

## Generelle Spezifikationen für Werbemittel und deren Anlieferungsfristen

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

[campaignmanagement@motorpresse.de](mailto:campaignmanagement@motorpresse.de)

In der Email sollte der Kundename, 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 die Motor Presse Stuttgart: 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 / Hockystick, 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 dem 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 Sie, dass Fake-Werbemittel (z.B. Windowsfehlermeldungen oder nicht funktionierende Auswahlboxen) nicht angenommen werden.

Wenn die Anzeigen nicht den technischen Spezifikationen oder den inhaltlichen Grundsätzen entsprechen, kann sich dadurch das Anfangsdatum für eine bestimmte Platzierung und / oder Kampagne verzögern.

Sollte ein Anzeigeninhalt verspätet eintreffen oder nicht den technischen Spezifikationen entsprechen, behält sich die Motor Presse Stuttgart 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.

## Inhalt

<b>1. Allgemeine technische Spezifikationen .....</b>	<b>3</b>
1.1 Sound.....	3
1.2 Redirects / Third-Party-Tags .....	3
1.3 Richmedia / HTML-Banner .....	3
1.4 Flash-Werbemittel.....	4
1.5 Expandable Ads .....	6
1.6 HTML 5.....	6
1.7 Maximale CPU Auslastung.....	8
<b>2. Übersicht über die verschiedenen Werbeformen.....</b>	<b>9</b>
2.1 Standards (Banner, Sky, Rectangle, etc).....	9
2.2 Layer .....	9
2.3 Interstitial (Prestitial) .....	9
2.4 Popunder .....	10
2.5 FullscreenVideoInterstitial.....	10
2.6 Expandable Ad .....	10
2.7 Tandem Add .....	10
2.8 Banderole Ad .....	11
2.9 Wallpaper/Hockeystick.....	11
2.10 Splitscreen Ad .....	12
2.11 U-Shape (Fireplace) .....	12
2.12 Footer Ad (Floor Ad).....	12
2.13 Billboard .....	13
2.14 Sidebar .....	13
2.15 Pushdown .....	13
2.16 Sidekick.....	14
2.17 InStream Video Ad (Pre-, Mid-, Postrolls).....	14
2.18 Multiscreen Pakete .....	15
2.19 Video Wall.....	16

## 1. Allgemeine technische Spezifikationen

### 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 vorhanden sind, sondern von einem anderen AdServer ausgeliefert werden. Die Motor Presse Stuttgart bucht somit im Prinzip einen 'Verweis' auf den fremden AdServer ein.

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 Richmedia / HTML-Banner

- Bei Richmedia-Bannern ist darauf zu achten, dass es durch eine geeignete Benennung der Variablen und Elemente möglichst keine ungewollten Interaktionen zwischen Bannern einer Kampagne oder gar zwischen den Bannern und Seiteninhalten kommt
- Sollte das Werbemittel die Form-Methode enthalten, so nutzen sie bitte nur die „GET“ Funktion.
- style-Klassen-Namen dürfen nur aus den Zeichen A-Z, a-z, 0-9 bestehen

- Bitte entfernen Sie alle „Comments, Spaces & Tabs“ aus dem Code. Genauere Spezifikationen erhalten Sie auf Anfrage
- Bei allen Klicks (z.B. HREF und FORM ACTION) darf target="\_blank" nicht vergessen werden, damit die Ziel-URL auch in einem neuen Fenster dargestellt wird

#### 1.4 Flash-Werbemittel

Liefern Sie bitte immer bei Flash-Werbemitteln zusätzlich ein alternatives Bild (GIF, JPEG) mit an. Dieses Bild wird dann an Benutzer ausgeliefert, die Flash deaktiviert haben oder es nicht angezeigt werden kann.

Bitte hinterlegen Sie keine direkten URLs im Flashwerbemittel, da wir ansonsten keine Klickauswertung zur Verfügung stellen können. Wir übergeben beim Einbau der Werbemittel die Ziel-URL und das Zielfenster an das Werbemittel und nehmen eine Klickzählung vor.

Um eine reibungslose Auswertung der Klicks sicherzustellen, berücksichtigen Sie bitte folgende Punkte:

- Die verlinkende(n) Schaltfläche(n) sollte(n) immer in der obersten Ebene/Film (Layer) der Flash Zeitlinie liegen. Sollte dies nicht möglich sein, weisen sie bitte der Schaltfläche die Variable root.clickTag (ActionScript 2.0) oder \_level0.clickTag (ActionScript 2.0) zu
- Sollten Sie eine andere Schreibweise des clickTag's benutzt haben (z.B. clicktag, clickTAG) weisen Sie uns bitte unbedingt bei Anlieferung des Werbemittels darauf hin
- Die Veröffentlichung der Flashdatei muss in Flash-Version 8 oder neuer erfolgen (24fps)
- Kommunikation zwischen Flash-Banner und Flash-Skyscraper mittels "LocalConnection", die den Aufbau bzw. Ablauf der Werbeform steuert, ist erlaubt [http://help.adobe.com/en\\_US/FlashPlatform/reference/actionscript/3/flash/net/LocalConnection.html](http://help.adobe.com/en_US/FlashPlatform/reference/actionscript/3/flash/net/LocalConnection.html)
- Die Animationslänge ist nicht beschränkt, ebenso sind Loops erlaubt

Beispiel (ActionScript 2.0):  
on (release) {  
getURL(clickTag, "\_blank");}

Endergebnis mit root (ActionScript 2.0):  
on (release) {  
getURL(\_root.clickTag, "\_blank"); }

Endergebnis (Actionscript 3.0):

Funktionsaufruf für den clickTag erfolgt über event.listener.

Es muss ein Instanzname für die Schaltfläche vergeben werden z.B. Button, im Schlüsselbild der Zeitleiste wird folgendes Script hinterlegt:

```
import flash.external.ExternalInterface;
var clickUri:String = new String(root.loaderInfo.parameters.clickTag);
var clickTarget:String = new String(root.loaderInfo.parameters.clicktarget);
var clickUriRequest:URLRequest = new URLRequest(clickUri);
// Aktion die beim Click ausgeführt werden soll
function clickHandler(event:MouseEvent):void {
    // Prüfen ob externe Schnittstelle vorhanden, wenn nicht navigateToUrl
    if (ExternalInterface.available) {
        // Browser Check
        var isIe:Boolean = ExternalInterface.call("function() { return /Trident/.test(navigator.userAgent)
}");
        // Browser = IE?
        if (isIe) {
            ExternalInterface.call("window.open", clickUri, clickTarget);
        } else {
            navigateToURL(clickUriRequest, clickTarget);
        }
    } else {
        navigateToURL(clickUriRequest, clickTarget);
    }
}
// ClickHandler der Klickfläche
clickButton.addEventListener(MouseEvent.CLICK, clickHandler);
```

Bei der Anlieferung von Flash-Dateien ist folgendes zu beachten:

Aktivierung:  
//MouseOver Actionscript:  
on (rollOver) {fscommand("expStart", "");}

Beenden:  
//MouseOut Actionscript:  
on (rollOut) {fscommand("expEnde", "");}

- Diese Flash-Befehle sorgen lediglich dafür, die Fläche für den expandierenden Bereich bereitzustellen und zu schließen, der Flash-Film wird hierdurch aber nicht gesteuert
- Bei Flash-Werbemitteln muss zusätzlich ein Fallback-GIF angeliefert werden Bitte beachten Sie bei der Anlieferung von Redirects Folgendes:
  - Ein 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

## 1.5 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 Werbemittel 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

## 1.6 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 der Motor Presse Stuttgart 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.

Physische Anlieferung nur für Standard-Formate (Leaderboard, Skyscraper, Medium Rectangle, HalfpageAd, Billboard) 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.

### **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) 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 in separaten Tags (iFrames) anliefern.

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.

Die Motor Presse Stuttgart 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, maximal Full-HD 1920×1080, 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

### **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:  
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.

### 1.7 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. Übersicht über die verschiedenen Werbeformen

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

	<b>Format (Pixel)</b>	<b>Dateigröße</b>
Fullbanner	468x60	40 kB
Superbanner	728x90	40 kB
Double Superbanner	728x180	80 kB
Medium Rectangle	300x250	40 kB
Skyscraper	120x600	40 kB
Wideskyscraper	160x600/200x600	40 kB
HalfpageAd	300x600	80 kB
Maxi Ad	640x480	80 kB

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

Bitte beachten Sie Punkt 1.2

### 2.2 Layer

<b>Format (Pixel)</b>	<b>Dateigröße</b>
400x400 (Standard)	60 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 Flash Layers dürfen keine transparenten Flächen verbleiben
- Close-Funktion in Flash wird folgendermaßen aufgerufen:

```
//Closebutton
on (release){ fscommand("adlayerhider");}
```

- Bei Anlieferung von Redirects: Werbemittel muss durch ggf. zu ergänzende URL-Parameter frei positionierbar sein
- Flash 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 Flash-Container (swf)
- Werbemittel darf keinen eigenen Schließen-Button enthalten, dieser wird von der Motor Presse Stuttgart

- 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

Format (Pixel)	Dateigröße
800x600 (Standard)	60 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 angeliefert werden! (siehe Punkt 2.17)
- Optional als Redirect (inkl. aller Funktionen, Schließen-Button)
- Weitere Sonderformate auf Anfrage

Bitte beachten Sie Punkt 1.1

#### 2.6 Expandable Ad

	Format (Pixel)	Dateigröße
Exp. Superbanner	728x90 > 728x300	80 kB
Exp. Skyscraper	120/160/200x600 >600x600	80 kB
Exp. Medium Rectangle	300x250 individuell	80 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 1.5

#### 2.7 Tandem Add

	Format (Pixel)	Dateigröße
Leaderboard + Layer	728x90 + 400x400 (Standard)	80 kB
Skyscraper + Layer	120x600 + 400x400 (Standard)	80 kB

Mrect + Layer	300x250 + 400x400 Standard	80 kB
Leaderboard + Mrect	728x90 + 300x250 (Standard)	80 kB
Leaderboard + Skyscraper	728x90 + 160x600 (Standard)	80 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

	<b>Format (Pixel)</b>	<b>Dateigröße</b>
Banderole Ad	770x250	80 kB
Remindergrafik gif, jpeg (optional)	21x250	80 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
- Die 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 möglich - allerdings *ohne* Funktionen (Ein-und Ausklappen, Reminder). Optional als Redirect (inkl. aller Funktionen Ein-und Ausklappen, transparenter Hintergrund, Reminder)
- Ein JavaScript Redirect ist nicht möglich
- Automatisches Schließen nach max. 15-20 Sekunden (bei Videostreamings nach Abspielen des Videos)
- Bitte beachten Sie Punkt 2.2

## 2.9 Wallpaper/Hockeystick

	<b>Format (Pixel)</b>	<b>Dateigröße</b>
Wallpaper	Seitenabhängig	100 kB
Exp. Wallpaper	Seitenabhängig	120 kB

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

- Die physischen Werbemittel (swf + Fallback) müssen immer einzeln angeliefert werden
- Optional können Leaderboard und Skyscraper in separaten Tags angeliefert werden: als iFrames oder JavaScript-Redirects (nur wenn diese mit URL-Parameter frei positionierbar sind)
- Redirect-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 der Motor Presse Stuttgart umgesetzt werden
- Bei Einfärbung bitte Info zum entsprechenden Farbcode mitteilen. (z.B.: #000000)

- Ein klickbarer Hintergrund je nach Platzierung ist auf Anfrage möglich
- Eine Kommunikation zwischen Flash-Banner und Flash-Skyscraper mittels "LocalConnection" ist erlaubt
- Weitere Sonderformate und Platzierungen auf Anfrage

### 2.10 Splitscreen Ad

	<b>Format (Pixel)</b>	<b>Dateigröße</b>
Splitscreen Ad	300x600	80 kB
Remindergrafik gif, jpeg (optional)	100x20	80 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
- Die Positionierung des Werbemittels und alle Funktionen (Ein-und Ausklappen, Reminder) erfolgen über unser Werbemittel-Template

### 2.11 U-Shape (Fireplace)

<b>Format (Pixel)</b>	<b>Dateigröße</b>
Individuell (auf Anfrage)	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 der Motor Presse Stuttgart 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)
- Eine Kommunikation zwischen Flash-Banner und Flash-Skyscraper mittels "LocalConnection" ist erlaubt
- Weitere Sonderformate und Platzierungen auf Anfrage

### 2.12 Footer Ad (Floor Ad)

<b>Format (Pixel)</b>	<b>Dateigröße</b>
1260x1300 > 1260x350	80 kB

- 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

Bitte beachten Sie Punkt 2.2

### 2.13 Billboard

Format (Pixel)	Dateigröße
770x250 Standard	100 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

Format (Pixel)	Dateigröße
200/300x600 Standard (Dynamisch frei skalierbar)	80 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

Format (Pixel)	Dateigröße
728(bis Seitenbreite)x90 > 728(bis Seitenbreite)x300 770(bis Seitenbreite) x250 > 770(bis Seitenbreite) x 500	80 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

© Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG

- Redirects sind ebenfalls möglich, diese sollten allerdings genau mit unserem AdOperations-Team abgestimmt werden
- Weitere Sonderformate und Platzierungen auf Anfrage

Zum Expandieren muss das WM einen fsCommand aufrufen:

```
fscommand ("pushdownstart")
```

Dieses darf beim erstmaligen automatischen Pushdown erst nach drei Sekunden erfolgen. Beim erneuten Expandieren durch Mouseover ist keine Verzögerung notwendig.

Zum Schließen:

```
fscommand ("pushdownstop")
```

Dieser fsCommand muss bei MouseOut, Betätigung des Schließen-Button und nach sieben Sekunden Expansion aufgerufen werden.

## 2.16 Sidekick

Format (Pixel)	Dateigröße
160/200x600 > 800x600	100 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
- Weitere Sonderformate und Platzierungen auf Anfrage

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

- Für eine bestmögliche Qualität, bitte eines der folgenden Formate anliefern: MP4, AVI, MPEG oder MOV
- Angelieferte Qualität sollte immer hochauflösender sein als später im Web
- Entsprechendes Encoding und Resizing der Video Ads erfolgt durch die Motor Presse Stuttgart
- MP4-Dateien müssen in der richtigen Auflösung (16:9; 640x360px) und Bitrate (max. 900kbit/s) angeliefert werden, 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
- Platzierungen bitte jeweils auf Anfrage

## 2.18 Multiscreen Pakete

Billboard – Sticky Halfpage Ad – Floor Ad- Interactive Cube

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.

Bitte beachten Sie (siehe Punkt 1.6)

Desktop + Tablet:

	<b>Format (pixel)</b>	<b>Dateigröße</b>	
Billboard	770x250 Standard	100 kB	siehe Punkt 2.13
Footer Ad (Floor Ad)	1260x60 > 1260x200	80 kB	siehe Punkt 2.12
Halfpage Ad	300x600	80 kB	siehe Punkt 2.1
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:

	<b>Format (pixel)</b>	<b>Dateigröße</b>	
Mobile Banner 2:1	320x150 bzw. 640x300 (Retina)	55 kB	siehe mobile Spezifikationen
Mobile Sticky Banner	320x50 bzw. 640x100 (Retina)	40 kB	siehe mobile Spezifikationen
Mobile Interstitial	320x416 bzw. 640x832 (Retina)	80kb	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 Video Wall

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.