

Technische Spezifikation

Übersicht

1. Anlieferung & Allgemeines	3	3. Werbeformen Newsletter:	14
1.1 HTML5 Werbemittel	4	3.1 Text-Anzeige	14
1.2 HTML5 Werbemittel (2/2)	4	3.2 Text-Anzeige plus Bild	14
1.3 Dateigewichte	5	3.3 Banner	15
2. Display Formate:	6	4. Native Advertising:	16
2.1 Superbanner	7	4.1 Sponsored Contend	16
2.2 XXL Super Banner	7	4.2 Advertorial	16
2.3 Skyscraper	8	4.3 Microsite	17
2.4 Wide Skyscraper	8		
2.5 Content Ad	9		
2.6 Billboard	9		
2.7 Floor Ad	10		
2.8 Fireplace	12		
2.9 Homepage Take Over	12		
2.10 Wallpaper	13		

Technische Spezifikation: 1. Anlieferung & Allgemeines

Angaben zur Zuordnung der Werbemittel:

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

Media Sales Service:

Telefon: 0221 5497-922
mediasales.service@rudolf-mueller.de

Disposition Media Sales:

Telefon: 0221 5497-297
anzeigendisposition@rudolf-mueller.de

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.

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.

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.

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.

Technische Spezifikation: 1. Anlieferung & Allgemeines

1.1 HTML5 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.

1.2 HTML5 Werbemittel (2/2)

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.

Technische Spezifikation: 1. Anlieferung & Allgemeines

1.3 Dateigewichte

Spezifikation:

- max KB „Initial Load“
- max KB Subload
- Max KB „User Initiated Load“

Bestimmungen:

- siehe einzelne Formatspezifikationen
- 2 x KB von „Initial Load“ Bei Formaten mit Video bis max 5 MB (nur Redirect)
- unlimitiert (nur Redirect)

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.

Technische Spezifikation: 2. Display Formate

Das benötigen wir von Ihnen (bei Dateianlieferung):

- Datei
- Ziel-URL

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

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

Technische Spezifikation: 2. Display Formate

2.1 Superbanner

Abmessungen und Darstellung: Der Super Banner ist ein klassisches Online-Werbemittel. Mit 728 x 90 Pixel bietet er eine prominente Werbefläche. Er wird am oberen oder/und unteren Rand der Website platziert.

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

2.2 XXL Super Banner

Abmessungen und Darstellung: Der XXL Super Banner ist ein klassisches Online-Werbemittel. Im Vergleich zu einem Super Banner bietet er mit Seitenbreite x 180 Pixel eine noch prominentere Werbefläche. Er wird am oberen Rand der Website platziert.

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

Auch mobil buchbar.



Technische Spezifikation: 2. Display Formate

2.3 Skyscraper

Abmessungen und Darstellung: Der Skyscraper bietet durch seine hochformatige Darstellung vielfältige und interessante Effekte. Er wird rechts oder links neben der Website platziert.

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

2.4 Wide Skyscraper

Abmessungen und Darstellung: Der Wide Skyscraper bietet durch seine besonders große Fläche prominente Werbeplätze. Er wird rechts oder links neben der Website platziert.

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



Technische Spezifikation: 2. Display Formate

2.5 Content Ad

Abmessungen und Darstellung: Die Content Ad wird im redaktionellen Inhalt integriert. An mindestens drei Seiten ist sie von redaktionellem Content umgeben und kann dadurch eine größere Glaubwürdigkeit transportieren.

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

Auch mobil buchbar.



2.6 Billboard

Abmessungen und Darstellung: Das Billboard bietet durch seine Größe und die prominente Platzierung vielfältige und interessante Effekte. Es wird unter der Menüleiste platziert.

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

Auch mobil buchbar.



Technische Spezifikation: 2. Display Formate

2.7 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.

Technische Spezifikation: 2. Display Format

2.7 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 CSS3oder 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.

Technische Spezifikation: 2. Display Formate

2.8 Fireplace

Abmessungen und Darstellung: Das Fireplace umschließt den Content von drei Seiten.

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: Sky links, Sky rechts, Head Banner
- Dateiformate: gif, jpg, html5
- Größe: 120 x 600 Pixel – 120 x 600 Pixel – Seitenbreite (1.520 oder 1580) x 180 Pixel; Datenvolumen bis 100 KB;
- Dateiformate: Größe 200 kB, max. 2 MB nachgeladen

2.9 Homepage Take Over

Abmessungen und Darstellung: Die Takeover Ad vereint alle Werbeflächen einer Homepage zu einem Gesamtformat und setzt sich u.a. 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: entsprechend den verwendeten Werbeflächen; Datenvolumen bis 100 KB;
- Dateiformate: Größe 200 kB, max. 2 MB nachgeladen



Technische Spezifikation: 2. Display Formate

2.10 Wallpaper

Abmessungen und Darstellung: Wallpaper bedeutet wörtlich Tapete. Es besteht aus einem Superbanner, einem Skyscraper und optional aus einer Hintergrundeingäbung. Das Wallpaper befindet sich am oberen und seitlichen rechten Rand der Website. Die Oberkanten des Skyscrapers legt sich an die Unterkante des Superbanners an.

Platzierung, Format, Größe: Platzierung: Sky rechts, Superbanner oben, alle Seiten

- Dateiformate: gif, jpg, html5
- Größe: 120 x 600 Pixel – 728 x 90 Pixel; Datenvolumen bis 100 KB;
Dateiformate: Größe 200 kB, max. 2 MB nachgeladen



Technische Spezifikation: 3. Werbeformen Newsletter

3.1 Text-Anzeige

Darstellung: Die Text-Anzeige ist in die Content-Meldungen des Newsletters integriert und von oben und unten mit Text umgeben. (Überschrift max. 60 Zeichen, Text max. 400 Zeichen).

Sie sollte inhaltlich den Anstoß liefern, mit dem Werbetreibenden in Kontakt zu treten (Info-Broschüre, Verlosung, Newsletter, kostenlose E-Mail-Beratung etc.). Die Verlinkung zu einer ausgewählten Landing Page ist daher inklusive.

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: flexibel
- Dateiformate: gif, jpg
- Größe: ca. 200 Pixel breite; Datenvolumen bis 100 KB



3.2 Text-Anzeige plus Bild

Darstellung: Die Text-Anzeige plus Bild ist in die Content-Meldungen des Newsletters integriert und von oben und unten mit Text umgeben. (Überschrift max. 45 Zeichen, Text max. 300 Zeichen).

Das Bild ist in der Anzeige links neben dem Text positioniert und bietet eine zusätzliche Link-Funktion.

Die Text-Bild-Anzeige sollte inhaltlich den Anstoß liefern, mit dem Werbetreibenden in Kontakt zu treten (Info-Broschüre, Verlosung, Newsletter, kostenlose E-Mail-Beratung etc.). Die Verlinkung zu einer ausgewählten Landing Page ist daher inklusive.

Platzierung, Format, Größe:

- Platzierung: flexibel
- Bildformate: gif, jpg
- Größe: mind. 300 Pixel Breite; Datenvolumen bis 100 KB



Technische Spezifikation: 3. Werbeformen Newsletter

3.3 Banner

Darstellung: Der Banner ist ein klassisches Online-Werbemittel. Er wird zwischen einzelnen Content-Elementen des Newsletters platziert. (Maße 598 x 80 Px).

Platzierung, Format, Größe:

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



Technische Spezifikation: 4. Native Advertising

4.1 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 55 Zeichen incl. Leerzeichen
- Text für Fachartikel bestehend aus Headline, Vorspann und Bodytext (empfohlene maximale Zeichen: 3.000)
- Bildformate: jpg
- Größe: 300 dpi, 16:9, nur Querformat

4.2 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 55 Zeichen incl. Leerzeichen
- Text für Fachartikel bestehend aus Headline, Vorspann und Bodytext
- Bildformate: jpg
- Größe: 300dpi, 16:9, nur Querformat

Technische Spezifikation: 4. Native Advertising

4.3 Microsite

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

Platzierung:

2 Varianten

OnePage

Aus dem Content wird ein Artikel erstellt und eine Url in der Form „www. domain. de/ kundennamen“ erzeugt. Die Microsite entspricht dann der Darstellung eines Artikels oder einer Unternehmensseite

Rubrik mit Unterseiten: der Kunde kann Content für mehrere Beiträge anliefern, die dann in einer Rubrik platziert werden, die nach dem werbenenden Unternehmen benannt wird. Die Vorgaben für die Artikel entsprechen den oben genannten Kriterien.