

Technische Angaben

Inhalt

Print:

| | |
|--|---|
| Datenanlieferung und -übermittlung | 3 |
| Werbeformate und Preise | 4 |
| Sonderwerbformen | 5 |
| Beihefter Rückendrahtheftung | 6 |
| Beihefter Klebebindung | 7 |
| Beilagen und aufgeklebte Werbemittel | 8 |

Digital:

| | |
|--|----|
| Datenanlieferung und -übermittlung | 9 |
| HTML 5 Werbemittel | 10 |
| Display Formate | 11 |
| Newsletter | 17 |
| Native Advertising | 18 |

Datenanlieferung und -übermittlung

Zeitschriftenformat: 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4

Druckverfahren: Offsetdruck

Datenformate: Bitte liefern Sie ausschließlich PDF/X-3-Daten.

RM Anzeigenprüfportal: Das RM-Anzeigenprüfportal ist ein kostenloses Prüfportal für die Datenprüfung und Datenübermittlung aller Ihrer Anzeigenschaltungen in unseren Fachzeitschriften.

Ihre Druckdaten werden dabei auf alle drucktechnisch relevanten Parameter überprüft und Sie erhalten unmittelbar im Anschluss einen detaillierten Prüfreport. Der Prüfreport gibt Ihnen Auskunft, ob die Datei druckfähig ist oder ob Möglichkeiten zur Optimierung der Ausgabequalität bestehen.

Schriften: Bitte stellen Sie sicher, dass die Schriften vollständig in das PDF eingebettet sind.

Grafiken/Bilder: Rasterabbildungen sollten eine Auflösung zwischen 250 und 300 dpi haben, Strichabbildungen 600 bis max. 1200 dpi. Bitte verwenden Sie keine feineren Linien als 0,05 mm und keine Raster feiner als 3%.

Farben: Druckfarben (CMYK) nach ISO-Standard 12647-2:2006 DAM 1. Bitte verwenden Sie als ICC-Profil **ausschließlich „ISO Coated v2 (ECI)“**. Das Profil kann im Paket „ECI_Offset_2009“ kostenfrei unter <http://www.eci.org/de/downloads> heruntergeladen werden.

Gewährleistung: Wir können nur auf die Druckplatte belichten, was in den Daten vorhanden ist. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farben können wir keinerlei Haftung übernehmen.

Bitte beachten Sie mögliche Optimierungshinweise, die Ihnen das RM Anzeigenprüfportal bei Bedarf anzeigt.

Die Korrektur gelieferter Daten und/oder deren Bearbeitung verursachen zusätzlichen Aufwand, der Ihnen zum Selbstkostenpreis in Rechnung gestellt wird.

Datenübermittlung:

per RM Anzeigenportal:

[Anleitung RM Anzeigenprüfportal](#)

[Video RM Anzeigenprüfportal](#)

per RM Dateiaustausch (ab 30 MB)

Support:

anzeigendisposition@rudolf-mueller.de

Anzeigendisposition

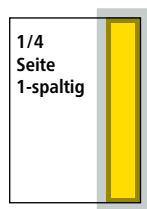
Telefon: 0221 5497-297

Werbeformate und Preise



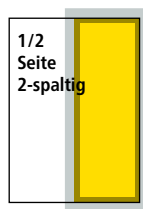
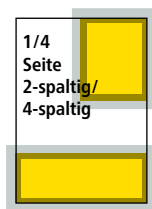
1/1-Seite

- 188 × 267 mm
- 210 × 297 mm



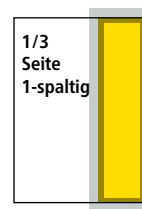
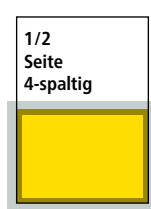
1/4-Seite 1-/2- und 4-spaltig

- 44 × 267/ 92 × 131/188 × 63 mm
- 54 × 297/102 × 146/210 × 78 mm



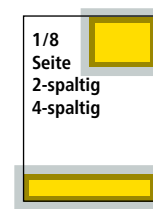
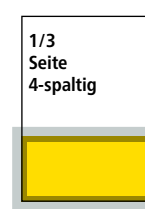
1/2-Seite hoch (h) oder quer (q)

- h: 92 × 267 mm q: 188 × 131 mm
- h: 102 × 297 mm q: 210 × 146 mm



1/3-Seite hoch (h) oder quer (q)

- h: 60 × 267 mm q: 188 × 87 mm
- h: 70 × 297 mm q: 210 × 102 mm



1/8-Seite 2- und 4-spaltig

- 92 × 63 mm/ 188 × 30 mm
- 102 × 81 mm/ 210 × 45 mm



Advertorial

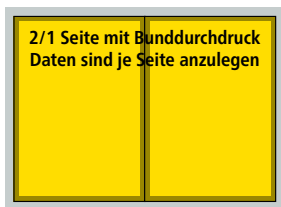
Werbeanzeige in redaktioneller Optik

- Layout und Satz durch Grafikteam
- Firmenanschrift und Logo (optional)
- Keine Paginierung und Kolumne
- Kennzeichnung als Anzeige

Schriftart und -größe sowie Anzahl der Spalten wie redaktioneller Teil

Heft-Format: 210 × 297 mm, Anzeigen-Formatangaben: ■ Satzspiegel-Format, ■ Netto-Format, □ Anschnitt-Format = Nettoformat zzgl. 3 mm Beschnittzugabe rundum

Sonderwerbformen



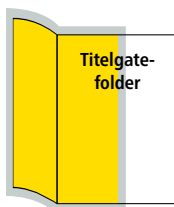
2/1-Seite über Bund

- 203 × 267 mm je Seite
- 420 × 297 mm komplett



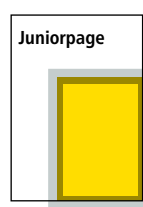
Dreieck-Anzeige

- 210 × 297 mm



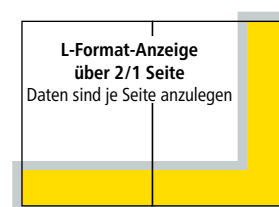
Titelgatefolder

Ausklappbare Titelseite; Werbemöglichkeit auf Innenklappe und der von der Klappe abgedeckten Titelseitenfläche (Formate auf Anfrage)



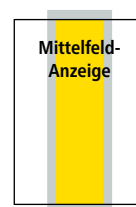
Juniorpage

- 140 × 185 mm
- 150 × 200 mm



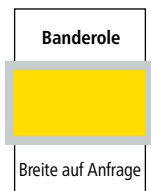
L-Format-Anzeige über 2/1-Seite

- 210 × 70 mm plus 210 × 70 mm (h) 70 × 227 mm (v)



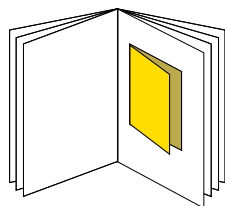
Mittelfeld-Anzeige

- 60 × 297 mm



Banderole

- Höhe: mindestens 100 mm maximal 200 mm



Technische Angaben auf Anfrage

Heft-Format: 210 × 297 mm, Anzeigen-Formatangaben: ■ Satzspiegel-Format, ■ Netto-Format, □ Anschnitt-Format = Nettoformat zzgl. 3 mm Beschnittzugabe rundum

Beihefter Rückendrahtheftung

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist ein verbindliches Muster, notfalls ein Blindmuster mit Größen- und Gewichtsangabe, vorzulegen. Mindestpapiergewicht für 1 Blatt 100 g/m², mehrseitige Beihefter auf Anfrage.

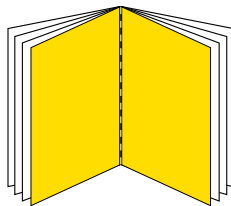
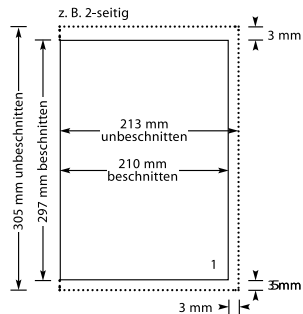
Beihefter müssen so gestaltet werden, dass sie als Werbung erkennbar sind, nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können und dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Die Platzierung von Beiheftern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten. Beihefter, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorheriger, vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post angenommen werden.

Formate:

1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 216 mm breit x 303 mm hoch

2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 432 mm breit x 303 mm hoch

Beschnittschema für Einhefter zum Ankleben an Bogenanfang/-ende bei Rückendrahtheftung:

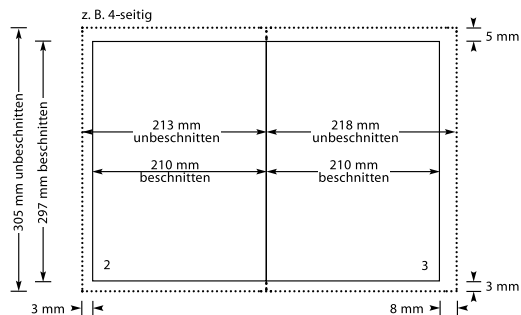


Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Werktage vor Erscheinen der betreffenden Ausgabe.

Anlieferung: Die Lieferadresse und Liefermenge entnehmen Sie bitte den Angaben zur jeweiligen Zeitschrift, ebenso die Verarbeitungsart. Bitte vermerken Sie auf Ihrem Lieferschein unbedingt den Namen des Inserenten, die gelieferte Auflage, ggf. die Auftragsnummer, sowie den Namen der Zeitschrift und die Ausgabennummer, in der Ihr Beihefter erscheinen soll.

Technische Angaben: Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern. Mehrblättrige Beihefter müssen entsprechend gefalzt angeliefert werden. Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen. In der Art und Ausführung müssen Beihefter so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung nicht erforderlich ist. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert in Rechnung gestellt. Bei mehrblättrigen Beiheftern muss der Beihefter zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein. In allen anderen Fällen muss ein Erschwerniszuschlag berechnet werden.

Beschnittschema für Einhefter Heftmitte bei Rückendrahtheftung:



Beihefter Klebebindung

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist ein verbindliches Muster, notfalls ein Blindmuster mit Größen- und Gewichtsangabe, vorzulegen. Mindestpapiergewicht für 1 Blatt 100 g/m², mehrseitige Beihefter auf Anfrage.

Beihefter müssen so gestaltet werden, dass sie als Werbung erkennbar sind, nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können und dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Die Platzierung von Beiheftern ist abhängig von den technischen Möglichkeiten. Beihefter, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach vorheriger, vom Verlag einzuholender Zustimmung der Post angenommen werden.

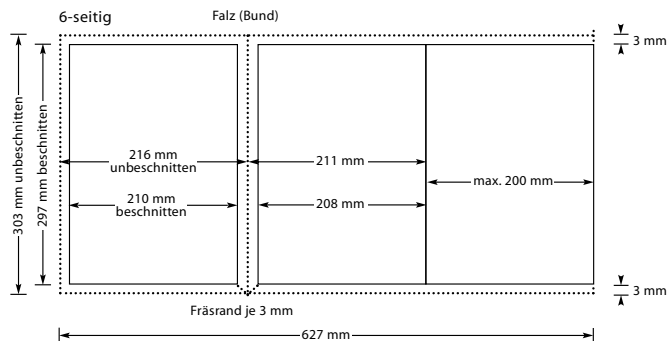
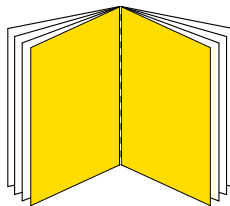
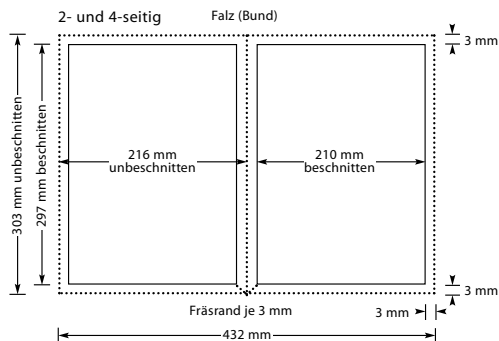
Formate:

1 Blatt (= 2 Seiten) unbeschnitten 216 mm breit x 303 mm hoch

2 Blatt (= 4 Seiten) unbeschnitten 432 mm breit x 303 mm hoch

3 Blatt (= 6 Seiten) unbeschnitten 627 mm breit x 303 mm hoch

4 Blatt (= 8 Seiten) Format auf Anfrage



Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Werktage vor Erscheinen der betreffenden Ausgabe.

Anlieferung: Die Lieferadresse und Liefermenge entnehmen Sie bitte den Angaben zur jeweiligen Zeitschrift, ebenso die Verarbeitungsart. Bitte vermerken Sie auf Ihrem Lieferschein unbedingt den Namen des Inserenten, die gelieferte Auflage, ggf. die Auftragsnummer, sowie den Namen der Zeitschrift und die Ausgabennummer, in der Ihr Beihefter erscheinen soll.

Technische Angaben: Beihefter sind unbeschnitten anzuliefern. Mehrblättrige Beihefter müssen entsprechend gefalzt angeliefert werden. Die Vorderseite des Beihefters ist zu kennzeichnen. In der Art und Ausführung müssen Beihefter so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Aufbereitung und Bearbeitung nicht erforderlich ist. Erschwernisse und zusätzliche Falz- und Klebearbeiten werden gesondert in Rechnung gestellt. Bei mehrblättrigen Beiheftern muss der Beihefter zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein. In allen anderen Fällen muss ein Erschwerniszuschlag berechnet werden.

Beilagen und aufgeklebte Werbemittel

Beilagen: Bedingung für die Auftragsannahme und -bestätigung durch den Verlag ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters, mit Größen- und Gewichtsangabe. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen so gestaltet sein, dass sie mit dem Textteil der Zeitschrift nicht verwechselt werden können. Die Platzierung erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Werktage vor Erscheinen der betreffenden Ausgabe.

Format: Druckerzeugnisse: lose eingelegt, max. 205 mm x 290 mm
Elektronische Datenträger (z. B. CD-ROM) und sonstige Gegenstände (z. B. Warenmuster): lose eingelegt, max. 30 mm Höhe

Technische Angaben: Beilagen werden lose eingelegt. Sie müssen aus einem Stück bestehen und so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Verarbeitung entfällt. Erschwerende bei der Verarbeitung, besonders zu stark verschränkte Produkte (min. 30 Expl. pro Lage im Paket) und zusätzliche Arbeiten (z. B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt. Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters zur Prüfung der Möglichkeiten von Verarbeitung und Versand angenommen werden. Sofern die Beilage aus mehreren Blättern besteht, muss sie zum Bund, also in Einsteckrichtung, geschlossen sein.

Aufgeklebte Werbemittel: Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebtem Werbemittel (Standmuster), notfalls eines Blindmusters, erforderlich. Elektronische Datenträger und sonstige Gegenstände können nur gegen Vorlage eines verbindlichen Musters angenommen werden.

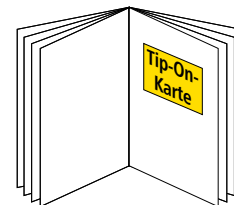
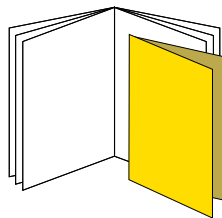
Anlieferungstermin: Bis spätestens 10 Werktage vor Erscheinen der betreffenden Ausgabe.

Anlieferung: Die Lieferadresse und Liefermenge entnehmen Sie bitte den Angaben zur jeweiligen Zeitschrift, ebenso die Verarbeitungsart. Bitte vermerken Sie auf Ihrem Liefererschein unbedingt den Namen des Inserenten, die gelieferte Auflage, ggf. die Auftragsnummer, sowie den Namen der Zeitschrift und die Ausgabennummer, in der Ihr Werbemittel erscheinen soll.

Format: Für aufgeklebte Postkarten gelten die Vorschriften der Deutschen Post AG. Aufgeklebte Warenmuster auf Anfrage, max. 30 mm Höhe.

Technische Angaben: Bei aufgeklebten Werbemitteln müssen die Klebekanten in Bundrichtung liegen; mindestens 1 mm vom Bund heraus und maximal 48 mm vom geschlossenen Bund in die Seite hinein (siehe Skizze).

Eine Haftung für Standabweichungen kann bis zu einer Toleranzgrenze von 3 Millimetern in alle Richtungen von den Ausgangspunkten aus nicht übernommen werden.



Datenanlieferung und -übermittlung

Angaben zur Zuordnung der Werbemittel:

- Kundenname
- Kampagnenname
- Kundennummer
- Buchungszeitraum
- Platzierung auf der Site und Volumen
- Werbeformat

Anlieferungstermine:

Display-Formate: 10 Werktage vor Auslieferung

Native Advertising + Stand-Alone-Newsletter: 15 Werktage vor Auslieferung/Versandtermin

Newsletter: 5 Werktage vor Versand

Die Mediengruppe Rudolf Müller behält sich vor, jedes Motiv in einer Einzelfallentscheidung freizugeben. Werbemittel, die zu starke Reaktanzen hervorrufen oder die Nutzung der Seiten zu stark beeinträchtigen, können abgelehnt werden.

Richtlinien zum Ladeprozess:

- Branchenüblich können alle Werbemittel 3 Zeitpunkte zum Laden von Dateien für sich nutzen: „Initial Load“, „Subload“, „User Initiated Load“.
- Zu jedem einzelnen Zeitpunkt kann das Werbemittel eine limitierte Datenmenge laden. Diese Limits richten sich nach dem auszuliefernden Format, großflächige Formate besitzen höhere Grenzen.

Diese Limitierungen dienen dazu dem Benutzer so schnell wie möglich einen ersten, sichtbaren Anteil des Werbemittels zu übertragen. „Schwere“ Bilder, Videos und interaktive Elemente werden erst dann geladen, wenn die Webseite vollständig dem Benutzer zur Verfügung steht.

Kompatibilitäts-Prüfung: Das Werbemittel muss sicherstellen, dass die für eine korrekte Darstellung und Funktionalität notwendigen Technologien im aufrufenden Browser zur Verfügung stehen. Andernfalls darf keine Auslieferung erfolgen. Keinesfalls darf der User Sicherheitswarnungen erhalten oder zur Installation von Plugins aufgefordert werden.

Allgemeiner Hinweis: Bitte lassen sie uns alle Werbemittel Redirects mit geeigneten Platzhaltern zur GDPR Makroübergabe zukommen. Wir gehen davon aus, dass alle notwendigen Informationen im Rahmen von GDPR (General Data Protection Regulation) korrekt übergeben und verarbeitet werden Falls nicht geben sie uns bitte umgehend Bescheid.

Bei Nichteinhalten der GDPR/DSGVO Auflagen behalten wir uns vor, Ihre Kampagne zu stoppen.

Das benötigen wir von Ihnen (bei Dateianlieferung):

- Datei
- Ziel-URL

Das benötigen wir von Ihnen (bei Redirect-Anlieferung):

- Javascript-Redirect
- Kompatibilitätsinformation (Browser, Betriebssystem)
- Informationen zu Aufrufparametern/-variablen für:
Vermeidung von Caching (Timestamp) & 3rd-Party-Klicktracking

Media Sales Service:

Telefon: 0221 5497-922

mediasales.service@rudolf-mueller.de

Disposition Media Sales:

Telefon: 0221 5497-297

anzeigendisposition@rudolf-mueller.de

HTML 5 Werbemittel

- Die Werbemittel können per Javascript oder iFrame ausgespielt werden. Voraussetzung für die Ausspielung als Script ist die entsprechende Kapselung des Codes, um Nebenwirkungen in der Seite zu vermeiden.
- Bei Anlieferung per Redirect sind alle von uns angebotenen Formate möglich Für Wallpaper oder Fireplace bitte in separaten Tags anliefern, idealerweise als iFrames.
- Bei physischen Werbemitteln sind zum aktuellen Zeitpunkt die Standard und Sonderwerbeformate möglich, hierbei sollten alle Elemente des Werbemittels, ausgenommen extern geladene Libraries, Videos oder Fonts, in einer Zip Datei zusammengefasst sein.
- Das Gesamtgewicht (bitte nicht mehr als 5 Dateien für Standardwerbeformen) sollte dabei 150 kB (je nach Werbeform) nicht überschreiten.
- Im Code muss die Stelle, an der die Ziel URL übergeben wird, leicht aufzufinden sein. Idealerweise über eine Javascript Variable mit dem Namen clickTag.
- Das Werbemittel muss so konzipiert sein, dass ein Fallback ausgespielt wird, wenn ein Browser ein erforderliches Feature nicht unterstützt.

CPU Auslastung bei HTML5: Die CPU Last der HTML5 sollte 25% bei einem aktuell konfigurierten Standardrechner nicht überschreiten. Bei zu hoher CPU Last verlangsamt sich das Scrollen einer Website bzw. fängt stark an zu ruckeln, was die Benutzbarkeit der Website einschränken kann. Zur Reduzierung der CPU Last trägt das Reduzieren der Anzahl der animierten Objekten sowie das Abschwächen der Bewegung von animierten Objekten bei.

Unterstützte Dateiformate sind HTML,JS,CSS sowie gängige Grafikformate GIF,JPG,PNG. **SVG-Grafiken können ausschließlich als externe Datei, ohne <svg> Tags inline im HTML, verarbeitet werden.**

Idealerweise sollten sich HTML Code,JavaScript und CSS in einem Dokument befinden. Ausnahme: Scripte und Styles ohne Datei-Referenzen können sich in einzelnen Dateien befinden.

Wenn Sie Ihre HTML5-Creatives mit Google Web Designer erstellen, wählen Sie als Umgebung „DoubleClick“ aus. Die damit erstellten Creatives müssen, statt der zuvor beschriebenen Click Tag -Variablen, Klickfläche(n) mit Exit-Events enthalten, wie hier beschrieben: <https://support.google.com/richmedia/answer/6073073?hl=de>

Die „Messwert ID“ sollte „clickurl“ heißen (bei mehreren entsprechend clickurl1 u.s.w.) und die URL kann, sofern die endgültige URL noch nicht feststeht, eine temporäre Dummy -URL sein. Dabei sollte die komplette Fläche des Werbemittels klickbar sein.

Display Formate

Superbanner

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: Home/Rubrik
- Dateiformate: gif, jpg, html5
- Größe: 728 x 90 Pixel; Datenvolumen bis 100 KB; Dateiformate: Größe 200 kB, max. 2 MB nachgeladen



XXL Super Banner

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: oben, alle Seiten
- Dateiformate: gif, jpg, html5
- Größe: Seitenbreite (1280 oder 1340) x 180 Pixel; Datenvolumen bis 100 KB; Dateiformate: Größe 200 kB, max. 2 MB nachgeladen



Display Formate (Fortsetzung)

Skyscraper

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: Home/Rubrik
- Dateiformate: gif, jpg, html5
- Größe: 120 x 600 Pixel; Datenvolumen bis 100 KB; Dateiformate: Größe 200 kB, max. 2 MB nachgeladen

Das Format wird nicht mobil ausgespielt.



Wide Skyscraper

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: Rechts, links, alle Seiten
- Dateiformate: gif, jpg, html5
- Größe: 160 x 600 Pixel; Datenvolumen bis 100 KB; Dateiformate: Größe 200 kB, max. 2 MB nachgeladen

Das Format wird nicht mobil ausgespielt.



Display Formate (Fortsetzung)

Content Ad

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: Home, Übersichtsseiten
- Dateiformate: gif, jpg, html5
- Größe: 300 x 250 Pixel; Datenvolumen bis 100 KB; Dateiformate: Größe 200 kB, max. 2 MB nachgeladen



Billboard

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: Home, Rubrikseiten unterhalb der Menüleiste, zentriert
- Dateiformate: gif, jpg, html5
- Größe: 970 x 250 Pixel; Datenvolumen bis 100 KB; Dateiformate: Größe 200 kB, max. 2 MB nachgeladen



Display Formate (Fortsetzung)

Floor Ad

Abmessungen und Darstellung: Das Floor Ad wird am unteren Bildschirmrand angezeigt. Bei Mouseover expandiert das Werbemittel und bietet so eine besonders starke Aufmerksamkeit. Das Floor Ad sollte automatisch nach 10 Sekunden schließen, sofern keine User-Interaktion erfolgt.

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: Unten, alle Seiten
- Dateiformate: gif, jpg, html5
- Größe: Seitenbreite x 90 Pixel bei Mouseover Seitenbreite x 180 Pixel; Datenvolumen bis 100 KB; Dateiformate: Größe 200 kB, max. 2 MB nachgeladen

Technische Informationen: Das Werbemittel FloorAd wird im Footer der Site platziert. Bei Mouseover expandiert das Werbemittel und bietet so eine besonders starke Aufmerksamkeit seitens der User. Das FloorAd muss automatisch nach 10 Sekunden schließen, sofern keine User-Interaktion erfolgt!

DasFloorAd ist ein HTML5 Werbemittel. HTML5 Werbemittel bestehen wie Webseiten aus mehreren Elementen, die nicht analog zu Flash in einem File zusammengeführt und komprimiert werden können.

Diese sind:

- HTML-Files
- CSS-Libraries (Javascript, JQuery, etc.)
- Bilder
- Videos



Damit der Aufbau der Webseite und des Werbemittels nicht unnötig verzögert wird, ist bei der Kreation zu beachten, dass die einzelnen Elemente des HTML5 Werbemittels sowohl hinsichtlich ihrer Anzahl als auch Dateigröße so klein wie möglich gehalten werden, um die Serverprozesse/Anfragen (Serverrequests) zu minimieren.

Dazu sind Kompilierungsmethoden des Codes und Code-Optimierungen in einer Datei anzuwenden.

Folgende Limits müssen eingehalten werden:

- 200 kB physisch, entpackt
- 200 kB als redirect
- max. 2 MB nachgeladen (politeDownload)

Dies ist durch Komprimierung und Optimierungsverfahren als auch durch sparsame Anwendung von Animationen und Einbindung externer Elemente wie Fonts und Bibliotheken einzuhalten, welche auch zu der Dateigröße dazu gerechnet werden. Unterverzeichnis-Strukturen sind zu vermeiden.

Display Formate (Fortsetzung)

Floor Ad (Fortsetzung)

Klicktag:

- Die Schreibweise für Klicktags lautet: clicktag
- Die Schreibweise für Multi-Klicktags lautet: clicktag, clicktag2, clicktag3 <n>
- Die Folgenden Codezeilen sind in das HTML5-Werbemittel zur Übergabe der Klicktags zu integrieren – die Funktion liefert alle GET Parameter zurück, die an die Datei übergeben werden:

```
<script>
var getUriParams = function() {
var query_string = {}
var query = window.location.search.substring(1);
var parmsArray = query.split('&');
if(parmsArray.length <= 0) return query_string;
for(var i = 0; i < parmsArray.length; i++){
var pair = parmsArray[i].split(=');
var val = decodeURIComponent(pair[1]);
if (val != , ' && pair[0] != ,) query_string[pair[0]] = val;
}
return query_string;
}();
</script>
```

Siehe auch hier:

https://github.com/Unitadtechnologystandards/HTML5Lib/blob/master/clicktag/creative_clicktag.md

Grafikkompromierung: Grafiken sind hinsichtlich der Dateigröße zu optimieren. Die Verwendung von PNG-Crusher und der Einsatz von skalierbaren Vektorgrafiken wird empfohlen.

Animation: Bei Animationen ist darauf Acht zu geben, dass diese den Client CPU nicht unnötig belasten. Mehrere parallel laufende Animationen und überlappende transparente Grafiken sind zu vermeiden. Der Einsatz von CSS3 oder Javascript Animationen ist mit Bedacht auf die CPU und GPU Auslastung zu wählen.

Anlieferung: Die Anlieferung des HTML5-Werbemittels erfolgt als Zip-Datei für jedes Bannerelement. Z.B. ein Wallpaper besteht aus 2 Bannerelementen, 2 Zip-Dateien wären nötig. Jede Zip-Datei enthält alle Objekte des Werbemittels oder des Bannerelements, ausgenommen extern geladene Libraries, Videos oder Fonts. In der Zip-Datei/-en muss eine index.html-Datei als Startpunkt enthalten sein und alle eingebundenen Skripte sowie alle in der Zip-Datei/-en enthaltenen Objekte müssen relativ verlinkt sein. Alternativ kann ein Redirect angeliefert werden. Auch hier gelten alle o.g. Anforderungen, z.B. Dateigröße, Fileanzahl.

Display Formate (Fortsetzung)

Fireplace

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: Sky links, Sky rechts, Head Banner
- Dateiformate: gif, jpg, html5
- Größe: 120 x 600 Pixel – 120 x 600 Pixel – 1.520 x 180 Pixel; Datenvolumen bis 100 KB; Dateiformate: Größe 200 kB, max. 2 MB nachgeladen

Homepage Take Over

Die Takeover Ad setzt sich aus folgenden Werbemitteln zusammen: XXL Super Banner + Skyscraper 1 + Scyscraper 2 + Billboard.

Bei Redirects dürfen keine Styles mit übertragen werden, die das Werbemittel positionieren.

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: Home
- Dateiformate: gif, jpg, html5
- Größe: 120 x 600 Pixel – 120 x 600 Pixel – 1.520 x 180 Pixel – 970 x 250 Pixel; Datenvolumen bis 100 KB; Dateiformate: Größe 200 kB, max. 2 MB nachgeladen



Newsletter

Text-Anzeige

Datenanlieferung

- Überschrift: 60 Zeichen inklusive Leerzeichen.
- Text: 400 Zeichen inklusive Leerzeichen.
- Dateiformate: docx, txt
- Link zur gewünschten Landingpage.



Text-Anzeige plus Bild

Datenanlieferung

- Überschrift: 60 Zeichen inklusive Leerzeichen.
- Text: 400 Zeichen inklusive Leerzeichen.
- Dateiformate: docx, txt
- Bildformate: gif, jpg
- Bildunterschrift
- Bildquellenangabe
- Link zur gewünschten Landingpage.
- Größe: mind. 300 Pixel Breite; Datenvolumen bis 100 KB



Banner

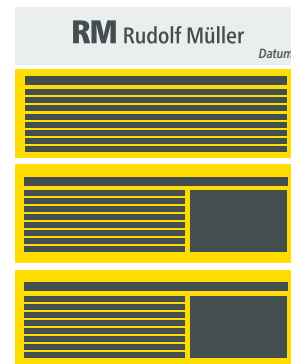
Format, Größe:

- Dateiformate: gif, jpg
- Größe: ca. 598 x 80 Pixel breite; Datenvolumen bis 100 KB



Stand-Alone-Newsletter

Einführungstext max. 400 Zeichen;
bis zu vier Meldungen mit Überschrift
max. 45 Zeichen, Text max. 300 Zeichen
und Bild, jpg, mind. 72 dpi in Abbildungs-
größe, 16:9



Native Advertising

Advertorial

Abmessungen und Darstellung: Produktmeldung im Look & Feel eines redaktionellen Beitrages auf der Website. Ein Teasertext auf der Home oder gewünschter Rubrik (gekennzeichnet als Anzeige) verlinkt auf Ihren Werbetext.

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: Home/Rubrik
- Teasertext: bis zu 150 Zeichen incl. Leerzeichen
- Headline: bis zu 45 Zeichen incl. Leerzeichen
- Text für Fachartikel bestehend aus Headline, Vorspann und Bodytext
- Bildformate: jpg
- Größe: 300dpi, 16:9, nur Querformat
- Text max. 3.000 Zeichen



Sponsored Content

Abmessungen und Darstellung: Fachartikel als redaktioneller Beitrag auf der Website. Ein Teasertext auf der Home oder gewünschter Rubrik (gekennzeichnet als Sponsored Content) verlinkt auf den Fachartikel.

Platzierung, Format, Größe

- Platzierung: Home/Rubrik
- Teasertext: bis zu 150 Zeichen incl. Leerzeichen
- Headline: bis zu 45 Zeichen incl. Leerzeichen
- Text für Fachartikel bestehend aus Headline, Vorspann und Bodytext (maximale Zeichen: 3.000)
- Bildformate: jpg
- Größe: 300 dpi, 16:9, nur Querformat



Native Advertising (Fortsetzung)

Microsite

Microsites sind optimal dazu geeignet sich Ihrer Zielgruppe als kompetenter Partner zu einem bestimmten Thema individuell zu präsentieren. Die Beiträge kommen von Ihnen: Bis zu 5 umfangreichere Artikel. Mögliche Formate: Texte, Videos, Downloads, Bild- und Audiodateien.

Material und Formate pro Fachartikel:

- Teasertext: bis zu 150 Zeichen incl. Leerzeichen
- Headline: bis zu 55 Zeichen incl. Leerzeichen
- Text für Fachartikel bestehend aus Headline, Vorspann und Bodytext (empfohlene maximale Zeichen: 3.000)
- Fotos im jpg-Format, 16: 9, mindestens 1. 000 Pixel Breite, 300dpi
- Video im mp4-Format, besser eine YouTube-Url
- Audio im mp3-Format

