

ONLINE SPEZIFIKATIONEN 2018

EGMONT.
MediaSolutions



Inhaltsangabe

- 1) Anlieferung der Werbemittel
- 2) Restriktionen bei der Werbung für Kinder
- 3) Display Formate
- 4) Video Formate
- 5) Spezifikationen Formate & Größe
 - AdBundle
 - Superbanner
 - Skyscaper
 - Medium Rectangle
 - Halfpage Ad
 - Layer
 - XXL-Layer
 - Hockeystick
 - Tandem Ad
 - Floor Ad
 - Dynamic Sitebar
 - Billboard
 - Bridge Ad
 - Homepage Takeover
 - Outstream
 - PreRoll
- 6) HTML5-Spezifikationen // Technische Anforderungen
- 7) Checkliste // Anmerkungen
- 8) Kontakt

Anlieferung der Werbemittel

Anlieferung der Werbemittel und technische Fragen per E-Mail an: adserving@egmont.de

Die Werbemittel müssen bis spätestens 5 Werktage vor Kampagnenstart angeliefert werden, damit sie rechtzeitig von Egmont MediaSolutions geprüft und freigegeben werden können.

Bei einer Änderung des Werbemittel-Motivs während einer laufenden Kampagne muss dies rechtzeitig (spätestens 3 Werktage vor dem Motivwechsel) angekündigt werden. Vor der Livestellung muss das neue Motiv von Egmont MediaSolutions geprüft und freigegeben werden.

Die Ziel-URL einer Anzeige muss ordnungsgemäß funktionsfähig sein und zu einer (spätestens 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 der Nutzer Gelegenheit hat, nach dieser Information die Installation der Software abzulehnen.

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

Sollte ein Anzeigeninhalt verspätet eintreffen oder die technischen Spezifikationen nicht erfüllen, behält sich Egmont MediaSolutions das Recht vor, die Kampagne um die Anzahl der Tage zu verlängern, die der Anzeigeninhalt verspätet eingetroffen ist, um die vertraglich vereinbarten Impression-Ziele zu erreichen.

Sollte ein außerplanmäßiges Pausieren 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.

Restriktionen bei der Werbung für Kinder

Aktionshindernde oder handlungshindernde Werbung ist auf von Kindern und Jugendlichen genutzten Online-Portalen nicht erlaubt (z.B. den Mauszeiger „festhalten“ oder ähnliche Aktionen).

Grundsätzlich ist neben den Werberichtlinien für Werbung auf von Kindern und Jugendlichen genutzten Online-Portalen auch eine besondere Kennzeichnungspflicht zu beachten und einzuhalten. Insbesondere Layer Ads (auch als Bestandteil von Tandem Ads) müssen deutlich mit dem Wort „Anzeige“ oder „Werbung“ gekennzeichnet werden!

Des Weiteren müssen Layer Ads (auch als Bestandteil von Tandem Ads) für den User jederzeit schließbar sein und mit einem [x]-Button und dem deutlich erkennbaren deutschen Wort „Schließen“ versehen werden.

Außerdem ist es bei der Werbung auf von Kindern und Jugendlichen genutzten Online-Portalen nicht gestattet, eine direkte Kaufaufforderung in der Werbebotschaft zu platzieren.

Zur **Orientierung** finden sich nachfolgend einige **konkrete DOS & DON'TS**:

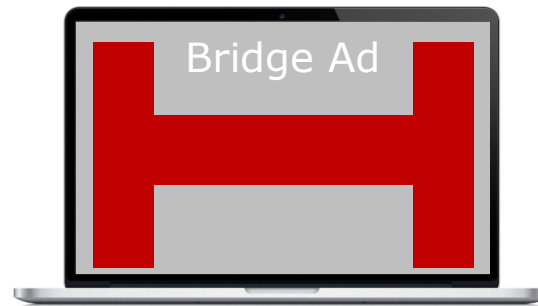
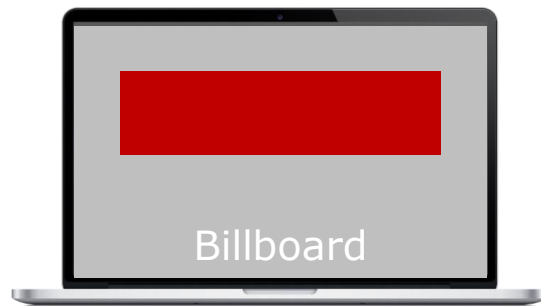
DOS Zulässige Formulierungen (beispielhaft)...

- Jetzt überall im Handel erhältlich
- Ab 24.12.2014 im Handel/im Kino/auf DVD
- Die Monster sind ausgebrochen (im Spiel XYZ)!
- Jetzt auf jeder Packung – Treuepunkte

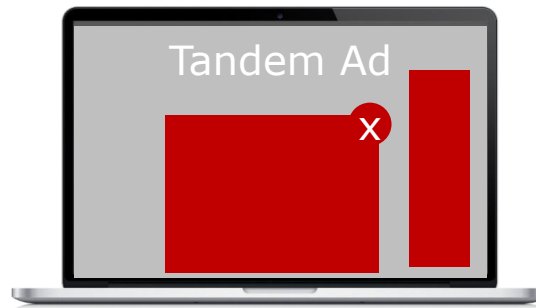
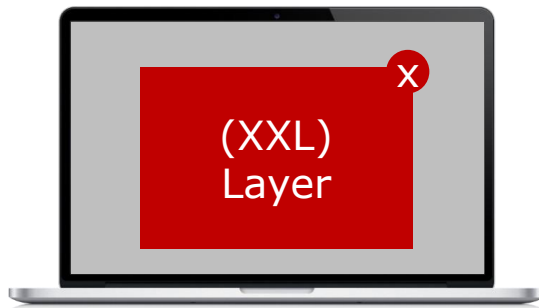
DON'TS Nicht zulässige Formulierungen (beispielhaft)...

- Hole dir... // Greife zu...// Teste jetzt... // Lade (XYZ) herunter ...
- Willst du cool sein, brauchst du... // ...den musst du haben...
- Spiel mit (Produkt XYZ) ...
- Fange (im Spiel XYZ) alle Monster! [Anm.: Der Angesprochene muss dafür das Spiel XYZ zunächst kaufen]
- Kinder, wünscht euch ...
- Sag Mami, (Produkt XYZ) ist gesund ...// Das wird auch deine Eltern überzeugen ...
- Besuche (Kaufhaus, Freizeitpark, ... XYZ) mit deinen Eltern ... // Komm zu uns ...
- Sammele jetzt Treuepunkte – mit jeder Packung 3

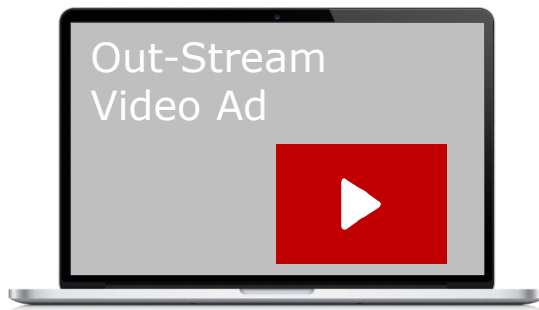
Display Formate



Display Formate



Video Formate



Formate und Größen

Werbemittel	Dateiformat	Maße in Pixeln	Dateigröße
AdBundle (Superbanner, Skyscraper, Medium Rectangle)	Per Redirect oder physisch als Html5 oder JPEG oder PNG Auf geo.de/GEOLino und toggo.de nur als physisches Werbemittel ohne Tracking	728 x 90 <u>und</u> 160 x 600 <u>und</u> 300 x 250	Max. 200 kB pro Format
Superbanner	Per Redirect oder physisch als Html5 oder JPEG oder PNG Auf geo.de/GEOLino und toggo.de nur als physisches Werbemittel ohne Tracking	728 x 90	Max. 200 kB
Skyscraper (optional: sticky)	Per Redirect oder physisch als Html5 oder JPEG oder PNG Auf geo.de/GEOLino und toggo.de nur als physisches Werbemittel ohne Tracking	728 x 90	Max. 200 kB
Medium Rectangle	Per Redirect oder physisch als Html5 oder JPEG oder PNG Auf geo.de/GEOLino nur als physisches Werbemittel ohne Tracking	300 x 250	Max. 200 kB

Formate und Größen

Werbemittel	Dateiformat	Maße in Pixeln	Dateigröße
Halfpage Ad	Per Redirect oder physisch als HTML5 oder JPEG oder PNG Auf geo.de/GEOLino nur als physisches Werbemittel ohne Tracking	300 x 600	Max. 200 kB
Layer	Per Redirect Auf geo.de/GEOLino nur als physisches Werbemittel ohne Tracking	400 x 400	Max. 500 kB
XXL-Layer	Per Redirect Auf geo.de/GEOLino nur als physisches Werbemittel ohne Tracking	800 x 600	Max. 500 kB
Hockeystick	Per Redirect oder physisch als HTML5 oder JPEG oder PNG Auf geo.de/GEOLino nur als physisches Werbemittel ohne Tracking	728 x 90 <u>und</u> 160 x 600	Max. 200 kB pro Format

Formate und Größen

Werbemittel	Dateiformat	Maße in Pixeln	Dateigröße
Tandem Ad (Skyscraper, Layer)	Per Redirect oder physisch als Html5 oder JPEG oder PNG	160 x 600 <u>und</u> 400 x 400	Max. 200 kB pro Format
Floor Ad	Per Redirect Auf geo.de/GEOLino nur als physisches Werbemittel ohne Tracking	Skalierbare Breite x min. 120 (max. 400 bei Mouse-Over)	Max. 500 kB
Dynamic Sidebar	Per Redirect Auf geo.de/GEOLino nur als physisches Werbemittel ohne Tracking	Min. 300 x 600, dynamisch 1:2	Max. 500 kB
Billboard	Per Redirect Auf geo.de/GEOLino und toggo.de nur als physisches Werbemittel ohne Tracking	Max. 970 x 250	Max. 500 kB
Bridge Ad (Skyscraper links, Billboard, Skyscraper rechts)	Billboard: per Redirect Skyscraper: Per Redirect oder physisch als JPEG oder PNG	160 x 600 (<u>oder</u> 200 x 600) <u>und</u> 1000 x 250 <u>und</u> 160 x 600 (<u>oder</u> 200 x 600)	Billboard: Max. 500 kB Skyscraper: Max. 200 kB

Formate und Größen

Werbemittel	Dateiformat	Maße in Pixeln	Dateigröße
Homepage Takeover Micky-Maus.de (Hintergrund, Billboard)	Hintergrund: JPEG oder PNG Billboard: per Redirect	Hintergrund: 1920 x 2350 Billboard: 970 x 250	Billboard: Max. 500 kB Hintergr.: Max. 200 kB
Homepage Takeover Wendy.de (Hintergrund, Billboard)	Hintergrund: JPEG oder PNG Billboard: per Redirect	Hintergrund: 1920 x 2350 Billboard: 970 x 250	Billboard: Max. 500 kB Hintergr.: Max. 200 kB
Homepage Takeover Kinderzeitmaschine.de (Hintergrund, Billboard)	Hintergrund: JPEG oder PNG Billboard: per Redirect	Hintergrund oben: 1920 x 100 Hintergrund links: 480 x 1700 Hintergrund rechts: 480 x 1700 Billboard: 970 x 250	Billboard: Max. 500 kB Hintergr.: Max. 200 kB
Out-Stream Video Ad	mp4		Max. 4 MB
PreRoll	mp4		Max. 4 MB

HTML5 – Spezifikationen // Technische Anforderungen

In the <head></head> section of the creative's main file (index.html), you need to include the following script:

```
<script  
src="//ns.sascdn.com/diff/templates/js/banner/sas-  
clicktag-3.0.js"></script>
```

In the creative's main file (index.html), you also need to declare the variable "clickTag" and assign the clickthrough URL(s). The clickthrough URL is the URL, where users will be redirected when they click on the creative.

```
var clickTag = "";
```

In case of multiple clickthrough URLs, enumerate the variable as follows: clickTag0, clickTag1, clickTag2..

```
var clickTag0 = "";  
var clickTag1 = "";  
  
var clickTag2 = "";
```

When assigning a hyperlink to a clickable item on the creative (text, button etc.), you can choose from two options:

Option 1

```
<a  
href="javascript:window.open(window.clickTag,  
'_blank')"></a>
```

Option 2

```
<a id="clickArea" target="_blank"></a>  
  
<script type="text/javascript">  
  
var clickArea =  
document.getElementById("clickArea");  
  
clickArea.href = clickTag;  
  
</script>
```

For more information please click here:
<http://bit.ly/html5-specs-smart>

Checkliste // Anmerkungen

- ✓ Clicktag Version beachten. Neuste Version immer hier abrufbar: <http://bit.ly/html5-specs-smart!>
- ✓ Anlieferungen von HTML5-Werbemitteln als .zip-Datei oder als Link zum Server.
- ✓ Bitte nur https-fähige Werbemittel anliefern.
- ✓ Ggf. mobile Auspielung bedenken!
- ✓ Kennzeichnung „Anzeige“ bei **Layer Ads, Floor Ads** und **StickySkyscraper** beachten: Klar und deutlich mit dem Wort „Werbung“ oder „Anzeige“ in der linken oberen Ecke.
- ✓ Die Positionierung des Wortes „Werbung“ oder „Anzeige“ darf nicht auf transparentem Hintergrund und muss in unmittelbarer Nähe zur Werbeform erfolgen.
- ✓ Transparente Flächen dürfen nicht klickbar sein. Nur sichtbare Elemente dürfen klickbar sein.
- ✓ Animationslängen bei Display Ads beachten: max. 20 Sekunden.
- ✓ **Layer Ads** und **Floor Ads** müssen mit [x]-Button und dem deutlich erkennbaren deutschen Wort „Schließen“ versehen werden (rechte obere Ecke).
- ✓ Die Position des Schließen-Buttons beim **FloorAd** darf sich beim Expandieren durch Mouse-Over nicht mit nach oben verschieben, sie verbleibt in der rechten Ecke der minimalen Höhe.
- ✓ Nach Schließen eines Werbemittels dürfen keine klickbaren Flächen verbleiben.
- ✓ Maximal drei Wiederholungen in der Animation.
- ✓ Sound in der Anzeige: Schaltfläche „Ton ein/aus“ einfügen.
- ✓ Sound in der Anzeige: Audio-Inhalt nur durch Useraktion aktivierbar.

ONLINE SPEZIFIKATIONEN GÜLTIG AB 01.01.2018

Kontakt

Egmont Ehapa Media GmbH
Alte Jakobstraße 83
10179 Berlin

Ad Management

Rebecca Abbassi
adserving@egmont.de

Auftragsbuchung: auftrag@egmont.de
Wir sind Partner des Online-Buchungssystems OBS.