

# Starke **Retail Media**

# Lösungen – vereint in Kairion

## **Werbemittelspezifikationen**

Informationen zur Anlieferung und Formatierung von Werbemitteln,  
sowie zu Trackings

## Onsite Ads

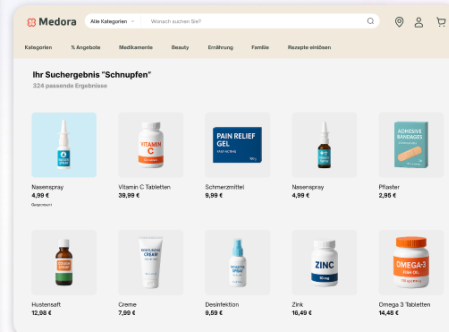
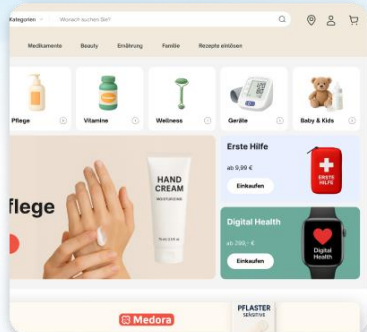
<b><u>Werbemittel-Anlieferung</u></b>	4
<u>Erstellung extern (Onsite Target, Onsite Reach)</u>	6
<u>Erstellung Kairion (Onsite Purchase)</u>	8
<u>Sponsored Video Ad</u>	10
<b><u>Landing Pages</u></b>	11
<b><u>Third Party Tracking</u></b>	12

## Offsite Ads

<b><u>Display</u></b>	16
<b><u>Video / Connected TV</u></b>	18
<u>Allgemein</u>	18
<u>physische Lieferung</u>	19
<u>durch Dritte</u>	20
<b><u>Flow Ad</u></b>	23
<b><u>Social Ads</u></b>	24
<b><u>Adressable TV</u></b>	26
<b><u>Third Party Tracking</u></b>	28

# Onsite Ads

## Anlieferung der Werbemittel



Ihr habt die Möglichkeit, die Onsite-Werbemittel **selbst anzuliefern** oder **durch uns erstellen** zu lassen.



## Angelieferte Werbemittel

Vorgesehen für **Onsite Target & Onsite Reach Buchungen**



## Erstellung durch Kairion

Vorgesehen für **Onsite Purchase Buchungen**

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.



## Kontakt

Werbemittel und Materialien Ihrer Buchung  
an: [werbemittel@kairion.de](mailto:werbemittel@kairion.de)

Formular zur  
[Werbemittelübertragung \(Onsite Purchase\)](#)

Formular zum [Third-Party-Tracking](#)



## Fristen

Fertige Werbemittel:  
min. **3 Werktage** vor Kampagnenstart

Materialien zur Werbemittelerstellung:  
min. **5 Werktage** vor Kampagnenstart

Nur bei der fristgerechten Anlieferung aller relevanten Materialien (Fonts, .psd Files, Pflichttexte, etc.) kann der gebuchte Kampagnenstart gewährleistet werden.

Es muss sichergestellt sein, dass Sie über alle nötigen Rechte verfügen, die einen Einsatz der Materialien (Visuals, Fonts, usw.) im Internet erlauben.



## Angelieferte Werbemittel

<b>Kampagne</b>	Onsite Reach	Onsite Target		
<b>Formate</b>	160 x 600 px 620 x 180 px	320 x 79 px 728 x 90 px	379 x 130 px 923 x 200 px	480 x 200 px 520 x 149 px
<b>Form</b>	JPG	JPEG	PNG	GIF
<b>Dateigröße</b>	max. 150kB			
<b>Loopdauer</b>	max. 9 sek.			
<b>„Anzeige“</b>	Alle Formate müssen unten links mit dem Hinweis „Anzeige gekennzeichnet werden			
<b>Pflichttext</b>	Das Wort „ <b>Pflichttext</b> “ mit Mindestgröße <b>8px</b> muss <b>rechts oben</b> auf dem Banner platziert sein, falls ein Pflichttext für das Produkt notwendig ist			



# Angelieferte Werbemittel

## Best Practice

**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

**Wechseljahre?**

**FeuchtCreme**

**Vagisan**  
FeuchtCreme

- Hormonfrei
- Befeuchtet
- Pflegt

**JETZT KAUFEN**

**Vagisan**

Anzeige



## Erstellung durch Kairion

<b>Kampagne</b>	<b>Onsite Target</b>	<b>Onsite Purchase</b>
<b>Materialien</b>	<b>Markenlogo</b>	hochauflösend, max. 500KB – JPG / PNG
	<b>Packshot</b>	hochauflösend, max. 500KB – JPG / PNG
	<b>Claim</b>	Max. 40 Zeichen inkl. Leerzeichen
	<b>Produktname</b>	Max. 30 Zeichen inkl. Leerzeichen
<b>Pflichttext</b>	Falls ein Pflichttext für das Produkt hinterlegt werden muss, kann dieser als „Mouse-over“ eingefügt werden. Senden Sie bitte hierfür alle relevanten Informationen zusammen mit den Werbemitteln.	
<b>Formular</b> zur Übermittlung	<a href="https://kairion.de/spezifikationen/materialabfrage-purchase/">https://kairion.de/spezifikationen/materialabfrage-purchase/</a>	



# Erstellung durch Kairion

## Möglichkeiten der Bannererstellung durch Kairion:

1

### Gradient Background



Anzeige

 Schnell auf dem Weg der Besserung **kairion**  
OTC-Produkt  
ab 10,99 € [Jetzt hier kaufen](#)

4

### Background Image



Anzeige

 Schnell auf dem Weg der Besserung **kairion**  
OTC-Produkt  
ab 10,99 € [Jetzt hier kaufen](#)

2

### Solid Background



Anzeige

 Schnell auf dem Weg der Besserung **kairion**  
OTC-Produkt  
ab 10,99 € [Jetzt hier kaufen](#)

5

### Key Visual



Anzeige

 Schnell auf dem Weg der Besserung **kairion**  
OTC-Produkt  
ab 10,99 € [Jetzt hier kaufen](#)

3

### Advanced CTA



Anzeige

 Schnell auf dem Weg der Besserung **kairion**  
OTC-Produkt  
ab 10,99 € [Jetzt hier kaufen](#)

6

### Störer



Anzeige

**Neu!**  Schnell auf dem Weg der Besserung **kairion**  
OTC-Produkt  
ab 10,99 € [Jetzt hier kaufen](#)



## Sponsored Video Ad

Für die **Sponsored Video Ad** müssen die Werbemittel vom Kunden angeliefert werden.

<b>Dateiformat</b>	.mp4
<b>Spotlänge</b>	Max. 30 Sek.
<b>Codec</b>	h.264 Advanced Video Coding
<b>Verhältnis</b>	16:9
<b>Bitrate / Auflösung</b>	750 kbps (854 x 450 Px) 2500 kbps (1280 x 720 px)

Alle weiteren Spezifikationen, wie bspw. View Tracking oder Click Tracking gelten gemäß unseren allgemeinen Spezifikationen.



## Landing Pages

Wie werden meine **Kampagnen-Produkte** innerhalb der Versandapotheken abgebildet?

### 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 Kampagnen-Produkten zusammen.

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



## Onsite Third Party Tracking

### Was muss ich bei der Anlieferung und der Aussteuerung von Third Party Trackings im Rahmen meiner Onsite Kampagne beachten?

- 1** 3rd-Party-Tracking ist auf Kampagnenebene über **alle Formate und Händler hinweg möglich**. Die Verwendung von Trackings, die KPIs (u.a. Ad Impressions) auf **URL-Ebene** im Reporting ausweisen, ist **nicht gestattet**. Es wird pro Kampagne maximal ein Tracking eingesetzt.
- 2** Das angelieferte 3rd-Party-Tracking muss **HTTPS (Secure) unterstützen** und darf im Werbemittel sowie in der Tracking-Kette keinerlei unsichere Elemente enthalten.
- 3** Kairion befindet sich aktuell auf keiner Blacklist gängiger Adblocker, sodass **Zählabweichungen von bis zu 15%** auftreten können.
- 4** Aus datenschutzrechtlichen Gründen können wir **keine JavaScript-Trackings** in unseren Onsite-Kampagnen verbauen, da unsere Inventare größtenteils nicht mit dem TCF 2.0 Standard operieren. Stattdessen kann ein Trackingpixel verbaut werden.
- 5** Bei Data Extension Kampagnen ist der Einsatz von JavaScript-Trackings nur bei der Anlieferung von AdTags möglich. Bei der physischen Anlieferung statischer Werbemittel können nur Image-Tags als Tracking eingesetzt werden.



# Onsite Third Party Tracking

## View Tracking

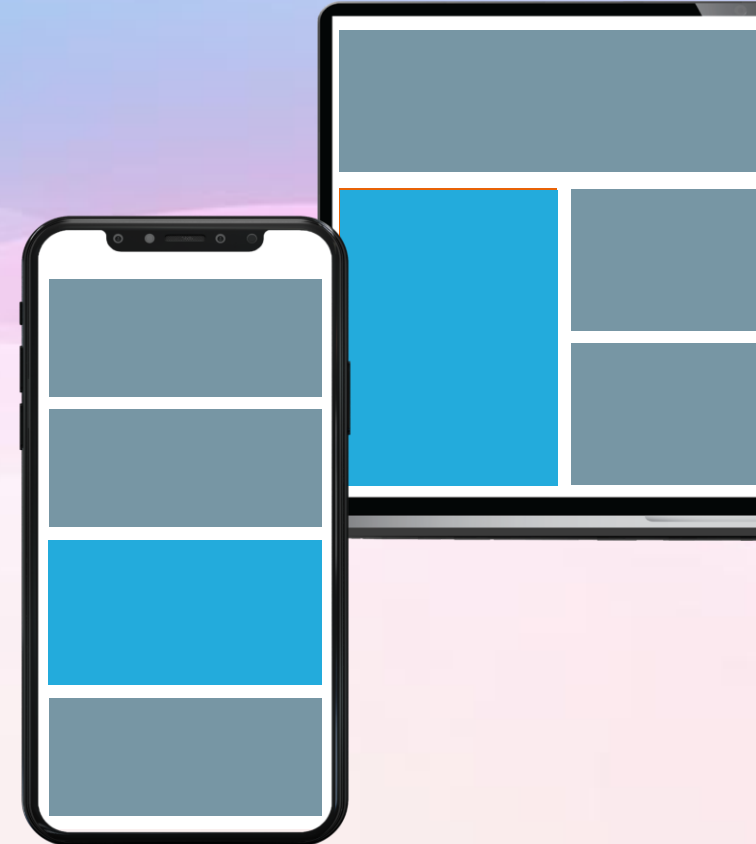
Das View-Tracking sollte bereits „IMG SRC“  
enthalten und nicht nur als Link angeliefert  
werden.

### Beispiel (Conversant) ohne IMG SRC:

[https://adfarm.mediaplex/ad/tr/27729-222474?mpt=\[CACHEBUSTER\]](https://adfarm.mediaplex/ad/tr/27729-222474?mpt=[CACHEBUSTER])

### Beispiel (Conversant) mit IMG SRC:

```
<img src=„https://adfarm.mediaplex/ad/tr/27729-222474?mpt=\[CACHEBUSTER\]“border=“0“>
```





# Onsite Third Party Tracking

## Click Tracking

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

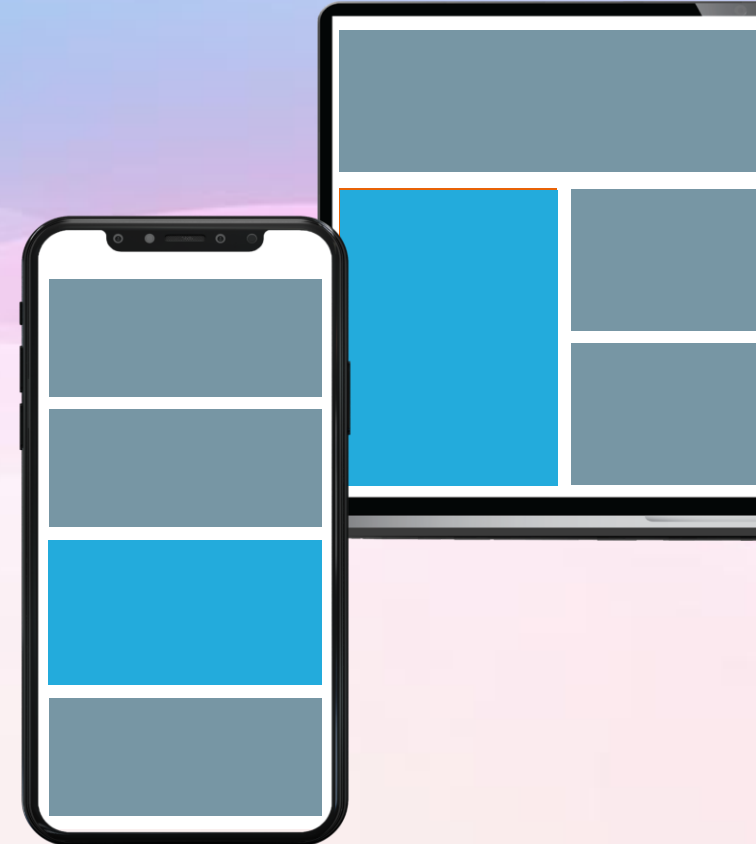
- Der Parameter unterscheidet sich je nach eingesetztem Adserver.
- Der Parameter sollte „encoded“ übergeben werden.

### Beispiel (Conversant) ohne IMG SRC:

```
https://adfarm.mediaplex/ad/tr/27729-222474?mpt=[CACHEBUSTER]
```

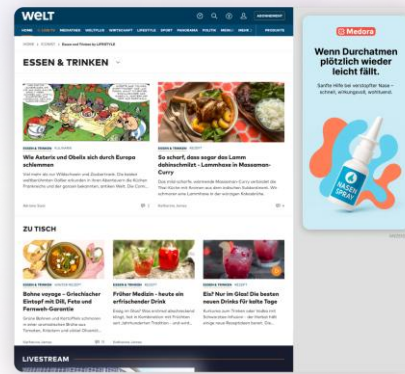
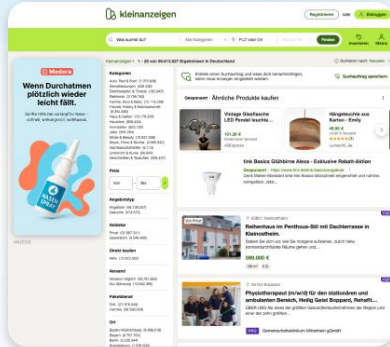
### Beispiel (Conversant mit IMG SRC:

```
<img src=„https://adfarm.mediaplex/ad/tr/27729-222474?mpt=[CACHEBUSTER]“border=“0“>
```

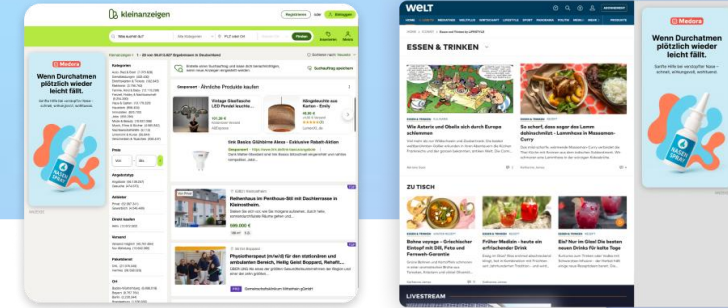


# Offsite Ads

## Anlieferung der Werbemittel



# Display



<b>Form</b>	JPG	JPEG	PNG	GIF	
<b>Form tag</b>	Image tag wrapped in anchor tag		Java Script tag	MRAID	HTML5
<b>Dateigröße</b>	max. 150kB				
<b>Formate</b>	<b>Ad Bundle</b>	300 x 250 px	160 x 600 px	728 x 90 px	
	<b>Billboard</b>	800 x 250 px			
	<b>Half Page Ad</b>	300 x 600 px			
	<b>Mobile Content Ad</b>	300 x 50 px	325 x 50 px	336 x 280 px*	
<b>Conversion Tracking</b>	Der Einsatz von externen Conversion-Trackings ist nach Absprache möglich.				
<b>Audience Tracking (DMP-tag)</b>	Der Einsatz von Audience Tracking (DMP-tag) ist nach Absprache möglich.				

\*Large Mobile Banner



# Display

## Click Tracking

Clicktags müssen gemäß den IAB-Richtlinien aufgesetzt werden und müssen so gestaltet sein, dass IAB Variablen verbaut werden (anstatt absoluter Werte/ hard-coded URLs). Somit muss in dem Clickbereich des HTML5-Banners die Variable „clicktag“ genutzt werden. Sollten im HTML5-Banner mehrere Clickbereiche genutzt werden, empfehlen wir die folgenden IAB Variablen:

- clicktag
- clicktag1
- clicktag2
- clicktag3
- clicktag4
- clicktag5

Wichtig: Die Clicktags können nicht erkannt werden, wenn sie in abweichender Schreibweise geschrieben werden (z.B. „ClickTag“ oder „Clicktag“). Daher bitte die Clicktags immer in Kleinschreibung verwenden („clicktag“).

Die Landingpage bzw. Click-URL darf nicht mit einem absoluten Wert im HTML5-Banner integriert sein, da dies zu Problemen beim Click-Tracking führt. Der korrekte Verbau des Click-Tags im HTML ist je AdServer unterschiedlich.

Nachfolgende ein Code-Beispiel eines Clicktags:

```
<html>
</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>
```



# Video / Connected TV – allgemeine Information



## Form

MP4

MOV

AVI

Weitere Formate auf  
Anfrage möglich

## Dateigröße

max. 10MB

## Dateigröße

max. 30 Sek

max. 6 Sek\*

\*Bumper Ad

## Formate

818 x 460 px (16:9)

## Zeitplan

Bitte senden Sie uns Ihr Werbematerial (Mediendateien, Click Through URLs, Zählpixel usw.) an [werbemittel@kairion.de](mailto:werbemittel@kairion.de) mindestens **5** Werktage vor Beginn der Kampagne.

## SLL-Konformität

Bitte stellen Sie sicher, dass alle Tracking-Pixel und Click-Through-URLs funktionieren (sowohl in einer sicheren als auch in einer nicht sicheren Umgebung).

## Mobile Optimierung

Alle Ziel-URLs oder Landing Pages sollten auch für mobile Geräte optimiert sein.



# Video / Connected TV – physische Lieferung



## Form

MP4

MOV

AVI

Weitere Formate auf Anfrage möglich

## Tracking

Bildpixel

Click-Through-URL\*

\*nicht Java-Script

## Video Codec

Max. Bitrate

3.500 kbps

Framrate

25 – 30 fps

Codecs

CodeMPEG-4 / H264; FFmeg Video

## Audio Codec

Empfohlene Bitrate

128 bit/s

Codecs

Aac+ / AAC / WMA

Format Version

Version 1

Format Profil

Layer 3

Format

Stereo (2 canal)

Bitrate

128 kbps - constant

Sampling

44,1 KHz

Lautstärke

-23 LUFS (+/- 1 LU) – EBU-R128 Standard



# Video / Connected TV – durch Dritte (Redirect)



<b>Form</b>	MP4 WEBM
<b>Hosting</b>	Auf der Demand Side Platform (DSP) des Kunden, Agentur-Adserver / Hosting-Service (z.B. DCM, Sizmek, Flashtalking). <span style="float: right;">*nicht Java-Script</span>
<b>VAST-Version</b>	2.0 3.0
<b>Tracking</b>	Image-Tag Click-Through-URL* <span style="float: right;">*nicht Java-Script</span>

## Bitte beachte:

Platzhalter, die für Makros reserviert sind, müssen durch ein gültiges Makro ersetzt werden, das vom jeweiligen Dienst verwendet wird. Bitte vermeiden Sie Sonderzeichen, da diese bei einigen Playern zu Lieferproblemen führen können.

Crossdomain.xml- und CORS-Header:

Gemäß der W3C-Spezifikation sind CORS-Header (Cross Origin Resource Sharing) für die HTML5-Konformität sowohl bei Online-Desktops als auch mobilen Geräten erforderlich. Um in einer JavaScript-Umgebung servicefähig zu sein, muss die VAST-Response eines Adservers gültige HTTP-CORS-Header enthalten.

Anzeigen mit Skip-Steuerung sind nicht erlaubt (Skipoffset)



## Video / Connected TV – durch Dritte

Es sollten **keine VPAID-Mediendateien** (HTML5/JS oder SWF) in die VAST XML aufgenommen werden.

Die Parameter Bitrate, Breite und Höhe innerhalb der mediafile-nodes müssen mit den tatsächlichen Eigenschaften der Mediendateien übereinstimmen, z.B. Breite/Höhe darf nicht als „0“ angegeben werden.

Die Spotdauer darf eine **Gesamtlänge von 30 Sekunden** nicht überschreiten.

Gebote werden sonst blockiert.





# Video / Connected TV – Mediafile Empfehlung



Wir folgen der IAB-Empfehlung, die in den **IAB-Richtlinien** für digitales Video in Stream Ad Format festgehalten sind. Gültige VAST-Weiterleitungen sollten Mediendateien in mindestens 2 Formaten (mp4 und webm) und 3 Qualitätsstufen enthalten, um eine Lieferung auf allen verfügbaren Geräten zu gewährleisten (insgesamt mindestens 6 Mediendateien).

Auflösung	niedrig	medium	hoch
Gerätetyp	Lower-end Smartphones	Tablets	Desktop
Dimension <small>(nicht verpflichtend)</small>	480 * 200	818 * 460	1024 * 576
Max. Video Bitrate	768kbps	1.500kbps	3.500kbps
Max. Dateigröße	5 MB	5 MB	10 MB
Benötigte Formate	Mp4 / H-264, webm		
Zusätzliche unterstützte Formen	3gpp,vmv		
Audio	-23 LUFS (+/- 1 LU) nach EBU-R128 Standard		



# Flow Ad

## Notwendig

Hochauflösendes Bildmaterial zu den Kampagnenprodukten als PSDs

Marken-/Produktlogos als PNG, JPG, Vector oder PSD

Landingpage(s)

## Empfohlen

Aktuelle Display Ads zu den Kampagnenprodukten

Mockup und/oder kurze Beschreibung zum gewünschten Layout und Verhalten der FlowAd

## Optional

Fonts

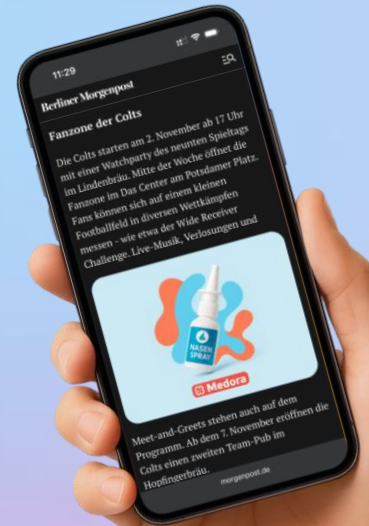
Color Coding

CI Guidelines

Slogan, Claim oder Brand Message

Animationskonzept

Passende, vorhandene 16:9 Spots



**Hinweis:** Alle Landing Pages sollten für Mobilgeräte optimiert sein

# Social Ad

Für unsere Social Ads gelten die jeweiligen Spezifikationen der entsprechenden Social Plattform. Diese finden sie unter den unten aufgelisteten externen Links:

 **META**

**Video Ads**  
**Bild Ads**  
**Carousel Ads**

 **TikTok**

**In-Feed-Ads**

 **Snapchat**

**Single Image oder Video Ads**  
**Story Ads**

 **Pinterest**

**Bild & Video Ads**



# Social Ad

## Advertiser Rechte

Damit wir auf Ihrer Social Page Werbung schalten dürfen, müssen Sie uns zu Ihrer Page als **Advertiser** hinzufügen.

### META

- Fügen Sie uns im Meta Business Manager als Advertiser hinzu. Hierzu müssen Sie im Admin Bereich die folgende Business ID hinterlegen: **880431976126161**

### Pinterest / TikTok

- Sollte es auf Pinterest und TikTok noch keine organische Page von Ihnen geben, wird quasi ein Profil simuliert, mit dem allerdings nicht interagiert (z.B. Kommentare) werden kann. Hierzu benötigen wir nur den gewünschten Profilnamen und ein Profil-Image, welches verwendet werden soll.
- Sollte es bereits einen Pinterest-Account geben, müssen Sie ein zusätzliches, separates Werbekonto (Ad Account) einrichten (siehe [hier](#)). Für dieses Konto müssen Sie uns als Partner hinzufügen und die entsprechenden Rechte einräumen, damit wir damit arbeiten können (siehe [hier](#)).





# Addressable TV

## Statisches SwitchIn XXL

**Bitte beachten Sie:** Für das ATV SwitchIn XXL und den ATV Spot gelten die technischen Spezifikationen der SevenOne Media – siehe [hier](#)



<b>Dateigewicht</b>	statische Dateien max. 80 kb
<b>Format</b>	<input type="radio"/> JPG <input type="radio"/> PNG
<b>Abmessung</b>	<input type="radio"/> 284 x 720px <input type="radio"/> + <input type="radio"/> 996 x 160px
<b>3rd Party / Redirect</b>	Nicht möglich
<b>Zählpixel</b>	Serverseitig > Whitelisting notwendig
<b>ClickCommands</b>	Nur statische ClickCommands auf eine HBBTV-Microsite möglich
<b>Kennzeichnungspflicht</b>	Senderfläche (Anzeige, Datenschutz)

Die Die Anlieferung des animiertes SwitchIns ist ausschließlich über unseren Partner Cynapsis GmbH möglich. Gerne stellen wir den Kontakt her.



# Addressable TV

## ATV Spot

**Bitte beachten Sie:** Für das ATV SwitchIn XXL und den ATV Spot gelten die technischen Spezifikationen der SevenOne Media – siehe [hier](#)



<b>Spotlänge</b>	10-, 15-, 20- oder 30-Sekünder
<b>Dateiendung (Container)</b>	<input type="radio"/> PNG
<b>Datenreduktion</b>	<input type="radio"/> .mxf (MXF OP1a)
<b>Datenrate</b>	50 Mbit/s
<b>Audiospuren</b>	8 (1+2 deutscher Sendeton, 3-8 Stille)
<b>VAST-Version</b>	<input type="radio"/> 3.0 <input type="radio"/> 4.0
<b>Audio Bittiefe</b>	24
<b>Audio Sampling rate</b>	48 KHz
<b>Programmlautheit</b>	Short Term Loudness maximal 18- LUFs (+5LU)
<b>Zählpixel</b>	Serverseitig > Whitelisting notwendig
<b>ClickCommand</b>	Nicht klickbar
<b>3rd Party / Redirect</b>	Nicht möglich



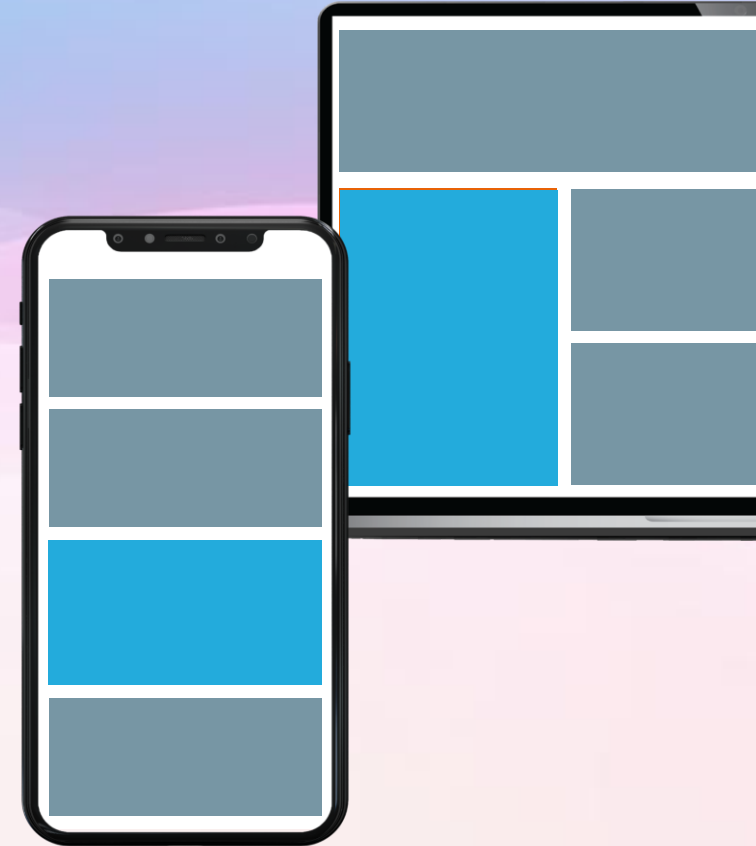
## Offsite Third Party Tracking & TCF 2.0

### Transparency and Consent Framework (TCF 2.0)

Damit wir die Werbemittel TCF 2.0 konform auspielen können, müssen die in den Werbemitteln eingebetteten Trackingcodes/Vendoren-Skripte die Möglichkeit haben, ein TC-Signal an einem entsprechenden Parameter aufzunehmen.

Daher müssen in allen Werbemitteltags/Trackings die GDPR Makros gemäß TCF v2.0 enthalten sein. Zudem müssen alle genutzten Vendoren im TCF 2.0 (Transparency and Consent Framework) des IAB registriert sein.

Sollten dennoch Trackings/Pixel/ Tags ohne entsprechende Consent-Parameter bzw. ohne registrierten Vendor zum Einsatz kommen, bitten wir um Verständnis, dass eine Auspielung nur eingeschränkt möglich ist.



Sämtliche Trackings bzw. Redirects müssen SSL-fähig definiert sein

# Vielen Dank

Bei Fragen oder Unklarheiten stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung.



**E-Mail:** [werbemittel@kairion.de](mailto:werbemittel@kairion.de)



**Telefon:** +49 69 902 8390 10

**Mainzer Landstraße 61**  
60329 Frankfurt am Main