

Technische Spezifikationen

Gültig für folgende Marken:



gam·na



SPIELAFFE.DE *erdbeerlounge*

INDEX



A.

Allgemeine Informationen

- Anlieferung

B.

Allgemeine technische Spezifikationen

- HTML5
- Redirects
- Sound
- Expandable Ads

C.

Standardwerbformen

- Billboard
- Dynamic Sitebar
- Fullsize Banner
- Halfpage Ad
- Layer Ad
- Leaderboard
- Medium Rectangle
- Skyscraper
- Wide Skyscraper

D.

Sonderwerbformen

- Redaktionelle Werbemittel
- Pre-, Mid-, Post-Roll
- Pre-/Interstitial
- Sitebranding
- Sitebranding (Expandable)
- Standalone Newsletter
- Wallpaper

E.

Mobile Werbformen

- Mobile Banner
- Mobile Interscroller
- Mobile Interstitial
- Mobile Pre-Roll
- Mobile Rectangle

A. Allgemeine Informationen: Anlieferung

Anlieferung der Werbemittel (gerne als *.zip/*.rar Datei) und technische Fragen: adops@stroeermediabrands.de

Allgemeine Lieferfristen (gelten auch bei einem Werbemitteltausch): Standardwerbemittel 3 Werktage, Sonderwerbemittel 5 Werktage

Neben den Werbemitteln enthält die E-Mail folgende Informationen:

- Kundenname
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Gebuchte Seiten
- Zuordnung der Werbemittel bei einzelnen Platzierungen
- Zuordnung der Werbemittel bei unterschiedlichen Laufzeiten (Motivwechsel)
- Trackinglink und Zählpixel sowie
- ein Ansprechpartner für Rückfragen

Werbemittel, die nicht unseren Spezifikationen entsprechen, müssen wir leider ablehnen und um Korrektur bitten, ehe sie eingebunden werden können. Wir behalten uns das Recht vor, Werbemittel auch nach Kampagnenstart ganz oder teilweise zu entfernen, wenn diese Probleme verursachen (z.B. Beschwerden durch User, negative Auswirkungen auf die Performance).

Bei Nichteinhaltung der Spezifikationen oder verspäteter Anlieferung ist die Einhaltung der Kampagnenlaufzeit unter Umständen nicht gewährleistet.

INDEX

A.

Allgemeine Informationen

- Anlieferung

B.

Allgemeine technische Spezifikationen

- HTML5
- Redirects
- Sound
- Expandable Ads

C.

Standardwerbformen

- Billboard
- Dynamic Sitebar
- Fullsize Banner
- Halfpage Ad
- Layer Ad
- Leaderboard
- Medium Rectangle
- Skyscraper
- Wide Skyscraper

D.

Sonderwerbformen

- Redaktionelle Werbemittel
- Pre-, Mid-, Post-Roll
- Pre-/Interstitial
- Sitebranding
- Sitebranding (Expandable)
- Standalone Newsletter
- Wallpaper

E.

Mobile Werbformen

- Mobile Banner
- Mobile Interscroller
- Mobile Interstitial
- Mobile Pre-Roll
- Mobile Rectangle

B. Allgemeine technische Spezifikationen: HTML5

HTML5-Werbemittel haben sich mittlerweile gegenüber Flash durchgesetzt und etablieren sich damit als neuer Stand der Technik für digitale Werbemittel. Die Anlieferung von Flash-Werbemitteln ist daher nicht länger gestattet.

Bei HTML5 Werbemitteln sind folgende Punkte zu beachten:

- Fallback Image, Browserkompatibilität: Unterstützt ein Browser ein Feature oder eine verwendete Library nicht, ist ein im Werbemittel definiertes Fallback (GIF, JPG) auszuspielen. Die Werbemittel sind vor der Anlieferung auf allen gängigen Browsern zu testen und etwaige auszuschließende Browser mitzuteilen.
- Dateigröße: HTML5 Werbemittel bestehen wie Webseiten aus mehreren Elementen, die nicht analog zu Flash in einem File zusammengeführt und komprimiert werden können, dazu zählen HTML-Files, CSS, Libraries (Javascript, jQuery) etc.

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.

Dies ist durch Komprimierung und Optimierungsverfahren als auch durch sparsame Anwendung von Animationen und Einbindung externer Elemente wie Fonts und Bibliotheken umzusetzen, welche auch zu der Dateigröße dazu gerechnet werden.

Unterverzeichnis-Strukturen sind zu vermeiden.

B. Allgemeine technische Spezifikationen: HTML5

- Grafiken: Grafiken sind hinsichtlich der Dateigröße zu optimieren. Die Verwendung von PNG-Crusher und der Einsatz von skalierbaren Vektorgrafiken wird empfohlen.
- Videos: Videos in HTML5 Werbemitteln werden über den Tag `<video></video>` eingebunden.

Werbemittel mit Videos sind mit einem Previewbild (poster) zu versehen, das Video startet sobald es geladen ist bzw. durch User Interaktion auf den meisten mobilen Endgeräten (Autoplay ist auf mobilen Endgeräten nicht möglich).

Zu beachten ist, dass auf Videos auf mobilen Endgeräten keine clicktags gelegt werden können, der clicktag muss auf einer Fläche außerhalb des Videos hinterlegt werden.

Das Video muss hinsichtlich Qualität und Dateigröße optimiert werden.

Das Video ist sowohl in H264/mp4 als auch in VP8/WebM (Fallback) zur Verfügung zu stellen.

- Kommunikation: Die Kommunikation zwischen Webseite und dem IFrame des Werbemittels erfolgt mittels postMessage. Dabei sollten die Eventattribute „origin“ und „data“ validiert werden. Je nach Werbeform müssen die Funktionalitäten (Expandieren, Kollabieren, Schließen) implementiert sein.

B. Allgemeine technische Spezifikationen: HTML5

- Klicktag: Die Schreibweise für Klicktags lautet: clicktag
Die Schreibweise für Multi-Klicktags lautet: clicktag, clicktag1, clicktag2, <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>
```

Beispiel HTML und Zuweisung der Links:

```
<div id="yourID" onClick=window.open(getUriParams.clicktag)>
<div id="yourID" onClick=window.open(getUriParams.clicktag1)>
<div id="yourID" onClick=window.open(getUriParams.clicktag2)>
```

Vor der Anlieferung sind die clicktags einem Funktionstest zu unterziehen, um unnötige Feedbackschleifen auszuschließen:

html5werbemittel.html?clicktag=%LANDINGPAGE% (Übergabe der URL muss URL-encoded (encodeURIComponent) erfolgen)

B. Allgemeine technische Spezifikationen: Redirects

- Redirects bzw. Third-Party-Tags müssen bei Anlieferung zu Testzwecken freigeschaltet sein.
- Für die Klickzählung sind bei der Anlieferung spezifische Trafficking-Anweisungen zu nennen. Ebenso ist ein Ansprechpartner bei dem Drittpartner erforderlich.
- Die Verlinkung muss ein neues Fenster öffnen.
- Layer als Redirects müssen durch ggf. zu ergänzende URL-Parameter oder Javascript-Variablen frei positionierbar sein.
- Expandierende Werbemittel und Layer als Redirect müssen Selectboxen, die überdeckt werden, ausschalten und später wieder einschalten. Zudem dürfen nach dem Schließen bzw. Einklappen keine transparenten Flächen verbleiben.
- z-index: Der z-index eines per Redirect ausgelieferten Werbemittels muss unter 10.000 liegen.
- Werbemittel dürfen nachträglich nicht so geändert werden, dass sie gegen unsere Spezifikationen verstoßen.

B. Allgemeine technische Spezifikationen: Sound

- Sound darf nicht ohne Userinteraktion (Klick) beim Starten des Werbemittels abgespielt werden.
- Sound darf nur einmal abgespielt werden und sich nicht wiederholen (kein Loop).
- Auf dem Werbemittel muss eine gut sichtbare Möglichkeit bestehen den Sound zu deaktivieren (z.B. „Sound an/aus“ oder durch einen stilisierten Lautsprecher).
- Mit dem Schließen oder Klick auf das Werbemittel (z.B. bei Layer Ads) muss der Sound beendet werden.

B. Allgemeine technische Spezifikationen: Expandable Ads

- Es besteht die Möglichkeit, dass das Werbemittel bei OnClick geöffnet bzw. geschlossen wird.
- Ein deutlich sichtbarer Schließen-Button muss vorhanden sein und dem User erlauben, das Werbemittel jederzeit schließen zu können.
- Durchsichtige (transparente) Flächen dürfen nicht klickbar sein.
- Das Werbemittel muss als eine Datei (eine Fläche, die zu Beginn teilweise verdeckt wird) angeliefert werden.
- Pre-Expanding: Werbemittel öffnet sich einmalig automatisch und schließt sich nach max. 10 Sekunden selbständig, ein deutlich sichtbarer Schließen-Button muss dem User ein vorzeitiges Schließen ermöglichen.

INDEX

A.

Allgemeine Informationen

- Anlieferung

B.

Allgemeine technische Spezifikationen

- HTML5
- Redirects
- Sound
- Expandable Ads

C.

Standardwerbformen

- Billboard
- Dynamic Sitebar
- Fullsize Banner
- Halfpage Ad
- Layer Ad
- Leaderboard
- Medium Rectangle
- Skyscraper
- Wide Skyscraper

D.

Sonderwerbformen

- Redaktionelle Werbemittel
- Pre-, Mid-, Post-Roll
- Pre-/Interstitial
- Sitebranding
- Sitebranding (Expandable)
- Standalone Newsletter
- Wallpaper

E.

Mobile Werbformen

- Mobile Banner
- Mobile Interscroller
- Mobile Interstitial
- Mobile Pre-Roll
- Mobile Rectangle

C. Standardwerbeformen

Werbeform	Abmessungen	Max. Gewicht	Sound	Stream	Formate	Redirect
Billboard	970 x 250	150 KB	Nur auf User Interaktion	Nur auf User Interaktion	JPG / PNG / HTML5	Ja
Dynamic Sitebar	≥300 x 600	150 KB	Nur auf User Interaktion	Nur auf User Interaktion	HTML5	Ja
Fullsize Banner	468 x 60	50 KB	Nein	Nein	JPG / PNG / HTML5	Ja
Halfpage Ad	300 x 600	150 KB	Nur auf User Interaktion	Nur auf User Interaktion	JPG / PNG / HTML5	Ja
Layer Ad	Siehe nachfolgende Seite					
Leaderboard	728 x 90	90 KB	Nein	Nein	JPG / PNG / HTML5	Ja
Medium Rectangle	300 x 250	90 KB	Nur auf User Interaktion	Nur auf User Interaktion	JPG / PNG / HTML5	Ja
Skyscraper	120 x 600	90 KB	Nein	Nein	JPG / PNG / HTML5	Ja
Wide Skyscraper	160-200 x 600	90 KB	Nein	Nein	JPG / PNG / HTML5	Ja

- Kein Autosound und Looping.
- Daten können mittels „Polite Load“ nachgeladen werden (max. 2 MB).
- Dynamic Sitebar: Anlieferung nur als Redirect. Die Auslieferung erfolgt in Friendly IFrames. Bitte kontaktieren Sie uns für Details.

C. Standardwerbeformen: Layer Ad

Format:	JPG / PNG / HTML5
Abmessungen:	400 x 400 (andere Größen auf Anfrage möglich)
Gewicht:	max. 150 KB
Redirect/3rd Party:	Ja
Hinweise:	

- Der Auslieferungs-Frame inklusive Schließfunktionalität wird von uns gestellt. Bei einem Redirect sind diesbezüglich folgende Punkte zu beachten:
 - Gut sichtbarer Schließen-Button, der das Wort "Close" oder "Schließen" enthält. Das Werbemittel muss sich nach max. 10 Sekunden schließen (bei Videostreamings nach Abspielen des Videos, max. 10 Sekunden Laufzeit) sowie nach Klick auf das Werbemittel.
 - Nach Schließen des Layers dürfen keine transparenten Flächen verbleiben.
- Automatisches Schließen nach max. 10 Sekunden (bei Videostreamings nach Abspielen des Videos, max. 10 Sekunden Laufzeit) sowie nach Klick auf das Werbemittel.
- Das Werbemittel muss als Werbung erkennbar sein.
- Keine klickbaren Flächen, die durchsichtig (transparent) sind.



INDEX

A.

Allgemeine Informationen

- Anlieferung

B.

Allgemeine technische Spezifikationen

- HTML5
- Redirects
- Sound
- Expandable Ads

C.

Standardwerbformen

- Billboard
- Dynamic Sitebar
- Fullsize Banner
- Halfpage Ad
- Layer Ad
- Leaderboard
- Medium Rectangle
- Skyscraper
- Wide Skyscraper

D.

Sonderwerbformen

- Redaktionelle Werbemittel
- Pre-, Mid-, Post-Roll
- Pre-/Interstitial
- Sitebranding
- Sitebranding (Expandable)
- Standalone Newsletter
- Wallpaper

E.

Mobile Werbformen

- Mobile Banner
- Mobile Interscroller
- Mobile Interstitial
- Mobile Pre-Roll
- Mobile Rectangle

D. Sonderwerbformen: Redaktionelle Werbemittel (nur GIGA.de)

Teaser Ad

- Grafik und Text: Grafik 300 : 190, Headline: max. 60 Zeichen, Text: max. 200 Zeichen



Sidebarteaser

- Grafik und Text: Grafik 300 : 190, Headline: max. 30 Zeichen, Text: max. 40 Zeichen



Artikelabbinder

- Grafik und Text: Grafik 300 : 190, Headline: max. 60 Zeichen, Text: max. 200 Zeichen



D. Sonderwerbformen: Redaktionelle Werbemittel (nur GIGA.de)

Checkout-Seite

- Grafik und Text: Grafik 300 x 250, Headline: max. 60 Zeichen, Text: max. 220 Zeichen



Textanzeigen innerhalb des redaktionellen Newsletters / Logo & Text

- Headline: max. 50 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
- Text: max. 300 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
- Grafik: 300 x 190 (GIF/JPG), muss den Schriftzug „Anzeige“ enthalten
- Link: Ziellink/Clickcommand



D. Sonderwerbeformen: Pre-, Mid-, Post-Roll

Container:	.mp4
Codec:	h264
Laufzeit:	max. 30 Sekunden
Auflösung (in Pixel):	640 x 360 (16:9)
Gewicht:	max. 200 MB
Audio:	48 oder 44 kHz, 16 Bit, Stereo
Framerate:	25 Frames
Redirect/3rd Party:	Ja (VAST bis Version 3.0/VPAID bis Version 2.0, Bitrates beachten).
Hinweise:	

- Bei physischer Anlieferung übernehmen wir bei Bedarf die Umwandlung in passende Formate. Bestandteil der Datenanlieferung: Video, Zählpixel (kein JS-Pixel) und Clickcounter (Click-Through-Tracking-Pixel). Zu einem Zählpixel dürfen maximal 2 zusätzliche Tracking-Pixel angeliefert werden. Trackings als secured und non-secured anliefern.
- Bitraten:
 - Online/Desktop: 750 Kb/s – 1 Mb/s
 - iPhone App: 384 Kb/s
 - iPad App: 568 Kb/s
 - Android Smartphone: 424 Kb/s
 - Android Tablet: 608 Kb/s
 - Mobile Website: 400 Kb/s



D. Sonderwerbformen: Prestitial/Interstitial

Format: JPG / PNG / HTML5
Abmessungen: 800 x 600 (andere Größen auf Anfrage möglich)
Gewicht: max. 200 KB (Video: 3 MB)
Redirect/3rd Party: Ja (Javascript nur in Ausnahmen, bitte Anfragen)
Hinweise:

- Das Werbemittel schließt sich nach max. 20 Sekunden (bei Videostreamings nach Abspielen des Videos, max. 20 Sekunden Laufzeit)
- Der Seitenhintergrund wird standardmäßig schwarz eingefärbt. Auf Wunsch kann die Einfärbung auch passend zum Werbemittel vorgenommen werden. Bitte geben Sie dazu den gewünschten Hexadezimalcode (z.B. FFFFFFFF) an.



D. Sonderwerbformen: Sitebranding

Format: JPG / PNG / HTML5

Abmessungen: Bitte wählen Sie eine Variante:

Variante 1 (für geringere Bildschirmauflösungen geeignet)

Seitenelemente schließen unter dem Topelement an: 1.300 x 150 (maximale Höhe 180px)

Seitenelemente docken neben dem Topelement an: 1.000 x 150 (maximale Höhe 180px)

Seitenelemente: 150 x 750

Variante 2 (nur bei größeren Bildschirmauflösungen vollständig sichtbar)

Seitenelemente schließen unter dem Topelement an: 1.600 x 180 (maximale Höhe 200px)

Seitenelemente docken neben dem Topelement an: 1.000 x 180 (maximale Höhe 200px)

Seitenelemente: 300 x 800

Abweichende Größen sind möglich. Bitte beachten Sie unsere Seitenbreite von 1.000 Pixel. Die Mehrheit unserer User hat eine Auflösung von mindestens 1.366 Pixel. Dies sollte bei der Gestaltung berücksichtigt werden.

Gewicht: max. 200 KB (pro Element)

Redirect/3rd Party: Ja, im Falle von HTML5 sind IFrames bevorzugt (ein IFrame pro Element)

Hinweise:

- Für die Hintergrundeinfärbung bitte den gewünschten Hexadezimalcode (z.B. FFFFFFFF) angeben.
- Das Werbemittel kann ein Video enthalten. Dieses kann wahlweise im Topelement oder in einem der Seitenelemente integriert werden.
 - Enthält ein Element ein Video, muss das Element als HTML5 angeliefert werden.
 - Das Video muss als *.mp4 sowie als *.webm/*.ogv (Fallback) eingebunden sein.
 - Laufzeit: max. 30 Sekunden
 - Gewicht: max. 3 MB



D. Sonderwerbformen: Expandable Sitebranding



Format:

JPG / PNG / HTML5

Abmessungen:

Bitte wählen Sie eine Variante:

Variante 1 (für geringere Bildschirmauflösungen geeignet)

Seitenelemente schließen unter dem Topelement an: 1.300 x 150-180 (Expandiert: max. 750px Höhe)

Seitenelemente docken neben dem Topelement an: 1.000 x 150-180 (Expandiert: max. 750px Höhe)

Seitenelemente: 150 x 750

Variante 2 (nur bei größeren Bildschirmauflösungen vollständig sichtbar)

Seitenelemente schließen unter dem Topelement an: 1.600 x 180-200 (Expandiert: max. 750px Höhe)

Seitenelemente docken neben dem Topelement an: 1.000 x 180-200 (Expandiert: max. 750px Höhe)

Seitenelemente: 300 x 750

Abweichende Größen sind möglich. Bitte beachten Sie unsere Seitenbreite von 1.000 Pixel. Die Mehrheit unserer User hat eine Auflösung von mindestens 1.366 Pixel. Dies sollte bei der Gestaltung berücksichtigt werden.

Gewicht:

max. 200 KB (pro Element)

Redirect/3rd Party:

Ja, im Falle von HTML5 sind IFrames bevorzugt (ein IFrame pro Element)

Hinweise:

- Das expandierende Topelement muss beim Öffnen/Schließen eine Nachricht per `window.postMessage` absenden. Anhand dieser Nachricht kann der z-index der Webseite von uns entsprechend angepasst werden.
- Die Klickfläche zum Öffnen/Schließen des Werbemittels muss gut sichtbar im Topelement angebracht sein.
- Für die Hintergrundeinfärbung bitte den gewünschten Hexadezimalcode (z.B. FFFFFFFF) angeben.
- Das Werbemittel kann ein Video enthalten. Dieses kann wahlweise im Topelement oder in einem der Seitenelemente integriert werden.
 - Enthält ein Element ein Video, muss das Element als HTML5 angeliefert werden.
 - Das Video muss als *.mp4 sowie als *.webm/*.ogv (Fallback) eingebunden sein.
 - Laufzeit: max. 30 Sekunden
 - Gewicht: max. 3 MB

D. Sonderwerbformen: Standalone Newsletter

Format:

JPG / PNG / HTML

Abmessungen:

max. 650 Pixel Breite, Höhe variabel

Hinweise:

- Betreffzeile: kurz und prägnant, max. 50 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
- Keine Wörter/Zeichen, die zu einer Spam-Einstufung führen könnten
- Keine Personalisierung möglich
- Ansprache in der „Du“-Form
- Link: Ziellink/Clickcommand

D. Sonderwerbformen: Wallpaper

Format:	JPG / PNG / HTML5
Abmessungen:	728 x 90 und 160 x 600 (andere Größen auf Anfrage möglich)
Gewicht:	max. 150 KB (pro Element)
Redirect/3rd Party:	Ja, als IFrames (ein IFrame pro Element)
Hinweise:	

- Tandem Werbemittel bestehend aus Leaderboard und Wide Skyscraper.
- Es gelten die Spezifikationen für Standardwerbemittel.
- Der Wide Skyscraper schließt rechts neben dem Leaderboard an.
- Der Skyscraper kann auf Wunsch sticky sein.
- Auf Wunsch mit klickbarem Hintergrund. Bitte den gewünschten Hexadezimalcode (z.B. FFFFFFFF) für die Hintergrundeinfärbung angeben.



INDEX

A.

Allgemeine Informationen

- Anlieferung

B.

Allgemeine technische Spezifikationen

- HTML5
- Redirects
- Sound
- Expandable Ads

C.

Standardwerbformen

- Billboard
- Dynamic Sitebar
- Fullsize Banner
- Halfpage Ad
- Layer Ad
- Leaderboard
- Medium Rectangle
- Skyscraper
- Wide Skyscraper

D.

Sonderwerbformen

- Redaktionelle Werbemittel
- Pre-, Mid-, Post-Roll
- Pre-/Interstitial
- Sitebranding
- Sitebranding (Expandable)
- Standalone Newsletter
- Wallpaper

E.

Mobile Werbformen

- Mobile Banner
- Mobile Interscroller
- Mobile Interstitial
- Mobile Pre-Roll
- Mobile Rectangle

E. Mobile Werbeformen: Mobile Banner

Format: JPG / PNG / HTML5

Abmessungen: 320 x 50

320 x 75

320 x 100

320 x 150

Gewicht: max. 40 KB

Redirect/3rd Party: Ja

Hinweise:

- Für hochauflösende Bildschirme (z.B. Retina) ist stets die doppelte Auflösung zu wählen.
- HTML5: Die Ausgabegröße des Werbemittels muss einer der oben angegebenen Größen entsprechen. Nur die Grafik dahinter sollte der Retina-Auflösung entsprechen.
- Das Werbemittel muss in einer der oberen Ecken mit einem „-w-“ als Werbung gekennzeichnet sein.



E. Mobile Werbeformen: Mobile Interscroller

Format:	JPG / PNG / HTML5
Abmessungen:	mindestens 320 x 320 bis maximal 320 x 528
Gewicht:	max. 150 KB HTML5: max. 250 KB / polite load ab einer Größe von 150 KB
Redirect/3rd Party:	Ja (IFrame)
Hinweise:	

- Ein innovatives Fullscreen Werbemittel, das innerhalb des redaktionellen Inhaltes integriert ist. Mit jedem Scroll wird das Werbemittel sukzessive aufgedeckt bis es vollständig sichtbar ist.
- Der vor dem ersten Scrollen sichtbare Bereich des Werbemittels beträgt 320 x 316 (First-Interaction-Area).
- Bei HTML5 ist zu beachten:
 - Die Content-Safe-Area darf max. 320 x 528 entsprechen, auch bei Anlieferungen im Format mit doppelter Pixeldichte.
 - Enthält das Werbemittel ein Video, so kann in diesem Bereich kein clicktag integriert werden.
 - Autoplay ist auf mobilen Endgeräten nicht möglich.
- Das Werbemittel wird durch uns als Werbung gekennzeichnet. Eine zusätzliche Kennzeichnung ist nicht notwendig. Bitte beachten Sie, dass durch die Kennzeichnung im oberen und unteren Bereich des Werbemittels jeweils bis zu 20px verdeckt sein können. Platzieren Sie daher in diesem Bereich keine wichtigen Informationen.



E. Mobile Werbeformen: Mobile Interstitial

Format:	JPG / PNG / HTML5
Abmessungen:	Portrait: 320 x 416 (Retina: 640 x 832) Landscape: 416 x 320 (Retina: 832 x 640)
Abmessungen Tablet:	Portrait: 768 x 1024 Landscape: 1024 x 768
Gewicht:	max. 150 KB
Redirect/3rd Party:	Ja (IFrame)
Hinweise:	

- Das Werbemittel schließt sich nach 5-7 Sekunden.
- Bei HTML5 ist zu beachten:
 - Die Ausgabegröße des Werbemittels muss 320 x 416 bzw. 416 x 320 betragen. Nur die Grafik dahinter sollte der Retina-Auflösung von 640 x 832 bzw. 832 x 640 entsprechen.
 - Enthält das Werbemittel ein Video, so kann in diesem Bereich kein clicktag integriert werden.
 - Autoplay ist auf mobilen Endgeräten nicht möglich.
- Das Werbemittel muss in der linken oberen Ecke mit einem „-w-“ als Werbung gekennzeichnet sein.
- Ein Schließen-Button wird von uns in der rechten oberen Ecke integriert. In diesem Bereich sollten demzufolge keine relevanten Bannerbestandteile liegen.



E. Mobile Werbeformen: Mobile Pre-Roll

Container:	.mp4
Codec:	h264
Laufzeit:	max. 30 Sekunden
Auflösung (in Pixel):	640 x 360 (16:9)
Bitrate:	max. 400 Kb/s
Audio:	48 oder 44 kHz, 16 Bit, Stereo
Framerate:	25 Frames
Hinweise:	

- Bei physischer Anlieferung übernehmen wir bei Bedarf die Umwandlung in passende Formate.
Bestandteil der Datenanlieferung: Video, Zählpixel (kein JS-Pixel) und Clickcounter (Click-Through-Tracking-Pixel). Zu einem Zählpixel dürfen maximal 2 zusätzliche Tracking-Pixel angeliefert werden.
Trackings als secured und non-secured anliefern.



E. Mobile Werbeformen: Mobile Rectangle

Format: JPG / PNG / HTML5
Abmessungen: 300 x 250
Gewicht: max. 50 KB
Redirect/3rd Party: Ja
Hinweise:

- Für hochauflösende Bildschirme (z.B. Retina) ist stets die doppelte Auflösung zu wählen.
- HTML5: Die Ausgabegröße des Werbemittels muss einer der oben angegebenen Größen entsprechen. Nur die Grafik dahinter sollte der Retina-Auflösung entsprechen.
- Das Werbemittel muss in einer der oberen Ecken mit einem „-w-“ als Werbung gekennzeichnet sein.



IHR ANSPRECHPARTNER

Daniel Janßen

Ad Manager

T +49 (0) 30 59 00 113 – 23

F +49 (0) 30 59 00 113 – 99

d.janssen@stroeermediabrands.de

Ströer Media Brands AG

Torstraße 49

10119 Berlin

www.stroeermediabrands.de

STRÖER

Alle dargestellten Informationen sind Eigentum der Ströer Group.
Eine Veröffentlichung und Nutzung, auch auszugsweise, ist nur nach
Rücksprache mit der Ströer Group gestattet.