



# TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN.

# INHALT

## DATENANLIEFERUNG

Allgemein	Seite	3
Image	Seite	3
HTML5	Seite	3
HTML5 ClickTag	Seite	4
Rich Media	Seite	5-6
CPU-Auslastung	Seite	7
SSL	Seite	7

## DISPLAY – WERBEFORMATE

Medium Rectangle	Seite	8
HalfpageAd	Seite	8
CinemaAd	Seite	8
Interstitial	Seite	8
Superbanner	Seite	9
Skyscraper	Seite	9
Dynamic Sitebar	Seite	9
Billboard	Seite	9
BanderoleAd	Seite	10
TandemAd	Seite	10
AdBundle	Seite	10
Wallpaper	Seite	10
FireplaceAd	Seite	11
Homepage Takeover	Seite	11

## MOBILE – WERBEFORMATE

MMA Banner	Seite	12
MMA Banner Sticky	Seite	12
Mobile HalfpageAd	Seite	12
Mobile Interstitial	Seite	13
Mobile Interscroller	Seite	13

## NATIVE

Advertorial	Seite	14
Whitepaper	Seite	15
NativeAd In – Teaser	Seite	16
NativeAd In – Content	Seite	17
NativeAd Out – Teaser	Seite	18
NativeAd Out – Content	Seite	18

## VIDEO

VideoAd- Teaser	Seite	19
VideoAd- Content	Seite	20

## NEWSLETTER

ContentAd	Seite	21
FullAd	Seite	21
Billboard	Seite	21

## NEWSLETTER – Specials

Exklusivsponsoring	Seite	22
Standalone	Seite	22

## SOCIAL MEDIA

LinkedIn   Xing   Facebook   Instagram   Twitter	Seite	23
--	-------	----

## ANSPRECHPARTNER

Seite	25
-------	----

# DATENANLIEFERUNG

## Allgemein

Angaben zur Zuordnung des Werbemittels

- Kundenname
- Kampagnenname
- Werbeformat
- Buchungszeitraum

## Image

Es handelt sich um eine gängige Bilddatei, welche von jedem Computer ohne besondere Programme angezeigt wird. So wird eine Auslieferung garantiert.

### Datenanlieferung:

- statisches JPG, GIF, PNG oder animiertes GIF
- Ziel-URL
- 3 Werktage vor Kampagnenstart

## Lieferadresse

- [admanagement@holzmann-medien.de](mailto:admanagement@holzmann-medien.de)
- Bitte beachten Sie die jeweiligen Fristen zur Datenanlieferung.

## HTML5

### Datenanlieferung:

- Zip-Datei (In der Zip-Datei muss eine index.html-Dabei als Startpunkt enthalten sein und alle eingebunden Skripte sowie alle in der Zip-Datei enthaltenen Elemente müssen relativ verlinkt sein.)
- Ziel URL
- 3 Werktage vor dem Kampagnenstart

### Bitte beachten Sie:

Um HTML5 Werbemittel möglichst einfach und kompatibel zu gestalten ist es empfehlenswert die folgenden Umsetzungsempfehlungen einzuhalten:

- Pro Werbemittel nur eine HTML-Datei mit dem Namen index.html
- Pro Werbemittel müssen alle Dateien in einem gemeinsamen Pfad liegen.
- Alle Dateien müssen relativ eingebunden sein (z.B. src="js/scripts.js"). Einzige Ausnahme sind externe Ressourcen wie Frameworks, diese müssen absolut mit vollständiger Domain eingebunden sein
- Für das Klicktracking muss zwingend ein ClickTag integriert sein

# DATENANLIEFERUNG

## HTML5 – ClickTag

Die Schreibweise für ClickTags lautet: clicktag

Die Schreibweise für Multi-ClickTags lautet: clicktag, clicktag1, clicktag2 <n>

Die folgenden Codezeilen sind in das HTML5-Werbemittel zur Übergabe der ClickTags zu integrieren. Die Funktion liefert alle GET Parameter zurück, die an die Datei übergeben werden:

### Variante 1

```
<html>
<head>
<script>
function mytag()
{
  window.open(clicktag,"_blank")
}
</script>
</head>
<body>
<a href="#" onclick="mytag();">
<div id="container1"
style="width: 300px; height:
250px"> </div>
</a>
</body>
</html>
```

### Variante 2

```
<html>
<head></head>
<body>
<a href="#clicktag"
id="clicktag" target="_blank">
<div id="container1"
style="width: 300px; height:
250px"> </div>
</a>
<script>
document.
getElementById('clicktag').
setAttribute('href', clicktag);
</script>
</body>
</html>
```

Beispiel HTML und Zuweisung der Links:

2 HTML Links ohne zugewiesene Links:

```
<html>
</head>
<body>
<a href="#clicktag" id="clicktag" target="_blank">
<div id="container1" style="width: 300px; height: 250px"> </div>
</a>
<a href="#clicktag1" id="clicktag1" target="_blank">
<div id="container2" style="width: 300px; height: 250px"> </div>
</a>
<script> document.getElementById('clicktag').setAttribute('href',
clicktag);
document.getElementById('clicktag1').setAttribute('href', click-
tag1);
</script>
</body>
</html>
```

Mit diesen Javascript Zeilen lassen sich dann die Klicktags den HTML Elementen zuweisen:

```
<script>
function xyz()
{
  window.open(clicktag,"_blank")
}</script>
```

### Bitte beachten Sie:

Sollten Sie den Banner bzw. den ClickTag über ein Tool definieren, sind hier die entsprechenden Einstellungen zu treffen, das manuelle Hinzufügen eines Klicktags hat keine Auswirkungen.

# DATENANLIEFERUNG

## RichMedia

Für die korrekte Einbindung bzw. Klickzählung von RichMedia <Werbemitteln> müssen folgende Voraussetzungen erfüllt werden.

### Anlieferung:

Das zu hinterlegende RichMedia <Werbemitteln> besteht immer aus einem Eigenständigen HTML-Fragment welches grundsätzlich ohne Header <HTML><HEAD><TITLE><META><BODY> angeliefert wird.

Zusätzlich können beliebig viele Dateien hochgeladen werden.

Diese werden über einen Platzhalter %file:FILENAME% im RichMedia-Code referenziert (Der Platzhalter wird bei der Auslieferung automatisch durch die URL zur Datei ersetzt).

Beispiel:

Dateiname: grafik.jpg!  
Referenzierung: %file:grafik.jpg%!

### Klickzählung:

Fest vergebene, absolute URLs werden automatisch erkannt und mit der Klickzählung versehen.

Folgende Platzhalter stehen weiterhin für die Klickzählung zur Verfügung:

- a.) %clickurl:e% für die ADITION-Klick-URL encoded
- b.) %clickurl% für die ADITION-Klick-URL nicht encoded
- c.) %clickurl:u% für die ADITION-Klick-URL nicht encoded

Als URL der Zielseite wird die URL verwendet, welche im Werbeformular unter dem Feld 'ClickURL' angegeben wurde. Für den Fall, dass mehrere Ziel-URLs verwendet werden, können diese direkt hinter die Platzhalter korrekt encoded angehängt werden.

Beispiel:

```
<a href=http://www.url.de>Link 1</a>
```

oder mit mehreren Ziel-URLs:

```
<script language="JavaScript"> <!--  
//wird automatisch ersetzt  
document.write('<a href="%clickurl%" +  
escape('http://www.url1.de') + " target="_blank">Link 1</a>');  
document.write('<a href="%clickurl%" +  
escape('http://www.url2.de') + " target="_blank">Link 2</a>');  
//-->  
</script>
```

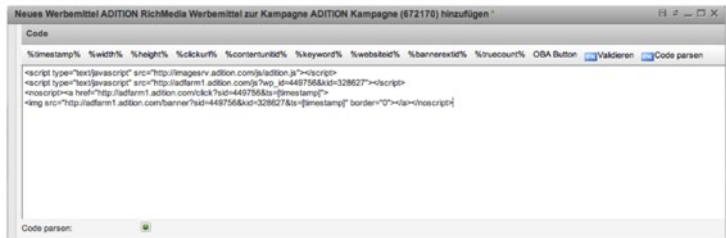
### Hinweis:

Verweise, die per Javascript angesteuert werden, sollten in einer Variablen am Anfang des <SCRIPT>-Blockes gespeichert werden, und anschließend nur noch über diese angesprochen werden. Das gesamte Werbemittel sollte in einem <TABLE>-Element eingeschlossen sein, dessen Höhe und Breite auf die Größe des Werbemittels fixiert ist.

# DATENANLIEFERUNG

## Weitere zur Verfügung stehende Platzhalter:

Einige weitere Platzhalter stehen per Direktzugriff im RichMedia-Werbemittel zur Verfügung. Diese werden per Klick auf den jeweiligen Parameter an der Stelle eingefügt, an der sich der Cursor befindet.



%width%	Breite des Werbemittels
%height%	Höhe des Werbemittels
%keyword%	Übergebenes Keyword
%contentunit%	ID des Werbeplatzes, auf dem das Werbemittel ausliefert
%timestamp%	Eindeutige ID pro Aufruf

**Javascript Variablen:** Folgende Namen dürfen nicht für javascript-Variablen verwendet werden:

- a.) 'ad\_hidelaye'
- b.) 'ad\_count'
- c.) 'ad\_wid'

## Hinweise zu Formularen

**Formularelemente:** Generell sollte als Formelmethode 'GET' verwendet werden. Muss jedoch zwingend als Methode 'POST' verwendet werden, so ist zu beachten, dass in diesem Fall eine Klickzählung nicht möglich ist.

**Formularfelder:** Folgende Namen dürfen nicht für Formularfelder benutzt werden:

- a.) 'lid'
- b.) 'clickurl'
- c.) 'url'

# DATENANLIEFERUNG

---

## **CPU-Auslastung:**

Aufwendige Animationen in den Werbemitteln führen zu einer erhöhten CPU-Auslastung, was zur Folge hat, dass die Website eingeschränkt ist und langsam wird. Die CPU-Auslastung bei Werbemitteln sollte 25 % nicht übersteigen.

## **SSL-Verschlüsselung:**

- Wir weisen darauf hin, dass ab sofort alle Bestandteile einer Kampagne (Script-, iFrame-, Redirect-Tags, Agentur-Zählpixel und sonstige extern gehostete Ressourcen) als HTTPS-kompatible Komponenten anzuliefern sind, um Anzeige- und Messfehler in Bezug auf Verletzungen von Sicherheitseinstellungen der unterschiedlichen Browser webseitenübergreifend ausschließen zu können.
- Dafür ist sicherzustellen, dass alle Ressourcen auf SSL-zertifizierten Servern gehostet sind. Bitte prüfen Sie daher, ob die von Ihnen eingesetzten Systeme für das Hosting der Werbemittel diese Möglichkeit standardisiert zur Verfügung stellen.



## Medium Rectangle

Prominente Platzierung im Content der Website, zentral und im Blickfeld des Users.

**Dimension:** 300 x 250 Pixel

**Dateiformate:** gif, jpg, png, HTML5

**Dateigröße:** 120 kB pro Datei; HTML5:150 kB pro Element

**3rd Party AdTag:** JavaScript/Iframe/SSL-verschlüsselt

**Auslieferung:** Cross-Device (Auf allen Endgeräten)

**Datenanlieferung:** 3 Werktage vor Kampagnenstart



## HalfpageAd

Durch die Integration im Contentbereich der Site fällt der Blick des Users auf dieses plakative Werbeformat.

**Dimension:** 300 x 600 Pixel

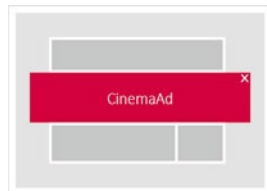
**Dateiformate:** gif, jpg, png, HTML5

**Dateigröße:** 120 kB pro Datei; HTML5:150 kB pro Element

**3rd Party AdTag:** JavaScript/Iframe/SSL-verschlüsselt

**Auslieferung:** Cross-Device (Auf allen Endgeräten)

**Datenanlieferung:** 3 Werktage vor Kampagnenstart



## CinemaAd

Ausklappbares Werbemittel auf die gesamte Bildschirmbreite, das sich beim Klick auf den Schließen-Button wieder auf die Standard Billboard-Breite (940 Pixel) skaliert. Dabei bleibt die vollständige Werbeaussage noch erkennbar.

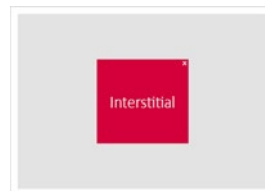
**Dimension:** 380px Höhe, 100% Fensterbreite

**Dateiformate:** HTML5 mit ClickTag

**Dateigröße:** max. 300 kB

**Auslieferung:** Desktop

**Datenanlieferung:** 5 Werktage vor Kampagnenstart



## Interstitial

Ein Interstitial ist ein großflächiges Werbeformat und hat einen unbegrenzten Spielraum bei der Gestaltung. Die Einblendung erfolgt bei Aufruf der Website direkt über dem Content. Das Werbeformat kann vom User geschlossen werden. Optimal ist eine Erweiterung um das Mobile Interstitial.

**Dimension:** 300-550 x 250-400 Pixel

**Dateiformate:** gif, jpg, png, HTML5

**Dateigröße:** 120 kB pro Datei; HTML5:150 kB pro Element

**3rd Party AdTag:** JavaScript/Iframe/SSL-verschlüsselt

**Auslieferung:** Desktop + Tablet

**Datenanlieferung:** 3 Werktage vor Kampagnenstart





### Superbanner/ Sticky Superbanner

**Superbanner:** Aufmerksamkeitsstarkes Werbemittel mit Präsenz in der Bannerleiste. Einsatz im sofort sichtbaren Bereich mit kreativem Gestaltungsspielraum.

**Sticky Superbanner:** Werbemittel platziert sich am Footer der Seite und bleibt beim Scrollen im sichtbaren Bereich der Seite kleben. Das Werbeformat kann vom User geschlossen werden.

**Dimension:** 728 x 90 Pixel

**Dateiformate:** gif, jpg, png, HTML5

**Dateigröße:** 120 kB pro Datei; HTML5: 150 kB pro Element

**3rd Party AdTag:** JavaScript / Iframe / SSL-verschlüsselt

**Auslieferung:** Desktop + Tablet

**Datenanlieferung:** 3 Werktage vor Kampagnenstart



### Dynamic Sitebar

Die Dynamic Sitebar läuft auf dem rechten Skyscraperplatz im immer sichtbaren Bereich. Beim Scrollen läuft die Dynamic Sitebar automatisch mit (sticky). Das Werbeformat passt sich der jeweiligen Bildschirmgröße an und nutzt damit dynamisch den maximal frei verfügbaren Platz rechts neben der Website.

**Dimension:** 300 x 600 Pixel skalierbar

**Dateiformate:** Physisch oder als Redirect (iframe) – Bevorzugt Redirect; GIF / JPEG als Fallback (300x600), Größe 100% dynamisch, max. kB initialer Load 150 KB, max. kB nachgelagerter Load 2 MB; HTML5 (nur bei physischer Anlieferung): 150 kB pro Element

**3rd Party AdTag:** JavaScript / Iframe / SSL-verschlüsselt

**Auslieferung:** Desktop

**Datenanlieferung:** 5 Werktage vor Kampagnenbeginn



### Skyscraper

Platzierung am rechten oder linken Bildschirm; bleibt beim Scrollen im Blickfeld des Users.

**Dimension:** 160 x 600 Pixel

**Dateiformate:** gif, jpg, png, HTML5

**Dateigröße:** 120 kB pro Datei; HTML5: 150 kB pro Element

**3rd Party AdTag:** JavaScript / Iframe / SSL-verschlüsselt

**Auslieferung:** Desktop

**Datenanlieferung:** 3 Werktage vor Kampagnenstart



### Billboard

Großflächiges Format, positioniert zwischen Navigation und Content mit viel Platz für Gestaltung und Information – eine prominente Bühne für Ihre Werbebotschaft.

**Dimension:** 940 x 250 Pixel

**Dateiformate:** gif, jpg, png, HTML5

**Dateigröße:** 120 kB pro Datei; HTML5: 150 kB pro Element

**3rd Party AdTag:** JavaScript / Iframe / SSL-verschlüsselt

**Auslieferung:** Desktop

**Datenanlieferung:** 3 Werktage vor Kampagnenstart



## BanneroleAd

Das Werbemittel liegt im direkt sichtbaren Bereich und legt sich für eine gewisse Zeit wie ein Streifen quer über die Homepage. Die BanneroleAd ist effektiv und äußerst aufmerksamkeitsstark. Das Werbeformat kann vom User geschlossen werden.

**Dimension:** 770 x 250 Pixel

**Dateiformat:** gif, jpg, png

**Dateigröße:** 120 kB pro Datei

**Auslieferung:** Desktop

**Datenanlieferung:** 5 Werktage vor Kampagnenstart



## TandemAd

Eine TandemAd bezeichnet die gleichzeitige Ausspielung von zwei Werbeformaten innerhalb derselben PageImpression, wobei beide Werbemittel grafisch und textlich miteinander interagieren können und somit vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten bieten.

**Dimension:** siehe Einzelformate

**Dateiformat:** gif, jpg, png, HTML5

**Dateigröße:** 120 kB pro Datei; HTML5: 150 kB pro Element

**3rd Party AdTag:** JavaScript / Iframe / SSL-verschlüsselt

**Auslieferung:** Desktop

**Datenanlieferung:** 5 Werktage vor Kampagnenstart



## AdBundle

Das AdBundle bezeichnet die (gemeinsame) Auslieferung von drei unterschiedlichen klassischen Werbemitteln und dient einer äußerst starken Wahrnehmung. Die Auslieferungen von Werbemitteln eines AdBundles müssen nicht innerhalb derselben PageImpression zu sehen sein, sind aber vom selben Werbetreibenden und teilen sich ein gemeinsames Volumen.

**Dimension:** siehe Einzelformate

**Dateiformat:** gif, jpg, png, HTML5

**Dateigröße:** 120 kB pro Datei; HTML5: 150 kB pro Element

**3rd Party AdTag:** JavaScript / Iframe / SSL-verschlüsselt

**Auslieferung:** Desktop

**Datenanlieferung:** 5 Werktage vor Kampagnenstart



## Wallpaper

Kombination aus Superbanner und Skyscraper. Das Format umrahmt die Website oben und rechts. Wallpaper färben meist den Seitenrand der Website ein. Ein aufmerksamkeitsstarkes Werbemittel, welches den Wiedererkennungswert stark erhöht.

**Dimension:** Superbanner: 728 x 90 Pixel  
Skyscraper: 120-160 x 600 Pixel

**Dateiformat:** gif, jpg, png, HTML5

**Dateigröße:** 120 kB pro Datei; HTML5: 150 kB pro Element

**Hintergrundfarbe:** Ja – ein Hexcode kann für den Hintergrund angeliefert werden

**Klickbar. Hintergrund:** Ja – ein separater ClickCommand kann für den Hintergrund angeliefert werden

**3rd Party AdTag:** JavaScript / Iframe / SSL-verschlüsselt

**Auslieferung:** Desktop

**Datenanlieferung:** 5 Werktage vor Kampagnenstart



## FireplaceAd

Platzierung umrahmt den Content von drei Seiten. Die FireplaceAd ist ein großzügiges Format, das lange im Sichtfeld des Users bleibt und die Aufmerksamkeit auf die Werbebotschaft erhöht. Optimal ist eine Erweiterung um das Billboard.

**Dimension:** Superbanner: 1282 x 90 Pixel  
Skyscraper: 120-160 x 600 Pixel

**Dateiformate:** gif, jpg, png, HTML5

**Dateigröße:** 120 kB pro Datei; HTML5: 150 kB pro Element

**Hintergrundfarbe:** Ja – ein Hexcode kann für den Hintergrund angeliefert werden

**Klickbar. Hintergrund:** Ja – ein separater ClickCommand kann für den Hintergrund angeliefert werden

**3rd Party AdTag:** JavaScript / Iframe / SSL-verschlüsselt

**Auslieferung:** Desktop

**Datenanlieferung:** 5 Werktage vor Kampagnenstart



## Homepage Takeover

Aufmerksamkeitsstarke Kombination aus FireplaceAd und Billboard.

**Dimension:** Superbanner: 1282 x 90 Pixel  
Skyscraper: 120-160 x 600 Pixel  
Billboard: 940 x 250 Pixel

**Dateiformate:** gif, jpg, png, HTML5

**Dateigröße:** 120 kB pro Datei; HTML5: 150 kB pro Element

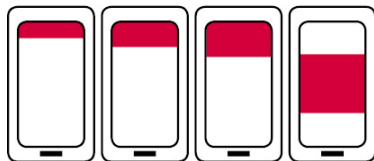
**Hintergrundfarbe:** Ein Hexcode für die Hintergrundfarbe kann angeliefert werden

**Klickbarer Hintergrund:** Ein separater ClickCommand für den Hintergrund kann angeliefert werden

**3rd Party AdTag:** JavaScript / Iframe / SSL-verschlüsselt

**Auslieferung:** Desktop

**Datenanlieferung:** 5 Werktage vor Kampagnenstart



### Mobile MMA Banner

Mobile Banner der im sichtbaren Bereich hohe Aufmerksamkeit garantiert.

**MMA 6:1:** 300–320 x 50 Pixel

**MMA 4:1:** 300–320 x 75 Pixel

**MMA 2:1:** 300–320 x 150 Pixel

**MMA 1:1:** 300 x 250 Pixel (Medium Rectangle)

**Dateiformat:** jpg, gif, HTML5

**3rd Party AdTag:** JavaScript/Iframe/SSL-verschlüsselt

**Dateigröße:** 40 kB pro Datei; HTML5: 150 kB pro Element

**Datenanlieferung:** 3 Werkstage vor Kampagnenstart



### Mobile HalfpageAd

Aufmerksamkeitsstarke Werbefläche im Content Bereich der Site. Der Blick des Users fällt auf das auffällig große Werbeformat.

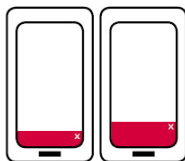
**Dimension:** 300 x 600 Pixel

**Dateiformat:** jpg, gif, HTML5

**3rd Party AdTag:** JavaScript/Iframe/SSL-verschlüsselt

**Dateigröße:** 40 kB pro Datei; HTML5: 150 kB pro Element

**Datenanlieferung:** 3 Werkstage vor Kampagnenstart



### Mobile MMA Banner sticky

Aufmerksamkeitsstarkes Werbeformat, das auf dem Bildschirm im Sichtfeld des Users fixiert wird und auch beim Scrollen den Bildschirm nicht verlässt. Das Werbeformat kann vom User geschlossen werden.

**MMA 6:1 sticky:** 300–320 x 50 Pixel

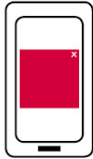
**MMA 4:1 sticky:** 300–320 x 75 Pixel

**Dateiformat:** jpg, gif, HTML5

**3rd Party AdTag:** JavaScript/Iframe/SSL-verschlüsselt

**Dateigröße:** 40 kB pro Datei; HTML5: 150 kB pro Element

**Datenanlieferung:** 3 Werkstage vor Kampagnenstart



### Mobile Interstitial

Die Einblendung erfolgt bei Aufruf der Website direkt über dem Content und kann vom User geschlossen werden. Optimal ist eine Erweiterung um das Interstitial.

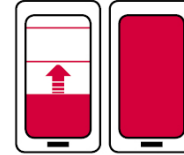
**Dimension:** 300 x 250-300 Pixel

**Dateiformat:** jpg, gif, HTML5

**3rd Party AdTag:** JavaScript/Iframe/SSL-verschlüsselt

**Dateigröße:** 40 kB pro Datei; HTML5: 150 kB pro Element

**Datenanlieferung:** 3 Werktage vor Kampagnenstart



### Mobile Interscroller

Besonders aufmerksamkeitsstarke Werbeform. Werbemittel liegt hinter dem Content und wird durch Scrollen im Sichtfenster der Werbeplatzierung angezeigt und dabei vollständig freigelegt. Kommuniziert nicht nur eine Werbotschaft, sondern garantiert auch eine hohe Brand Awareness. Sorgt für einige Sekunden für die volle Aufmerksamkeit der User.

**Dimension:** 300 x 600 Pixel

**Dateiformat:** jpg, gif, HTML5

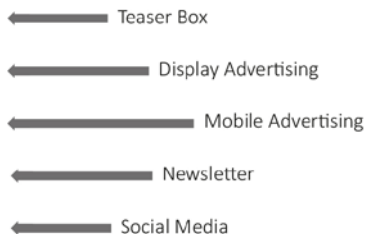
**3rd Party AdTag:** JavaScript/Iframe/SSL-verschlüsselt

**Dateigröße:** 40 kB pro Datei; HTML5: 150 kB pro Element

**Datenanlieferung:** 3 Werktage vor Kampagnenstart



## TRAFFIC PUSH



### Datenanlieferung

**Inhalt:** Das Textmaterial kann als Word-Dokument oder als txt-Datei angeliefert werden. Das Gesamtlayout muss erkennbar sein. Die Textlänge ist grundsätzlich nicht limitiert. Für eine optimale Performance sollte jedoch eine zu lange Scroll-Strecke für den User vermieden werden. Dies lösen wir ggf. über eine oder mehrere Subsites. Verlinkungen und die Positionierung von Bildmaterial müssen hier vorab entsprechend gekennzeichnet werden. Bitte keine pdf-Dokumente anliefern.

**Bildmaterial:** Bilder können im Format jpg oder png angeliefert werden. Eine Dateigröße von jeweils 25-50 kB pro Datei sollte nicht überschritten werden. Große Dateien verschlechtern die Ladezeit der Seite und schaden der Performance.

**Videomaterial:** MP4 oder Youtube Link

Wir bauen eine exklusive Microsite (= Content-Seite) für Sie, die im Look & Feel der Website gehalten ist. Die Microsite wird nach Ihren Wünschen gestaltet – Sie können zahlreiche Informationen und Inhalte wie Bilder, Dateien, Videos und Verlinkungen integrieren.

Die Microsite steht für einen Zeitraum von mindestens 4 Wochen auf der gewählten Website bereit.

Das Advertorial wird von zahlreichen Traffic-Push-Maßnahmen flankiert, um unsere User auf die Microsite weiterzuleiten.

Ihren individuellen Traffic Push finden Sie in der Auftragsbestätigung.

Folgende **Traffic Push Elemente** können enthalten sein:

- Fest installierte TeaserBox (ROS)
- Display Advertising
- Mobile Advertising
- Content Ads im Newsletter

**Logo:** Platzieren Sie Ihr Firmenlogo als Branding im oberen Bereich der Microsite im Format jpg oder png

**Verlinkungen:** URL zur Landingpage  
Für das Tracking kann ein ClickCommand angeliefert werden

Allgemein: Es können keine Redirects verwendet werden

**Datenanlieferung:** Bitte senden Sie die Daten bis spätestens 14 Tage vor Kampagnenstart

**Dokumentation:**  
Nach Laufzeitende erhalten Sie eine ausführliche Dokumentation über:

- PageImpressions der Microsite
- Klicks auf Bilder und Verlinkungen
- Traffic Push Analyse der flankierenden Maßnahmen



## TRAFFIC PUSH

← Teaser Box

← Newsletter

Für das Whitepaper bauen wir eine exklusive Microsite (Content-Seite). Hier können Sie Bilder, Dateien, Videos, Verlinkungen und natürlich das Whitepaper einfügen. Die gesamten Leads werden nach Laufzeitende an Sie weitergegeben. Die Laufzeit beträgt mindestens 4 Wochen.

Ihren individuellen Traffic Push finden Sie in der Auftragsbestätigung.

Folgende **Traffic Push Elemente** können auf das Whitepaper führen:

- NativeAd In
- Content Ads im Newsletter

### Datenanlieferung

**Inhalt:** Das Textmaterial kann als Word-Dokument oder als txt-Datei angeliefert werden. Die Textlänge ist grundsätzlich nicht limitiert, wir empfehlen jedoch so wenig Text wie möglich um die Scroll-Strecke des Users gering zu halten.

**Dateiformat für Download:** pdf

**Bild:** 580 x 360Pixel

**Logo:** max. 150 Pixel hoch

**Dateiformat Bilder:** gif, jpg, png – keine animierten Grafiken

**Dateigröße:** max. 120 kB

**Verlinkungen:** URL zur Landingpage  
Für das Tracking kann ein ClickCommand angeliefert werden

**Allgemein:** Es können keine Redirects verwendet werden

### Dokumentation:

Nach Laufzeitende erhalten Sie eine ausführliche Dokumentation über:

- PageImpressions der Microsite
- Klicks auf Bilder und Verlinkungen
- Traffic Push Analyse der flankierenden Maßnahmen

**Leads:** Die Leads erhalten Sie nach Laufzeitende automatisiert von uns.

**Datenanlieferung:** Bitte senden Sie die Daten bis spätestens 14 Tage vor Kampagnenstart

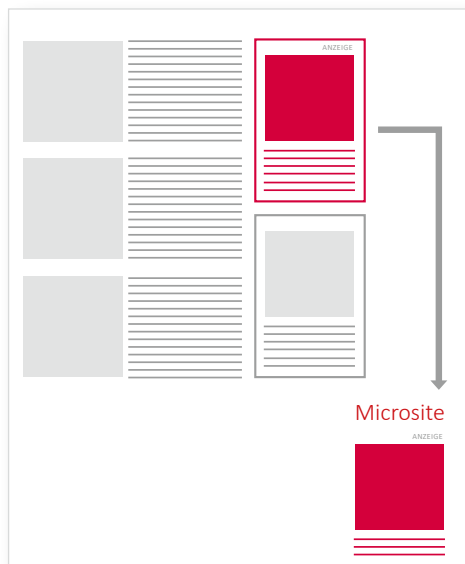


Bild-Text-Anzeige, die im Look & Feel eines redaktionellen Beitrags gestaltet und als Anzeige gekennzeichnet wird. Die Platzierung ist in der Sidebar (Teaserspalte). Die NativeAd In verlinkt auf eine Microsite (Content-Seite), auf der Sie Texte, Bilder, Videos und Verlinkungen einbetten können.

#### **Datenanlieferung - Teaser:**

**Headline:** max. 40 Zeichen (Inklusive Leerzeichen)

**Teaserbild:** 300 x 200 Pixel

**Text:** max. 150 Zeichen als Fließtext (Inklusive Leerzeichen)

**Verlinkung:** URL zur Landingpage

#### **Datenanlieferung – Microsite:**

**Die NativeAd In ist ein Onepager und enthält keine Unterseiten.**

**Inhalt:** Das Textmaterial kann als Word-Dokument oder als txt-Datei angeliefert werden. Das Gesamtlayout muss erkennbar sein. Die Textlänge ist grundsätzlich nicht limitiert. Für eine optimale Performance sollte jedoch eine zu lange Scroll-Strecke für den User vermieden werden.

Verlinkungen und die Positionierung von Bildmaterial müssen hier vorab entsprechend gekennzeichnet werden. Bitte keine pdf-Formate anliefern.

**Bildmaterial:** Bilder können im Format jpg oder png angeliefert werden.

Eine Dateigröße von jeweils 25-40 kB pro Datei sollte nicht überschritten werden. Große Dateien verschlechtern die Ladezeit der Seite und schaden der Performance.

**Videomaterial:** MP4 oder Youtube Link

**Logo:** Platzieren Sie Ihr Firmenlogo als Branding im oberen Bereich der Microsite im Format jpg oder png

**Verlinkungen:** URL zur Landingpage

Für das Tracking kann ein ClickCommand angeliefert werden

**Allgemein:** Es können keine Redirects verwendet werden

**Datenanlieferung:** Bitte senden Sie die Daten bis spätestens 14 Tage vor Kampagnenstart



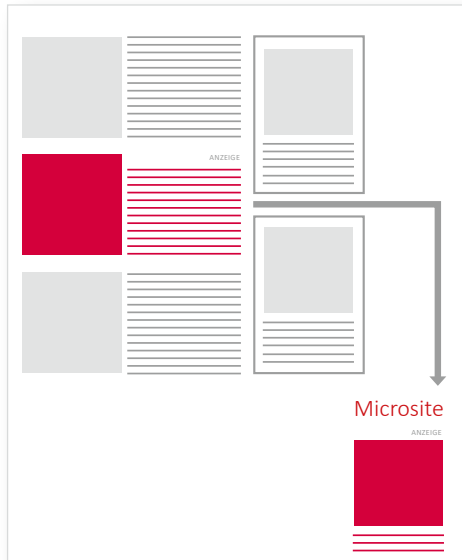


Bild-Text-Anzeige, die im Look & Feel eines redaktionellen Beitrags gestaltet und als Anzeige gekennzeichnet wird. Die Platzierung erfolgt innerhalb des Contents auf dem Medium Rectangle Platz. Die NativeAd In verlinkt auf eine Microsite (Content-Seite), auf der Sie Texte, Bilder, Videos und Verlinkungen einbetten können.

#### Datenanlieferung - Teaser:

**Headline:** max. 40 Zeichen (Inklusive Leerzeichen)

**Teaserbild:** 300 x 200 Pixel

**Text:** max. 120 Zeichen als Fließtext (Inklusive Leerzeichen)

**Verlinkung:** URL zur Landingpage

#### Datenanlieferung – Microsite:

**Die NativeAd In ist ein Onepager und enthält keine Unterseiten.**

**Inhalt:** Das Textmaterial kann als Word-Dokument oder als txt-Datei angeliefert werden. Das Gesamtlayout muss erkennbar sein. Die Textlänge ist grundsätzlich nicht limitiert. Für eine optimale Performance sollte jedoch eine zu lange Scroll-Strecke für den User vermieden werden.

Verlinkungen und die Positionierung von Bildmaterial müssen hier vorab entsprechend gekennzeichnet werden. Bitte keine pdf-Formate anliefern.

**Bildmaterial:** Bilder können im Format jpg oder png angeliefert werden.

Eine Dateigröße von jeweils 25-40 kB pro Datei sollte nicht überschritten werden. Große Dateien verschlechtern die Ladezeit der Seite und schaden der Performance.

**Videomaterial:** MP4 oder Youtube Link

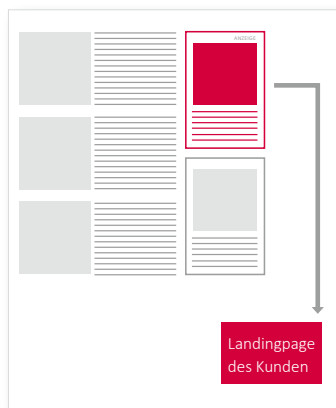
**Logo:** Platzieren Sie Ihr Firmenlogo als Branding im oberen Bereich der Microsite im Format jpg oder png

**Verlinkungen:** URL zur Landingpage

Für das Tracking kann ein ClickCommand angeliefert werden

**Allgemein:** Es können keine Redirects verwendet werden

**Datenanlieferung:** Bitte senden Sie die Daten bis spätestens 14 Tage vor Kampagnenstart



### NativeAd Out – Teaser

Bild-Text-Anzeige, die im Look & Feel eines redaktionellen Beitrags gestaltet und als Anzeige gekennzeichnet wird. Die Platzierung erfolgt innerhalb der Sidebar. Die NativeAd Out verlinkt auf eine externe Landingpage (z.B. Unternehmenswebsite).

Datenanlieferung Teaser:

**Headline:** max. 40 Zeichen (Inklusive Leerzeichen)

**Teaserbild:** 300 x 200 Pixel

**Text:** max. 150 Zeichen als Fließtext (Inklusive Leerzeichen)

**Verlinkung:** URL zur Landingpage

ClickCommands können integriert werden

**Datenanlieferung:** Bitte senden Sie die Daten bis spätestens 5 Tage vor Kampagnenstart



### NativeAd Out – Content

Bild-Text-Anzeige, die im Look & Feel eines redaktionellen Beitrags gestaltet und als Anzeige gekennzeichnet wird. Die Platzierung erfolgt innerhalb des Contents auf dem Medium Rectangle Platz. Die NativeAd Out verlinkt auf eine externe Landingpage (z.B. Unternehmenswebsite).

Datenanlieferung Teaser:

**Headline:** max. 40 Zeichen (Inklusive Leerzeichen)

**Teaserbild:** 300 x 200 Pixel

**Text:** max. 120 Zeichen als Fließtext (Inklusive Leerzeichen)

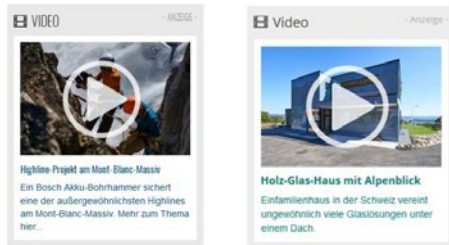
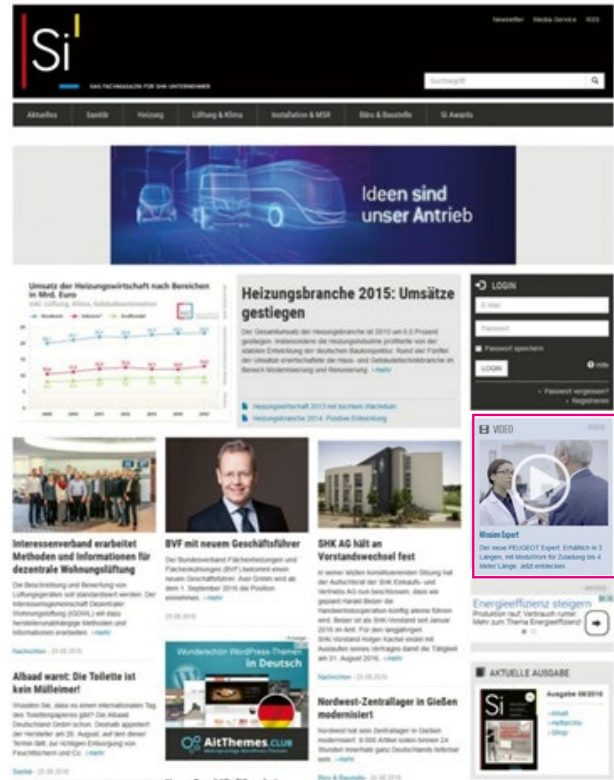
**Verlinkung:** URL zur Landingpage

ClickCommands können integriert werden

**Datenanlieferung:** Bitte senden Sie die Daten bis spätestens 5 Tage vor Kampagnenstart

Ihr Video wird von uns im Look & Feel der Website integriert. Um die User auf die VideoAd aufmerksam zu machen, platzieren wir einen Teaser auf der Startseite und den Unterseiten der Website. Die Laufzeit der Kampagne wählen Sie.

<b>Allgemein:</b>	Format: MP4 (You Tube-Integration möglich, kann aber nicht getrackt werden. Codec: H.264)
<b>Qualität:</b>	PAL, 720x405, 25 [fps], Progressiv
<b>Audio:</b>	AAC, 160 [kbit/s], 48 kHz, Stereo
<b>Bitrate:</b>	VBR, 2-Pass, Ziel 1,50, Max. 2,00 [Mbit/s]
<b>Länge:</b>	30 Sekunden (Empfehlung)
<b>Headline:</b>	35 Zeichen
<b>Text:</b>	120 Zeichen
<b>Verlinkung:</b>	URL zur Landingpage (Clickkommands können integriert werden, keine Zählpixel)
<b>Grafik:</b>	Teaserbild 720 Pixel im 16:9 Format – jpg, png oder gif
<b>Info:</b>	keine 3rd Party Tags/Redirect möglich
<b>Datenanlieferung:</b>	5 Werktage vor Kampagnenstart



Ihr Video wird von uns im Look & Feel des Medium Rectangles integriert und automatisch im sichtbaren Bereich des Users abgespielt.

<b>Allgemein:</b>	Format: MP4
<b>Qualität:</b>	PAL, 25 [fps], Progressiv
<b>Audio:</b>	AAC, 160 [kbit/s], 48 kHz, Stereo
<b>Bitrate:</b>	VBR, 2-Pass, Ziel 1,50, Max. 2,00 [Mbit/s]
<b>Länge:</b>	30 Sekunden (Empfehlung)
<b>Auslieferung:</b>	Cross-Device (Auf allen Endgeräten)
<b>Verlinkung:</b>	URL zur Landingpage (Clickkommands können integriert werden, keine Zählpixel)
<b>Info:</b>	keine 3rd Party Tags/Redirect möglich

**Hegla-Hanic: Neues ERP-System für die Glasbranche**

**GFF präsentiert die praktischen Werke der Karlsruher Meisterschüler 2022**

**Zu Besuch im Werk von Finsral in Oppeano (Verona)**

**GFF-Messefilm zur Glasstec 2022**

[Alle Videos](#)

**Wismar: "Ich freue mich, wieder an Bord zu sein."**

Lars Wismar wird am 1. Dezember 2022 der führende Kopf der glasstec, Vielfachmesse der Glasbranche, sowie der A+A, internationale Fachmesse für persönlichen Schutz, betriebliche Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit. Der 45-jährige ist bei der Messe Düsseldorf ein bekanntes Gesicht. [mehr](#)

15. November 2022 - Glas

**Nullschwellen-Spezialist mit neuem Service**

**Alumat übernimmt Konfektionierung des Blendrahmenadapters**

Wie als Holzfensterbauer die Magnet-Nullschwelle von Alumat einsetzt, bekommt den Kunststoffadapter zugeschnitten und arbeitet – nach vorherigen Anzeichnen darauf – mit der Bandsäge die Konturen seines Profils heraus. Diesen Schritt übernimmt gegen einen geringen Aufpreis künftig der Lieferant. [mehr](#)

15. November 2022 - Fenster

**Ganzheitlich planen mit Glas**

**360 Grad Glazing verbindet energetisches Gesamtkonzept und Ästhetik**

Glasflächen lassen sich längst auch ohne Abstriche bei der Energieeffizienz planen – wenn geeignete Lösungen an den passenden Stellen im Gebäude zum Einsatz kommen. Gefragt ist ein schlüssiges Konzept im Sinne des 360 Grad Glazing, das alle energetischen Aspekte sowie das äußere Erscheinungsbild einschließt. [mehr](#)

14. November 2022 - Branche

**Drittes Gold in Folge für Gealans BIM-Lösung**

**Arslan: "Wir freuen uns über den dritten Architects' Darling Award."**

Das Building Information Modeling-Datenangebot von Gealans überzeugt die Jury beim Architects' Darling-Award 2022 erneut und wird nach 2020 und 2021 zum dritten Mal in Folge zur bundesweit besten Lösung in der Bau-Branche gekürt. [mehr](#)

14. November 2022 - Aktuelles

**Essay von Frank Walter**

**Big Quit?**

In seinem Essay „Big Quit?“, sagt Dr. Frank Walter, Geschäftsführer von Walter Fenster und Türen in Kassel, einen Partentwurf durch die Jahre der aktuellen Krisenfelder, um immer wieder auf die praktischen Herausforderungen in den Unternehmen zurückzukommen. [mehr](#)

3. November 2022 - Fenster

**Aktuelles aus den Branchen Glas, Fenster, Fassade und Metall**

**GFF**

**Hegla bürsient**

**Kundenindividuelle Glasveredelung mit dem Laser**

Individuell, funktional oder dekorativ sind die Profile, die sich durch die Laserveredelung von Glas erzielen lassen. Nicht nur der technologische Fortschritt hat hier Impulse für neue Anwendungen gesetzt. Laut Hegla bürsient hat auch eine sich entsprechend verändernde Kundennachfrage und die

**Positive Geschäftsentwicklung**

**Homag mit Umsatz- und Ergebnissteigerung**

Die Homag Group verzeichnet weiterhin eine positive Geschäftsentwicklung und konnte in den ersten neun Monaten 2022 bei Umsatz und Ergebnis deutlich zulegen. [mehr](#)

10. November 2022 - Fenster

**Bauanschlussbänder in Österreich**

**Marktwachstum durch steigende Preise**

Der Markt für Bauanschlussbänder wächst in Österreich im Jahr 2022 robust. Der Anstieg ist allerdings ausschließlich preisgetrieben, zeigen aktuelle Daten einer Marktstudie. [mehr](#)

9. November 2022 - Home

**SOCIAL MEDIA**

[Twitter](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#) [RSS](#)

**MESSEN & TERMINE**

**VFT-Seminar 2022**  
24.11.2022 - 25.11.2022

**FAF - Farbe, Aufbau und Fassade**  
09.03.2023 - 12.03.2023

**26. Internationale Passivhausausstellung**  
10.03.2023 - 11.03.2023

[weitere Messen & Termine](#)



## ContentAd

Aufmerksamkeitsstarke Anzeige mit Grafik im Content Bereich des Newsletters. Hier haben Sie die Möglichkeit, ein Bild oder Logo zu platzieren. Daneben stehen Ihnen eine kurze Beschreibung des Inhalts sowie eine Verlinkung zur Verfügung.

**Text:** 350 Zeichen als Fließtext (inkl. Leerzeichen)

**Headline:** max. 50 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

**Grafik:** 600 x 403 Pixel

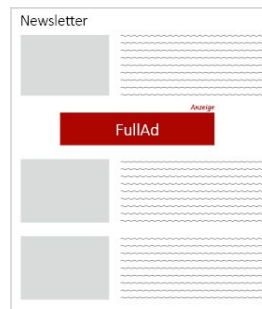
**Verlinkung:** URL zur Landingpage

**Dateiformat:** gif, png, jpg – keine animierten Grafiken

**Dateigröße:** 40 kB

**Weitere Infos:** keine 3rd Party Tags/Redirect  
keine Zählpixel  
ClickCommands können integriert werden  
Bitte beachten Sie, dass Sie einen  
Vorschau-Link nicht standardmäßig,  
sondern nur auf Wunsch erhalten.

**Datenanlieferung:** 3 Werktage vor Kampagnenstart



## FullAd

Bildanzeige, inmitten des redaktionellen Contents.

**Grafik:** 468 x 60 Pixel

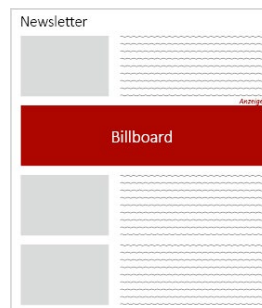
**Verlinkung:** URL zur Landingpage

**Dateiformat:** gif, png, jpg – keine animierten Grafiken

**Dateigröße:** 40 kB

**Weitere Infos:** keine 3rd Party Tags/Redirect  
keine Zählpixel  
ClickCommands können integriert  
werden  
Bitte beachten Sie, dass Sie einen  
Vorschau-Link nicht standardmäßig,  
sondern nur auf Wunsch erhalten.

**Datenanlieferung:** 3 Werktage vor Kampagnenstart



## Billboard

Großflächiges und prominentes Format mit viel Platz für Gestaltung und Information umgeben von redaktionellem Content. Dieses prominente Format ist exklusiv, d.h. nur einmal im Newsletter zu finden.

**Grafik:** 600 x 240 Pixel

**Verlinkung:** URL zur Landingpage

**Dateiformat:** gif, png, jpg – keine animierten Grafiken

**Dateigröße:** 40 kB

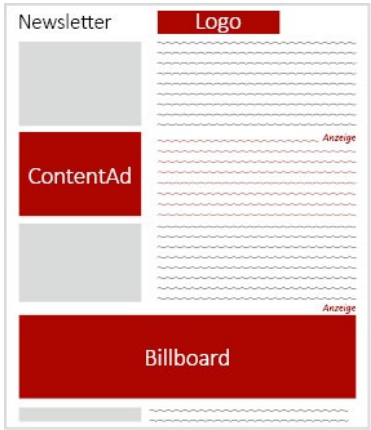
**Weitere Infos:** keine 3rd Party Tags/Redirect  
keine Zählpixel  
ClickCommands können integriert werden  
Bitte beachten Sie, dass Sie einen  
Vorschau-Link nicht standardmäßig,  
sondern nur auf Wunsch erhalten.

**Datenanlieferung:** 3 Werktage vor Kampagnenstart

Exklusivsponsoring

Exklusivsponsoring eines Newsletter. Branding mit Firmenlogo und Platzierung von maximal zwei Anzeigen (TextAd, FullAd oder Billboard)

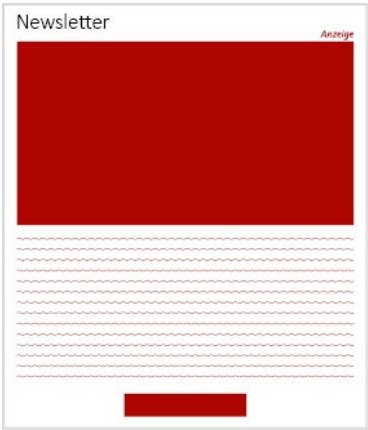
- Logo im Header:** max. 150 Pixel hoch
- Anzeige:** ContentAd, FullAd oder Billboard  
Spezifikationen siehe Einzelformate
- Dateiformate:** gif, jpg, png – keine animierten Grafiken
- Dateigröße:** 40 kB
- Weitere Infos:** keine 3rd Party Tags/Redirect  
keine Zählpixel  
ClickCommands können integriert werden
- Datenanlieferung:** 3 Werktage vor Kampagnenstart



StandAlone Newsletter

Exklusive Ansprache unserer Abonnenten im Look & Feel des Newsletters. Ihre Werbebotschaft allein steht im Mittelpunkt. Der Versandtermin wird individuell vereinbart. Besonders gut geeignet für Werbebotschaften, die man mit 350 Zeichen nicht erklären kann. Der Newsletter wird mit Anzeige gekennzeichnet.

- Teaserbild:** 600 x 400 Pixel
- Dateiformate:** gif, jpg, png – keine animierten Grafiken
- Dateigröße:** 40 kB
- Text:** max. 1.500 Zeichen
- Weitere Infos:** keine 3rd Party Tags/Redirect  
keine Zählpixel  
ClickCommands können integriert werden
- Datenanlieferung:** 5 Werktage vor Kampagnenstart



# SOCIAL MEDIA

## LinkedIn Post

<b>Headline:</b>	max. 70 Zeichen
<b>Kennzeichnung:</b>	[Sponsored] zu Beginn des Social Teasers
<b>Social-Teaser:</b>	max. 200 Zeichen, max. zwei Emojis, max. 4 themenspezifische Hashtags
<b>Sprache:</b>	„du oder ihr“-Ansprache
<b>Link-Post:</b>	Verlinkung bzw. URL zur Landingpage (Info: URL wird im Social-Teaser nicht angezeigt)
<b>Verlinkungen:</b>	Bis zu zwei Verlinkungen auf LinkedIn-Profilen innerhalb des Teasers
<b>Bildgröße:</b>	Empfohlene Größe: 1200 x 628 Pixel   Dateityp: jpg, png
<b>Bild:</b>	möglichst ohne Text
<b>Zeitpunkt des Posts:</b>	Donnerstag zwischen 13:00 und 16:00 Uhr

## XING Post

<b>Kennzeichnung:</b>	[Sponsored] zu Beginn des Social Teasers
<b>Social-Teaser:</b>	max. 200 Zeichen, max. zwei Emojis, max. 4 themenspezifische Hashtags
<b>Sprache:</b>	„du oder ihr“-Ansprache
<b>Link-Post:</b>	Verlinkung bzw. URL zur Landingpage (Info: URL wird im Social-Teaser nicht angezeigt)
<b>Bildgröße:</b>	Empfohlene Größe: 1200 x 628 Pixel   Dateityp: jpg, png
<b>Bild:</b>	möglichst ohne Text
<b>Zeitpunkt des Posts:</b>	Donnerstag zwischen 13:00 und 16:00 Uhr

## Twitter Post

<b>Kennzeichnung:</b>	[Sponsored] zu Beginn des Social Teasers
<b>Social-Teaser:</b>	max. 200 Zeichen, max. zwei Emojis, max. 4 themenspezifische Hashtags
<b>Sprache:</b>	„du oder ihr“-Ansprache
<b>Link-Post:</b>	Verlinkung bzw. URL zur Landingpage (Info: URL wird im Social-Teaser nicht angezeigt)
<b>Verlinkungen:</b>	Bis zu zwei Verlinkungen auf Twitter-Profilen innerhalb des Teasers
<b>Bildgröße:</b>	Empfohlene Größe: 1200 x 675 px   Dateityp: jpg, png
<b>Bild:</b>	möglichst ohne Text
<b>Zeitpunkt des Posts:</b>	Donnerstag zwischen 13:00 und 16:00 Uhr

## SOCIAL MEDIA

### Facebook (Meta) Post

<b>Kennzeichnung:</b>	[Sponsored] zu Beginn des Social Teasers
<b>Social-Teaser:</b>	max. 200 Zeichen, max. zwei Emojis, max. 4 themenspezifische Hashtags
<b>Sprache:</b>	„du oder ihr“-Ansprache
<b>Link-Post:</b>	Verlinkung bzw. URL zur Landingpage (Info: URL wird im Social-Teaser nicht angezeigt)
<b>Verlinkungen:</b>	Bis zu zwei Verlinkungen auf Facebook-Profilen innerhalb des Teasers
<b>Bildgröße:</b>	Empfohlene Größe: 1200 x 628 px   Dateityp: jpg, png
<b>Bild:</b>	möglichst ohne Text
<b>Zeitpunkt des Posts:</b>	Donnerstag zwischen 13:00 und 16:00 Uhr

### Instagram Post

<b>Headline:</b>	max. 70 Zeichen
<b>Kennzeichnung:</b>	[Sponsored] zu Beginn des Social Teasers
<b>Social-Teaser:</b>	max. 200 Zeichen, max. zwei Emojis
<b>Sprache:</b>	„du oder ihr“-Ansprache
<b>Link-Post:</b>	Verlinkung bzw. URL zur Landingpage Info: URL wird im Social-Teaser nicht angezeigt
<b>Verlinkungen:</b>	Bis zu zwei Verlinkungen auf Instagram-Profilen innerhalb des Teasers
<b>Bildgröße:</b>	Empfohlene Größe: Querformat (1200 x 566 Pixel); Quadrat (1080 x 1080 Pixel); Hochformat (1080 x 1350 Pixel)   Dateityp: jpg, png
<b>Bild:</b>	möglichst ohne Text
<b>Zeitpunkt des Posts:</b>	Donnerstag zwischen 13:00 und 16:00 Uhr
<b>Hashtag:</b>	max. fünf themenspezifische Hashtags am Ende des Teasers



## ANSPRECHPARTNER



**Barbara Hahn**

Campaign Manager  
Digital  
Tel. +49 8247 354-247  
barbara.hahn@  
holzmann-medien.de



**Tara Müller**

Campaign Manager  
Digital  
Tel. +49 8247 354-143  
tara.mueller@  
holzmann-medien.de



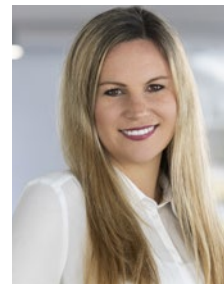
**Maria Patzelt**

Campaign Manager  
Digital  
Tel. +49 8247 354-191  
maria.patzelt@  
holzmann-medien.de



**Janina Amenda**

Campaign Manager  
Digital  
Tel. +49 8247 354-223  
janina.amenda@  
holzmann-medien.de



**Julia Mayer**

Campaign Manager  
Digital  
Tel. +49 8247 354-276  
julia.mayer@  
holzmann-medien.de

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Onlinewerbung in der jeweils aktuellen Fassung, abrufbar unter:  
[www.holzmann-medien.de/agb](http://www.holzmann-medien.de/agb)

Alle Preise zuzüglich gesetzlicher Mehrwertsteuer.