

## Generelle Spezifikationen für Werbemittel und deren Anlieferungsfristen

Anlieferung der Werbemittel (gerne als \*.zip / \*.rar Datei) und technische Fragen per E-Mail an:

[banner@stroeerdigitalmedia.de](mailto:banner@stroeerdigitalmedia.de)

In der Email sollte der Kundenname, Kampagnenname, der Zeitraum der Kampagne, der Werbeträger, Zuordnung der Werbemittel bei einzelnen Platzierungen und ein Ansprechpartner für Rückfragen mit angegeben sein.

Übergabe der Werbemittel an Ströer Digital Media: mindestens 3 Werktage vor Schaltung bei Standardwerbemitteln (Leaderboard, Skyscraper, Medium Rectangle etc.).

Alle Standardwerbemittel sollten dem OVK-Standard entsprechen. Genauere Informationen erhalten Sie unter <http://www.iab.net/guidelines/508676/508767/displayguidelines>

Sonderformate (z.B. Tandem Ads, Expandable Ads, Layer, Wallpaper / Hockeystick, U-Shape (Fireplace), Banderole Ad, Splitscreen Ad, V.A.P.) müssen mindestens 5 Werktage vor Schaltung angeliefert werden. Diese Werbemittel müssen ggf. zusätzlich vom Publisher freigegeben werden.

Bei einem Werbemitteltausch muss exakt angegeben werden, welches Werbemittel getauscht werden soll, Anlieferungsfrist mindestens 3 Tage vor dem Tausch.

Die Ziel-URL einer Anzeige muss ordnungsgemäß funktionsfähig sein und zu einer (zum Kampagnenstart) funktionsfähigen Website führen. Sie darf nicht zu einer Email-Adresse oder einer Datei führen.

Die Anzeigen dürfen keine Downloads von Software auf den Computer eines Nutzers auslösen, ohne dass der Nutzer zuvor eindeutig und in auffälliger Weise über Installation, Betrieb und Entfernung der Software informiert wird und Gelegenheit hat, nach dieser Information die Installation der Software abzulehnen.

Bitte beachten, dass Fake-Werbemittel (z.B. Windowsfehlermeldungen oder nicht funktionierende Auswahlboxen) nicht angenommen werden.

Wenn die Anzeigen nicht die technischen Spezifikationen oder die inhaltlichen Grundsätze erfüllen, kann sich dadurch das Anfangsdatum für eine bestimmte Platzierung und / oder Kampagne verzögern. Sollte ein Anzeigeninhalt verspätet eintreffen oder nicht die technischen Spezifikationen erfüllen, behält sich Ströer Digital Media das Recht vor, die Kampagne um die Anzahl der Tage zu verschieben, die der Anzeigeninhalt verspätet eingetroffen ist, um die vertraglich vereinbarten Impression / Klick-Ziele zu erreichen.

Sollte eine außerplanmäßige Pausierung der Auslieferung während der Kampagnenlaufzeit aufgrund von Wartungs- / Umbauarbeiten an der Ziel-Seite oder bedingt durch einen Werbemittelwechsel nötig sein, so ist hierauf rechtzeitig hinzuweisen.

## 1. Allgemeine technische Spezifikationen

- 1.1 Sound
- 1.2 Redirects / Third-Party Tags
- 1.3 Expandable Ads
- 1.4 HTML5
- 1.5 Maximale CPU-Auslastung

## 2. Übersicht über die verschiedenen Werbeformen

- 2.1 Standardformate (Banner, Sky, Rectangle, etc.)
- 2.2 Layer
- 2.3 Interstitial (Prestitial)
- 2.4 Popunder
- 2.5 FullscreenVideoInterstitial
- 2.6 Expandable Ad
- 2.7 Tandem Ad
- 2.8 Banderole Ad
- 2.9 Wallpaper / Hockeystick (inkl. Hintergrundeinfärbung)
- 2.10 Splitscreen Ad
- 2.11 U-Shape (Fireplace)
- 2.12 Footer (Floor Ad)
- 2.13 Billboard
- 2.14 Sidebar
- 2.15 Pushdown
- 2.16 Sidekick
- 2.17 Instream Video Ads (Pre-,Mid-,Postrolls)
- 2.18 Multiscreen Pakete
- 2.19 VideoWall

### 1.1 Sound

Sound in Werbemitteln darf nur auf Userinteraktion stattfinden. Sollten Sie Soundeffekte / Musik in Ihrem Werbemittel verwenden wollen, berücksichtigen Sie bitte folgende Punkte:

- Der Soundeffekt darf nicht ohne Userinteraktion beim Starten des Werbemittels abgespielt werden.
- Der Sound darf nur per Klick oder per MouseOver (nur auf bestimmten Platzierungen auf Anfrage) starten. Bei MouseOver muss zwingend eine Auslöseverzögerung von mindestens 600ms (Nutzer muss den Mauszeiger 600ms auf dem Werbemittel halten ehe der Sound abgespielt wird) vorhanden sein.
- Der 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. gekennzeichnet durch die Wörter "Sound an/aus", "Ton an/aus" und / oder einen stilisierten Lautsprecher.
- Mit dem Schließen oder Klick auf das Werbemittel (z.B. bei Flash Layern) muss der Sound beendet werden.

## 1.2 Redirects / Third-Party-Tags

Als Redirects werden Ads bezeichnet, die nicht physisch auf dem AdServer von Ströer Digital Media vorhanden sind, sondern von einem anderen AdServer ausgeliefert werden. Ströer Digital Media bucht einen 'Verweis' auf den fremden AdServer ein.

Alle an uns gesendeten Redirects und Zählpixel müssen HTTPs vollständig unterstützen. Achten Sie darauf das Weiterleitungen an externe Server protokollunabhängig ausgeführt werden (Beispiel: [//www.andererServer.de](http://www.andererServer.de)).

Bitte beachten Sie für die Auslieferung von Ads als Redirects Folgendes:

- Redirects / Third-Party-Tags müssen bei Anlieferung zu Testzwecken freigeschaltet sein.
- Wenn in einer Anzeige Third-Party-Tags (Adform, Mediamind, Flashtalking, Adition etc.) verwendet werden, fügen Sie bitte spezifische Trafficking-Anweisungen (Klickzählung) bei, ebenso einen Ansprechpartner bei dem Drittpartner.
- 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.
- Bei expandierenden Werbemitteln und Layern dürfen nach dem Schließen bzw. Einklappen keine transparenten Flächen verbleiben.

## 1.3 Expandable Ads

- Es besteht die Möglichkeit, dass das Werbemittel bei OnClick (in diesem Fall muss ein Schließen-Button vorhanden sein) oder MouseOver geöffnet bzw. bei OnClick oder MouseOut geschlossen wird.
- Sobald der Nutzer die Maus von der Werbefläche entfernt, muss das Werbemittel wieder in den ursprünglichen Zustand gelangen.
- Durchsichtige (transparente) Flächen dürfen nicht klickbar sein.
- Das Format muss als eine Datei (eine Fläche, die zu Beginn teilweise verdeckt wird) angeliefert werden
- Eine Auslöseverzögerung von 600ms muss enthalten sein (Nutzer muss den Mauszeiger 600ms auf dem Werbemittel halten ehe es expandiert) - dies betrifft auch die Animation/Sound
- 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.
- Bitte beachten Sie bei der Anlieferung von Redirects Folgendes:
  - Der Layer muss durch zu ergänzende URL-Parameter frei positionierbar sein.
  - Expandierende Werbemittel müssen Selectboxen, die überdeckt werden, ausschalten und später wieder einschalten.
  - Nach dem Einklappen expandierender Werbemittel dürfen keine transparenten Flächen verbleiben.

## 1.4 HTML 5

HTML5 Werbemittel (inkl. CSS 3) können nur eingeschränkt eingesetzt werden, da die verwendeten Funktionalitäten aktuell nicht von allen Browsern (z.B. IE7 / 8) unterstützt werden.

Aus diesem Grund müssen die verwendeten Techniken auf Browserkompatibilität getestet und die lauffähigen Browser inkl. Betriebssystem bei Anlieferung bzw. Planung bekanntgeben, damit ein entsprechendes Targeting von Ströer Digital eingestellt werden kann.

Bibliotheken, wie sie z. B. Adobe Edge oder Google Swiffy Converter exportieren, können nur eingeschränkt eingesetzt werden und müssen vor Kampagnenstart getestet werden.

Die Benutzung von `document.write()` in Werbemitteln ist nicht erlaubt, benutzen Sie stattdessen DOM Methoden wie `appendChild()` oder `insertBefore()`

Physische Anlieferung nur für Standard-Formate (Leaderboard, Skyscraper, Medium Rectangle, Halfpage Ad, Billboard, Wallpaper) möglich. Hierfür benötigen wir eine Zip-Datei, die alle Elemente des Werbemittels enthält.

Bitte vermeiden Sie dabei das Referenzieren von externen Objekten.

Es muss zudem eine `index.html`-Datei als Startpunkt enthalten sein und alle eingebundenen Skripte sowie alle in der Zip-Datei enthaltenen Elemente sind mit relativer Pfadreferenzierung einzubinden.

Alle integrierten Pfade/Zählpixel müssen HTTPs vollständig unterstützen. Achten Sie darauf das Weiterleitungen an externe Server protokollunabhängig ausgeführt werden. (Beispiel: `//www.andererServer.de`).

### HTML5 Richtlinie:

<http://www.werbeformen.de/ovk/ovk-de/werbeformen/spezifikationen/html-5.html>

Bitte nutzen Sie für das Hosting und die Erstellung der Redirect Tags die Tools von Rich Media Dienstleistern wie z. B. AdForm, DoubleClick, Flashtalking, Mediamind. Weitere Rich-Media-Dienstleister müssen auf Anfrage vorab getestet werden.

Wird ein 3rd-Party-Redirect-Script bereitgestellt, gelten die Voraussetzungen für die Anlieferung von 3rd-Party-Tags. Die Agentur bzw. der Werbemittel-Host ist dann für die ordnungsgemäße Implementierung, ggf. Positionierung und Funktionalität der gesamten Werbeform auf den Seiten verantwortlich.

Das Bildmaterial sollte insgesamt max. 100 KB groß sein, jeweilige Videodateien sollten die Größe von max. 4 MB (polite load - H264/mp4 und VP8/WebM) nicht übersteigen.

Für komplexe HTML5-Sonderinsertationen kann auf Anfrage ein höherer Spielraum für das Gesamt-Dateigewicht der Werbeinszenierung gewährt werden. Diese Ausweitung wird nicht für Standardumsetzungen gewährt.

Eine Verwendung von Bibliotheken kann zu unerwünschten Seiteneffekten führen, deshalb ist eine Anlieferung innerhalb eines geschlossenen Frames (iFrame) erforderlich. Third-Party-Zählpixel und Clickcommands müssen bereits von der Kreation in das HTML integriert werden, ggf. können je nach Art des Redirects Klicks mitgezählt werden.

Bitte immer ein Werbemittel definiertes Fallback JPG/GIF ausspielen, wenn der Browser ein spezielles Feature oder eine verwendete Library nicht unterstützen kann.

## Wallpaper/UShapes (Fireplace)

Leaderboard und Skyscraper müssen immer einzeln in separaten Tags angeliefert werden: als IFrames

Redirect-1-Tag-Lösungen sind nicht auf allen Platzierungen möglich und auch nur, wenn diese mit URL-Parameter frei positionierbar sind und müssen vorab getestet werden.

## Local-Connect

HTML5-Werbeformate die mehrere Banner miteinander kombinieren und synchronisierte Animations-Sequenzen (local-connect) verwenden, müssen berücksichtigen, dass die Implementierung der Werbebanner in den beschriebenen Fällen mittels iFrame erfolgt.

Um mögliche Einschränkungen der Banner-Kommunikation durch die Same-Origin-Policy (SOP) zu vermeiden, besteht die Möglichkeit zur Einbindung einer Message-Bridge, die die Kommunikation zwischen Werbe-iFrames unter Beachtung der SOP legitimiert.

Insofern Sie ihre HTML5-Werbeformate über einen Rich-Media-Dienstleister hosten, klären Sie bitte im Vorfeld ob eine Lösung für synchronisierte Animations-Sequenzen zur Verfügung steht.

Ströer Digital geht dabei davon aus, dass das gelieferte Material dokumentiert ist und 1:1 ohne weiteren Eingriff verwendet werden kann. Die Agentur oder der Rich-Media-Dienstleister verantworten die Abstimmung und den Einbau der Nachrichten-Handler innerhalb der eigenen Werbeinszenierung zum Empfangen, Verarbeitung und Senden der übermittelten Nachrichten. Der Einbau muss bereits vor Anlieferung der Werbeanzeige durchgeführt worden sein. Die gleichen Voraussetzungen gelten auch im Fall, dass eine Anlieferung über ein HTML5-Zip-File erfolgt und Sie die Synchronisation von Animations-Sequenzen innerhalb Ihrer Kreation selbst verantworten.

## Video-Material

Sollte Ihre Werbeinszenierung Video-Material implementieren, ist die Anzeige als Third-Party-iFrame erforderlich. Die maximal Größe von 4 MB (für Online stationäres Web) im polite Download darf dabei nicht überschritten sowie die User-Experience durch das Laden des Banner-Materials im Rahmen einer geläufigen Rechnerkonfiguration nicht beeinflusst werden.

(mp4, 4:3 oder 16:9, H264/mp4 und VP8/WebM, maximal Full-HD 1920x1080, bit rates: 750 kbps – 1 Mbps, 15 – 25 frames per second)

## Polite Download

- Gewicht des initialen Ladens entspricht der zugrundeliegenden Werbeform
- Nach dem Initialload muss ein Werbemittelinhalt dargestellt sein (keine weiße Fläche)
- Das Nachladen darf erst nach dem Laden der Webseite gestartet werden, nicht sofort im Anschluss an den Initialload.

## Klickmessung

Die Schreibweise für Klicktags lautet: clicktag

Die Schreibweise für Multi-Klicktags lautet: clicktag, clicktag1, clicktag2

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:

2 HTML Links ohne zugewiesene Links:

```
<a href="#"clicktag" id="clicktag">IAB clicktag</a>  
  
<a href="#"clicktag2" id="clicktag2">IAB clicktag</a>
```

Mit diesen Javascript Zeilen lassen sich dann die Klicktags den HTML Elementen zuweisen:

```
<script>  
  
document.getElementById('clicktag').setAttribute('href',  
getUriParams.clicktag);  
  
document.getElementById('clicktag2').setAttribute('href',  
getUriParams.clicktag2);  
  
</script>
```

Funktionstest der clicktag-GET-Parameter für Übergabe an das Werbemittel.

Die Werbemittel sollen von der Kreativagentur auf funktionierende clicktag-Übergabe getestet werden, damit unnötige Feedbackschleifen ausgeschlossen werden können.

## Test:

html5werbemittel.html?clicktag=%LANDINGPAGE%

%LANDINGPAGE% ist mit einer Testzielseite zu ersetzen und muss URL - encoded übergeben werden (encodeURIComponent - Funktion).

Im Falle der Werbemittelanlieferung als:

- HTML5-Zip-File, stellen Sie die clicktag/Landingpage-Kombinationen in Ihrer Werbemittel-Mail zur Verfügung
- 3rd-Party-Redirect-Iframe, stellen Sie bitte die entsprechenden clicktag-GET-Parameter direkt in der iFrame-URL Ihres iFrame-Tags encodiert zur Verfügung.

Bitte beachten Sie ebenfalls, dass innerhalb eines Werbemittels keine getrennte Ausweisung von Multi-clicktags möglich ist. Klicks werden immer kumuliert pro Werbeform im Kennzahlen-Report ausgewiesen.

## 1.5 Maximale CPU Auslastung

Diese darf 30% bei einem Core 2 Duo E8400 (3 GHz – Release 2008) nicht überschreiten.  
Standardumfeld: 4GB Ram, GeForce 8er Serie / Radeon HD 4000er Serie (alles 2008).

## 2.1 Standards (Banner, Sky, Rectangle, etc.)

<b>Format</b>	<b>Abmessung</b>	<b>Dateigewicht HTML5</b>	<b>Dateigewicht .gif/.jpg/.png</b>
Fullbanner	468x60	100 KB	40 KB
Superbanner	728x90	100 KB	40 KB
Double Superbanner	728x180	100 KB	80 KB
Medium Rectangle	300x250	100 KB	40 KB
Skyscraper	120x600	100 KB	40 KB
Wideskyscraper	160x200/200x600	100 KB	40 KB
Halfpage Ad	300x600	100 KB	80 KB
Maxi Ad	640x480	100 KB	80 KB

Die Standardformate können Sie uns als Redirect oder als physisches Werbemittel zur Verfügung stellen.

Bitte beachten Sie die Punkte Redirects 1.2 und HTML5 1.4

## 2.2 Layer

Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
400x400 (Standard)	100 KB	40 KB

Bitte beachten Sie, dass für unseren Kinderchannel der Layer zwingend die zusätzliche Kennzeichnung „Werbung“ (Schriftgrad: 15-16pt), platziert auf der linken oberen Seite, enthalten muss.

- Gut sichtbarer Schließen-Button, der das Wort "Close" oder "Schließen" enthält
- Automatisches Schließen nach max. 20 Sekunden (bei Videostreamings nach Abspielen des Videos)
- Automatisches Schließen nach Klick auf das Werbemittel
- Keine klickbaren Flächen, die durchsichtig (transparent) sind
- Nach Schließen des Layers dürfen keine transparenten Flächen verbleiben.
- Bei Anlieferung von Redirects: Werbemittel muss durch ggf. zu ergänzende URL-Parameter frei positionierbar sein.
- Layer müssen Selectboxen, die überdeckt werden, ausschalten und später wieder einschalten.
- Weitere Sonderformate auf Anfrage.

## 2.3 Interstitial (Prestitial)

- Layer 100% Breite/Höhe inkl. farbigen Hintergrund mit zentrierten Container
- Werbemittel darf keinen eigenen Schließen-Button enthalten, dieser wird von Ströer Digital Media integriert
- Automatisches Schließen nach 15 Sekunden (bei Videostreamings nach Abspielen des Videos)
- Eine Anlieferung der Werbemittel ist lediglich als IFrame oder physisches WM, nicht aber als JavaScript-Redirect möglich
- Bei Anlieferung von Redirects: Werbemittel muss durch ggf. zu ergänzende URL-Parameter frei positionierbar sein.

## 2.4 Popunder

Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
800x600 (Standard)	100 KB	40 KB

- Wenn als Inhalt eines Pop-Unders eine Webseite des Kunden verwendet wird, darf diese keinesfalls eigene Pop-Ups/Pop-Under enthalten.
- Eine Anlieferung der Werbemittel ist lediglich als IFrame oder physisches WM, nicht aber als JavaScript-Redirect möglich.
- Weitere Sonderformate auf Anfrage.



## 2.5 FullscreenVideoInterstitial

Fullscreen-Layer inkl. Streaming Video: transparenter Layer 100% Breite/Höhe mit zentrierten Streaming Video 4:3 oder 16:9. (Standard)

- Es muss nur das Videofile H264/mp4 und VP8/WebM angeliefert werden! (siehe Punkt 2.17)
- Optional als Redirect (inkl. aller Funktionen, Schließen-Button) siehe Punkt Redirects 1.2
- Weitere Sonderformate auf Anfrage.

Bitte beachten Sie Punkt Sound 1.1

## 2.6 Expandable Ad

Format	Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
Exp. Superbanner	728x90 > 728x300	100 KB	40 KB
Exp. Skyscraper	120/160/200x600 >600x600	100 KB	40 KB
Exp.. Medium Rectangle	300x250 > individuell	100 KB	40 KB

Es besteht die Möglichkeit, dass das Werbemittel bei OnClick (in diesem Fall muss ein Schließen-Button vorhanden sein) oder MouseOver geöffnet bzw. bei OnClick oder MouseOut geschlossen wird.

Bitte beachten Sie Punkt Expandable Ads 1.3

## 2.7 Tandem Ad

Format	Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
Leaderboard + Layer	728x90 + 400x400 (Standard)	100 KB	40 KB
Skyscraper + Layer	160x600 + 400x400 (Standard)	100 KB	40 KB
Mrect + Layer	300x250 + 400x400 (Standard)	100 KB	40 KB
Leaderboard + Mrect	728x90 + 300x250 (Standard)	100 KB	40 KB
Leaderboard + Skyscraper	728x90 + 160x600 (Standard)	100 KB	40 KB

- Ein Tandem Ad besteht aus mind. 2 Standardbannern oder einem Standardbanner + Layer (siehe Punkt 2.1 + 2.2).
- Es besteht die Möglichkeit, dass das Werbemittel bei OnClick (in diesem Fall muss ein Schließen-Button vorhanden sein) oder MouseOver geöffnet bzw. bei OnClick oder MouseOut geschlossen wird.
- Weitere Sonderformate auf Anfrage.

## 2.8 Banderole Ad

Format	Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
Banderole Ad	770x250	100 KB	40 KB
Remindergrafik gif,jpeg (optional)	21x250	100 KB	40 KB

- Das Banderole Ad wirkt wie ein bedruckter Papierstreifen, der um den Content „gewickelt“ ist.
- Wir benötigen Standard- Flash-Werbemittel inkl. Fallback mit optionalem Reminder-Gif. Positionierung des Werbemittels und alle Funktionen (Ein-und Ausklappen, Reminder) erfolgen über unser Werbemittel-Template.
- Eine Anlieferung der Werbemittel ist als IFrame oder physisches WM, nicht aber als JavaScript-Redirect möglich, ohne Funktionen (Ein-und Ausklappen, Reminder) oder optional als Redirect (inkl. aller Funktionen Ein-und Ausklappen, transparenter Hintergrund, Reminder) möglich.
- Automatisches Schließen nach max. 15-20 Sekunden (bei Videostreamings nach Abspielen des Videos)

Bitte beachten Sie Punkt Layer 2.2

## 2.09 Wallpaper / Hockeystick

Format	Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
Wallpaper	Standard 728x90 + 160/200x600 (Seitenabhängig)	100 KB	40 KB
Expandable Wallpaper	Standard 728x90 + 160/200/400x600 (Seitenabhängig)	100 KB	40 KB

Für die Anlieferung eines Wallpapers sind die jeweiligen Spezifikationen des einzelnen Werbemittelformates (Banner & Skyscraper) zu beachten:

- Die physischen Werbemittel müssen immer einzeln (Leaderboard und Skyscraper) in separaten Tags angeliefert werden: als IFrames.
- 1-Tag-Lösungen je nach Platzierung auf Anfrage.
- Bei der Kreation bitte beachten, ob der Skyscraper rechts oder von unten an den Banner anschließt, ein Hinweis beim Senden der Werbemittel ist immer hilfreich. Beide Möglichkeiten können unabhängig von der Website von Ströer Digital Media umgesetzt werden
- Bei Einfärbung bitte Info zum entsprechenden Farbcode mitteilen. (z.B.: #000000)
- Ein klickbarer Hintergrund je nach Platzierung ist auf Anfrage möglich.
- Weitere Sonderformate und Platzierungen auf Anfrage.

## 2.10 Splitscreen Ad

Format	Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
Splitscreen Ad	300x600	100 KB	40 KB
Remindergrafik gif,jpeg (optional)	100x20	100 KB	40 KB

- Das Splitscreen Ad (platziert über den Skyscraper-Platz) legt sich über die Seite und lässt sich dann über den Reminder-Button minimieren/maximieren.
- Wir benötigen Standard- Flash-Werbemittel inkl. Fallback mit optionalem Reminder-Gif. Positionierung des Werbemittels und alle Funktionen (Ein-und Ausklappen, Reminder) erfolgen über unser Werbemittel-Template.

## 2.11 U-Shape (Fireplace)

Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
Individuell (auf Anfrage)	300 KB	120 KB

- Bitte bei der Kreation beachten, dass die Skyscraper entweder rechts bzw. links oder von unten an den Topbanner anschließen, ein Hinweis beim Senden der Werbemittel ist immer hilfreich. Beide Möglichkeiten können unabhängig von der Website von Ströer Digital Media umgesetzt werden, wobei für beide Skyscraper die gleiche Variante eingesetzt werden muss.
- Die Werbemittel müssen immer einzeln angeliefert werden.
- Redirect-1-Tag-Lösungen je nach Platzierung auf Anfrage.
- Aktuelle, maximale U-Shape-Formate immer auf Anfrage - diese beziehen sich stets auf die Lösung "Skyscraper dockt von rechts bzw. links am Banner an" – demzufolge hat der Banner die exakte Contentbreite.
- Bei einer Einfärbung bitte den entsprechenden Farbcode mitteilen. (z.B.: #000000)
- Weitere Sonderformate und Platzierungen auf Anfrage.

## 2.12 Footer Ad (Floor Ad)

Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
1260x60px > 1260x200px	100 KB	40 KB

Folgende Punkte sollte bei der Erstellung der Werbemittel beachtet werden:

- Im expandierten und geschlossenen/eingefahrenen Zustand: gut sichtbarer Schließen-Button, der das Wort "Close" oder "Schließen" enthält (rechts unten im Werbemittel platziert)
- Im geschlossenen/eingefahrenen Zustand: gut sichtbarer Expansions- bzw. Open-Button
- Automatisches Schließen bzw. Einfahren nach Klick auf das Werbemittel
- Keine klickbaren Flächen, die durchsichtig (transparent) sind
- Nach Schließen bzw. Einfahren des Footer Ads dürfen keine transparenten Flächen verbleiben
- Eine Auslöseverzögerung von 600ms muss enthalten sein (Nutzer muss den Mauszeiger 600ms auf dem Werbemittel halten ehe es expandiert) - dies betrifft auch die Animation.
- Das Footer Ad können Sie uns als Redirect (inkl. aller Funktionen) oder als physisches Werbemittel (auch in 2 Teilen möglich\*) zur Verfügung stellen.

\*Bei getrennt angelieferten Dateien ist zu beachten, dass die Aktivierung im Standard Werbemittel und das Beenden im expandierten Werbemittel integriert werden muss.

Bitte beachten Sie Punkt Layer 2.2

## 2.13 Billboard

Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
770x250 Standard	120 KB	40 KB

Das Billboard können Sie uns als Redirect oder als physisches Werbemittel zur Verfügung stellen. Weitere Sonderformate und Platzierungen bitte jeweils auf Anfrage.

## 2.14 Sidebar

Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
200/300x600 Standard (dynamisch frei skalierbar)	100 KB	40 KB

- Eine Minimalskalierung auf 50% der Originalgröße wird empfohlen (Lesbarkeit).
- Eine Anlieferung ist vorzugsweise als physisches Werbemittel - oder Redirect nach Prüfung - möglich (bitte beachten Sie 5 Arbeitstage Vorlaufzeit für ein erfolgreiches Testing).
- Platzierungen bitte jeweils auf Anfrage.

## 2.15 Pushdown

Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
728(bis Seitenbreite)x90 > 728(bis Seitenbreite)x300 770(bis Seitenbreite) x250 > 770(bis Seitenbreite) x 500	100 KB	40 KB

- Die erstmalige und automatische Expansion des Pushdown Ads darf max. 7 Sekunden betragen, danach muss sich die Werbeform automatisch schließen.
- Der wiederholte Expansions- bzw. Pushdown-Effekt darf nur auf Interaktion (Mouse Over/ Out) des Nutzers erfolgen.
- Fährt ein Nutzer mit der Maus über das Werbemittel expandiert die Fläche. Verlässt der Nutzer mit der Maus die Gesamtfläche zieht sich die Werbeform in das Ursprungsformat zurück.
- Eine Auslöseverzögerung von 600ms muss enthalten sein (Nutzer muss den Mauszeiger 600ms auf dem Werbemittel halten ehe es expandiert) - dies betrifft auch die Animation/Sound
- Gut sichtbarer Schließen-Button, der das Wort "Close" oder "Schließen" enthält
- Nach dem Klick auf den Schließen-Button sollte das Pushdown Ad automatisch schließen.
- Durchsichtige (transparente) Flächen dürfen nicht klickbar sein
- Redirects sind ebenfalls möglich, diese sollten allerdings genau mit unserem AdOperations-Team abgestimmt werden.
- Weitere Sonderformate und Platzierungen auf Anfrage.

## 2.16 Sidekick

Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
160/200x600 > 800x600	100 KB	40 KB

- Nur über Redirects (inkl. aller Funktionen) möglich, diese sollten allerdings genau mit unserem AdOperations-Team abgestimmt werden.
- Der Expansions- bzw. Sidekick-Effekt darf nur auf Interaktion (Mouse Over/ Out) des Nutzers erfolgen.
- Fährt ein Nutzer mit der Maus über das Werbemittel expandiert die Fläche. Verlässt der Nutzer mit der Maus die Gesamtfläche zieht sich die Werbeform in das Ursprungsformat zurück.
- Gut sichtbarer Schließen-Button, der das Wort "Close" oder "Schließen" enthält
- Nach dem Klick auf den Schließen-Button sollte das Sidekick Ad automatisch schließen.
- Durchsichtige (transparente) Flächen dürfen nicht klickbar sein.

## 2.17 InStream Video Ad (Pre-,Mid-,Postrolls)

- Für eine bestmögliche Qualität, bitte eines der folgenden Formate anliefern: MP4 ,AVI, MPEG oder MOV (H264/mp4 und VP8/WebM)
- Angelieferte Qualität sollte immer hochauflösender sein als später im Web
- Entsprechendes Encoding und Resizing der Video Ads erfolgt durch Ströer Digital Media
- Abmessung: 640x360 (CCIR601/DV PAL oder 16:9 anamorph), alternativ 1024x576 oder 1920x1080 (bei Fullscreenformaten vorteilhaft), da hier keine Anpassung möglich ist.
- Bereitstellung des Rohformats idealerweise per Webserver zum Download (max. Dateigröße von 100 MB)
- Maximale Spotlängen des Video Ads müssen beachtet werden
- Auslieferung des Werbespots erfolgt ausschließlich als Progressive Download über den Adserver von Ströer Digital Media
- Einbau eines Zählpixels ist selbstverständlich möglich.
- Hierbei handelt es sich prinzipiell um ein *Pixel* (die Einbindung erfolgt über einen <img>-Tag).
- Javascript-Aufrufe werden abgelehnt.
- Alle Zählpixel müssen HTTPs vollständig unterstützen.
- Framerate: 25 Frames
- Max. 30 Sek
- Platzierungen bitte jeweils auf Anfrage.

## 2.18 Multiscreen Pakete

Billboard – Sticky Halfpage Ad – Floor Ad- Interactive Cube. Bitte beachten Sie (siehe Punkt HTML5 1.4)

Desktop + Tablet:

Format	Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png	
Billboard	770x250 Standard	120 KB	80 KB	
Footer Ad	1260x60px > 1260x200px	100 KB	40 KB	
Halfpage Ad	300x600	100 KB	80 KB	
Interactive Cube	transparenter Layer 100%Breite/Höhe mit zentrierten Streaming Video 4:3 oder 16:9. (Standard)			Umsetzung über Third-Party (Mediamind, Flashtalking, DoubleClick Studio)

Mobile:

Format	Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png	
Mobile Banner 2:1	320x150 bzw. 640x300 [2x Dichte(Retina)]	55 KB	40 KB	siehe Mobile Spezifikationen
Mobile Sticky Banner	320x50 bzw. 640x100 [2x Dichte(Retina)]	40 KB	40 KB	siehe Mobile Spezifikationen
Mobile Interstitial	320x416 px bzw. 640x832 px [2X Dichte(Retina)]	80 KB	40 KB	siehe Mobile Spezifikationen
Interactive Cube	transparenter Layer 100%Breite/Höhe mit zentrierten Streaming Video 4:3 oder 16:9. (Standard)			Umsetzung über Third- Party (Mediamind, Flashtalking, DoubleClick Studio)

## 2.19 VideoWall

Abmessung	Dateigewicht HTML5	Dateigewicht .gif/.jpg/.png
100%	300 KB	40 KB

Die VideoWall setzt sich aus 2 Formaten Billboard + Fullscreenlayer zusammen:

- Fullscreen-Layer inkl. Streaming Video: 100% Breite/Höhe
- Billboardgrößen bitte auf Anfrage je nach Platzierung.

Anlieferung nur in separaten Teilen je Format (Billboard + Fullscreenlayer) als Third-Party-Tags über einen Rich Media Dienstleister. Bitte nutzen Sie für das Hosting und die Erstellung die Tools von Rich Media Dienstleistern wie z. B. Flashtalking, Sizmek.

Die Werbemittel sollten mindestens 5 Werktage vor Schaltung angeliefert werden.