

## Technische Spezifikationen für die Anlieferung von Werbemitteln

### Display Ads

|                          | Format (Pixel)       | Max. Dateigröße |
|--------------------------|----------------------|-----------------|
| <b>Superbanner</b>       | 728x90               | 200 kB          |
| <b>Medium Rectangle</b>  | 300x250              | 200 kB          |
| <b>(Wide) Skyscraper</b> | 120/160x600          | 200 kB          |
| <b>Halfpage Ad</b>       | 300x600              | 200 kB          |
| <b>Billboard</b>         | 800x250 und 970x250  | 200 kB          |
| <b>Large Superbanner</b> | 970x90               | 200 kB          |
| <b>Sitebar Ad *</b>      | dynamisch skalierend | 200 kB          |

\* Anlieferung nur als 3rd Party Redirect

Die Dateitypen der Werbemittel müssen HTML5, JPEG, GIF oder PNG sein. Bitte beachten Sie bei Ihrer Mediaplanung, dass Flash-Werbemittel (SWF) nicht mehr von allen Browsern unterstützt werden.

### Mobile Ads

|                                | Format (Pixel) | Max. Dateigröße |
|--------------------------------|----------------|-----------------|
| <b>Mobile Content Ad 6:1</b>   | 300x50         | 150 kB          |
| <b>Mobile Content Ad 4:1</b>   | 300x75         | 150 kB          |
| <b>Mobile Content Ad 2:1</b>   | 300x150        | 150 kB          |
| <b>Mobile Medium Rectangle</b> | 300x250        | 200 kB          |
| <b>Mobile Interstitial Ad</b>  | 320x480        | 150 kB          |
| <b>Tablet Interstitial Ad</b>  | 768x1024       | 150 kB          |

Die Dateitypen der Werbemittel müssen HTML5, JPEG, GIF, PNG sein.

## Native Ads

|                                     | Format (Pixel)      | Max. Dateigröße |
|-------------------------------------|---------------------|-----------------|
| <b>Native Superbanner</b>           | 728x90              | 200 kB          |
| <b>Native Medium Rectangle</b>      | 300x250             | 200 kB          |
| <b>Native Skyscraper</b>            | 160x600             | 200 kB          |
| <b>Native Halfpage Ad</b>           | 300x600             | 200 kB          |
| <b>Native Billboard</b>             | 800x250 und 970x250 | 200 kB          |
| <b>Native Mobile Content Ad 6:1</b> | 320x50              | 150 kB          |
| <b>Native Mobile Content Ad 4:1</b> | 320x75              | 150 kB          |
| <b>Native Mobile Content Ad 3:1</b> | 320x100             | 150 kB          |
| <b>Native Mobile Content Ad 2:1</b> | 320x150             | 150 kB          |

Es können pro Native-Format eine Grafik (JPEG, PNG, PSD, PDF) sowie mehrere Texte angezeigt werden. Um Kampagnen ideal optimieren zu können, empfehlen wir mehrere Grafiken sowie verschiedene Texte anzuliefern, sodass daraus verschiedene Motivkombinationen erstellt werden können. Die Grafiken sind in möglichst hoher Auflösung sowie im Seitenverhältnis 1:1 anzuliefern. Es kann pro Format eine Headline (max. 35 Zeichen inkl. Leerzeichen) sowie ein kurzer Text (max. 90 Zeichen inkl. Leerzeichen) angegeben werden. Auf dem Call-To-Action-Button kann eine Zeichenkette von maximal 14 Zeichen angezeigt werden. Die Texte sind als .txt-Datei anzuliefern.

## Video Ads

|                                 | Format                 | Seitenverhältnis |
|---------------------------------|------------------------|------------------|
| <b>PreRoll Ads (max. 30sec)</b> | VAST 2.0 oder VAST 3.0 | 16:9 oder 4:3    |

## Newsletter Ads

|  | Format (Pixel)   | Max. Dateigröße            |
|--|--|----------------------------|
| <b>Limango, Sportscheck</b>                      | 580 x max. 250   | 40 kB                      |
| <b>myToys</b>                                    | 1040 x max. 450  | 40 kB                      |
| <b>Heine</b>                                     | 650 x max. 300   | 40 kB                      |
| <b>Quelle, Ottoversand, Universal, Ackermann</b> | 600 x max. 150   | 40 kB                      |
| <b>Otto</b>                                      | Bild: 702 x 702px<br>Logo: 702 x 702px<br>Headline: ca. 20 Zeichen<br>Text: ca. 40 Zeichen<br>Link: ca. 25 Zeichen | offene Dateien, editierbar |

Die Dateitypen der Werbemittel müssen JPEG, GIF oder PNG sein. HTML5 auf Anfrage. Ausnahme hierbei ist Otto. Dort können ebenfalls PSD-Dateien angeliefert werden.

**Microsites**

| OTTO  | Bildgröße   | Zeichenanzahl                                       |
|---|---|---|
| <b>Panoramateaser</b>                                     | Endformat: 1672 x 442px<br>(Cropping über die Breakpoints:<br>1276 x 442px)   | Headline: max. 25<br>Text: max. 65<br>Link: max. 23 |
| <b>TOP-Einzelartikelteaser</b><br>(2 Varianten)           | 1) Artikel-Moodbild(Achtung: oben<br>124px für Markenlogo<br>berücksichtigen)<br>Endformat 1050 x 540px,<br>2) jeweils links bzw. rechts sichtbar:<br>700 x 540px<br><br>Artikel-Freisteller: 600 x 340px | Headline: max. 22<br>Text: max. 44<br>Link: max. 22 |
| <b>Slideshowteaser</b><br>(XL-MR-Version berücksichtigen) | 1) XL: 1920 x 748px (cropping über den<br>Einsatzort: 1538 x 748px)<br>2) MR: 928 x 666px (unten Textlayer mit<br>928 x 215px)  |   |
| <b>Shopteaser</b>   | 1) Hochformat (Mode/Beauty):<br>378 x 536px<br>2) Querformat (Hartwaren): 536 x 370px   |   |
| <b>Statische Promotions</b>                               | 536 x 380px   | Headline: max. 25<br>Text: max. 90<br>Link: max. 20 |

## Details zur Anlieferung

Bitte liefern Sie sämtliche Werbemittel zu Ihrer Buchung per E-Mail an [creatives@ottogroup.media](mailto:creatives@ottogroup.media).

In der E-Mail sollten Kundename, Kampagnenname, Buchungszeitraum, belegte Site bzw. Platzierung auf der Site, Werbeformat, ein Ansprechpartner für Rückfragen sowie die Klick-URL angegeben sein.

Die Frist zur Anlieferung der Werbemittel beträgt mindestens 5 Werktage vor Kampagnenstart. Bei Newsletter Ads beträgt die Anlieferungsfrist 10 Werktage vor Kampagnenstart bzw. 4 Wochen beim Otto-Newsletter. Bei nicht fristgerechter Anlieferung übernimmt Otto Group Media keine Garantie für einen fristgerechten Kampagnenstart und die fehlerfreie Einbindung.

Ein Werbemittel- oder Motivtausch während der Kampagnenlaufzeit darf nur mit getesteten Werbemitteln und nach Absprache mit Otto Group Media durchgeführt werden. Auch hier beträgt die Anlieferungsfrist mindestens 5 Werktage vor dem Tausch.

Die Ziel-URL einer Anzeige muss ordnungsgemäß funktionsfähig sein und zu einer funktionsfähigen Website führen, die sich nur in einem neuen Tab oder einem neuen Fenster öffnen darf. Sie darf nicht zu einer Email-Adresse oder einer Datei führen.

Die Anzeigen dürfen keine Downloads von Software auf dem Computer eines Nutzers auslösen, ohne dass der Nutzer zuvor eindeutig und in auffälliger Weise über Installation, Betrieb und Entfernung der Software informiert wird und Gelegenheit hat, nach dieser Information die Installation der Software abzulehnen. Bitte beachten Sie, dass Fake-Werbemittel (z.B. Windowsfehlermeldungen oder nicht funktionierende Auswahlboxen) nicht angenommen werden.

Wenn die Werbemittel verspätet eintreffen bzw. nicht den technischen Spezifikationen oder inhaltlichen Grundsätzen entsprechen, kann sich dadurch das Anfangsdatum für eine bestimmte Platzierung und / oder Kampagne verzögern. Hier behält sich Otto Group Media das Recht vor, die Kampagne um die Anzahl der Tage zu verschieben, die das korrekte Werbemittel verspätet eingetroffen ist, um die vertraglich vereinbarten Ad Impression zu erreichen.

Bitte beachten Sie hier auch Punkt 5 der Otto Group Media AGBs: <https://ottogroup.media/agb/>

## **Allgemeine technische Spezifikationen**

### **1. Sound**

Der Sound in Werbemitteln darf nicht automatisch starten. Im Ausgangsstadium muss der Sound auf „off“ gestellt werden. Die Zuschaltung ist jedoch durch eine Interaktion des Nutzers möglich. Als Nutzerinteraktion gilt der Klick auf eine Schaltfläche die z.B. als „Sound an“, „Ton an“ oder mit einem Lautsprecher-Symbol gekennzeichnet ist.

Der Sound in Werbemitteln muss über gut sichtbare Steuerelemente jederzeit vom Nutzer ein- und ausschaltbar sowie in der Lautstärke regulierbar sein. Der Sound darf nur einmal abgespielt werden und darf sich nicht wiederholen (kein Loop).

### **2. 3rd Party Redirects**

Alle o.a. Werbeformate können via 3rd Party Redirects ausgeliefert werden. Format und Dateigröße sind entsprechend der o.g. Spezifikationen einzuhalten. Auch hier muss die funktionsfähige Verlinkung zu einer erreichbaren Website führen, die sich in einem neuen Fenster bzw. Tab öffnet. Für alle klickbaren Bereiche müssen Buttons definiert werden. Einheitlicher Standard für die Übergabe des Redirects zur vermarkterseitigen Klick-Zählung ist die „clicktag“-Methode.

Der Einsatz von externen Technologieanbietern (Adserver, Marktforschung, DMP, Zählpixel etc.) bei der Auslieferung der Werbemittel ist nur gestattet, wenn dies in der Insertion Order ausdrücklich vereinbart wird.

Gleiches gilt für Flash-Cookies oder vergleichbare Technologien. Bei der Nutzung von externer Technologie muss zudem sichergestellt sein, dass diese von Google zugelassen sind.

Bitte beachten Sie hier auch Punkt 10 der Otto Group Media AGBs: <https://ottogroup.media/agb/>

Bitte beachten Sie, dass alle Werbemittel SSL unterstützen. Dies bezieht sich auch auf nachgeladene Objekte. Beim Laden von Werbemitteln können beliebig viele Aufrufe an verschiedene Server erfolgen. Bei Ad-Servern, die über HTTPS aufgerufen werden, sollte sichergestellt sein, dass von ihnen durchgeführte Aufrufe tatsächlich über HTTPS erfolgen. Hier muss sichergestellt sein, dass alle Pixel oder Aufrufe, die zum Werbemittel hinzugefügt sind, das HTTPS-Protokoll verwenden.

### **3. CPU Auslastung**

Auf einem Standard - PC bzw. Notebook darf das Werbemittel eine Prozessorlaststeigerung von 40% nicht überschreiten. (Standard-PC: Dual Core je 1,5 GHz, 2 GB RAM, keine externe Grafikkarte)

### **4. Dauer und Loop von Animationen und Videos**

Die Dauer animierter Werbemittel oder von Videos in Display Ads darf maximal 30 Sekunden betragen. Ein Looping von Animationen ist möglich, solange dieses Looping nach 30 Sekunden beendet wird. Das automatische Looping von Videos ist nicht möglich.

## 5. HTML5

Bitte beachten Sie hier die Hinweise aus der OVK Richtlinie zu HTML5:

[http://www.bvdw.org/presseserver/HTML5\\_Richtlinie/bvdw\\_ovk\\_html5%20richtlinie\\_final\\_20150720.pdf](http://www.bvdw.org/presseserver/HTML5_Richtlinie/bvdw_ovk_html5%20richtlinie_final_20150720.pdf)

HTML5-Werbemittel müssen bei Anlieferung bereits die korrekte Klickfunktion inklusive korrektem clicktag beinhalten. Bitte beachten Sie dabei folgendes Vorgehen:

<https://support.google.com/dcm/partner/answer/3145300#dev>

Um HTML5-Werbemittel auf Fehler zu prüfen, nutzen Sie bitte den folgenden Validator:

<https://h5validator.appspot.com/dcm#/asset>

Bei HTML5 Werbemitteln wird eine Fallback-Grafik als JPG mit denselben Abmessungen wie das Werbemittel benötigt.

### **Inhalte von Drittparteien**

Die Otto Group Media behält sich das Recht vor, von extern geladene Ressourcen aus Werbemitteln zu entfernen. Dies beinhaltet u.a. (aber nicht ausschließlich) ungenutzte Ressourcen wie JavaScript-Bibliotheken und Grafiken oder Tracking-Skripte von Drittparteien.

## 6. Polite Download

Die Dateigröße des initialen Ladens muss der Spezifikation der zugrundeliegenden Werbeform entsprechen. Nach dem Initialload muss ein Werbemittelinhalt dargestellt sein (keine weiße Fläche). Das Nachladen darf erst nach dem vollständigen Laden der Webseite gestartet werden und nicht sofort im Anschluss an den Initialload.

## Technische Spezifikationen Sonderformate

Neben den allgemeinen technischen Spezifikationen müssen folgende formatspezifischen Aspekte beachtet werden.

### Billboard

Für eine optimale Auslieferung der Billboard Ads müssen bitte beide Größen (800x250px und 970x250px) angeliefert werden.

### Mobile Ads

Die anfängliche Ladegröße von Creatives darf höchstens 150 KB betragen. Nachfolgende Ladevorgänge müssen per "Polite Load" erfolgen und dürfen 2,2 MB nicht überschreiten.

Bei Interstitial-Formaten (Mobile und Tablet Interstitial) müssen der Schließen-Button, die Schließen-Funktionalität und eine Hintergrundabdunkelung bereits integriert sein. Falls eine Videointegration innerhalb eines Interstitials besteht, muss diese mit dem Schließen des Werbemittels gestoppt und stumm geschaltet werden.

Die Creatives müssen mit einem „-w-“ in einer der vier Ecken des Creatives als Anzeige gekennzeichnet werden.

### PreRoll Ads

Die Creatives müssen gemäß der [VAST 2.0-Spezifikation](#) oder der [VAST 3.0-Spezifikation](#) formatiert sein.

Es muss außerdem mindestens eine FLV-Datei für Flash-Videoplayer sowie mindestens eine MP4-Datei (bevorzugt H.264) für HTML5-Videoplayer hinterlegt sein.

Max. Videolänge: 30 sec

Bildrate: 25 fps

Bitrate: < 750 kbps

Eine höhere Bitrate kann maßgeblichen Einfluss auf die Performance des Videoplayers oder Browsers haben und somit die VTR (View-Through-Rate) des PreRoll Ads negativ beeinflussen.

Seitenverhältnis: 16:9 (z.B. 640 × 360 px) oder 4:3 (z.B. 640 × 480 px)

Klick-URL: Vergewissern Sie sich, dass für das Creative eine Klick-URL angegeben wurde. Beachten Sie, dass die Klick-URL in einem neuen Fenster geöffnet wird.

Bitte achten Sie bei der Anlieferung von Werbemitteln darauf, dass diese HTTP- und HTTPS-unterstützen.

### Newsletter Ads

Die Werbemittel sollten einen Call-To-Action enthalten und müssen mit einer funktionsfähigen Ziel-URL angeliefert werden.

Bitte beachten Sie die Anlieferungsfristen von 10 Werktagen vor Kampagnenstart.



## **Youtube Video Ads**

### TrueView Ads (skippable nach 5sec):

Min. Videolänge: 12sec

Format: Youtube Link (Hosting auf Youtube), keine VAST Tags möglich

Aufgrund der Skip-Möglichkeit sollte das Creative bereits in den ersten 5 Sekunden die Aufmerksamkeit des Users gewinnen können und ihn dazu bringen, dass Video bis zum Ende schauen zu wollen oder zu klicken.

Bitte liefern Sie auch eine Ziel-URL sowie eine entsprechende Display-URL (Anzeige der Ziel-URL im Videoplayer).

Die Möglichkeit 3rd Party Tracking-Skripte (z.B. Audience Verification) folgender zertifizierter Partner einzubinden ist gegeben: comScore, DoubleVerify, IAS, Kantar, MOAT, Nielsen, Research Now, Google.

Bitte achten Sie bei Anlieferung der Creatives und Trackings auf die o.a. Fristen zur Anlieferung von Werbemitteln (5 Werkzeuge vor Kampagnenstart).

### Bumper Ads (non-skippable):

Max. Videolänge: 6sec

Format: Youtube Link (Hosting auf Youtube), keine VAST Tags möglich

Bitte liefern Sie auch eine Ziel-URL sowie eine entsprechende Display-URL (Anzeige im Videoplayer).

Die Möglichkeit 3rd Party Tracking-Skripte (z.B. Audience Verification) einzubinden ist gegeben.

Bitte achten Sie bei Anlieferung der Creatives und Trackings auf die o.a. Fristen zur Anlieferung von Werbemitteln (5 Werkzeuge vor Kampagnenstart).