



# Yieldlab UI Dokumentation

Diese Dokumentation dient als Überblick über zum Yieldlab UI und erläutert die einzelnen Funktionen und Einstellungen.



# YIELDLAB



1. Inhaltsverzeichnis	
2. DASHBOARD	4
3. INVENTAR	5
3.1. Übersicht (Adslot)	6
3.2. Details (Adslot)	7
3.3. Partnerships (Adslot)	9
3.4. Advertiser-Filter (Adslot)	10
3.5. Kategorie-Filter (Adslot)	11
3.6. Kategorien (Adslot)	11
3.7. Native Template (Native Adslot)	12
3.8. Inventarstruktur	13
3.9. Channels	17
3.10. Adtags	17
4. PARTNERSHIPS	18
4.1. Anlegen einer Private Auction	19
4.2. Anlegen eines Direct Deals	19
4.3. Anlegen eines Preferred Deals	20
4.4. Anlegen eines Programmatic Guaranteed Deals	20
4.5. Übersicht (Partnership)	21
4.6. Details (Partnership)	23
4.7. Formate (Partnership)	24
4.8. Adslots (Partnership)	25
4.9. Advertiser-Filter (Partnership)	26
4.10. Kategorie-Filter (Partnership)	27
4.11. Targeting (Partnership)	27
4.12. Duplizieren von Partnerships	28
4.13. Verfügbare Advertiser	30
5. PREISE	31
5.1. Preisänderungen	32
6. REPORTS	34
6.1. Umsatz-Reports	37
6.2. Analytics-Reports	38
7. INSIGHTS	40
7.1. Supply Overview	40
7.2. Demand Overview	40
7.3. Yesterday	41
7.4. Deal Check	41
7.5. Funktionalitäten	42
8. EINSTELLUNGEN	43



8.1.	Account Einstellungen.....	43
8.2.	DV360 Provider Allowlist.....	43
8.3.	Globaler Advertiser-Filter .....	44
8.4.	Globaler Kategorie-Filter .....	44
8.5.	Referrer-Gruppen .....	45
8.6.	Help Center.....	46
9.	KONTAKT PUBLISHER SERVICES .....	47



## 2. Dashboard

Im Dashboard werden die Nettoumsätze und eTKP des gesamten Accounts im Verlauf der letzten 30 Tage grafisch dargestellt. Neben den wichtigsten Leistungswerten des Accounts, inklusive Vergleichswerten, zeigt das Dashboard die Top 5 Demand Partner des gestrigen Tages. Das Dashboard hilft dabei, sich einen ersten allgemeinen Eindruck über die Umsätze und eTKP des Accounts zu verschaffen.

Der Data Status ist direkt über dem Dashboard platziert und gibt die Aktualität der gezeigten Daten an. Standardmäßig werden im Dashboard alle Daten einschließlich des gestrigen Tages dargestellt.

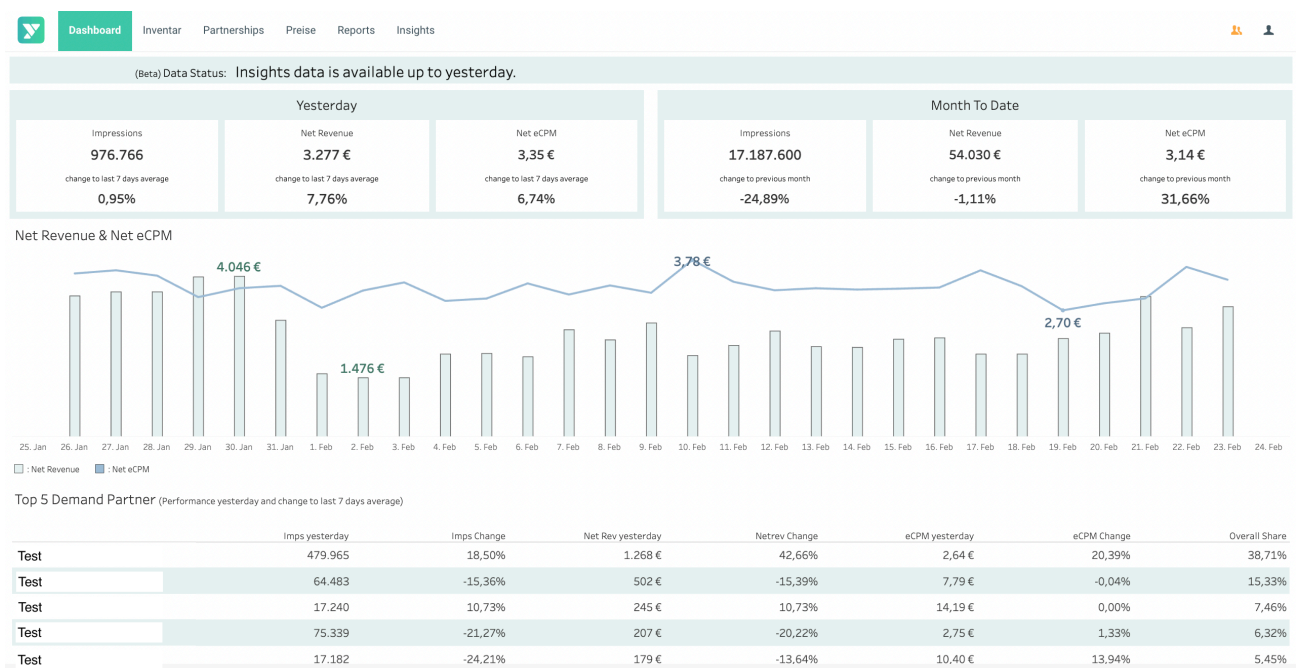


Abb. 1 YRD – Dashboard



### 3. Inventar

Im Bereich *Inventar* sind in der *Adslots Liste* alle Adslots mit der Adslot ID sowie Plattform und Werbeform aufgelistet. Mithilfe der Ansichtsoptionen kann die Übersicht sortiert und nach den verschiedenen Plattformen, Werbeformen, Auktionstypen, Seiten, Gruppen, Channels und Formaten gefiltert werden. Zudem kann separat nach der Adslot ID oder dem Adslot-Namen gefiltert werden. Adslots, für die mehrere Formate hinterlegt sind, sind mit dem Label *Multisize* gekennzeichnet.

Über den Download Button auf der rechten Seite lässt sich eine csv-Datei mit allen Informationen zu den im Account angelegten Adslots herunterladen. Über den Upload Button kann eine Adslots csv-Datei hochgeladen werden. Diese Funktion erleichtert das Anlegen oder Bearbeiten mehrerer Adslots zur selben Zeit.

Ausführliche Informationen zur Adslots csv-Datei können der separaten Dokumentation entnommen werden.

ID	Adslot	Multisize	Web	Format
560638	Test	Multisize	Web	Banner
560641	Test	Multisize	Web	Banner
560644	Test	Multisize	Web	Banner
560647	Test	Multisize	Web	Banner
560635	Test	Multisize	Web	Banner
12298112	Test		Connected TV	Video
9738541	Test		Mobile App	Video

Abb. 2 YRD – Inventar – Adslots Liste



### 3.1. Übersicht (Adslot)

Beim Klick auf einen einzelnen Adslot finden sich unter *Übersicht* weitere Einstellungsmöglichkeiten. Diese Felder werden im Folgenden beschrieben.

The screenshot shows the 'Test Adslot' configuration interface. At the top, there's a navigation bar with 'Übersicht', 'Details', 'Partnerships', 'Advertiser-Filter', and 'Kategorien'. Below this, the 'Adslot ID 12189132' is displayed. The 'Gruppe' is set to 'Default - Default'. The 'Name' is 'Test Adslot'. The 'Plattform' is 'Web' and the 'Werbeform' is 'Banner'. Under 'Grundeinstellungen', there's a recommendation to sort by revenue potential. The 'Format' is '300x250' and the 'Floor Price' is '0,40 €'. The 'Referrer Url' is 'test.de'. There's a checkbox for 'Referrer überschreiben' which is currently unchecked. A 'Speichern' button is at the bottom left.

Abb. 3 YRD – Inventar – Adslots Liste – Übersicht

- **Name:** Vom Nutzer vergebener Name des Adslots.
- **Plattform:** Verfügbare Optionen sind Web, Mobile Web, Mobile App, Addressable TV, Connected TV und Digital out of Home.
- **Werbeform:** Verfügbare Optionen sind Banner, Video, Audio und Native. Je nach gewählter Plattform können die Optionen eingeschränkt sein.
- **Floor Price:** Mindestpreis in €, damit ein Gebot auf diesen Adslot in der Auktion berücksichtigt wird.
- **Format:** Größe des Adslots (Breite x Höhe).
- **Referrer überschreiben:** Hier kann eingetragen werden, welche Referrer URL dem Demand Partner im Bid Request übergeben werden soll, dabei wird das Protokoll (http:// bzw. https://) abgeschnitten. Diese Einstellung kann im Request vom *pubref*-Parameter überschrieben werden.



Je nach gewählter Kombination aus Plattform und Werbeform stehen zusätzliche Konfigurationsoptionen zur Verfügung:

- **Format / Multisize:** Für Adslots der Inventartypen Web Banner, Mobile Web Banner und Mobile App Banner können bis zu 10 Größen mit entsprechenden Floor Prices am Adslot hinterlegt werden. Wir empfehlen, die Größen nach Umsatzpotenzial zu sortieren, da einige wenige DSPs nur das erste Format auslesen können.
- **App Name:** Name der Mobile App. Für Plattformen Mobile App und Connected TV.
- **Bundle Name:** App-spezifische ID aus dem App Store bzw. Play Store. Für Plattformen Mobile App und Connected TV.
- **Mobile OS:** Betriebssystem der App. Für Plattform Mobile App.
- **Store URL:** App-spezifische Store URL, benötigt für app-ads.txt Standard. Für Plattformen Mobile App und Connected TV.
- **Video Position:** Position des Video oder Audio Adslots.
- **Video Platzierung:** Platzierung des Videos im Kontext der Website.
- **Wiedergabemethode:** Wiedergabemethode des Videos.
- **Platzierungstyp:** Layout des Adslots. Für Werbeform Native.
- **Teaser:** Definiert, ob ein Teaser-Text benötigt wird. Für Werbeform Native.

**Hinweis:** Es ist zu beachten, dass Preise auf verschiedenen Ebenen (Partnership, Adslot, Advertiser, Global) gesetzt werden können. In dem Fall wird immer der höhere Preis angewandt.

Über den *Adslot löschen* Button (🗑️) können Adslots gelöscht werden. Dabei werden sie aus allen Partnership herausgenommen und der Adslot wird aus YRD entfernt. Bereits erfasste Reporting-Daten bleiben erhalten.

**Hinweis:** Gelöschte Adslots sollten aus den Yieldprobe Requests und PreBid-Aufrufen entfernt sowie die Adtags ausgebaut werden.

### 3.2. Details (Adslot)

Unter *Details* finden sich zusätzliche Einstellungsmöglichkeiten für den einzelnen Adslot. Diese Felder werden im Folgenden beschrieben.



Übersicht **Details** Partnerships Advertiser-Filter Kategorien

### Adslot ID 15247777

Auktionstyp <sup>i</sup> Position <sup>i</sup>

2nd Price Unknown

### Fallback

Fallback überschreiben <sup>i</sup>

Fallback überschreiben

Fallback Typ

Weiterleitung  HTML Inhalt

HTML Inhalt

Speichern

Abb. 4 YRD – Inventar – Adslots Liste – Details

- **Position:** Gibt an, ob der Adslot im sichtbaren Bereich ist.
- **Auktionstyp:** Verfügbare Optionen sind 1st Price und 2nd Price. Wir empfehlen, den Auktionstyp 1st Price auf Partnership-Ebene zu hinterlegen (siehe hierzu Abschnitt 4.5). Bei unterschiedlichen Einstellungen auf Adslot- und Partnership-Ebene dominiert immer 1st Price.
- **Fallback überschreiben:** Ermöglicht Hinterlegen eines Fallbacks als Redirect oder HTML Inhalt.





Je nach Inventartyp stehen zusätzliche Konfigurationsoptionen zur Verfügung:

- **Mindestdauer:** Mindestlänge des Video- oder Audio-Werbemittels.
- **Höchstdauer:** Maximale Länge des Video- oder Audio-Werbemittels.
- **Min Bitrate:** Minimale Bitrate in kbps. Für Werbeformen Video und Audio.
- **Max Bitrate:** Maximale Bitrate in kbps. Für Werbeformen Video und Audio.
- **API Einstellungen:** Unterstützte VPAID oder MRAID Versionen des Adslots. Für Werbeformen Video und Audio.
- **MIME Typen:** Dateitypen des Video- oder Audio-Werbemittels.
- **Protokolle:** Unterstützte VAST-Versionen des Video oder Audio Adslots.
- **Skippability:** Gibt an, ob das Werbevideo übersprungen werden kann.
- **Platzierungstyp:** Beschreibt das Design/Layout des Adslots.
- **Teaser:** Definiert, ob ein Teaser-Text benötigt wird oder nicht.

### 3.3. Partnerships (Adslot)

Adslots müssen einer Partnership zugeteilt werden, damit gewährleistet wird, dass der Partner auf diesen Adslots ausliefern kann.

ID	Deal	Partnership	Demand Partner	Floor Price
15135809		Test	Test	0,00 €
15135806		Test	Test	0,00 €
14917097		Test	Test	0,00 €

Abb. 5 YRD – Inventar – Adslots Liste – Partnerships

Im Bereich *Partnerships* können einzelne Partnerships dem Adslot zugewiesen oder von ihm entfernt werden. Hier kann auch ein Floor Price eingestellt werden, der dann für die einzelne Platzierung in genau dieser Partnership greift.



Durch Klick auf das Symbol  $\equiv^+$  können Partnerships ausgewählt werden, die mit dem Adslot verknüpft werden sollen. Das Auswählen der zu entfernenden Partnerships kann durch Klick auf das Symbol  $\equiv^-$  durchgeführt werden. In beiden Listen sind die bekannten Filteroptionen vorhanden, um die Auswahl der relevanten Partnerships zu erleichtern.

**Hinweis:** Es ist zu beachten, dass Preise auf verschiedenen Ebenen (Partnership, Adslot, Advertiser, Global) gesetzt werden können. In dem Fall wird immer der höhere Preis angewandt.

**Hinweis:** Bei Multisize Adslots wird der Preis, der auf Adslot-in-Partnership-Ebene hinterlegt ist, für alle Größen dieses Adslots in der jeweiligen Partnership angewandt.

### 3.4. Advertiser-Filter (Adslot)

Beim Filtering handelt es sich um Domainfilter. Hinter der jeweiligen Domain sind die unterschiedlichen URLs des Kunden hinterlegt. Es werden nur Domains angezeigt, die bereits im System hinterlegt sind.

Übersicht Details Partnerships **Advertiser-Filter** Kategorien

Filter Typ  
 Blacklist  Whitelist

Blacklist 0

Aktiv 79252

.herrenausstatter.de

.pampers.de

(orafol.com)\*

007fragrances.com

07eins.com

0815.at

1-2-3-brille.de

1-2-3-invest.de

1-2-3-paris.de

1-2-3.com

Filter

Filter

Speichern

Abb. 6 YRD – Inventar – Adslots Liste – Advertiser-Filter



Es wird zwischen *Blocklist* und *Allowlist* unterschieden, wir empfehlen auf Adslot-Ebene die *Blocklist* einzusetzen.

- **Blocklist:** Nur die unter *Blocklist* aufgeführten Advertiser dürfen nicht auf dem Adslot laufen.
- **Allowlist:** Nur die unter *Allowlist* aufgeführten Advertiser dürfen auf dem Adslot laufen.

### 3.5. Kategorie-Filter (Adslot)

Filter lassen sich auch für Advertiser-Kategorien festlegen. Die Advertiser-Kategorien, welche für diesen Adslot unerwünscht sind, können zu einer Blocklist hinzugefügt werden. So werden alle dieser Kategorie zugeordneten Advertiser nicht in Auktionen berücksichtigt.

### 3.6. Kategorien (Adslot)

Über die Auswahl *Kategorien* können die Adslots den verschiedenen IAB-Kategorien zugeordnet werden. Unter *Verfügbar* sind alle IAB-Kategorien aufgeführt, die mit dem Adslot verknüpft werden können. Diese Information wird dann im Bid Request übergeben.



Übersicht Details Partnerships Advertiser-Filter **Kategorien**

Verknüpft 4	Verfügbar 202
Accessories	Auto Racing
Art/Technology	Automotive
Cruises	Baseball
Running/Jogging	Beauty
	Bed & Breakfasts
	Beginning Investing
	Bicycling
	Bipolar Disorder
	Books & Literature
	Boxing

Durchsuchen

Durchsuchen

Speichern

Abb. 7

YRD – Inventar – Adslots Liste – Kategorien

### 3.7. Native Template (Native Adslot)

Im Bereich *Native Template* können Einstellungen vorgenommen werden, die speziell Native Adslots betreffen. Native Adslots besitzen ein Template, welches festlegt, aus welchen Komponenten der Adslot aufgebaut ist und wie diese aussehen. So kann dort beispielsweise festgelegt werden, dass der Native Adslot aus einem Titel, einer Beschreibung und einem Bild besteht, welches mindestens 100 x 100 Pixel groß sein muss. Der *Native Template* Bereich besteht aus den folgenden Unterbereichen:

- **Info-Bereich**  
Derzeit befindet sich Yieldlab in der Entwicklungsphase dieses Native-Features, so dass noch nicht alle Einstellungen in diesem Bereich verfügbar sind. Welche Einstellungen bereits vorgenommen werden können und welche Einstellungen noch systemweit gelten, wird hier beschrieben.
- **Template-Auswahl-Bereich**  
In diesem Bereich kann dem Adslot entweder ein bestehendes Template zugewiesen oder ein neues Template erstellt werden. Ebenso können bestehende Templates umbenannt werden.
- **Template-Einstellungen-Bereich**  
In diesem Bereich können Einstellungen für das gesamte Template vorgenommen werden. Hier kann der Name für das Template vergeben und eingestellt



werden, ob eine Seitenverhältnis-Prüfung für die Bild-Komponenten des Templates durchgeführt werden soll.

**Hinweis:** Die Prüfung des Seitenverhältnisses ist standardmäßig deaktiviert. Um die Prüfung des Seitenverhältnisses für Bild-Komponenten des Templates zu aktivieren, muss dem Adslot ein Template zugewiesen werden. Das bedeutet, dass ggf. ein leeres Template verwendet werden muss, in dem nur die entsprechende Checkbox „Seitenverhältnis prüfen“ angehakt ist.

- **Assets-Bereich**  
Hier können die einzelnen Komponenten (s.g. Assets) konfiguriert werden. Über das Dropdown-Menü *Asset-Typ* kann zwischen den derzeit verfügbaren Asset-Typen gewählt werden. Zusätzlich dazu, kann jedes Asset als *erforderlich* oder *optional* markiert oder komplett gelöscht werden. Jeder Asset-Typ hat darüber hinaus noch weitere Typ-spezifische Einstellungen. So kann bei einem Icon/Bild-Asset zusätzlich das Format spezifiziert werden.

↑ Unabhängig von den in diesem Bereich verfügbaren Einstellungen werden aktuell für *alle* Native Requests einige Assets standardmäßig konfiguriert. In Zukunft werden diese statischen Einstellungen stufenweise entfernt und durch Einstellungen in diesem Bereich ersetzt.

#### Titel-Asset

Wird standardmäßig hinzugefügt und als *erforderlich* markiert. Die konfigurierte maximale Länge beträgt 50 Zeichen.

#### Teaser-Asset

Wird als *erforderlich* markiert hinzugefügt, sofern in Adslot > Details > Native-Einstellungen die entsprechende Checkbox ausgewählt ist. Ist das nicht der Fall, ist dieses Asset nicht im Request enthalten. Die konfigurierte maximale Länge beträgt 110 Zeichen.

#### Hauptbild-Asset

Wird standardmäßig hinzugefügt und als *erforderlich* markiert. Das Format kann in der Adslot-Übersicht konfiguriert werden.

### Template-Auswahl

Template

Neues Template anlegen

### Template-Einstellungen

Name

### Assets

+ Asset hinzufügen

Speichern

Abb. 8 YRD – Inventar – Adslots Liste – Native Template

## 3.8. Inventarstruktur

Oberhalb des Adslot-Levels gibt es in YRD zwei weitere Inventarebenen: Gruppe und Seite. Diese finden sich im Menüpunkt *Inventarstruktur* und sind zudem als Dimensionen im Reporting verfügbar.

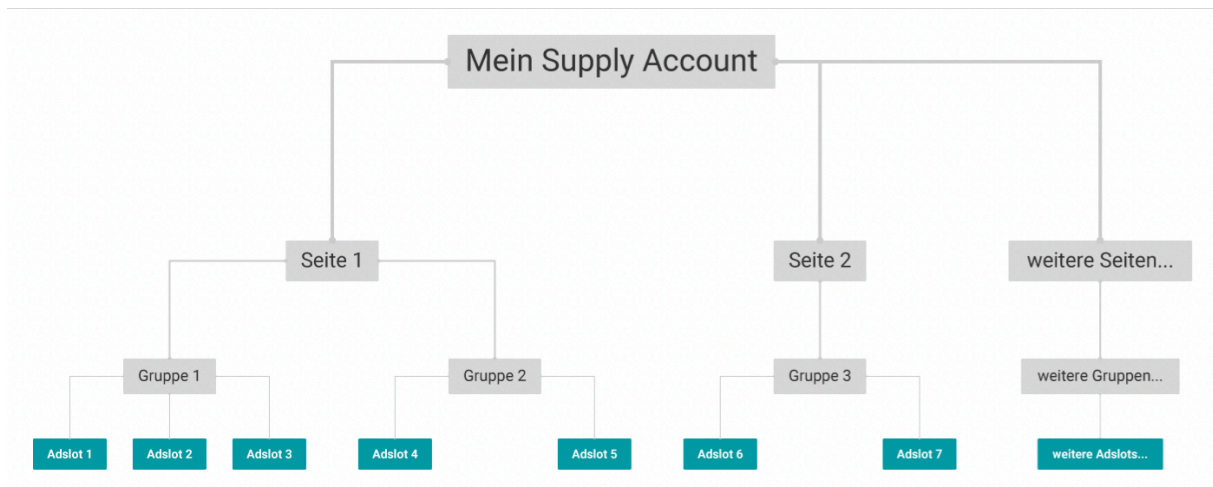


Abb. 9 YRD – Inventar – Inventarstruktur

Grundsätzlich gilt:

- Eine Seite kann mehrere Gruppen enthalten und eine Gruppe mehrere Adslots.
- Dabei kann ein Adslot nur in einer Gruppe und eine Gruppe nur in einer Seite enthalten sein.
- Ein Adslot kann nicht ohne Gruppenzuordnung bzw. eine Gruppe nicht ohne Seitenzuordnung alleine stehen. Standardmäßig sind daher alle bestehenden Adslots einer Default-Gruppe und -Seite hinzugefügt.

Eine Übersicht aller angelegten Seiten befindet sich unter *Inventar > Inventarstruktur*. Zunächst befindet sich in der Liste nur die Seite *Default*. Sobald weitere Seiten angelegt wurden, tauchen diese ebenfalls in der Übersicht auf. Für jede Seite wird angezeigt, wie viele Gruppen innerhalb der Seite angelegt wurden. Innerhalb der Liste kann nach bestimmten Seiten gesucht werden.



Seite	Anzahl Gruppen
2test	1
ATest	4
Default	1

Abb. 10 YRD – Inventar – Inventarstruktur – Seiten

Bei Klick auf eine Seite in der Liste öffnet sich eine Übersicht aller angelegten Gruppen, die sich in dieser Seite befinden. Auch diese Übersicht ist als Liste angelegt, innerhalb der nach bestimmten Gruppen gesucht werden kann. Für jede Gruppe wird angezeigt, wie viele Adslots innerhalb der Gruppe angelegt wurden. Initial befindet sich eine Gruppe *Default* in der Seite *Default*, die alle bestehenden Adslots enthält.

Gruppe	Anzahl Adslots
Default	297

Abb. 11 YRD – Inventar – Inventarstruktur – Gruppen

Oberhalb der Seitenliste unter *Inventar > Inventarstruktur* können durch Klick auf den Plus-Button eine oder mehrere neue Seite angelegt werden. Dazu ist lediglich die Eingabe eines eindeutigen Seitennamens erforderlich.

Eine neue Gruppe kann an zwei verschiedenen Stellen in YRD angelegt werden: Entweder in der Seitenliste oder in der Gruppenliste. In der Seitenliste können eine oder mehrere neue Gruppen durch Klick auf das Plus-Icon rechts in der Liste neben dem Seitennamen angelegt werden. Die Gruppen werden dann automatisch in der gewählten Seite angelegt. Wahlweise kann in der Gruppenliste über den großen Plus-Button oberhalb der Liste eine oder mehrere weitere Gruppen in der aktuellen Seite



angelegt werden. Für die Gruppenanlage ist ebenfalls nur die Eingabe eines Gruppennamens erforderlich, der innerhalb einer Seite eindeutig sein muss.

Sowohl Seiten als auch Gruppen können nachträglich umbenannt werden. Durch Klick auf das Stift-Symbol rechts in der Seiten-/Gruppenliste öffnet sich der Editiermodus für die entsprechende Seite. Die Default-Seite/-Gruppe kann nicht umbenannt werden.

Adslots können zwischen den Gruppen verschoben werden. Ein Adslot kann immer nur einer Gruppe zugeordnet werden, das heißt, wenn man ihn einer Gruppe hinzufügt, wird er automatisch aus der ursprünglichen Gruppe entfernt. Das Verschieben von Adslots kann an mehreren Stellen in YRD geschehen - sowohl in der Gruppenliste als auch innerhalb einer Gruppe in der Adslotsliste. In der Gruppenliste kann neben einer Gruppe auf das Pfeile-Icon geklickt werden. Innerhalb der Gruppe in der Adslotsliste kann rechts oben auf den Pfeile-Button geklickt werden. In beiden Fällen öffnet sich ein Overlay in dem mehrere Adslots ausgewählt und aus ihrer bestehenden Gruppe heraus in die neue gewählte Gruppe verschoben werden können. Außerdem können einzelne Adslots verschoben werden, indem innerhalb eines Adslots im Tab *Übersicht* die Gruppe geändert wird.

**Verschiebe ausgewählte Adslots in: Test**

**Ansichtsoptionen**

Seite ▾ Gruppe ▾ Plattform ▾ Werbeform ▾ Auktionstyp ▾ Channel ▾ Format ▾

1-100 von 348 < >

ID	Adslot	Plattform	Format
<input type="checkbox"/>	506083 Test	Web	Banner
<input type="checkbox"/>	488723 Test	Mobile App	Banner
<input type="checkbox"/>	453085 Test	Web	Banner
<input type="checkbox"/>	453083 Test	Web	Banner
<input type="checkbox"/>	453081 Test	Web	Banner
<input type="checkbox"/>	452985 Test	Web	Banner
<input type="checkbox"/>	222729 Test	Web	Banner

0 Adslots verschieben Abbrechen

Abb. 12 YRD – Inventar – Inventarstruktur – Adslots verschieben





### 3.9. Channels

Um das Inventar zu strukturieren, empfehlen wir die Nutzung von Seiten und Gruppen.

Um die verschiedenen Adslots zu ordnen, können Channels gebildet werden. Die unterschiedlichen Channels können auch im Reporting abgebildet werden, so dass nach einzelnen Channels gefiltert werden kann.

Channel	Anzahl Adslots
A Test	0
AB Test	0

Abb. 13 YRD – Inventar – Channels

Durch das Anklicken des Pluszeichens kann ein neuer Channel angelegt werden. Diesem neuen Channel werden dann die entsprechenden Adslots zugewiesen.

Auf Basis der angelegten Channels können Reportingzugänge für Nutzer eingeschränkt werden, so dass nur die Daten bestimmter Channels sichtbar sind.

### 3.10. Adtags

In diesem Bereich können die Adtags bestehender Adslots eingesehen und zur weiteren Verwendung kopiert werden. Es wird zwischen regulären Adtags und Programmatic Guaranteed Adtags unterschieden.

Adslot	Buttons
### TESTADSL0T	Multisize
### TESTADSL0T	Multisize
### TESTADSL0T	Multisize
### TESTADSL0T	Multisize
### TESTADSL0T	Multisize

Abb. 14 YRD – Inventar – Adtags



## 4. Partnerships

Mit einer Partnership kann der Demand Partner im Publisher Account angelegt werden. Diese Partnership erlaubt es dem Demand Partner, auf dem Inventar des Publishers auszuliefern.

Die *Partnerships Liste* gibt eine Übersicht über alle angelegten Partnerships. Hier können gezielt Partnerships gesucht und anhand ausgewählter Kriterien gefiltert werden.

ID	Deal	Partnership	Priorität	Bid Bias	Demand Partner
14917099		Test	0		Test
14917097		Test	0		Test
15135806		Test	0		Test
14730783		Test	0		Test
15135803		Test	0		Test

Abb. 15 YRD – Partnerships – Partnerships Liste

Über den Download Button auf der rechten Seite lässt sich eine csv-Datei mit allen Informationen zu den im Account angelegten Partnerships herunterladen. Über den Upload Button kann eine Partnerships csv-Datei hochgeladen werden. Diese Funktion erleichtert das Anlegen oder Bearbeiten mehrerer Partnerships zur selben Zeit.

Ausführliche Informationen zur Partnerships csv-Datei können der entsprechenden Dokumentation entnommen werden.

Beim Erstellen einer neuen Partnership müssen ein Demand Partner ausgewählt, der Partnership Typ definiert und ein Name vergeben werden. Die folgenden Typen stehen zur Verfügung:

- Private Auction
- Direct Deal
- Preferred Deal
- Programmatic Guaranteed



Abb. 16 YRD – Partnerships – Neue Partnership

#### 4.1. Anlegen einer Private Auction

Klick auf *Neue Partnership* im Menü unter *Partnerships*. Es muss ein Demand Partner ausgewählt und ein Name für die Partnership vergeben werden. Der auszuwählende Typ ist in diesem Fall *Private Auction*. Nachdem die *Private Auction* angelegt wurde, wechselt YRD automatisch in die Maske *Partnership Übersicht*, in der weitere Einstellungen vorgenommen werden können (siehe hierzu Abschnitt 4.5).

**Hinweis:** Es kann nicht mehr als eine *Private Auction* mit demselben Demand Partner für dieselben Adslots und dieselben Formate angelegt werden.

#### 4.2. Anlegen eines Direct Deals

*Direct Deals* sind direkte Absprachen zwischen dem Publisher und dem Einkäufer. Es können Sonderkonditionen mit einfließen, beispielweise ein transparenter Referrer, so dass der Demand Partner nachvollziehen kann, woher das Inventar genau kommt. Es können ebenso feste Preise und/oder eine höhere Priorität angeboten werden.

So geht es: Klick auf *Neue Partnership* im Menü unter *Partnerships*. Es muss ein Demand Partner ausgewählt und ein Name für die Partnership vergeben werden. Der Typ *Direct Deal* kann nur verwendet werden, wenn der gewählte Demand Partner *Deals* unterstützt. Nachdem der *Direct Deal* angelegt wurde, wechselt YRD automatisch in die Maske *Partnership Übersicht*, in der weitere Einstellungen vorgenommen werden können (siehe hierzu Abschnitt 4.5).



### 4.3. Anlegen eines Preferred Deals

Preferred Deals sind eine Sonderform der Direct Deals. Ihre Priorität liegt immer über der einer Private Auction oder eines Direct Deals und gewährleistet so, dass ausgewählten Einkäufern ein bevorzugter Zugang zu dem relevanten Inventar gegeben werden kann.

So geht es: Klick auf *Neue Partnership* im Menü unter *Partnerships*. Es muss ein Demand Partner ausgewählt und ein Name für die Partnership vergeben werden. Der Typ *Preferred Deal* kann nur verwendet werden, wenn der gewählte Demand Partner Deals unterstützt. Nachdem der Preferred Deal angelegt wurde, wechselt YRD automatisch in die Maske *Partnership Übersicht*, in der weitere Einstellungen vorgenommen werden können (siehe hierzu Abschnitt 4.5).

### 4.4. Anlegen eines Programmatic Guaranteed Deals

Programmatic Guaranteed Deals bezeichnen den programmatischen Verkauf bestimmter Werbeplätze zu festgelegten Konditionen, bei denen Publisher und Buyer Volumen, Preis sowie Start- und Enddatum fest vereinbart haben. Der Publisher gewährleistet, dass die verhandelte Inventarmenge zur Verfügung gestellt wird. Der Buyer garantiert die Abnahme aller angebotenen Impressions zu den vereinbarten Konditionen.

Klick auf *Neue Partnership* im Menü unter *Partnerships*. Es muss ein Demand Partner ausgewählt und ein Name für die Partnership vergeben werden. Der Typ *Programmatic Guaranteed* kann nur verwendet werden, wenn der gewählte Demand Partner Deals unterstützt. Nachdem der Programmatic Guaranteed Deal angelegt wurde, wechselt YRD automatisch in die Maske *Partnership Übersicht*, in der weitere Einstellungen vorgenommen werden können (siehe hierzu Abschnitt 4.5).

Bei Programmatic Guaranteed Deals ist Folgendes zu beachten:

- Die Targeting-Funktionalität ist für Guaranteed Deals deaktiviert, da das Targeting direkt im Adserver vorzunehmen ist.
- Programmatic Guaranteed Adslots sind als RON (Run of Network) Adslots konzipiert. Das Reporting auf Seitenebene ist deshalb nicht möglich. Der Zugriff auf die Reports erfolgt in diesem Fall über den Adserver. Mittels Übergabe einer Page ID an die Yieldlab Adtags kann ein entsprechendes Reporting auf dem Adserver aufgesetzt werden. Auf Partnership-Ebene ist das Reporting über YRD wie gewohnt umsetzbar. Bei den Programmatic Guaranteed Adslots handelt es sich um Redirect Adslots und nicht um Yieldlab Yieldprobe Adslots.
- Programmatic Guaranteed Adslots können nur zu Programmatic Guaranteed Partnerships hinzugefügt werden.



Programmatic Guaranteed Deals sind in der Übersicht eindeutig als solche gekennzeichnet.

**Hinweis:** Nicht alle DSPs unterstützen die Abwicklung von Programmatic Guaranteed Deals.

#### 4.5. Übersicht (Partnership)

The screenshot displays the configuration page for a Partnership in the YRD system. At the top, there are navigation tabs: 'Übersicht', 'Details', 'Formate', 'Adslots', 'Advertiser-Filter', and 'Targeting'. The main heading is 'Partnership ID 14917097'. Below this, there is a toggle switch for 'Partnership aktiv' which is currently turned on. The 'Name' field contains the text 'test'. The 'Priorität' dropdown menu is set to '0'. Under the 'Preise' section, the 'Floor Price' and 'Fixed Price' fields both contain '0,00 €'. The 'Auktionstyp' dropdown is set to '1st Price'. There is a 'Bid Bias' section with an unchecked checkbox labeled 'Anwenden'. At the bottom left, there is a green 'Speichern' button.

Abb. 17 YRD – Partnerships – Partnerships Liste – Übersicht

Beim Klick auf eine einzelne Partnership finden sich unter *Übersicht* weitere Einstellungsmöglichkeiten. Diese Felder werden im Folgenden beschrieben:

- **Partnership ID:** Fortlaufende, von YRD vergebene ID.
- **Partnership aktiv:** Gibt an, ob die Partnership aktiv oder inaktiv ist.
- **Name:** Vom Nutzer vergebener Name der Partnership.
- **Priorität:** Bietet die Möglichkeit, eine Partnership (Private Auction oder Deal) in einer Auktion zu bevorzugen. Die Partnership mit der höchsten Priorität erhält



immer den Zuschlag vor anderen Geboten (Voraussetzung: gültiges Gebot über dem Floor). 0 = Standardwert, 9 = Höchstwert.

- **Floor Price:** Mindestpreis in €, damit ein Gebot dieser Partnership in einer Auktion berücksichtigt wird.
- **Fixed Price:** Festpreis in € für diese Partnership. Wird meist nur bei Deals genutzt.
- **Bid Bias:** Wert, um Gebote zu mindern oder erhöhen, bevor sie in eine Auktion gehen. Der Bid Bias kann ein positiver oder negativer sowie ein absoluter oder relativer Wert sein. Gewinnt ein um einen Bias modifiziertes Gebot eine Auktion, wird dem Demand Partner das Minimum aus „Zuschlagspreis der Auktion“ und „Originalgebot“ in Rechnung gestellt.
- **Auktionstyp:** Verfügbare Optionen sind 1st Price und 2nd Price. Bei unterschiedlichen Einstellungen auf Partnership- und Adslot-Ebene dominiert immer 1st Price.

Folgende Felder erscheinen nur bei Deals und Programmatic Guaranteed Deals:

- **Deal ID:** Alphanumerische ID des Deals. Standardmäßig wird die Partnership ID als Deal ID übernommen, diese kann bei Bedarf individuell vergeben werden.
- **Deal Laufzeit:** Setzen von Start- und Enddatum für einen Deal. Standardmäßig startet ein Deal mit Erstellungsdatum und läuft unbegrenzt. Ein Deal kann aufgrund seiner Laufzeit aktiv, beendet oder geplant sein.

Wenn eine Partnership direkt abgerechnet wird, ist sie in dieser Übersicht mit einem Label *Direktabrechnung* gekennzeichnet.

**Hinweis:** Es ist zu beachten, dass Preise auf verschiedenen Ebenen (Partnership, Adslot, Advertiser, Global) gesetzt werden können. In dem Fall wird immer der höhere Preis angewandt.



## 4.6. Details (Partnership)

Unter *Details* finden sich zusätzliche Einstellungsmöglichkeiten für die einzelne Partnership. Diese Felder werden im Folgenden beschrieben.

Übersicht **Details** Formate Adslots Advertiser-Filter Targeting

---

### Partnership ID 14917097

Referrer Typ

transparent

---

### Bid Request enthält

Adslot-Kategorie  Geodaten

---

### Yieldprobe Parameter

Hier können bis zu drei Parameter im Format "**key = value**" (z.B. "prio = 5") vergeben werden, die als Teil der Yieldprobe Recommendation für diese Partnership an den Adserver übergeben werden. In der Yieldprobe Recommendation erscheinen diese Parameter im Format "**c.key = value**" (c.prio = 5).

Key	Value
Key	Value
Key	Value

---

### Referrer-Gruppen

Channel Sport

Abb. 18 YRD – Partnerships – Partnerships Liste – Details

- **Referrer Typ:** Hier wird eingestellt, ob und wie der Referrer im Bid Request übergeben wird.
  - **Blind:** Es wird kein Referrer übergeben.
  - **Semi-transparent:** Der Referrer wird mit der eingetragenen URL überschrieben.
  - **Transparent:** Der komplette tatsächliche Referrer wird übergeben.



- **Bid Request enthält:** Bestimmt die Informationen, die mit dem Bid Request übermittelt werden.
  - **Adslot-Kategorie:** IAB-Kategorie des Adslots, die auf Adslot-Ebene hinterlegt werden kann.
  - **Geodaten:** Mobile App. Längen- und Breitengrad, muss vom Publisher übergeben werden.
- **Yieldprobe Parameter:** Hier können Parameter eingetragen werden, die in der Yieldprobe Recommendation übergeben werden.
- **Referrer-Gruppen:** In YRD können auf Basis von URLs Gruppen angelegt werden, auf denen die Partnership ausgeliefert werden soll. Zur Einrichtung siehe Abschnitt 8.4.

#### 4.7. Formate (Partnership)

Für eine Partnership müssen Formate aktiviert werden, damit Auktionen für die jeweiligen Formate im Rahmen dieser Partnership ausgelöst werden können. Zur Verfügung stehen alle Formate der bestehenden Adslots dieses Accounts.

Übersicht Details **Formate** Adslots Advertiser-Filter Targeting

### Formate aktivieren

Nur die ausgewählten Formate werden in der Auktion berücksichtigt.

Filter    Filter

Nur Formate verknüpfter Adslots

Verfügbar	Aktiviert
240x420	<input checked="" type="checkbox"/> 250x300 <input checked="" type="checkbox"/> 800x250
282x204	<input type="checkbox"/>
300x50	<input type="checkbox"/>
300x100	<input type="checkbox"/>
300x150	<input type="checkbox"/>
300x250	<input type="checkbox"/>
300x600	<input type="checkbox"/>
311x280	<input type="checkbox"/>
320x50	<input type="checkbox"/>
320x100	<input type="checkbox"/>

Abb. 19 YRD – Partnerships – Partnerships Liste – Formate





## 4.8. Adslots (Partnership)

Einer Partnership müssen Adslots zugewiesen werden, damit der Partner auf diesen Adslots ausliefern kann.

Übersicht Details Formate **Adslots** Advertiser-Filter Targeting

**Ansichtsoptionen** ☰+ ☰-

Seite ▾ Gruppe ▾ Plattform ▾ Werbeform ▾ Auktionstyp ▾ Channel ▾ Format ▾

Der hier hinterlegte Preis gilt für alle aktiven Größen der jeweiligen Adslots in dieser Partnership.

1-20 von 459 < >

ID	Adslot		Floor Price	Fixed Price
11292414	Test	Multisize	0,00 €	0,00 €
11262495	Test	Multisize	0,00 €	0,00 €
11292412	Test	Multisize	0,00 €	0,00 €
11292413	Test	Multisize	0,00 €	0,00 €

Abb. 20 YRD – Partnerships – Partnerships Liste – Adslots

**Hinweis:** Die Formate, die ausliefern sollen, müssen zusätzlich in der Partnership aktiviert werden (siehe Abschnitt 4.7).

Im Bereich *Adslots* können einzelne Adslots zu der Partnership hinzugefügt oder von ihr entfernt werden. Hier kann auch ein Floor Price oder Fixed Price eingestellt werden, der dann für die einzelne Platzierung in genau dieser Partnership greift.

Durch Klick auf das Symbol ☰+ können Adslots ausgewählt werden, die zu der Partnership hinzugefügt werden sollen. Das Auswählen der zu entfernenden Adslots kann durch Klick auf das Symbol ☰- durchgeführt werden. In beiden Listen sind die bekannten Filteroptionen vorhanden, um die Auswahl der relevanten Adslots zu erleichtern.

**Hinweis:** Es ist zu beachten, dass Preise auf verschiedenen Ebenen (Partnership, Adslot, Advertiser, Global) gesetzt werden können. In dem Fall wird immer der höhere Preis angewandt.

**Hinweis:** Bei Multisize Adslots wird der Preis, der auf Adslot-in-Partnership-Ebene hinterlegt ist, für alle Größen dieses Adslots in der jeweiligen Partnership angewandt.



## 4.9. Advertiser-Filter (Partnership)

Übersicht Details Formate Adslots **Advertiser-Filter** Targeting

Filter Typ

Blacklist  Whitelist

Blacklist 0 Aktiv 0 Umsatzpotential 0

Durchsuchen Advertiser hinzufügen Durchsuchen Durchsuchen

Speichern

Abb. 21 YRD – Partnerships – Partnerships Liste – Advertiser-Filter

Beim Filtering handelt es sich um Domainfilter. Hinter der jeweiligen Domain sind die unterschiedlichen URLs des Kunden hinterlegt. Es werden nur Domains angezeigt, die bereits im System hinterlegt sind.

Es wird zwischen *Blocklist* und *Allowlist* unterschieden:

- **Blocklist:** Nur die unter *Blocklist* aufgeführten Advertiser dürfen nicht auf der Partnership laufen.
- **Allowlist:** Nur die unter *Allowlist* aufgeführten Advertiser dürfen auf der Partnership laufen.

Falls der *Blocklist*-Modus ausgewählt ist, werden in der Spalte *Umsatzpotential* alle Advertiser gelistet, die auf diese Partnership innerhalb der letzten 24 Stunden geboten haben, aber auf irgendeiner Ebene geblockt sind. Dazu wird die Information aufgeführt, auf welcher Ebene die jeweiligen Advertiser blockiert sind (S - Supply Account, P - Partnership, A - Adslot). Falls die Advertiser auf Adslot-Ebene geblockt sind, wird außerdem die jeweilige Adslot ID angezeigt.



#### 4.10. Kategorie-Filter (Partnership)

Filter lassen sich auch für Advertiser-Kategorien festlegen. Die Advertiser-Kategorien, welche für diese Partnership unerwünscht sind, können zu einer Blocklist hinzugefügt werden. So werden alle dieser Kategorie zugeordneten Advertiser nicht in Auktionen berücksichtigt.

#### 4.11. Targeting (Partnership)

Per Geotargeting lässt sich das Inventar auf Partnership-Ebene auf Länder aus der DACH-Region beschränken.

Zusätzlich bietet Yieldlab die Möglichkeit, das Inventar auf Partnership-Ebene mit Targeting-Daten anzureichern. Voraussetzungen für die Nutzung dieses Features sind:

- Hinterlegen der Targeting-Kriterien auf Partnership-Ebene
- Anhängen der Targeting-Daten an die Yieldprobe oder den Adtag

Yieldlab prüft anhand dieser Einstellungen, ob für die übermittelten Kriterien ein geeigneter Deal vorliegt. Der Bid Request wird nur dann ausgelöst, wenn der User auf der Publisher-Website in die hinterlegten Zielsegmente fällt. Eine Speicherung oder Weitergabe der Targeting-Daten erfolgt nicht.

Die Targeting-Kriterien können über die UI wie folgt eingetragen werden:

- **ODER-Verknüpfung zwischen mehreren Targeting-Kriterien:** Eine ODER-Verknüpfung verschiedener Targeting-Kriterien kann abgebildet werden, indem man eine weitere Gruppe hinzufügt. Dies passiert über den Button *Gruppe hinzufügen*. Es können bis zu 20 Gruppen miteinander verknüpft werden.
- **UND-Verknüpfung zwischen mehreren Targeting-Kriterien:** Innerhalb einer Gruppe sind unterschiedliche Targeting-Kriterien per UND verknüpft. Um ein neues Targeting-Kriterium mit UND anzuhängen, muss auf *Eintrag hinzufügen* geklickt werden. Innerhalb einer Gruppe können bis zu fünf unterschiedliche Kriterien enthalten sein.
- **ODER-Verknüpfung mehrerer Werte eines Targeting-Kriteriums:** Für ein Targeting-Kriterium können mehrere Werte eingetragen werden. Diese müssen per Komma getrennt werden, was einer ODER-Verknüpfung der Werte entspricht. Groß- und Kleinschreibung der Werte wird nicht beachtet. Nur die folgenden Zeichen sind erlaubt: 0-9a-zA-Z, \$!'.+()



- **Operatoren:** Die Werte für ein Targeting-Kriterium können mithilfe der folgenden Operatoren *ist*, *ist nicht*, *enthält*, *enthält nicht*, *größer als*, *kleiner als* definiert werden.

Bei Programmatic Guaranteed Deals ist der Targeting-Reiter standardmäßig ausgeblendet.

Übersicht Details Formate Adslots Advertiser-Filter **Targeting**

### Konfiguration

In diesem Bereich können die Targeting-Kriterien der aktuellen Partnership konfiguriert werden.

Eine ODER-Verknüpfung einzelner Targeting-Kriterien kann durch die Verwendung mehrerer Sets abgebildet werden. Mehrere Targeting-Kriterien innerhalb eines Sets sind per UND verknüpft.

Innerhalb eines Targeting-Kriteriums können mehrere Werte eingetragen werden. Diese Werte müssen kommagetrennt aufgeführt werden und entsprechen einer ODER-Verknüpfung.

Groß- und Kleinschreibung der Kriterien und Werte muss beachtet werden. Folgende Zeichen sind erlaubt: 0-9a-zA-Z\$!@\_.\*()

Targeting-Kriterium	Operator	erlaubte Werte	
seg1	ist	123	

+ Eintrag hinzufügen

+ Set hinzufügen

### Zusammenfassung

Folgende Targeting-Kriterien sind konfiguriert:

seg1 ist 123

Speichern Abbrechen

Abb. 22 YRD – Partnerships – Partnerships Liste – Targeting

## 4.12. Duplizieren von Partnerships

Eine neue Partnership kann auch erstellt werden, indem eine bestehende dupliziert wird. Dazu wird in der Partnership Liste zur gewünschten Partnership navigiert, auf den Button am rechten Rand der Zeile geklickt und die Funktion *Partnership duplizieren* ausgewählt. Die Funktion steht auch innerhalb einer Partnership auf der linken oberen Seite zur Verfügung.

Dabei kann eine Private Auction durch Wechseln des Typs in einen Direct Deal oder Preferred Deal (Deal-Support des Demand Partners vorausgesetzt) umgewandelt



werden und umgekehrt. Eine Programmatic Guaranteed Partnership dagegen bleibt immer Programmatic Guaranteed.

Beim Duplizieren einer Partnership wird nach der initialen Auswahl des Demand Partners und des Typs eine neue Partnership mit eigener ID angelegt. Zusätzlich kann ausgewählt werden, ob bestimmte Einstellungen der ursprünglichen Partnership auf die neue übernommen werden sollen.

- **Adslots und Adslots-Preise kopieren:** Wenn angehakt, werden alle Einstellungen im Tab *Adslots* übernommen, d.h. zugewiesene Adslots sowie Floor und Fixed Prices für diese Adslots in der Partnership. Wenn nicht angehakt, werden der neuen Partnership keine Adslots zugewiesen.
- **Formate kopieren:** Wenn angehakt, werden die aktivierten Formate für die neue Partnership übernommen. Wenn nicht angehakt, werden keine Formate aktiviert.
- **Partnership-Preise kopieren:** Wenn angehakt, werden Floor Price, Fixed Price und Bid Bias der Partnership übernommen. Wenn nicht angehakt, werden Floor Price und Fixed Price der Partnership auf 0 gesetzt und der Bid Bias ist inaktiv.
- **Advertiser-Filter kopieren:** Wenn angehakt, werden alle Einstellungen im Tab *Advertiser Filter* übernommen, d.h. Einstellungen zu *Blpcklist* oder *Allowlist* sowie die zugewiesenen Advertiser. Wenn nicht angehakt, ist der Advertiser-Filter auf *Blocklist* gesetzt und es sind keine Advertiser auf der Liste.
- **Targeting kopieren:** Wenn angehakt, werden alle Einstellungen im Tab *Targeting* übernommen. Wenn nicht angehakt, ist kein Targeting konfiguriert.

Die Deal-Laufzeit wird beim Duplizieren grundsätzlich nicht übernommen. Die Priorität wird übernommen, es sei denn der Partnership-Typ wird von Preferred Deal zu einem anderen Typ gewechselt oder umgekehrt. Direktabrechnung wird nur dann übernommen, wenn der Demand Partner nicht gewechselt wird.



**Partnership Test** duplizieren <sup>x</sup>

---

Demand Partner

Seat ID 129622

Typ

Optionen

- Adslots und Adslot-Preise kopieren
- Formate kopieren
- Partnership-Preise kopieren
- Advertiser-Filter kopieren
- Targeting kopieren

Abb. 23 YRD – Partnerships – Partnerships Liste – Partnership duplizieren

### 4.13. Verfügbare Advertiser

Unter dem Menüpunkt *Verfügbare Advertiser* werden alle Advertiser gelistet, die in den letzten 24 Stunden auf mindestens eine Partnership geboten haben, bei der sie nicht auf der *Advertiser-Allowlist* stehen. Es besteht die Möglichkeit, den Advertiser zu *erlauben* und somit auf die *Allowlist* zu setzen, oder den Advertiser (weiterhin) zu *blockieren* und ihn so dauerhaft von der Liste der verfügbaren Advertiser zu entfernen.



## 5. Preise

Der Pricing Manager ermöglicht die zentrale Einstellung der Preise auf verschiedenen Ebenen: *Partnerships*, *Adslots*, *Advertiser* oder *Global*.

The screenshot shows the YRD Pricing Manager interface for the 'Partnerships' section. The top navigation bar includes 'Dashboard', 'Inventar', 'Partnerships', 'Preise', 'Reports', and 'Insights'. The 'Partnerships' sub-navigation bar is active. Below the navigation, there are filter options for 'Status', 'Typ', 'Auktionstyp', and 'Demand Partner'. A filter is applied: 'Partnership aktiviert'. The main area displays a table with columns for 'Deal', 'Partnership', 'Floor Price', and 'Fixed Price'. The table contains four rows, each with 'Test' in the Deal and Partnership columns, and '0,00 €' in the Floor Price and Fixed Price columns. A 'Filter zurücksetzen' button is visible on the right.

Abb. 24 YRD – Preise – Partnerships

Oberhalb der Listenansicht befinden sich die Ansichtsoptionen. Anhand vorbestimmter Filter kann die Liste der Einträge eingegrenzt werden. Je nach Ebene stehen verschiedene Optionen zu Verfügung.

Im Bereich *Partnerships*:

- **Status:** Standardmäßig werden nur aktive Partnerships angezeigt. Inaktive Partnerships können über diese Option eingeblendet werden.
- **Typ:** Hiermit kann nach Typ der Partnership, also Private Auction, Deal und Programmatic Guaranteed, gefiltert werden.
- **Auktionstyp:** Die Liste kann nach 1st Price und 2nd Price gefiltert werden.
- **Demand Partner:** Über diese Option kann die Liste der Partnerships für einen bestimmten Demand Partner gefiltert werden.

Im Bereich *Adslots*:

- **Plattform:** Hiermit kann nach der Plattform, also Web, Mobile Web, Mobile App, Addressable TV, Connected TV und Digital out of Home gefiltert werden.



- **Werbeform:** Hiermit kann nach Banner, Video, Audio und Native gefiltert werden.
- **Auktionstyp:** Die Liste kann nach 1st Price und 2nd Price gefiltert werden.
- **Channel:** Begrenzt die Liste der Adslots auf ausgewählte Channels.
- **Format:** Ermöglicht das Filtern nach Größe der Adslots.

Auf den Unterebenen Ebenen *Adslots-in-Partnership* und *Partnerships-in-Adslot* stehen ebenfalls die jeweiligen Filteroptionen zur Verfügung.

In der Advertiser- bzw. globalen Ansicht sind keine speziellen Ansichtsoptionen verfügbar.

In jeder Listenansicht ist zudem im Tabellenheader die Möglichkeit integriert, nach dedizierten Partnerships, Adslots oder Advertisern zu suchen.

Grundsätzlich empfehlen wir, Preise auf Partnership-Ebene zu setzen und Preise auf Adslot-Ebene als Sicherheitsnetz zu verwenden.

### 5.1. Preisänderungen

Wurde ein Preis geändert, wird die entsprechende Zeile durch einen schmalen grünen Balken am rechten Bildrand markiert.

Durch einen Klick auf den Button (3 Punkte) werden verfügbare Optionen geöffnet:

- **Floor Price auf alle anwenden:** Überträgt den Floor Price der aktuellen Zeile auf alle anderen ausgewählten Elemente.
- **Fixed Price auf alle anwenden:** Überträgt den Fixed Price der aktuellen Zeile auf alle anderen ausgewählten Elemente.
- **Änderung verwerfen:** Macht die Änderungen der aktuellen Zeile rückgängig.
- **Alle Änderungen verwerfen:** Macht alle Änderungen an den aktuell ausgewählten Elementen rückgängig.

Wenn auf den Namen einer Partnership geklickt wird, öffnet sich eine neue Seite, auf der Anpassungen an den Preisen der Adslots in dieser ausgewählten Partnership vorgenommen werden können.

Auf Adslot-Ebene können durch Klick auf einen Adslot die Preise für alle mit dem Adslot verbundenen Partnerships angepasst werden.





ID	Adslot	Format	Floor Price
506083	Test	800x600	0,00 €
488723	Test	320x50	0,00 €
453085	Test	300x250	0,00 €

Abb. 25 YRD – Preise – Adslots

Es ist auch möglich, Preise auf Advertiser-Ebene zu vergeben. Das bedeutet, dass Floor oder Fixed Price global für bestimmte Advertiser vergeben werden können, unabhängig davon, über welchen Demand Partner oder welche Partnership diese auf das Inventar bieten.

Floor und Fixed Price können nicht gleichzeitig gesetzt sein.

Wenn Preise auf verschiedenen Ebenen (Partnership, Adslot, Advertiser, Global) gesetzt werden, ist zu beachten, dass immer der höhere Preis angewandt wird.

ID	Advertiser	Floor Price	Fixed Price
8058602	polestar.com	20,00 €	0,00 €
9928699	polestar.de	20,00 €	0,00 €
247718	chesterfieldshowroom.com	1,00 €	0,00 €
238861	24shells.net	0,20 €	0,00 €
11791	tchibo	0,00 €	0,00 €

Abb. 26 YRD – Preise – Advertiser



## 6. Reports

In YRD können verschiedene Reports zusammengestellt werden. Grundsätzlich wird dabei zwischen *Umsatz-Reports* (📈) und *Analytics-Reports* (📊) unterschieden.

Alle eingerichteten Vorlagen sind im Bereich *Report-Vorlagen* mit Namen und Report-Zeitraum aufgelistet. Die Analytics-Reports stehen in Form von Exporten (csv und xls) zur Verfügung. Aus den Umsatz-Reportvorlagen können sowohl Online-Reports als auch Exporte (csv und xls) generiert werden. Für größere Zeiträume und Datenmengen empfehlen wir grundsätzlich, die Exporte zu nutzen.

Per Klick auf den Namen wird der Online-Report aufgerufen, sofern dieser zur Verfügung steht. Auf der rechten Seite der Tabelle stehen verschiedene Optionen zur Verfügung, mithilfe derer die Reportvorlagen für den E-Mail-Versand eingerichtet (✉), exportiert (📄), dupliziert (📄), editiert (⚙) oder gelöscht (🗑) werden können.

The screenshot shows the 'Report-Vorlagen' section of the YRD interface. The navigation bar includes 'Dashboard', 'Inventar', 'Partnerships', 'Preise', 'Reports' (highlighted), and 'Insights'. The table below lists four report templates, each with a name, a time period, and a set of action icons (email, export, edit, duplicate, delete).

Name	Zeitraum	Actions
📈 Test	Gestern	✉ 📄 ⚙ 📄 🗑
📊 Test	Diese Woche	📄 ⚙ 📄 🗑
📊 Test	Diese Woche	📄 ⚙ 📄 🗑
📊 Test	Diese Woche	📄 ⚙ 📄 🗑

Abb. 27 YRD – Reports

Unterhalb der Report-Vorlagen stehen zudem noch die fünf zuletzt generierten Exporte zur Verfügung.

Per Klick auf das E-Mail-Icon können bis zu 7 Vorlagen für den regelmäßigen Versand konfiguriert werden, die dann per E-Mail an die jeweiligen Adressen verschickt werden. Für den Versand können Report-Vorlagen mit den Zeiträumen "Gestern", "Letzte Woche", "Letzter Monat" oder "Letzte 30 Tage" ausgewählt werden. Mehrere E-Mail-Adressen können komma-separiert eingegeben werden.



## E-Mail-Versand einrichten x

Jeder Nutzer kann maximal 7 Reports einrichten, die per E-Mail an die hinterlegten Adressen versandt werden. Es können Templates mit den konfigurierten Zeiträumen **Gestern**, **Letzte Woche**, **Letzter Monat** oder **Letzte 30 Tage** für den Versand ausgewählt werden.

### Einstellungen

E-Mail-Versand

Wöchentlich

Versenden am

Mo

Di

Mi

Do

Fr

Sa

So

Empfänger E-Mail-Adressen

support@yieldlab.de, name@email.com

Hinzufügen

Keine Empfänger konfiguriert

Speichern

Abbrechen

Abb. 28 YRD – Reports – E-Mail-Versand einrichten



Mit Klick auf das Plus-Zeichen in der Reports-Übersicht kann eine neue Vorlage erstellt werden. Hier können Vorlagen-Typ und Zeitraum der Berichterstattung gewählt und gewünschte Dimensionen und Kennzahlen ausgewählt werden. Außerdem können an dieser Stelle die Standardeinstellungen für einen Export der Vorlage gesetzt werden.

## Vorlage anlegen

### Allgemeine Einstellungen

Vorlagen-Typ

Umsatz-Report

Analytics-Report

Aus dieser Vorlage können sowohl Online-Reporte als auch Exporte generiert werden.

Name

Zeitraum

Diese Woche

Startdatum

20.02.2023

Enddatum

24.02.2023

### Dimensionen

Ausgewählt

Adslot x Deal ID x Partnership x Demand Partner x

Demand Partner ID x

Verfügbar

Partner

Partnership ID

Partnership-Typ

### Kennzahlen

Ausgewählt

Impressions x Umsatz x Nettoumsatz x

Verfügbar

Allgemein

Fallbacks

eTKP

Abb. 29 YRD – Reports – Vorlage erstellen



## 6.1. Umsatz-Reports

Im Folgenden sind die Dimensionen und Kennzahlen beschrieben, die für die Umsatz-Reports ausgewählt werden können.

Dimensionen:

- **Demand Partner:** Name des Demand Partners
- **Demand Partner ID:** Von YL vergebene ID des Demand Partners
- **Partnership:** Name der Partnership
- **Partnership ID:** Von YL vergebene ID der Partnership
- **Partnership-Typ:** Festgelegter Typ der Partnership
- **Deal ID:** Konfigurierbare ID des Deals
- **Advertiser:** Name des Werbetreibenden
- **Advertiser ID:** Von YL vergebene ID des Werbetreibenden
- **Adslot:** Name des Adslots
- **Adslot ID:** Von YL vergebene ID des Adslots
- **Seite:** Inventarebene zum Zusammenfassen von Gruppen
- **Gruppe:** Inventarebene zum Zusammenfassen von Adslots
- **Channel:** Dem Adslot zugeordnete Channels
- **Werbeform:** Werbeform des Adslots
- **Plattform:** Plattform des Adslots
- **Externe ID:** Externe ID des Adslots (sofern im Adtag übergeben)
- **Format:** Format des Adslots (Breite x Höhe)
- **Adslot URL:** Am Adslot hinterlegte Referrer URL
- **Abrechnungstyp:** Zeigt an, welcher YL Abrechnungstyp für die Partnership gilt

Kennzahlen:

- **Impressions:** Anzahl der abrechnungsrelevanten ausgelieferten Impressions durch YL nach IAB (client-side) inklusive non-RTB Impressions
- **Fallbacks:** Anzahl der ausgelieferten Fallback-Werbemittel



- **Umsatz:** Generierter Bruttoumsatz
- **Nettoumsatz:** Generierter Umsatz abzüglich des YL Revenue Shares
- **eTKP:** Effektiver Tausender-Kontakt-Preis
- **Netto eTKP:** Effektiver Tausender-Kontakt-Preis abzüglich des YL Revenue Shares
- **Start:** Anzahl der gestarteten VAST-Werbemittel
- **25% abgespielt:** Anzahl der VAST-Werbemittel, die zu mindestens 25 % abgespielt wurden
- **50% abgespielt:** Anzahl der VAST-Werbemittel, die zu mindestens 50 % abgespielt wurden
- **75% abgespielt:** Anzahl der VAST-Werbemittel, die zu mindestens 75 % abgespielt wurden
- **100% abgespielt:** Anzahl der VAST-Werbemittel, die komplett abgespielt wurden
- **Klicks:** Anzahl der Klicks auf VAST-Werbemittel

## 6.2. Analytics-Reports

Im Folgenden sind die Dimensionen und Kennzahlen beschrieben, die für die Analytics-Reports ausgewählt werden können.

Dimensionen:

- **Demand Partner:** Name des Demand Partners
- **Demand Partner ID:** Von YL vergebene ID des Demand Partners
- **Partnership:** Name der Partnership
- **Partnership ID:** Von YL vergebene ID der Partnership
- **Deal ID:** Konfigurierbare ID des Deals
- **Adslot:** Name des Adslots
- **Adslot ID:** Von YL vergebene ID des Adslots

Kennzahlen:

- **YP Requests:** Anzahl der eingehenden Yieldprobe Requests (ausschließlich im Zusammenhang mit Adslot-Dimensionen auswertbar)



- **Bid Requests:** Anzahl der versendeten Bid Requests
- **Total Bids:** Anzahl der erhaltenen Valid Bids + Bids By Blocked Advertiser + Bids Below Floor + Insecure Bids
- **No Bids:** Anzahl der erhaltenen Gebote, die 0 zurückgeben oder ohne Fehler unbeantwortet bleiben
- **Won Bids:** Anzahl der erhaltenen Gebote die eine Auktion gewonnen haben
- **YP Ignored Recommendations:** Anzahl der erhaltenen Gebote, die eine Auktion gewonnen haben, aber nicht ausgeliefert wurden
- **Lost Bids:** Anzahl der erhaltenen gültigen Gebote, die in der Auktion nicht gewonnen haben
- **Bids Below Floor:** Anzahl der erhaltenen Gebote, die unter dem Floor Price liegen
- **Bids By Blocked Advertisers:** Anzahl der erhaltenen Gebote, deren Advertiser geblockt ist
- **Average Bid Price:** Durchschnittlicher Gebotspreis aller gültigen Gebote
- **Average Bid Below Floor:** Durchschnittlicher Gebotspreis aller Gebote unter Floor Price
- **Average Bid By Blocked Advertiser:** Durchschnittlicher Gebotspreis aller Gebote mit geblocktem Advertiser
- **Deliveries:** Anzahl der RTB-Auslieferungen durch YL (server-side)
- **Impressions (RTB):** Anzahl der ausgelieferten RTB-Impressions durch YL nach IAB (client-side)
- **Loss Rate:**  $(1 - \text{Impressions (RTB)} / \text{Deliveries}) * 100$



## 7. Insights

Unter YRD > *Insights* finden sich mehrere interaktive BI Dashboards, die einen erweiterten Einblick in die Entwicklung der Angebots- sowie Nachfrageseite ermöglichen.

### 7.1. Supply Overview

Diese Seite gibt einen Überblick über die primären Kennzahlen der Angebotsseite.

- **Revenue by Platform Type** enthält den erzielten Umsatz aufgeschlüsselt nach Art des Inventars.
- **eCPM by Platform Type** enthält den durchschnittlichen TKP (CPM = Cost Per Mille) aufgeschlüsselt nach Art des Inventars.
- **Impressions by Platform Type** enthält die generierten Impressions aufgeschlüsselt nach Art des Inventars.
- **Trend Revenue and eCPM** zeigt den zeitlichen Verlauf der Kennzahlen Umsatz und durchschnittlichen TKP. Auf der linken y-Achse ist der Umsatz dargestellt, auf der rechten y-Achse der TKP.
- **Trend Revenue by Platform Type** zeigt den zeitlichen Verlauf des Umsatzes aufgeschlüsselt nach Art des Inventars.
- **Top10 URLs by Revenue** zeigt die 10 umsatzstärksten Seiten/Seitenkategorien aufgrund ihres jeweiligen Anteils am Gesamtumsatz.
- **Top10 Adslots by Revenue** zeigt die 10 umsatzstärksten Werbeflächen aufgrund ihres jeweiligen Anteils am Gesamtumsatz.

### 7.2. Demand Overview

Diese Seite gibt einen Überblick über die primären Kennzahlen der Nachfrageseite.

- **Top10 Demandpartner by Revenue** zeigt die 10 umsatzstärksten Einkäufer aufgrund ihres jeweiligen Anteils am Gesamtumsatz.
- **Top10 Deals by Revenue** zeigt die 10 umsatzstärksten Deals aufgrund ihres jeweiligen Anteils am Gesamtumsatz.
- **Trend eCPM vs. Bid-Price** zeigt den zeitlichen Verlauf der Kennzahlen durchschnittlicher TKP und durchschnittlicher Gebotspreis.
- **Bid Metrics** zeigt den zeitlichen Verlauf der Anzahl der ignorierten Empfehlungen zur Auslieferung einer Kampagne aufgeschlüsselt nach Art des Inventars.
  - **Won Bids:** Anzahl der erhaltenen Gebote, die eine Auktion gewonnen haben.





- **YP Ignored Recommendations:** Anzahl der erhaltenen Gebote, die eine Auktion gewonnen haben, aber nicht ausgeliefert wurden.
  - **Lost Bids:** Anzahl der erhaltenen gültigen Gebote, die in der Auktion nicht gewonnen haben.
  - **Bids Below Floor:** Anzahl der erhaltenen Gebote, die unter dem Floor Price liegen.
  - **Bids By Blocked Advertisers:** Anzahl der erhaltenen Gebote, deren Advertiser geblockt ist.
- **Avg. Bid-Price by Platform Type** enthält den durchschnittlichen Gebotspreis aufgeschlüsselt nach Art des Inventars.
  - **eCPM by Platform Type** enthält den durchschnittlichen TKP (CPM = Cost Per Mille) aufgeschlüsselt nach Art des Inventars.
  - **Revenue by Platform Type** enthält den erzielten Umsatz aufgeschlüsselt nach Art des Inventars.

### 7.3. Yesterday

Diese Seite zeigt die Entwicklung des gestrigen Umsatzes der 10 umsatzstärksten Demandpartner der letzten 7 Tage im Vergleich zu unterschiedlichen Zeiträumen.

- **Top10 Demandpartner (yesterday -> day before yesterday)** zeigt die absolute Veränderung des Umsatzes im Vergleich zu vorgestern.
- **Top10 Demandpartner (yesterday -> same weekday of last week)** zeigt die absolute Veränderung des Umsatzes im Vergleich zum identischen Wochentag der Vorwoche.
- **Top10 Demandpartner (yesterday -> last 7 days)** zeigt die absolute Veränderung des Umsatzes im Vergleich zum durchschnittlichen Tagesumsatz der letzten sieben Tage.

### 7.4. Deal Check

Diese Seite dient ausschließlich der Überprüfung, ob ein Deal bereits angelaufen ist. Dazu werden die wichtigsten Kennzahlen betrachtet. Der Betrachtungszeitraum ist auf die letzten sieben Tage begrenzt.

- **Bid Requests** gibt Auskunft über die Anzahl der Gebotsanfragen, die für den jeweiligen Deal verschickt wurden.
- **Total Bids** gibt Auskunft über die Anzahl aller abgegebenen Gebote, die für den jeweiligen Deal abgegeben wurden.



- **No Bids** gibt Auskunft über die Anzahl der unbeantworteten Gebotsanfragen, die für den jeweiligen Deal verschickt wurden.
- **YP Ignored Recommendations** gibt Auskunft über die Anzahl der in Yieldlab gewonnenen Auktionen, die vom Vermarkter oder Publisher Adserver abgelehnt wurden.
- **Bids below Floor** gibt Auskunft über die Anzahl der Gebote, die unter dem geforderten Mindestpreis abgegeben wurden.
- **Blocked Advertiser** gibt Auskunft über die Anzahl der Gebote, die von einem geblockten Werbetreibenden abgegeben wurden.
- **Impressions** gibt Auskunft über die Anzahl der ausgespielten Werbeeinblendungen.
- **Avg. Bid-Price** gibt Auskunft über den durchschnittlichen Gebotspreis.
- **Bidrate** gibt Auskunft über das Verhältnis von abgegebenen Geboten (Total Bids) zu zur Verfügung gestellten Gebotsanfragen (Bid Requests).
- **Winrate** gibt Auskunft über das Verhältnis von gewonnenen Auktionen (Won Bids) zu abgegebenen Geboten (Total Bids).
- **Winrate Adserver** gibt Auskunft über das Verhältnis von ausgelieferten Werbeeinblendungen (Impressions) zu abgegebenen Geboten (Total Bids).
- **Ignored Reco Rate** gibt Auskunft über das Verhältnis von abgelehnten Empfehlungen (YP Ignored Recommendations) zu abgegebenen Geboten (Won Bids).

## 7.5. Funktionalitäten

Die Insights Dashboards bieten folgende Funktionalität, um die dargestellten Informationen noch weiter zu analysieren.

In der Leiste auf der rechten Seite des Dashboards können zusätzliche Filter gesetzt werden. Gesetzte Filtereinstellungen können über das Filtersymbol mit einem "x" neben dem Titel des jeweiligen Filters wieder zurückgesetzt werden.



## 8. Einstellungen

ID	Deal	Partnershi	Priorität	Bid Bias	Demand Partner
14917099	Test		0		Test
14917097	Test		0		Test

Abb. 30 YRD – Einstellungen

### 8.1. Account Einstellungen

Hier können bei Bedarf die E-Mailadresse und das Passwort dieses Accounts geändert werden. In jedem Fall ist dafür die Eingabe des aktuellen Passworts nötig.

### 8.2. DV360 Provider Allowlist

An dieser Stelle können die Ad Technology Provider ausgewählt werden, für die ein User Consent vorliegt, damit Google DV360 GDPR-konform Gebote abgibt.

Wenn DV360 die Liste um neue Provider ergänzt, werden diese standardmäßig als nicht selektiert zu der Auswahl hinzugefügt.



Dashboard Inventar Partnerships Preise Reports Insights

### Google DV360 Provider List

Bitte wähle hier die Ad Technology Provider aus, für die ein User Consent vorliegt, damit Google DV360 GDPR-konform Gebote abgibt.

**Ansichtsoptionen**

Provider ▾

1-100 von 1025 < >

ID	Name	Policy URL
<input checked="" type="checkbox"/>	3031 1plusX	<a href="https://www.1plusx.com/privacy-policy/">https://www.1plusx.com/privacy-policy/</a>
<input checked="" type="checkbox"/>	2292 1trn	<a href="https://1trn.com/privacy.php">https://1trn.com/privacy.php</a>
<input checked="" type="checkbox"/>	2392 22-Visions	<a href="http://www.universalmediasolutions.net/DataPrivacy">http://www.universalmediasolutions.net/DataPrivacy</a>
<input checked="" type="checkbox"/>	3 2KDirect Inc.	<a href="https://www.ipromote.com/privacy-policy/">https://www.ipromote.com/privacy-policy/</a>

Abb. 31 YRD – Einstellungen – DV360 Provider Allowlist

### 8.3. Globaler Advertiser-Filter

Neben den Advertiser-Filtern auf Partnership- und Adslot-Ebene kann auch ein globaler Advertiser-Filter gesetzt werden. Der Filter kann über *Einstellungen > Globaler Advertiser-Filter* erreicht werden.

Hier können aktive, nicht erwünschte Advertiser global auf die *Blocklist* gesetzt werden, damit sie über alle Partnerships und Adslots hinweg nicht ausgeliefert werden.

**Hinweis:** Wenn ein globaler Advertiser-Filter gesetzt wird, dominiert dieser sämtliche *Blocklist-/Allowlist*-Einstellungen auf Partnership- und Adslot-Ebene.

### 8.4. Globaler Kategorie-Filter

Neben den Kategorien-Filtern auf Partnership- und Adslot-Ebene kann auch ein globaler Kategorie-Filter gesetzt werden. Der Filter kann über *Einstellungen > Globaler Kategorie-Filter* erreicht werden.

Hier können aktive, nicht erwünschte Advertiser-Kategorien global auf die *Blocklist* gesetzt werden, damit sie über alle Partnerships und Adslots hinweg nicht ausgeliefert werden.

**Hinweis:** Wenn ein globaler Kategorie-Filter gesetzt wird, dominiert dieser sämtliche *Allowlist*-Einstellungen auf Partnership- und Adslot-Ebene.



## 8.5. Referrer-Gruppen

Mithilfe von Referrer-Gruppen kann auf Domain-Basis definiert werden, auf welchen Webseiten Bid Requests für bestimmte Partnerships versendet werden dürfen. So kann verhindert werden, dass über Yieldlab Tags Werbung auf beliebigen Webseiten ausgespielt wird.

Referrer-Gruppen können über den Punkt *Einstellungen* > *Referrer-Gruppen* erstellt werden: Ein Name der Referrer-Gruppe muss im Feld Name vergeben werden. Für jede Referrer-Gruppe können erlaubte und/oder ausgeschlossene Referrer hinterlegt werden. Eine aufgerufene Seite wird dann sowohl gegen die eingeschlossenen als auch die ausgeschlossenen Referrer der Gruppe geprüft und entsprechend behandelt. Gültige Eingaben für Referrer sind ausschließlich Hostnamen mit zugehöriger Top Level Domain (siehe [publicsuffix.org](https://publicsuffix.org)) ohne Angabe möglicher Protokolle.

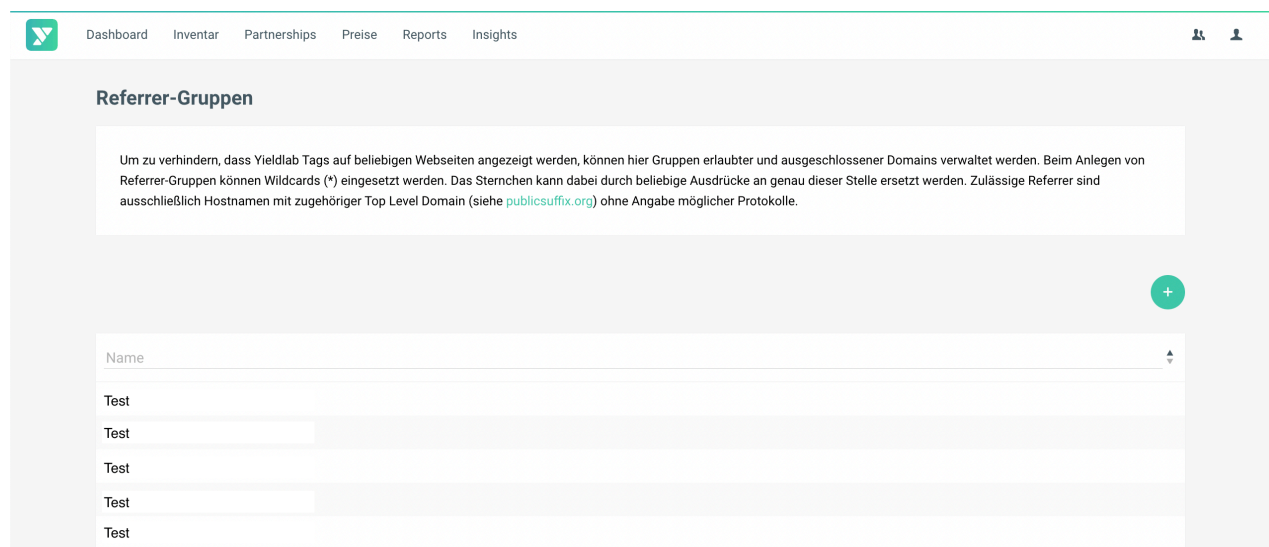


Abb. 31 YRD – Einstellungen – Referrer-Gruppen

Beim Anlegen von Referrer-Gruppen können Wildcards (\*) eingesetzt werden, um z.B. Homepage-Rotationen abzubilden. Damit ist es möglich, sowohl spezifisch auf z.B. [yieldlab.de](https://yieldlab.de) als Homepage zu targeten als auch allgemeine Ausdrücke wie \*.de (alle Seiten, die mit .de aufhören) zu nutzen.

Beispiel: Wenn in einer Referrergruppe [yieldlab.de](https://yieldlab.de) als erlaubt eingetragen ist, dann matched dies nur auf exakt "[yieldlab.de](https://yieldlab.de)". Möchte man alles, was "[yieldlab.de](https://yieldlab.de)" enthält, einbeziehen, z.B. auch "[yieldlab.de/publisher](https://yieldlab.de/publisher)", lässt sich das durch [\\*yieldlab.de](https://yieldlab.de)\* erreichen. Das Sternchen kann dabei als so genannte Wildcard durch alle möglichen Ausdrücke an genau dieser Stelle ersetzt werden.



Wenn gewünscht ist, dass eine Partnership nur auf bestimmten Domains (nicht) ausliefert, müssen die Referrer-Gruppen in den einzelnen Partnerships aktiviert werden (siehe Abschnitt [4.6](#)).

Falls mit Referrergruppen gearbeitet werden soll, ist es wichtig, innerhalb des Yieldprobe- bzw. Adtag-Aufrufs den Parameter *pubref* zu übergeben, damit der Referrer richtig erkannt wird.

## 8.6. Help Center

Im Help Center können weitere Anwenderdokumentationen, technische Dokumentationen sowie Informationen zur Toolbar heruntergeladen werden.



## 9. Kontakt Publisher Services

Telefon: 040 609 4696 21

[publishersolutions@virtualminds.com](mailto:publishersolutions@virtualminds.com)

<http://www.yieldlab.de/publisher/#publisher-services>