SCORE MEDIA GROUP

Technische Spezifikationen Online-Werbeformate

2025

Inhalte

Allgemeine inhaltliche Richtlinien

Standard-Werbeformate

Sonder-Werbeformate

Anlieferung

clickTag/ClickTag-Spezifikationen

Allgemeine inhaltliche Richtlinien

Allgemeine inhaltliche Richtlinien

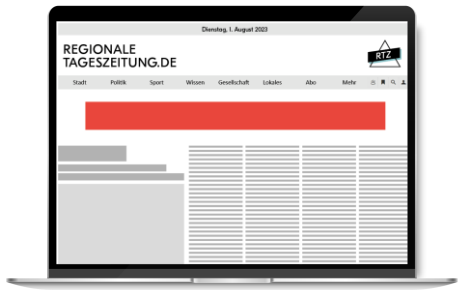
- Alle animierten Anzeigen mit teilweise schwarzem oder weißem Hintergrund müssen einen sichtbaren Rand mit einer kontrastierenden Farbe zur Haupthintergrundfarbe der Anzeige aufweisen.
- Stroboskopie, blinkende Hintergründe oder anderweitig störende Werbung sind nicht erlaubt. Die Länge der Animation muss 30 Sekunden oder kürzer sein, und animierte GIF-Anzeigen müssen eine Framerate von 5 Bildern pro Sekunde oder langsamer haben.
- Bildinhalte und zugehörige Webseiteninhalte müssen familiensicher sein. Alle Bildanzeigen, die in der Anzeige oder auf der Website nicht-familiensicheres oder erwachsenes Material enthalten, werden nicht akzeptiert.
- Tricks zum Anklicken von Anzeigen sind nicht erlaubt. Anzeigen können nicht vorgeben, eine System- oder Standortwarnung zu sein. Anzeigen können keine Windows-, Mac- oder Unix-Dialogfelder, Fehlermeldungen usw. nachahmen oder ähneln.
- Werbemittel für Politische Werbung, insbesondere Parteienwerbung, sind physisch anzuliefern. Redirects sind nicht zulässig.
- Werbemittel und Landing-Page müssen mit einer konsistenten und erkennbaren Marke oder einem Produktangebot verbunden sein.

Standard-Werbeformate

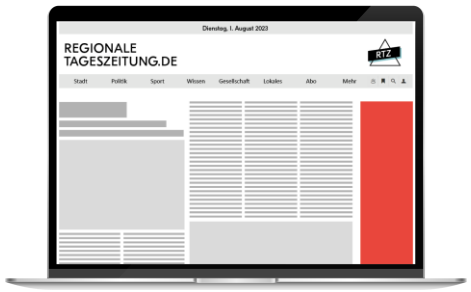
Vorlaufzeit: 2 Arbeitstage

Formatübersicht

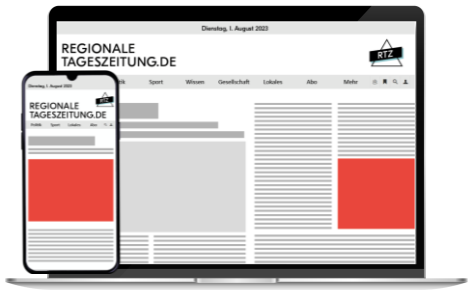
AdBundle



Leaderboard
728x90px



Skyscraper
120x600px, 160x600px



Rectangle
300x250px

High Impact AdBundle

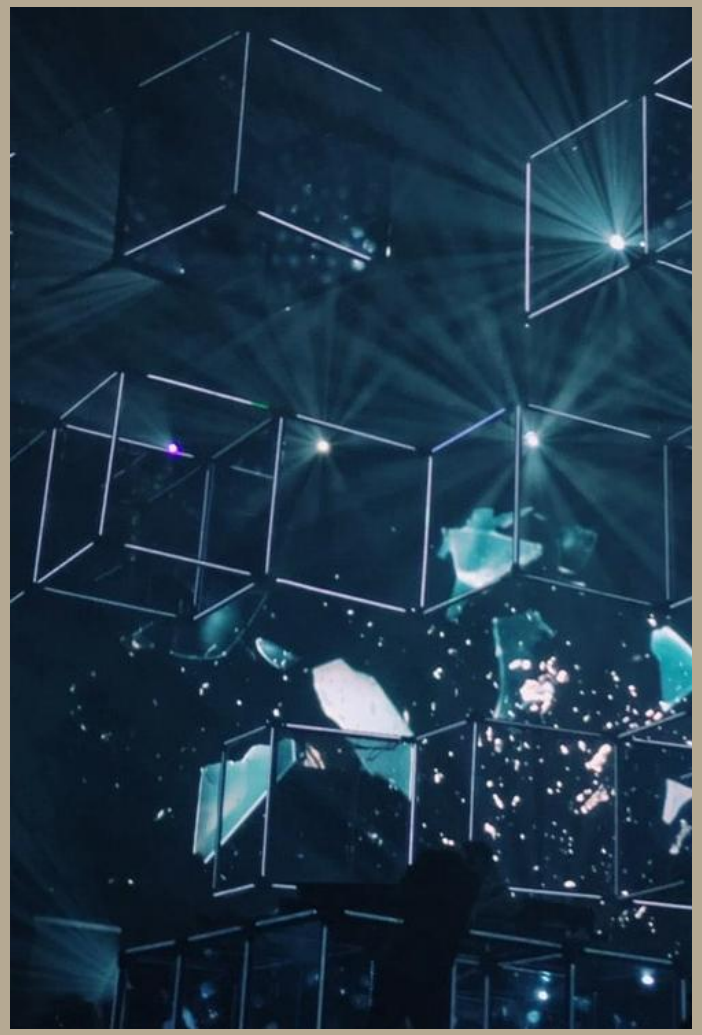


Billboard
970x250px, 800x250px



Halfpage Ad
300x600px

Score Media
Pixelangaben: B x H



Unsplash

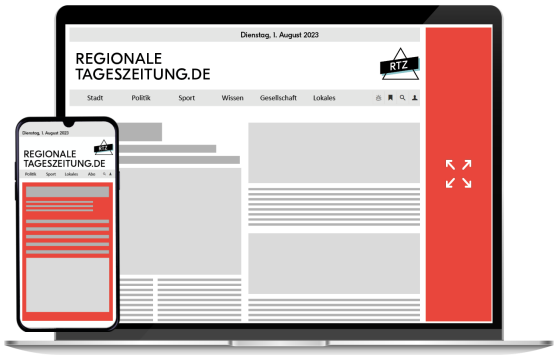
Technische Anforderungen

- Dateiformat
  - gif/jpg/jpeg/png
  - HTML5
  - Anlieferung physisch oder als Redirect
- Dateigröße
  - Empfohlen 150 KB - Max. 1 MB
- Alle Zielseiten müssen crawlbar sein.

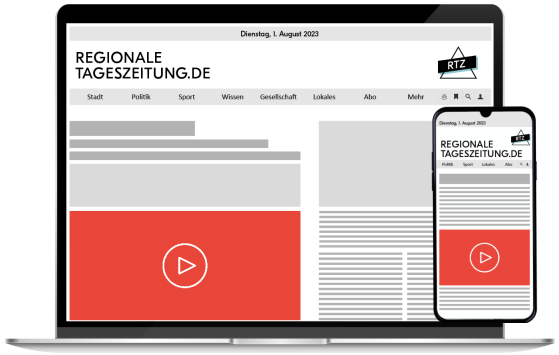
Sonder-Werbeformate

Vorlaufzeit: 3 Arbeitstage | Product Engagement Ad: 5 Arbeitstage

Übersicht



Advertorial Ad



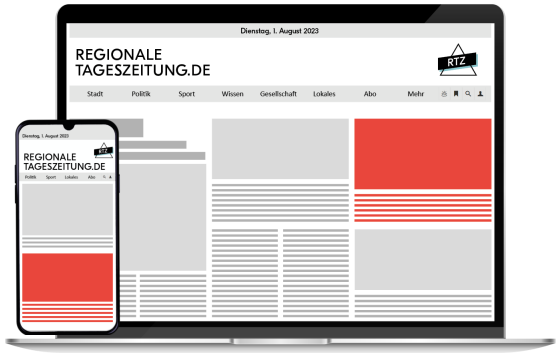
Outstream Video Ad



Product Engagement Ad



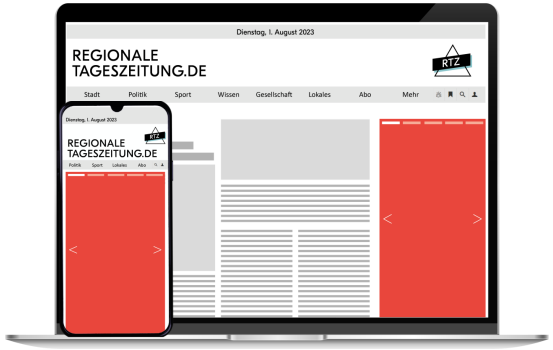
Mobile Understitial



Native Ad



Sitebar Responsive



Story Ad



Mobile Banner

Advertorial Ad
Bestandteile

- Header:
  - Logo / Schließen (AT) / Menü
- Content:
  - Bild
  - Youtube-Video (Start via Klick)
  - Textblock
  - Bild & Textblock
- Footer:
  - Social Icons
  - Modal (z.B. rechtl. Hinweise)
  - Terms/Link (ext. Link)
  - „Später ansehen“
  - Logo
  - ANZEIGE Hinweis (Pflicht)
- Flyout Menü (optional)



Score Media

Advertorial Ad

Erstellung des Advertorial Ad aus mindestens zwei Artikel-abschnitten/Kategorien und Header, Flyout Menü, „Weiterlesen“ CTA und Footer:

- Header: Standartmäßige Integration des Menüs und Logo.
- Flyout Menü (optional): sitzt links mittig platziert im Rahmen des Werbemittels. Zeigt alle Kategorien – die aktuelle ist immer hervorgehoben.
- „Weiterlesen“ Call to Action: ist ein Blurr-Effekt, der über einem Teil des Werbemittels sitzt. Der freie Sichtbereich ist einstellbar zu 35% / 50% / 75%.
- Startanimation: zwingend bei zeitgleicher Aktivierung des Header Menü und des Flyout Menü.
- Content: Anordnung der einzelnen Abschnitte untereinander (scrollen mit) bei dauerhafter Anzeige des Headers und Footer. Informationen, die nicht im Footer Modal stehen sollen (z.B. Aktionsstörer) müssen direkt im Bild abgespeichert werden. Mehrere Bilder können in einem Karussell in einer Kachel platziert werden. Steuerung mittels Pfeil- und/oder Punktnavigation. Eine automatische Rotation ist zusätzlich möglich.
- Footer: Integration von Rechtstexten, Social Media Icons oder „später Ansehen“-Funktion möglich.

Anlieferung Texte

Für die Anpassung stehen folgende Einstellmöglichkeiten im Rich Text Editor zur Verfügung:

- Überschriften in 6 Schritten H1 (größte) bis H6 (kleinste)
- Fett/ Kursiv/ Unterstrichen in den gängigen Textausrichtungen (z.B. mittig, block); Hoch- oder Tiefstellung möglich
- Bulletpoints und Aufzählungen
- Links können via HTML eingefügt werden und müssen aus dem Werbemittel rauslinken. (Bsp.: Linktext**)

Anlieferung Video

Hosting über YouTube ist zur Integration von Videos im Advertorial Ads zwingend erforderlich.

- Der Standardscreen ergibt sich aus den Einstellungen im jeweiligen YouTube Kanal.
- Play nach Klick zum Starten des Videos. Autoplay oder Play via Mouseover verstoßen gegen Chrome Browser Richtlinien. Ein Video auf der Startseite wird aufgrund von Performancegründen nicht empfohlen.
- Videoelement kann nicht verlinken.
- Es können keine Texte über das Video gesetzt werden.

Advertorial Ad

Anlieferung Bilder

Große 16:9 Kachel:

- png oder jpg.
- Maße Bild: 800px Mindestbreite x450px (empfohlene Hohe für einen Standard Artikel Bildgröße mit einem Seitenverhältnis 16:9). Alle Seitenverhältnisse technisch zulässig.

Maße Bild im Textblock:

- 400px Mindestbreite x225px (empfohlene Hohe für einen Standard Artikel Bildgröße mit einem Seitenverhältnis 16:9). Alle Seitenverhältnisse technisch zulässig.

Maße YouTube: 16:9 (skaliert automatisch)

Logo

- Desktop: Anlieferung der Grafik als .svg oder .png mit transparentem Hintergrund. Max. Höhe 35px
- Mobile: Anlieferung der Grafik als .svg oder .png mit transparentem Hintergrund. Max. Höhe 25px

Tracking Informationen

- Der gelieferte Trackingpixel muss als Bild vorliegen (html im Image-Tag: <img>). Werte wie Pixel-Id oder Zeitstempel können übergeben werden. Informationen wie z.B. eine Markt-Id oder ein Zeitstempel kann aus dem Anlagesystem entnommen werden, sofern diese Informationen dort hinterlegt sind. (Link-Bsp. Auf Anfrage). JavaScript Funktionalitäten sind bislang nicht für die Verwendung hier vorgesehen.
- Unique Interaktion: Der Trackingpixel wird jedes Mal geschossen, wenn ein neuer User die erste abrechenbare Funktion/ Payout aufruft. Bei allen nachfolgenden abrechenbaren Funktionalitäten wird dieser Pixel nicht mehr geschossen.
- Jede Interaktion: Der hinterlegte Trackingpixel wird mit jeder Funktion geschossen, die der Benutzer in der Ad antriggert. (View, click, hover…)
- Externe Linkouts: Der hinterlegte Trackingpixel wird jedes Mal geschossen, wenn es sich bei der angetriggerten Funktion um einen externen Linkout handelt. Achtung: Bei internen Verweisen wird dieser Pixel nicht geschossen.

Google Heavy Ads Restriktionen

- Ads können blockiert werden, wenn sie bestimmte Merkmale wie Größe oder CPU-Auslastung aufweisen. Dies ist bei Advertorial Ads selten der Fall. Weitere Informationen auf Anfrage.

Native Ad

Native Ads sind dynamische Bild-Text-Ads und passen ihr Layout der jeweiligen Webseite an. Die definierten Layouts sorgen dafür, dass sich Ihre Botschaft in das redaktionelle Umfeld einbettet.

Mindestanforderung

/ Titel Text: max. 60 Zeichen
/ Body Text: max. 130 Zeichen
/ Bild: max. 85 kB jpg/jpeg/png/gif
/ Format: 1.9/1:1 (400x209px, 600x314px) oder 1:1 (400x400px, 800x800px, kein Logo)
/ Link: ohne Einschränkungen

Optional

/ Werbeabsender: max. 25 Zeichen
/ Werbelogo
/ Copy Text: max. 170 Zeichen
/ CTA: max. 25 Zeichen



Score Media

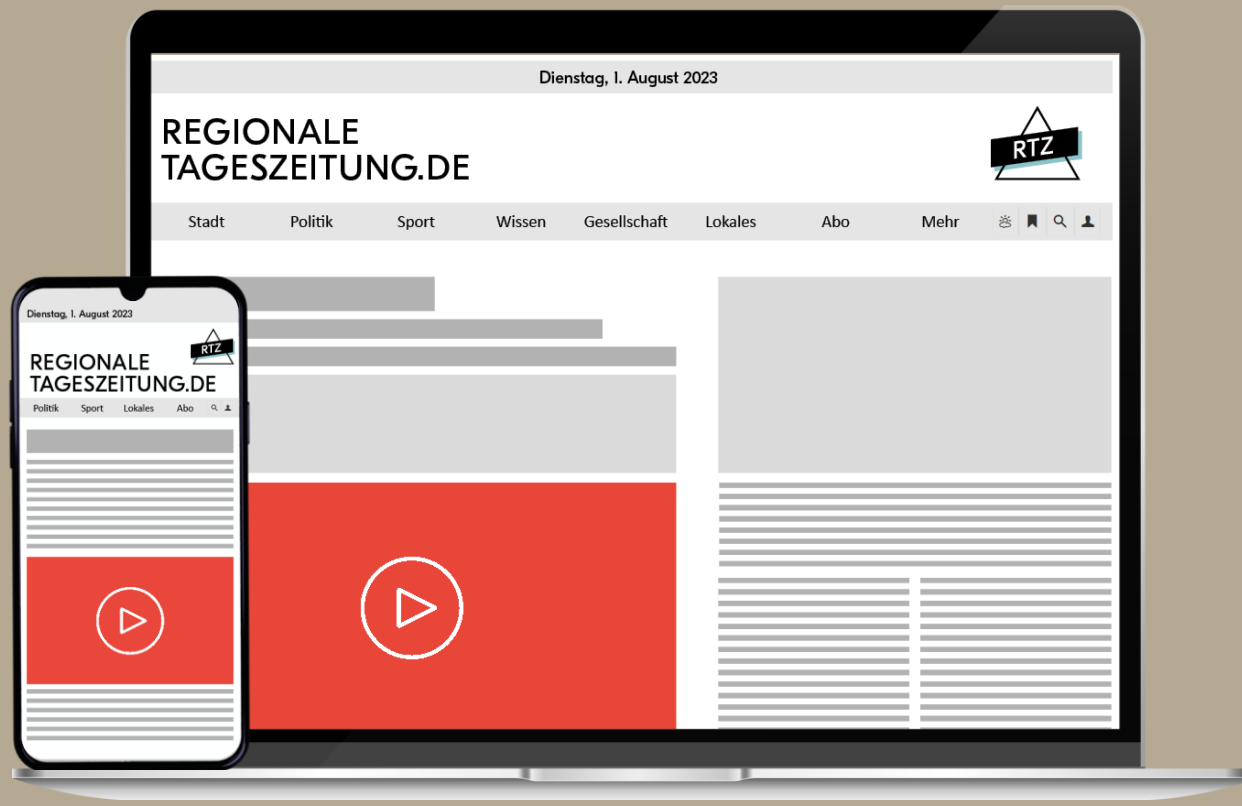
Outstream Video Ad

Der Content eines Outstream Video Ads wird erst nach User-Interaktion gestartet, sodass sich der User konzentriert und fokussiert mit dem gezeigten Bewegtbild auseinandersetzt.

- Max. Video Dateigröße: 10 MB
- Max. Spotlänge: 30 Sek.
- Bitrate Mediafiles | Reihenfolge:
  750 Kbps -320 Kbps -1500 Kbps
- Min. Formatgröße: 1280x720px (BxH)
- Dateiformate:
  X-FLV, MP4, WebM, X-MS-WMV, OGG, x-msvideo, MPEG, QuickeTime, 3GPP, 3GPP2, X-M4V, MOV

Hinweise

- Verhältnis 16:9, 4:3 oder auch Vertical Formate sind möglich.
- Das Videoinventar ist auf 2 VAST-Wrapper beschränkt.
- Das Hosting von VAST (Video Ad Serving Template) Creatives wird unterstützt – derzeit VAST 2.0 und VAST 3.0.



Score Media

Sitebar Responsive

Die Sitebar passt sich dynamisch an die Bildschirmgröße an, was eine optimale Darstellung gewährleistet. Zusätzlich bleibt das Werbemittel beim Scrollen durch den „Sticky-Effekt“ immer im sichtbaren Bereich des Nutzers.

Datei-Maße

- Dynamisch/skalierbar (Das Werbemittel darf keine feste Größe besitzen. Die Breite und die Höhe des body müssen mit 100% angegeben sein.)
- Anzulieferndes Basisformat: 300x600px (BxH)

Dateiformat

- Nur skalierbare HTML5
- Physische Anlieferung oder als Redirects (Bei Nutzung von Redirects innerhalb des HTML5s dürfen die angelieferten Skripte lediglich ein statisches Bild in angegebener Größe zurückliefern.)

Dateigröße

- 150 kB



Score Media

Product Engagement Ad

Das Product Engagement Ad ist ein interaktives Werbemittel, dessen Komponenten individuell gestaltbar sind.

Kopfzeile (optional)

/ Logo
/ Titel (max. 20 Zeichen inkl. Leerzeichen)
/ Struktur der Navigationsleiste (Titel)

Body

/ Beliebige Anzahl webfähiger jpgs im Format 600x1200px (BxH)
/ Verlinkung pro Bild
/ Video in den gängigen Formaten (MP4, MPEG, QuickTime, MOV)

Footer (optional)

/ Logo
/ Weitere Verlinkungen
/ Texte



Score Media

Story Ad

Bis zu 15 Seiten in einem Ad für starke Inhalte und eine garantierte Sichtbarkeit durch automatisierte Blätter-Funktion.

Anlieferung:

- **Template**: Logo, Content -bilder & -videos als jpg oder png bzw. Vast-Tag oder Mp4; CI/ CD-Daten (inkl. Online-Styleguide): Link zur Landing-Page, Schrift -art & -größen; Kampagnendaten (Datenfeed (csv, xls); API-Schnittstelle); Produkt -texte (.xls / .csv); ggf. Produkt- und Händler -information (ID, Name; Adresse), Deeplinks zum Produkt/Website ((.xls / .csv)
- **Desktop**: Logo Grafik als .svg oder .pnd mit transparentem Hintergrund, Max. Höhe 130px; Content Grafik als .jpg, .jpeg, .png – Maße 640x1138px (und 320x569px zur Skalierung)
- **Mobile**: Logo Grafik als .svg oder .pnd mit transparentem Hintergrund, Max. Höhe 65px; Content Grafik als .jpg, .jpeg, .png – Maße 320x569px
- **Video**: 9:16; Redirekt VAST3.0 bzw. 4.0-Tag; Video-Datei mind. Länge 3 Sek., .mp4, Mind.-Auflösung 640x1138px (9:16)



Score Media

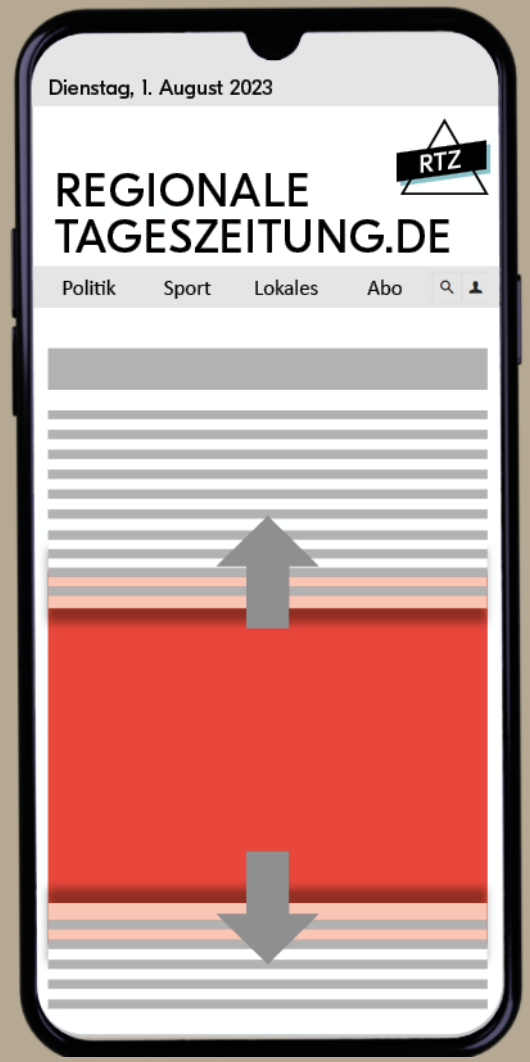
Mobile Understitial

Das Mobile Understitial wird mittels Scrollens nahtlos in den Content (Mobile/Apps) integriert und erzielt dadurch die maximale Aufmerksamkeit.

- Maße: min. 320x460px / max. 320x800px
- Dateiformate: HTML5
- Größe: 150 kB

Besonderheiten:

- Sichtbare Höhe: wählbar ab 200x450px
- Bitte keine Close-Button integrieren
- Physische Anlieferung oder als Redirects (Bei Nutzung von Redirects innerhalb des HTML5s dürfen die angelieferten Skripte lediglich ein statisches Bild in angegebener Größe zurückliefern.)



Score Media

Mobile Banner

Das Mobile Banner wird im Content (Mobile/Apps) als Sticky Variante fix am oberen oder unteren Ende der Seite platziert und ist für die optimierte Benutzererfahrung auf kleinen Bildschirmen konzipiert.

- Maße: 320x100px / 320x150px / 320x50px
- Dateiformate: HTML5
- Größe: 150 kB

Besonderheiten:

- Banner ist stets sichtbar, ohne „Schließen“ Button
- Physische Anlieferung oder als Redirects (Bei Nutzung von Redirects innerhalb des HTML5s dürfen die angelieferten Skripte lediglich ein statisches Bild in angegebener Größe zurückliefern.)



Score Media

Physische Anlieferung

Physische Anlieferung

- Die Anlieferung des HTML5-Werbemittels erfolgt als Zip-Datei, die alle Elemente des Werbemittels enthält, ausgenommen extern geladene Libraries, Videos oder Fonts.
- In der Zip-Datei muss eine index.html-Datei als Startpunkt enthalten sein und alle eingebundenen Skripte sowie alle in der Zip-Datei enthaltenen Elemente müssen relativ verlinkt sein.
- Derzeit werden keine Creatives unterstützt, in deren HTML-Dateien SVG-Tags verwendet werden. Sie können stattdessen eigenständige SVG-Dateien einschließen und in der HTML-Datei auf sie verweisen.
- Alle Ressourcen eines Werbemittels, einschließlich Bildern, Stylesheets, JavaScript und Tracking-Pixel, müssen über HTTPS übertragen werden.



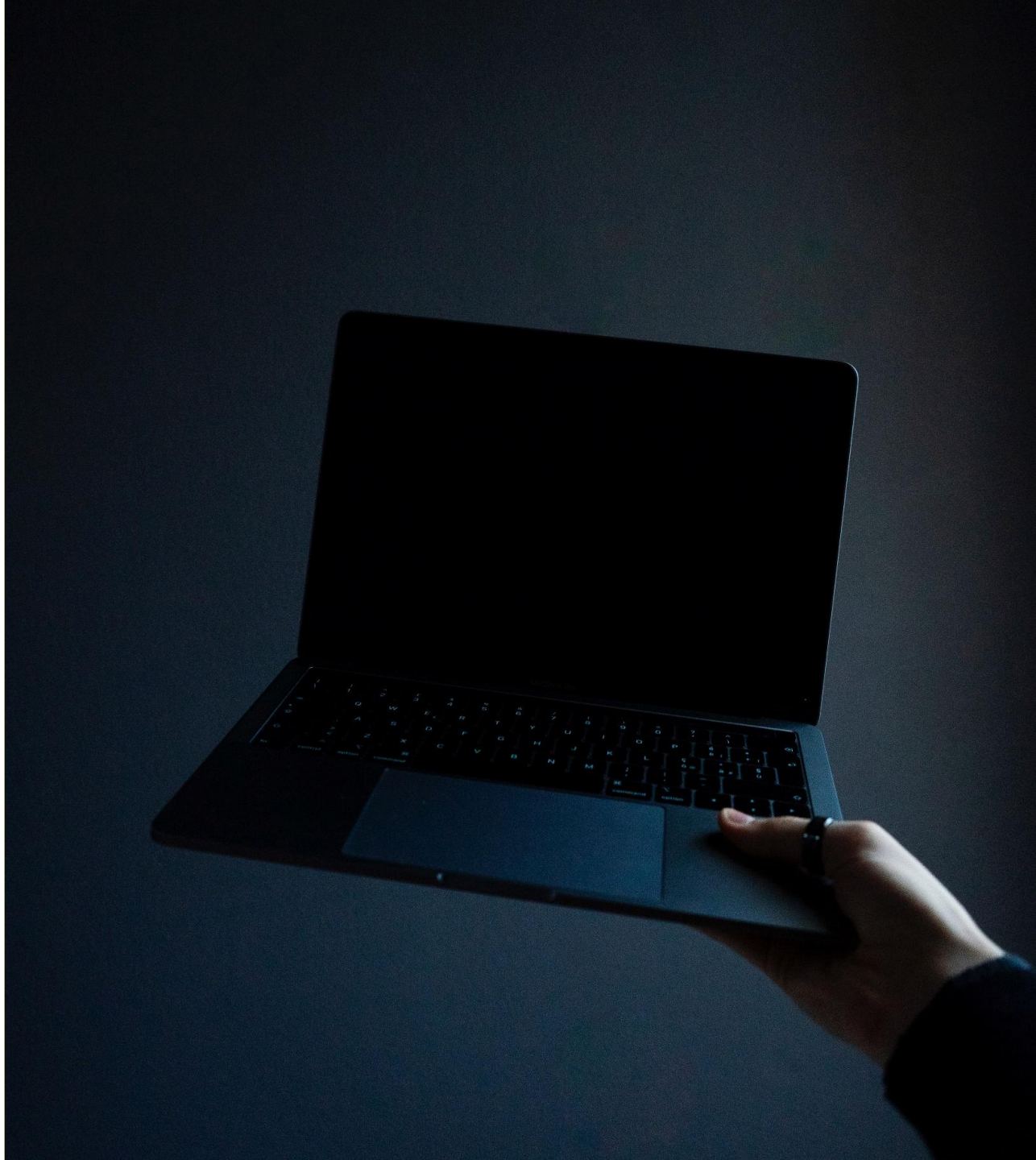
Unsplash

Physische Anlieferung

HTML5 Werbemittel bestehen aus mehreren Elementen, die in einem File zusammengeführt werden können. Folgende Elemente sind Bestandteil:

/ Index HTML-Datei
Das primäre Asset des HTML5-Creatives ist die HTML-Datei. Sie ist der Einstiegspunkt für Ihr Creative. Die HTML-Datei muss ein vollständiges HTML-Dokument sein, das mindestens ein clickTag/ClickTag enthält. Bitte beachten Sie die korrekte Implementierung des Klick-Tags. Falsch implementierte Klick-Tags können dazu führen, dass Klicks nicht getrackt werden und/oder Nutzer nach dem Klick auf die Anzeige nicht auf die richtige/gewünschte Ziel-URL weitergeleitet werden.

/ Assets
Fügen Sie alle Assets wie Bilder, Video etc. ein, auf die die HTML-Datei verweist.



Unsplash

Physische Anlieferung

Unterstützte Dateitypen

HTML5, jpg, jpeg, gif, png

Anzahl Dateien

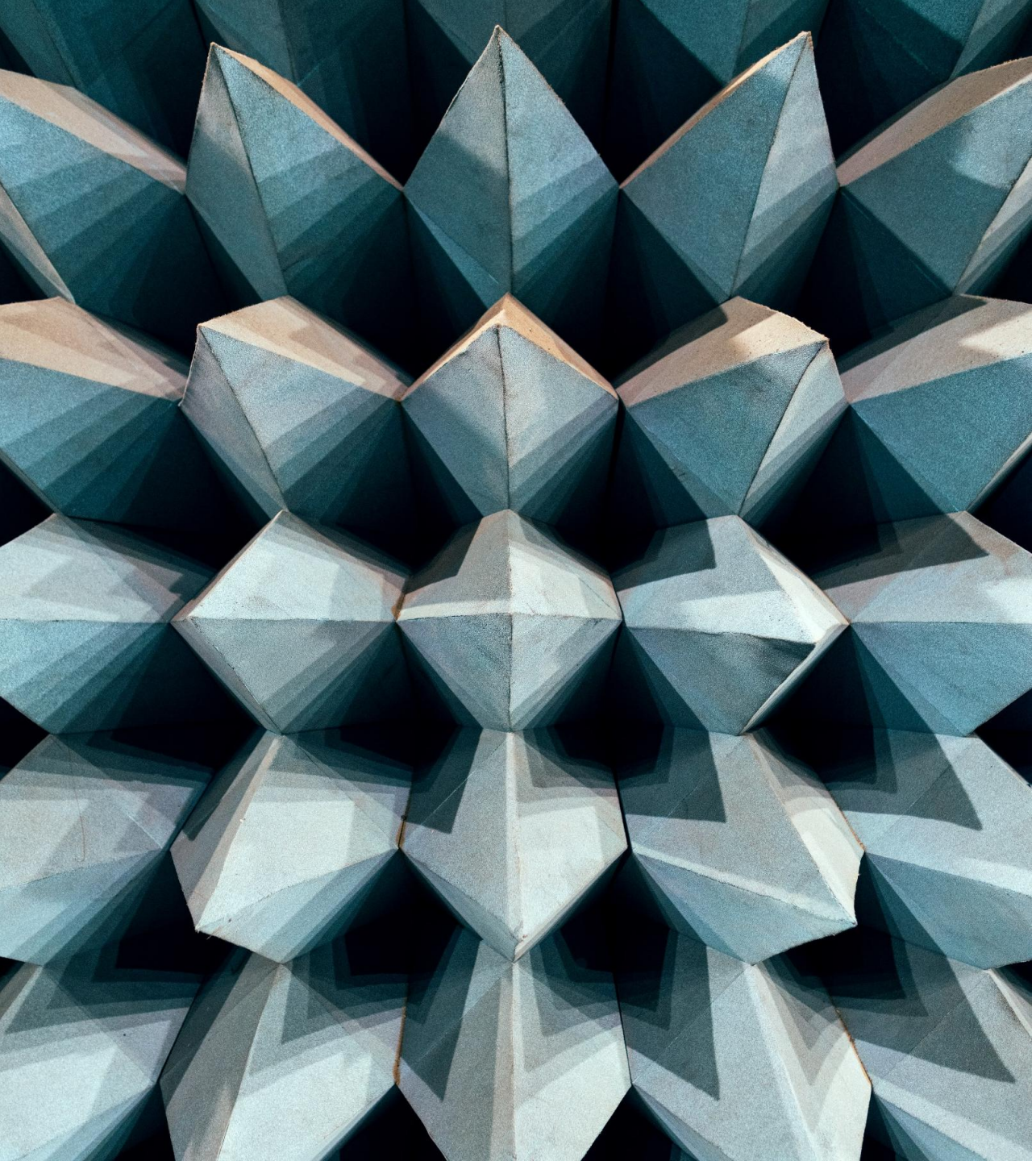
Die ZIP-Datei kann bis zu 30 Dateien enthalten.

Maximale Größe

- Empfohlen 150 KB - Max. 1 MB

Video

Max. 2,2 MB



Nicht erlaubte Inhalte

- Fügen Sie keine ZIP-Dateien in die HTML5-ZIP-Datei ein
- Alle Bilder innerhalb der Zip-Datei müssen in der Index-Datei referenziert und im HTML-Code verwendet werden
- HTML5-Assets, die den lokalen Speicher oder Session Storage verwenden, sind nicht erlaubt
  - z. B. indexedDB, localStorage, openDatabase
- Der Name der Asset-Datei darf kein Prozentzeichen (%) aufweisen
- Entfernen Sie die XML-Namespace-Deklaration aus dem HTML-Code, wenn vorhanden. Der HTML-Code sollte nur das <html> -Tag enthalten.

Unsplash

URL und 3rd Party URL

- Click-URL und 3rd Party Impression Tracking URL sollten keine Leerzeichen enthalten, auch nicht am Ende.
- Das Werbematerial und die Landing-Page müssen mit einer identischen und wiedererkennbaren Marke/einem Produktangebot verbunden sein.
- Eine korrekte Ziel-URL muss mitgeliefert werden.



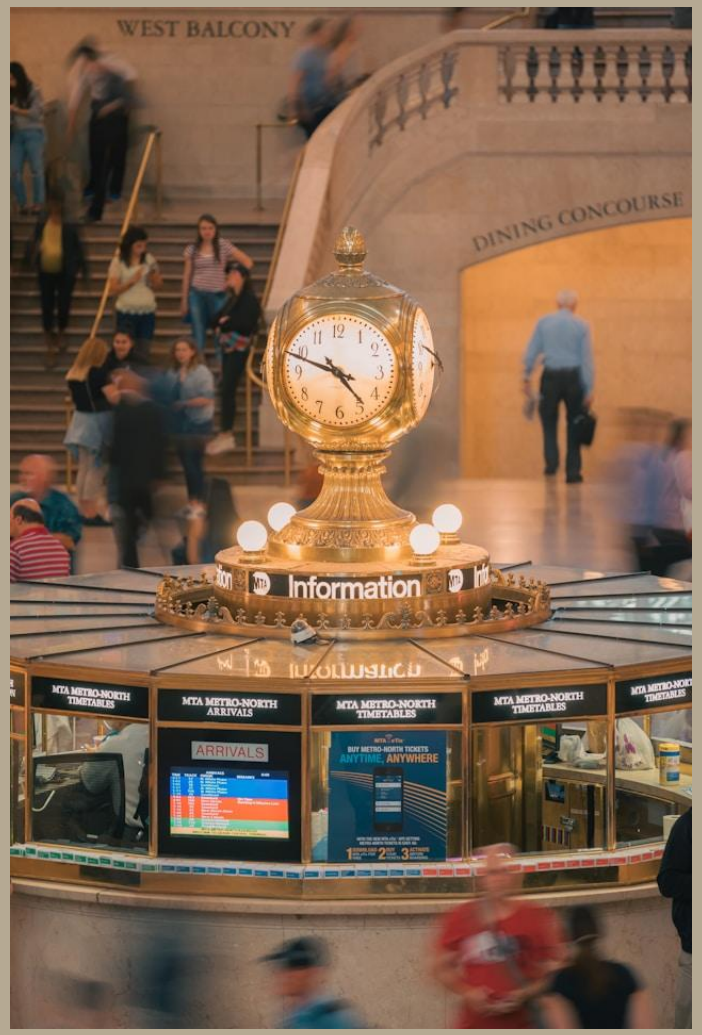
Unsplash

clickTag/ClickTag-Spezifikationen

clickTag/ClickTag Standards

Aufgrund abweichender Backend-Spezifikationen benötigen wir grundsätzlich für jedes Werbemittel zwei separate Dateien mit unterschiedlichen clickTags/ClickTags:

- IAB ClickTag Standard
- Google Ad Manager clickTag Standard



Unsplash

IAB ClickTag Standard

ClickTag-Konventionen

- ClickTag-Variable: Verwenden Sie eine JavaScript-Variable mit dem Namen ClickTag . Diese Variable sollte die URL enthalten, auf die beim Klicken auf das Werbemittel weitergeleitet werden soll.
- ClickTag-Schreibweise: Die Variable muss als ClickTag geschrieben werden – Groß- und Kleinschreibung sind wichtig.
- Basis-HTML5-Template: ein korrektes HTML5-Werbemittel-Template enthält den ClickTag -JavaScript-Code im <head> -Bereich und verwendet diesen in den Klick-Elementen des Creatives.



IAB ClickTag Standard

/ Verwenden Sie den HTML5-ClickTag-Standard des IAB

Verwendung des Click-Tags

/ Variable für Klickziel: Stellen Sie sicher, dass die Click-Tag-Variable (ClickTag) als Klickziel verwendet wird, um eine konsistente Weiterleitung zu gewährleisten

/ JavaScript-Code: Der ClickTag -Code sollte nicht gekürzt werden, um die Lesbarkeit für den Ad-Server zu gewährleisten. Im Gegensatz dazu können Sie den restlichen Code und andere Dateien kürzen, um die Ladezeiten zu optimieren.

/ Vermeiden Sie fest codierte Click-Through-URLs.



IAB ClickTag Standard

Schritt 1: Hinzufügen der Xandr HTML5-Bibliothek

- Fügen Sie die Xandr HTML5-Bibliothek innerhalb des <head> tags in der index.html Datei hinzu, indem Sie den folgenden <script> tag einbinden:

```
<script type="text/javascript"
src="https://acdn.adnxs.com/html5-lib/1.4.1/appnexus-html5-lib.min.js"></script>
```

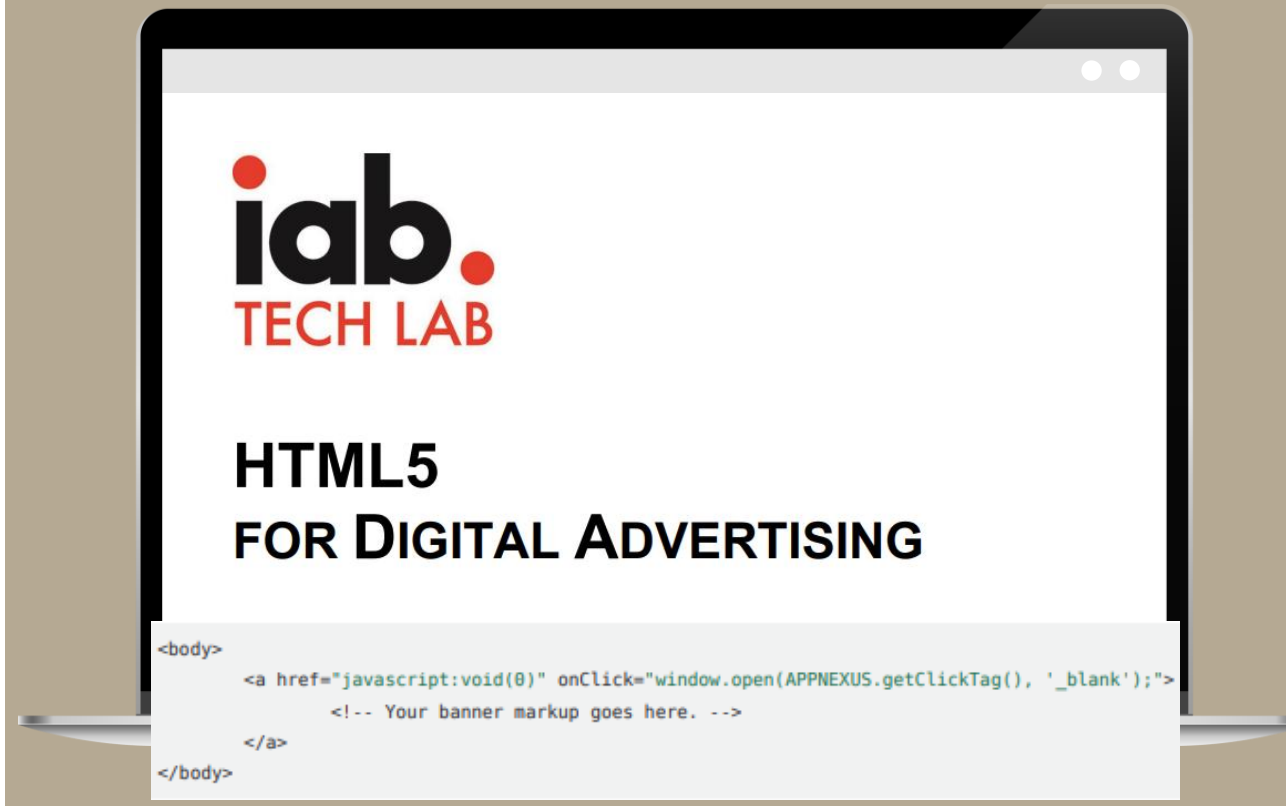
Tipp: Verwenden Sie https, um sicherzustellen, dass das Creative auf sicherem Inventar ausgeliefert werden kann.



IAB ClickTag Standard

Schritt 2: Hinzufügen von APPNEXUS.getClickTag() zu einem anklickbaren Element

- Umschließen Sie das Banner-Markup in ein HTML-Element, das ein neues Fenster öffnet und die APPNEXUS.getClickTag() Funktion zu nutzt. Dadurch wird der Wert des ClickTag-Parameter Sets in der Ad-URL abgerufen.
- Im folgenden Beispiel wird das <a> anchor Element verwendet, wobei das href Attribut auf javascript:void(0) und ein onClick Attribut auf window.open(APPNEXUS.getClickTag(), '_blank‘); gesetzt wird.
- Öffnen Sie sofort nach <body> und stellen Sie sicher, dass Sie es mit unmittelbar vor </body> schließen.
- Das Banner Markup sollte zwischen und stehen.



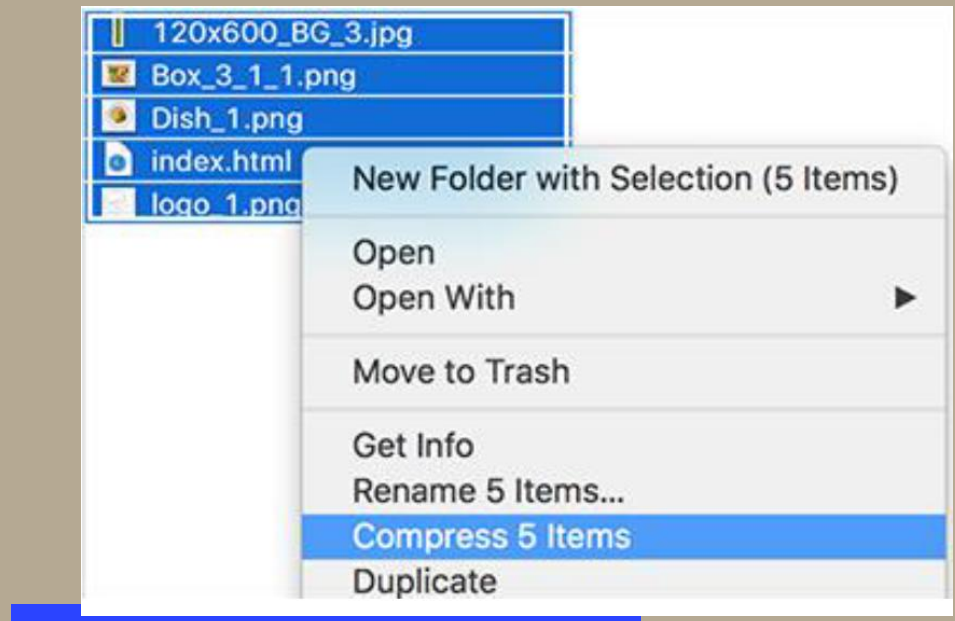
IAB ClickTag Standard

Schritt 3: Testen

- Speichern Sie Ihr Dokument. Öffnen Sie die index.html Datei in Ihrem Webbrowser. Fügen Sie ?clickTag=http://www.xandr.com am Ende der URL in der Adressleiste hinzu.
- file:///Users/username/Desktop/ad.html?clickTag=http://www.xandr.com
- Aktualisieren Sie die Seite und klicken Sie auf das Ad. Es sollte sich ein neues Fenster mit der Webseite von Xandr in Ihrem Browser öffnen. Wenn das Ad ausgeliefert wird, setzt Xandr den Wert von ClickTag auf Xandr' Klick-Tracker und ein Redirect zur Landingpage-URL.
- Speichern Sie Ihr Dokument erneut.

Schritt 4: Creative Content komprimieren

- Wählen Sie den gesamten Inhalt aus.
- Komprimieren Sie den Inhalt in eine .zip Datei.



Komprimierung Creative

Google Ad Manager clickTag Standard

HTML5-Werbematerialien müssen SSL-kompatibel sein, um auf HTTPS-Seiten bereitgestellt werden zu können.

click-Tags sollten keine Kürzungen oder Unkenntlich-machungen/Verschleierungen enthalten. Sie können Kürzungen im restlichen Code und anderen Dateien verwenden

Vermeiden Sie fest codierte Click-Through-URLs.

- Click-Tag-Konventionen:
  - Click-Tag-Variable: Verenden Sie eine JavaScribt-Variable mit dem Namen clickTag (Schreibweise muss clickTag sein – Groß- und Kleinschreibung müssen beachtet werden). Diese sollte die Ziel-URL enthalten.
- Code-Beispiel:
  - Ein korrektes HTML5-Werbemittel-Template enthält den clickTag - JavaScript-Code im <head> -Bereich und verwendet diesen in den Klick-Elementen des Creatives .

```
<!DOCTYPE html>
<html>
<head>
    <meta name="ad.size" content="width=300,height=250">
    <script type="text/javascript">
        // Definieren der clickTag-Variable. Hier kann die URL angepasst werden.
        var clickTag = "http://www.example.com";
    </script>
    <style>
        /* Fügen Sie hier Ihre CSS-Stile hinzu, um das Layout und Design Ihrer Anzeige zu gestalten. */
    </style>
</head>
<body>
    <!-- Hauptinhalt der Anzeige -->
    <div id="adContainer" style="width:300px; height:250px; position:relative;">
        <!-- Hier können Sie Ihre Bilder, Texte und andere Inhalte einfügen -->
        <img src="images/dclk.png" alt="Anzeigenbild" style="width:100%; height:100%;">

        <!-- Verlinken Sie auf die clickTag-Variable für das Klickziel -->
        <a href="javascript:void(0);" onclick="window.open(clickTag); return false;" style="display:block;
width:100%; height:100%; position:absolute; top:0; left:0; z-index:1;">
            <!-- Verhindern Sie das direkte Klicken auf das Bild, um die Klick-Tag-URL zu verwenden -->
            <img src="images/dclk.png" border="0" alt="Anzeigenbild" style="width:100%; height:100%;"/>
        </a>
    </div>

    <!-- Fügen Sie hier ggf. weitere Skripte hinzu -->
    <script>
        // Fügen Sie hier zusätzliches JavaScript hinzu, wenn erforderlich.
    </script>
</body>
</html>
```

Wir ♡ digital

info@score-media.de
www.score-media.de

Mit Kenntnis dieser Unterlagen bestätige ich die Score Media-AGB sowie die Datenschutzerklärung:

Unsere AGB	score-media.de/agb
Datenschutzerklärung	score-media.de/datenschutzerklaerung

SCORE MEDIA
GROUP