



GENERELLE SPEZIFIKATIONEN FÜR WERBEMITTEL UND DEREN ANLIEFERUNGSFRISTEN

Inhaltsverzeichnis



ALLGEMEINE INFORMATIONEN

[Anlieferung, technische Kontrolle und irreführende Werbung](#)..... S. 03

ONLINE WERBEFORMEN

Standardwerbformen

[Super Banner](#)..... S. 04

[Skyscraper](#)..... S. 04

[Medium Rectangle](#)..... S. 04

[AdBundle](#)..... S. 04

Sonderwerbformen

[Halfpage Ad](#)..... S. 05

[Billboard](#)..... S. 06

[Wallpaper](#)..... S. 08

[U-Shape \(seitliche Skyscraper\)](#)..... S. 10

[U-Shape \(Skyscraper von unten\)](#)..... S. 12

[Banderole Ad](#)..... S. 14

[Sitebar](#)..... S. 15

[Video Wall](#)..... S. 16

[InStream Video Ad \(Pre-, Mid-, Postroll\)](#)..... S. 17

Mobile Werbformen

[Mobile Banner, Mobile Medium Rectangle](#)..... S. 18

TECHNISCHE INFORMATIONEN

[Sound, Redirects/Third Party Tags, Protokoll](#)..... S. 19

[Richmedia/HTML-Banner, Expandable Ads](#)..... S. 20

[HTML 5](#)..... S. 21

[Maximale CPU-Auslastung](#)..... S. 24

ANSPRECHPARTNER

[Campaign Management](#)..... S. 25

Allgemeine Informationen

Anlieferung

Anlieferung der Werbemittel und technische Fragen per Mail an campaignmanagement@motorpresse.de

Für Standardwerbemittel gilt eine Anlieferungsfrist von **3 Werktagen**.
Für Sonderwerbformen gilt eine Anlieferungsfrist von **5 Werktagen**.

Folgende Informationen werden benötigt:

- Kundename, Kampagnenname, Kampagnenzeitraum, Werbeträger, Zuordnung der Werbemittel bei einzelnen Platzierungen durch entsprechende Benennung
- Verlinkung „<http://www.zielurl.de>“

Bei einem Werbemitteltausch muss exakt angegeben werden, welches Werbemittel getauscht werden soll.

Anlieferungsfrist mindestens **3 Werktage** vor dem Tausch.

Alle Standardwerbemittel sollten dem OVK-Standard entsprechen.
Genauere Informationen erhalten Sie unter https://www.iab.com/wp-content/uploads/2017/08/IABNewAdPortfolio_FINAL_2017.pdf

Technische Kontrolle

Wenn die Werbemittel nicht den technischen Spezifikationen oder den

inhaltlichen Grundsätzen entsprechen, kann sich dadurch die Kampagne für eine bestimmte Platzierung um die Anzahl der Tage verschieben, die der Anzeigeninhalt verspätet eingetroffen ist, um die vertraglich vereinbarten Impression- / Klick-Ziele zu erreichen.

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

Irreführende Werbung

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.

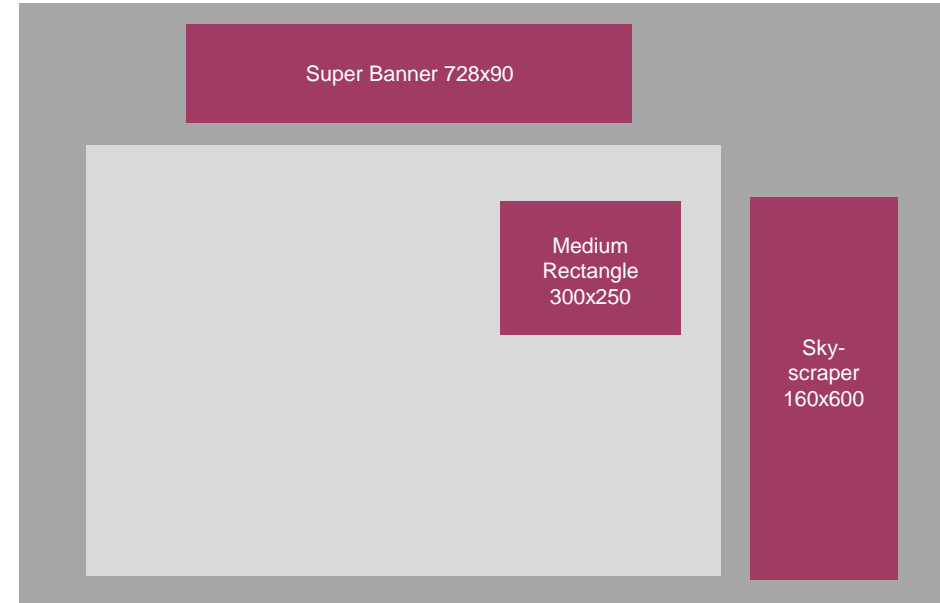
Die Anzeigen dürfen keine Downloads von Software auf dem Computer eines Nutzers auslösen, ohne dass der Nutzer zuvor eindeutig und in auffälliger Weise über Installation, Betrieb und Entfernung der Software informiert wird und Gelegenheit hat, nach dieser Information die Installation der Software abzulehnen.

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

Online Werbeformen

Standardwerbeformen: Super Banner, Skyscraper, Medium Rectangle, AdBundle

Werbeformen	Abmessung (Breite x Höhe)	Dateigröße Images ¹	Dateigröße HTML5 (Initial Load/ Subload)
Super Banner	728x90px	max. 100kB	100kB/200kB
Medium Rectangle	300x250px	max. 100kB	100kB/200kB
Skyscraper	120x600px bis 200x600px	max. 100kB	100kB/200kB
AdBundle	728x90px, 160x600px bis 200x600px, 300x250px	max. 100kB	100kB/200kB



Format: Redirect oder physisches Werbemittel¹

Hinweis:

- Bei der Anlieferung von HTML5 Werbemittel beachten Sie bitte dringend unsere Hinweise zu [HTML5](#) im Kapitel "Technische Informationen"

¹Physisches Werbemittel = JPG, GIF, PNG oder HTML5; Images = JPG, GIF oder PNG

Online Werbeformen

Sonderwerbeform: Halfpage Ad

Größe: 300x600px

Format: Redirect oder physisches Werbemittel¹

Dateigröße: 150kB Images¹
150kB Initial Load/300kB Subload HTML5

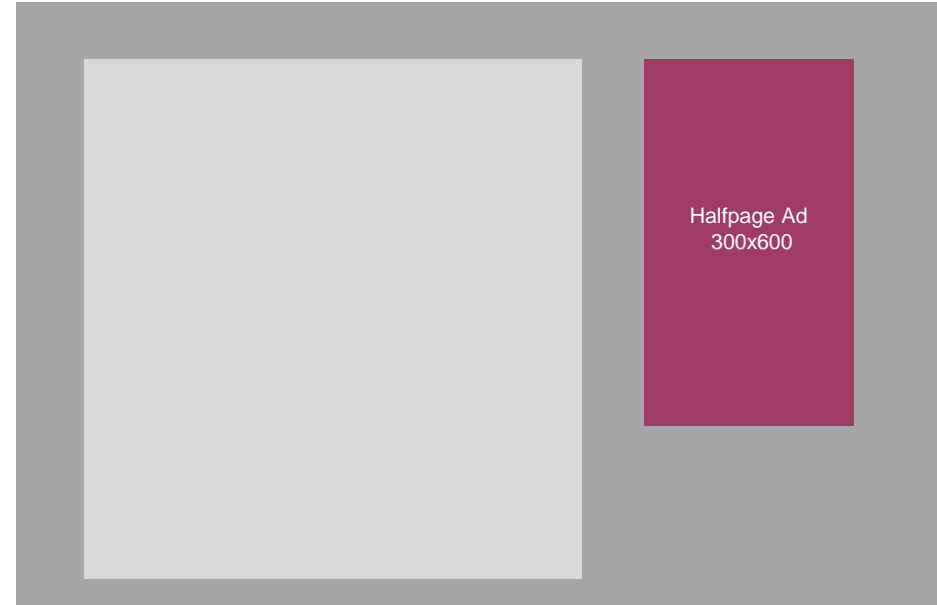
Streaming: Ja

Sound: Auf Klick. On/Off-Button muss vorhanden sein

Fallback: Images¹

Hinweise:

- Die Ausspielung des Halfpage Ads ist auch sticky möglich
- Bei der Anlieferung von HTML5 Werbemitteln beachten Sie bitte dringend unsere Hinweise zu [HTML5](#) im Kapitel "Technische Informationen"



¹Physisches Werbemittel = JPG, GIF, PNG oder HTML5; Images = JPG, GIF oder PNG

Online Werbeformen

Sonderwerbeform: Billboard

Standard-Größe: 770x250px

Informationen zur Anpassung auf Seitenbreite finden Sie auf der [nachfolgenden Seite](#)

Format: Redirect oder physisches Werbemittel¹

Dateigröße: 150kB Images¹ oder
150kB Initial Load und 300kB Subload HTML5

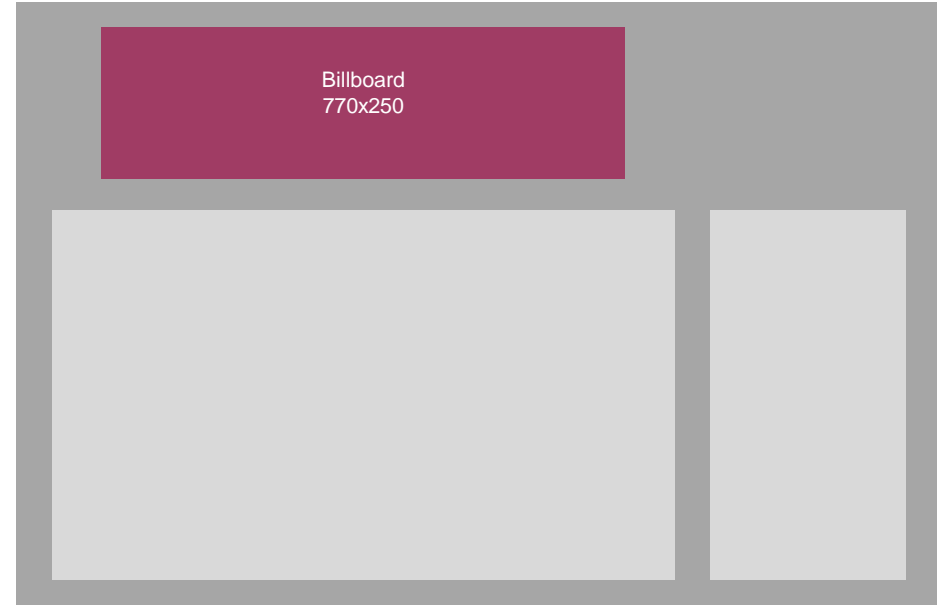
Streaming: Ja

Sound: Auf Klick. On/Off-Button muss vorhanden sein.

Fallback: Images¹

Hinweise:

- Bei der Buchung von einem multiscreen Billboard ist die Anlieferung eines [Mobile Banners 2:1](#) zusätzlich erforderlich
- Bei der Anlieferung von HTML5 Werbemitteln beachten Sie bitte dringend unsere Hinweise zu [HTML5](#) im Kapitel "Technische Informationen"



¹Physisches Werbemittel = JPG, GIF, PNG oder HTML5; Images = JPG, GIF oder PNG

Online Werbeformen

Sonderwerbeform: Billboard

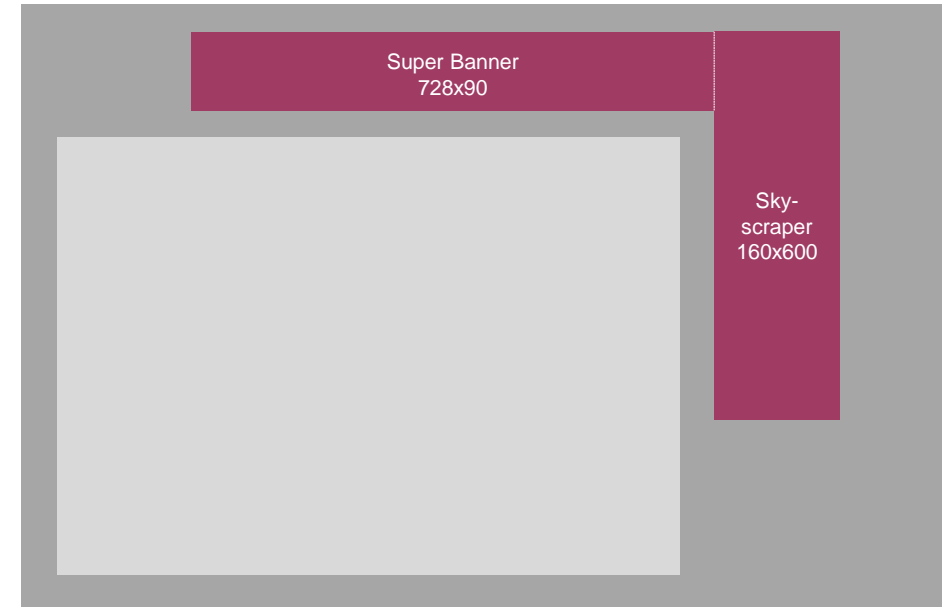
Alternativ Anpassung auf Seitenbreite:

1000ps.de.....	1100x250px	outdoorchannel.de.....	1020x250px
aero.de.....	980x250px	outdoor-magazin.com.....	1020x250px
aerokurier.de.....	1140x250px	promobil.de.....	1140x250px
auto-motor-und-sport.de.....	1100x250px	rennrad-news.de.....	970x250px
caravanning.de.....	1140x250px	roadbike.de.....	1020x250px
cavallo.de.....	1020x250px	runnersworld.de.....	920x250px
elektrobike-online.com.....	1020x250px	soulsister-mag.de.....	1100x250px
emt-news.de.....	920x250px	womenshealth.de.....	1100x250px
flugrevue.de.....	1140x250px		
klettern.de.....	1020x250px		
menshealth.de.....	1100x250px		
motorradonline.de.....	1100x250px		
mountainbike-magazin.de.....	1020x250px		
mtb-news.de.....	920x250px		

Online Werbeformen

Sonderwerbeform: Wallpaper

- Standard-Größe:** 728x90 + 160x600px
- Informationen zur Anpassung auf Seitenbreite finden Sie auf der [nachfolgenden Seite](#)
- Format:** Physisches Werbemittel¹ oder Redirect nach Prüfung möglich
- Dateigröße:** Insgesamt 200kB Images¹, 200kB Initial Load und 400kB Subload HTML5
- Hinweise:**
- Super Banner und Skyscraper sind als separate Elemente anzuliefern
 - Der Skyscraper dockt von rechts an den Super Banner an. Somit entsteht ein Gesamtbild aus beiden Formaten
 - Sticky Skyscraper und Hintergrundeinfärbung auf Anfrage



¹Physisches Werbemittel = JPG, GIF, PNG oder HTML5; Images = JPG, GIF oder PNG

Online Werbeformen

Sonderwerbeform: Wallpaper

Alternativ Anpassung Super Banner auf Seitenbreite:

1000ps.de.....	1240x90px	outdoorchannel.de.....	1050x90px
aero.de.....	980x90px	outdoor-magazin.com.....	1050x90px
aerokurier.de.....	1140x90px	promobil.de.....	1120x90px
auto-motor-und-sport.de.....	1150x90px	rennrad-news.de.....	920x90px
caravanning.de.....	1120x90px	roadbike.de.....	1040x90px
cavallo.de.....	1050x90px	runnersworld.de.....	920x90px
elektrobike-online.com.....	1050x90px	soulsister-mag.de.....	1110x90px
emt-news.de.....	920x90px	womenshealth.de.....	1110x90px
flugrevue.de.....	1140x90px		
klettern.de.....	1050x90px		
menshealth.de.....	1110x90px		
motorradonline.de.....	1140x90px		
mountainbike-magazin.de.....	1050x90px		
mtb-news.de.....	920x90px		

Online Werbeformen

Sonderwerbeform: U-Shape (seitliche Skyscraper)

Größe: 160x600px + Seitenbreite x 90px + 160x600px

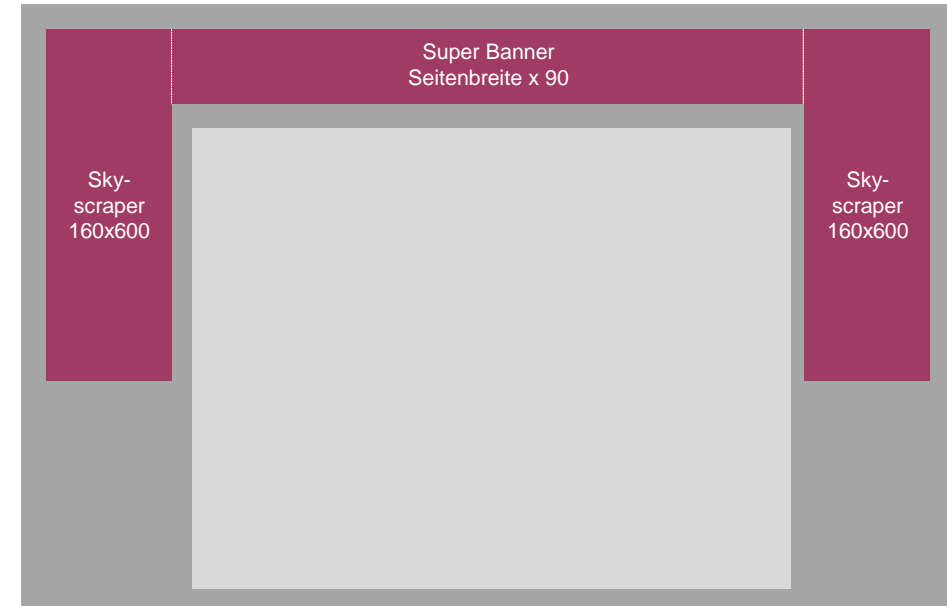
Informationen zur Größe des Super Banners finden Sie auf der [nachfolgenden Seite](#)

Format: Segmente als Iframe-Redirects oder physisches Werbemittel¹

Dateigröße: Insgesamt 250kB Images¹,
250kB Initial Load und
500kB Subload HTML5

Hinweis:

- Die beiden Skyscraper docken jeweils von rechts und links an den Super Banner an. Somit entsteht ein Gesamtbild aus den drei Formaten.



¹Physisches Werbemittel = JPG, GIF, PNG oder HTML5; Images = JPG, GIF oder PNG

Online Werbeformen



Sonderwerbeform: U-Shape (seitliche Skyscraper)

Anpassung Super Banner auf Seitenbreite:

1000ps.de.....	1260x90px	outdoorchannel.de.....	1040x90px
aero.de.....	980x90px	outdoor-magazin.com.....	1040x90px
aerokurier.de.....	1100x90px	promobil.de.....	1100x90px
auto-motor-und-sport.de.....	1140x90px	rennrad-news.de.....	1200x90px
caravanning.de.....	1100x90px	roadbike.de.....	1040x90px
cavallo.de.....	1040x90px	runnersworld.de.....	920x90px
elektrobike-online.com.....	1040x90px	soulsister-mag.de.....	1100x90px
emt-news.de.....	1200x90px	womenshealth.de.....	1100x90px
flugrevue.de.....	1100x90px		
klettern.de.....	1040x90px		
menshealth.de.....	1100x90px		
motorradonline.de.....	1140x90px		
mountainbike-magazin.de.....	1040x90px		
mtb-news.de.....	1200x90px		

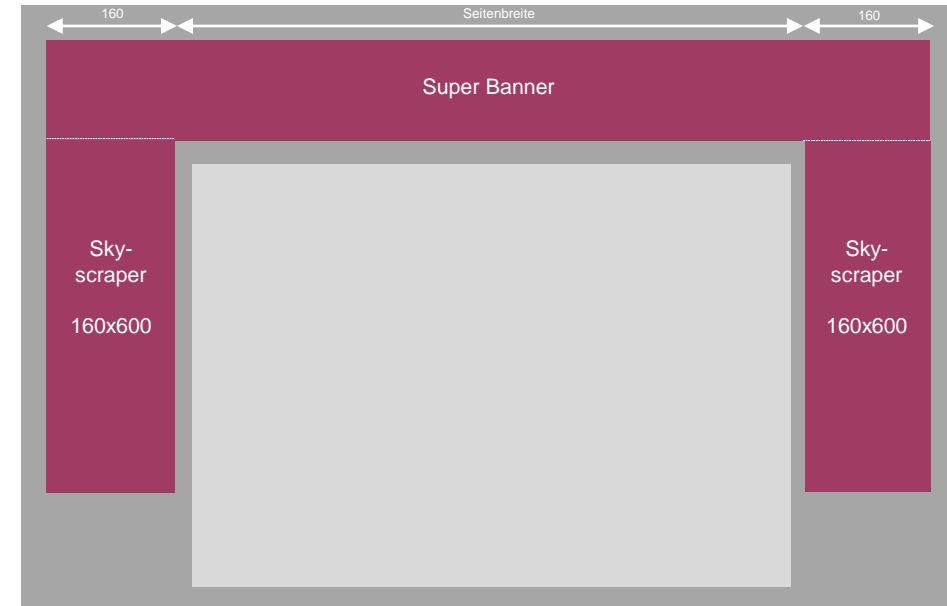
Online Werbeformen

Sonderwerbeform: U-Shape (Skyscraper von unten)

Größe:	160x600px + Super Banner + 160x600px Informationen zur Größe des Super Banners finden Sie auf der nachfolgenden Seite
Format:	Segmente als Iframe-Redirects oder physisches Werbemittel ¹
Dateigröße:	Insgesamt 250kB als Images ¹ , 250kB Initial Load und 500kB Subload als HTML5

Hinweise:

- Die beiden Skyscraper docken jeweils von unten an den Super Banner an. Somit entsteht ein Gesamtbild aus den drei Formaten
- Skyscraper können nicht sticky eingebunden werden



¹Physisches Werbemittel = JPG, GIF, PNG oder HTML5; Images = JPG, GIF oder PNG

Online Werbeformen



Sonderwerbeform: U-Shape (Skyscraper von unten)

Anpassung Super Banner:

1000ps.de.....	1580x90px	outdoorchannel.de.....	1360x90px
aero.de.....	1300x90px	outdoor-magazin.com.....	1360x90px
aerokurier.de.....	1420x90px	promobil.de.....	1420x90px
auto-motor-und-sport.de.....	1460x90px	rennrad-news.de.....	1520x90px
caravanning.de.....	1420x90px	roadbike.de.....	1360x90px
cavallo.de.....	1360x90px	runnersworld.de.....	1240x90px
elektrobike-online.com.....	1360x90px	soulsister-mag.de.....	1420x90px
emt-news.de.....	1520x90px	womenshealth.de.....	1420x90px
flugrevue.de.....	1420x90px		
klettern.de.....	1360x90px		
menshealth.de.....	1420x90px		
motorradonline.de.....	1460x90px		
mountainbike-magazin.de.....	1360x90px		
mtb-news.de.....	1520x90px		

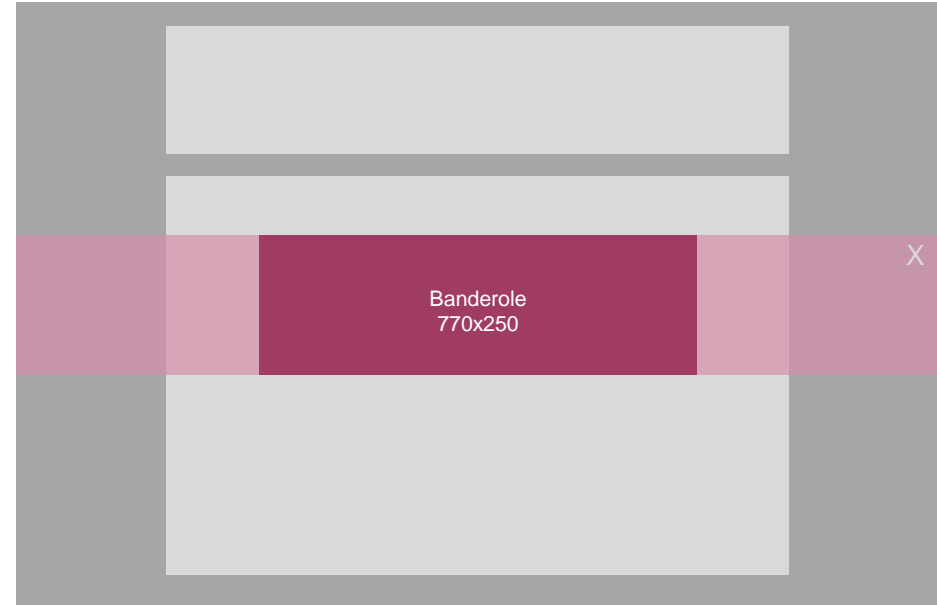
Online Werbeformen

Sonderwerbeform: Banderole Ad

Größe:	770x250px
Reminder- grafik: (optional)	21x250px
Format:	IFrame oder physisches Werbemittel ¹ allerdings <u>ohne</u> Funktionen (Ein- und Ausklappen, Reminder) Optional als Javascript-Redirect ² inkl. aller Funktionen Ein- und Ausklappen, transparenter Hintergrund, Reminder, Positionierung
Dateigröße:	150kB Images ¹ , 150kB Initial Load und 300kB Subload HTML5

Hinweis:

- Die Positionierung des Werbemittels und alle Funktionen (Ein- und Ausklappen, Reminder) erfolgen über unser Werbemittel-Template.



² Wichtig:

- Als Javascript-Redirect: Gut sichtbarer Schließen-Button, der das Wort "Close" oder "Schließen" enthält.
- Automatisches Schließen nach max. 15-20 Sekunden (bei Videostreamings nach Abspielen des Videos)

¹Physisches Werbemittel = JPG, GIF, PNG oder HTML5; Images = JPG, GIF oder PNG

Online Werbeformen

Sonderwerbeform: Sitebar

Standard-Größe: 200/300x600px

Format: HTML5 oder Redirect nach Prüfung möglich

Dateigröße: 150kB Initial Load
300kB Subload HTML5

Hinweise:

- Eine Minimalskalierung auf 50% der Originalgröße wird empfohlen (Lesbarkeit)
- Im Falle einer Anlieferung als physisches HTML5 erfolgt die Auslieferung innerhalb eines IFrames. Die Skalierung der Außenmaße erfolgt über uns. Aufgabe des Werbemittels ist es, den zur Verfügung stehenden Raum auszufüllen.
- Ein Redirect muss selbständig aus einem Friendly IFrame ausbrechen, sich positionieren und skalieren.



Online Werbeformen

Sonderwerbeform: Video Wall

Größe: [Maximalmaße](#) des Billboards

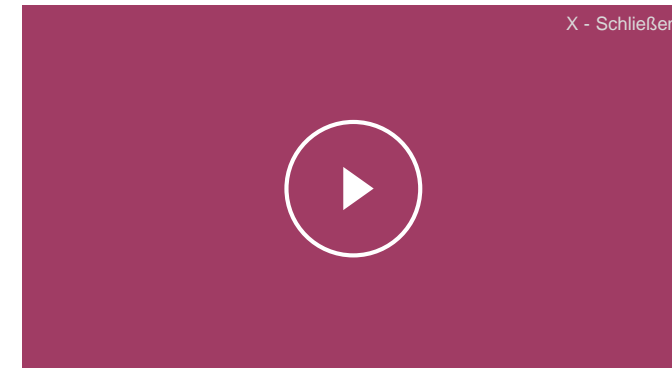
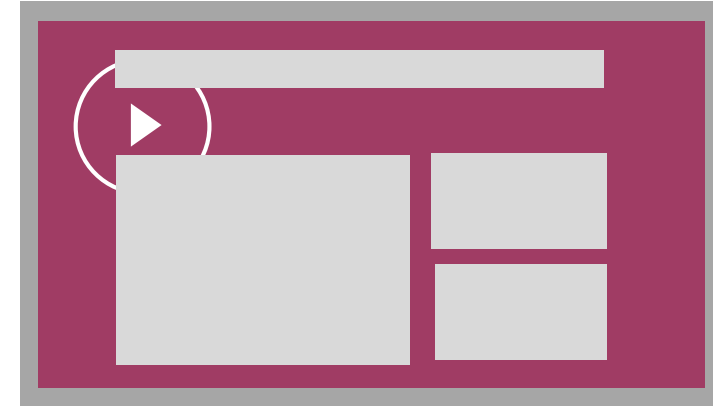
Dateigröße: Billboard:
150kB Initial Load und 300kB Subload
Fullscreen-Layer:
200kB Initial Load und 400kB Subload

Die VideoWall setzt sich aus zwei Formaten zusammen:

- Fullscreen-Layer inkl. Streaming Video: 100% Breite/Höhe
- Billboard: [Maximalmaße](#) abhängig von der Platzierung

Hinweise:

- In der Regel handelt es sich beim Billboard um ein transparentes Element mit einem Call-to-Action-Button um das Interstitial in den Vordergrund zu bringen.
- Anlieferung nur als Third-Party-Werbemittel 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, etc.

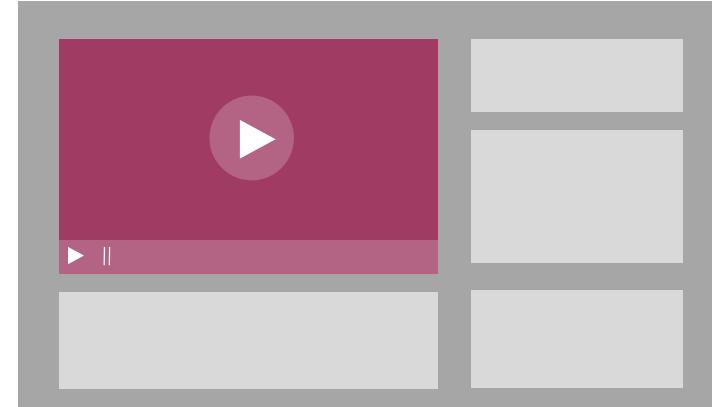


Online Werbeformen

Sonderwerbeform: InStream Video Ad (Pre-, Mid-, Postroll)

Hinweise:

- Bei abweichenden Formaten sollte die angelieferte Qualität immer hochauflösender sein als später im Web. Ein entsprechendes Encoding und Resizing der Video Ads erfolgt dann 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 Spotlänge: 30 Sekunden
- 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 ``-Tag)
- Javascript-Aufrufe werden abgelehnt



- Format:** .mp4
Anlieferung als Redirect im VAST 3.0 Standard ist möglich
- Größe:** 640x360 oder 1280x720
(CCIR601/DV PAL oder 16:9 anamorph)
- Framerate:** 25 oder 30 Frames/Sekunde
- Audio:** 48 oder 44kHz, 16 Bit, Stereo

Online Werbeformen

Mobile Werbeformen

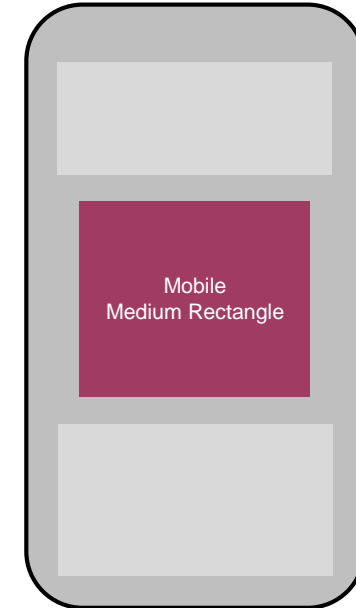
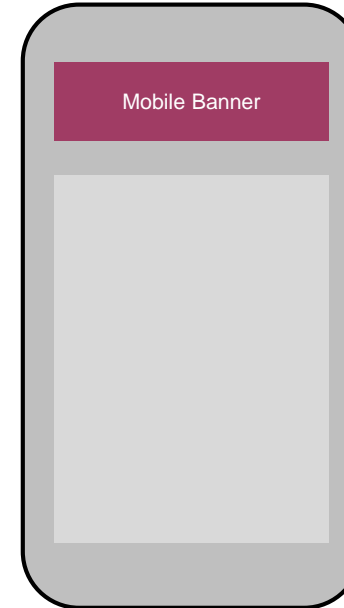
Werbeformen	Abmessung (Breite x Höhe)	Abmessung Retina	Gewicht (Initial Load/ Subload)
Mobile Banner 2:1	320x150px	640x300px	125kB/250kB
Mobile Banner 4:1	320x75px	640x150px	100kB/200kB
Mobile Banner 6:1	320x50px	640x100px	50kB/100kB
Mobile Medium Rectangle	300x250px	600x500px	125kB/250kB

Format: Redirect oder physisches Werbemittel¹

Bei HTML5/Redirect: Die Ausgabegröße des HTML5 Werbemittels muss der normalen Abmessung entsprechen. Die Grafik dahinter sollte der Retina (2x Dichte) Auflösung entsprechen.

Hinweis:

- Die Werbung bitte mit einem –w– in der linken oberen Ecke des Motivs kennzeichnen



¹Physisches Werbemittel = JPG, GIF, PNG oder HTML5

Technische Informationen

Allgemeine technische Spezifikationen

Sound

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. 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 Layern) muss der Sound beendet werden

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, Sizmek, 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

Protokoll

Alle Bestandteile des Werbemittels, insbesondere Zählpixel und externe Adserver-Systeme müssen das HTTPS-Protokoll nutzen. Die Nutzung des HTTP-Protokolls führt zu Darstellungsfehlern und Zählerdifferenzen.

Technische Informationen

Allgemeine technische Spezifikationen

Richmedia / HTML-Banner

- Bei Richmedia-Bannern ist darauf zu achten, dass es durch eine geeignete Benennung der Variablen und Elemente zu möglichst keinen 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

Expandable Ads

- Das Werbemittel muss entweder bei OnClick (in diesem Fall muss ein Schließen-Button vorhanden sein) oder MouseOver geöffnet bzw. bei OnClick oder MouseOut geschlossen werden
- 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

Technische Informationen

Allgemeine technische Spezifikationen

HTML 5

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 ist nur für Super Banner, Skyscraper, Medium Rectangle, HalfpageAd, Billboard, Wallpaper und U-Shape möglich. Hierfür benötigen wir je Element (für Wallpaper bspw. Super Banner und Skyscraper) eine Zip-Datei, die alle Assets 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.

Dateigewichte und Ladezeitpunkte

Branchenüblich können HTML5-Werbemittel drei Zeitpunkte zum Laden von Daten nutzen:

- Initial Load: Kann sofort ausgeführt werden. Zu diesem Zeitpunkt sollten alle Dateien, die für eine erste grafische Darstellung notwendig sind geladen werden. Zu diesem Zeitpunkt sollten auch Metriken wie z.B. die AdImpression oder die Sichtbarkeit erhoben werden.
- Subload: In der Vergangenheit in der Regel als Polite Download bezeichnet. Hier dürfen die Hauptteile des Werbemittels (Bilder, interaktive

Elemente, komplexe Animationen) geladen werden. Initiiert werden darf der Subload durch das Werbemittel, wenn das Load-Event des Top-Window gesendet wurde. Werden physisch angelieferte Werbemittel durch die Motor Presse Stuttgart ausgeliefert, ist in der Regel kein Zugriff auf das Top-Window möglich. Hier darf stattdessen das Load-Event des aktuellen Window-Objekts herangezogen werden.

- User Initiated Load: Darf ausgelöst werden, wenn der User mit dem Werbemittel interagiert (Touch, Klick, MouseOver). Es darf eine unbegrenzte Menge an Daten nachgeladen werden. Zu diesem Zeitpunkt sollten Videos oder Audio-Dateien nachgeladen werden. Bitte beachten Sie, dass bei mobilen Geräten dem User in der Regel ein begrenztes Datenvolumen zur Verfügung steht und belasten Sie dieses so wenig, wie möglich.

Informationen der OVK zu HTML5:

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

Sollten Sie eine der dort beschriebenen Methoden nutzen wollen, nehmen Sie bitte im Vorfeld Kontakt mit uns auf, damit wir ggf. die entsprechenden Funktionalitäten in der Seite zur Verfügung stellen können.

Technische Informationen

Allgemeine technische Spezifikationen

Bitte nutzen Sie für das Hosting und die Erstellung der Redirect Tags die Tools von Rich Media Dienstleistern wie z. B. AdForm, DoubleClick, Flashtalking, Sizmek, etc.

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. Auch in diesem Fall gelten die durch uns definierten Maximalgewichte. 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 Images¹ ausspielen, wenn der Browser ein spezielles Feature oder eine verwendete Library nicht unterstützen kann.

Wallpaper/UShapes (Fireplace)

Super Banner 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.

Video-Material

Sollte Ihre Werbeinszenierung Video-Material implementieren, ist die Anzeige als Third-Party-iFrame erforderlich. Die User-Experience darf durch das Laden des Banner-Materials im Rahmen einer geläufigen Rechnerkonfiguration nicht beeinflusst werden. (mp4, 4:3 oder 16:9, maximal Full-HD 1920x1080, Bitrate: 750kbps – 1Mbps, 15 – 25 Frames per Second)

¹Images = JPG, GIF oder PNG

Technische Informationen

Allgemeine technische Spezifikationen

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 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.

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>
```

Technische Informationen

Allgemeine technische Spezifikationen

Beispiel HTML und Zuweisung der Links:

2 HTML Links ohne zugewiesene Links:

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

Maximale CPU Auslastung

Diese darf 30% bei einem aktuell üblichen Gerät nicht übersteigen.

Ansprechpartner

Campaign Management

campaignmanagement@motorpresse.de

Pia-Rebekka Pygoch

Leitung Campaign Management
+49 711 182-1701

Nina Kastner

Junior Campaign Manager
+49 711 182-1064

Ramona Linder

Junior Campaign Manager
+49 711 182-2054

