resultaten

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformmagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformmagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

NB. Na publicatie van de advertorial is geen correctie meer mogelijk.

# LINDA.NL

ADVERTORIAL  
WIN, WIN, WIN NIEUWSBRIEF

## **SPECIFICATIES WIN, WIN, WIN NIEUWSBRIEF**

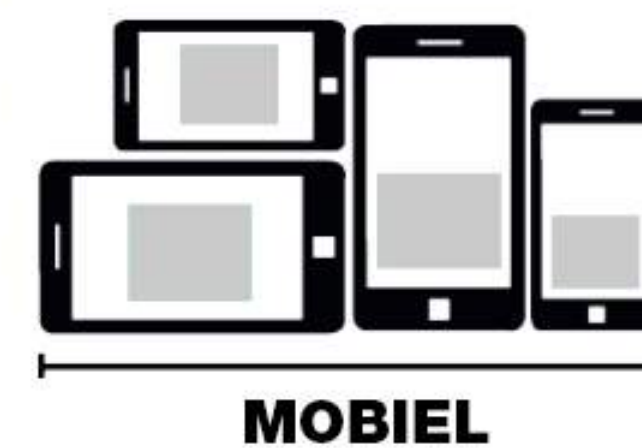
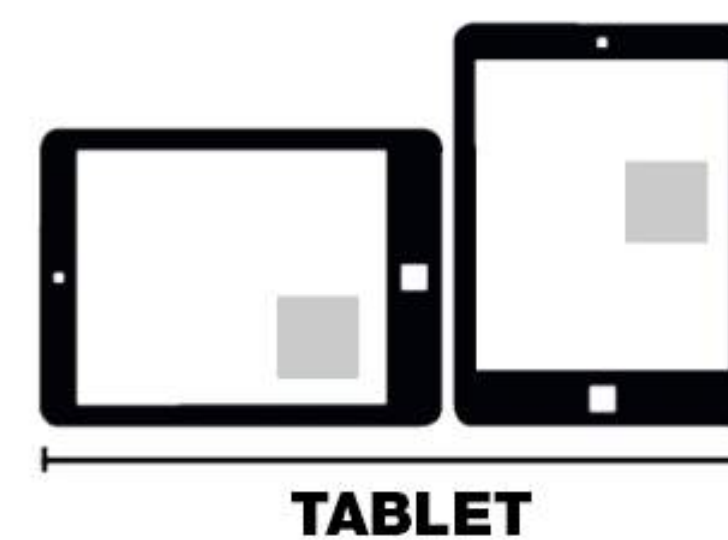
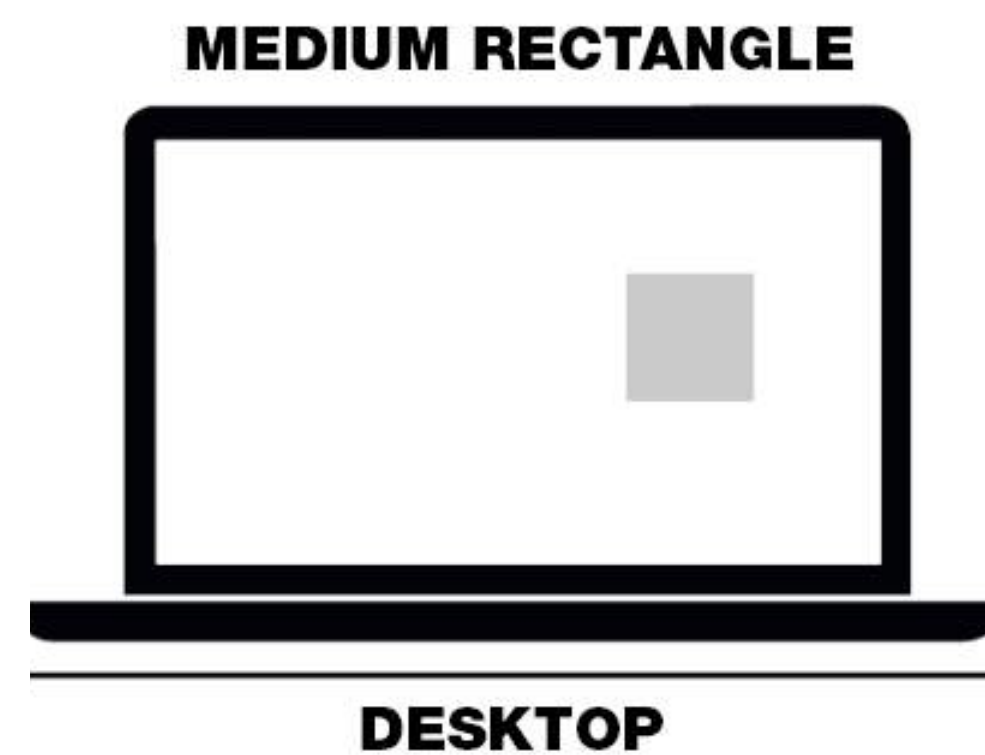
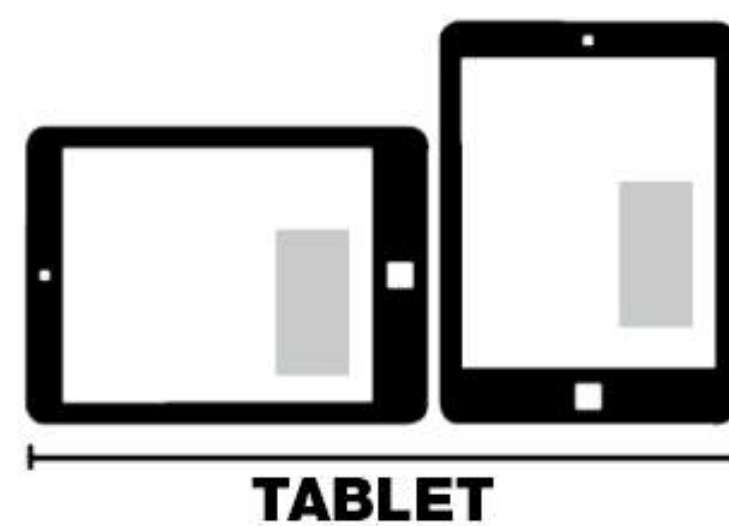
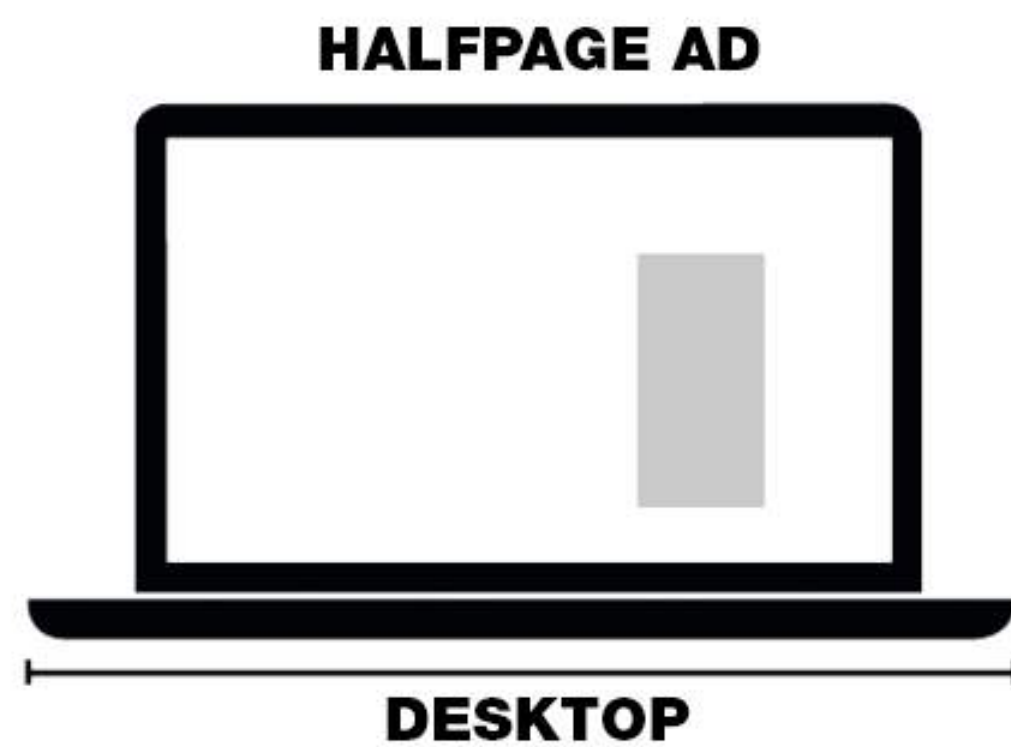
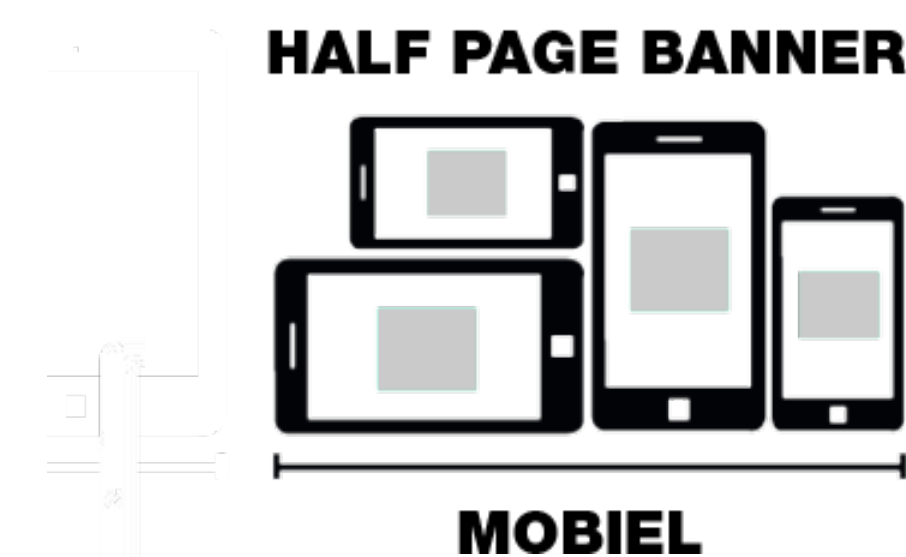
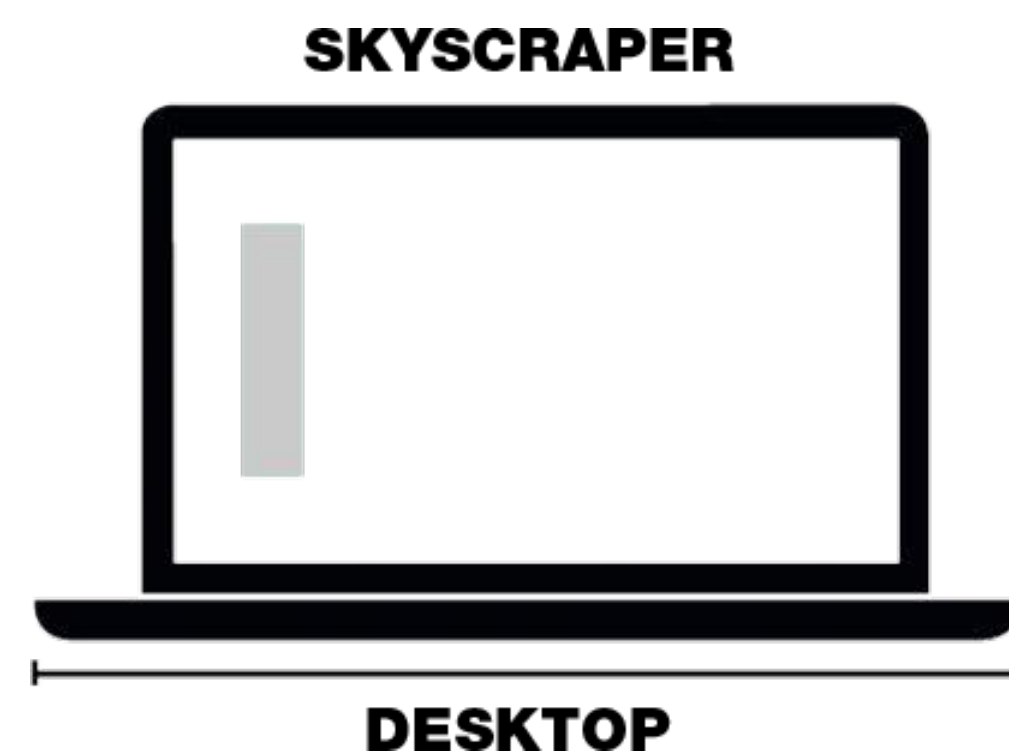
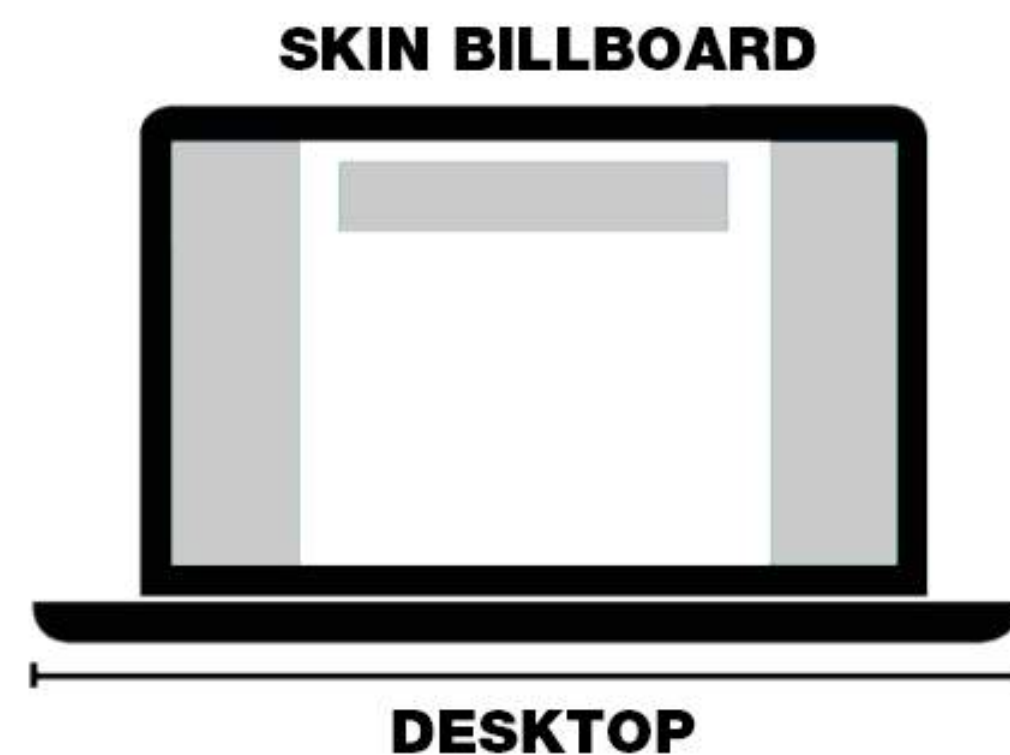
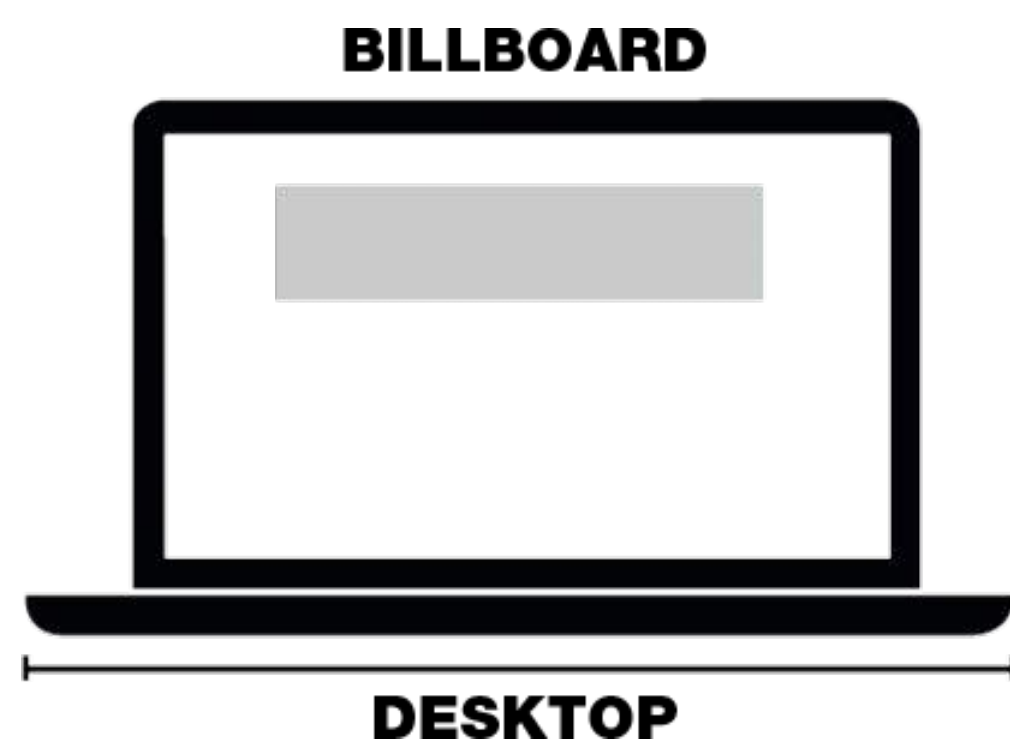
- Beeld: 580 x 580 pix (per formaat 2 verschillende afbeeldingen aanleveren) 1167 x 636 (hoofditem) en 371 x 208 pix 310 x 254 (kleiner item)
- Lage resolutie: 72 dpi.  
Beeld zonder opvallende logo's en/of prijzen
- Briefing voor de tekst (max. 50 woorden)
- De redactie van LINDAnieuws.nl schrijft op basis van de briefing zelf 1 regel tekst waarbij we de gebruiker altijd met je/jij aanspreken
- URL verwijzend naar eigen website, Facebook-pagina of naar advertorial op LINDAnieuws.nl
- Indien gewenst een meettag (verwerkt in deeplink) om CTR naar eigen website te meten
- Na het versturen van de nieuwsbrief volgt een rapportage op basis van de resultaten

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

NB. Na publicatie van de advertorial is geen correctie meer mogelijk.

# LINDA.NL

## DISPLAY MOGELIJKHEDEN



## ALGEMEEN

- Geluid in advertenties is alleen toegestaan na een muisklik van de bezoeker en na deze klik moet duidelijk een 'stop' of 'pauze' knop aanwezig zijn.
- Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [infoprojectmanagement@moodformagazines.nl](mailto:infoprojectmanagement@moodformagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de campagne vertraging oploopt.
- Voor alle advertenties binnen het LINDA. netwerk geldt dat het voor de bezoeker duidelijk moet zijn dat het om een advertentie gaat.
- NB. Na livegang geen correctie meer mogelijk

## GEDRAGSVOORWAARDEN

- De uiting mag een computer van een gebruiker niet hoger belasten dan 40% van het processorgebruik.
- De uiting mag een smartphone of een tablet niet vertragen of laten vastlopen.
- De uiting mag een app of mobiele browser van een gebruiker niet vertragen of laten crashen.
- Geen 100% transparante achtergrond (max 50%).
- Een uiting mag maximaal 3 keer lopen.
- Een uiting moet een duidelijke CTA hebben.
- De duur van een eventuele video is maximaal 15 seconden.
- De video mag automatisch afspelen.
- Geluid van een video staat bij het serveren standaard uit en kan on click geactiveerd worden.
- Er dient duidelijk een 'play', 'pauze' en of 'stop' knop aanwezig te zijn.
- Geluid in advertenties is alleen toegestaan na een muisklik van de bezoeker en na deze klik moet duidelijk een 'stop' of 'pauze' knop aanwezig zijn.
- Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de campagne vertraging oploopt.
- NB. Na livegang geen correctie meer mogelijk

## **BILLBOARD 970 x 250 PX., MAX. 200 KB**

### **SPECIFICATIES EN AANLEVERVOORWAARDEN**

- De URL van de landingspagina of losse impressie-en clicktrackers.
- Aanleveren als (animated) .gif, .jpg, .png, .swf (flash).
- Materiaal kan ook aangeleverd worden in de vorm van een adservering code.
- Initial load: 200 Kb.
- Host-initiated subload: 300 KB.
- User initiated load: 4 MB
- HTML5 kan aangeleverd worden via de IAB standaard. AppNexus volgt de door IAB aanbevolen upload van zipbestanden. Vanuit een AppNexus-perspectief wordt een HTML5-advertentie op dezelfde manier behandeld als een andere banner van derden.
- In het bestand dient wel de juiste AppNexus Clicktag verwerkt te worden. Hier staat uitgelegd hoe deze geïmplementeerd moet worden.

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformmagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformmagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

### **GEDRAGSVORWAARDEN**

- De uiting mag een computer van een gebruiker niet hoger belasten dan 40% van het processorgebruik.
- De uiting mag een smartphone of een tablet niet vertragen of laten vastlopen.
- De uiting mag een app of mobiele browser van een gebruiker niet vertragen of laten crashen.
- Geen 100% transparante achtergrond (max 50%).
- Een uiting mag maximaal 3 keer lopen.
- Een uiting moet een duidelijke CTA hebben.
- De duur van een eventuele video is maximaal 15 seconden.
- De video mag automatisch afspelen.
- Geluid van een video staat bij het serveren standaard uit en kan on click geactiveerd worden.
- Er dient duidelijk een 'play', 'pauze' en of 'stop' knop aanwezig te zijn.
- Geluid in advertenties is alleen toegestaan na een muisklik van de bezoeker en na deze klik moet duidelijk een 'stop' of 'pauze' knop aanwezig zijn.
- NB. Na livegang geen correctie meer mogelijk

## SKIN BILLBOARD

- **BILLBOARD 970 x 250 PX**
- **SKIN LINKS 640 x 1500 PX**
- **SKIN RECHTS 640 x 1500 PX**

## SPECIFICATIES EN AANLEVERVOORWAARDEN

- Bij deze advertentievorm is het verplicht om gebruik te maken van de preferred rich media partner van Sanoma; Weborama.
- Bij deze advertentievorm zijn de publisher paid regels van toepassing.
- Let op, de hosting van een uiting is alleen publisher paid als het een rich media uiting betreft die guarantee of fixed wordt ingezet én is aangeleverd via een van onze preferred rich media vendors.

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformmagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformmagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

## GEDRAGSVORWAARDEN

- De uiting mag een computer van een gebruiker niet hoger belasten dan 40% van het processorgebruik.
- De uiting mag een smartphone of een tablet niet vertragen of laten vastlopen.
- De uiting mag een app of mobiele browser van een gebruiker niet vertragen of laten crashen.
- Geen 100% transparante achtergrond (max 50%).
- Een uiting mag maximaal 3 keer lopen.
- Een uiting moet een duidelijke CTA hebben.
- De animatie is beperkt tot maximaal 15 seconden.
- Houd er rekening mee dat veel bezoekers de resolutie 1280 x 1024 gebruiken. Zorg ervoor dat logo's en CTA's zichtbaar zijn binnen dit gebied.
- De duur van een eventuele video is maximaal 15 seconden.
- De video mag automatisch afspelen, behalve op mobile devices.
- Geluid van een video staat bij het serveren standaard uit en kan on click geactiveerd worden.
- Er dient duidelijk een 'play', 'pauze' en of 'stop' knop aanwezig te zijn.
- Geluid in advertenties is alleen toegestaan na een muisklik van de bezoeker en na deze klik moet duidelijk een 'stop' of 'pauze' knop aanwezig zijn.
- NB. Na livegang geen correctie meer mogelijk

## HALF PAGE AD 300 x 600 PX – MAX. 200 KB

### SPECIFICATIES EN AANLEVERVOORWAARDEN

- De URL van de landingspagina of losse impressie- en clicktrackers.
- Aanleveren als (animated) .gif, .jpg of .png
- Aanlevering adserveringcode
- Materiaal kan ook aangeleverd worden in de vorm van een adservering code.
- Initial load: 200 Kb.
- Host-initiated subload: 300 Kb.
- User initiated load: 4 mb.
- HTML5 kan aangeleverd worden via de IAB standaard.  
AppNexus volgt de door IAB aanbevolen upload van zipbestanden.  
Vanuit een AppNexus-perspectief wordt een HTML5-advertentie op dezelfde manier behandeld als een andere banner van derden.
- In het bestand dient wel de juiste AppNexus Clicktag verwerkt te worden. [Hier](#) staat uitgelegd hoe deze geïmplementeerd moet worden.

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformmagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformmagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

### GEDRAGSVOORWAARDEN

- De uiting mag een computer van een gebruiker niet hoger belasten dan 40% van het processorgebruik.
- De uiting mag een smartphone of een tablet niet vertragen of laten vastlopen.
- De uiting mag een app of mobiele browser van een gebruiker niet vertragen of laten crashen.
- Geen 100% transparante achtergrond (max 50%).
- Een uiting mag maximaal 3 keer lopen.
- Een uiting moet een duidelijke CTA hebben.
- De duur van een eventuele video is maximaal 15 seconden.
- De video mag automatisch afspelen.
- Geluid van een video staat bij het serveren standaard uit en kan on click geactiveerd worden.
- Er dient duidelijk een 'play', 'pauze' en of 'stop' knop aanwezig te zijn.
- Geluid in advertenties is alleen toegestaan na een muisklik van de bezoeker en na deze klik moet duidelijk een 'stop' of 'pauze' knop aanwezig zijn.
- NB. Na livegang geen correctie meer mogelijk

## **MEDIUM RECTANGLE 300 x 250 PX, MAX. 100 KB**

### **SPECIFICATIES EN AANLEVERVOORWAARDEN**

- De URL van de landingspagina of losse impressie- en clicktrackers.
- Aanleveren als (animated) .gif, .jpg, of .png.
- Materiaal kan ook aangeleverd worden in de vorm van een adservering code.
- Initial load: 100 Kb.
- Host-initiated subload: nvt.
- User initiated load: nvt.
- HTML5 kan aangeleverd worden via de IAB standaard. AppNexus volgt de door IAB aanbevolen upload van zipbestanden. Vanuit een AppNexus-perspectief wordt een HTML5-advertentie op dezelfde manier behandeld als een andere banner van derden.
- In het bestand dient wel de juiste AppNexus Clicktag verwerkt te worden. [Hier](#) staat uitgelegd hoe deze geïmplementeerd moet worden.

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

### **GEDRAGSVOORWAARDEN**

- De uiting mag een computer van een gebruiker niet hoger belasten dan 40% van het processorgebruik.
- De uiting mag een smartphone of een tablet niet vertragen of laten vastlopen.
- De uiting mag een app of mobiele browser van een gebruiker niet vertragen of laten crashen.
- Geen 100% transparante achtergrond (max 50%).
- Een uiting mag maximaal 3 keer lopen.
- Een uiting moet een duidelijke CTA hebben.
- De duur van een eventuele video is maximaal 15 seconden.
- De video mag automatisch afspelen.
- Geluid van een video staat bij het serveren standaard uit en kan on click geactiveerd worden.
- Er dient duidelijk een 'play', 'pauze' en of 'stop' knop aanwezig te zijn.



## HALF PAGE MOBIELE BANNER 320x240 PX, MAX 40 KB

### SPECIFICATIES EN AANLEVERVOORWAARDEN

- Aanleveren als (animated) .gif, .jpg, of .png.
- De URL van de landingspagina of losse impressie- en clicktrackers.
- Het is mogelijk om één adervingcode te plaatsen waarvanuit een ad met device recognition of een responsive ad geserveerd wordt.
- Initial load: 100 Kb.
- Host-initiated subload: 300 Kb.
- User initiated load: 4 mb.
- HTML5 kan aangeleverd worden via de IAB standaard.
- AppNexus volgt de door IAB aanbevolen upload van zipbestanden. Vanuit een AppNexus-perspectief wordt een HTML5-advertentie op dezelfde manier behandeld als een andere banner van derden.
- In het bestand dient wel de juiste AppNexus Clicktag verwerkt te worden. [Hier](#) staat uitgelegd hoe deze geïmplementeerd moet worden.

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformmagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformmagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

### GEDRAGSVORWAARDEN

- De uiting mag een computer van een gebruiker niet hoger belasten dan 40% van het processorgebruik.
- De uiting mag een smartphone of een tablet niet vertragen of laten vastlopen.
- De uiting mag een app of mobiele browser van een gebruiker niet vertragen of laten crashen.
- Geen 100% transparante achtergrond (max 50%).
- Een uiting mag maximaal 3 keer lopen.
- Een uiting moet een duidelijke CTA hebben.
- De duur van een eventuele video is maximaal 15 seconden.
- De video mag alleen on click afspelen.
- Geluid van een video staat bij het serveren standaard aan en is deactiveerbaar on click.
- Er dient duidelijk een 'play', 'pauze' en of 'stop' knop aanwezig te zijn.

## **SKYSCRAPER 120 x 600 PX., MAX. 100 KB**

### **SPECIFICATIES EN AANLEVERVOORWAARDEN**

- De URL van de landingspagina of losse impressie- en clicktrackers.
- Aanleveren als (animated) .gif, .jpg, of .png.
- Materiaal kan ook aangeleverd worden in de vorm van een adservering code.
- Initial load: 100 Kb.
- Host-initiated subload: nvt.
- User initiated load: nvt.
- HTML5 kan aangeleverd worden via de IAB standaard.
- AppNexus volgt de door IAB aanbevolen upload van zipbestanden. Vanuit een AppNexus-perspectief wordt een HTML5-advertentie op dezelfde manier behandeld als een andere banner van derden.
- In het bestand dient wel de juiste AppNexus Clicktag verwerkt te worden. [Hier](#) staat uitgelegd hoe deze geïmplementeerd moet worden.

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformmagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformmagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

### **GEDRAGSVOORWAARDEN**

- De uiting mag een computer van een gebruiker niet hoger belasten dan 40% van het processorgebruik.
- De uiting mag een smartphone of een tablet niet vertragen of laten vastlopen.
- De uiting mag een app of mobiele browser van een gebruiker niet vertragen of laten crashen.
- Geen 100% transparante achtergrond (max 50%).
- Een uiting mag maximaal 3 keer lopen.
- Een uiting moet een duidelijke CTA hebben.
- De duur van een eventuele video is maximaal 15 seconden.
- De video mag automatisch afspelen.
- Geluid van een video staat bij het serveren standaard uit en kan on click geactiveerd worden.
- Er dient duidelijk een 'play', 'pauze' en of 'stop' knop aanwezig te zijn.
- Geluid in advertenties is alleen toegestaan na een muisklik van de bezoeker en na deze klik moet duidelijk een 'stop' of 'pauze' knop aanwezig zijn.
- NB. Na livegang geen correctie meer mogelijk

## **IN PAGE VIDEO AD 640x360 PX (16:9), MAX 4MB**

### **SPECIFICATIES EN AANLEVERVOORWAARDEN**

- De In-page video kan geleverd worden als VAST tag. Voor het valideren van een VAST tag kunt u gebruik maken van de demopagina van Ooyala.
- Bestandsformaat .mp4.
- De maximale framerate is 30 fps.
- De aspect ratio van de video is 16:9.
- De resolutie van de video is 640x360 px.
- Het maximale gewicht van de video is 4 mb.
- Fysiek materiaal aanleveren is ook mogelijk in de vorm van .mp4.
- De URL van de landingspagina of losse impressie- en clicktrackers.

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformmagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformmagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

### **GEDRAGSVOORWAARDEN**

- De uiting mag een computer van een gebruiker niet hoger belasten dan 40% van het processorgebruik.
- De uiting mag een smartphone of een tablet niet vertragen of laten vastlopen.
- De uiting mag een app of mobiele browser van een gebruiker niet vertragen of laten crashen.
- Geen 100% transparante achtergrond (max 50%).
- De duur van de video is maximaal 30 seconden.

## **3D SPINCUBE MOBIELE BANNER 600x440 PX, MAX 40KB elk**

### **SPECIFICATIES EN AANLEVERVOORWAARDEN**

- De spincube is een formaat in de vorm van een kubus. Deze kubus heeft 4 zijanten, door te swipen naar rechts of links veranderd de kubus van kant. In de cube kunnen maximaal 10 afbeeldingen gebruikt worden
- Materiaal minimaal 5 werkdagen van te voren aanleveren. Deze 5 werkdagen hebben wij nodig om een Rich Media uiting technisch te bouwen en te testen.
- Aanleveren: 4 – 10 hoge resolutie beelden in 600x440px – max 40kb per beeld
- Aanleveren als .gif, .jpg, of .png.
- De URL van de landingspagina of losse impressie- en clicktrackers.

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformmagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformmagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

### **GEDRAGSVOORWAARDEN**

- De uiting mag een computer van een gebruiker niet hoger belasten dan 40% van het processorgebruik.
- De uiting mag een smartphone of een tablet niet vertragen of laten vastlopen.
- De uiting mag een app of mobiele browser van een gebruiker niet vertragen of laten crashen.
- Geen 100% transparante achtergrond (max 50%).
- Een uiting mag maximaal 3 keer lopen.
- Een uiting moet een duidelijke CTA hebben.
- De duur van een eventuele video is maximaal 15 seconden.
- De video mag alleen on click afspelen.
- Geluid van een video staat bij het serveren standaard aan en is deactiveerbaar on click.
- Er dient duidelijk een 'play', 'pauze' en of 'stop' knop aanwezig te zijn.

### **ACTIVATIEBUMPER**

- Logo: 720 px breed
- Beeld: (afbeelding) 1200 x 1200 px
- Product: (vrijstaand) 800 x 800 px
- De activatie-boodschap mag tussen de 25 - 30 woorden bevatten
- URL verwijzend naar eigen (actie) website.\* Indien gewenst een meettag (verwerkt in deeplink) om CTR naar eigen website te meten.
- Na opmaak van de activatiebumper door LINDA, ontvangt de klant de productie nog eenmaal ter goedkeuring alvorens livegang.
- Na afloop van de campagne volgt een rapportage op basis van de gemeten resultaten.

\*link is niet clickable in de video, maar komt in de tekst onder de video

Materiaal uiterlijk tien werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de activatiebumper niet meer geplaatst kan worden in de video. We zullen dan een nieuwe video/publicatie overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

NB: Na publicatie is geen correctie meer mogelijk.

# LINDA.NL

VIDEO: BOLLBOARD

## **BOLLBOARD**

- Keuze bollboard: **logo, logo + beeld, logo + product**
- Logo: 720 px breed
- Beeld: (afbeelding) 1200 x 1200 px
- Product: (vrijstaand) 800 x 800 px
- URL verwijzend naar eigen (actie) website.\* Indien gewenst een meettag (verwerkt in deeplink) om CTR naar eigen website te meten.
- Er is één feedbackronde op de geleverde productie.
- Na afloop van de campagne volgt een rapportage op basis van de gemeten resultaten.

\*link is niet clickable in de video, maar komt in de tekst onder de video

Materiaal uiterlijk tien werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de bollboard niet meer geplaatst kan worden in de video. We zullen dan een nieuwe video/publicatie overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

NB: Na publicatie is geen correctie meer mogelijk.

## PRE-ROLL

### SPECIFICATIES EN AANLEVERVOORWAARDEN

- Fysiek materiaal aanleveren als .mp4.
- De maximale framerate is 30 fps.
- De aspect ratio van de video is 16:9.
- De resolutie van de video is 640x360 px.
- Het maximale gewicht van de video is 4 mb.
- De URL van de landingspagina of losse impressie- en clicktrackers.
- De pre-roll kan ook geleverd worden als VAST of VPAID tag. Voor het valideren van een VAST of VPAID tag kunt u gebruik maken van de demopagina van Ooyala.
- Voor alle advertenties binnen de LINDA. platformen geldt dat het voor de bezoeker duidelijk moet zijn dat het om een advertentie gaat.

### GEDRAGSVORWAARDEN

- De uiting mag een computer van een gebruiker niet hoger belasten dan 40% van het processorgebruik.
- De uiting mag een smartphone of een tablet niet vertragen of laten vastlopen.
- De uiting mag een app of mobiele browser van een gebruiker niet vertragen of laten crashen.
- Geen 100% transparante achtergrond (max 50%).
- De duur van de video is maximaal 20 seconden.

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformmagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformmagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

## **INSTA-STORY 1080 x 1920 PIXELS**

### **SPECIFICATIES**

- Beeld op hoge resolutie aanleveren
- De redactie van LINDA.nl maakt deze op tot een story (1080 x 1920 pixels)

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.



# LINDA.NL

INSTAGRAM: WINSTAGRAM POST

## WINSTAGRAMPOST 1181 x 1181 pixels

### SPECIFICATIES

- Beeld op hoge resolutie aanleveren
- De redactie van LINDA.nl maakt deze op tot een post (1181 x 1181 pixels)
- Let op: een winstagrampost op LINDA.meiden Instagram wordt opgemaakt door Studio Room.

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

## **SPECIFICATIES LINDA.LAB**

- Beeld minimaal 1024 x 576 pixels (16:9 verhouding) - jpg of png  
Beeld zonder opvallende logo's en/of prijzen
- Briefing over het te testen product of dienst (max. 500 woorden)
- Selectiecriteria voor testers (deze worden verwerkt in de oproep)
- De redactie van LINDA.digitaal schrijft een oproep advertorial op basis van de briefing. Daarnaast zijn er een aantal vaste stijlelementen verbonden aan LINDA.LAB.
- URL verwijzend naar eigen website of Facebook-pagina
- Indien gewenst een meettag (verwerkt in deeplink) om CTR naar eigen website te meten.
- Na opmaak van de advertorial door LINDA, ontvangt de klant de advertorial nog eenmaal ter goedkeuring alvorens livegang.

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij [projectmanagers@moodformmagazines.nl](mailto:projectmanagers@moodformmagazines.nl). Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de datum van livegang opgeschoven moet worden. Mocht de planning al vol zitten, dan zullen we een nieuwe datum overeen moeten komen die afhankelijk is van de beschikbare ruimte.

NB. Na publicatie van de advertorial is geen correctie meer mogelijk.

## VOORWAARDEN LINDA.NL

- 1.** MfM heeft het recht om Digitale Diensten goed en af te keuren met inachtneming van criteria in aanvulling op het reeds voor alle Diensten bepaalde. Richtlijnen voor Digitale Diensten zijn te vinden op [www.lindanieuws.nl](http://www.lindanieuws.nl) en houden onder andere in: geen schreeuwerige, niet ethische of moreel ontoelaatbare uitingen. MfM heeft te allen tijde het recht om de uiting niet te plaatsen als deze niet voldoet aan de bovengenoemde richtlijnen.
- 2.** Opdrachtgever garandeert dat het geleverde digitale materiaal geen virussen of vergelijkbare softwareprogramma's bevat of kan bevatten, al dan niet zonder medeweten van Opdrachtgever toegevoegd door een derde, die de werking van de door MfM aangeboden diensten, het internet of de computers en/of software van derden kunnen schaden.
- 3.** Indien en voor zover de Opdrachtgever bij het gebruik van de Digitale Diensten gebruik maakt van Cookies, garandeert Opdrachtgever dat zij, alsmede haar eventuele Opdrachtgever(s) én eventuele door haar ingeschakelde derde(n), daarbij voldoen aan wet- en regelgeving, waaronder in het bijzonder (maar niet beperkt tot) artikel 11:7a Telecommunicatiewet.

- 4.** De Digitale Diensten worden door MfM zonder enige garantie voor (ononderbroken) beschikbaarheid, veiligheid, geschiktheid, afwezigheid van virussen, deugdelijkheid of anderszins aangeboden en geleverd.
- 5.** De overeengekomen startdatum van de Digitale Diensten is een streefdatum. MfM behoudt zich het recht voor om op grond van onvoorziene (niet aan MfM toe te rekenen) omstandigheden, de levering van de Diensten uit te stellen. In het geval dat de startdatum door MfM wordt uitgesteld, zal de enige compensatie voor Opdrachtgever bestaan uit het alsnog leveren door MfM van de Digitale Diensten voor een periode gelijk aan de overeengekomen periode dan wel het leveren van vervangende Digitale Diensten aan de Opdrachtgever, zulks in goed overleg tussen Opdrachtgever en MfM.

## VOORWAARDEN LINDA.NL

**6.** Indien voor het vaststellen van de vergoeding voor de digitale Advertentie gebruik dient te worden gemaakt van meetsystemen (bijvoorbeeld om het aantal clicks of leads te bepalen), zijn de meetsystemen van MfM leidend. Naar in de industrie gebruikelijke standaarden zal een verschil tot 10% tussen gemeten clicks en ad impressions als niet ongebruikelijk worden gezien. Indien het verschil tussen de gemeten clicks en ad impressions groter is dan 10%, dan zullen MfM en Opdrachtgever gezamenlijk onderzoek doen naar de oorzaak van deze verschillen met als doel dit op te lossen. Tot vast staat wat de oorzaak is van de meetverschillen, blijven de meetresultaten van MfM leidend.

**7.** Bij annulering of verschuiving\* door Opdrachtgever van de door MfM te leveren Digitale Diensten, is Opdrachtgever alle kosten verschuldigd die MfM reeds heeft gemaakt, al dan niet door het inhuren van diensten van derden; en daarnaast worden, afhankelijk van de termijn van annulering of verschuiving, de volgende mediakosten in rekening gebracht:

**Bij 5 - 10 werkdagen gelegen tussen annulering of verschuiving en aanvang overeengekomen Digitale Diensten:** 50% van de mediakosten

**Minder dan 5 werkdagen gelegen tussen annulering of verschuiving en aanvang overeengekomen Digitale Diensten:** 100% van de mediakosten

\* het verzetten van de datum van livegang naar een later moment

## TIPS VAN LINDA

Op basis van onze eigen ervaringen – maar ook wat is gebleken uit onderzoek – hebben we in kaart gebracht welk beeldgebruik en welke onderwerpen van advertorials op LINDAnieuws goed in de smaak vallen bij onze lezeressen. We delen deze tips dan ook graag.

**1.** Heb je meerdere beelden beschikbaar? Deze ontvangen wij graag!

Tip: uit onderzoek is gebleken dat **beeld met personen aantrekkelijker** is dan alleen productbeeld.

**2.** Het gebruik van **warme kleuren en sfeerbeeld** hebben sterk onze voorkeur. Grote logo's en prijzen in afbeeldingen raden we (sterk) af.

**3.** Heb je een **ambassadeur of bekende Nederlander** die je merk vertegenwoordigt? Laat het ons weten! Dan nemen we dit mee bij het schrijven van de advertorial.

**4. Leuke tips, een nieuwe collectie, lijst met aanbevelingen:** uit ervaring weten we dat deze aspecten onze lezeressen aanspreken.

**5.** Heb je een **mooie prijs** om weg te geven? Daar worden onze lezeressen blij van. Laat het ons weten, dan verwerken we dit in de advertorial.

**6. Houd het kort en bondig** en laat in de briefing duidelijk weten wat je in de advertorial terug wilt zien. Dat scheelt werk voor de redacteur én voor jullie zelf, want de kans is groot dat de advertorial dan meteen goed is.

**ADVERTEREN BINNEN HET NETWERK VAN LINDA.**

# DATAGEBRUIK EN DEFINITIES

## **RICHTLIJNEN VOOR ADVERTEREN**

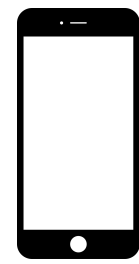
LINDA.nl wordt dagelijks bezocht door miljoenen bezoekers. Ze hebben uiteenlopende interesses, variërend van bijvoorbeeld mode en lifestyle tot nieuws. Samen met adverteerders creëren wij unieke campagnes om zo goed mogelijk in te kunnen spelen op de interesses van onze doelgroep.

LINDA. gebruikt haar advertentiebeleid op een slimme en transparante manier. We respecteren de privacy van onze gebruikers en gaan transparant om met profiel- en contactdata. Dit document geeft helderheid ten aanzien van veelvoorkomende wensen van adverteerders. Welke mogelijkheden zijn er voor de adverteerder? Hoe maken we gebruik van profieldata? Welke commerciële uitingen zetten we in en hoe kun je als adverteerder meemeten? Ook geven we inzicht in onze benchmarks, definities, bronnen en rapportages. In dit document vind je al onze richtlijnen.

Mocht je vragen hebben of meer informatie willen, neem dan contact op met een van de projectmanagers van LINDA.

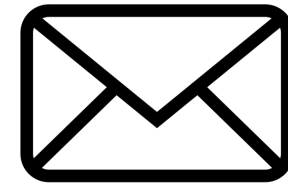
# LINDA.NL

SALESPROPOSITIES



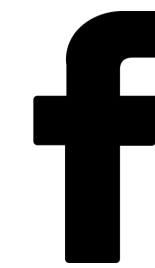
## WEB/APP

Advertorial  
Banner  
Branded video  
Branded advertorial  
Pushbericht



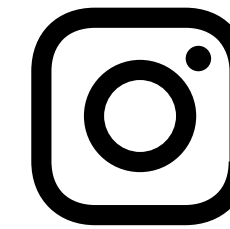
## NIEUWSBRIEF

Bericht



## FACEBOOK

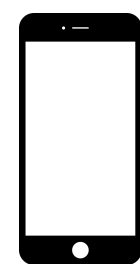
Bericht  
Branded promo  
Branded video



## INSTAGRAM

Bericht  
Branded promo





## **ADVERTORIAL**

Impressie  
Pageview  
CTR

## **BANNER**

Impressie  
CTR

## **BRANDED VIDEO**

Pageview met autoplay

## **VIDEO ADVERTORIAL**

Impressies  
Pageview met autoplay  
CTR



## **BERICHT**

Abonnees  
Opens  
Clicks  
CTR



## **BERICHT**

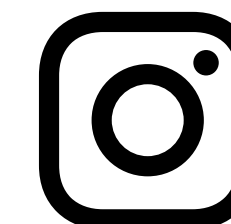
Bereikte personen  
Clicks

## **BRANDED PROMO**

Bereikte personen  
Videoweergaven + 3 sec  
Clicks

## **BRANDED VIDEO**

Bereikte personen  
Videoweergaven + 3 sec



## **BERICHT**

Bereikte accounts  
Weergaven  
Clicks

## **BRANDED PROMO**

Bereikte accounts  
Weergaven  
Clicks

# LINDA.NL

## IMPRESSIE

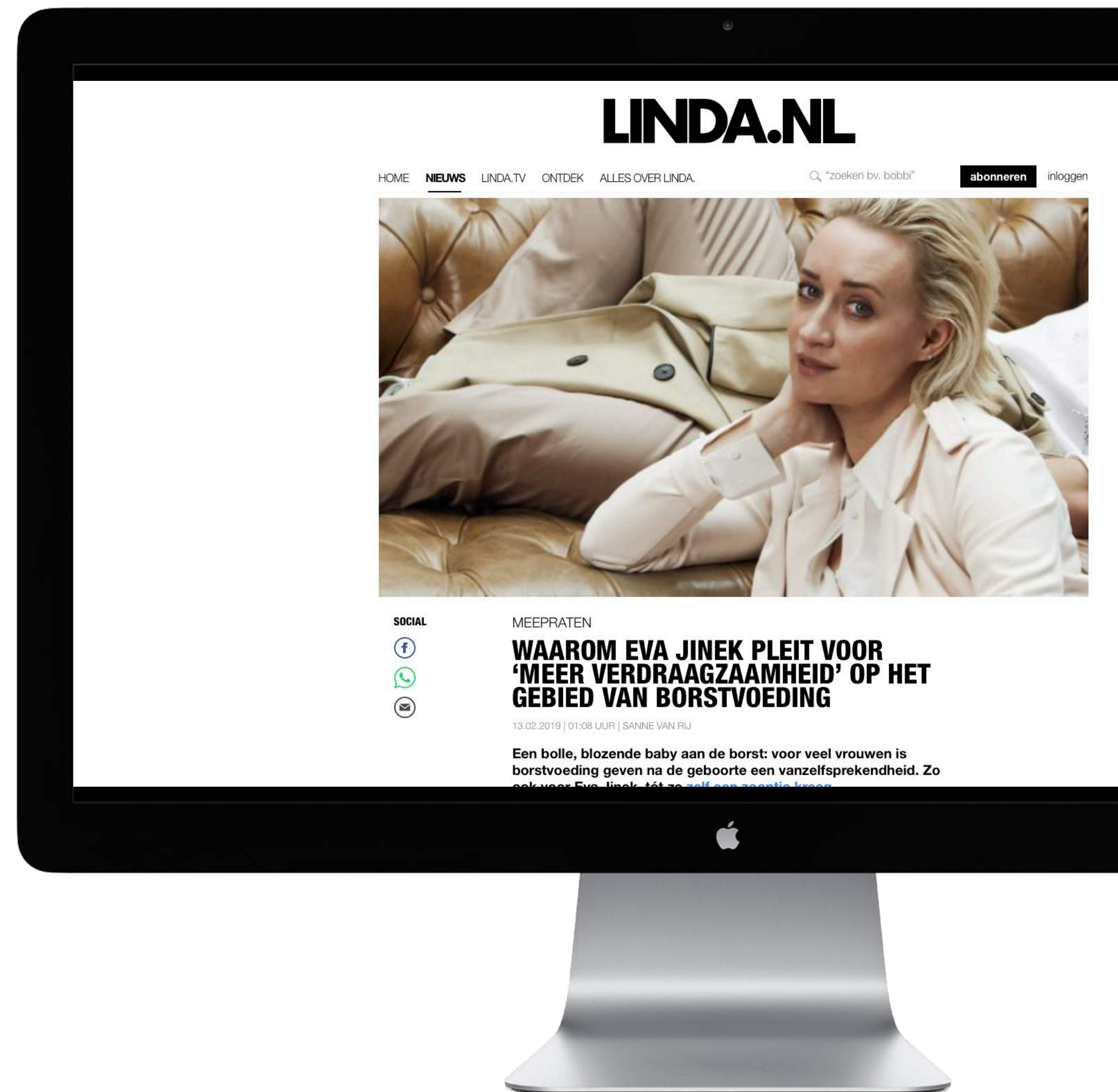
Het aantal keren dat een artikel wordt getoond in een lijstweergave



# LINDA.NL

## PAGEVIEW

Het aantal weergaven van een specifieke pagina (vaak een artikel, wordt ook wel detailpagina genoemd)



# LINDA.NL

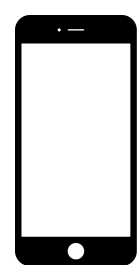
## PAGEVIEW MET AUTOPLAY

Het aantal weergaven van een specifieke pagina (ook wel detailpagina genoemd), berekend vanaf het moment van publicatie van de video



# LINDA.NL

PIXELS EN MEETLINKS



## **ADVERTORIAL**

Impressiepixel (1x)  
UTM voor click-outs

## **DISPLAY**

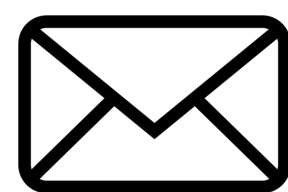
De (UTM)-URL van de landings-pagina of losse impressie- en click trackers

## **BRANDED VIDEO VIDEO ADVERTORIAL\***

Impressiepixel (1x)  
UTM voor click-outs  
LET OP: DEZE WORDEN NIET IN DE VIDEO GEPLAATST, MAAR OP DE ARTIKELPAGINA

## **PRE-ROLL**

Indien we naar site adverteerder linken: UTM-link



## **BERICHT**

Indien we naar site adverteerder linken: UTM-link



## **BERICHT**

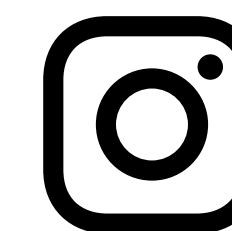
Indien we naar site adverteerder linken: UTM-link

## **BRANDED PROMO**

Kan niet mee gemeten worden

## **BRANDED VIDEO**

Kan niet mee gemeten worden



## **BERICHT**

Indien we naar site adverteerder linken: UTM-link

## **BRANDED PROMO**

Indien we naar site adverteerder linken: UTM-link

\*HET IS NIET MOGELIJK OM MEE TE METEN IN VIDEO'S ZOALS BIJ EEN BILLBOARD OF EEN ACTIVATIEBUMPER, TEVENS ZIJN DEZE UITINGEN NIET CLICKABLE

# DEFINITIES

## ADVERTORIAL

### AANDUIDING

### DEFINITIE

Impressie

Het aantal keren dat een artikel wordt getoond in een lijstweergave

Pageview

Het aantal weergaven van een specifieke pagina (vaak een artikel, wordt ook wel detailpagina genoemd)

CTR

Click Through Rate, wordt berekend door:  
 $\text{pageview} / \text{impressie} * 100$

	<b>AANDUIDING</b>	<b>DEFINITIE</b>
<b>VIDEO REDACTIONEEL</b>	Pageview met autoplay	Het aantal weergaven van een specifieke pagina (ook wel detailpagina genoemd), berekend vanaf het moment van publicatie van de video
	Impressie	Het aantal keren dat een artikel wordt getoond in een lijstweergave
<b>VIDEO ADVERTORIAL</b>	Pageview met autoplay	Het aantal weergaven van een specifieke pagina (ook wel detailpagina genoemd), berekend vanaf het moment van publicatie van de video
	CTR	Click Through Rate, wordt berekend door: $\text{pageview} / \text{impressie} * 100$



## NIEUWSBRIEVEN

### AANDUIDING

### DEFINITIE

Abonnees

Het aantal mensen dat de nieuwsbrief heeft ontvangen

Aantal keer geopend

Het aantal keren dat de nieuwsbrief is geopend

Clicks

Het aantal keren dat er op een (specifiek) item in de nieuwsbrief is geklikt

CTR

Click Through Rate, wordt berekend door:  
aantal clicks / opens van de nieuwsbrief \* 100

## LINDA.NL

### AANDUIDING

Bereikte personen

Videoweergaven +3 sec

### DEFINITIE

Het aantal personen dat weergave heeft gekregen via een paginabericht

Het aantal keren dat de video in totaal ten minste 3 seconden of vrijwel volledig is bekeken

---

## LINDA.TV

Bereikte personen

Videoweergaven +3 sec

Het aantal personen dat weergave heeft gekregen via een paginabericht

Het aantal keren dat de video in totaal ten minste 3 seconden of vrijwel volledig is bekeken

# LINDA.NL

DISPLAY

## LINDA.NL

### AANDUIDING

### DEFINITIE

Impressie

Het aantal keren dat de banner is uitgeserveerd op een positie

Clicks

Het aantal keren dat er op de banner is geklikt

CTR

Click Through Rate (aantal clicks / impressies \* 100)

# LINDA.NL

## **OOK BELANGRIJK**

Wij plaatsen alleen pixels (images) en clicktrackers die geen tracking bevatten. Het is juridisch niet toegestaan om een retargeting pool op te bouwen.

Wat wel meegemeten mag worden gedurende de campagne:

- aantal impressies
- aantal click-outs
- conversie analyse

KIJK [HIER](#) VOOR MEER INFORMATIE OVER ONZE PRIVACY- EEN COOKIE-RICHTLIJNEN

# **VEELGESTELDE VRAGEN**

## **Kan ik de data van LINDA. inzetten om mijn eigen profielen te verrijken?**

Nee, de data kunnen niet worden gebruikt om eigen data of gebruikersprofielen te verrijken (zoals demografie, leeftijd, etc.).

## **Kan ik een advertentiecampagne inzetten op het netwerk van LINDA. om data te verzamelen?**

Ja, als u een advertentiecampagne inzet binnen het netwerk van LINDA, en een gebruiker klikt op deze advertentiecampagne en landt op uw pagina, dan wordt de gebruiker ook uw gebruiker. U kunt met deze gebruiker omgaan volgens uw eigen databeleid.

## **Plaatsen jullie een <nofollow> tag achter de link?**

LINDA. gebruikt een <nofollow> tag bij uitgaande links zodat de zoekmachine optimalisatie van onze websites daar niet onder lijdt.

## **Wanneer kan ik gegevens gebruiken vooreigen doeleinden?**

Als de gebruiker een advertentie en/of advertorial ziet en op de link klikt waardoor hij op uw website landt, dan kunt u gebruik maken van de eigen data van de gebruiker.

## **Waarom mag ik geen trackers\* plaatsen op de website van LINDA.?**

Privacy, betrouwbaarheid en transparantie zijn van groot belang voor LINDA. De gegevens die wij van onze gebruikers verzamelen door middel van het browsen in onze apps en/of websites zijn cookie id's, IP-adressen, interesseprofielen, etc. Bezoekers van LINDA.nl geven toestemming aan LINDA. om gebruikersdata op te bouwen, niet aan adverteerders. Om die reden staan wij niet toe dat adverteerders een retargeting pool opbouwen op basis van een pixel (meetlink of andere tracker). Dit geldt voor LINDA.nl (waartoe LINDAnieuws.nl en LINDA.tv ook vallen), en zowel voor app als web. \*Javascript / PhP trackers

## **Waarom kan ik geen VAST-tag plaatsen bij een video?**

De video's op LINDA.nl worden via onze videoplayer gepubliceerd. Zowel op onze website als in de app worden er pre-rolls getoond voordat de video start. Indien u deze pre-roll heeft ingekocht, kunt u een VAST-tag meegeven aan deze pre-roll. Helaas is ons Tag Management Systeem niet gekoppeld aan de videoplayer, waardoor een VAST-tag niet geplaatst kan worden in branded content video's. U kunt wel een impressie-pixel leveren, die wij op de artikelpagina plaatsen waar de video gepubliceerd wordt.

SAMENWERKEN IN DATAVERZAMELING EN/OF VERRIJKING?

**NEEM CONTACT OP MET JE ACCOUNT MANAGER BIJ LINDA. OF PER  
MAIL NAAR SALES@MOODFORMAGAZINES.NL**