Generelle Informationen**Vorgaben**

Spezifikation	Vorgaben
Protokoll	Alle Bestandteile eines Werbemittels, vor allem Zählpixel und externe AdServer Systeme (Redirects), müssen mit dem HTTPS-Protokoll aufgerufen werden. Die Benutzung von HTTP führt zu Zählerdifferenzen.
Belastung	Die Darstellung des Werbemittel darf bei dem Benutzer nicht mehr als 30% zusätzliche Belastung der CPU auslösen.
Dateigewicht	Das maximale Dateigewicht eines Werbemittels errechnet sich aus allen geladenen Elementen, einschließlich aller Trackings, Messscripte, gemeinsamen Bibliotheken (z.B.: jQuery, Adobe Edge), etc. Die Berechnung des gesamten Gewichtes erfolgt nach der Komprimierung aller Dateien durch GZIP. Weitere Infos
Requests	Die maximale Anzahl der Requests betragen 15 für den Initial Load und 85 für den Sub Load.
Audio/Video	Diese Inhalte dürfen nur auf Interaktion des Benutzers mit dem Werbemittel gestartet werden. Zu jeder Zeit muss der Benutzer, durch Kontrollelemente im Werbemittel, die Möglichkeit haben das Abspielen dieser Medien zu steuern. Weitere Infos
Expansion/Interaktion	Bei der Benutzung von interaktiven und/oder expandierenden Flächen in Ihrem Werbemittel, dürfen diese nur auf Interaktion des Benutzers mit dem Werbemittel gestartet werden. Wir fügen automatisch eine gut sichtbare Schaltfläche zum Schließen in Ihr Werbemittel ein.
Funktionalität	Bitte darauf achten dass Werbemittel Redirects keine Konsolenfehler wie JavaScript-Fehler, 404 oder ähnliches verursachen.

Spezifikation	Vorgaben
Heavy Ad Interventions in Google Chrome	Mit Chrome Version 86 beginnt Google Anzeigen zu blockieren, die ressourcenintensiv sind und eine ungeheure Menge an CPU oder Netzwerkbandbreite beanspruchen. Dies geschieht laut Google als Reaktion darauf, dass die Verbraucher zunehmend frustriert über Anzeigen sind die ihr Erlebnis stören, den Inhalt unterbrechen und das Browsen verlangsamen. Um eine solche Blockierung des Creatives zu vermeiden empfehlen wir die Einschränkungen/Vorgaben seitens Google zu berücksichtigen: https://developers.google.com/web/updates/2020/05/heavy-ad-interventions
GDPR:	Im Allgemeinen halten wir uns an die technischen Spezifikationen für den GDPR-Rahmen für Transparenz und Einwilligung. Beispiele für eine allgemeine Implementierung (Javascript) : https://github.com/InteractiveAdvertisingBureau/Consent-String-SDK-JS .

Anlieferung

Spezifikation	Vorgaben
Anlieferungsfrist	3 Tage vor Kampagnenstart, bei Tagesfestplatzierungen 5 Tage vor Kampagnenstart
Protokoll	HTTPS immer vorausgesetzt
Audio & Videoinhalte	erlaubt, Start nur auf Benutzeraktion (MouseOver)
Expansion & Interaktion	erlaubt, Start nur auf Benutzeraktion (MouseOver)
CPU Belastung	max. 30% zusätzliche Belastung

Werbemittelanlieferung per E-Mail an folgende Adressen

Agentur	Email
Add2:	ops-frankfurt@stroeer.de

Agentur	Email
Agency2:	ops-agency2@stroeer.de
Dentsu:	ops-dentsu@stroeer.de
Group M:	ops-groupm@stroeer.de
MGMP:	ops-frankfurt@stroeer.de
Performance Media:	ops-performancemedia@stroeer.de
Publicis:	ops-frankfurt@stroeer.de
Unabhängige Agenturen:	ops-agency@stroeer.de
Crossmedia:	ops-crossmedia@stroeer.de
Direktkunden:	ops-direktkunden@stroeer.de
Havas:	ops-havas@stroeer.de
Omnicon:	ops-omnicom@stroeer.de
Pilot:	ops-pilot@stroeer.de
PPV:	ops-ppv@stroeer.de

Inhalt der Email

- Inkludieren Sie immer folgende Informationen in Ihrer Email (auch bei Nachfragen und/oder nachträglichen Änderungen an Werbemitteln):
- Name des Werbetreibenden
- Name der Marketing Kampagne
- Zeitraum der Kampagne
- Platzierung
- DeepLinks / Klick URLs

- Schaltungszeiträume der einzelnen Werbemittel, falls manche Werbemittel nicht die komplette Kampagnenlaufzeit ausgeliefert werden sollen.

AcceptableAds

- AcceptableAds ist ein Programm einiger AdBlocker Anbieter, um Werbemittel trotz aktiviertem AdBlocker unter bestimmten Qualitätsrichtlinien zuzulassen.
- Folgende Angaben gelten nur, wenn Sie explizit ein Produkt mit Teilnahme am AcceptableAds Programm gebucht haben.
- Eine weitere Beschreibung des AcceptableAds Programms finden Sie direkt unter [diesem Link](#).

Spezifikation	Vorgaben
Werbeformate	Nur IAB Universal Ad Package + HalfpageAd: Leaderboard, Skyscraper, Widesky, Medium Rectangle, Halfpage Ad möglich
Animationen/Videos	nicht erlaubt, Werbemittel muss komplett statisch sein (kein Bewegtbild)
Sound	nicht erlaubt
Ladeanzeige	nicht erlaubt

Hinweis Digital Services Act

- Aufgrund der Vorgaben des Digital Services Act werden Anzeigen in der oberen linken oder rechten Ecke automatisch durch den Adserver mit einem Overlay markiert.
- **Bitte, achten Sie daher bei der Kreation des Werbemittels darauf, dass in den oberen beiden Ecken des Werbemittels keine wichtigen Informationen oder bildliche Darstellungen enthalten sind.**

Medienrichtlinien

Dateigewicht

Spezifikation	Bestimmung
max KB "Initial Load"	siehe Formatspezifikationen
max KB "Subload"	2 x KB von "Initial Load"
max. KB "User Initiated Load"	unlimitiert

Richtlinien zum Ladeprozess

- Branchenüblich können alle Werbemittel 3 Zeitpunkte zum Laden von Dateien für sich nutzen: "Initial Load", "Subload", "User Initiated Load".
- Zu jedem einzelnen Zeitpunkt kann das Werbemittel eine limitierte Datenmenge laden. Diese Limits richten sich nach dem auszuliefernden Format, großflächige Formate besitzen höhere Grenzen.
- Diese Limitierungen dienen dazu dem Benutzer so schnell wie möglich einen ersten, sichtbaren Anteil des Werbemittels zu übertragen. "Schwere" Bilder, Videos und interaktive Elemente werden erst dann geladen, wenn die Webseite vollständig dem Benutzer zur Verfügung steht.
- Alle angegebenen Werbemittelgewichte verstehen sich inklusive sämtlicher Trackings.

Initial Load:

- Kann sofort beim Laden des Werbemittels ausgeführt werden.
- Beinhaltet alle Dateien, die das Werbemittel mindestens benötigt um eine erste grafische Darstellung zu gewährleisten, parallel zum Ladeprozess der Webseite. Dies ist zugleich der Zeitpunkt, um die technischen KPIs wie z.B. die Ad Impression oder die Sichtbarkeitsmessungen etc. zu erheben.
- Solange die ausspielende Webseite das BrowserEvent "DOMContentLoaded" nicht gesendet hat, sind alle Ladeprozesse eines Werbemittels als "Initial Load" zu zählen.
- Zu diesem Zeitpunkt darf ein Werbemittel maximal 15 Dateianfragen (Requests) von zusätzlichen Ressourcen (Bilder, JavaScript, Trackings, etc) durchführen.

Subload:

- Darf erst eine Sekunde (1000 ms) nach dem [Browser Event "DOMContentLoaded"](#), der ausspielenden Webseite, gestartet werden (ehemals Polite Download).
- Beinhaltet in der Regel der Hauptteil des Werbemittels (komplexe Animationen und Bilder, interactive Elemente).

- Die maximale Dateimenge zu diesem Zeitpunkt, ist die Doppelte des "Initial Loads" (Initial Load" x 2), es besteht keine Limitierung der Dateianfragen (Requests).

User Initiated Load:

- Gilt als Zeitpunkt wenn der Benutzer mit dem Werbemittel interagiert (touch, klick, mouseOver).
- Es darf eine unbegrenzte Dateimenge nachgeladen werden, es besteht keine Limitierung der Dateianfragen (Requests).
- Zu diesem Zeitpunkt werden üblicherweise Videos und Audio Dateien nachgeladen.
- Beachten Sie das bei mobilen Geräten eine limitierte Datenverbindung durch den Internet Service Provider die Regel ist. Belasten Sie diese Verbindung so gering wie möglich.
- Die von Ihnen belasteten Benutzer sind Ihre potentiellen Kunden.

HTML5

Spezifikation	Vorgaben
Format	Anlieferung als index.html, mit vollständigem HTML-Syntax (Doctype Definitionen, , , etc.).
Skripte	Weitere Inhalte (Skripte, CSS, etc.) können in separaten Dateien angeliefert werden. Optimieren Sie so weit wie möglich die Anzahl der zusätzlichen Dateien und minifizieren Sie jede Datei. Jede zusätzlich zu ladende Datei beeinträchtigt die Performance Indikatoren Ihres Werbemittels negativ (schlechtere Sichtbarkeit, weniger Klicks).
Externe Ressourcen	Bei Einbindung von externen Ressourcen stellen Sie sicher, dass diese serverseitig für Cross-Domain-Zugriffe freigeben sind. Weitere Infos zum Cross-Origin-Resource-Sharing (CORS) finden Sie hier.
ID-Definition	Verwenden Sie bei der Definition von CSS-Klassen und Element-IDs immer einen Namenspräfix, um Kollisionen mit anderen Bannern und der ausspielenden Webseite zu vermeiden.
Anzeigenorientierung	"Die Orientierung des anzeigenden Gerätes sollte berücksichtigt werden und das Werbemittel für Darstellungen in "Landscape" und "Portrait" optimiert sein."
Tracking	Das Tracking/Zählen von Benutzeraktionen (außer Klicks) durch einen separaten Server muss durch den Werbemittelersteller erfolgen.

Spezifikation	Vorgaben
	Wenn das IAS Tracking genutzt wird, muss bei der Programmierung des html Dokumentes auf die Implementierung von IAS geachtet werden. Es muss sich an die technische Spezifikationen der IAS gehalten werden, für deren Richtigkeit wir keinerlei Gewähr übernehmen können.
Bewegungssensoren	Daten aus Bewegungs- und Ausrichtungssensoren eines mobilen Gerätes dürfen ausgelesen und für die Interaktion des Werbemittels genutzt, jedoch nicht blockierend verwendet werden. Funktionen wie das Schließen oder Verkleinern von Werbemitteln dürfen nicht exklusiv von der Bewegung des Gerätes abhängig sein, sondern müssen immer durch weitere Schaltflächen / Gesten steuerbar sein.

JavaScript

Spezifikation	Vorgaben
Vorbereitung	Bevor Sie JS-Bibliotheken und Frameworks (jQuery, ZeptoJS, etc.) nachladen, müssen Sie prüfen ob bereits eine Instanz des Frameworks auf der Webseite geladen wurde und diese benutzen.
Framework	Verwenden Sie kleine, kompakte JS-Frameworks. Größere Bibliotheken wie jQuery sind in der Regel unnötig und erhöhen die Datenlast des Werbemittel.
Code-Größe	Verkleinern Sie ihren finalen JS-Code so weit wie möglich. Benutzen Sie Minifier oder ähnliche Tools, so dass Ihr Werbemittel so schnell wie möglich zum Betrachter übertragen werden kann.
Variablen	"Vermeiden Sie grundsätzlich die Benutzung von global definierten Variablen und Funktionen und legen Sie diese in einem eignen "Namespace" ab."
document.write()	Die Benutzung von document.write() ist nicht gestattet. Werbemittel die auf diese Methode zurückgreifen werden automatisch gesperrt.
Mobile Formate	Für mobile Werbeformate, die in einer App ausgespielt werden sollen, unterstützen wir die standardisierte API MRAID (Mobile Rich Media Ad Interface Definitions) des Interactive Advertising Bureau (IAB). Für den Zugriff auf mobile Gerätefunktionen, z.B.: Erstellung eines Kalendereintrages, muss das Werbemittel MRAID-kompatibel sein.

Klickmessung

- Sie können Klicks auf Ihr Werbemittel durch den Ströer AdServer messen lassen. Dafür muss in dem HTML5-Werbemittel eine dynamische Zuweisung der Link-URLs ermöglicht werden. Eine Erklärung zum Einfügen der dynamischen Zuweisung samt Code Beispielen finden Sie im [öffentlichen GIT-Repository des Online Vermarkterkreises \(OVK\) im Bundesverband Digitale Wirtschaft \(BVDW\)](#).
- Die Anleitung wird von allen deutschen Vermarktern unterstützt. Die Klickmessung funktioniert nach einmaliger Integration auf allen deutschen Webseiten ohne zusätzliche Anpassungen.
- **Bei der Entwicklung / Testen Ihres Werbemittels können Sie die Verlinkungen einfach URL-encoded (encodeURIComponent()) an den Aufruf Ihrer .html Datei übergeben:**
- ihrWerbemittel.html?clicktag1=http%3A%2F%2Fwww.ihreUrl.de&clicktag2=http%3A%2F%2Fwww.ihreAndereUrl.de

Animationen

Spezifikation	Vorgaben
Erstellung	Animationen sollten so ressourcensparend wie möglich erstellt werden. Vermeiden Sie den übermäßigen Gebrauch von Transparenzeffekten (opacity) oder das Auslösen von "repaints" eines Browsers. Weitere Information zum Paint/Repaint finden Sie hier.
GIFs	Entfernen Sie nicht mehr benötigte GIFs (z.B. eine Ladeanimation) komplett aus dem HTML-Baum, anstatt das Bild nur zu verstecken. Versteckte GIF-Animationen belasten weiterhin den Browser.
Animationen	Benutzen Sie die Animationsmöglichkeiten von CSS3 (Animation, Keyframe, Translate, etc.). Verwenden Sie auf keinen Fall Animationen durch JavaScript' s setInterval() oder setTimeout(). JavaScript-Animationen sollten grundsätzlich die requestAnimationFrame-API des Browsers benutzen. Weitere Informationen zu requestAnimationFrame() finden Sie hier.

Bilder

Spezifikation	Vorgaben
Formate	GIF,PNG,SVG,JPEG

Spezifikation	Vorgaben
Pixeldichte	Für eine optimale Bildanzeige auf allen Geräten, sollten alle Bilder für HDPI angepasst sein. Weitere Informationen zu Bildschirmgrößen und zur Pixeldichte finden Sie hier.
Kompression	Um trotz HDPI die Datenlast des Werbemittels gering zu halten, eignen sich die Kompressionsverfahren/Formate Progressive JPEG / Progressive PNG und SVG.
Anzahl	Gehen Sie sparsam mit dem Auslösen von Serveranfragen (requests) für kleinere Bilder um. Falls Sie viele kleine Bilddateien verwenden wollen (Icons, Logos), sollten diese entweder als CSS-Sprites geladen oder direkt im HTML als DataURI hinterlegt werden.
Integration	Um einzelne Bildversionen an das jeweils richtige Device bzw. zur jeweils passenden Pixeldichte zu liefern, empfiehlt sich die Verwendung von CSS3 image-set() oder 's srcset Element (Browsersupport beachten).

Videos

Pflichtangaben

- Werbemittel mit Video/Audio Inhalten müssen zu jeder Zeit 3 gut sichtbare und sofort klickbare Schaltflächen beinhalten (stilisiert oder als Text):
 - Stop
 - Pause/Play
 - Ton an/aus

Spezifikation	Vorgaben
Format	MP4, optional: WebM, and Ogg (siehe Browser Support https://www.w3schools.com/html/html5_video.asp)
Framerate	25 FPS
Max. Dateigewicht eines Videos	Click-to-play: max. 5 MB

Spezifikation	Vorgaben
	Autoplay: max. 2,4 MB
Integration	Benutzen Sie bei der Integration von Videos die Video-API des Browsers.
Ladeoptionen	<p>Version Click-to-play: Videos dürfen nur nach einer Benutzeraktion gestartet und abgespielt werden (Klick auf einen "Play" Button, Swipe zur Expansion des Werbemittels). Die Videodatei darf erst heruntergeladen werden, wenn der Benutzer das Video startet oder der "Subload des Werbemittels" ausgelöst wurde. Ein automatisches Starten des Videos ohne eindeutige Aktion des Benutzers ist nicht gestattet.</p> <p>Autoplay: Die Videodatei darf erst heruntergeladen werden, wenn der "Subload" des Werbemittels ausgelöst wurde. Das Audio des Videos muss Standardmäßig auf "Aus" gestellt sein und darf nur durch User-Interaktion angestellt werden.</p>
Max. Spotlänge	max. 30 Sek
Wiederholte Wiedergabe	Video darf max. 2x abgespielt werden. Danach muss das Video automatisch stoppen.

Hinweis zu nicht empfohlenen Begriffen in Werbemitteln

- Die Begriffe „**Eilmeldung**“, „**Breaking News**“ und „**Sondermeldung**“ dürfen nicht in Werbemitteln verwendet werden.
- Der Grund dafür ist, dass diese Begriffe im journalistischen Kontext genutzt werden, um dringende, aktuelle Nachrichten zu kennzeichnen und eine besondere Dringlichkeit zu signalisieren. Wenn solche Begriffe in der Werbung verwendet werden, könnte das Verbraucher irreführen, da sie möglicherweise annehmen, es handele sich um wichtige, dringliche Informationen.
- Aus diesem Grund sollten Werbetreibende auf die Verwendung dieser Begriffe in allen Werbemitteln verzichten.

Instream Video

Generell

- Die Informationen zur Anlieferung von Instream Werbemitteln (Pre-/Mid-/Post-Roll) finden Sie hier.

- Hier gilt eine Lieferfrist von mindestens **5 Werktagen** vor dem Auslieferungstermin des Werbemittels.
- In der Mail für die Werbemittelanlieferung sollten folgende Informationen enthalten sein:
- Kundennamen, Kampagnennamen, Kampagnenzeitraum, Werbeträger, Zuordnung der Werbemittel bei einzelnen Platzierungen und Ansprechpartner bei Rückfragen.
Bitte beachten Sie, falls ein Anzeigehalt verspätet eintrifft oder die technischen Spezifikationen nicht erfüllt, behält sich Ströer Media Solutions das Recht vor, die Kampagne um die Anzahl der Tage zu verschieben, die der Anzeigehalt verspätet eingetroffen ist, um die vertraglich vereinbarten Ziele zu erreichen.

Anlieferung der Videodatei im Rohformat (Encoding kann von uns übernommen werden) bei Pre-Roll, Mid-Roll, Post-Roll und Bumper Ad.

- Gerne encodieren wir Ihr Video in alle relevanten Werbeformate. Wir benötigen hierzu lediglich Ihre Quelldatei. Die Quelldatei muss folgenden Eigenschaften entsprechen

Technische Spezifikationen	Spezifikationen
Container	mp4
Abmessung	1280x720 (CCIR601/DV PAL)
Framerate	25 oder 30 frames
Maximale Länge	Bumper Ad 6- Sek. Pre-Roll, Mid-Roll, Post-Roll non-skippable: bis 30- Sek
Audioeigenschaften	48 oder 44 kHz, 16 Bit, Stereo
Hinweis	Das Basismaterial sollte unmittelbar im ersten Frame starten; schwarze Bilder am Anfang oder Ende des Spots sind nicht zulässig.

Anlieferung der Videodatei für Divimove (YouTube Artists) Pre-Roll und Bumper Ad.

Technische Spezifikationen	Spezifikationen
Anlieferung:	Physisch oder als Wrapper URL (nur bei Hosting in Google AdManager oder YouTube)
Container:	.mp4
Abmessung:	bevorzugt 1280x720 (Desktop / CTV)
Maximale Länge:	Bumper Ad 6- Sek., Pre-Roll non skippable bis 20- Sek., Pre-Roll skippable 30- Sek.
Framerate:	25 oder 30 Frames
Audioeigenschaften:	48 oder 44 kHz, 16 Bit, Stereo
Tracking-Pixel	Nur von Google zertifizierte Anbieter möglich → Derzeit: comScore, DoubleVerify, IAS, MOAT, Nielsen, Kantar, Research Now sowie Google (inkl. Ad Manager)

Anlieferung als VAST-Redirect (encodierte Videodatei) bei Pre-Roll, Mid-Roll, Post-Roll und Bumper Ad.

- Wir nutzen das VAST Version 3.0 - Protokoll (Video Ad Serving Template), einen international anerkannten Standard des IAB (Interactive Advertising Bureau / www.iab.net) zur Ausspielung von Videowerbung.

Technische Spezifikationen	Spezifikationen
Container:	.mp4
Codec:	h264
Abmessungen	bevorzugt 640x360 (MEW / InApp) und 1280x720 (Desktop / CTV). Auch ähnliche Skalierungen nach Absprache möglich, wichtig jedoch dass ein Media File für kleine Screens (MEW / InApp) und eines für große Screens enthalten sind (Desktop / CTV)
Bitrate:	min. 600 kbps bis max. 2.000 kbps (MEW / InApp), min 1.000 kbps bis max. 4.000 kbps (Desktop) und min. 2.500 kbps bis max. 6.000 kbps (CTV)

Technische Spezifikationen	Spezifikationen
Max. Länge	Bumper Ad 6- Sek. Pre-Roll, Mid-Roll, Post-Roll non-skippable bis 30- Sek
Framerate:	25 Frames
Audio	MPEG
Audioversion	Version 1
Audioprofil	Layer 3
Audio Settings Mode	Stereo
Audio Bitraten Modus	konstant
Audio Bitrate	128 Kb/s
Audio Kanäle	2
Audio Sampling Rate	44,1 KHz

Die Spezifikationen werden fortlaufend aktualisiert. Bitte verwenden Sie stets den neuesten Download.

Verantwortlich für den Inhalt:
Ströer Media Solutions GmbH | Kehr wieder 8-9 | 20457 Hamburg