

LINDA.NL



VOORWAARDEN & SPECS

VERSIE NOVEMBER 2021

©MOODFORMMAGAZINES

ADVERTORIALS

- [Routing Advertorials](#)
- [Specs & Briefing Advertorials](#)

INSTAGRAM

- [Specs & Briefing Winstagram post](#)

LINDA.LAB

- [Specs & Briefing Oproep advertorial](#)
- [Specs & Briefing Resultaten LAB](#)

DISPLAY

- [Display Mogelijkheden](#)
- [Gedragsvoorwaarden](#)
- [Specs Medium rectangle](#)
- [Specs Skyscraper](#)
- [Specs Half page ad](#)
- [Specs Billboard](#)
- [Specs Skin Billboard](#)
- [Specs Roadblocks](#)
- [Specs Half page banner mobile](#)
- [Specs Top single banner mobile](#)
- [Specs Top double banner mobile](#)
- [Specs In page video mobile](#)

VIDEO

- [Activatiebumper](#)
- [Billboard](#)
- [Pre-roll](#)

ADVERTENTIE VOORWAARDEN

TIPS VAN LINDA.

DATAGEBRUIK & DEFINITIES

VEELGESTELDE VRAGEN

1

MATERIAAL AANLEVEREN

Uiterlijk tien werkdagen voor livegang materiaal aanleveren volgens specificaties. Op dit moment dienen tevens eventuele UTM links 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.

4

DEFINITIEVE PREVIEW

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

5

LIVEGANG

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 - VASTE LOOPTIJD, CPV, QUALITY READ, VIDEO

BEELD

- Minimaal 1024 x 567 pixels (16:9 verhouding)
- Hoge resolutie
- Zonder logo's/prijzen, zonder tekst en geen productfoto, bij voorkeur sfeerbeeld
- Klant mag een voorstel sturen voor beeld. Header visual wordt uiteindelijk bepaald door de redactie
- Indien er ook een advertorial rits is ingekocht, ontvangen we ook graag het logo
- Voor een eventuele aanjaging van de advertorial in de nieuwsbrief en/of een Instagram Story hoeft geen extra materiaal aangeleverd te worden

BRIEFING

- Voorstel voor tekst (max. 500 woorden). Denk aan de belangrijkste boodschappen, selling points, wellicht een bepaald product dat we onder de aandacht mogen brengen, een evt persbericht
- Redactie LINDA.nl schrijft op basis van de briefing zelf een tekst van ongeveer 150 woorden zo veel mogelijk op een zelfde manier als hij/zij dat zou doen voor een redactioneel artikel waarbij we de gebruiker altijd met je/jij aanspreken
- Indien gewenst ook aanleveren: Max. 1 UTM link om CTR naar eigen website te meten

VIDEO ADVERTORIAL

- Thumbnail foto aanleveren voor ROS
- URL van Youtube video of eventuele andere player

METEN

- Wij meten het aantal pageviews bij een Vaste looptijd advertorial en CPV Advertorial
- Wij meten het aantal impressies, Quality views en CTR% bij een Quality Advertorial
- Wat wij meten bij een video advertorial hangt af van het type advertorial: CPV of Quality views
- UTM link mag 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 WINSTAGRAMPOST 1181 x 1181 PIXELS

- Beeld op hoge resolutie aanleveren
- Beeld: Geen productfotografie. Bij voorkeur sfeerbeeld met een human interest invalshoek
- De redactie van LINDA.nl maakt deze op tot een post (1181 x 1181 pixels)

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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 livegang geen correctie meer mogelijk

SPECIFICATIES LINDA. LAB ADVERTORIAL

BEELD

- Minimaal 1024 x 567 pixels (16:9 verhouding)
- Hoge resolutie
- Zonder logo's/prijzen en zonder tekst, bij voorkeur sfeerbeeld
- Klant mag een voorstel sturen voor beeld. Header visual wordt uiteindelijk bepaald door de redactie
- Voor een eventuele aanjaging van de advertorial in de nieuwsbrief en/of Instagram Story hoeft geen extra materiaal aangeleverd te worden

BRIEFING

- Briefing over het te testen product of dienst (max. 500 woorden)
- Redactie LINDA.nl schrijft op basis van de briefing zelf een tekst van ongeveer 150 woorden zo veel mogelijk op een zelfde manier als hij/zij dat zou doen voor een redactioneel artikel waarbij we de gebruiker altijd met je/jij aanspreken. Daarnaast zijn er een aantal vaste stijlelementen verbonden aan LINDA.Lab
- Aantal deelnemers voor testers
- Indien gewenst ook aanleveren: Max. 1 UTM link 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

METEN

- UTM link mag worden aangeleverd
- Resultaten bij MFM worden gemeten via Google Analytics en zijn altijd leidend
- Zie voorwaarden voor uitgebreide uitleg met betrekking tot mee meten

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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 livegang geen correctie meer mogelijk

SPECIFICATIES LINDA. LAB RESULTATEN

BEELD

- Minimaal 1024 x 567 pixels (16:9 verhouding)
- Hoge resolutie
- Bij resultaten artikel bij voorkeur beeld van product op witte achtergrond met stempel van lab- resultaat erop
- Klant mag een voorstel sturen voor beeld. Header visual wordt uiteindelijk bepaald door de redactie

BRIEFING

- Resultaten LAB zitten in redactioneel artikel. We benoemen ook kritische punten. Gaat mee in redactionele flow
- Redactie LINDA.nl schrijft zelf een tekst zo veel mogelijk op een zelfde manier als hij/zij dat zou doen voor een redactioneel artikel waarbij we de gebruiker altijd met je/jij aanspreken. Daarnaast zijn er een aantal vaste stijlelementen verbonden aan LINDA.Lab
- Klant mag kiezen het artikel niet te laten publiceren, maar we gaan een artikel niet tweaken tot een extra positief oordeel

METEN

- Voor de LINDA.lab resultaten artikel worden er geen views afgesproken. Wel meten wij de impressies, views en CTR van eventuele extra aanjaging
- UTM link mag worden aangeleverd
- Resultaten bij MFM worden gemeten via Google Analytics en zijn altijd leidend
- Zie voorwaarden voor uitgebreide uitleg met betrekking tot mee meten

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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 livegang geen correctie meer mogelijk

DESKTOP



Medium rectangle



Skyscraper



Half Page ad



Billboard



Skin + Billboard

ROADBLOCK DESKTOP



Billboard

ROADBLOCK DESKTOP



Billboard

MOBILE



Medium rectangle



Halfpage banner



Medium rectangle



Half Page ad



Top single banner



Top double banner



In-page video

PRE-ROLL VIDEO DESKTOP & MOBILE



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 projectmanagers@linda.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

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.
- Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij projectmanagers@linda.nl. Bij te laat aanleveren kan het zijn dat de campagne vertraging oploopt

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 de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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

NB. Na livegang geen correctie meer mogelijk

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 de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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

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 adervingcode
- 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 de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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

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 de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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 DPG Media; 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 guaranteed of fixed wordt ingezet én is aangeleverd via een van onze preferred rich media vendors

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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 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
 - Uitklap is enkel mogelijk middels click to expand. Mouse-over to expand is dus niet toegestaan
 - De uiting dient middels tekst of een pijl duidelijk weer te geven dat de uiting expand na de click
 - Het is niet toegestaan om de expand over de content heen te laten vallen. Daarom mag de expand enkel draaien indien de content naar beneden kan worden gedrukt door de uiting
- De expand biedt ruimte aan video uitingen en animatie

NB. Na livegang geen correctie meer mogelijk

BILLBOARD + MEDIUM RECTANGLE

- **BILLBOARD 970 x 250 PX, MAX. 200 KB**
- **MEDIUM RECTANGLE 300 x 250 PX, MAX. 100 KB**

SPECIFICATIES, AANLEVERVOORWAARDEN EN GEDRAGSVOORWAARDEN

Alle Specificaties, aanlevervoorwaarden en gedragsvoorwaarden aanhouden van aparte uitingen (zie sheet Billboard en Medium rectangle)

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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.

BILLBOARD + HALF PAGE AD

- **BILLBOARD 970 x 250 PX, MAX. 200 KB**
- **HALF PAGE AD 300 x 600 PX, MAX. 200 KB**

SPECIFICATIES, AANLEVERVOORWAARDEN EN GEDRAGSVOORWAARDEN

Alle Specificaties, aanlevervoorwaarden en gedragsvoorwaarden aanhouden van aparte uitingen (zie sheet Billboard en Half Page Ad)

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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.

HALF PAGE BANNER 320 x 240 PX – MAX. 40 KB

SPECIFICATIES EN AANLEVERVOORWAARDEN

- Aan te leveren formaten i.v.m. diverse schermafmetingen: 320x240 px – max. 40 Kb
- 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 <https://www.iab.com/guidelines/html5-for-digital-advertising-guidance-for-ad-designers-creative-technologists/>
- 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. Hieronder staat uitgelegd hoe deze geïmplementeerd moet worden

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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%)
- Indien de achtergrond van de banner dezelfde kleur heeft, dient er een raster om de uiting heen te worden geplaatst. Dit ter verduidelijking voor de bezoeker wat de banner is en wat de site
- Een uiting mag maximaal 3 keer lopen
- Een uiting moet een duidelijke CTA hebben
- De duur van een eventuele video is maximaal 15 seconden
- Click-to-; page, app (+ backup url bij ontbreken app), market, shop, call, sms, whatsapp, share (social), navigate en calendar is toegestaan als clickout

NB. Na livegang geen correctie meer mogelijk

TOP SINGLE BANNER 320 x 50 PX

SPECIFICATIES EN AANLEVERVOORWAARDEN

- Aan te leveren formaten i.v.m. diverse schermafmetingen: 320x50 px
- 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 gereserveerd wordt
- Initial load: 100 Kb
- Host-initiated subload: nvt
- User initiated load: nvt
- HTML5 kan aangeleverd worden via de IAB standaard <https://www.iab.com/guidelines/html5-for-digital-advertising-guidance-for-ad-designers-creative-technologists/>
- 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. Hieronder staat uitgelegd hoe deze geïmplementeerd moet worden

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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%)
- Indien de achtergrond van de banner dezelfde kleur heeft, dient er een raster om de uiting heen te worden geplaatst. Dit ter verduidelijk voor de bezoeker wat de banner is en wat de site
- Een uiting mag maximaal 3 keer lopen
- Een uiting moet een duidelijke CTA hebben
- Click-to-; page, app (+ backup url bij ontbreken app), market, shop, call, sms, whatsapp, share (social), navigate en calendar is toegestaan als clickout
- 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

NB. Na livegang geen correctie meer mogelijk

TOP DOUBLE BANNER 320 x 100 PX

SPECIFICATIES EN AANLEVERVOORWAARDEN

- Aan te leveren formaten i.v.m. diverse schermafmetingen: 320x100 px
- 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 gereserveerd wordt
- Initial load: 100 Kb
- Host-initiated subload: nvt
- User initiated load: nvt
- HTML5 kan aangeleverd worden via de IAB standaard <https://www.iab.com/guidelines/html5-for-digital-advertising-guidance-for-ad-designers-creative-technologists/>
- 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. Hieronder staat uitgelegd hoe deze geïmplementeerd moet worden

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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%)
- Indien de achtergrond van de banner dezelfde kleur heeft, dient er een raster om de uiting heen te worden geplaatst. Dit ter verduidelijk voor de bezoeker wat de banner is en wat de site
- Een uiting mag maximaal 3 keer lopen
- Een uiting moet een duidelijke CTA hebben
- Click-to-; page, app (+ backup url bij ontbreken app), market, shop, call, sms, whatsapp, share (social), navigate en calendar is toegestaan als clickout
- 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

NB. Na livegang geen correctie meer mogelijk

IN-PAGE VIDEO 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 de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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%)
- Indien de achtergrond van de banner dezelfde kleur heeft, dient er een raster om de uiting heen te worden geplaatst. Dit ter verduidelijk voor de bezoeker wat de banner is en wat de site
- De duur van de video is maximaal 30 seconden
- Na completion van de video blijft het laatste frame zichtbaar en clickable

NB. Na livegang geen correctie meer mogelijk

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@linda.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.

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@linda.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
- Als deze aangeleverd wordt als VAST of VPAID graag met de volgende specificaties: program loudness -23 LUFS (+/-0.5 LU), maximum signal level -1 dBTP, maximum short-term loudness +5 LU
- Voor alle advertenties binnen de LINDA. platformen geldt dat het voor de bezoeker duidelijk moet zijn dat het om een advertentie gaat

Materiaal graag uiterlijk vijf werkdagen voor livegang aanleveren bij de desbetreffende projectmanager of projectmanagers@linda.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%)
- De duur van de video is maximaal 20 seconden

VOORWAARDEN LINDA.NL

1. LINDA. 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.linda.nl en houden onder andere in: geen schreeuwerige, niet ethische of moreel ontoelaatbare uitingen.

LINDA. heeft te allen tijde het recht om de uiting niet te plaatsen mits het 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 LINDA. 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 LINDA. 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. LINDA. behoudt zich het recht voor om op grond van onvoorziene (niet aan LINDA. toe te rekenen) omstandigheden, de levering van de Diensten uit te stellen. In het geval dat de startdatum door LINDA. wordt uitgesteld, zal de enige compensatie voor Opdrachtgever bestaan uit het alsnog leveren door LINDA. 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 LINDA..

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 LINDA. 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 LINDA. 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 LINDA. leidend voor de vaststelling van de vergoeding.

7. Bij annulering door Opdrachtgever van de door LINDA. te leveren Digitale Diensten, is Opdrachtgever de volgende bedragen verschuldigd:

(a) alle kosten die LINDA. reeds verplicht is te voldoen aan één of meer derden op het moment van annulering door Opdrachtgever, indien LINDA. bij het verrichten van de Diensten derden heeft ingeschakeld; en

(b) een annuleringsvergoeding die wordt vastgesteld met behulp van onderstaande tabel. Het eventueel door Opdrachtgever reeds teveel betaalde zal door LINDA. worden terugbetaald.

Dagen gelegen tussen annulering en aanvang overeengekomen Digitale Diensten	Annuleringsvergoeding als percentage van overeengekomen vergoeding
28 dagen of meer	0%
21 tot 28 dagen	25%
14 tot 21 dagen	50%
13 dagen of minder	100%

Bij annuleringen van plaatsingen waarvan de plaatsingsdatum nog niet is bepaald, geldt er te allen tijde een annuleringsvergoeding van 25% van de plaatsingskosten.

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 LINDA, 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.

DATAGEBRUIK



WEB/APP

Advertorial Vaste looptijd
Advertorial CPV
Advertorial Quality read
Advertorial Video
Banner
Branded video
Branded podcast



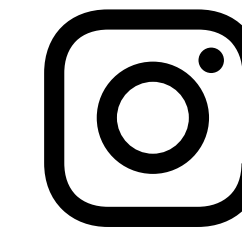
NIEUWSBRIEF

Bericht



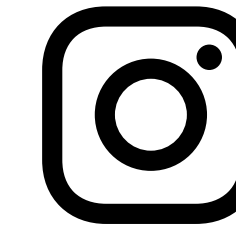
FACEBOOK

Branded promo
Branded video



INSTAGRAM

Bericht
Branded promo
Dark Post
Story



ADVERTORIAL VASTE LOOPTIJD

Pageviews

ADVERTORIAL CPV

Pageviews

ADVERTORIAL QUALITY

Impressies
Pageviews
CTR

BANNER

Impressies
CTR

BRANDED VIDEO

Pageview met autoplay

VIDEO ADVERTORIAL

Pageviews

BERICHT

Opens
Clicks
CTR

BRANDED VIDEO

Videoweergaven + 3 sec

BRANDED PROMO

Weergaven
Clicks
CTR

BERICHT

Bereik
Weergaven
Saves
Likes
Reacties

BRANDED PROMO

Weergaven
Clicks
CTR

STORY

Weergaven
Clicks
CTR



ADVERTORIAL

UTM-link voor click-outs

DISPLAY

De UTM-link van de landingspagina of losse impressie- en click trackers

BRANDED VIDEO VIDEO ADVERTORIAL*

UTM-link voor click-outs
Let op: deze worden niet in de video geplaatst, maar op het artikelpagina

PRE-ROLL

Indien we naar site adverteerder linken: UTM-link



BERICHT

Kan niet mee gemeten worden

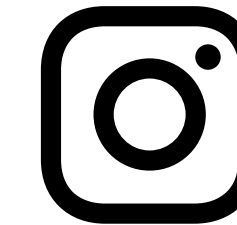


BRANDED PROMO

Kan niet mee gemeten worden

BRANDED VIDEO

Kan niet mee gemeten worden



BERICHT

Kan niet mee gemeten worden

BRANDED PROMO

Indien we naar site adverteerder linken: UTM-link

DARK POST

Kan niet mee gemeten worden

STORY

Betaald partnerschap in post

DEFINITIES

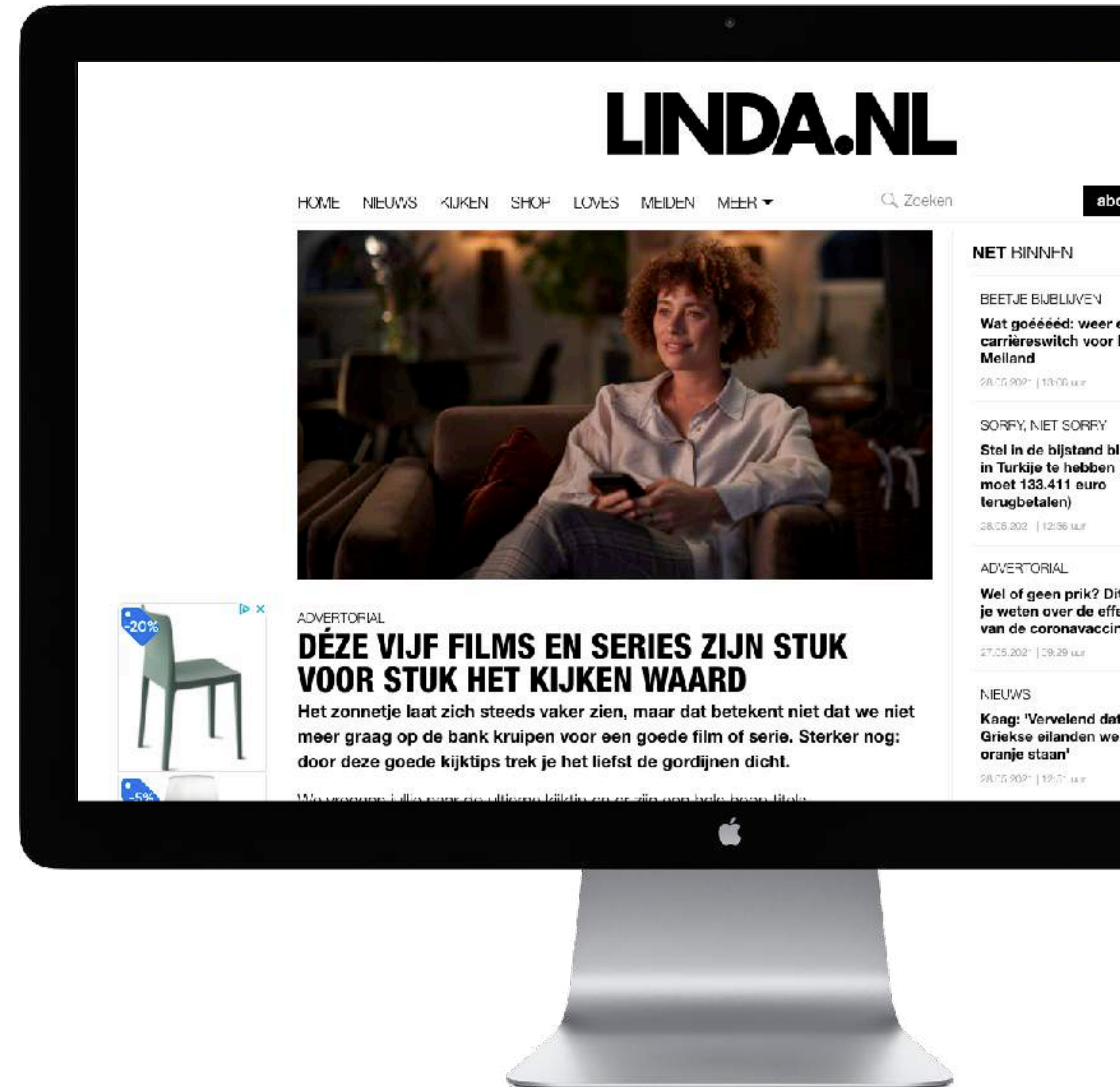
IMPRESSIE

Het aantal keren dat een artikel wordt getoond in een lijstweergave



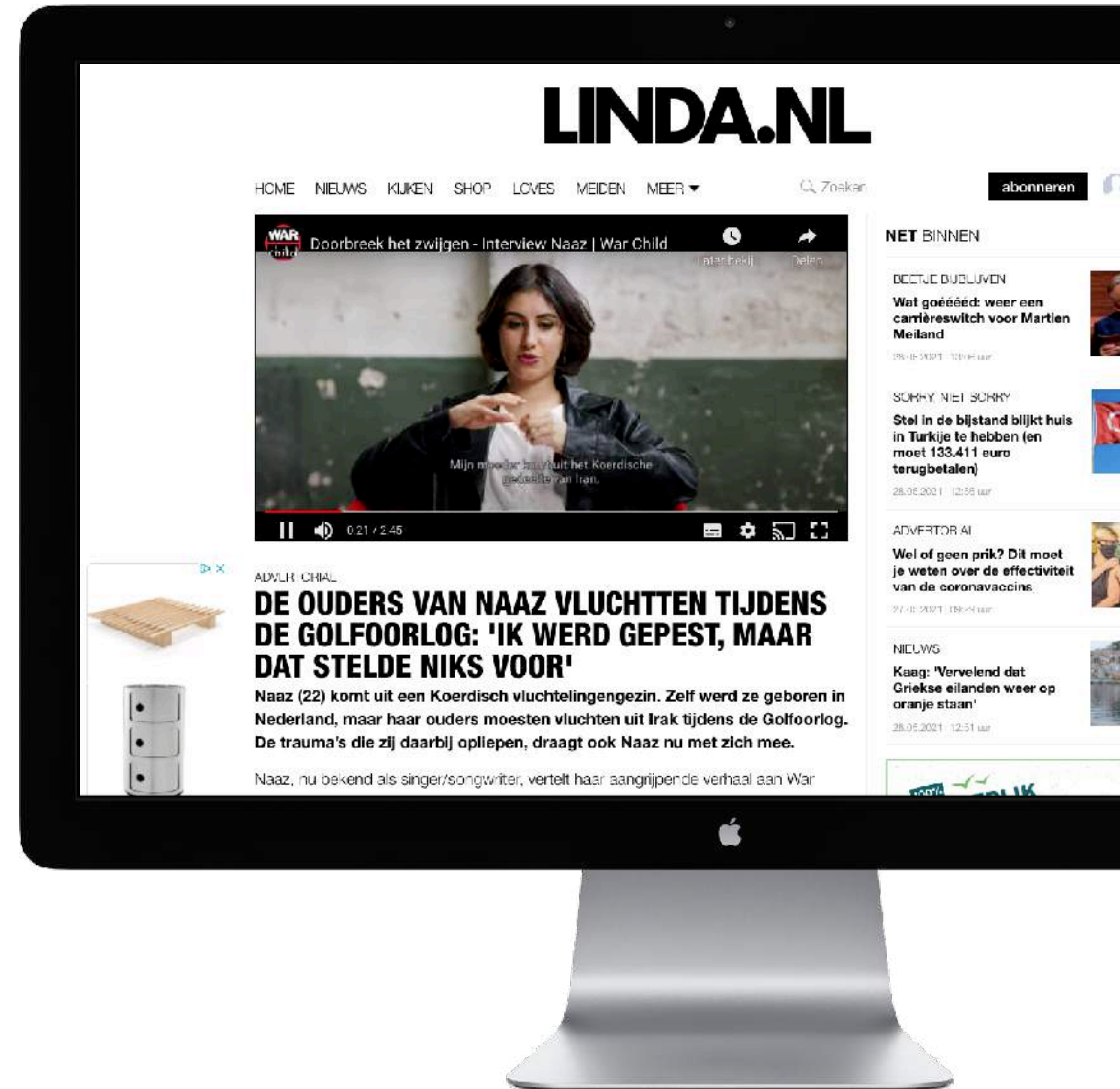
PAGEVIEW

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



PAGEVIEW MET AUTOPLAY

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



ADVERTORIAL

AANDUIDING

DEFINITIE

Impressies

Het aantal keren dat een artikel wordt getoond in een lijstweergave

Pageviews

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

AANDUIDING

DEFINITIE

Impressies

Het aantal keren dat een artikel wordt getoond in een lijstweergave

Pageviews

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

Aantal keer geopend

Clicks

CTR

DEFINITIE

Het aantal keren dat de nieuwsbrief is geopend

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

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

LINDA.NL

AANDUIDING

DEFINITIE

Bereikte personen

Het aantal personen dat weergave heeft gekregen via een paginabericht

Videoweergaven +3 sec

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

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)

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, en zowel voor app als web.

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.

SAMENWERKEN IN DATAVERZAMELING EN/OF VERRIJKING?

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