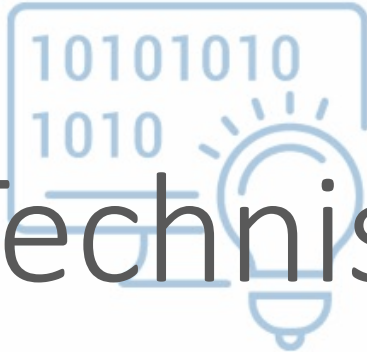


Technische Spezifikationen

dfv Hotel- und Gastromedien 2022



Inhalt

1. Allgemeine Informationen
2. 3rd Party Tag & Tracking
3. HTML5 Display Banner
4. Display Ads
5. Mobile Ads
6. Newsletter Ads
7. Ihr Ansprechpartner

HTML



Allgemeine Informationen

Werbemittelanlieferung

Anlieferung der Werbemittel 3 Werktage vor Erscheinen an: banner@hotel-gastromedien.de

Zusätzlich muss die E-Mail folgende Informationen beinhalten:

- Kundename
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Gebuchtes Produkt oder Seite
- Ziel-URL
- Ansprechpartner für Rückfragen
- Werbemittel



- Bei **Nichtbeachtung** der technischen Spezifikationen und / oder der Anlieferungsbedingungen kann es unter Umständen zu einem **verspäteten Kampagnenstart** kommen.
- Kompensationsansprüche seitens der Werbekunden entfallen damit.

Besonderheiten

- Die Webseite verhält sich voll **responsive**, was über CSS3 Media-Queries und Javascript realisiert wird. In einem flexiblen Layout kann es auch zur Skalierung von Werbemitteln kommen. Dies ist bei der Kreation und bei der technischen Umsetzung von Anzeigen zu beachten.
- Bitte achten Sie darauf, dass **die Skalierbarkeit des Werbemittels auf verschiedene Größen** gegeben ist und es sich automatisch an die Skalierung der Inhalte anpasst. Ihr Werbemittel wird bei manchen Platzierungen auf der Website sowie Mobile ausgespielt.
- Internet Explorer: wir unterstützen den Internet Explorer ab der Version 11.
- Auslieferung von Ads in iFrames: wir liefern sämtliche Anzeigen in Friendly iFrames aus. Dadurch kann es zu keinem Konflikt zwischen der Seiten und Anzeigenprogrammierung kommen. Dieser Umstand muss jedoch
 - z.B. bei der Umsetzung expandierender Werbeformate beachtet werden.
- Die Werbemittel, die wir in iframes anzeigen, sollten responsiv sein. D.h. die Inhalte sollten sich dem iframe anpassen, wenn wir diesen aufgrund geringerer Display-Größen skalieren.
- **HTTPS Auslieferung:** Die Webseiten und Angebote von FOOD SERVICE und ahgz.de sind nur über https abrufbar. https ist der neue Standard und muss deshalb von allen Werbeformen, Zählpixeln und 3rd Party Tags vollständig unterstützt werden. Seit 2018 bieten wir keine Auslieferung über http mehr an, da aktuelle Browser Sicherheitswarnungen ausgeben, sofern wir über http ausliefern.
- **Videos** können per Redirect, HTML5-Datei, physisch oder als VAST-Redirect angeliefert werden.



Spezifikationen für 3rd-Party Tag / Tracking

3rd-Party Tag & Tracking

- Die mögliche Bereitstellung von 3rd Party Tags als script-, redirect oder iframe-Tags sowie darin zulässige maximale Dateigewichte und Datei-Typen, richten sich nach unseren technischen Spezifikation. Die Möglichkeit zur Übergabe eines ClickCommands an die Redirect URL muss gegeben und dokumentiert sein, so dass „Klicks“ durch FOOD SERVICE gemessen werden können, andernfalls können diese im Report nicht ausgewiesen werden.

Hinweise:

- Zudem muss eine Erreichbarkeit von 99% des 3rd Party Ad-Servers gegeben sein.
- 3rd Party Werbemittel dürfen den Container, in den sie geladen werden, nicht verlassen. Sie dürfen sich also nicht in den <body> oder andere HTML-Elemente der Seite einhängen.
- Alle Inhalte, die vom Server eines Partners kommen (z.B. Ressourcen von HTML5 Ads, 3rd Party Tags, Zählpixel) **müssen sowohl im https Umfeld funktionieren.**
 - Seit 2018 ist https Pflicht.
- XSS ist nicht erlaubt.
- Zählpixel müssen immer folgende Inline-Styles enthalten, um Layout Fehler auszuschließen:
 - ``

Backupimage & Tracking

Backupimage:

- Wann brauche ich Fallbacks? Zum Beispiel bei Kampagnen mit speziellen Targetings, bei programmatischer Werbung, bei Kampagnen die Tracker enthalten – HTML5 und redirects1 click Command.
- Fallback-Werbemittel werden im Grafikformat GIF, JPG oder PNG erstellt und dienen dazu, die Sichtbarkeit von Kampagnen zu gewährleisten. Sie werden ausgeliefert, wenn keine anderen Werbemittel für eine Werbefläche geeignet sind.
- Möchte eine Agentur/ein Kunde Trackings einsetzen, sollte immer ein physisches Werbemittel ohne eingebautes Tracking als Fallback ausgeliefert werden. Oder das physische Fallback-Werbemittel ohne Tracking muss im Adserver der Agentur/des Kunden hinterlegt werden.

Tracking:

Um das bestmögliche Ergebnis Ihrer Werbekampagne zu erzielen und aufgrund der Beschränkungen durch das aktuelle Gesetz für User Consent, verzichten Sie bitte auf die Verwendung von zu vielen Zählpixeln.

Wir empfehlen maximal 5 Tracking-Pixel:

- 2 Zählpixel für das Tracking von Impressions (Mediaagentur und technischer Dienstleister)
- 1 click Command
- 1 Viewability-Messung (z. B. meetrics)
- 1 Marktforschungspixel (z.B. GfK)

TCF

Zusätzliche Informationen:

Sobald ein Tracking/Pixel /TAG in einer Kampagne eingesetzt wird, die **personenbezogene Daten** verarbeitet, sind folgende Punkte zu beachten.

Alle **URL-basierten Komponenten** eines Werbemittels (z.B. Redirect, Pixel-Tracker) müssen zur Verarbeitung des TC-Strings das IAB-Makro `gdpr_consent = $ {GDPR_CONSENT_XXX}` enthalten, wobei XXX die numerische Vendor-ID gemäß der globalen Vendor-Liste des IAB darstellt.

Beispiel:

```
<script>document.write ('<scr' + ,ipt type="text/javascript" language="JavaScript,,  
src=„https://ad.yieldlab.net/d/11132400/11132397?ts=%timestamp%&pubref='+encodeURIComponent(window.top.location.href)+'&co  
nsent=${GDPR_CONSENT_70}"></scr' + 'ipt> ');</script>
```

Damit wir dieses GDPR-Makro in Zukunft erkennen und finden können, **benötigen wir mindestens 5 Werktage** vor Beginn der Kampagne folgende Informationen: Wie und wo dieses GDPR-Makro im Redirect, in Skripten, iframes und/oder sonstigem Tracking ausgeliefert wird. Auch alle Werbe-Tags/Trackings, die wir verwenden, müssen diese GDPR-Makros enthalten.



Spezifikationen für HTML5 Display Banner

HTML5 Banner: Skalierbarkeit und Dateigröße

Skalierbarkeit:

- Das Werbemittel darf keine fixe Breite und Höhe haben. Sie müssen sicherstellen, dass das Werbemittel skalierbar ist.
- Bitte achten Sie darauf, dass die **Skalierbarkeit des Werbemittels auf verschiedene Größen** gegeben ist und es sich automatisch an die Skalierung der Inhalte anpasst. Ihr Werbemittel wird bei manchen Platzierungen auf der Website sowie Mobile ausgespielt.

Dateigröße:

- HTML5 Werbemittel bestehen wie Webseiten aus mehreren Elementen, die nicht analog zu Flash in einem File zusammengeführt und komprimiert werden können. Diese sind: HTML-Files, CSS, Libraries (Javascript, JQuery, etc.), Bilder, Videos.
- Damit der Aufbau der Webseite und des Werbemittels nicht unnötig verzögert wird, ist **bei der Kreation zu beachten**:
 - Die einzelnen Elemente des HTML5 Werbemittels sollen sowohl hinsichtlich ihrer Anzahl als auch Dateigröße so klein wie möglich gehalten werden, um die Serverprozesse/Anfragen Server Requests zu minimieren.
 - Die Kompilierungsverfahren des Codes und Code Optimierungen sollen in einer Datei angewendet werden. Dies ist durch Komprimierung und Optimierungsverfahren als auch durch sparsame Anwendung von Animationen und Einbindung externer Elemente wie Fonts und Bibliotheken umzusetzen, welche auch zu der Dateigröße dazu gerechnet werden.
 - Unterverzeichnis: Es darf bis zu einer Ebene Unterordner vorhanden sein
 - Maximal 50 Dateien/Ordner im Zip-File
 - Maximal 10 anklickbare Flächen (clicktags)

Maximalgröße: 120 KB

HTML5 Banner: Klickzählung

Klickzählung:

- Für die Click-Zählung sollte "clicktag" als URL-Parameter aufgenommen werden.
 - Sind mehrere Klick-Bereiche im Werbemittel definiert sind diese per "clicktag1", "clicktag2", "clicktag3", "clicktag4", "clicktag5", ..., "clicktag9" anzusteuern.
- Code-Beispiel für die Übergabe des clicktag (Die Pixel-Angaben sind beispielhaft für eine Werbeform):

Einfacher Hyperlink Tag

```
<html>
<head>
</head>
<body>
  <a href="#clicktag" id="clicktag" target="_blank">
    <div id="example_element" style="width: 300px; height: 250px">
    </div>
  </a>
  <script>
    document.getElementById('clicktag').setAttribute('href', clicktag);
  </script>
</body>
</html>
```

Wichtig:

Der blau markierte Bereich „example_element“ repräsentiert den Code des eigentlichen Banners bzw. die Elemente des Banners. Dieser Teil sollte nicht mit kopiert werden falls Code aus dem Beispiel kopiert wird. In diesem Beispiel wird das Banner von einem HTML-Anker-Tag eingeschlossen welches die Verlinkung vornimmt welche wiederum in einem nachfolgenden Script über die clicktag-Variable gesetzt wird.

HTML5 Banner: Klickzählung

Für unterschiedliche klickbare Flächen

```
<html>
<head>
</head>
<body>
  <a href="#clicktag" id="clicktag" target="_blank">
    <div id="example_element1" style="width: 300px; height: 250px">
    </div>
  </a>
  <a href="#clicktag1" id="clicktag1" target="_blank">
    <div id="example_element2" style="width: 300px; height: 250px">
    </div>
  </a>
  <script>
    document.getElementById('clicktag').setAttribute('href', clicktag);
    document.getElementById('clicktag1').setAttribute('href', clicktag1);
  </script>
</body>
</html>
```

Wichtig:

Die blau markierten Bereiche „example_element1“ und „example_element2“ repräsentieren Flächen des Banners die klickbar sein sollen. Dieser Teil sollte nicht mit kopiert werden falls Code aus dem Beispiel kopiert wird

HTML5 Banner: Klickzählung

Weitere Hinweise:

Die clicktags können nur vom System gefüllt werden, wenn diese in der Basis-Datei (HTML-Datei) eingesetzt werden. Werden clicktags z.B. in externen Javascript-Dateien eingesetzt, können diese nicht von ADITION mit Werten befüllt werden.

Die clicktags können nicht erkannt werden wenn sie in abweichender Schreibweise geschrieben werden, z.B. clickTag, Clicktag usw. Daher bitte clicktags immer in Kleinschreibung verwenden wie im Beispiel auf Seite 12 ersichtlich. Es ist nicht notwendig, Javascript-Variablen zu deklarieren. Daher sollte auf Code-Snippets wie z.B. folgenden verzichtet werden:

```
<script>  
clicktag = "";  
</script>
```

Weiterhin dürfen clicktags nicht mit eigenen Werten befüllt werden:

```
<script>  
clicktag = "https://www.adition.com";  
</script>
```

Beide Fälle führen dazu, dass die von ADITION gesetzten Werte überschrieben werden und daher **keine Klickzählung** möglich ist.

HTML5 Banner

Backupimage / Browserkompatibilität:

- Sollte ein Browser ein spezielles Feature oder eine verwendete Library nicht unterstützen, welches im Werbemittel Anwendung findet, so soll ein im Werbemittel definiertes Fallback JPG/GIF ausgespielt werden.
- Wenn das Werbemittel zum Beispiel nicht von IE 9 unterstützt wird, ist von der Agentur vorzusehen, dass in diesem Browser das Fallback angezeigt wird. Die Werbemittel sind seitens der Kreativagentur auf allen gängigen Browsern zu testen und etwaige auszuschließende Browser dem Vermarkter mitzuteilen.

Grafikkomprimierung:

- Grafiken sind hinsichtlich der Dateigröße zu optimieren. Die Verwendung von PNG-Crusher und der Einsatz von skalierbaren Vektorgrafiken wird empfohlen.

Video:

- Videos in HTML5-Werbemitteln sollten über den Tag eingebunden werden.
- Ads mit Videos sind mit einem Previewbild (Poster) zu versehen. Das Video startet sobald es geladen ist bzw. durch User Interaktion auf den meisten mobilen Endgeräten. Zu beachten ist, dass auf Videos auf mobilen Endgeräten keine clicktags gelegt werden können. Der clicktag muss auf einer Fläche außerhalb des Videos hinterlegt werden. Das Video muss hinsichtlich Qualität und Dateigröße optimiert werden und ist in einer geeigneten Serverumgebung zu streamen.
- Max. Video-Dateigröße: 2,5 MB
- Das Video ist sowohl in H264/mp4 als auch in VP8/WebM zur Verfügung zu stellen.

HTML5 Banner

Animation:

- Bei Animationen ist darauf Acht zu geben, dass diese den Client CPU nicht unnötig belasten. Mehrere parallel laufende Animationen und überlappende transparente Grafiken sind zu vermeiden. Der Einsatz von CSS3 oder Javascript Animationen ist mit Bedacht auf die CPU und GPU Auslastung zu wählen.

Anlieferung:

- Die Anlieferung des HTML5-Werbemittels erfolgt als Zip-Datei, die alle Elemente des Werbemittels enthält, ausgenommen extern geladene Libraries, Videos oder Fonts.
- **Stellen Sie alle Dateien in einen Hauptordner mit maximal einem Unterordner. Es dürfen keine Ordner-Strukturen sowie Unterordner verwendet werden.**
- In der Zip-Datei muss eine index.html-Datei als Startpunkt und Rootverzeichnis enthalten sein. Alle eingebundenen Skripte sowie alle in der Zip-Datei enthaltenen Elemente müssen relativ verlinkt sein.
- Alternativ kann ein Redirect angeliefert werden. Auch hier gelten alle o.g. Anforderungen, z.B. Dateigröße, Fileanzahl. Anlieferung ist Vermarkter abhängig physisch oder als Redirect zu erfolgen.

Vorlaufzeit:

- Die Vorlaufzeit beträgt **5 Werktage**



Spezifikationen für Display Ads

Klassische Display Ads

Werbeform	Format in Pixel	Dateityp	Max. KB
Superbanner	980 x 150	GIF / JPG / 3rd-Party Tag / HTML5	120
Skyscraper (sticky)	160 x 600	GIF / JPG / 3rd-Party Tag / HTML5	120
Billboard	940 x 250	GIF / JPG / 3rd-Party Tag / HTML5	120
Medium Rectangle	300 x 250	GIF / JPG / 3rd-Party Tag / HTML5	120
Content-Ad	617 x 250 300 x 250	GIF / JPG / 3rd-Party Tag / HTML5	120
Stage Banner	617 x 250 300 x 250	GIF / JPG / 3rd-Party Tag / HTML5	120

Sonderwerbformen

Werbeform	Desktop-Format in Pixel	Mobile Format in Pixel	Dateityp	Max. KB
Bildergalerie-Werbung	935 x 500	300 x 250	GIF / JPG / 3rd-Party Tag / HTML5	120
Poster Ad/Understitial	935 x 500 - 935	320 x 480	GIF / JPG / 3rd-Party Tag / HTML5*	120
Dynamic Sitebar	Mind. 160 x 600 Max. 400 x 900	320 x 480	HTML5*	120

*Die Funktionsweise des Expandierens des Werbemittels muss bereits im Werbemittel programmiert sein.



Spezifikationen für Mobile Ads

Klassische Mobile & AMP Ads*

Werbeform	Format in Pixel	Dateityp	Max. KB
Superbanner / Billboard	300 x 120	GIF / JPG / 3rd-Party Tag / HTML5	20
Medium Rectangle	300 x 250	GIF / JPG / 3rd-Party Tag / HTML5	20
Content-Ad	300 x 250	GIF / JPG / 3rd-Party Tag / HTML5	20
Big Content-Ad (Skyscraper / PosterAd)	320 x 480	GIF / JPG / 3rd-Party Tag / HTML5	20

*Kann nur in Verbindung mit der entsprechenden Desktop-Position gebucht werden.



Spezifikationen für Newsletter Ads

Newsletter Banner

Dateityp: GIF / JPG / PNG

Maximalgröße: 120KB

- Wenn Sie eine **animierte gif-Datei** anliefern möchten, beachten Sie bitte folgendes:
- In allen Newslettern (nicht FOOD SERVICE-abhängig), die über Outlook 2007 bzw. 2010 angezeigt werden, kann es zur ausschließlichen Darstellung des ersten Frames der gif-Datei kommen.

Unser Vorschlag:

- Lassen Sie den ersten Frame der gif-Datei so kurz wie möglich animieren (ca. 0,1 Sekunden ist das Minimum) und stellen Sie bereits dort alle wichtigen Informationen der Werbebotschaft dar. Für alle, die die o.g. neueren Outlook-Versionen nutzen, erscheint nun (wenn auch nur als 1 Frame) die komplette Werbebotschaft. Durch die kurze Animationszeit von ca. 0,1 Sekunden werden zugleich alle anderen User direkt zum 2. Frame geleitet (der erste ist kaum bis gar nicht sichtbar und ist innerhalb des Ladevorgangs des Newsletters abgeschlossen). Ab hier kann dann die gewollte Frame-Reihenfolge ablaufen.

Newsletter Banner

Werbeformat	Format in Pixel	Dateityp	Max. KB
Top-Banner	630 x 75	GIF / JPG / 3rd-Party Tag	120
Mega-Banner	630 x 250		
Banner (Position 2 – 6)	520 x 200 300 x 250	GIF / JPG / 3rd-Party Tag	120
Banner als Textanzeige (Position 2-6)	Bei Buchung mit Bild: FS am Morgen: 200 x 175 ahgz hoteldesign: 250 x 140 Alle übrigen ahgz-NL: 160 x 90	45 Zeichen Überschrift, Text 330 Zeichen (inkl. Leer-, Satz- und Sonderzeichen)	50

Advertorial

Bestandteil	Anmerkung
Logo	250 x 170 px, PNG mit transparentem Hintergrund, 300 dpi
Headline	55 Zeichen, inkl. Leer-, Sonder- und Satzzeichen
Teasertext	Max. 300 Zeichen; inkl. Leer-, Sonder- und Satzzeichenalternativ wird ein Teasertext aus den ersten 300 Zeichen des Artikeltextes generiert
Text	beliebige Länge, mit Absätzen und ggf. Zwischenüberschriften, welche gefettet dargestellt werden. Als Formatierungen im Text sind Fettungen, Unterstreichungen und Kursivtext möglich, idealerweise im Word/RTF-Format
Bilder	Anzahl: 2, (idealerweise 16:9, maximale Breite 1.200 Pixel, max. 150KB) Eines davon als Aufmacherbild benannt und eines für den Fließtext. Bitte Quellenangaben dazu schreiben, wenn sie vom Firmennamen abweichen.
Videos	Müssen bei YouTube oder Vimeo gehostet sein
Info-Kasten	Max. 300 Zeichen
Kontaktkasten	Kontaktinformationen (z.B. Firmierung, Abteilung/Ansprechpartner, Telefonnummer, E-Mail-Adresse)
PDF-Dateien	Max. 4 MB, können verlinkt werden

Das Advertorial wird im jeweiligen Redaktionslayout erstellt. Grafische oder gestalterische Anpassungen sind nicht möglich. Bitte darauf achten, dass zusätzliche Elemente, wie Bilder, Videos und Kästen von genügend Text umschlossen werden. Ansonsten behalten wir uns vor, das Verhältnis von Text und Elementen anzupassen.