

Technische Spezifikationen IKZ

Datenanlieferung Online Werbemittel

Allgemeine Hinweise für Online Werbemittel

HTML 5	Seite	4
Image / Banner	Seite	5
Redirects	Seite	6
Expandable Werbeformen	Seite	6
Sound und Videos	Seite	7

Display Werbeformate

Superbanner	Seite	10
Skyscraper	Seite	10
Medium Rectangle	Seite	10
Ad Bundle	Seite	10
Wallpaper	Seite	11
Billboard	Seite	11
Halfpage	Seite	11
Fireplace	Seite	11

Mobile Werbeformate

Mobile Medium Rectangle	Seite	12
Mobile Halfpage Ad	Seite	12
Premium Rectangle	Seite	12
Mobile Rollover	Seite	12
MMA 6:1	Seite	13
MMA 4:1	Seite	13
MMA 2:1	Seite	13

Multiscreen Werbeformate

Wallpaper + Mobile Halfpage Ad	Seite	14
Billboard + Mobile Halfpage Ad	Seite	14
Ad Bundle + Mobile Medium Rectangle	Seite	14

Newsletter

Datenanlieferung Newsletter	Seite	16
Textanzeige	Seite	17
Fullsize Banner	Seite	17
Medium Rectangle	Seite	17

Sponsored Post / Online Advertorial

Datenanlieferung Online Advertorial	Seite	20
Online-Beitrag	Seite	21
Werbeteaser Webseite	Seite	21
Textanzeige	Seite	22
Social Media	Seite	22

IKZ Select

Native Article	Seite	25
Display Formate	Seite	25

IKZ Podcast

Themen-Sponsoring	Seite	28
-------------------	-------	----

Allgemeine Informationen:

- Auftragsnummer
- Titel
- Kampagnenname
- Werbeformat
- max. 100 KB pro Werbeform
- Ansprechpartner Reporting

Datenabgabe:

Spätestens 7 Werktage vor Starttermin

Datenanlieferung ausschließlich an:

dispo@strobelmediagroup.de



Hinweis:

Nur bei Beachtung aller aufgeführten Vorgaben kann sichergestellt werden, dass die Kampagne pünktlich starten kann.

- Alle Drittanbieter-Tags und HTML5-Dateien müssen SSL konform sein.
- Eine Anlieferung und Implementierung von Drittanbieter-Tags, Klickcommands und Zählpixel ist jederzeit möglich, sofern diese nicht gegen gesetzliche, insbesondere datenschutzrechtliche Vorschriften verstoßen.
- Systembedingt kann es durch den Einsatz von 3rd-Party-Adservern zu Zählerdifferenzen kommen. Als Abrechnungsgrundlage gelten immer die Zahlen des Verlags aus dem AdServer.
- Je nach Einstellungen der Firewall des Users kann es zu Performance-Abweichungen kommen.
- **Vendoren:**
Wenn Sie technische Dienstleister (Vendoren) nutzen möchten, müssen Sie uns diese bitte vor Kampagnenstart mitteilen.

Image / Banner - Werbemittel

- Formate: GIF, JPG, PNG, WebP oder SWF
- Ziel-URL

Darstellung auf mobilen Endgeräten

- Bitte beachten Sie, dass nicht alle Werbemittel auf allen Endgeräten dargestellt werden können und auch nicht alle unsere Ad-Zonen auf allen Endgeräten gleichermaßen ausgespielt werden.

HTML 5-Werbemittel

- Das Werbemittel muss als ZIP-Datei angeliefert werden.
- Es können beliebig viele Grafiken, CSS, Java oder andere Dateien verwendet werden.
- Pro Werbemittel müssen alle Dateien in einem gemeinsamen Verzeichnispfad innerhalb einer ZIP-Datei liegen.
- Bitte beachten Sie, dass je nach Aufbau des Werbemittels kein Click-Tracking durch unseren Adserver stattfinden kann. Falls ein Click-Tracking durch uns erfolgen soll, lassen wir Ihnen gerne auf Nachfrage nähere technische Informationen zum Aufbau von HTML5-Werbemitteln für unseren Adserver zukommen.
- Für alle HTML-Werbemittel gilt, dass Daten aus Drittanbieterquellen verschlüsselt referenziert werden müssen, da die Inhalte sonst vom Browser geblockt werden. (Aufrufe aller Daten also via https, Aufruf via http reicht nicht aus.)

Redirects

- Redirects sind Werbemittel, die von einem dritten AdServer ausgespielt werden. Die Bauverlag BV GmbH bucht einen Redirect (Verweis) auf diesen AdServer ein.
- Das angegebene maximale Dateigewicht (100 kB) gilt ebenso verbindlich für Redirects.
- Layer als Redirects müssen durch ggf. zu ergänzende URL-Parameter frei positionierbar sein.
- Expandierende Werbemittel und Layer als Redirect müssen Selectboxen, die überdeckt werden, ausschalten und später wieder einschalten.
- Nach dem Einklappen expandierender Werbemittel dürfen keine transparenten Flächen auf der Seite stehen bleiben.
- Bei RichMedia-Redirects muss dokumentiert sein, wie Klicks mitgezählt werden sollen. Ist dies nicht der Fall und können somit keine Klicks gezählt werden, behalten wir uns vor, die Redirects von RichMedia auf Image zu reduzieren.
- Für alle Redirects gilt, dass Daten aus Drittanbieterquellen verschlüsselt referenziert werden müssen, da die Inhalte sonst vom Browser geblockt werden. (Aufrufe aller Daten also via https, Aufruf via http reicht nicht aus.)

Expandable Werbeformen

keine JPEG / JPG Dateien möglich!

Das expandierende Werbemittel wird durch MouseOver aktiviert und klappt sich aus. Bei MouseOut muss das Werbemittel wieder in den ursprünglichen Zustand übergehen (einklappen). Transparente Flächen dürfen keinesfalls klickbar sein. Das Werbemittel muss als **eine Datei** (eine zu Beginn teilweise verdeckte Fläche) angeliefert werden. Bei der Anlieferung von Dateien gilt:

- Die Aktivierung muss im Standard-Werbemittel und das Beenden im expandierten Werbemittel integriert sein.

Bei Redirects für Expandable beachten Sie bitte:

- Das Werbemittel muss so gestaltet sein, dass es durch evtl. zu ergänzende URL-Parameter frei positionierbar ist.
- Expandierende Werbemittel müssen Selectboxen, die überdeckt werden, ausschalten und später wieder einschalten.
- Nach dem Einklappen expandierender Werbemittel dürfen keine transparenten Flächen auf der Seite stehen bleiben.

Sound

Sound in Werbemittel ist erlaubt, wenn folgende Bedingungen eingehalten werden:

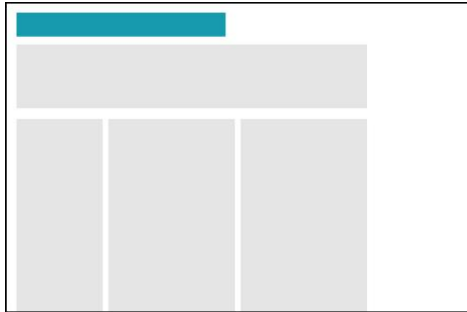
- Beim Start des Werbemittels muss der Sound ausgeschaltet sein. Nur eine eindeutige Aktion durch den User darf den Sound aktivieren (Klick).
- Der Sound muss durch eine deutlich sichtbare Schaltfläche deaktivierbar sein.
- Mit dem Schließen des Werbemittels (z.B. Layer) muss der Sound enden.

Videos

- Formate:
MP4 (HTML5 fähig), OGV, WEBM, FLV, 3GP, MPEG, AVI

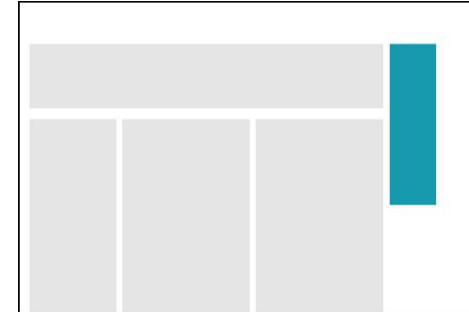
Video-Banner, -Layer, -Interstitials und -Bänderolen werden wie normale Banner behandelt und entsprechend ausgeliefert. Für die Auslieferung von Pre-, Mid- und Post-Rolls sind dagegen spezielle Werbeflächen-Codes und teilweise eine bestimmte Verzahnung (siehe VPAID) mit der Webseite bzw. deren Videoplayer nötig. Bitte beachten Sie dabei, dass Pre-Roll Werbemittel nur auf Pre-Roll Werbeflächen, Mid-Rolls nur auf Mid-Roll-Werbeflächen und Post-Rolls nur auf Post-Roll Werbeflächen geschaltet werden können.

Andere Formate können von uns konvertiert werden, hier bedarf es allerdings einer größeren Vorlaufzeit und individueller Absprache zur Anlieferung der Daten (insbesondere durch möglicherweise höhere Dateigrößen). Bitte beachten Sie, dass nicht in jedem Fall eine optimale Wiedergabequalität gewährleistet werden kann.



Superbanner

Größe: 728 x 90 px.



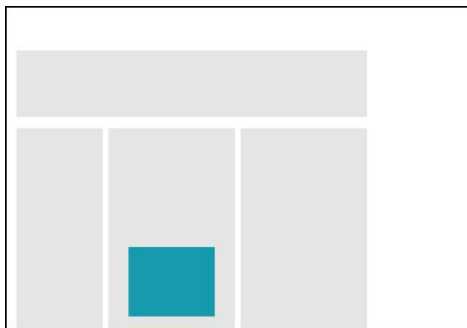
Skyscraper

Größe: 160 x 600 px.

120 x 600 px.

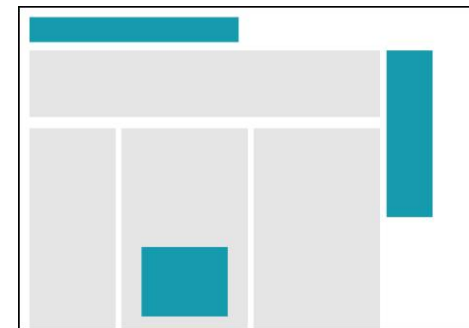
Widesky

Größe: 200 x 600 px.



Medium Rectangle

Größe: 300 x 250 px.

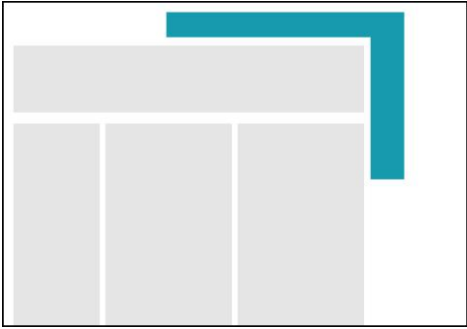


Ad Bundle

Größe: 160 x 600 px. (Sky)

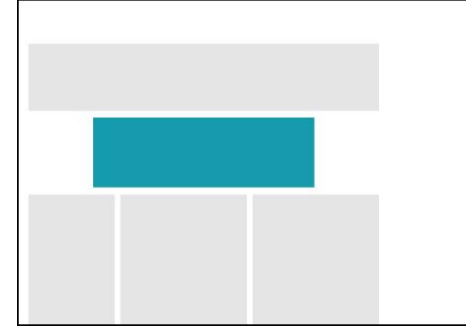
728 x 90 px. (SB)

300 x 250 px. (MR)



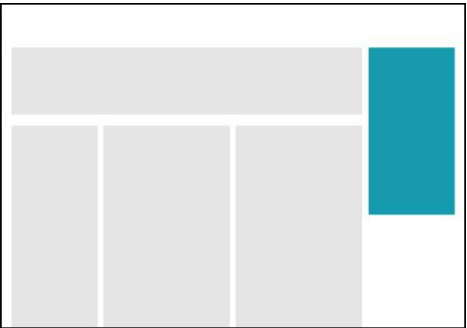
Wallpaper

Größe: 728 x 90 px. (SB)
120 x 600 px. (Site)



Billboard Ad

Größe: 770 x 250 px.
800 x 250 px.
970 x 250 px.



HalfPage

Größe: 300 x 600 px.

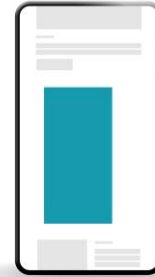


Fireplace

Größe: 160 x 600 px. (Sky links)
728 x 90 px. (SB)
160 x 600 px. (Sky rechts)



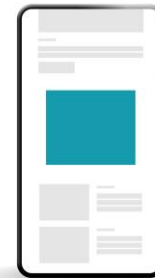
Mobile Medium Rectangle
Größe: 300 x 250 px.



Mobile Halfpage Ad
Größe: 300 x 600 px.



Premium Rectangle
Größe: 300 x 400 px.



Mobile Rollover
Größe: 640 x 960 px.



MMA 6:1
Größe: 300 x 50 px.



MMA 4:1
Größe: 300 x 75 px.



MMA 2:1
Größe: 300 x 150 px.



Wallpaper + Mobile Halfpage Ad

Größen: 728 x 90 px. (SB)
120 x 600 px. (Site)
300 x 600 px.



Billboard + Mobile Halfpage Ad

Größe: 770 x 250 px. oder
800 x 250 px. oder
970 x 250 px.
300 x 600 px.



Ad Bundle + Mobile Medium Rectangle

Größe: 728 x 90 px.
300 x 250 px.
160 x 600 px.
300 x 250 px.

Hinweis:

Multiscreen-Werbeformen stellen die Kombination aus „Displaywerbung Desktop“ und „Displaywerbung Mobile“ dar. Die technische Beschreibung der kombinierten Werbemittel entsprechen denen in der jeweiligen Einzelbeschreibung (vgl. vorherige Seiten).

Newsletter

Allgemeine Informationen:

- Auftragsnummer
- Titel
- Kampagnenname
- Werbeformat
- Max. 60 kB pro Werbeform
- Ansprechpartner Reporting

Datenabgabe:

Spätestens 7 Werktage vor Starttermin

Datenanlieferung ausschließlich an:

dispo@strobeldmediagroup.de



Hinweis:

Nur bei Beachtung aller aufgeführten Vorgaben kann sichergestellt werden, dass die Kampagne pünktlich starten kann.



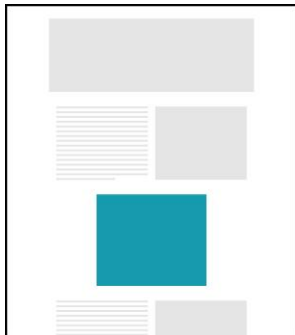
Textanzeige Premium & Textanzeige Content

Bild: 275 x 255 px.
Headline: 50 Zeichen inkl. Leerzeichen
Text: max. 500 Zeichen inkl. Leerzeichen
CTA: wird mit Ihrer Ziel-URL verlinkt



Fullsize Banner

Bild: 468 x 60 px.
URL: Ziel-URL



Medium Rectangle

Bild: 300 x 250 px.
URL: Ziel-URL

Sponsored Post /
Online Advertorial

Ein Sponsored Post / Online Advertorial besteht aus einem Online-Beitrag, der mit einem 4-wöchigen Kommunikationspaket beworben wird.

- Teaser-Text-Anzeige im IKZ Newsletter mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- Teaser-Text auf IKZ.de mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- Medium Rectangle auf der IKZ.de mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- Beworbener Sponsored Facebook-Post über die Facebook- & Instagram Fanpage der IKZ mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- Dauerhafter Online-Beitrag auf IKZ.de (bleibt auch nach den vier Wochen weiterhin über die Suche auffindbar)
- Dauerhafter Native-Article auf IKZ-select

Allgemeine Informationen:

- Auftragsnummer
- Titel
- Kampagnenname
- Werbeformat
- Ansprechpartner Reporting

Datenabgabe:

Spätestens 10 Werktage vor Starttermin

Datenanlieferung ausschließlich an:

dispo@strobeldmediagroup.de



Hinweis:

Nur bei Beachtung aller aufgeführten Vorgaben kann sichergestellt werden, dass die Kampagne pünktlich starten kann.

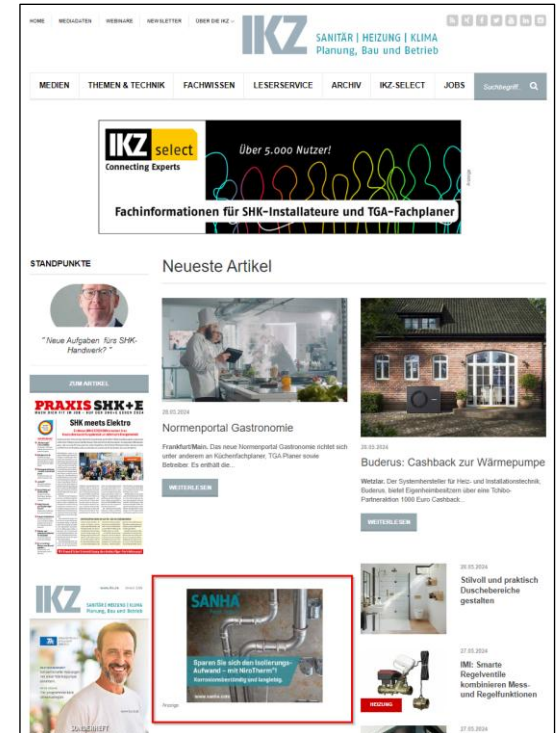
Online-Beitrag auf der Website

- **Aufmacherbild:**
900 x 675 px.
- **Bilder:**
Breite 900 px. (web-fähig)
- **Bildanzahl:**
variabel
- **Verlinkung:**
im Fließtext & Textende möglich
- **Text:**
Länge variabel (Überschrift, Einleitung, Fließtext – Zwischenüberschriften) Bildunterschriften / Bildnachweis



Werbeteaser auf der Website

- **Medium Rectangle**
300 x 250 px.
- **URL:**
verlinkt auf den Online-Beitrag



Textanzeige im Newsletter

- **Bild:**
275 x 255 Px.
- **Headline:**
max. 50 Zeichen inkl. Leerzeichen
- **Text:**
max. 500 Zeichen inkl. Leerzeichen
- **URL:**
verlinkt auf den Online-Beitrag

**SANITÄR | HEIZUNG | KLIMA**
Planung, Bau und Betrieb

Tag des Bades 2024

„Der Tag des Bades 2023 hat gezeigt, wie stark der dreistufige Vertriebsweg sein kann, wenn alle Marktteilnehmer sich auf ein Datum einigen“, sagt VDS-Geschäftsführer Jens J. Wachmann. In diesem Jahr ist es der 21. September. Das Motto lautet „Easy Bathroom – das Leben leichter machen“. Im Mittelpunkt steht der Komfort, mit dem ein gut geplantes und ausgestattetes Badezimmer den Alltag erleichtern kann – nicht erst im Alter.

[mehr »](#)



Bild: Martin Synowick, VDS

Zeit zu(m) Gründen

Der zweite Arbeitsplatz im Büro ist noch leer, aber Heizungsbauer Trifon Ampara hat zweieinhalb Jahre nach der Gründung dafür Pläne. Noch in diesem Jahr will der Jungunternehmer einen Gesellen einstellen. Wo seine Schwerpunkte liegen, und wie während der Coronazeit die ersten Schritte in den Markt verliefen, erfährt die IKZ vor Ort.

[mehr »](#)



Bild: IKZ

Derzeit meistgeklickt auf IKZ.de

Stiebel Eltron startet „Wärmewender-Challenge“

Mit seiner neuen Onlineaktion „Wärmewender-Challenge“ will Stiebel Eltron noch unentschiedenen Hauseigentümern die Entscheidung für eine Wärmepumpe nahebringen. Privatpersonen oder Fachhandwerker stellen auf der Plattform ihre Wärmepumpenlösungen vor. Unter den Teilnehmern werden Preise verlost.

[mehr »](#)



Bild: Stiebel Eltron

Anzeige

Edelstahl für die Heizung?

Allerdings! Mit NiroTherm® von SANHA ist das nicht nur wirtschaftlich, sondern spart auch Zeit. Denn die Fittings müssen nicht aufwändig gegen Außenfeuchte isoliert werden und sind günstiger als Kupfer.

[Weitere Informationen](#)



Auf zur IFH/Intherm: Liveeindruck vom Afrisio-Stand

Einladung an den Messestand von Afrisio. Der Aussteller war schon bei der SHK+E vertreten und kommt auch zur IFH/Intherm in Nürnberg (23. bis 26. April 2024). Auf der SHK+E Essen stellte Marketingleiter Frank Altmann der IKZ live einige neue Produkte vor. [Hier geht's zum Video](#)

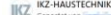
[mehr »](#)



Bild: IKZ

Social Media

- **Bild:**
mind. 1080 x 1080 px.
- **Headline:**
max. 40 Zeichen inkl. Leerzeichen
- **Primärtext:**
max. 125 Zeichen inkl. Leerzeichen
- **Beschreibungstext:**
max. 200 Zeichen inkl. Leerzeichen
- **URL:**
verlinkt auf den Online-Beitrag



Geplant von [Lorenz-Gewinn](#) · 1.1. · [Klima](#)

Allerdings! Mit NiroTherm® von SANHA ist das nicht nur wirtschaftlich, sondern spart auch Zeit. Denn die Fittings müssen nicht aufwändig gegen Außenfeuchte isoliert werden und sind günstiger als Kupfer.



Edelstahl für die Heizung? 🤖
In verschlossenen Kreisläufen wie Heizung oder Kühltürmen ist C-Stahl oft ...

[Insights und Anzeigen ansehen](#) [Beitrag bewerten](#)

[Gefällt mir](#) [Kommentieren](#) [Teilen](#)

IKZ SELECT

Allgemeine Informationen:

- Auftragsnummer
- Titel
- Kampagnenname
- Werbeformat
- max. 100 KB pro Werbeform
- Ansprechpartner Reporting

Datenabgabe:

Spätestens 7 Werktage vor Starttermin

Datenanlieferung ausschließlich an:

dispo@strobelmediagroup.de



Hinweis:

Nur bei Beachtung aller aufgeführten Vorgaben kann sichergestellt werden, dass die Kampagne pünktlich starten kann.

Native Article

- Text:
Überschrift, Einleitung, Fließtext (Zwischenüberschriften möglich) – max. 10.000 Zeichen inkl. Leerzeichen
- Bilder:
ca. 1000 px. Breite; Bildunterschrift / Bildnachweis, max. 10 Bilder
- Verlinkung:
Verlinkungen im Fließtext und am Textende möglich



Hinweis:

Platzierung eines Artikels in der Rubrik WISSEN (Kategorie SelectNews oder SelectProducts)
Umfang, Look & Feel wie redaktionelle Artikel, mit Anzeigenkennung

Display-Werbung

- Top-Banner:
600 x 100 px., im Kopf der gebuchten Rubrik
- Detail-Banner:
300 x 160 px., im Detailbereich der gebuchten Rubrik
- Footer:
600 x 100 px., am Fuß der gebuchten Rubrik



Hinweis:

Bannerschaltung in drei auswählbaren Rubriken, z.B. in [WISSEN](#), [IKZ-ACADEMY](#), [E-KIOSK](#)

IKZ PODCAST

Allgemeine Informationen:

- Auftragsnummer
- Titel
- Kampagnenname
- Werbeformat
- max. 100 KB pro Werbeform
- Ansprechpartner Reporting

Datenabgabe:

Spätestens 7 Werktage vor Starttermin

Datenanlieferung ausschließlich an:

dispo@strobelmediagroup.de



Hinweis:

Nur bei Beachtung aller aufgeführten Vorgaben kann sichergestellt werden, dass die Kampagne pünktlich starten kann.

Themen-Sponsoring

- Themennaher Text im Stil „Produktinformation“ → Textdatei, kein Audio
- Umfang passen für ca. 30 – 45 Sekunden Lauflänge (ca. 1.500 Zeichen normale Lesegeschwindigkeit)
- Hinweise zur Aussprache von Eigennamen / Produktnamen (in Lautschrift)