



Technische Spezifikationen

Digital Advertising

Stand: Februar 2024



Anlieferung von digitalen Werbemitteln

Vorlaufzeit zum Kampagnenstart

- > 2 Arbeitstage für Standardwerbemittel
- > 5 Arbeitstage für Sonderformate oder Zonenerstellung und Einpflege

Anlieferung von HTML5 Ads

HTML5-Werbemittel müssen den Vorgaben des [GOOGLE AD MANAGER \(GAM\)](#) entsprechen. Die zur Protokollierung von Klicks erforderlichen Makros sind vom Werbemittelhersteller zu integrieren. Ein Hosting nicht GAM-konformer Werbemittel oder anderer Dateien wird nicht angeboten. HTML5-Werbemittel sind jeweils in einer ZIP-Datei anzuliefern, welche direkt im GAM hochgeladen werden kann.

Anlieferung von Display Ads

Als Werbemittel können GIF-, JPEG-, PNG-Dateien, Redirect-Codes oder HTML5-Werbemittel angeliefert werden (ggf. spezifische Anforderungen beachten).

Anforderung Display Ads

Werbemittel müssen im Format deutlich eingegrenzt werden und sich vom Hintergrund der Seite klar abheben. Dieses muss entweder durch einen farbigen Hintergrund oder Rahmen erfolgen.

Anlieferung von Native Ads

Natives sind ausschließlich in Form von ZIP-Archiven anzuliefern. Die separat ausgewiesenen Native-Spezifikationen sind zu berücksichtigen.

Gewährleistung

Das RND übernimmt keine Gewährleistung für eine Ausspielung, wenn Werbemittel nicht den technischen Spezifikationen entsprechen.

Bei Verstößen gegen technische Richtlinien, inhaltliche Grundsätze oder andere vertragliche Vorgaben behält sich das RND vor, eine Kampagne von der Seite auszuschließen.

Für den Inhalt ist ausschließlich der Werbetreibende verantwortlich. Es darf keinesfalls gegen die Rechte Dritter verstoßen werden oder diese verletzt werden. Das schließt Urheber-, Marken-, Datenschutz-, Öffentlichkeits- und andere Persönlichkeits- sowie Eigentumsrechte mit ein.

Desktop Formate

Format	Format (Pixel)	Dateigewicht	Gewicht Subload	Anmerkung
Superbanner	728x90	100 kB	max. 200 kB (HTML5/Redirect)	–
Skyscraper	160x600	125 kB	max. 250 kB (HTML5/Redirect)	–
Medium Rectangle	300x250	75 kB	max. 150 kB (HTML5/Redirect)	Multiscreen
Billboard	970x250	150 kB	max. 300 kB (HTML5/Redirect)	–
Halfpage Ad	300x600	125 kB	max. 250 kB (HTML5/Redirect)	Multiscreen
Sitebar	dynamisch skalierend	150 kB	max. 300 kB (HTML5/Redirect)	Keine Bilddatei; muss als HTML5 oder Redirect angeliefert werden.
Wallpaper	160x600 + 728x90	150 kB (gesamt)	max. 300 kB (Redirect) Gewichtung: 50% : 50%	HTML5-Formate sind nicht möglich.
Ad Bundle	160x600 + 728x90 + 300x250	300 kB (gesamt)	max. 600 kB (HTML5/Redirect)	Das Medium Rectangle wird Multiscreen ausgespielt. Die Formate werden nicht zwingend zeitgleich ausgespielt.
Premium Ad Bundle	970x250 + 300x600	275 kB (gesamt)	max. 600 kB (HTML5/Redirect)	Multiscreen
Spinning Sky Cube	160x600 (4x)	50 kB (jeweils)	–	Ausschließlich für Bildformate (GIF/JPG/PNG)



Anlieferung von Wallpapern

Anforderungen

Wallpaper-Werbemittel sind immer physisch oder als iFrame-Redirect anzuliefern. HTML5-Formate können nicht hinterlegt werden.

Erforderliche Elemente

FORMAT 1 Superbanner gemäß Spezifikationen.

FORMAT 2 Skyscraper gemäß Spezifikationen.

SPEZIFIKATIONEN GIF/JPEG/PNG oder iFrame-Redirect (ggf. inklusive Google-Ad-Manager-Makros für Click-Tracking); keine Nutzung von direkt eingebundenen HTML5-Skripten möglich.

VERLINKUNG Ziel-URL

TRACKING ggf. Zählpixel

Infos zum Dateigewicht

Max. 150 kB gesamt (Gewichtung 50% : 50% = 75 kB Superbanner + 75 kB Skyscraper).

Die maximale Gewichtung für ein Format innerhalb des Wallpapers liegt bei 70%.

BEISPIEL 70% Sky + 30% Superbanner
= 105 kB Sky + 45 kB Superbanner

Die Anordnung von Superbanner und Skyscraper erfolgt nach dem branchenüblichen Schema.

Mobile Formate

Format	Format (Pixel)	Dateigewicht	Gewicht Subload	Anmerkung
Mobile Content Ad 4:1	320x80 (640x160)*	50 kB	max. 100 kB (HTML5/Redirect)	-
Mobile Content Ad 2:1	320x160 (640x320)*	75 kB	max. 150 kB (HTML5/Redirect)	-
Mobile Content Ad 1:1	320x320 (640x640)*	100 kB	max. 200 kB (HTML5/Redirect)	-
Mobile Spinning Rectangle	300x250 (4x)	50 kB (jeweils)	-	Für dieses Format können ausschließlich Bildformate (GIF/JPG/PNG) genutzt werden.
Parallax / Understitial	375x680	100 kB	max. 200 kB (Redirect)	Das Redirect muss sich automatisch der Größe anpassen.
Medium Rectangle	300x250 (600x500)*	75 kB	max. 150 kB (HTML5/Redirect)	Multiscreen
Halfpage Ad	300x600	125 kB	max. 250 kB (HTML5/Redirect)	Multiscreen

* Um eine optimale Ausspielung auf hochauflösenden Displays in mobilen Umgebungen zu gewährleisten, empfehlen wir die zusätzliche Anlieferung der Werbemittel (Bildformate) in größeren Pixelmaßen. Die Vorgaben in der Klammer beziehen sich auf die jeweilige Retina-Größe der entsprechenden Werbemittel und stellen eine Verdopplung der jeweils ursprünglichen Pixelmaße dar.

Sonderformate

Format	Anlieferung	Spezifikationen	Anmerkungen
Video Preroll	VAST URL, MP4	<ul style="list-style-type: none"> • Format: 16:9 • max. 30 Sekunden • max. 15 MB 	<p>NUR AUF RADIO.DE</p> <ul style="list-style-type: none"> • PreRoll vor dem Start eines Radiosenders • Multiscreen
Audio Display	MP3 + PNG, JPG, GIF	<ul style="list-style-type: none"> • Formate: 600x500, 900x750 & 1200x1000 • max. 30.000 Millisekunden • max. 128 kB / Max. 44kHz (min. 32kHz) • Display-Datei: KEINE ANIMATION 	<p>NUR IN DER RADIO.DE APP</p> <ul style="list-style-type: none"> • Audio-Spot, der durch ein synchron ausgeliefertes Display Ad klickbar gemacht wird. PreRoll vor dem Start eines Radiosenders • Multiscreen.
Sponsored Listing	<ul style="list-style-type: none"> • Teasertext • Ein Logo muss NICHT angeliefert werden. 	<ul style="list-style-type: none"> • max. 100 Zeichen • Zu bewerbender Podcast bzw. Sender muss in der Datenbank von radio.de vorliegen. • Neue Sender/Podcast können innerhalb von 5 Werktagen in der Datenbank hinterlegt werden. 	<p>NUR AUF RADIO.DE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prominente Teaserplatzierung, bestehend aus Senderlogo, Name und Text, zum Bewerben eines Senders bzw. Podcasts auf radio.de • Multiscreen.
Newsletter Medium Rectangle	Bildformate (GIF/JPG/PNG)	<ul style="list-style-type: none"> • Format: 600x500 • max. 300 kB • Ziel-URL zwingend anzuliefern 	<p>Ausspielung ausschließlich innerhalb des Newsletters. Multiscreen.</p>

Native Advertising

Format	Anlieferung	Spezifikationen	Anmerkungen
Native Teaser	<ul style="list-style-type: none">• Bilddatei (bis zu 5 Varianten)• Titel und Teasertext (Bis zu 5 Varianten)• Ziel-URL zur gewünschten Landingpage	<ul style="list-style-type: none">• Bildformat: 16:9; 960x540 Pixel• max. 900 kB• Titeltext: bis zu 80 Zeichen• Teasertext: bis zu 170 Zeichen	Der Native Teaser besteht aus 1bis 5 Teasern und verlinkt direkt auf die Kundenseite. – Multiscreen.
Native Teaser + Advertorial	<ul style="list-style-type: none">• Bilddatei• Titel und Teasertext• Artikeltext• Ziel-URL zur gewünschten Landingpage	<ul style="list-style-type: none">• Bildformat: 16:9; 960x540 Pixel• max. 900 kB• Titeltext: bis zu 80 Zeichen• Teasertext: bis zu 170 Zeichen• Artikeltext: bis zu 1000 Wörter	Das Native Teaser + Advertorial besteht aus 1–5 Teasern und einem Artikel im redaktionellen Layout (als Anzeige ausgewiesen), auf den alle Teaser verlinken. – Multiscreen.



Anlieferung Native Advertising

Anforderungen

Native-Daten (Texte und Bilder) sind entsprechend der folgenden Vorgaben aufzubereiten:

Der Advertorialtext ist strukturiert (Unterüberschriften, Absätze) anliefern und Links zu externen Seiten sind, wie beschrieben, im Text direkt zu vermerken. Die Bilddaten sind bereits auf das angegebene Format zugeschnitten anzuliefern. Die einzelnen Dateien bzw. Bestandteile des Native Ad (Text, Bilder) sind jeweils in einer ZIP-Datei anzuliefern. Bei mehreren verschiedenen Native-Anzeigen innerhalb eines Auftrags müssen separaten ZIP-Dateien je Position angeliefert werden.

Teaser

Bis zu fünf Teaser pro Kampagne sind möglich, in Rotation mit automatischer Optimierung.

EIN TEASER BESTEHT IMMER AUS

- einem Bild
- einem Titel mit bis zu 80 Zeichen
- einem Teasertext mit bis zu 170 Zeichen

Bilder

- **FORMAT** 16:9; 960x540 Pixel; max. 900 kB
- **FÜR TEASER** Bilder mit zentralem Fokus wählen, da teilweise im Format 1:1 ausgespeilt wird.
- weboptimiertes JPG
- Copyrighthinweis für jedes Bild in Textdatei

Advertorial

- Formatiertes HTML- oder Word-Dokument
- Die Positionen von Bildern im Artikel müssen im Text mit [Bild-Dateiname.JPG] angegeben werden.
- Aufmacherbild immer nach der Überschrift
- Verlinkungen müssen im Text direkt vermerkt werden, alternativ kann der Text unterstrichen und direkt dahinter der Link [http://www.die-verlinkung.de] angegeben werden.
- Videos: Vimeo, Youtube und andere einbettbare Videos sind möglich.
- Externe Links: Beliebig viele sind möglich.



Anlieferung HTML5

Anforderungen

- HTML5 kann als iFrame-Redirect oder HTML-Redirect angeliefert werden.
- Das Werbemittel darf keinen Einfluss auf die Webseite haben (auch ohne HTML5-Doctype) und sollte in einem iFrame gekapselt sein.
- Sind Browserausschlüsse oder Ähnliches nötig, so ist dies bei Anlieferung mitzuteilen.
- HTML5-Banner müssen SSL-fähig sein. Es dürfen keine Bezüge auf HTTP-Verzeichnisse in der Datei enthalten sein.

Elemente

- HTML-Files, CSS, Libraries (JavaScript, JQuery), Bilder, Videos.
- Damit der Aufbau der Medienwebseite und des Werbemittels nicht unnötig verzögert werden, sind Kreative angehalten, die einzelnen Elemente des HTML5-Werbemittels sowohl hinsichtlich ihrer Anzahl als auch der Dateigröße so klein wie möglich zu halten, aber unbedingt die folgenden Limits zu beachten.
- Das HTML5-Werbemittel (HTML-Datei) muss immer index.html heißen.
- Es muss eine HTML5-Datei, JavaScript, CSS, Bilder und Videos in einer Ordnerstruktur als ZIP angeliefert werden.

Dateigröße

- HTML5-Werbemittel inkl. Code und Bilder:
- **GRÖSSE** Desktop: 150 kB; Mobile: 50 kB
- **MAXIMALE NACHGELAGERTE DATEIGRÖSSE** Desktop: 150 kB; Mobile: 100 kB
- **MAXIMALE NUTZENDEN-INITIIERTE NACHLAD-GRÖSSE**: Desktop: 2,5 MB; Mobile: 2 MB
- Dies ist durch Komprimierungs- und Optimierungsverfahren sowie durch sparsame Anwendung von Animationen und Einbindung externer Elemente wie Fonts und Bibliotheken einzuhalten, welche auch bei der Dateigröße hinzuzurechnen sind.



Anlieferung HTML5

iFrame Redirect

- Alle Dateien sind separat gehostet. Es wird eine Klick-URL geliefert, in dieser muss ein Variablenfeld enthalten sein, damit der Klickzähler und die Verlinkung übergeben werden können.
- Alle Dateien müssen auf einem SSL-zertifizierten Server liegen.

Mehrere Banner

- Der oberste Ordner hat eine Portalkennung wenn die Banner sich von Portal zu Portal unterscheiden (z.B. haz).
- Ordner in der zweiten Hierarchieebene sind nach der Werbemittelart benannt, ohne Verlagskennung (z.B. medium-rectangle).
- Bei Anlieferung von mehreren Motiven ist die dritte Ordnerhierarchieebene der Motiv-Ordner (z.B. motiv1).
- In der darunterliegenden Ordnerhierarchieebene liegen die index.html und alle Elemente.
- Alle Dateien müssen Webkonform benannt sein: keine Umlaute, Freizeichen oder Punkte und idealerweise alles kleingeschrieben.

HTML5-Noindex

Damit es zu keinen Listungen von Werbemitteln bei Google kommt, muss im Head der HTML5-Datei Folgendes eingebunden werden:

```
<!DOCTYPE html >  
<html > <head >  
<meta name="robots" content="noindex" / >  
(...)  
</head >  
<body > (...)</body >  
</html >
```



Anlieferung Redirect

Anforderungen

- Redirects / Third-Party-Tags müssen zu Testzwecken freigeschaltet sein.
- Das maximale Dateigewicht des jeweiligen Formates (Spezifikationen) ist verbindlich.
- Für Third-Party-Tags (Adform, Mediamind, Flashtalking, Adition etc.) benötigen wir Trafficking-Anweisungen (Klickzählung).
- Im Third-Party-Tag müssen Anweisungen für einen Timestamp (Zufallszahl) gesetzt sein.
- Wallpaper-JavaScript-Redirects müssen als „Two-tag“-iFrame-Code angeliefert werden. Für den klickbaren Hintergrund muss eine Ziel-URL mit Klickzählung angeliefert werden.
- Das unerlaubte und nicht angekündigte Ausspielen weiterer Skripte ist nicht gestattet.

HTTPS

- Bitte liefern Sie alle Bestandteile der Kampagne (Skript-, iFrame-, Redirect-Tags, Agenturzählpixel und sonstige extern gehostete Ressourcen) als HTTPS-kompatible Komponenten an.
- Dafür ist zuvor sicherzustellen, dass alle Ressourcen auf SSL-zertifizierten Servern gehostet werden. Bitte prüfen Sie, ob die von Ihnen eingesetzten Systeme für das Hosting der Werbemittel diese Möglichkeit standardisiert zur Verfügung stellen.

Framework und Skripte

Bei der Verwendung von Werbemittel-Skripten, Frameworks und Libraries ist sicherzustellen, dass diese gekapselt und nicht im globalen Geltungsbereich der Angebotsseite implementiert werden. Es darf nicht zu Konflikten zwischen der Webseitenfunktionalität und den Werberessourcen kommen. (Das RND behält sich vor, die Ausspielung nötigenfalls abzulehnen bzw. abzubrechen.) Es ist zu beachten, dass alle referenzierten und geladenen Ressourcen für die Gesamtheit der maximal erlaubten Dateigewichte zu berücksichtigen sind. Wenn möglich, ist komplett auf die Einbindung von Frameworks zu verzichten oder die Funktionalität zu reduzieren.



Anlieferung Streaming (Display)

Beschreibung

Der Einsatz von Streaming-Elementen (i.d.R. Werbespots) ist in allen Werbeformen möglich.

Anforderungen

- Die Auslieferung des Werbemittels erfolgt über einen Redirect des Dienstleisters.
- Bitte beachten Sie deshalb dessen Spezifikationen zur Anlieferung der Werbemittel.
- Ein Spot sollte die Länge von 30 Sekunden nicht überschreiten.
- Der Ton darf nur auf Nutzenden-Aktion (Click auf „Ton an“ Button oder Bewegen des Mauszeigers über das Werbemittel) starten und muss ebenso zu beenden sein.
- Als Steuerelemente werden ein „Stopp“- , ein „Pause/ Play“- und ein „Ton an/aus“-Button benötigt.
- Geben Sie den Userinnen und Usern auch die Möglichkeit, sich den Spot ein weiteres Mal anzuschauen. Ein automatisches Loopen des Werbespots ist allerdings nicht erlaubt.
- Nutzen Sie die Möglichkeit der Bandbreitenabfrage, um dem User eine optimale Qualität des Streamings zu gewährleisten.
- Das Video muss in einem Werbemittel (z. B. HTML) eingebettet werden. Die HTML/Video-Datei muss auf einem externen Server zur Verfügung gestellt werden.



Klick- und Impressions-Tracking

Bei Bilddaten

Bei der Nutzung von Standardwerbeformaten kann jedes Werbemittel, welches als GIF-, JPEG- oder PNG-Datei geliefert wird, mittels der „Drittanbieter-Impressions-URL“ mit einem Impressions-Tracking versehen werden.

Bei Sonderformaten kann das Impressions-Tracking für Drittanbieter nicht eingesetzt werden!

Für ein Klick-Tracking muss eine entsprechende Ziel-URL mitgeliefert werden.

Bei HTML5 und Redirect

- Bei gelieferten Skripten, HTML-Dateien oder iFrame-URLs muss das Tracking für Klicks, für den Adserver und ggf. für den Drittanbieter, vollständig durch den jeweiligen Anbieter integriert sein. Hierbei sind die Google-Ad-Manager-Makros

[HTTPS://SUPPORT.GOOGLE.COM/ADMANAGER/ANSWER/2376981?HL=DE](https://support.google.com/admanager/answer/2376981?hl=de) zu verwenden.

- Das Tracking der Impressionen für Drittanbieter muss, sofern gewünscht, ebenfalls fest integriert werden.
- Eine Einbindung weiterer Tracking-URLs durch das Digital Advertising ist nicht möglich!



RedaktionsNetzwerk
Deutschland

Kontakt

Sales

Digital Advertising

sales@rnd.de

[RND.de](https://www.rnd.de)

RND RedaktionsNetzwerk Deutschland GmbH
Ein Unternehmen der MADSACK Mediengruppe