

# Technische Spezifikationen FLÜSSIGGAS

## **Datenanlieferung Online Werbemittel**

	Seite	4
Allgemeine Hinweise für Online Werbemittel	Seite	5
HTML 5	Seite	6
Image / Banner	Seite	6
Redirects	Seite	7
Expandable Werbeformen	Seite	8
Sound	Seite	9
Videos	Seite	9

## **DISPLAY Werbeformate**

Superbanner	Seite	10
Skyscraper	Seite	10
Medium Rectangle	Seite	10
Ad Bundle	Seite	10
Wallpaper	Seite	11
Billboard Ad	Seite	11
Halfpage	Seite	11
Fireplace	Seite	11

## **MOBILE Werbeformate**

Mobile Medium Rectangle	Seite	12
Mobile Halfpage Ad	Seite	12
Premium Rectangle	Seite	12
Mobile Rollover	Seite	12
MMA 6:1	Seite	13
MMA 4:1	Seite	13
MMA 2:1	Seite	13

## **Multiscreen Werbeformate**

Wallpaper + Mobile Halfpage Ad	Seite	14
Billboard + Mobile Halfpage Ad	Seite	14
Ad Bundle + Mobile Medium Rectangle	Seite	14

## **Newsletter**

Datenanlieferung Newsletter	Seite	16
Textanzeige	Seite	17
Fullsize Banner	Seite	17
Medium Rectangle	Seite	17
Sky- / Wideskyscraper	Seite	17

## **Sponsored Post / Online Advertorial**

Datenanlieferung Online Advertorial	Seite	19
Online-Beitrag	Seite	20
Textanzeige	Seite	21
Social Media	Seite	21

## Allgemeine Informationen:

- Auftragsnummer
- Titel
- Kampagnenname
- Werbeformat
- max. 100 KB pro Werbeform
- Ansprechpartner Reporting

## Datenabgabe:

Spätestens 7 Werktage vor Starttermin

## Datenanlieferung ausschließlich an:

[dispo@strobelmediagroup.de](mailto:dispo@strobelmediagroup.de)



### **Hinweis:**

Nur bei Beachtung aller aufgeführten Vorgaben kann sichergestellt werden, dass die Kampagne pünktlich starten kann.

- Alle Drittanbieter-Tags und HTML5-Dateien müssen SSL konform sein
- Eine Anlieferung und Implementierung von Drittanbieter-Tags, Klickcommands und Zählpixel ist jederzeit möglich, sofern diese nicht gegen gesetzliche, insbesondere datenschutzrechtliche Vorschriften verstoßen.
- Systembedingt kann es durch den Einsatz von 3rd-Party-Adservern zu Zählerdifferenzen kommen. Als Abrechnungsgrundlage gelten immer die Zahlen des Verlags aus dem AdServer.
- Je nach Einstellungen der Firewall des Users kann es zu Performance-Abweichungen kommen.
- **Vendoren:**  
Wenn Sie technische Dienstleister (Vendoren) nutzen möchten, müssen Sie uns diese bitte vor Kampagnenstart mitteilen.

## Image / Banner - Werbemittel

- Formate: GIF, JPG, PNG, WebP oder SWF
- Ziel-URL

## Darstellung auf mobilen Endgeräten

- Bitte beachten Sie, dass nicht alle Werbemittel auf allen Endgeräten dargestellt werden können und auch nicht alle unsere Ad-Zonen auf allen Endgeräten gleichermaßen ausgespielt werden.

## HTML 5-Werbemittel

- Das Werbemittel muss als ZIP-Datei angeliefert werden.
- Es können beliebig viele Grafiken, CSS, Java oder andere Dateien verwendet werden
- Pro Werbemittel müssen alle Dateien in einem gemeinsamen Verzeichnispfad innerhalb einer ZIP-Datei liegen.
- Bitte beachten Sie, dass je nach Aufbau des Werbemittels kein Click-Tracking durch unseren Adserver stattfinden kann. Falls ein Click-Tracking durch uns erfolgen soll, lassen wir Ihnen gerne auf Nachfrage nähere technische Informationen zum Aufbau von HTML5-Werbemitteln für unseren Adserver zukommen.
- Für alle HTML-Werbemittel gilt, dass Daten aus Drittanbieterquellen verschlüsselt referenziert werden müssen, da die Inhalte sonst vom Browser geblockt werden. (Aufrufe aller Daten also via https, Aufruf via http reicht nicht aus.)

## Redirects

- Redirects sind Werbemittel, die von einem dritten AdServer ausgespielt werden. Die Bauverlag BV GmbH bucht einen Redirect (Verweis) auf diesen AdServer ein.
- Das angegebene maximale Dateigewicht (100 kB) gilt ebenso verbindlich für Redirects.
- Layer als Redirects müssen durch ggf. zu ergänzende URL-Parameter frei positionierbar sein.
- Expandierende Werbemittel und Layer als Redirect müssen Selectboxen, die überdeckt werden, ausschalten und später wieder einschalten.
- Nach dem Einklappen expandierender Werbemittel dürfen keine transparenten Flächen auf der Seite stehen bleiben.
- Bei RichMedia-Redirects muss dokumentiert sein, wie Klicks mitgezählt werden sollen. Ist dies nicht der Fall und können somit keine Klicks gezählt werden, behalten wir uns vor, die Redirects von RichMedia auf Image zu reduzieren.
- Für alle Redirects gilt, dass Daten aus Drittanbieterquellen verschlüsselt referenziert werden müssen, da die Inhalte sonst vom Browser geblockt werden. (Aufrufe aller Daten also via https, Aufruf via http reicht nicht aus.)

## Expandable Werbeformen

**keine JPEG / JPG Dateien möglich!**

Das expandierende Werbemittel wird durch MouseOver aktiviert und klappt sich aus. Bei MouseOut muss das Werbemittel wieder in den ursprünglichen Zustand übergehen (einklappen). Transparente Flächen dürfen keinesfalls klickbar sein. Das Werbemittel muss als **eine Datei** (eine zu Beginn teilweise verdeckte Fläche) angeliefert werden. Bei der Anlieferung von Dateien gilt:

- Die Aktivierung muss im Standard-Werbemittel und das Beenden im expandierten Werbemittel integriert sein.

Bei Redirects für Expandable beachten Sie bitte:

- Das Werbemittel muss so gestaltet sein, dass es durch evtl. zu ergänzende URL-Parameter frei positionierbar ist.
- Expandierende Werbemittel müssen Selectboxen, die überdeckt werden, ausschalten und später wieder einschalten.
- Nach dem Einklappen expandierender Werbemittel dürfen keine transparenten Flächen auf der Seite stehen bleiben.

## Sound

Sound in Werbemittel ist erlaubt, wenn folgende Bedingungen eingehalten werden:

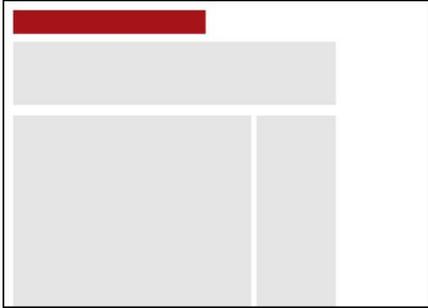
- Beim Start des Werbemittels muss der Sound ausgeschaltet sein. Nur eine eindeutige Aktion durch den User darf den Sound aktivieren (Klick).
- Der Sound muss durch eine deutlich sichtbare Schaltfläche deaktivierbar sein.
- Mit dem Schließen des Werbemittels (z.B. Layer) muss der Sound enden.

## Videos

- Formate:  
MP4 (HTML5 fähig), OGV, WEBM, FLV, 3GP, MPEG, AVI

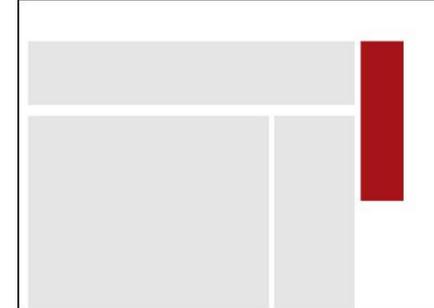
Video-Banner, -Layer, -Interstitials und -Bänderolen werden wie normale Banner behandelt und entsprechend ausgeliefert. Für die Auslieferung von Pre-, Mid- und Post-Rolls sind dagegen spezielle Werbeflächen-Codes und teilweise eine bestimmte Verzahnung (siehe VPAID) mit der Webseite bzw. deren Videoplayer nötig. Bitte beachten Sie dabei, dass Pre-Roll Werbemittel nur auf Pre-Roll Werbeflächen, Mid-Rolls nur auf Mid-Roll-Werbeflächen und Post-Rolls nur auf Post-Roll Werbeflächen geschaltet werden können.

Andere Formate können von uns konvertiert werden, hier bedarf es allerdings einer größeren Vorlaufzeit und individueller Absprache zur Anlieferung der Daten (insbesondere durch möglicherweise höhere Dateigrößen). Bitte beachten Sie, dass nicht in jedem Fall eine optimale Wiedergabequalität gewährleistet werden kann.



## Superbanner

Größe: 728 x 90 px.

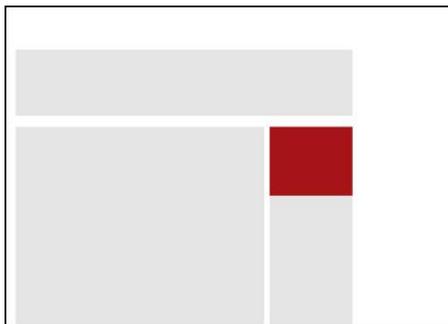


## Skyscraper

Größe: 160 x 600 px.  
120 x 160 px.

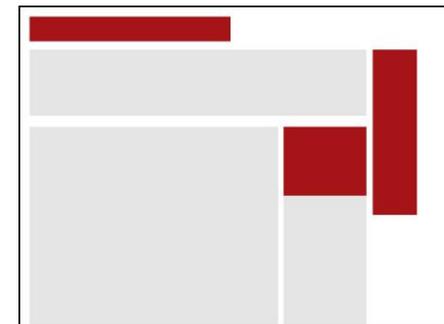
## Widesky

Größe: 200 x 600 px.



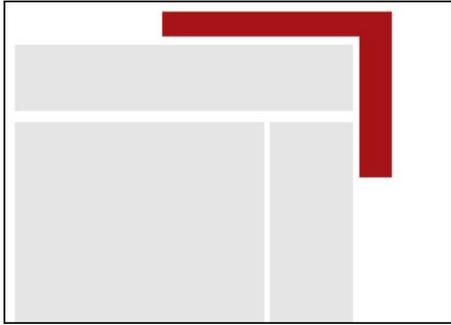
## Medium Rectangle

Größe: 300 x 250 px.



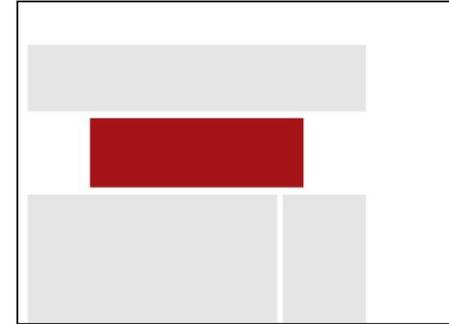
## Ad Bundle

Größe: 120 x 600 px. (Sky)  
728 x 90 px. (SB)  
300 x 250 px. (MR)



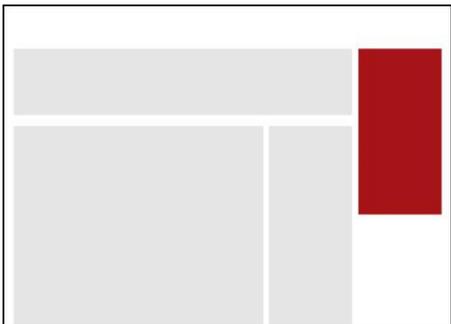
## Wallpaper

Größe: 728 x 90 px. (Halfpage)  
120 x 600 px. (Sky)



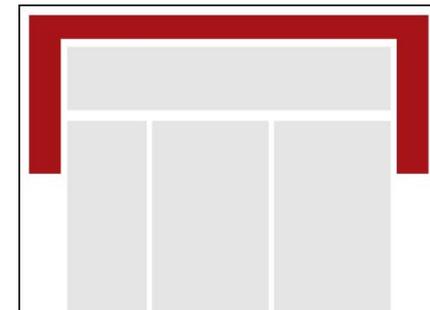
## Billboard Ad

Größe: 770 x 250 px.  
800 x 250 px.  
970 x 250 px.



## HalfPage

Größe: 300 x 600 px.

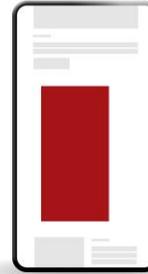


## Fireplace

Größe: 160 x 600 px. (Sky links)  
728 x 90 px. (SB)  
160 x 600 px. (Sky rechts)



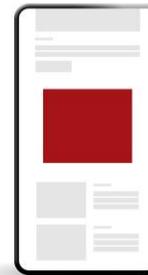
**Mobile Medium Rectangle**  
Größe: 300 x 250 px.



**Mobile Halfpage Ad**  
Größe: 300 x 600 px.



**Premium Rectangle**  
Größe: 300 x 400 px.



**Mobile Rollover**  
Größe: 640 x 960 px.



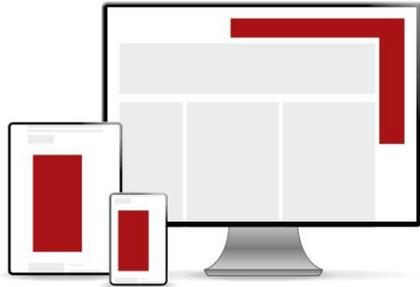
**MMA 6:1**  
Größe: 300 x 50 px.



**MMA 4:1**  
Größe: 300 x 75 px.

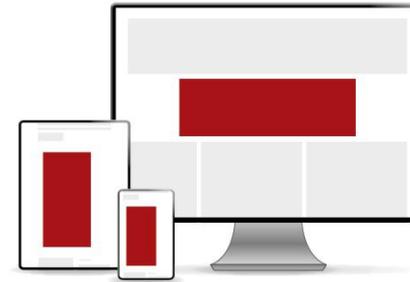


**MMA 2:1**  
Größe: 300 x 150 px.



**Wallpaper +  
Mobile Halfpage Ad**

Größen: 728 x 90 px. (SB)  
120 x 600 px. (Site)  
300 x 600 px.



**Billboard +  
Mobile Halfpage Ad**

Größe: 770 x 250 px. oder  
800 x 250 px. oder  
970 x 250 px.  
300 x 600 px.



**Ad Bundle +  
Mobile Medium Rectangle**

Größe: 728 x 90 px.  
300 x 250 px.  
160 x 600 px.  
300 x 250 px.

**Hinweis:**

Multiscreen-Werbeformen stellen die Kombination aus „*Displaywerbung Desktop*“ und „*Displaywerbung Mobile*“ dar. Die technische Beschreibung der kombinierten Werbemittel entsprechen denen in der jeweiligen Einzelbeschreibung (vgl. vorherige Seiten).



---

Newsletter

## Allgemeine Informationen:

- Auftragsnummer
- Titel
- Kampagnenname
- Werbeformat
- Max. 60 kB pro Werbeform
- Ansprechpartner Reporting

## Datenabgabe:

Spätestens 7 Werktage vor Starttermin

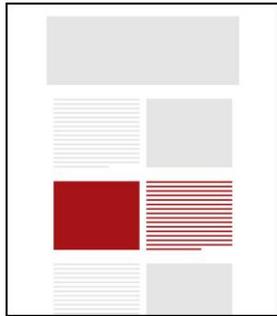
## Datenanlieferung ausschließlich an:

[dispo@strobeldmediagroup.de](mailto:dispo@strobeldmediagroup.de)



### Hinweis:

Nur bei Beachtung aller aufgeführten Vorgaben kann sichergestellt werden, dass die Kampagne pünktlich starten kann.



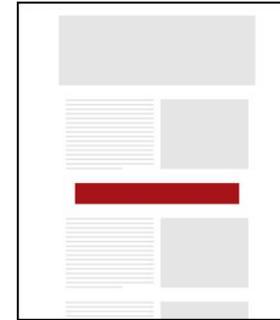
## Textanzeige

Bild: 190 x 250 px.  
250 x 190 px.

Headline: aussagekräftige Headline

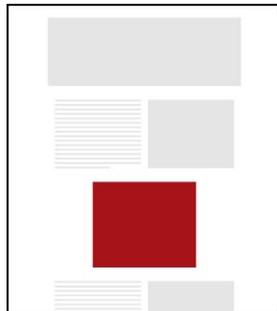
Text: max. 600 Zeichen inkl. Leerzeichen

CTA: wird mit Ihrer Ziel-URL verlinkt



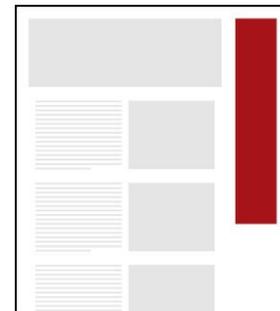
## Fullsize Banner

Bild: 468 x 60 px.  
URL: Ziel-URL



## Medium Rectangle

Bild: 300 x 250 px.  
URL: Ziel-URL



## Sky- / Widescraper

Sky: 120 x 600 px.  
Widesky: 160 x 600 px.  
URL: Ziel-URL

---

Sponsored Post /  
Online Advertorial

Ein Sponsored Post / Online Advertorial besteht aus einem Online-Beitrag, der mit einem 4-wöchigen Kommunikationspaket beworben wird.

- Teaser-Text-Anzeige im FLÜSSIGGAS Newsletter mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- Teaser-Text auf [www.fluessiggas-magazin.de](http://www.fluessiggas-magazin.de) mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- Beworbener Sponsored Facebook-Post über die Facebook Fanpage der FLÜSSIGGAS mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- Dauerhafter Online-Beitrag auf [www.fluessiggas-magazin.de](http://www.fluessiggas-magazin.de) (bleibt auch nach den vier Wochen weiterhin über die Suche auffindbar)

## Allgemeine Informationen:

- Auftragsnummer
- Titel
- Kampagnenname
- Werbeformat
- Ansprechpartner Reporting

## Datenabgabe:

Spätestens 10 Werktage vor Starttermin

## Datenanlieferung ausschließlich an:

[dispo@strobeldmediagroup.de](mailto:dispo@strobeldmediagroup.de)



### **Hinweis:**

Nur bei Beachtung aller aufgeführten Vorgaben kann sichergestellt werden, dass die Kampagne pünktlich starten kann.

## Online-Beitrag auf der Website

- **Aufmacherbild:**  
900 x 675 px.
- **Bilder:**  
Breite 900 px. (web-fähig)
- **Bildanzahl:**  
variabel
- **Verlinkung:**  
im Fließtext & Textende möglich
- **Text:**  
Länge variabel (Überschrift, Einleitung, Fließtext – Zwischenüberschriften)  
Bildunterschriften / Bildnachweis

Suche > Mailand wird wieder zum Mekka des Möbeldesigns – Aussteller präsentieren Lösungen mit Hettich

16.04.2024

### Mailand wird wieder zum Mekka des Möbeldesigns – Aussteller präsentieren Lösungen mit Hettich

Anzeige



Erobert Künstliche Intelligenz unsere Wohnbereiche? Auf der Salone del Mobile und der Eurocucina werden die neuesten Entwicklungen gezeigt. Die Hettich-Trendscouts berichten aus Mailand. Foto: Hettich



In Mailand werden die Trends geboren. Darum werden die Messen Eurocucina und Salone del Mobile vom 16. - 21. April wieder zum internationalen Treffpunkt des Who-is-Who der Möbel- und Küchenbranche. Die Innovationen von Hettich haben einen Anteil daran und sind in den neuesten Kollektionen einiger Premium-Küchenhersteller wie SieMatic, Poggenpohl oder Eggersmann zu bewundern. Allen, die einen Besuch planen, stellt Hettich kurz vor Messebeginn einen digitalen Solution Guide mit einer Übersicht aller Aussteller zur Verfügung, die Lösungen mit Hettich in den Bereichen Küche, Küchengeräte, Bad und Wohnen zeigen.



Hettich schafft Lösungen für Lebensräume. Trends spielen dabei eine zentrale Rolle – und es geht nicht nur um Designtrends in Sachen Farben, Formen und Materialien. Das

**KÜCHENPLANER**  
Newsletter

- 2x wöchentlich
- Exklusive Inhalte
- Kostenlos
- Jederzeit kündbar

Anzeige

## Textanzeige im Newsletter

- **Bild:**  
190 x 250 px.  
250 x 190 px.
- **Headline:**  
aussagekräftige Headline
- **Text:**  
max. 600 Zeichen inkl.  
Leerzeichen
- **URL:**  
verlinkt auf den Online-Beitrag

The screenshot shows a newsletter layout for 'KÜCHENPLANER NEWSLETTER'. It features three articles:

- Article 1:** 'Liebherr: Frische ohne Kompromisse'. Includes a photo of a Liebherr refrigerator and a '10 Jahre Herstellergarantie' badge. Text: 'Kühl- und Gefriergeräte sind ohne Pause in Betrieb, weshalb neben dem Verbrauch auch die Zuverlässigkeit und Langlebigkeit entscheidend sind. Liebherr setzt daher neben durchdachten Frischetechnologien vor allem auch auf Qualität, die bietet. Mit einer erweiterten 10-Jahres-Garantie auf ausgewählte Premium-Geräte untermauert der Experte für Kühlen und Gefrieren das Vertrauen in die Langlebigkeit seiner Produkte. Ein starkes Versprechen, das Nachhaltigkeit und höchste Standards in Energieeffizienz und Design garantiert. Ein Vorteil, der überzeugt und Sicherheit bietet – jetzt und in Zukunft. Weitere Informationen.'
- Article 2:** 'Keine Angst vor der Wärmepumpe'. Includes a photo of a man. Text: 'Die Konjunkturforscher haben gute Nachrichten: Ab Herbst zieht der Binnenkonsum an. Ob die Küchenbranche daran teilhaben wird, hängt wohl von zwei Dingen ab: von der Offenheit für den Wandel beim Wohnungsbau und dem Respekt vor der Wärmepumpe. mehr >
- Article 3:** 'Mailand wurde wieder zum Mekka des Möbeldesigns: Aussteller präsentierten Lösungen mit Hettich'. Includes a photo of a modern kitchen. Text: 'Die Eurocucina und Salone del Mobile wurden vom 16. - 21. April zum internationalen Treffpunkt des Who-is-Who der Möbel- und Küchenbranche. Die Innovationen von Hettich hatten einen Anteil daran und waren in den neuesten Kollektionen einige Premium-Küchenhersteller wie SieMatic, Poggenpohl oder Eggersmann zu bewundern. Viele Aussteller zeigten Lösungen mit Hettich in den Bereichen Küche, Küchengeräte, Bad und Wohnen. Welche das waren, verrät ein digitaler Solution Guide mit einer Übersicht. Weiterlesen...

## Social Media

- **Bild:**  
mind. 1080 x 1080 px.
- **Headline:**  
max. 40 Zeichen inkl.  
Leerzeichen
- **Primärtext:**  
max. 125 Zeichen inkl.  
Leerzeichen
- **Beschreibungstext:**  
max. 200 Zeichen inkl.  
Leerzeichen
- **URL:**  
verlinkt auf den Online-Beitrag

The screenshot shows a Facebook post from 'Küchenplaner' with the following content:

- Post Text:** 'In Mailand werden die Trends geboren. Hettich hat einen Anteil daran. Wie vielfältig die Lösungen aussehen, zeigen viele Küchen- und Möbelhersteller auf der Eurocucina und Salone del Mobile.'
- Image:** A modern kitchen with a central island and smart appliances.
- Caption:** 'KÜCHENPLANER-MAGAZIN.DE  
Mailand wird zum Mekka des Möbeldesigns  
Anzeige! Mehr dazu'
- Buttons:** 'Insights und Anzeigen ansehen', 'Beitrag bewerben'
- Engagement:** 'Gefällt mir', 'Kommentieren', 'Teilen'
- Footer:** 'Relevanteste >>>'