

**VOORWAARDEN
& SPECS**
/CONDITIONS
& SPECIFICATIONS

**NEDERLANDSE
VERSIE/**
VOORWAARDEN &
SPECS

**ENGLISH
VERSION/**
CONDITIONS
& SPECIFICATIONS

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. 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. 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. 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

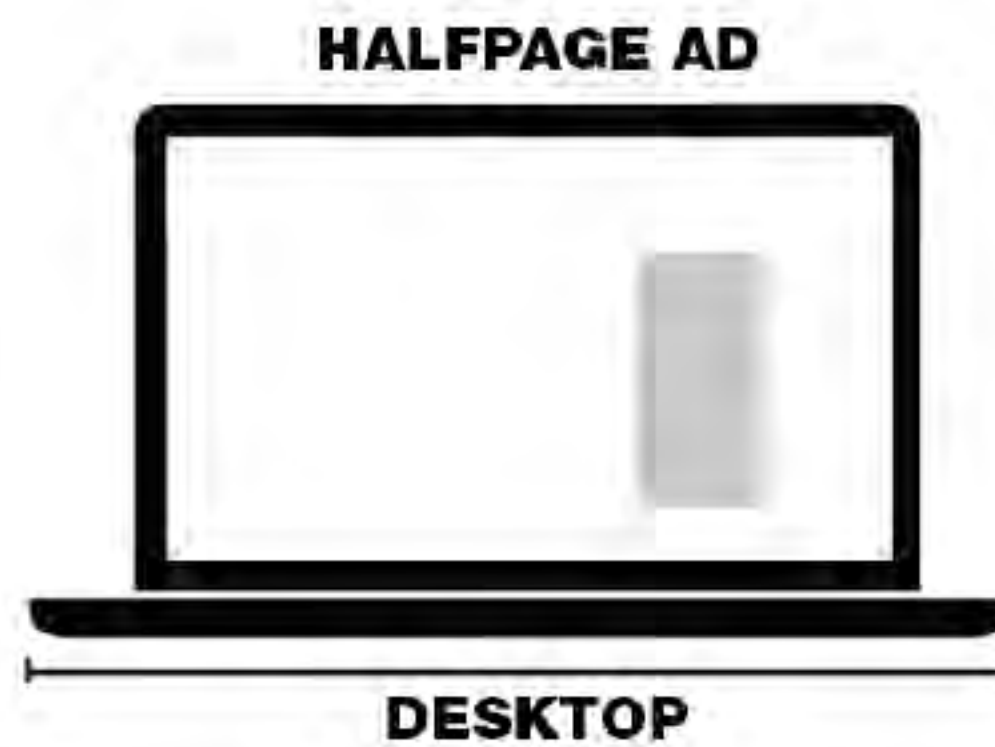
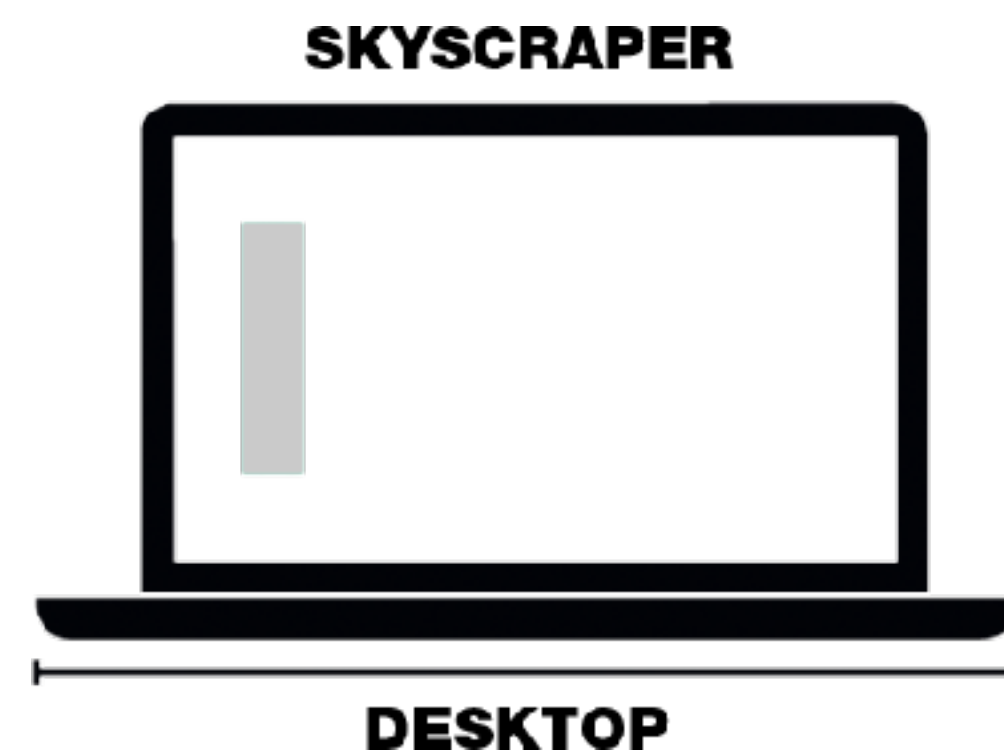
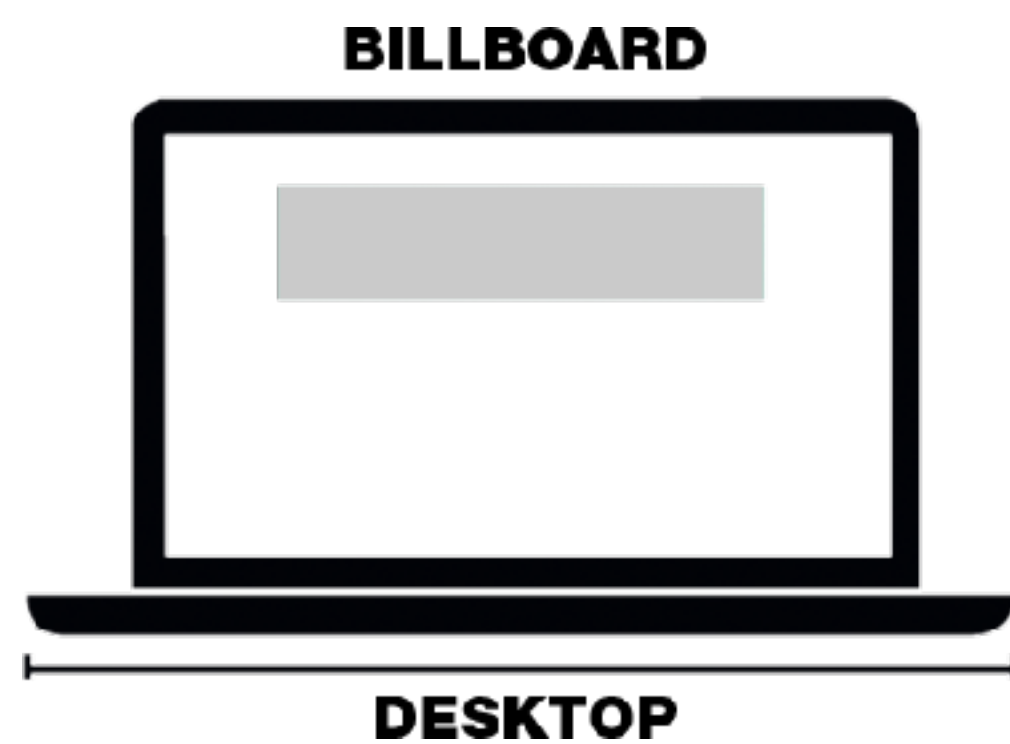
- Beeld: 580 x 580 pix (per formaat 2 verschillende afbeeldingen aanleveren) 1167 x 636 (hoofditem) en 371 x 208 pix 310 x 254 (kleiner item)
- Lage resolutie: 72 dpi.
Beeld zonder opvallende logo's en/of prijzen
- Briefing voor de tekst (max. 50 woorden)
- De redactie van LINDAnieuws.nl schrijft op 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. 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. 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. 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. 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. 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. 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

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. 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. 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.

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. 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. 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. 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.

LINDA.NL

VIDEO: ACTIVATIEBUMPER

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. 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. 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.

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 20 seconden.

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij 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.

LINDA.NL

INSTAGRAM: INSTA-STORY

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. 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@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.

LINDA.NL

LINDA.LAB

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. 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 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



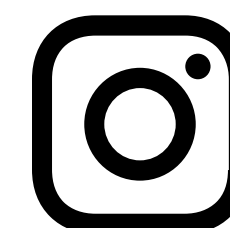
NIEUWSBRIEF

Bericht



FACEBOOK

Bericht
Branded promo
Branded video



INSTAGRAM

Bericht
Branded promo

LINDA.NL

METINGEN



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

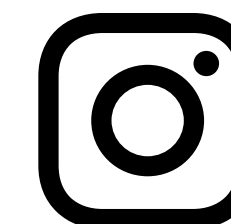
Bereikte personen
Clicks

BRANDED PROMO

Bereikte personen
Videoweergaven + 3 sec
Clicks

BRANDED VIDEO

Bereikte personen
Videoweergaven + 3 sec



BERICHT

Bereikte accounts
Weergaven
Clicks

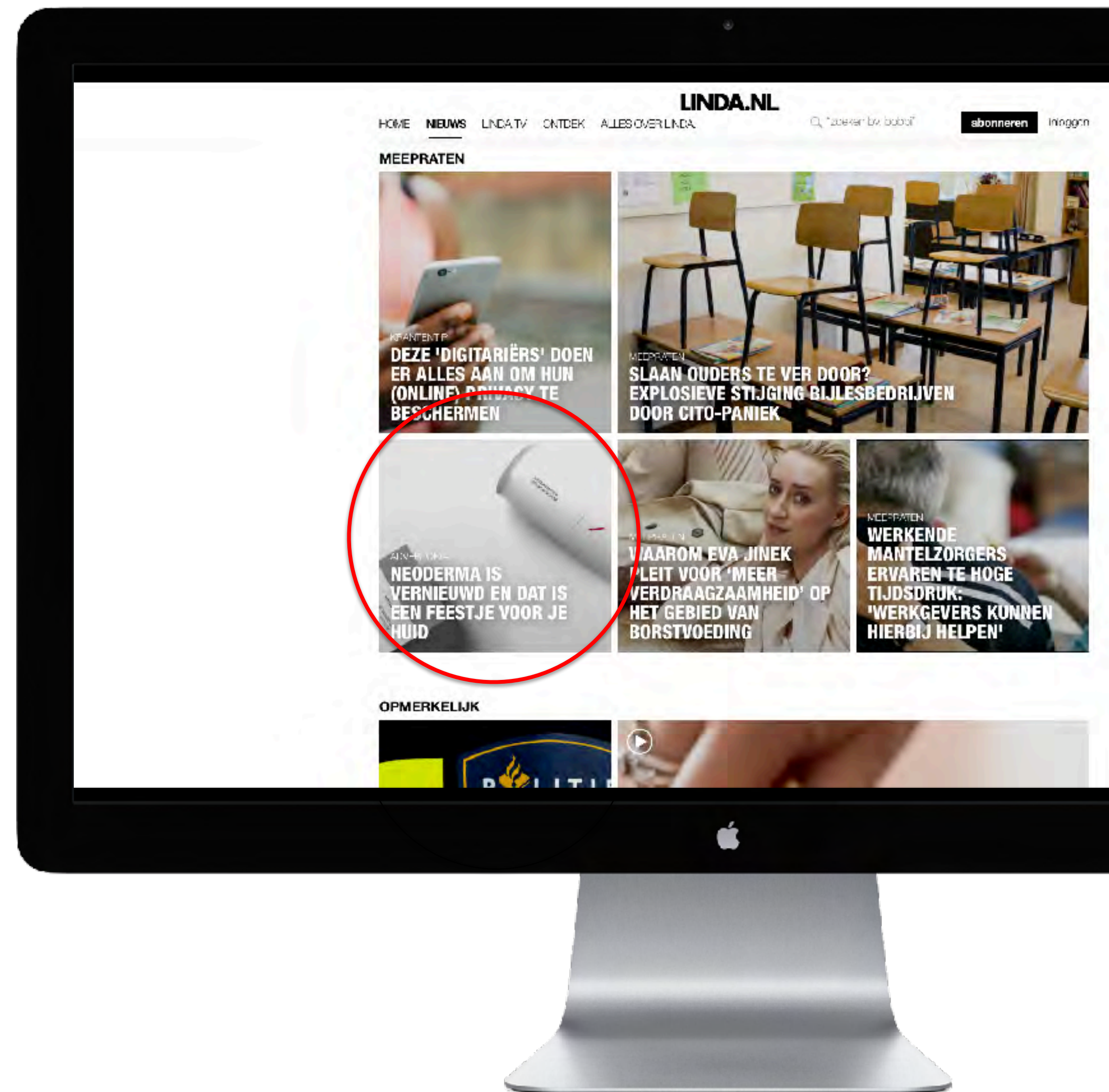
BRANDED PROMO

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

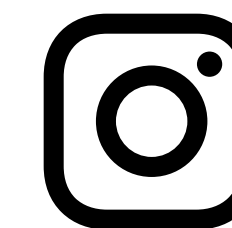
Indien we naar site adverteerder linken: UTM-link

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:
 $\text{pageview} / \text{impressie} * 100$

VIDEO REDACTIONEEL

AANDUIDING

Pageview met autoplay

DEFINITIE

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

VIDEO ADVERTORIAL

Impressie

Het aantal keren dat een artikel wordt getoond in een lijstweergave

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@MOODFORMMAGAZINES.NL**

LINDA.NL



CONDITIONS
& **SPECIFICATIONS**

LINDA.NL

CONTENTS

ADVERTORIALS

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

DISPLAY

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

VIDEO

- [activation bumper](#)
- [billboard](#)
- [pre-roll](#)

INSTAGRAM

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

LINDA.LAB

GENERAL ADVERTISING TERMS AND CONDITIONS

TIPS FROM LINDA.

MEASUREMENTS & DEFINITIONS

LINDA.NL

ROUTING ADVERTORIALS

1

MATERIALS

According to the specifications, all materials must be provided no later than five working days prior to the go-live date. Any trackers should also be provided by this deadline.

2

FIRST PREVIEW

We send you the first preview of the advertorial three working days prior to going live.

3

FEEDBACK ROUND

You are entitled to one feedback round. We would like to receive any feedback no later than two working days prior to the go-live date (Thursday at the latest).

4

FINAL PREVIEW

Any feedback is incorporated and you receive the final version of the advertorial no later than one working day after the go-live date (Friday at the latest).

5

GO-LIVE

The advertorial goes live on Monday morning. When the advertorial goes live, you receive the URL. Corrections are not possible after the advertorial has been published.

6

REPORTING

We send you a report one week after the campaign has ended.

ADVERTORIAL SPECIFICATIONS FOR

IMAGES

- minimum of 1024 x 567 pixels (16:9 ratio)
- low resolution: 72 dpi
- without large logos/prices and without text. Mood images preferred
- if an advertorial series has also been purchased, we would also like to receive the logo. The colour code for the series is determined by Studio Room

BRIEFING

- text proposal (max. 500 words)
- based on the briefing, the LINDA.nl editorial staff writes a text of around 150 words in which the user is always addressed informally
- URL referring to advertiser's website or Facebook page
- if desired, an impression or click tracker can also be provided (in deep link) to measure CTR to website

VIDEO

- if desired, a video can be incorporated into the advertorial
- submitted as a YouTube link (not measurable)

MEASURING

- we measure the number of impressions on the overview page, article views and CTR
- impression tracker/UTM-URL and click tracker can be provided
- MFM results are measured using Google Analytics and always take precedence
- see the Terms and Conditions for a detailed explanation of measurements

ADVERTORIAL VIDEO SPECIFICATIONS

VIDEO

- MP4 or MXF video
- optional: URL of YouTube video
(note: a YouTube link does not play automatically on a desktop)
- if an advertorial series has also been purchased, we would also like to receive the logo.
The colour code for the series is determined by Studio Room

IMAGES

- 1792 x 1008 px - provide two different images
- low resolution: 72 dpi
- without large logos/prices and without text

TEXT BRIEFING

- text proposal (max. 300 words)
- based on the briefing, the LINDA.nl editorial staff writes a text of no more than 100 words in which the user is always addressed informally
- URL referring to advertiser's website or Facebook page
- if desired, an impression or click tracker can also be provided (in deep link) to measure CTR to website ten

MEASURING

- we measure the number of impressions on the overview page and the number of video views
- impression tracker/UTM-URL and click tracker can be provided
- MFM results are measured using Google Analytics and always take precedence
- see the Terms and Conditions for a detailed explanation of measurements

ADVERTORIAL + SPECIFICATIONS

IMAGES

- minimum of 1024 x 567 pixels (16:9 ratio)
- low resolution: 72 dpi
- without large logos/prices and without text. Mood images preferred

TEXT BRIEFING

- text proposal (max. 150 words)
- based on the briefing, the LINDA.nl editorial staff writes a text of no more than 150 words in which the user is always addressed informally
- URL referring to advertiser's website or Facebook page
- if desired, an impression or click tracker can also be provided (in deep link) to measure CTR to website

MEASURING

- we measure the number of impressions on the overview page and the number of video views
- impression tracker/UTM-URL and click tracker can be provided
- MFM results are measured using Google Analytics and always take precedence
- see the Terms and Conditions for a detailed explanation of measurements

LINDA.NL

TUESDAY NEWSLETTER ADVERTORIAL

TUESDAY NEWSLETTER SPECIFICATIONS FOR LINDANIEUWSBeeld: 223 x 208 pix en 371 x 208 pix

- Images: 223 x 208 px and 371 x 208 px
- (provide two different images for each size)
- Low resolution: 72 dpi
- Image without eye-catching logos and/or prices
- Text briefing (max. 50 words)
- Based on the briefing, the LINDAnieuws.nl editorial staff writes a text of around 20 to 40 words in which the user is always addressed informally
- URL referring to advertiser's website, Facebook page or advertorial on LINDAnieuws.nl
- If desired, a measurement tag (in deep link) can be provided to measure CTR to website
- After sending the newsletter, a report is sent based on the results

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

Note: Corrections are not possible after the advertorial has been published.

LINDA.NL

LINDA.LOVES NEWSLETTER ADVERTORIAL

LINDA.LOVES NEWSLETTER SPECIFICATIONS

- Images: 580 x 580 px (provide two different images for each size)
- Low resolution: 72 dpi
Image without eye-catching logos and/or prices
- Text briefing (max. 50 words)
- Based on the briefing, the LINDAnieuws.nl editorial staff writes one line of text in which the user is always addressed informally
- URL referring to advertiser's website, Facebook page or advertorial on LINDAnieuws.nl
- If desired, a measurement tag (in deep link) can be provided to measure CTR to website
- After sending the newsletter, a report is sent based on the results

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

Note: Corrections are not possible after the advertorial has been published.

LINDA.NL

ADVERTORIAL LINDA.MEIDEN NEWSLETTER

LINDA.MEIDEN NEWSLETTER SPECIFICATIONS

- Images: 310 x 254 px
- Low resolution: 72 dpi
Image without eye-catching logos and/or prices
- Text briefing (max. 50 words)
- Based on the briefing, the LINDAnieuws.nl editorial staff writes one line of text in which the user is always addressed informally
- URL referring to advertiser's website, Facebook page or advertorial on LINDAnieuws.nl
- If desired, a measurement tag (in deep link) can be provided to measure CTR to website
- After sending the newsletter, a report is sent based on the results

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

Note: Corrections are not possible after the advertorial has been published.

LINDA.NL

ADVERTORIAL

WIN, WIN, WIN NEWSLETTER

WIN, WIN, WIN NEWSLETTER SPECIFICATIONS

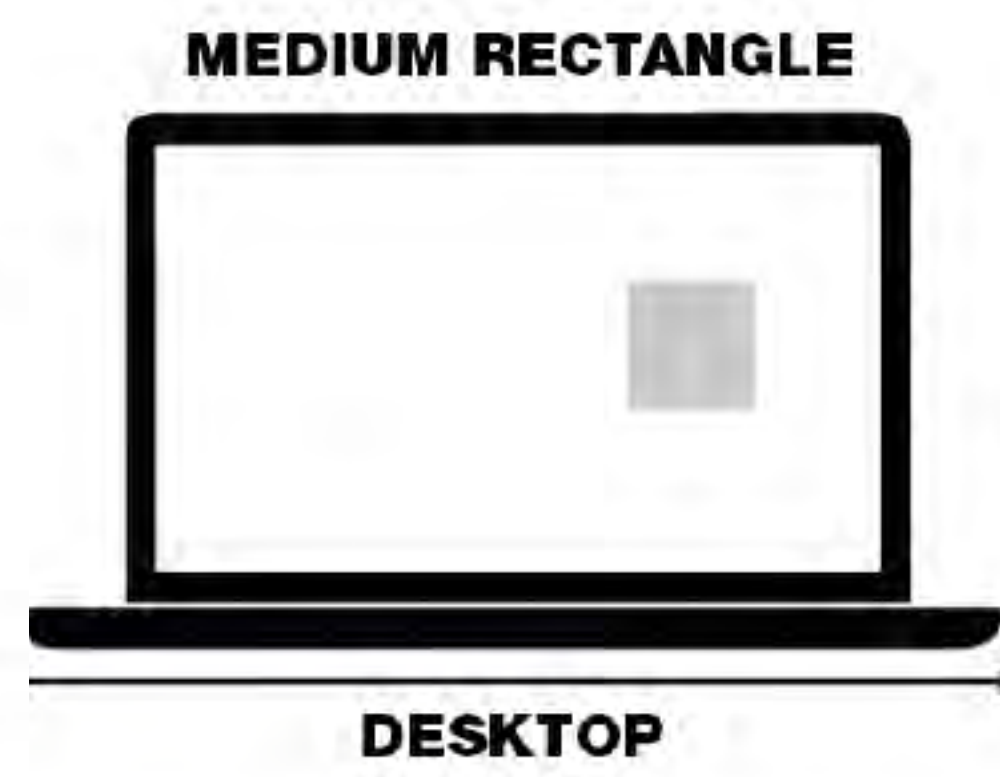
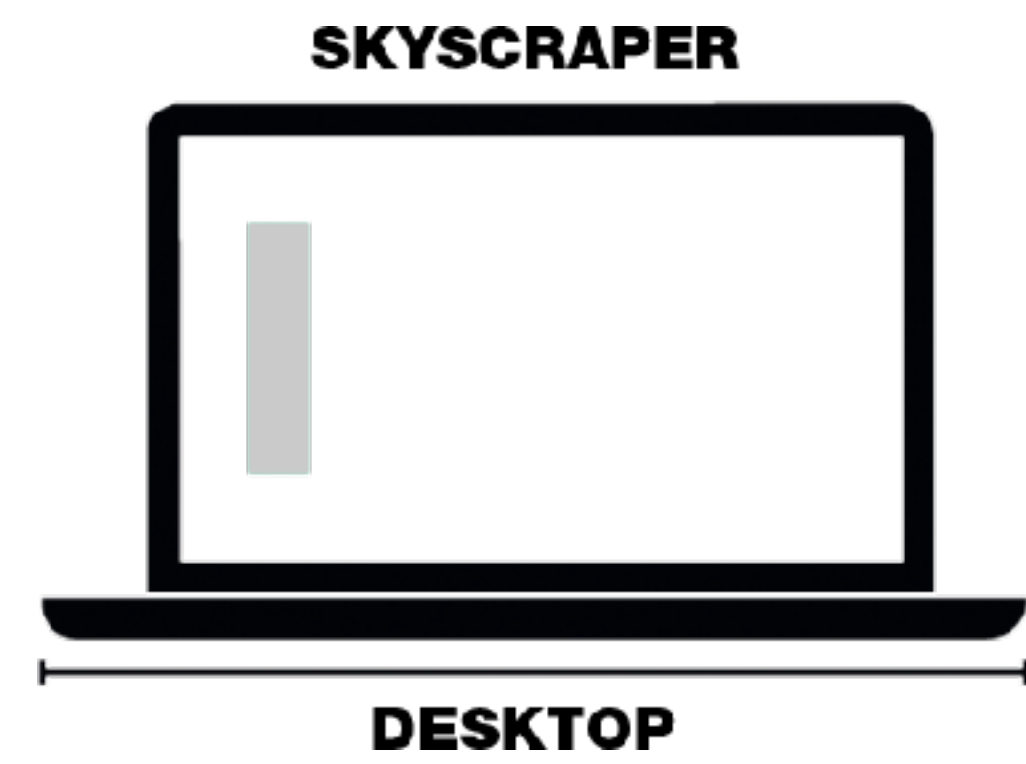
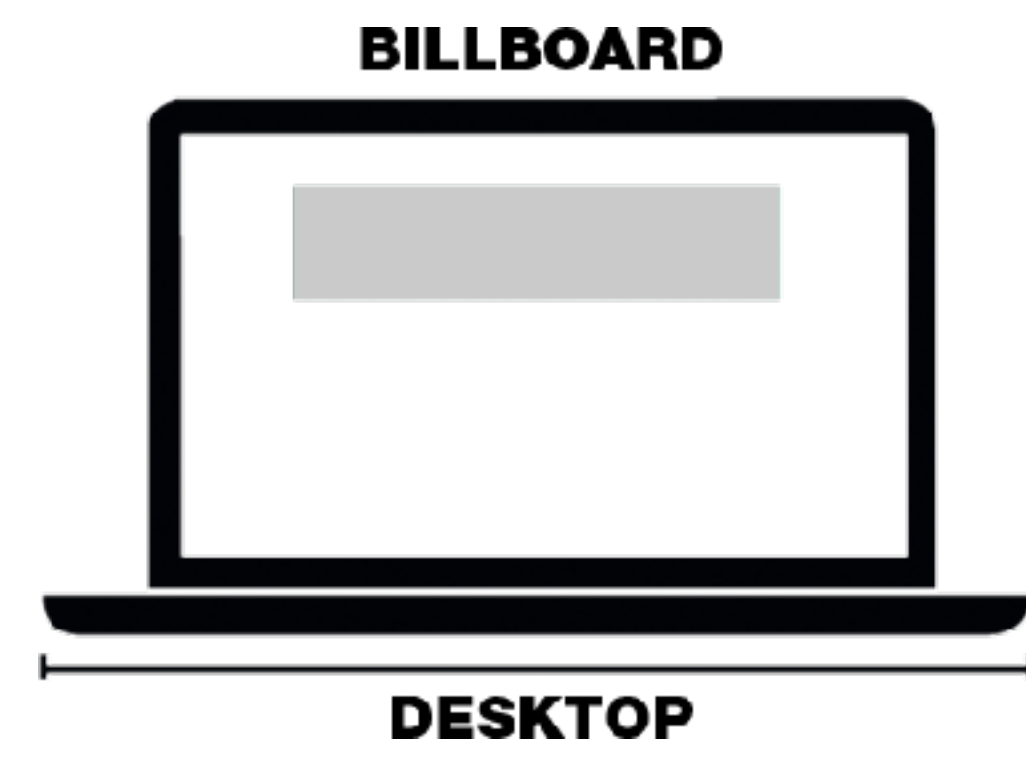
- Images: 580 x 580 px (provide two different images for each size) 1167 x 636 (main item) and 371 x 208 px 310 x 254 (smaller item)
- Low resolution: 72 dpi
Image without eye-catching logos and/or prices
- Text briefing (max. 50 words)
- Based on the briefing, the LINDAnieuws.nl editorial staff writes one line of text in which the user is always addressed informally
- URL referring to advertiser's website, Facebook page or advertorial on LINDAnieuws.nl
- If desired, a measurement tag (in deep link) can be provided to measure CTR to website
- After sending the newsletter, a report is sent based on the results

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

Note: Corrections are not possible after the advertorial has been published.

LINDA.NL

DISPLAY OPTIONS



GENERAL INFORMATION

- Sound is only permitted in advertisements following a mouse click by the visitor and, after this click, there must be a clear 'stop' or 'pause' button.
- Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to infoprojectmanagement@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the campaign may be delayed.
- For all advertisements within the LINDA. network, it must always be clear to visitors that these are advertisements.
- Note: Corrections are not possible after going live.

BEHAVIOURAL CONDITIONS

- The advertisement may not use more than 40% of the processor power on the user's computer.
- The advertisement may not cause a smartphone or tablet to slow down or crash.
- The advertisement may not cause a user's app or mobile browser to slow down or crash.
- 100% transparent background is not allowed (max. 50%).
- An advertisement may not loop more than three times.
- An advertisement must have a clear CTA.
- The duration of any video may not exceed 15 seconds.
- Videos may play automatically.
- Video sound is switched off by default and can be activated with a click.
- There must be a clear 'play', 'pause' and/or 'stop' button.
- Sound is only permitted in advertisements following a mouse click by the visitor and, after this click, there must be a clear 'stop' or 'pause' button.
- Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the campaign may be delayed.
- Note: Corrections are not possible after going live.

BILLBOARD 970 x 250 PX, MAX. 200 KB

SPECIFICATIONS AND SUBMISSION TERMS AND CONDITIONS

- The URL of the landing page or separate impression and click trackers.
- Provide as animated/unanimated .gif, .jpg, .png, .swf (Flash).
- Materials can also be provided in the form of an ad serving code.
- Initial load: 200 KB
- Host-initiated subload: 300 KB
- User-initiated load: 4 MB
- HTML5 can be provided via the IAB standard. AppNexus follows the upload of zip files as recommended by IAB. From an AppNexus perspective, an HTML5 advertisement is treated in the same way as another third-party banner.
- The correct AppNexus Clicktag must be included in the file. Instructions for implementing this can be found here.

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

BEHAVIOURAL CONDITIONS

- The advertisement may not use more than 40% of the processor power on the user's computer.
- The advertisement may not cause a smartphone or tablet to slow down or crash.
- The advertisement may not cause a user's app or mobile browser to slow down or crash.
- 100% transparent background is not allowed (max. 50%).
- An advertisement may not loop more than three times.
- An advertisement must have a clear CTA.
- The duration of any video may not exceed 15 seconds.
- Videos may play automatically.
- Video sound is switched off by default and can be activated with a click.
- There must be a clear 'play', 'pause' and/or 'stop' button.
- Sound is only permitted in advertisements following a mouse click by the visitor and, after this click, there must be a clear 'stop' or 'pause' button.
- Note: Corrections are not possible after going live.

SKIN BILLBOARD

- **BILLBOARD 970 x 250 PX**
- **SKIN LEFT 640 x 1500 PX**
- **SKIN LEFT 640 x 1500 PX**

SPECIFICATIONS AND SUBMISSION TERMS AND CONDITIONS

- Sanoma's preferred rich media partner must be used with this form of advertising: Weborama.
- Publisher-paid rules apply to this form of advertising.
- Please note: the hosting of an advertisement is only publisher-paid if it concerns a rich media advertisement that is used either guaranteed or fixed, and is provided by one of our preferred rich media vendors.

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

BEHAVIOURAL CONDITIONS

- The advertisement may not use more than 40% of the processor power on the user's computer.
- The advertisement may not cause a smartphone or tablet to slow down or crash.
- The advertisement may not cause a user's app or mobile browser to slow down or crash.
- 100% transparent background is not allowed (max. 50%).
- An advertisement may not loop more than three times.
- An advertisement must have a clear CTA.
- The animation is limited to a maximum of 15 seconds.
- Bear in mind that many visitors use a resolution of 1280 x 1024. Ensure that logos and CTAs are visible within this area.
- The duration of any video may not exceed 15 seconds.
- Videos may play automatically, except on mobile devices.
- Video sound is switched off by default and can be activated with a click.
- There must be a clear 'play', 'pause' and/or 'stop' button.
- Sound is only permitted in advertisements following a mouse click by the visitor and, after this click, there must be a clear 'stop' or 'pause' button.
- Note: Corrections are not possible after going live.

LINDA.NL

HALF PAGE AD

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

SPECIFICATIONS AND SUBMISSION TERMS AND CONDITIONS

- The URL of the landing page or separate impression and click trackers.
- Provide as animated/unanimated .gif, .jpg or .png.
- Provision of ad serving code
- Materials can also be provided in the form of an ad serving code.
- Initial load: 200 KB
- Host-initiated subload: 300 KB
- User-initiated load: 4 MB
- HTML5 can be provided via the IAB standard.
AppNexus follows the upload of zip files as recommended by IAB.
From an AppNexus perspective, an HTML5 advertisement is treated in the same way as another third-party banner.
- The correct AppNexus Clicktag must be included in the file.
Instructions for implementing this can be found [here](#).

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

BEHAVIOURAL CONDITIONS

- The advertisement may not use more than 40% of the processor power on the user's computer.
- The advertisement may not cause a smartphone or tablet to slow down or crash.
- The advertisement may not cause a user's app or mobile browser to slow down or crash.
- 100% transparent background is not allowed (max. 50%).
- An advertisement may not loop more than three times.
- An advertisement must have a clear CTA.
- The duration of any video may not exceed 15 seconds.
- Videos may play automatically.
- Video sound is switched off by default and can be activated with a click.
- There must be a clear 'play', 'pause' and/or 'stop' button.
- Sound is only permitted in advertisements following a mouse click by the visitor and, after this click, there must be a clear 'stop' or 'pause' button.
- Note: Corrections are not possible after going live.

LINDA.NL

MEDIUM RECTANGLE

MEDIUM RECTANGLE 300 x 250 PX, MAX. 100 KB

SPECIFICATIONS AND SUBMISSION TERMS AND CONDITIONS

- The URL of the landing page or separate impression and click trackers.
- Provide as animated/unanimated .gif, .jpg, or .png.
- Materials can also be provided in the form of an ad serving code.
- Initial load: 100 KB
- Host-initiated subload: N/A
- User-initiated load: N/A
- HTML5 can be provided via the IAB standard. AppNexus follows the upload of zip files as recommended by IAB. From an AppNexus perspective, an HTML5 advertisement is treated in the same way as another third-party banner.
- The correct AppNexus Clicktag must be included in the file. Instructions for implementing this can be found [here](#).

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformmagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

BEHAVIOURAL CONDITIONS

- The advertisement may not use more than 40% of the processor power on the user's computer.
- The advertisement may not cause a smartphone or tablet to slow down or crash.
- The advertisement may not cause a user's app or mobile browser to slow down or crash.
- 100% transparent background is not allowed (max. 50%).
- An advertisement may not loop more than three times.
- An advertisement must have a clear CTA.
- The duration of any video may not exceed 15 seconds.
- Videos may play automatically.
- Video sound is switched off by default and can be activated with a click.
- There must be a clear 'play', 'pause' and/or 'stop' button.

HALF PAGE MOBILE BANNER 320x240 PX, MAX 40 KB

SPECIFICATIONS AND SUBMISSION TERMS AND CONDITIONS

- Provide as animated/unanimated .gif, .jpg, or .png.
- The URL of the landing page or separate impression and click trackers.
- It is possible to place one ad serving code that can serve an ad with device recognition or a responsive ad.
- Initial load: 100 KB
- Host-initiated subload: 300 KB
- User-initiated load: 4 MB
- HTML5 can be provided via the IAB standard.
- AppNexus follows the upload of zip files as recommended by IAB. From an AppNexus perspective, an HTML5 advertisement is treated in the same way as another third-party banner.
- The correct AppNexus Clicktag must be included in the file. Instructions for implementing this can be found [here](#).

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

BEHAVIOURAL CONDITIONS

- The advertisement may not use more than 40% of the processor power on the user's computer.
- The advertisement may not cause a smartphone or tablet to slow down or crash.
- The advertisement may not cause a user's app or mobile browser to slow down or crash.
- 100% transparent background is not allowed (max. 50%).
- An advertisement may not loop more than three times.
- An advertisement must have a clear CTA.
- The duration of any video may not exceed 15 seconds.
- The video may only play when clicked.
- Video sound is switched on by default and can be de-activated with a click.
- There must be a clear 'play', 'pause' and/or 'stop' button.

SKYSCRAPER 120 x 600 PX., MAX. 100 KB

SPECIFICATIONS AND SUBMISSION TERMS AND CONDITIONS

- The URL of the landing page or separate impression and click trackers.
- Provide as animated/unanimated .gif, .jpg, or .png.
- Materials can also be provided in the form of an ad serving code.
- Initial load: 100 KB
- Host-initiated subload: N/A
- User-initiated load: N/A
- HTML5 can be provided via the IAB standard.
- AppNexus follows the upload of zip files as recommended by IAB. From an AppNexus perspective, an HTML5 advertisement is treated in the same way as another third-party banner.
- The correct AppNexus Clicktag must be included in the file. Instructions for implementing this can be found [here](#).

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

BEHAVIOURAL CONDITIONS

- The advertisement may not use more than 40% of the processor power on the user's computer.
- The advertisement may not cause a smartphone or tablet to slow down or crash.
- The advertisement may not cause a user's app or mobile browser to slow down or crash.
- 100% transparent background is not allowed (max. 50%).
- An advertisement may not loop more than three times.
- An advertisement must have a clear CTA.
- The duration of any video may not exceed 15 seconds.
- Videos may play automatically.
- Video sound is switched off by default and can be activated with a click.
- There must be a clear 'play', 'pause' and/or 'stop' button.
- Sound is only permitted in advertisements following a mouse click by the visitor and, after this click, there must be a clear 'stop' or 'pause' button.
- Note: Corrections are not possible after going live.

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

SPECIFICATIONS AND SUBMISSION TERMS AND CONDITIONS

- The in-page video can be provided as a VAST tag. You can use the [Ooyala](#) demo page to validate a VAST tag.
- File format .mp4.
- The maximum frame rate is 30 fps.
- The aspect ratio of the video is 16:9.
- The resolution of the video is 640x360 px.
- The maximum weight of the video is 4 MB.
- Materials may also be supplied physically in the .mp4 format.
- The URL of the landing page or separate impression and click trackers.

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

BEHAVIOURAL CONDITIONS

- The advertisement may not use more than 40% of the processor power on the user's computer.
- The advertisement may not cause a smartphone or tablet to slow down or crash.
- The advertisement may not cause a user's app or mobile browser to slow down or crash.
- 100% transparent background is not allowed (max. 50%).
- The duration of the video may not exceed 30 seconds.

3D SPIN CUBE MOBILE BANNER 600 x 440 PX, MAX. 40KB each

SPECIFICATIONS AND SUBMISSION TERMS AND CONDITIONS

- The spin cube is a format in the form of a cube. The cube has four sides. The sides can be switched by swiping from the left or right. A maximum of 10 images can be used in the cube.
- Materials must be provided at least five working days in advance. We need these five days to technically create and test the Rich Media ad.
- Provide: 4 to 10 high-resolution images in 600 x 440 px - max. 40 kb per image
- Provide as .gif, .jpg, or .png.
- The URL of the landing page or separate impression and click trackers.

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

BEHAVIOURAL CONDITIONS

- The advertisement may not use more than 40% of the processor power on the user's computer.
- The advertisement may not cause a smartphone or tablet to slow down or crash.
- The advertisement may not cause a user's app or mobile browser to slow down or crash.
- 100% transparent background is not allowed (max. 50%).
- An advertisement may not loop more than three times.
- An advertisement must have a clear CTA.
- The duration of any video may not exceed 15 seconds.
- The video may only play when clicked.
- Video sound is switched on by default and can be de-activated with a click.
- There must be a clear 'play', 'pause' and/or 'stop' button.

LINDA.NL

VIDEO: ACTIVATION BUMPER

ACTIVATION BUMPER

- Logo: 720 px wide
- Images: 1200 x 1200 px
- Product: (stand-alone) 800 x 800 px
- The activation message may contain 25-30 words
- URL referring to the (campaign) website.* If desired, a measurement tag (in deep link) can be provided to measure CTR to the website.
- After the activation bumper is created by LINDA, the client is sent the advertorial again for approval before going live.
- After the campaign has ended, a report based on the measured results will be sent.

* Link is not clickable in the video, but shown in text under the video.

Please provide all materials no later than ten working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the activation bumper can no longer be placed in the video. We will then have to agree on a new video/publication, depending on the available space.

Note: Corrections are not possible after publication.

LINDA.NL

VIDEO: BOLLBOARD

BOLLBOARD

- Choice of bollboard: logo, logo + image, logo + product
- Logo: 720 px wide
- Images: 1200 x 1200 px
- Product: (stand-alone) 800 x 800 px
- URL referring to the (campaign) website.* If desired, a measurement tag (in deep link) can be provided to measure CTR to the website.
- There is one feedback round on the production delivered.
- After the campaign has ended, a report based on the measured results will be sent.

* Link is not clickable in the video, but shown in text under the video.

Please provide all materials no later than ten working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the bollboard can no longer be placed in the video. We will then have to agree on a new video/publication, depending on the available space.

Note: Corrections are not possible after publication.

LINDA.NL

PRE-ROLL

PRE-ROLL

SPECIFICATIONS AND SUBMISSION TERMS AND CONDITIONS

- Provide physical materials as .mp4.
- The maximum frame rate is 30 fps.
- The aspect ratio of the video is 16:9.
- The resolution of the video is 640 x 360 px.
- The maximum weight of the video is 4 MB.
- The URL of the landing page or separate impression and click trackers.
- The pre-roll can also be provided as a VAST or VPAID tag. You can use the Ooyala demo page to validate a VAST or VPAID tag.
- For all advertisements within with LINDA platforms, it must always be clear to visitors that these are advertisements.

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

BEHAVIOURAL CONDITIONS

- The advertisement may not use more than 40% of the processor power on the user's computer.
- The advertisement may not cause a smartphone or tablet to slow down or crash.
- The advertisement may not cause a user's app or mobile browser to slow down or crash.
- 100% transparent background is not allowed (max. 50%).
- The duration of the video may not exceed 20 seconds.

INSTA-STORY 1080 x 1920 PIXELS

SPECIFICATIONS

- Provide images at high resolution
- The LINDA.nl editors will turn this into a story (1080 x 1920 pixels)

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

LINDA.NL

INSTAGRAM: WINSTAGRAM POST

WINSTAGRAM POST 1181 x 1181 pixels

SPECIFICATIONS

- Provide images at high resolution
- The LINDA.nl editors will turn this into a post (1181 x 1181 pixels)
- Please note: a winstagram post on LINDA.meiden Instagram is created by Studio Room.

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

LINDA.NL

LINDA.LAB

LINDA.LAB SPECIFICATIONS

- Image a minimum of 1024 x 576 pixels (16:9 ratio) - .jpg or .png
Image without eye-catching logos and/or prices
- Briefing on the product or service to be tested (max. 500 words)
- Selection criteria for testers (stated in the call to action)
- The editorial staff at LINDA.digitaal writes an advertorial calling for testers, based on the briefing. There are also a number of style elements associated with LINDA.LAB.
- URL referring to your own website or Facebook page
- If desired, a measurement tag (in deep link) can be provided to measure
- CTR to website.
- After formatting of the advertorial by LINDA, the client receives the advertorial one more time for approval before going live.

Please provide all materials no later than five working days before the go-live date to projectmanagers@moodformagazines.nl. If the materials are not delivered on time, the go-live date may be postponed. If the schedule is already fully booked, we will have to agree on a new date, depending on the available space.

Note: Corrections are not possible after the advertorial has been published.

LINDA.NL

TERMS AND CONDITIONS 1/2

LINDA.NL TERMS AND CONDITIONS

- 1.** MfM has the right to approve and reject Digital Services in compliance with the criteria supplementing the existing requirements for all Services. Guidelines for Digital Services can be found at www.lindanieuws.nl and include the following: no garish, ethic or morally unacceptable advertisements. MfM has the right at all times to refuse to place the advertisement if it does not meet the above guidelines.
- 2.** The Commissioning Party guarantees that the digital materials provided do not contain any viruses or comparable software programs added by third parties with or without the knowledge of the Commissioning Party that could negatively impact the functioning of the services offered by MfM, the Internet or third-party computers and/or software.
- 3.** If and to the extent that, in using the Digital Services, the Commissioning Party uses Cookies, the Commissioning Party guarantees that it, as well as any other Commissioning Parties and third parties hired by it, comply with all relevant laws and regulations, including in particular (but not limited to) Article 11:7a of the Dutch Telecommunications Act.

4. The Digital Services are offered and provided by MfM without any guarantee of (uninterrupted) availability, security, suitability, absence of viruses, reliability or other guarantee.

5. The agreed start date for the Digital Services is a target date. MfM reserves the right to postpone the delivery of the Services due to unforeseen circumstances (not attributable to MfM). In the event that MfM postpones the start date, the only compensation offered to the Commissioning Party will be the provision of the Digital Services by MfM for a period equal to the agreed period and/or provision of alternate Digital Services to the Commissioning Party, to be agreed between the Commissioning Party and MfM.

LINDA.NL

TERMS AND CONDITIONS 2/2

LINDA.NL TERMS AND CONDITIONS

6. If, in determining the compensation paid for the digital Advertisement, measuring systems are used (such as a determination of the number of clicks or leads), MfM's measuring system will take precedence. According to the standards used in the industry, a difference of up to 10% in measured clicks and ad impression is not considered uncommon. If the difference between the measured clicks and ad impressions is greater than 10%, MfM and the Commissioning Party will jointly investigate the cause of these differences in order to resolve it. Until the cause has been determined, MfM's measurement results will prevail.

7. In the event of a cancellation or postponement* by the Commissioning Party of the Digital Services provided by MfM, the Commissioning Party is responsible for paying all costs already incurred by MfM, including services contracted from third parties; and in addition, depending on the period of cancellation or postponement, the following media costs will be charged:

Five to ten working days between the cancellation or postponement and the start of the agreed Digital Services: 50% of the media costs

Fewer than five working days between the cancellation or postponement and the start of the agreed Digital Services: 100% of the media costs

* Postponement of the go-live date

TIPS FROM LINDA

Based on our own experiences - as well as research - we have identified the type of images and topics of advertorials on LINDAnieuws that are most appealing to our readers. We're happy to share these with you.

1. Do you have several images available? We'd love to receive them! Tip: Studies have shown that **images with people are more attractive** than product images alone.

2. We have a strong preference for the use of **warm colours and mood pictures**. We strongly advise against including logos and prices in the images.

3. Do you have an **ambassador or Dutch celebrity** representing your brand? Let us know! We will take this into account when writing the advertorial.

4. Fun tips, a new collection, a list of recommendations: experience has taught us that these things appeal to our readers.

5. Do you have a **nice prize** to give away? Our readers would love it. Let us know and we'll include it in the advertorial.

6. Keep it short and to the point and make clear in the briefing what you want included in the advertorial. This makes it easier for both the editor and yourself because it is more likely that the advertorial will be right the first time.

ADVERTISING WITHIN THE LINDA. NETWORK

DATA USAGE AND DEFINITIONS

ADVERTISING GUIDELINES

Millions of visitors come to LINDA.nl every day.

These visitors have a wide range of interests, varying from fashion and lifestyle to news. Together with the advertisers, we create unique campaigns that are tailored in the best way possible to the interests of our target group.

LINDA. uses its advertising policy in a smart and transparent way.

We respect the privacy of our users and are transparent in our use of profile and contact data.

This document clarifies the most common preferences and desires of advertisers. What options are offered to advertisers? How do we use the profile data? What kinds of commercial messages do we use and how can the advertiser measure results? We also provide an overview of our benchmarks, definitions, sources and reports.

All of these guidelines are provided in this document.

If you have any questions or would like more information, please contact one of the project managers at LINDA.

LINDA.NL

SALES PROPOSITIONS



WEB/APP

Advertorial
Banner
Branded video
Branded advertorial
Push message



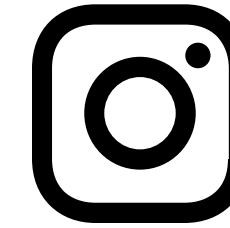
NEWSLETTER

Message



FACEBOOK

Message
Branded promo
Branded video



INSTAGRAM

Message
Branded promo

LINDA.NL

MEASUREMENTS



ADVERTORIAL

Impression
Page view
CTR

BANNER

Impression
CTR

BRANDED VIDEO

Page view with autoplay

VIDEO ADVERTORIAL

Impressions
Page view with autoplay
CTR



MESSAGE

Subscribers
Opens
Clicks
CTR



MESSAGE

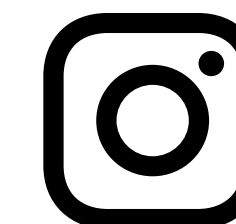
Persons reached
Clicks

BRANDED PROMO

Persons reached
Video displays + 3 sec
Clicks

BRANDED VIDEO

Persons reached
Video displays + 3 sec



MESSAGE

Accounts reached
Displays
Clicks

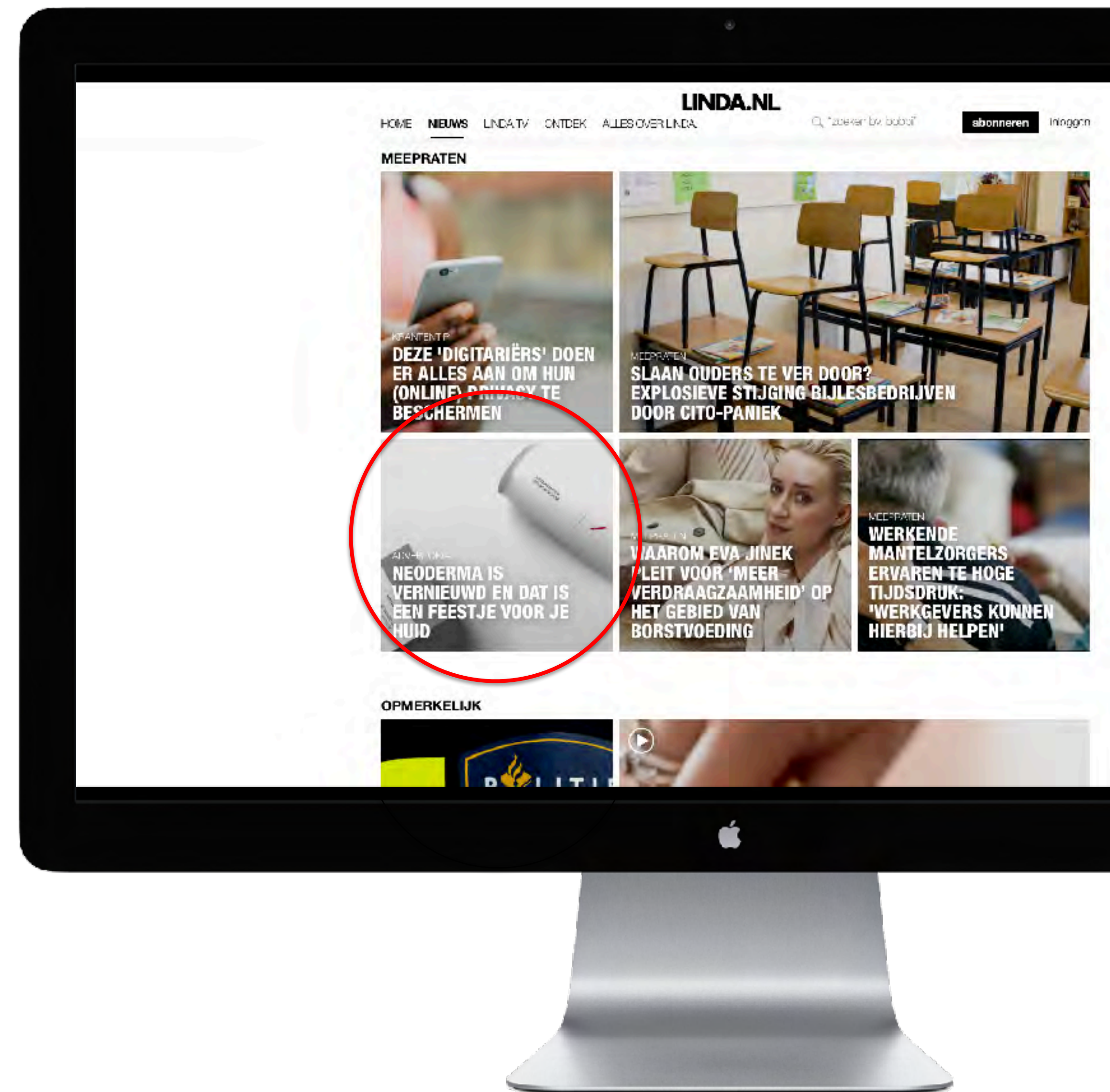
BRANDED PROMO

Accounts reached
Displays
Clicks

LINDA.NL

IMPRESSION

The number of times an article is displayed in a list view



LINDA.NL

PAGE VIEW

The number of displays of a specific page (often an article, also referred to as detail page)



LINDA.NL

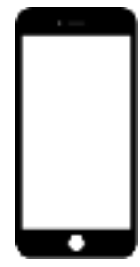
PAGE VIEW WITH AUTOPLAY

The number of displays of a specific page (also referred to as detail page), calculated from the time of publication of the video



LINDA.NL

PIXELS AND MEASUREMENT LINKS



ADVERTORIAL

Impression pixel (1x)
UTM for click-outs

DISPLAY

The (UTM)-URL of the landing page or separate impression and click trackers

BRANDED VIDEO VIDEO ADVERTORIAL*

Impression pixel (1x)

UTM for click-outs

IMPORTANT: THESE ARE NOT PLACED IN THE VIDEO, BUT ON THE ARTICLE PAGE

PRE-ROLL

If we make a link to the advertiser's site: UTM link



MESSAGE

If we make a link to the advertiser's site: UTM link



MESSAGE

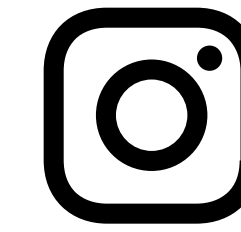
If we make a link to the advertiser's site:
UTM link

BRANDED PROMO

Cannot be measured

BRANDED VIDEO

Cannot be measured



MESSAGE

If we make a link to the advertiser's site:
UTM link

BRANDED PROMO

If we make a link to the advertiser's site:
UTM link

*IT IS NOT POSSIBLE TO MEASURE IN VIDEOS AS WITH A BILLBOARD OR ACTIVATION BUMPER, AND THESE ITEMS ARE ALSO NOT CLICKABLE

DEFINITIONS

ADVERTORIAL

TERM

DEFINITION

Impression

The number of times an article is displayed in a list view

Page view

The number of displays of a specific page
(often an article, also referred to as detail page)

CTR

Click Through Rate, calculated as follows:
 $\text{page view} / \text{impression} \times 100$

VIDEO EDITORIAL

TERM

Page view with autoplay

DEFINITION

The number of displays of a specific page (also referred to as detail page), calculated from the time of publication of the video

Impression

The number of times an article is displayed in a list view

VIDEO ADVERTORIAL

Page view with autoplay

The number of displays of a specific page (also referred to as detail page), calculated from the time of publication of the video

CTR

Click Through Rate, calculated as follows:
 $\text{page view} / \text{impression} \times 100$

NEWSLETTERS

TERM

DEFINITION

Subscribers

The number of people who have received the newsletter

The number of times opened

The number of times the newsletter has been opened

Clicks

The number of times a specific item in the newsletter has been clicked

CTR

Click Through Rate, calculated:
number of clicks/opens of the newsletter* 100

LINDA.NL

TERM

Persons reached

DEFINITION

The number of persons who have received the display via a page message

Video displays + 3 sec

The number of times the video is viewed in total for at least 3 seconds or nearly in its entirety

LINDA.TV

Persons reached

The number of persons who have received the display via a page message

Video displays + 3 sec

The number of times the video is viewed in total for at least 3 seconds or nearly in its entirety

LINDA.NL

DISPLAY

LINDA.NL

TERM

DEFINITION

Impression

The number of times the banner is displayed in a position

Clicks

The number of times the banner is clicked

CTR

Click Through Rate (number of clicks/impressions x 100)

LINDA.NL

ALSO IMPORTANT

We only place pixels (images) and click trackers without tracking.
Building up a retargeting pool is not permitted by law.

However, the following can be measured during the campaign:

- Number of impressions
- Number of click-outs
- Conversion analysis

CLICK [HERE](#) FOR MORE INFORMATION ON OUR PRIVACY AND COOKIE GUIDELINES

FREQUENTLY ASKED QUESTIONS

LINDA.NL

Can I use the LINDA. data to enrich my own profiles?

No, the data cannot be used to enrich your own data or user profiles (such as demographics, age, etc.).

Can I launch an advertising campaign in the LINDA. network in order to collect data?

Yes, if you launch an advertising campaign within the LINDA. network and a user clicks on this campaign and lands on your page, that user also becomes your user. You can then deal with this user in accordance with your own data policy.

Do you place a <no follow> tag on the link?

LINDA. does not use a <no follow> tag on links, as that would have a negative impact on the search engine optimisation of our websites.

When can I use the data for my own purposes?

If the user sees an advertisement and/or advertorial and clicks on the link, thereby landing on your website, you can use the user's data for your own purposes.

Why am I not allowed to place trackers* on the LINDA website?

LINDA. believes strongly in privacy, reliability and transparency.

The data we collect on our users through their browsing in our apps and/or websites are cookie IDs, IP addresses, interest profiles, etc. Visitors to LINDA.nl have given their consent to LINDA. - and not advertisers - to collect user data. That is why we do not allow advertisers to create a retargeting pool based on a pixel (measurement link or other tracker). This rule applies to LINDA.nl (which also includes LINDAnieuws.nl and LINDA.tv), as well as the app and websites.*Javascript / PhP trackers

Why am I not allowed to place a VAST tag in a video?

The videos on LINDA.nl are published via our video player. Pre-rolls are shown both on our website and in the app before the video starts. If you have purchased this pre-roll, you can provide a VAST tag for this pre-roll. Unfortunately, our Tag Management System is not linked to the video player, so that a VAST tag cannot be placed in branded content videos. However, you can provide us with an impression pixel, which we will place on the article page where the video is published.

SEEKING A PARTNERSHIP IN DATA COLLECTION AND/OR ENRICHMENT?

**CONTACT YOUR ACCOUNT MANAGER AT LINDA., OR EMAIL US AT
SALES@MOODFORMAGAZINES.NL**