



ProSiebenSat.1
PULS4
Interactive

Technische Spezifikationen

ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH
Medien Quarter Marx 3.3
Maria Jacobi Gasse 1
A-1030 Wien
Tel. +43 [0] 1/368 77 66 – 0
Fax +43 [0] 1/368 77 66 – 3 99

interactive.vtl@prosiebensat1puls4.com
admanagement.vtl@prosiebensat1puls4.com

Anlieferung

Die Anlieferung der Werbemittel erfolgt ausschließlich über die Mail-Adresse: admanagement.vtl@prosiebensat1puls4.com
Für klassische Werbemittel gilt eine Lieferfrist von 3 Werktagen, für Sonderwerbformen gilt eine Lieferfrist von 5 Werktagen.

Die Mail für die Werbemittelanlieferung sollte folgende Informationen enthalten:

- Kunden- und Kampagnenname, Buchungszeitraum, gebuchte Seite/Cluster, Verlinkung
- Hinweise zum Einsatz bei 3rd Party Tracking's
- Hinweise zur gewünschten Rotation bei mehreren Sujets oder Spots

TCF

- Die ProSieben.Sat1 Puls4 GmbH setzt auf das „GDPR Transparency and Consent Framework (TCF 2.0)“ und unterstützt nur noch IAB gelistete Technologiepartner (Vendoren).
- Wir bitten Sie darauf zu achten, die Anlieferung von Trackings für Werbemittel oder Adserver-Redirects nur noch inklusive GDPR Makro vorzunehmen. Ebenfalls bitten wir darum, non-IAB Technologiepartner aus den uns angelieferten Adserver-Redirects zu entfernen.
- Alle URL-basierten Komponenten eines Werbemittels (z.B. VAST Redirect, Pixeltracker) müssen zur Verarbeitung des TC Strings das IAB Makro `gdpr_consent=${GDPR_CONSENT_XXX}&gdpr=${GDPR}` enthalten, wobei XXX die numerische Vendor ID lt. globaler Vendorenliste des IAB darstellt.

Technische Kontrolle

Bei Anlieferung werden die Werbemittel einer Kontrolle unterzogen, ob sie den Spezifikationen entsprechen. Dennoch kann es nach dem Start der Kampagne ggf. zu Problemen kommen. Daher behält sich SevenOne Interactive das Recht vor, Werbemittel teilweise oder ganz zu entfernen, wenn:

- es nach Kampagnenstart zu massiven Beschwerden von Seiten der Nutzer (User) kommt
- sich nachträglich herausstellt, dass das Werbemittel die Performance der Seite stört oder die des Rechners des Nutzers (Users)
- ein externes Werbemittel nachträglich ohne Absprache geändert wurde und nicht den Spezifikationen entspricht
- ein Werbemittel eingesetzt wird, die den Nutzer (User) irreführt

Bei Nichtbeachtung der Spezifikationen oder bei einer verspäteten/falschen Anlieferung, kann es zu Komplikationen bei der Abwicklung der Kampagne kommen. Ein pünktlicher Kampagnenstart ist nicht mehr gewährleistet und die Kampagnenerfüllung ist unter Umständen gefährdet.

3rd Party Trackings

Externe Trackingpixel, welche Userverhalten analysieren, aufzeichnen und diese ggf. durch eine nachgelagerte Datenbank auf Kundenseite abgleichen, müssen den Richtlinien der EU Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) entsprechen und zudem muss der Anbieter als zertifizierter Partner auf unserer Datenschutzseite vertreten sein. (Post-Bid Blocking Pixel sind nicht erlaubt)

Werbeform	Abmessung (Breite x Höhe)	Gewicht HTML5 / JPG / GIF
Superbanner (UAP)	728 x 90 px	max. 50 KB
Content Ad / Medium Rectangle (UAP)	300 x 250 px	max. 50 KB
Skyscraper (UAP)	160 x 600 px	max. 50 KB
Billboard (BigSize)	820 x 250 px	max. 100 KB
Halfpage Ad (BigSize)	300 x 600 px	max. 100 KB



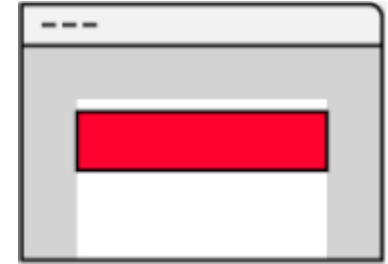
Technik

- Dateigröße: max. 50/100 KB
- Sound: Ja, nur Mouseover | siehe technische Infos
- Format: HTML5, JPG/GIF/PNG
- 3rd Party: Ja | siehe technische Infos
- Streaming: Ja | siehe technische Infos
- Anlieferung: 3 Werktage vor Kampagnenstart



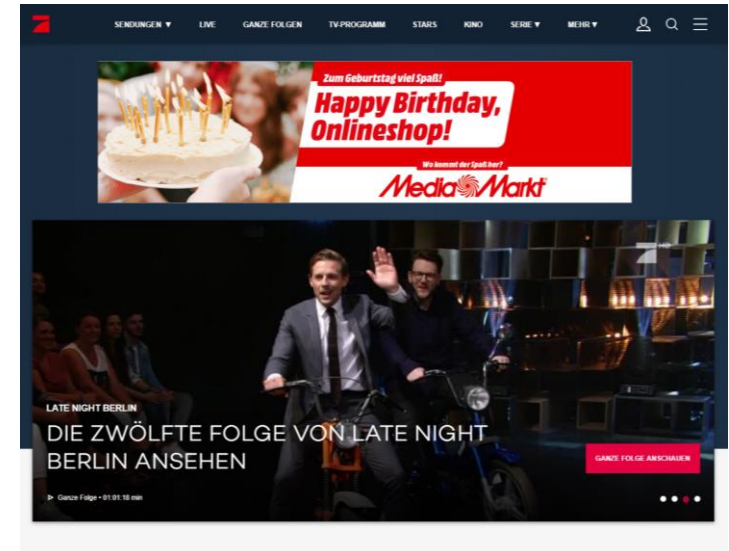
Billboard

- Ausspielung auf der Top-Position oberhalb des Contents, ein Close-Button ist nicht erforderlich
- Das Sujet kann auf Wunsch „sticky“ (Scrollfunktion für 5 Sekunden) ausgespielt werden
- Folgende Pixelgrößen sind möglich: 820x250, 800x250, 970x250



Technik

- Dateigröße: max. 100 KB
- Sound: Ja, nur Mouseover | siehe technische Infos
- Format: HTML5, JPG/GIF/PNG
- 3rd Party: Ja | siehe technische Infos
- Streaming: Ja | siehe technische Infos
- Anlieferung: 3 Werktage vor Kampagnenstart



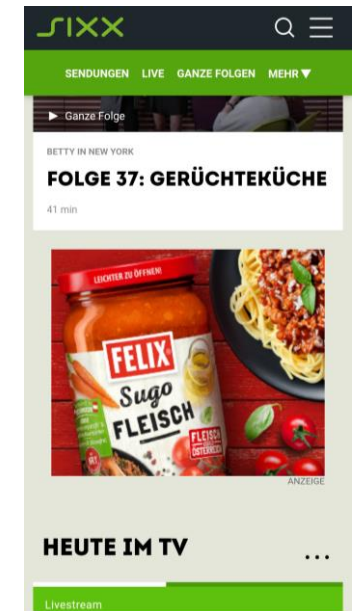
Werbeform	Abmessung (Breite x Höhe)	Gewicht HTML5 / JPG / GIF
Mobile Leaderboard	320 x 50 px	30 KB
Mobile Content Ad (UAP)	300 x 250 px	50 KB
Mobile Understitial (BigSize)	300 x 600 px	100 KB



- Plattformen: iOS & Android
- Die Verlinkung der Banner auf eine mobile-optimierte Landingpage ist vorteilhaft.

Technik

- Dateigröße: max. 30/50/100 KB
- Sound: Nein
- Formate: HTML5, JPG/GIF/PNG
- 3rd Party: Ja | siehe technische Infos
- Streaming: Ja | siehe technische Infos
- Anlieferung: 3 Werktage vor Kampagnenstart



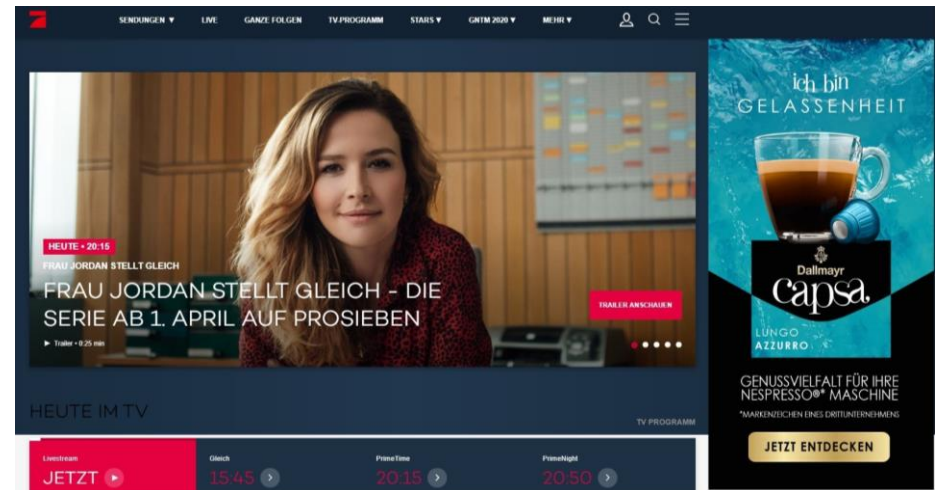
Sitebar

- Die Sitebar belegt die freie Fläche im Browser rechts vom Content
- Dabei passt sich die Werbeform dynamisch der zur Verfügung stehenden Fläche an
- Die maximale Anlieferungsgröße beträgt 500 x 1.000 px, die minimale Größe 300 x 600 px
- Ein Close-Button ist nicht zwingend erforderlich, aber erwünscht



Technik

- Dateigröße: max. 150 KB | max. 300 KB Streaming
- Sound: Ja, nur Mouseover | siehe technische Infos
- Format: HTML5
- 3rd Party: Ja | siehe technische Infos
- Streaming: Ja | siehe technische Infos
- Anlieferung: 3 Werkstage vor Kampagnenstart



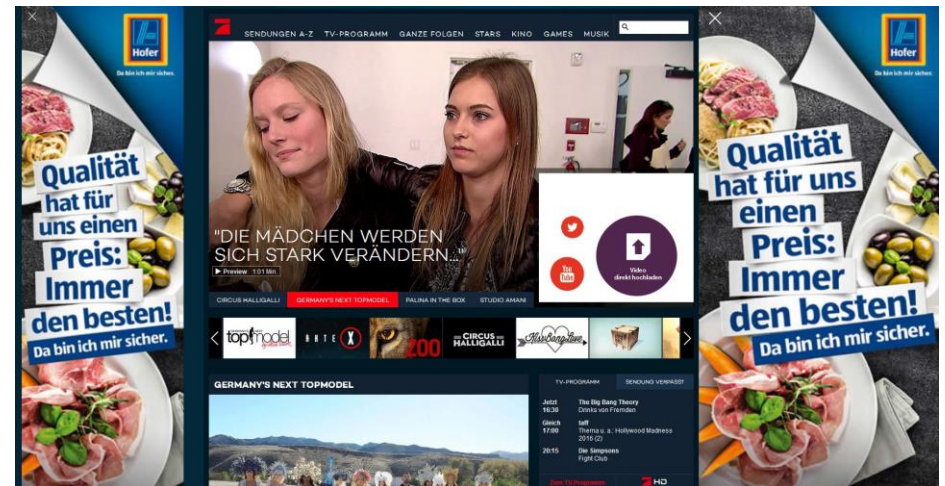
Double Sitebar

- Das Sujet bietet großflächige Präsenz, da es den freien Platz links + rechts neben dem Content nutzt
- Das Werbemittel passt sich an die Bildschirmgröße an und garantiert so eine optimale Darstellung
- Initiale Pixelgröße: 200 x 600 px links, 300 x 600 px rechts, skaliert dann auf den vorhandenen Platz im Browserfenster
- Keine Redirect-Ausspielung über 3rd-Party Adserver möglich / Close-Button für beide Sujets erforderlich



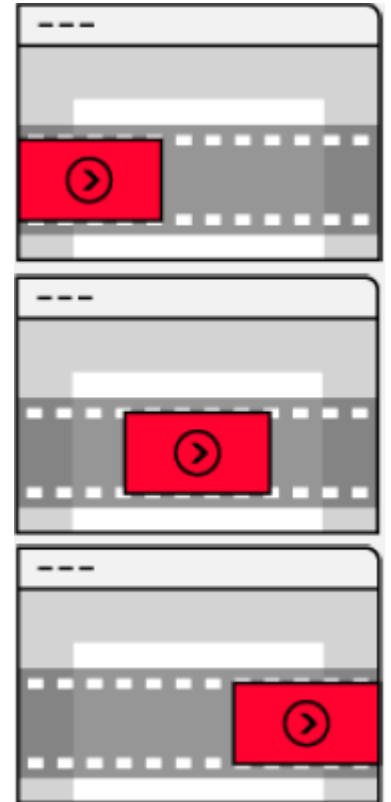
Technik

- Dateigröße: max. 250 KB (gesamt)
- Sound: Nein
- Format: HTML5
- 3rd Party: Ja | siehe technische Infos
- Streaming: Nein
- Anlieferung: 5 Werktage vor Kampagnenstart



PreRoll / MidRoll / PostRoll / Bumper Ad (Multiscreen)

- Exklusive Bewegtbild-Werbeform (Integration von Werbespots, Clips und Videos)
- Einbindung vor dem abgespielten Content (Pre Roll)
- oder während des abgespielten Content (Mid Roll)
- oder nach dem abgespielten Content (Post Roll)
- oder zwischen dem Pre Roll und dem Content (Bumper Ad)
- Automatische Aktivierung im Videobereich
- Nicht überspringbar
- Spot stoppt, sobald User aus dem View-Port scrollt
- Fullscreen-Modus ist vom User aktivierbar
- Damit sind hohe Sichtbarkeit und Abspielraten garantiert



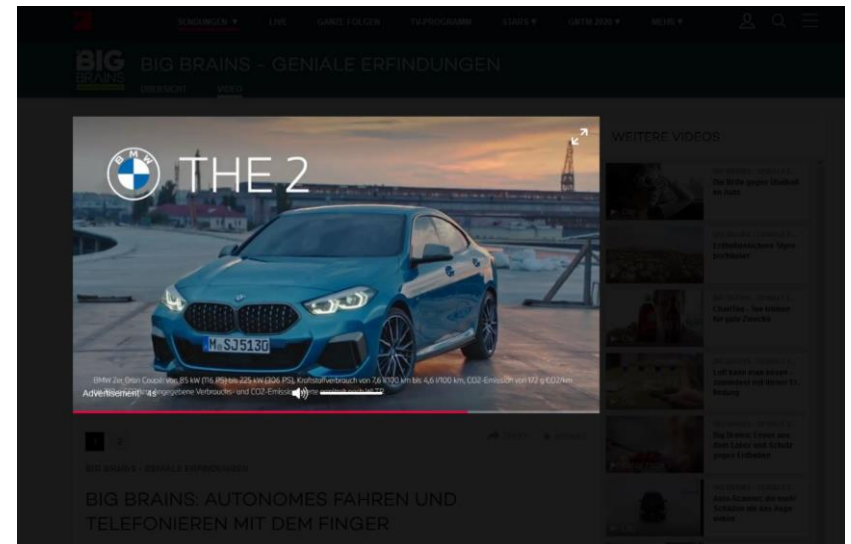
PreRoll / MidRoll / PostRoll / Bumper Ad (Multiscreen)

- Videoformat: Anlieferung als MP4 bevorzugt (AVI, MOV, MPG, MXF ebenfalls möglich)
- Das Video muss ein Seitenverhältnis von 16:9 haben
- Das Videomaterial in bestmöglicher HD-Qualität anliefern (mind. 1280 x 720 px)
- Codec: H.264
- Farbmodell: Planar 4:2:0 YUV
- Spotlänge max. 30 Sekunden



Technik

- Sound: Das Video muss Sound (Stereo-Ton) beinhalten
- Lautstärke: Lautstärkenpegelung nach EBU-R128
- 3rd Party: Ja | siehe technische Infos
- Streaming: Ja | VAST 2.0 Standard, 3.0 + 4.0 möglich | kein VPAID
- Anlieferung: 3 Werktage vor Kampagnenstart

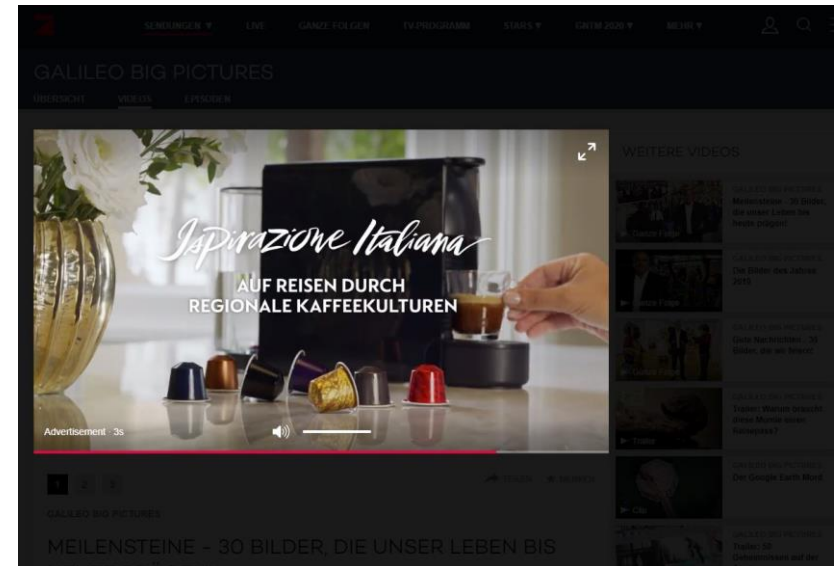


Redirect-Ausspielung / VAST-Wrapper (Multiscreen)

- Videoformat: nur MP4-Spots only (keine Mobile-Formate benötigt)
- Seitenverhältnis: 16:9 (mind. 640 x 360 px) | Spotlänge: max. 30 Sekunden
- Codec: H.264 | Bitrate ~ 1.000 kbps
- Datengröße: max. 10 MB
- Mediaknoten mit unterschiedlichen Bandbreiten notwendig
- Kein VPAID oder Javascripts möglich, nur Imagepixel
- Trackings und Mediafiles Secured (HTTPS) notwendig

Technik

- Sound: Das Video muss Sound (Stereo-Ton) beinhalten
- Lautstärke: Lautstärkenpegelung nach EBU-R128
- 3rd Party: Ja | siehe technische Infos
- Streaming: Ja | VAST 2.0 Standard, 3.0 + 4.0 möglich | kein VPAID
- Anlieferung: 3 Werktage vor Kampagnenstart



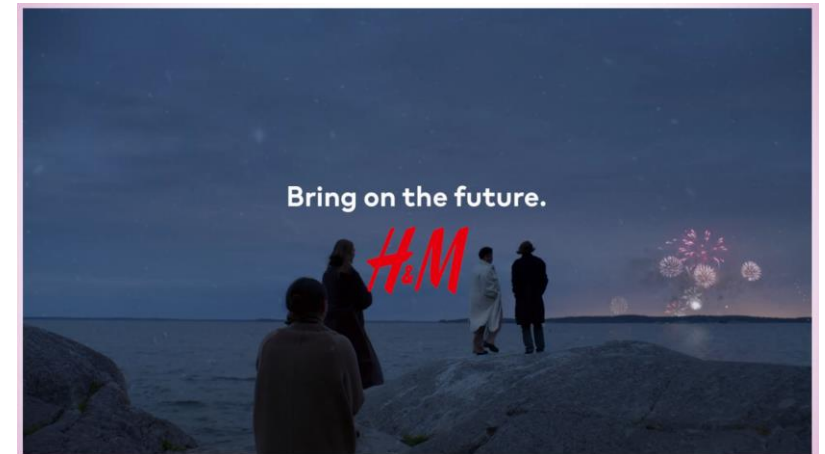
SKY OnDemand + Go App (Multiscreen)

- Videoformat: nur MP4-Spots only (keine Mobile-Formate benötigt)
- Seitenverhältnis: 16:9 (mind. 1280 x 720 px) | Spotlänge: max. 30 Sekunden
- Codec: H.264 | Bitrate ~ 8.000 kbps (Video + Audio)
- Trackings und Mediafiles Secured (HTTPS) notwendig
- Kein User-Tracking für Retargeting, Umfragen, DMP's erlaubt (GDPR)
- Completion: Messung der Quartile möglich (0%, 25%, 50%, 75%, 100%)
- Zugelassene Tracking-Anbieter:
GAM, Adition, Adform, IAS, Sizmek, Flashtalking, Meetrics



Technik

- Sound: Das Video muss Sound (Stereo-Ton) beinhalten
- Lautstärke: Lautstärkenpegelung nach EBU-R128
- 3rd Party: Ja | siehe technische Infos
- Streaming: Ja bei Fiction --> VAST 2.0 + 3.0 | kein VAST 4.0 + VPAID
Nein bei Sport | nur ZP+CC, plus Quartile
- Anlieferung: 5 Werktage vor Kampagnenstart



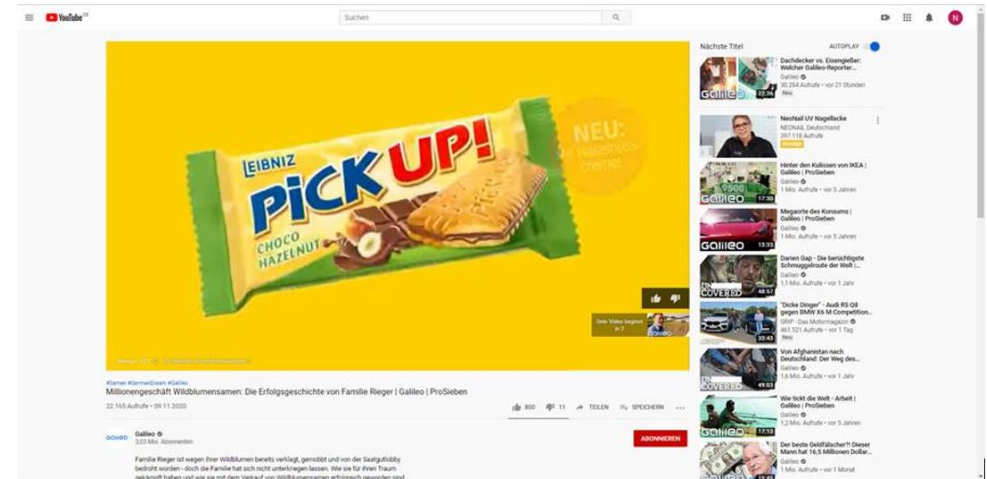
Studio71 / Youtube (Multiscreen)

- Videoformat: nur MP4-Spots only (keine Mobile-Formate benötigt)
- Seitenverhältnis: 16:9 (mind. 1280 x 720 px) | Spotlänge: max. 20 Sekunden
- Codec: H.264 | Bitrate ~ 1.000 kbps (Video + Audio)
- Trackings und Mediafiles Secured (HTTPS) notwendig
- Kein User-Tracking für Retargeting, Umfragen, DMP's erlaubt (GDPR)
- Completion: Messung der Quartile möglich (0%, 25%, 50%, 75%, 100%)
- Zugelassene Tracking-Anbieter:
GAM, Adform, IAS, MOAT, Flashtalking, Meetrics, Nielsen, DoubleVerify



Technik

- Sound: Das Video muss Sound (Stereo-Ton) beinhalten
- Lautstärke: Lautstärkenpegelung nach EBU-R128
- 3rd Party: Ja | siehe technische Infos
- Streaming: Ja | VAST 2.0 + 3.0 (GAM + Adform) | kein VPAID
- Anlieferung: 3 Werktage vor Kampagnenstart



Video WRAP

Der WRAP ist eine exklusive Erweiterung eines PreRoll-Ads mit einem großflächigen, interaktiven Branding-Layer.

- Kann nur inhouse von ProSiebenSat.1. Puls4 erstellt werden
- Für die Produktion des Sujets werden folgende Materialien benötigt:
 - Freigegebene Texte, Produktinformationen
 - Key Visual / Look & Feel
 - Special-Titel, Claim, Slogan
 - Logos (als eps, ai), Designvorgaben, Styleguide
 - Schriftart (Font)
 - Bildauswahl, Plakat, Kampagnenbilder (als psd mit Ebenen)
 - Copyright-Zeile (wenn gewünscht)
 - weitere Kampagneninfos ...

Für die Inhouse-Produktion des Werbemittels fallen gesonderte Kosten an. (die genauen Kosten werden in Rahmen eines Angebotes bekanntgegeben)



Technische Informationen | Spezifikationen

Allgemeines HTML5



HTML5 Display Werbemittel bestehen aus mehreren Elementen.
Diese umfassen HTML-Files, CSS, Libraries (Javascript, JQuery, etc.), Bilder und Videos.

Formate und Größen orientieren sich an den IAB Standards und den von SevenOne Interactive vorgegebenen Größen.

Bei der Kreation ist darauf zu achten, dass die einzelnen Elemente so klein wie möglich zu halten sind.
Hierbei sind die gängigen Kompilierungsmethoden des Codes und Code-Optimierungen in einer Datei anzuwenden.
Unterverzeichnis-Strukturen sind zu vermeiden.

Die HTML5-Werbemittel können grundsätzlich physisch (strenge KB-Grenzen) oder als Redirect/Streaminglink angeliefert werden.
Die Anlieferung per Streaminglink wird bevorzugt.

Die Möglichkeit zur Klickzählung muss wie bisher per „clicktag“ vorhanden sein.
Es dürfen in den HTML5-Ads keine Scripte ausgeliefert werden, um Manipulationen an der Site vornehmen zu können.
Die Animationen müssen CPU-schonend ablaufen, bei hellen Sujets ist ein „Border“ notwendig.

IAB Guideline / Standards

<https://www.iab-austria.at/iab-standards/guidelines/>

Browserkompatibilität, Backupimage HTML5



Sollte ein Browser (Chrome, Firefox, etc.) ein spezielles Feature oder eine verwendete Library nicht unterstützen, welches im Werbemittel Anwendung findet, so ist zwingend ein Fallback-Handling mittels eines JPG oder GIF erforderlich. Die Werbemittel sind seitens der Kreativagentur auf allen gängigen Browsern zu testen.

Grafiken sind hinsichtlich der Dateigröße zu optimieren.
Die Verwendung von PNG-Crusher und der Einsatz von skalierbaren Vektorgrafiken wird empfohlen.

Videos in HTML5 Werbemitteln werden über den Tag `<video></video>` eingebunden.
Ads mit Videos sind mit einem Previewbild (poster) zu versehen, das Video startet sobald es geladen ist bzw. durch User Interaktion auf den meisten mobilen Endgeräten.

Das Video muss hinsichtlich Qualität und Dateigröße optimiert werden und ist in einer geeigneten Serverumgebung zu streamen. Hierbei beträgt die max. Video-Dateigröße = 2,5 MB

Sound

- Sounds dürfen nicht loopen
- Die Lautstärke des Werbemittels muss angemessen sein (Lautstärkenpegelung nach EBU-R128)
- Der Sound bei Werbemitteln muss standardmäßig auf „off“ stehen. Der User muss durch betätigen eines „on“ Buttons den Sound selbst starten (kein Mouseover). Der Sound muss durch einen weiteren Klick wieder zu stoppen sein

Streaming/Redirects

- Streamings und Redirects werden nur von einem am Markt gängigen 3rd Party Anbieter zugelassen (GDPR)
- Redirect Auslieferungen dürfen nur Secure (HTTPS) ausgeliefert werden
- Redirect Auslieferungen dürfen keine gesonderten Javascript oder VPAID Tracking's beinhalten, nur Imagepixel sind erlaubt

Nachladegewicht

- Das Gesamtgewicht des Werbemittels darf bei Display nicht größer als 150 KB und bei Instream nicht größer als 5 MB sein

3rd Party Informationen

- Wenn nicht anders angegeben ist, schalten wir unsere Werbeformen gerne auch unter Einsatz von 3rd Party Redirects. Hierbei akzeptieren wir in der Regel Adtags der auf dem Markt gängigen 3rd Party Anbieter, sofern diese:
 - auch Aufrufe auf mobilen Endgeräten zählen, den IAB Guidelines und unseren technischen Spezifikationen entsprechen.
- Zudem muss eine Erreichbarkeit von 100% des 3rd Party Servers gegeben sein. Größe und Gewicht entsprechen den gleichen Spezifikationen, wie physisch angelieferte Werbemittel. SevenOne Media behält sich vor, 3rd Party Werbemittel aus technischen Gründen abzulehnen.
- 3rd-Party-Werbemittel dürfen den Container, in den sie geladen werden, nicht verlassen. Sie dürfen sich also nicht in den <body> oder andere HTML-Elemente der Seite einhängen
Bei einem Redirect wird der Hinweis benötigt, welche Variablen verwendet werden
- Jegliches Tracking im Instream-Bereich darf nur per Imagepixel ausgeliefert werden, Javascripts oder VPAID sind nicht erlaubt.
- Wir unterstützen unsere Kunden zusätzlich auf Wunsch auch mit einer Inhouse Viewtime-Messung. Diese misst die Basis-Informationen der Kampagne mit Start-, Mittel- und Endpunkte (0%, 25%, 50%, 75%, 100%).
- Für alle darüber hinausgehenden Auswertungen verweisen wir auf die oben genannten Spezial-Anbieter für diverse Visibility- und Viewtime-Messungen. Diese müssen jedoch den IAB-Guidelines und den GDPR-Regeln entsprechen.