



## MOBILE BANNER

Was bei der Gestaltung von Mobile Bannern zu beachten ist

### INHALTLICH

- Animationen dürfen max. 30 Sekunden dauern, danach absoluter Stillstand
- Keine simulierten Betriebssystem-UI-Elemente wie Mauszeiger, Fensterelemente, Buttons oder sonstige irreführende Elemente und Inhalte
- Keine exzessiven Animationen, z.B. heftiges Blinken großer Flächen
- Werbemittel muss sich vom restlichen Inhalt der Website absetzen, z.B. durch einen Rahmen
- Produkt-/Markenname muss klar erkennbar sein, sowohl im Werbemittel als auch auf der nachgelagerten Landingpage; beides muss übereinstimmen
- Einschränkungen bei Alkohol und weiteren sensiblen Inhalten; bitte kontaktieren Sie uns im Einzelfall
- Auf der sicheren Seite ist man, wenn man sich an die [Google-Richtlinien](#) hält

### TECHNISCH

- **Anlieferung:** Physisch oder als Redirects (AdTags)  
Bei Letzteren ist eine Info erforderlich, wo und in welcher Kodierung Clickrate-Makros durch uns platziert werden können
- **Größe:** max. 110 kb  
(bei HTML5-ZIP-Paketen gilt dies im **gepackten** Zustand)
- **Datei-Formate** für In-App-Werbung: GIF, JPG, PNG
- **Datei-Formate** für Browser-Werbung: GIF, JPG, PNG, HTML5
- **Typische Formate** für Mobile-Werbemittel finden Sie auf Seite 4 des Dokuments
- **HTML5** erfordert neben diesen technischen Spezifikationen spezielle Einstellungen, die Sie Seite 2 und 3 des Dokuments entnehmen



## HTML5 SPEZIELL

- Bei HTML5 bitte den [IAB-Standard](#)  beachten
- Alle Werbemittel-Inhalte müssen in je einer ZIP-Datei pro Werbemittel zusammengefasst werden. Diese ZIP-Datei muss ein Root-HTML-Dokument wie folgt **im Root-Verzeichnis** enthalten:
  - Falls die ZIP-Datei ein **einzelnes** HTML-Dokument im Root-Verzeichnis enthält, wird dieses HTML-Dokument als Root-Dokument für das Werbemittel verwendet
  - Falls die ZIP-Datei mehrere HTML-Dokumente im Root-Verzeichnis enthält und **eines** davon index.html heißt, wird dieses HTML-Dokument als Root-Dokument für das Werbemittel verwendet
  - Falls die ZIP-Datei mehrere HTML-Dokumente im Root-Verzeichnis enthält und **keines** davon index.html heißt, wird das erste beim Werbemittel-Upload vom Adserver entdeckte HTML-Dokument als Root-Dokument für das Werbemittel verwendet
    - Als „Best Practice“ empfehlen wir, **nur ein einzelnes HTML-Dokument mit dem Namen index.html im Root-Verzeichnis zu haben**
  - Das Root-Dokument darf **keinen <noscript>** Teil enthalten
  - Die ZIP-Datei darf weiterhin folgende Dokumente enthalten: CSS, JavaScript, Bilder, Web Fonts und weitere HTML-Dokumente
  - Die unterstützten Dateitypen sind: .GIF, .JPG, .JPEG, .TIF, .TIFF, .PNG, .CSS, .HTML, .HTM, .JS, .WOFF, .WOFF2, .SVG
  - Unterordner sind erlaubt, wenn die enthaltenen Dateien korrekt referenziert werden
    - Um Fehlerquellen auszuschließen, empfehlen wir, **alle Dateien direkt im Root-Verzeichnis abzulegen**
  - Alle Ressourcen, die vom Root-Dokument referenziert werden, müssen über relative Links zu weiteren Ressourcen, die in der ZIP-Datei enthalten sind, referenziert sein. Externe Bilder, die nicht in der ZIP-Datei enthalten sind, dürfen nicht durch das Root-Dokument referenziert werden
  - Die Assets in der ZIP-Datei dürfen keinen Local Storage oder Session Storage verwenden
  - Der Dateiname der ZIP-Datei sowie sämtliche darin enthaltenen Dateien und Ordner dürfen **weder Leerzeichen noch nicht-Englische Buchstaben** enthalten
- Für jede Bannergröße wird zusätzlich noch ein **Fallback-Banner** derselben Größe im PNG- oder JPG-Format **außerhalb** der ZIP-Datei benötigt. Der Dateiname muss identisch zur ZIP-Datei sein



## CLICK-TRACKING HTML

Damit wir in der Lage sind, Clicks zu tracken, müssen die Werbemittel für externes Click-Tracking vorbereitet werden. Es folgen zwei beispielhafte Umsetzungen:

**Variante A)** Sehr flexibel, weil komplett auf „hard gecodete“ Click-URLs verzichtet wird (sie werden stattdessen in unserem Adserver hinterlegt):

1. Im HTML-**HEAD** eine JavaScript-Variable namens „clickTag“ wie folgt definieren:  

```
var clickTag = '[UNENCODED_CLICK_REDIRECT]__CLICK_URL | uri_preserve_square_brackets__';
```
2. Im HTML-**BODY** beim Klick auf das Werbemittel den Inhalt dieser Variablen öffnen

### Beispiel für eine einfache Lösung:

```
<a href="#" onclick="window.open(clickTag);">
  ..gesamter Werbemittelinhalt...
</a>
```

3. Keine weiteren Click-Elemente oder -Funktionen im Werbemittel

**Variante B)** Fehleranfälliger, weil dies auf alle Stellen im Root-Dokument angewendet werden muss, an denen „hard gecodete“ Click-URLs enthalten sind – aber notwendig in Fällen, wo mehr als eine Click-URL benötigt wird:

1. Stellen suchen, die hard-gecodete Click-URLs enthalten (diese dürfen nur im Root-Dokument enthalten sein). Beispiel:

```
<a href="https://www.werbekunde.de/">
```

2. Wie folgt erweitern:

```
<a href="[UNENCODED_CLICK_REDIRECT]https://www.werbekunde.de/">
```



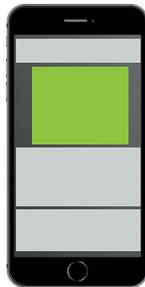
# MOBILE

Formate Mobile Banner auf Smartphone und Tablet

**Mobile Leaderboard**  
(300 x 50 oder 320 x 50)



**Medium Rectangle**  
(300 x 250)



**Mobile Interstitial**  
(320 x 480)



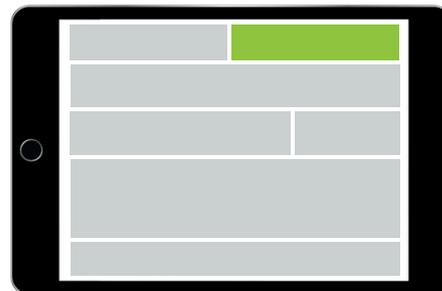
**Large Skyscraper**  
(300 x 600)



**Skyscraper**  
(120 x 600)



**Leaderboard**  
(728 x 90)



**Tablet Interstitial**  
(1024 x 768)



## WISSENSWERT:

Immer mehr Menschen nutzen das Internet unterwegs. Mit Mobile Bannern kann diese Zielgruppe passend angesprochen werden.

Kampagnen können auch speziell auf mobile Endgeräte zugeschnitten werden.