

RMG

SPEZIFIKATIONEN

Januar 2017

• ANLIEFERUNG DER WERBEMITTEL

Adresse für die Anlieferung bei Email

adops@retailmedia.group

Detailangaben in der Email

- Kundename
- Kampagnenname
- Buchungs- und Kampagnenzeitraum
- Werbeformate
- Ansprechpartner für Rückfragen

Mindestanlieferungszeit vor Kampagnenstart

3 Werktage für Standardwerbemittel

5 Werktage für Sonderformate

Werbemittel, die nicht diesen Spezifikationen entsprechen, müssen wir leider ablehnen und um Überarbeitung bitten.

• ANFORDERUNGEN WERBEMITTEL

Allgemeine Anforderungen

- **Maximale Dateigröße für Desktop und Tablet 150KB**
- **Maximale Dateigröße für Mobile 40KB**
- max. Bildfrequenz darf 5 fps bzw. 200 Frames pro Millisekunde nicht überschreiten
- die Animation darf höchstens 30 Sekunden dauern
- Animationen können in Loops erstellt werden, müssen jedoch nach 30 Sekunden anhalten
- 3rd Party Redirects sollen als separates File im Anhang als .txt Datei angeliefert werden
- Alle Sonderwerbformen, die als Redirect geliefert werden, dürfen nicht „absolut“ positioniert sein.
- Alle Redirects müssen SSL fähig sein
- Wir behalten uns vor, Werbemittel-Redirects, die sich aus der vorgegebenen Seiten-Struktur herauslösen und sich selbstständig neu positionieren, abzulehnen.

• ANFORDERUNGEN WERBEMITTEL

Allgemeine Anforderungen

- Creatives dürfen keine Anwendungen wie ActiveX, Viren, Pop-up-Fenster zum Beenden eines Vorgangs, Spyware und Malware enthalten.
- Für den Code des Creative gilt: Es dürfen weder domainübergreifende Skriptsprachen genutzt noch Cookies in nicht zugelassenen Domains gesetzt werden.
- Alle Creatives müssen in einem neuen Fenster geöffnet werden. Das Zielfenster für die Klick-URL muss auf "_blank" gesetzt sein, damit durch den Klick ein neues Fenster geöffnet wird. Die Zielanweisung muss deklariert sein.
- Alle Audio- und Animationsdateien einschließlich Videos müssen angehalten werden, wenn der Nutzer die Anzeige mit einem Klick beendet.
- Anzeigen mit teilweise schwarzem, weißem oder transparentem Hintergrund müssen einen sichtbaren Rahmen haben, dessen Farbe sich von der primären Farbe des Anzeigenhintergrunds deutlich abhebt. Wenn der Hintergrund also teilweise schwarz ist, darf der Rahmen nicht schwarz sein, wenn der Hintergrund teilweise weiß ist, darf der Rahmen nicht weiß sein.
- Eine Fallback Datei der jeweiligen Formatgröße muss in .JPG oder .GIF angeliefert werden.

STANDARTFORMATE

Display

Ad Type	Dimension	Redirect	Image	Size
Superbanner	728x90	Javascript oder HTML	JPG oder GIF	150KB
Wide Sky	160x600	Javascript oder HTML	JPG oder GIF	
Medium Rectangle	300x250	Javascript oder HTML	JPG oder GIF	
Billboard	800x250 or 970x250	Javascript oder HTML	JPG oder GIF	
HalfPageAd	300x600	Javascript oder HTML	JPG oder GIF	

Die Angaben zu den Dateigrößen gelten auch für Werbemittel, die über 3rd Party Redirects ausgeliefert werden.

STANDARTFORMATE

Mobile

Ad Type	Dimension	Redirect	Image	Size
Mobile Banner 6:1	320x50 or 300x50	Javascript, MRAID or HTML	JPG oder GIF	40KB
Mobile Banner 4:1	320x75 or 300x75	Javascript, MRAID or HTML	JPG oder GIF	40KB
Mobile Banner 2:1	320x150 or 300x150	Javascript, MRAID or HTML	JPG oder GIF	40KB
Mobile Medium Rectangle	300x250	Javascript, MRAID or HTML	JPG oder GIF	40KB
Mobile Interstitial*	Portrait 320x416 Landscape 480x268	Javascript, MRAID or HTML	JPG oder GIF	40KB

Die Angaben zu den Dateigrößen gelten auch für Werbemittel, die über 3rd Party Redirects ausgeliefert werden.

*Retina Auflösung: doppelte Größe = Portrait 640x832 und Landscape 960x536

• HTML SPEZIFIKATIONEN

Datei Anforderungen

- **Flash-Inhalte und Flash-Fallback (SWF- und FLV-Dateien) werden nicht mehr unterstützt!**
- **Erforderliche Bestandteile von HTML5-Anzeigen:**
 - HTML5-Werbemittel müssen ein Fallback-Werbemittel enthalten (z.B. jpg oder gif)
 - Es müssen die Deklaration `<!DOCTYPE html>` und ein `<html>`-, `<head>`- und `<body>`-Tag enthalten sein.
 - Die Anzeigenabmessungen müssen den Placement-Abmessungen entsprechen, um Verzerrungen zu vermeiden. Im `<head>`-Tag muss ein `<meta>`-Tag für die Anzeigengröße hinzugefügt werden.
 - Wenn Ihre HTML5-Anzeige Videoinhalte umfasst, müssen Sie Video-Assets im MP4-Format sowie entweder im WebM- oder im Ogg-Format angeben, um sicherzugehen, dass sie mit allen wichtigen Browsern kompatibel ist.
 - HTML5-Creatives müssen mindestens ein Standard-ClickTag aufweisen
- Die Anzahl der Files/Elemente eines HTML5 Werbemittels ist so gering wie möglich zu halten, um die Serverprozesse/Anfragen (Serverrequests) zu minimieren. Dazu sind Komprimierungsmethoden des Codes und Code-Zusammenfassungen in einem File anzuwenden.
- Die Anzahl der Ebenen / Ordnerstruktur ist so gering wie möglich zu halten, maximal eine Ebene (z.B. images, scripts)

• HTML SPEZIFIKATIONEN

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>
```

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

```
document.getElementById('clicktag').setAttribute('href', getUriParams.clicktag);
document.getElementById('clicktag2').setAttribute('href', getUriParams.clicktag2);
```


• STREAMING UND AUDIO SPEZIFIKATIONEN

Streaming in Display-Formate

Der Einsatz von Streaming Elementen ist in allen Werbeformen möglich

- Die Auslieferung des Werbemittels erfolgt über einen Redirect (bitte Spezifikationen zur Werbemittel Anlieferung beachten)
- Der Spot darf eine Länge von 10 Sekunden nicht überschreiten
- Das Video darf nicht automatisch neu gestartet werden / kein Dauerloop -> Ausnahme durch User-Interaktion
- Der Ton darf nur durch User- Interaktion (Klick auf Ton an Button oder Bewegen des Mauszeigers auf Werbemittel) starten. Eine automatische Tonwiedergabe in Anzeigen ist nicht zulässig.
- Die Audioeinstellungen müssen standardmäßig deaktiviert sein.
- Die Nutzer müssen in der Lage sein, die Tonwiedergabe in der Anzeige zu deaktivieren.
- Die Audiolautstärke darf nicht höher als -12 dB codiert sein.
- Als Steuerelemente werden ein “Stop”, “Pause/Play” und ein “Ton an/aus Button” benötigt

• EXPENDABLES SPEZIFIKATIONEN

Anforderungen Werbemitteln

- Vom Nutzer durch Klicken oder Mouseover initiiertes Maximieren
- Schließen: durch Klicken oder Wegbewegen des Mauszeigers
- Maximale Dateigröße: anfänglich 150 K, beim Polite Load* 2,2 MB
- In der Ecke von Fenstern deutlich erkennbares X zum Schließen mit einer Schriftgröße von mindestens 16 pt

Maximal erweiterte Größe

IAB-Standardgrößen	Erweiterte Größe
468 x 60	468 x 210
728 x 90	728 x 300
300 x 250	600 x 300
160 x 600	400 x 600
120 x 600	420 x 600

*Polite Load: Maximale nutzerinitiierte Nachlade Größe (Maximale Dateigröße für einen nachgelagerten Datei Ladevorgang wie z.B. Video Stream)

• IN-APP-ANZEIGEN

Besonderheiten für In-App-Anzeigen

- Drittanbieter dürfen nur Bildanzeigen in Standardformaten (JPEG, PNG und GIF) schalten.
- Drittanbieteranzeigen dürfen keine Flash- oder JavaScript-Elemente enthalten.
- Standard-Bildbanner müssen über ein standardmäßiges Weiterleitungs-Tag (z. B. ``) bereitgestellt werden.

• VIDEO SPEZIFIKATIONEN

Datei Anforderungen 1/4

- **Videoformate** H.264 (nur Video/MP4) und WebM (nur Video/WEBM) müssen enthalten sein. Andere Formate können enthalten sein, werden jedoch möglicherweise nicht verwendet.
- Auflösung: 480 x 360 (4:3) oder 640 x 360 (16:9) oder 1.920 x 800 (5:2)
- Audioformat: MP3 oder AAC bevorzugt
- Bilder pro Sekunde: Bis zu 30 fps
- Dateigröße: max. 10MB
- Maximale Videolänge: 60 Sekunden
- Empfohlene Videolänge: Weniger als 15 Sekunden (um für den Großteil des Publisher-Inventars einschließlich YouTube geeignet zu sein)
- **Companion** Größen: 300x250; 300x60
- Dateityp: Statisch GIF oder JPG
- Dateigröße: max. 50KB
- Länge der Animation: 30 Sekunden oder 4 Minuten bei Mouseover oder Klick
- Maximale Frame-Rate: 24 fps

• VIDEO SPEZIFIKATIONEN

Datei Anforderungen 2/4

- In-Stream-Anzeigen von Drittanbietern müssen über ein lineares VAST-Tag, ein sogenanntes Pre-Fetching-Tag, von einem zugelassenen [VAST-Anbieter](#) geschaltet werden,
- Das VAST-Tag muss der [XML-Zusammenfassung für In-Stream-Anzeigen von Drittanbietern für die VAST-Antwort des Anzeigenservers](#) von Google entsprechen.
- Für jede Videoanzeige, die im VAST-Tag bereitgestellt wird, müssen mindestens zwei separate Knoten vorliegen: jeweils ein Knoten für das MP4- und das WebM-Videoformat. Andere Formate können enthalten sein, werden jedoch nicht verwendet.
- Einheitlicher <AdSystem>-Knotenwert: Alle Ihre VAST-Tags im VAST-XML-Code müssen einen bestimmten einheitlichen Wert für Ihr Unternehmen im <AdSystem>-Knoten aufweisen. Bei Google wird beispielsweise für alle VAST-Tags <AdSystem>Google</AdSystem> eingefügt.
- Eindeutiger Wert für die Anzeigen-ID: Jedes generierte VAST-Tag muss einen eindeutigen Wert für das Attribut "id" im -Knoten aufweisen. Zwei unterschiedliche VAST-Tags sollten nicht denselben Wert für die Anzeigen-ID haben.

Beispiele:

- VAST-Tag 1: <Ad id="3947179">

- VAST-Tag 2: <Ad id="8741831">

• VIDEO SPEZIFIKATIONEN

Datei Anforderungen 3/4

- Dabei ist zu beachten, dass nur die folgenden Ressourcentypen für -Knoten in der VAST-XML zugelassen sind:
 - **StaticResource**: URI zu einer statischen Datei, z. B. einem Bild oder einer SWF-Datei
 - **IFrameResource**: URI-Quelle eines IFrames, in dem das Companion-Element angezeigt werden soll

Der Typ "HTMLResource" ist nicht mehr zulässig.

- Damit über das Flash-SDK von Google Videoanzeigen vom Ad-Server eines Drittanbieters geschaltet werden können, muss der entsprechende Ad-Server die Datei "crossdomain.xml" mit Spezifikationen enthalten, die Zugriff auf alle spezifischen Google-Domains oder alle Domains gewähren. Außerdem muss das Attribut "secure" auf "false" festgelegt sein. Die Datei "crossdomain.xml" muss folgendes Format aufweisen:

```
<cross-domain-policy>
  <!-- Allow access to ALL domains
  <allow-access-from domain="*" secure="false"/>
  <!-- OR allow access to the domain from originating request
</cross-domain-policy>
```

- (Damit über das HTML5 SDK von Google Videoanzeigen über den Ad-Server eines Drittanbieters geschaltet werden können, müssen alle Antworten des entsprechenden Ad-Servers eine CORS-Kopfzeile enthalten. Die CORS-Kopfzeile muss folgendes Format aufweisen:

```
Access-Control-Allow-Origin: [allow access to the domain from originating request]
oder Access-Control-Allow-Origin: )
```

• VIDEO SPEZIFIKATIONEN

Datei Anforderungen 4/4

- Für VAST-Wrapper gilt:
 - Es darf höchstens ein VAST-Wrapper zu einer VAST-Inline weitergeleitet werden.
 - Unterstützte TrackingEvents (der Wrapper kann mehr als einen Knoten pro Ereignis umfassen):
Start; firstQuartile; midpoint; thirdQuartile; complete; mute; unmute; pause; resume
- Für SSL-konforme VAST-Anzeigen gilt:
 - Alle Antworten auf Anzeigenanfragen müssen SSL-konform sein ("HTTPS"). Alle einbezogenen Server benötigen eine vollständige SSL-Zertifizierung.
 - Vorzugsweise sollte Ihr VAST-Tag automatisch erkennen, dass es vom HTTP-/HTTPS-Protokoll angefordert wird, und URIs und Companion-Banner automatisch anpassen
 - Das Companion-Banner und alle Viertanbieteraufrufe anderer Technologien im Companion-Banner müssen ebenfalls von SSL-konformen Anbietern stammen, die von Google zugelassen sind.
- VPAID ist für Ad Exchange-Inventar verfügbar, das nicht zum Google Displaynetzwerk gehört, und muss folgenden Richtlinien entsprechen:
 - Livefeeds und von Nutzern erstellte Inhalte sind nicht zulässig.
 - Overlays und andere nicht lineare Formate werden derzeit nicht unterstützt.
 - Alle VPAID-Tags müssen den aktuellen Ad Exchange-Richtlinien für VAST 2.0 und 3.0 entsprechen.

• VIDEO SPEZIFIKATIONEN YOUTUBE

Auf YouTube gehostete Video

- Das Video muss auf YouTube hochgeladen werden (Video-URL senden)
- Eine Einblendung muss möglich sein
- Das Video muss öffentlich oder nicht gelistet sein
- True Streamnig ist nicht zulässig
- Minimale Videolänge:
 - ✓ 12 Sekunden (für überspringbare Anzeigen)
- Maximale Videolänge:
 - ✓ Bis zu 60 Sekunden (für überspringbare Anzeigen)
 - ✓ 15 oder 30 Sekunden (für nicht überspringbare Anzeigen)
 - ✓ 20 oder 30 Sekunden (für nicht überspringbare Anzeigen, nur EMEA-Raum, Indien, Malaysia und Singapur)

• VIDEO SPEZIFIKATIONEN YOUTUBE

Über Drittanbieter bereitgestellte (VAST-konform) Video 1/2

- Eine Videodatei vom Typ **H.264 (MP4)** muss in jedem Video-Creative enthalten sein. Andere Formate wie etwa WebM können enthalten sein, werden aber möglicherweise nicht verwendet.
- Eine Auflösung von **720 Pixel** oder geringer ist erforderlich. Wir empfehlen, optional 1.080 Pixel anzubieten. Das Seitenverhältnis kann **16 : 9** oder **4 : 3** betragen.

Beispiele: 854 x 480, 1.280 x 720 und 1.920 x 1.080 (16:9) bzw. 480 x 360, 720 x 540 und 960 x 720 (4:3)

- Die Videobitrate darf **1.000 kbps** nicht überschreiten
- Audioformat: **MP3** oder **AAC** bevorzugt
- Bilder pro Sekunde: Bis zu **30 fps**
- Dateigröße: max. **10MB**
- Maximale Videolänge:
 - ✓ Bis zu 60 Sekunden (für überspringbare Anzeigen)
 - ✓ 15 oder 30 Sekunden (für nicht überspringbare Anzeigen)
 - ✓ 20 oder 30 Sekunden (für nicht überspringbare Anzeigen, nur EMEA-Raum, Indien, Malaysia und Singapur)

• VIDEO SPEZIFIKATIONEN YOUTUBE

Über Drittanbieter bereitgestellte (VAST-konform) Video 2/2

- Konformität mit der XML-Zusammenfassung für die VAST-Antwort des Ad-Servers von YouTube erforderlich.
- Muss SSL-kompatibel sein.
- Für überspringbare Videoanzeigen sind nur Tags des Typs VAST 3.0 zulässig. VAST 2.0 wird nicht akzeptiert.
- Bereitstellung über ein lineares VAST-Tag (Prefetch-Tag) durch einen für YouTube zugelassenen Anbieter erforderlich.
- Darf aufseiten des Drittanbieters KEINE geografische, Browser- oder andere Ausrichtung enthalten.
- Es muss eine gültige "crossdomain.xml"-Datei zurückgegeben werden. Falls Domains explizit aufgeführt werden müssen, achten Sie darauf, dass alle Ad Serving-Domains enthalten sind.
- Die Bereitstellung von über VAST-Tags ausgelieferte Videoanzeigen auf allen mobilen Webbrowsern, Spielekonsolen oder internetfähigen Fernsehern wird nicht garantiert.
- Es wird nur VAST 2.0 und höher unterstützt.
- VPAID-Anzeigen sind auf YouTube nicht zulässig.

• BACKUP FÜR SALES

Tracking Pixel 1/2

- **Viertanbieteraufrufe:** Alle Anzeigen dürfen nur Tracking-Elemente von zertifizierten Drittanbieterservern oder Researchanbietern enthalten, die von Google zugelassen sind. Viertanbieteraufrufe sind nicht zulässig. Ausgenommen sind Tracking-Elemente, die zu zertifizierten, ausdrücklich von Google zugelassenen Drittanbieterservern oder Researchanbietern gehören:

https://developers.google.com/third-party-ads/adx-vendors?visit_id=1-636207620443489238-832040848

- Bei auf Websites mit Drittanbieter-Tracking bereitgestellten Anzeigenblöcken werden nur **1x1-Pixel unterstützt. JavaScript ist nicht zulässig.**
- Es kann nur ein Pixel pro Ereignis an auf Websites ausgelieferte Displayanzeigenblöcke angehängt werden. Bei Videoanzeigenblöcken sind dagegen bis zu drei Pixel pro Ereignis möglich.

• BACKUP FÜR SALES

Tracking Pixel 2/2

Anzeigenformat	Pixel erlaubt	Klick-Tracker erlaubt
Displayanzeigen	Ja (ein Impressionspixel)	Ja
(Nicht dynamische) Responsive-Anzeigen im GDN	Ja (ein Impressionspixel)	Ja
TrueView In-Stream-Videoanzeigen	Ja (bis zu drei Impressions-, drei Aufruf- und drei Übersprungspixel)	Ja
TrueView Video Discovery-Anzeigen	Nein	Nein
Textanzeigen	Nein	Ja

• **BACKUP FÜR SALES**

Viewability / Sichtbarkeit

- Laut IAB Standard gilt eine Anzeige als "sichtbar" wenn 50 % der Anzeige mindestens eine Sekunde (Displayanzeigen) bzw. zwei Sekunden lang (Videoanzeigen) auf dem Bildschirm zu sehen sind
- "Sichtbarer CPM" ist die beste Gebotsstrategie, wenn Sie nicht die Klicks, sondern die Anzeigenaufrufe maximieren möchten.

• **BACKUP FÜR SALES**

Mögliche Ablehnungsgründe für Werbebanner

Ausführlichen Informationen findet ihr in der AdWords-Richtlinien von Google unter:

https://support.google.com/adwordspolicy/answer/6008942?visit_id=1-636216282089894710-2049082019&rd=1