

# Technische Spezifikationen

## Index

Index .....	1
1. Anlieferung .....	2
2. Allgemeine Werbemittelvorgaben Display .....	2
3. Allgemeine Werbemittelvorgaben Video .....	3
4. Werbeformen.....	6
Instore Display Formate je Branche .....	6
Out-of-store Display Formate je Werbeform .....	7
Out-of-store Video .....	8
5. 3rd-Party-Tracking.....	9
Instore.....	9
Out-of-store.....	10
6. Landing-Pages .....	11
Instore.....	11
Out-of-store.....	11
7. Apendix .....	12
Beispielbanner .....	12

---

## 1. Anlieferung

### Allgemeine Hinweise

Folgende Informationen müssen bei der Anlieferung angegeben werden:

- Kundename
- Kampagnenname
- Buchungsnummer
- Werbeformat
- Ansprechpartner für Rückfragen
- Motivname (optional)

### Kontakt

Werbemittel und/oder Materialien Ihrer Buchung können an folgenden Ansprechpartner geliefert werden:

- Kairion Operations
- Johannes Czapowski
- [werbemittel@kairion.de](mailto:werbemittel@kairion.de)
- Tel.: +49 (0) 69 / 972 69 -188

### Anlieferungsfristen

#### Fertige Werbemittel

- Standard-Werbeformen: min. 3 Werktage vor Kampagnenstart
- Microsites: min. 5 Werktage vor Kampagnenstart

#### Materialien zur Werbemittelerstellung

- Standard-Werbeformen: min. 5 Werktage vor Kampagnenstart
- Microsites: min. 7 Werktage vor Kampagnenstart
- Nur bei der **fristgerechten Anlieferung** (s.o. Anlieferungsfristen) aller relevanten Materialien (Fonts, .psd Files, Pflichttexte, etc.) kann der gebuchte Kampagnenstart gewährleistet werden.
- Es muss gewährleistet sein, dass Sie über alle **relevanten Rechte** verfügen, die einen Einsatz der Materialien (Visuals, Fonts, usw.) im Internet erlauben.

## 2. Allgemeine Werbemittelvorgaben Display

### Flash

Werbemittel dürfen nicht im Adobe-Flash-Format (swfs) angeliefert werden. Durch Browser-Updates von Google Chrome, Mozilla Firefox und Apple Safari wird die Anzeige von Flash-basierten Werbemitteln nur noch mit Einschränkungen unterstützt.

### Händlerspezifische Besonderheiten

Einzelne Händler behalten sich vor, Einfluss auf die Gestaltung der Werbemittel zu nehmen. Dies betrifft z.B. Wording, CTA oder integriertes Shop-Logo.

Alle Werbemittel, müssen vor Start einer Kampagne durch den Händler gesichtet und freigegeben werden. Entsprechend kann es zu individuellen Anpassungen kommen, die Ihr Ansprechpartner mit Ihnen abstimmt.

## Grundregeln der Werbemittelerstellung

Beispiel Banner ist im Apendix zu finden.

- Das Wort „**Anzeige**“ muss auf dem Banner platziert sein.
- Das Wort „**Pflichttext**“ muss gut sichtbar auf dem Banner platziert sein, falls ein Pflichttext für das Produkt hinterlegt werden muss. Damit der Pflichttext als „Mouse-over“ eingefügt werden kann, senden Sie bitte alle relevanten Informationen zusammen mit den Werbemitteln.
- Für **mobile Banner** gelten folgende Extra-Kriterien: Bitte verwenden Sie hier **keine Bullets**, jedoch **einen größeren CTA und eine klare/verkürzte Headline**. Entspricht das Banner nicht diesen Anforderungen, behalten wir uns vor, diesen nicht auszuspielen.
- Beachten Sie bitte, dass die von Ihnen übersendeten Banner den hier aufgeführten Formatgrößen entsprechen und responsive sind. Dynamische Werbemittel dürfen eine Loopdauer von 30 Sekunden nicht überschreiten.
- Emotionen generieren, durch Erfahrungsberichte oder Bilder, die die Werbebotschaft unterstützen
- Mitnahmeeffekte schaffen, durch wiedererkennbare, bekannte oder familiäre Bilder, z.B. Testimonials oder Packshots
- Nutzen für den Konsumenten verdeutlichen, durch knappe, konkrete und abgrenzende Aussagen
- Argumente strukturieren z.B. mit Bullet-Points (drei Punkte zeigen die beste Wirkung)
- Eindeutigen Call-to-Action verwenden, mit Bezug zum Kauf im Shop
- Farben verwenden, um das Werbemittel vom weißen Shop-Hintergrund abzuheben
- Wesentliche Elemente sichtbar halten, also statisch, nicht dynamisch anlegen

## Amazon

Die Amazon-spezifischen Ad Spezifikationen können [hier](#) heruntergeladen werden.

## Physische Werbemittel

- Anlieferungsformen: JPG / PNG / GIF
- Dateigröße: max. 150 kB
- Physische Werbemittel werden ab der Browser-Version Internet Explorer 7 unterstützt.

## 3. Allgemeine Werbemittelvorgaben Video

### VAST - Anbieter

In-Stream-Anzeigen von Drittanbietern müssen mittels linearem VAST-Tags (Pre-Fetching-Tag) von einem zugelassenen VAST-Anbieter geschaltet werden. Dieser muss der *XML-Zusammenfassung für In-Stream-Anzeigen von Drittanbietern für die VAST-Antwort des*

Anzeigenserver von Google entsprechen. Dabei ist es wichtig, dass für jede Videoanzeige, die im VAST-Tag bereitgestellt wird, mind. zwei gesonderte Knoten vorliegen:

- MP4-Videoformat
- WebM-Videoformat

Alle VAST-Tags im VAST-XML-Code müssen einen bestimmten einheitlichen Wert für Ihr Unternehmen im <AdSystem>-Knoten aufweisen. Google fügt bspw. <AdSystem>Google</AdSystem> für alle VAST-Tags ein.

Jeder generierte VAST-Tag muss einen eindeutigen Wert für das Attribut „id“ im Knoten aufweisen. Dabei ist zu beachten, dass zwei unterschiedliche VAST-Tags nicht denselben Wert für die Anzeigen-ID haben sollten, wie in folgenden Beispielen zu entnehmen:

Beispiel Ad Ids:

- VAST-Tag1: <Ad id="3848178">
- VAST-Tag2: <Ad id="6841631">

Zugelassen für Knoten in der VAST-XML sind nur die folgenden Ressourcentypen:

- StaticResource: URL zu einer statischen Datei (e.g. Bild oder SWF-Datei)
- IFrameResource: URL-Quelle eines IFrames, in dem das **Companion**-Element angezeigt werden soll
- **Der Typ "HTMLResource" ist nicht mehr zulässig**

Der Ad-Server muss die Datei „crossdomain.xml“ mit den entsprechenden Spezifikationen enthalten, die Zugriff auf alle spezifischen Google-Domains oder alle Domains gewähren, damit über den Flash-SDK von Google, Videoanzeigen vom Ad-Server eines Drittanbieters geschaltet werden können. Das Attribut „secure“ muss ebenfalls auf „false“ eingestellt sein. Dabei muss die „crossdomain.xml“ folgendes Format aufweisen:

Beispiel crossdomain.xml Format:

- <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>

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

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

**VAST-Wrapper – Anforderungen:**

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

**SSL-konforme VAST-Anzeigen – Anforderungen:**

Alle Antworten auf Anzeigenanfragen müssen SSL-konform sein („HTTPS“). Alle einbezogenen Server benötigen eine vollständige SSL-Zertifizierung. Empfehlenswerterweise sollte Ihr VAST-Tag automatisch erkennen, dass es vom HTTP-/HTTPS-Protokoll angefordert wird, und URLs sowie 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.

## 4. Werbeformen

### Instore Display Formate je Branche

#### Healthcare

160x600px; 188x600px; 455x275px; 500x149px; 520x149px; 534x220px; 540x220px;  
560x149px; 580x90px; 585x120px; 585x263px; 620x180px; 698x90px; 728x90px;  
752x139px; 923x200px; 320x79px

#### Petcare

160x600px; 250x250px; 728x90px;

#### Consumer Electronics

160x600px; 728x90px; 725x90px; 708x90px; 705x90px; 787x252px; 320x79px

#### Generalisten

1370x100px; 675x450px

## Out-of-store Display Formate je Werbeform

### IAB-Standard

160x600px; 160x600px; 300x250px; 728x90px; (320x100px; 320x50px)

### Billboard

970x250px; 800x250px

### Half Page Ad

300x600px

### Sonderformate

300x1050px; 930x180px; 970x90px; 980x120px

## Out-of-store Video

### Datei - Anforderungen (Video)

- Videoformate: .mov oder .mp4  
WebM (nur Video/WEBM)
- Companion: 1280x720, 1920x1080 oder 1440x1080 (quer/horizontal)  
720x1280, 1080x1920 oder 1080x1440 (Porträt/vertikal)  
720x720, 1080x1080 oder 1920x1920 (quadratisch)
- Auflösung: 16:9 oder 4:3 (quer/horizontal)  
9:16 oder 3:4 (Porträt/vertikal)
- Codec: H.264
- Bildrate: 23.98 oder 29.97
- Bitrate: bis 20 Mbps
- Länge: 15 oder 30 Sekunden
- Dateigröße: max. 1 GB
- Black Bars: keine Black Bars
- Letterboxing: kein Letterboxing
- Logo: Firmenlogo muss im Inhalt sein

### Datei - Anforderungen (Audio)

- Codec: PCM (bevorzugt) oder AAC
- Bitrate: Bis zu 192 Kbps
- Bit: Nur 16 oder 24 bit
- Beispielrate: 48 kHz
- Audioeinstellung: Erforderlich

### Datei - Anforderungen (Companion)

- Größen: 300x250, 300x60
- Dateityp: GIF oder JPG
- Dateigröße: max. 50KB
- Animationslänge: 30 Sekunden oder 4 Minuten bei Mouseover oder Klick
- Maximale Framerate: 24 fps



## 5. 3rd-Party-Tracking

### Instore

#### Allgemeine Hinweise

- 3rd-Party-Tracking ist auf Kampagnenebene, d.h. über alle Formate und Händler hinweg, möglich. Es wird pro Kampagne maximal ein Tracking eingesetzt.
- Das angelieferte 3rd-Party-Tracking muss **HTTPS** (Secure) unterstützen und darf sowohl im Werbemittel als auch in der Tracking-Kette keinerlei unsicheren Elemente enthalten.
- Kairion befindet sich aktuell auf keiner Blacklist gängiger Adblocker, sodass Zählabweichungen von bis zu 15% auftreten können.

#### View-Tracking

Das View-Tracking sollte bereits **"IMG SRC"** enthalten und nicht nur als Link angeliefert werden.

Beispiel (Conversant) ohne IMG SRC:

[http://adfarm.mediaplex.com/ad/tr/27729-222474-61-2?mpt=\[CACHEBUSTER\]](http://adfarm.mediaplex.com/ad/tr/27729-222474-61-2?mpt=[CACHEBUSTER])

Beispiel (Conversant) mit IMG SRC:

``

#### Click-Tracking

Das Click-Tracking muss einen Landing-Page-Parameter enthalten. Dieser dient der individuellen Bestimmung des Link-Ziels. Folgende Hinweise sind zu beachten:

- Der Parameter unterscheidet sich je nach eingesetztem Adserver.
- Der Parameter sollte „encoded“ übergeben werden.

Beispiel (Sizmek) ohne Parameter:

<https://t.qservz.com/cl.aspx?tc=656904af07dff9c9cd0c3abb402d>

Beispiel (Sizmek) mit Parameter:

<https://t.qservz.com/cl.aspx?tc=656904af07dff9c9cd0c3abb402d&url=>

#### Conversion-Tracking

Der Einsatz von externen Conversion-Trackings ist nach Absprache möglich.

#### Audience-Tracking (DMP-Tag)

Der Einsatz von Audience-Tracking (DMP-Tag) ist nach Absprache möglich.

## Out-of-store

### Allgemeine Hinweise

- 3rd-Party-Tracking ist auf Formatebene möglich.
- Das angelieferte 3rd-Party-Tracking muss HTTPS (Secure) unterstützen und darf sowohl im Werbemittel als auch in der Tracking-Kette keinerlei unsicheren Elemente enthalten.

### View-Tracking

Das View-Tracking sollte bereits **"IMG SRC"** enthalten und nicht nur als Link angeliefert werden.

Beispiel (Conversant) ohne IMG SRC:

[http://adfarm.mediaplex.com/ad/tr/27729-222474-61-2?mpt=\[CACHEBUSTER\]](http://adfarm.mediaplex.com/ad/tr/27729-222474-61-2?mpt=[CACHEBUSTER])

Beispiel (Conversant) mit IMG SRC:

``

### Click-Tracking / Landing-Page-Parameter

Das Click-Tracking muss einen Landing-Page-Parameter enthalten. Dieser dient der individuellen Bestimmung des Link-Ziels. Folgende Hinweise sind zu beachten:

- Der Parameter unterscheidet sich je nach eingesetztem Adserver.
- Der Parameter sollte „encoded“ übergeben werden.

Beispiel (Sizmek) ohne Parameter:

<https://t.qservz.com/cl.aspx?tc=656904af07dff9c9cd0c3abb402d>

Beispiel (Sizmek) mit Parameter:

<https://t.qservz.com/cl.aspx?tc=656904af07dff9c9cd0c3abb402d&url=>

### Conversion-Tracking

Der Einsatz von Conversion-Tracking ist je nach Link-Ziel möglich und muss vor Kampagnenstart evaluiert werden.

### Audience-Tracking (DMP-Tag)

Der Einsatz von Audience-Tracking (DMP-Tag) ist nach Absprache möglich.

## 6. Landing-Pages

### Instore

#### **Automatisch generierte Landing-Page**

Es wird standardmäßig auf eine automatisch generierte Landing-Page (vergleichbar mit einer Suchergebnis-Seite) verlinkt. Diese setzt sich dynamisch nach Produktverfügbarkeit aus den beworbenen Produkten zusammen.

Sollte nur ein Produkt beworben werden, wird auf die entsprechende Produkt-Detailseite verlinkt.

#### **Microsite**

Es besteht zusätzlich die Möglichkeit auf eine vor Kampagnenstart kreierte Microsite (HTML5-iFrame) zu verlinken. Die Microsite ist ein Medium, das Zusatzinformationen liefert und den Produktnutzen genauer erläutert.

- Sofern die Microsite durch Kairion erstellt wird, müssen je Hersteller spezifische Informationen, in Form eines Briefings, mitgeliefert werden.
- Vorlaufzeit: min. 7 Werktage vor Kampagnenstart

### Out-of-store

#### **Rückverlinkung in den Shop**

Bei Out-of-store-Kampagnen besteht die Möglichkeit auf die Landing-Pages der Instore-Sektion zu verlinken (s.o.).

#### **Verlinkung auf externe Website**

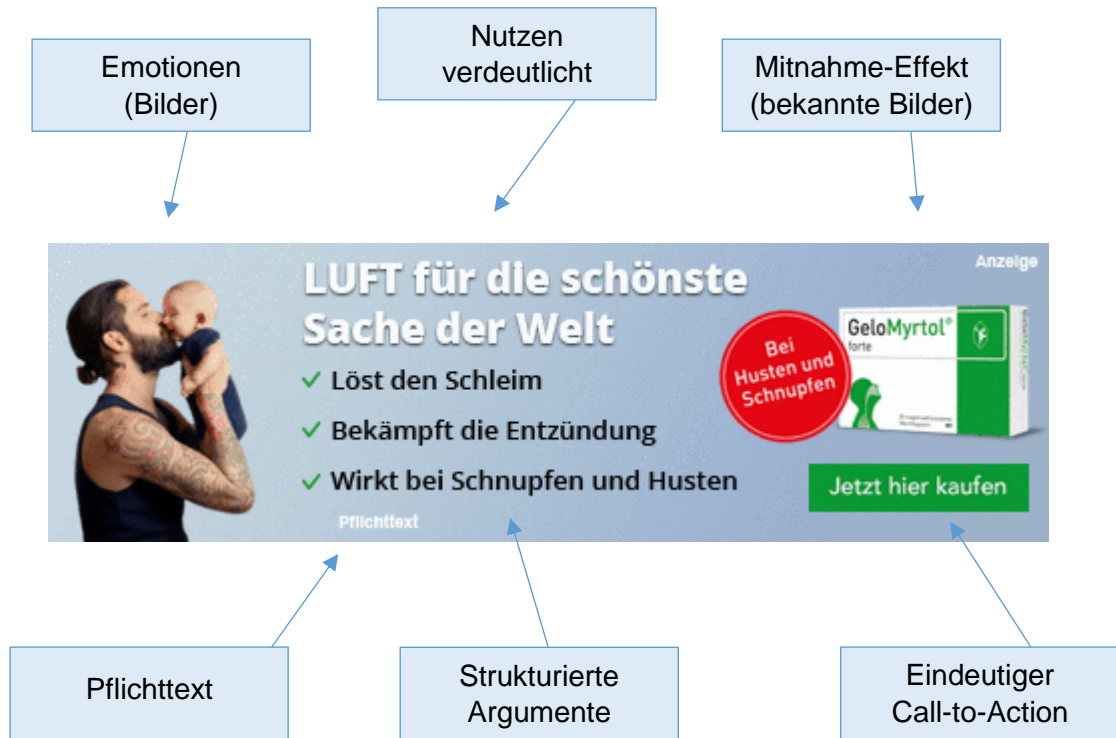
Nach Absprache kann auch auf beliebige Landing-Pages außerhalb von Online-Shops (z.B. Marken-Websites) verlinkt werden. Bitte beachten Sie zusätzlich:

- Die externe Landing-Page darf keine browserspezifischen Ausschlusskriterien enthalten (Browser-Spracheinstellung, (Foreign-) IP-Blocking, etc.)

7. Apendix

Beispielbanner

Desktop-Variante



Mobile Variante

