

# VISOON.

## AD SPECS

DIGITAL 2020

**welt**

**N24 DOKU**

**SOUTH  
PARK**

**COMEDY  
CENTRAL**

**nickelodeon.**

**MTV**

**pluto tv**

**Netzkin®**

**WAT H4**

# INHALT

A. INPAGE ADS	
1. Anlieferung	S. 3
2. Spezifikationen HTML5 – Clicktag	S. 4 – 5
3. Spezifikationen Werbemittel Desktop	S. 6
3.1. Expandable Ads & Streaming Ads	S. 7
4. Sonderwerbformen – TakeOver	S. 8
4.1. Sonderwerbform – Skin	S. 9
5. Besondere Anforderungen nick.de, Nickelodeon App und nickjr.de	S. 10
5.1 Spezifikation Werbekennzeichnung Nick.de	S. 11
6. Spezifikationen Werbemittel – Mobile Web & App	S. 12
B. INSTREAM ADS	S. 13
C. PRODUKTION ONLINE WERBEMITTEL/MICROSITES	S. 14
D. ADDRESSABLE TV	S. 15 – 19

# A. INPAGE ADS

## 1. ANLIEFERUNG

- Die Anlieferung der Werbemittel erfolgt unter folgender Email-Adresse: [ads-germany@vimn.com](mailto:ads-germany@vimn.com)
- Standard Display Werbemittel müssen bis spätestens drei Werkstage, alle anderen Werbemittel (einschließlich Video Ads) bis spätestens fünf Werkstage vor Kampagnen-Start bei Visoon Video Impact vorliegen.
- HTML5 Werbemittel sollten als Redirect angeliefert werden. Ausnahmen finden Sie in den unten genannten Tabellen.
- Redirects können über folgende Server erfolgen: Doubleclick RichMedia, Atlas RichMedia, Flashtalking, AdForm
- Redirects über alternative Server müssen zuvor getestet werden

# A. INPAGE ADS

## 2. SPEZIFIKATIONEN HTML5 - CLICKTAG

- Click-Tags definieren Click-URLs für jeden Exit in Ihrem HTML5-Creative. Ein Exit ist ein Bereich, mit dem der Browser nach einem Click auf eine bestimmte Zielseite weitergeleitet wird.
- Wenn ein Nutzer auf einen Exit clickt, ruft das Creative die Click-URL für den entsprechenden Exit aus dem Google Ad Manager ab. Legen Sie diese URL je nach Bedarf und abhängig vom Typ des verwendeten Creatives in Ihrem Creative oder in Ihrer Anzeige fest. Wenn Sie Click-Tags sowohl in Ihrem Creative als auch in Ihrer Anzeige festlegen, hat die Einstellung auf Anzeigen-Ebene eine höhere Priorität als die Einstellungen auf Creative-Ebene.
- Google Ad Manager erkennt Click-Tags, wenn Sie Assets hochladen. Sie können die vom Click-Tag verwendete Click-URL jederzeit ändern, selbst wenn Sie bereits Tags exportiert haben.
- Einige Best Practices für die Einrichtung von Click-Tags:
  - In Ihrem Creative muss die Click-Tag-Variable als Clickziel verwendet werden.
  - Das Click-Tag sollte für den Ad-Server leicht lesbar – also nicht minifiziert – sein und keinen verworrenen Code enthalten. Im restlichen Code und in den anderen Dateien können Sie jedoch Minifizierer verwenden.
  - Sie sollten die Click-URLs in Ihrem Asset nicht hartcodieren, da Google Ad Manager sonst keine Clicks erfassen kann und Trafficker daran hindert, die URL zu aktualisieren. Nach dem Hochladen erhalten Sie in Google Ad Manager eine Warnung, wenn sich hart codierte URLs im Asset befinden.

# A. INPAGE ADS

3 SPEZIFIKATIONEN WERBEMITTEL - DESKTOP

INPAGE	FORMAT (px)	IAB AD UNIT	JPEG, GIF, PNG	HTML	WEITERE INFOS
Leaderboard	728x90	8:1	90KB	300KB	
Medium Rectangle	300x250	1:1			
Skin	1000x1920		300KB	-	Siehe bitte weitere Infos zum Skin auf Seite 9
Billboard	970x250	4:1	90KB	300KB	

# A. INPAGE ADS

## 3.1. EXPANDABLE ADS UND STREAMING ADS

### Expandable - Hosting durch Drittanbieter

- Die Auslieferung des Werbemittels erfolgt über einen Redirect des Dienstleisters.
- Der Expand-Effekt findet statt, sobald der User seine Maus über das Werbemittel bewegt.
- Verlässt die Maus das expandierte Werbemittel, muss es in seine nicht expandierte Größe zurückkehren.

INPAGE	FORMAT (px) REGULAR	FORMAT (px) EXPANDED
Leaderboard	728x90	728x400
Medium Rectangle	300x250	600x500

### Streaming – Hosting durch Drittanbieter

- Die Auslieferung des Werbemittels erfolgt über einen Redirect des Dienstleisters.
- Ein Spot sollte die Länge von 30 Sekunden nicht überschreiten.
- Der Ton darf nur auf Useraktion (Click auf "Ton an"-Button) oder via Mouse-Over starten.
- Als Steuerelemente benötigen wir einen "Stop"-, einen "Pause/Play"- und einen "Ton an/aus"-Button.
- Startet der Ton via Mouse-Over, so muss dieser via Mouse-Out wieder stoppen.
- Geben Sie den Usern auch die Möglichkeit, sich den Spot ein weiteres Mal anzuschauen.
- Ein automatisches Looping des Werbespots ist allerdings nicht erlaubt.

# A. INPAGE ADS

## 4. SONDERWERBEFORMEN - TAKEOVER

### HOMEPAGE-TAKEOVER & ENTRYPAGE-TAKEOVER

- Neben der exklusiven Homepage-Belegung wird das Takeover auch auf der ersten Unterseite ausgeliefert, wenn ein User z.B. über eine Suchmaschine direkt auf diese Unterseite gelangt

#### Kreationsmöglichkeiten Southpark.de

- Billboard mit Hintergrundeinfärbung bzw. Hintergrundbild

Dateiformate Billboard:

jpg, gif, png, HTML5

Hintergrundeinfärbung bzw. Hintergrundbild:

Ein Hexcode oder ein Hintergrundbild (jpg)

Die Elemente müssen getrennt angeliefert werden.

#### Kreationsmöglichkeiten MTV.de

- Skin (siehe Seite 11)

# A. INPAGE ADS

## 4.1. SONDERWERBEFORMEN – SKIN MTV.DE



- Anlieferung erfolgt als jpg, gif oder png mit max. 300KB
- Das Werbemittel muss als ein Element mit dem Gesamtmaß von 1000x1920px angeliefert werden



# A. INPAGE ADS

## 5. BESONDERE ANFORDERUNGEN NICK.DE, NICKELODEON APP UND NICKJR.DE

- Es dürfen keine direkten Kaufaufforderungen oder an Kinder gerichtete Aufforderungen, die lediglich eine Umschreibung direkter Kaufaufforderungen sind, verwendet werden
- Alle Werbeformen müssen stets als „Werbung“ gekennzeichnet, Schriftgröße / -Art deutlich erkennbar
- Es dürfen keine entwicklungsbeeinträchtigenden Werbeinhalte oder Werbeinhalte die den Interessen von Kindern oder Jugendlichen schaden oder deren Unerfahrenheit ausnutzen, verbreitet werden
- Alle Werbemittel müssen/werden einheitlich durch den deutlichen und kontrastreichen Hinweis „Werbung“ in unmittelbarer räumlicher Nähe zum Werbemittel gekennzeichnet sein (Format siehe einzelne Werbemittel).
- Die Gestaltung des Werbemittels muss sich klar von der Gestaltung der redaktionellen Seite abgrenzen (Siehe Werbekennzeichnung ff.), insbesondere darf die Hintergrundfarbe des Werbemittels nicht mit Farben von Seitenelementen übereinstimmen.
- Werbung in Form von (Text)links muss als werbliche Verlinkung erkennbar sein.
- Bei Verlinkung auf externe Shops, muss/wird für 10 Sekunden eine Seite mit entsprechendem Hinweis vorgeschaltet (werden): <http://www.nick.de/redirect?goto=URL>
- Die Einbindung von Trailern / Teasern zu Filmen / Games mit einer Einschätzung FSK 12 ist in Ordnung, solange der Trailer eine Einschätzung FSK 0 oder FSK 6 hat.

# A. INPAGE ADS

## 6. SPEZIFIKATIONEN WERBEMITTEL – MOBILE WEB & APP

INPAGE	FORMAT (px)	IAB AD UNIT	GEWICHT	DATEIFORMAT	ANMERKUNGEN	
Interstitial – Smartphone App	320x480; 640x960 (HD)	2:3	100KB	JPEG, GIF, PNG	App only!	
Interstitial – Tablet App	768x1024 (Portrait)	3:4			App only!	
	1024x768 (Landscape)	4:3				
	1536x2048 (Portrait HD)	3:4				
	2048x1536 (Landscape HD)	4:3				
Medium Rectangle	300x250; 600x500 (HD)	1:1			JPEG, GIF, PNG, HTML5	Mobile Web & App
Mobile Banner	320x50; 640x100 (HD)	6:1			JPEG, GIF, PNG, HTML5	Mobile Web & App

- Anlieferung Interstitial:
  - Formate für Smartphone App und Tablet App
  - Mobile Apps: physische Anlieferung nötig
- Die Anlieferung von HD Formaten ist optional
- Alle Werbemittel müssen mit „-w-“ als Werbung gekennzeichnet sein. Die Schriftgröße muss mindestens 9pt betragen, serifenlos sein und sich farblich vom Werbemittel abgrenzen.

# B. INSTREAM ADS

## ANLIEFERUNG UND SPEZIFIKATIONEN

- Werbemittel müssen bis spätestens fünf Werktage vor Kampagnen-Start bei Visoon Video Impact vorliegen.
- Das Video Ad muss in der Ihrer Buchung entsprechenden Länge (7 – 30 Sekunden) eingehen.
- Mobile Video Ads dürfen max. 20 Sekunden lang sein.
- TV-Spot Standard 16:9
- Die Einbindung von Trailern / Teasern zu Filmen / Games auf NICK.de mit einer Einschätzung FSK 12 ist in Ordnung, solange der Trailer eine Einschätzung FSK 0 oder FSK 6 hat.
- Nach GDPR werden für Youtube-Belegungen nur noch *Google Ad Manager* VAST 2 (non-skippable ads) oder VAST 3 Tags (non-skippable und skippable ads) akzeptiert. Testlink: <https://ytvastqa.appspot.com/>

### Technische Daten Bild:

Format: 640x360, H.264 (MP4), max.4 MB  
TV Standard: PAL

Standard: PAL DV High Quality  
Aspect ratio: 16:9

Frame rate (fps): 25  
Bitrate: 512 kbps (mobil orientiert)

### Technische Daten Ton:

Codec: AAC  
Output channel: Stereo  
Frequency: 48 kHz  
Bitrate: 192 kbps

# C. PRODUKTION ONLINE WERBEMITTEL/MICROSITES

## *BRAND SOLUTIONS KOOPERATIONEN*

Der Kunde stellt Visoon Video Impact folgendes Material für die Erstellung der Werbemittel bis spätestens drei Wochen vor Kampagnenstart zur Verfügung:

- Produktinformationen
- Texte (Pressemitteilungen, Produktbooklet, etc.)
- Bilder (Screenshots, Productpackages, Gewinnspielbilder)
- Kampagneninformationen
- Artwork (ggf. Schriftart, hochauflösendes Logo, etc.)
- Styleguides

Für Microsites und Werbemittel mit Geo-Targeting (Auslieferung in Österreich und in der Schweiz) beträgt die Vorlaufzeit für die Produktion vier Wochen vor Kampagnenstart.

Für die Erstellung einer mobile Microsite stellt der Kunde folgendes Material bis spätestens sechs Wochen vor Kampagnenstart an Visoon Video Impact zur Verfügung:

- Produktinformationen
- Texte
- Bilder
- Kampagneninformationen, Artwork etc.

# D. ADDRESSABLE TV FORMATE UND SPECS

Format	Abmessungen	Dateiformat	max. Dateigröße	3rd Party Redirect	3rd Party Tracking	Interaktions-Möglichkeiten
Switch In XXL	284x720 px + 996x160 px Anlieferung als eine Datei (1280x720 px); Hintergrund schwarz bei JPG	PNG oder JPG	160 kb	nein	bei Verifizierung des Partner Proxy User-agents beim eingesetzten Tracking- Anbieter möglich	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Click-to-Microsite</li> <li>▪ Click-to-Video (max. 55")</li> </ul>
Switch in Classic	420x240 px (420x217 frei gestaltbar)	PNG oder JPG	80 kb	nein		
Switch In Freestyle	420x420 px	PNG	120 kb	nein		

**ANIMATIONEN** sind bei allen Formaten möglich (GIF-Format, max. 480Kb), jedoch mit maximal 5 fps. Es muss ein nicht animiertes Fallback-Format angeliefert werden, da nicht sichergestellt werden kann, dass die Animation auf allen Geräten einwandfrei funktioniert.

### Zwingende Anforderungen für alle Werbemittel

- ▶ **Kennzeichnung „Werbung“:**
  - „Werbung“ enthalten sein und gut erkennbar/ lesbar sein
  - Schriftgröße mind. 22px
  - Hintergrund einfarbig, Schriftfarbe muss sich deutlich von Hintergrundfarbe abheben
  - Elemente in direkter Umgebung (bspw. Yellow Button) dürfen nicht größer sein
- ▶ Ein blauer Button mit dem Hinweis „Datenschutz“ muss enthalten sein
- ▶ In der „Safe Area“ (45x25Px) dürfen keine relevanten Informationen wie Logos oder Text platziert werden

### Ergänzende Anforderungen für interaktive Werbemittel

- ▶ Bei interaktiven Werbemitteln muss zusätzlich ein „Yellow Button“ mit entsprechendem call-to-action enthalten sein
- ▶ **\*Click-to-Video**
  - Das Video darf keine aktuelle TV Kampagne sein
  - Der klare Texthinweis auf den Start eines Videos muss im Werbemittel enthalten sein, bspw. „Jetzt Video starten“
  - Maximale Länge des Videos 55 Sekunden

# ADDRESSABLE TV

## *VORLAUFZEITEN*

### **WERBEMITTEL**

- mind. 5 Werkzeuge vor Kampagnenstart

### **MICROSITES**

- Anlieferung aller Assets (Videos, Bilder) mind. 10 Werkzeuge vor Kampagnenstart

### **MICROSITES / EXTERNE ENTWICKLUNG (CUSTOM MICROSITES)**

- Übergabe der finalen Microsite mind. 10 Werkzeuge vor Kampagnenstart
- Technische Kontrolle und Live-Stellung in der Infrastruktur erfolgt durch Visoon Dienstleister

# ADDRESSABLE TV

## SWITCH IN SPECS

### SWITCH IN CLASSIC

**Dateiformat:** PNG oder JPG  
**Abmessungen:** 420x240Px (420x217Px frei gestaltbar)  
**Max. Dateigröße:** 80Kb  
**DOWNLOAD TEMPLATE:** <http://bit.ly/2i6g15b>

#### Interaktion als Option

Reines Branding-Format ohne Interaktion

- Click-to-Video\*
- Click-to-Microsite

#### Zwingende Anforderungen für alle Werbemittel

Kennzeichnung „Werbung“ mind. 22px (siehe detaillierte Anforderungen in Übersicht)

- Der blaue Button „Datenschutz“ muss enthalten sein
- Platzierung für „Werbung“, „Datenschutz“ ist Empfehlung
- In der Safe Area und der Senderleiste dürfen keine relevanten Informationen wie Logos oder Text stehen

#### Ergänzende Anforderungen für interaktive Werbemittel

Bei interaktiven Werbemitteln muss zusätzlich ein „Yellow Button“ mit entsprechendem Hinweis enthalten sein

- \*Click-to-Video
  - Das Video darf keine aktuelle TV Kampagne sein
  - Der klare Texthinweis auf den Start eines Videos muss im Werbemittel enthalten sein, bspw. „Jetzt Video starten“
  - Maximale Länge des Videos 55 Sekunden

### SWITCH IN FREESTYLE

**Dateiformat:** PNG oder JPG  
**Max. Dateigröße:** 120KB  
**Abmessungen:** 420x420 (maximal 50% transparent)  
**DOWNLOAD TEMPLATE:** <http://bit.ly/2ivf0Hd>

#### Interaktion als Option

Reines Branding-Format ohne Interaktion

- Click-to-Video\*
- Click-to-Microsite

#### Zwingende Anforderungen für alle Werbemittel

Kennzeichnung „Werbung“ mind. 22px (siehe detaillierte Anforderungen in Übersicht)

- Der blaue Button „Datenschutz“ muss enthalten sein
- Station Area: empfohlene Platzierung für „Werbung“, „Datenschutz“ und „Yellow Button“
- In der Safe Area und der Senderleiste dürfen keine relevanten Informationen wie Logos oder Text stehen

#### Ergänzende Anforderungen für interaktive Werbemittel

- Bei interaktiven Werbemitteln muss zusätzlich ein „Yellow Button“ mit entsprechendem Hinweis enthalten sein
- \*Click-to-Video
  - Das Video darf keine aktuelle TV Kampagne sein
  - Der klare Texthinweis auf den Start eines Videos muss im Werbemittel enthalten sein, bspw. „Jetzt Video starten“
  - Maximale Länge des Videos 55 Sekunden

### SWITCH IN XXL

**Dateiformat:** PNG oder JPG  
**Abmessungen:** 284x720Px + 996x160Px  
**Max. Dateigröße:** 160Kb  
**DOWNLOAD TEMPLATE:** <http://bit.ly/2izdLos>

#### Interaktion als Option

- Reines Branding-Format ohne Interaktion
- Click-to-Video\*
- Click-to-Microsite

#### Zwingende Anforderungen für alle Werbemittel

- Kennzeichnung „Werbung“ mind. 22px (siehe detaillierte Anforderungen in Übersicht)
- Der blaue Button „Datenschutz“ muss enthalten sein
- Platzierung für „Werbung“, „Datenschutz“ ist Empfehlung
- In der Safe Area und der Senderleiste dürfen keine relevanten Informationen wie Logos oder Text stehen

#### Ergänzende Anforderungen für interaktive Werbemittel

- Bei interaktiven Werbemitteln muss zusätzlich ein „Yellow Button“ mit entsprechendem Hinweis enthalten sein
- \*Click-to-Video
  - Das Video darf keine aktuelle TV Kampagne sein
  - Der klare Texthinweis auf den Start eines Videos muss im Werbemittel enthalten sein, bspw. „Jetzt Video starten“
  - Maximale Länge des Videos 55 Sekunden

### SWITCH IN SPOT / BUMPER

Video (MP4, H.264, 1280x720px, 25fps, Profile 4.0 high, 192/1800 KBit/s max. a/v Bitrate, optimiert für Web, Lautheit ~-23 LUFS – siehe <https://bit.ly/2tLtyat>

# ADDRESSABLE TV

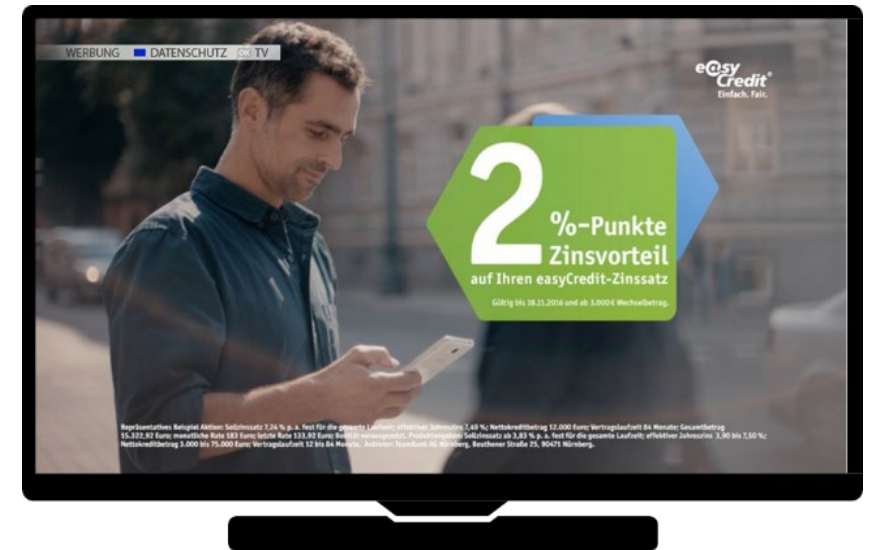
*CLICK-TO-VIDEO*

## INFOLEISTE ALS OVERLAY (360X23PX)

- Overlay nicht in Video enthalten, wird automatisch vom Dienstleister integriert
- Overlay blendet nach 5 Sekunden aus, erscheint wieder nach Nutzerinteraktion (über Fernbedienung)
- Kennzeichnung "Werbung" ist immer sichtbar

## VIDEOFORMAT

- Video (MP4, H.264, 1280x720Px, 25Fps, Profile 4.0 high, 192/1800Kbit/s max. a/v Bitrate, optimiert für Web)





# ADDRESSABLE TV

## *MICROSITE*

- Addressable TV Microsites müssen dem HbbTV/CE-HTML Standard entsprechen
- Die Entwicklung von HbbTV Microsites erfordert entsprechendes Know-How und Zugriff auf HbbTV-Geräte für Entwicklung und Testing
- Alle Microsites werden auf der smartclip Infrastruktur gehostet und durchlaufen vor der Live-Stellung eine technische Kontrolle auf verschiedenen TV-Geräten
- **EMPFEHLUNG: ERSTELLUNG VON MICROSITES MIT SMARTCLIP TEMPLATES**
  - smartclip ermöglicht die Produktion von Microsites auf Basis standardisierter Templates
  - Die Vorlaufzeit und der Umsetzungsaufwand lassen sich damit auf 5-10 Tage minimieren
- **EXTERNE ENTWICKLUNG VON MICROSITES (CUSTOM MICROSITES)**
  - Grundsätzlich ist die Entwicklung von Microsites durch externe Dienstleister möglich
  - smartclip prüft alle Microsites auf verschiedenen HbbTV-Geräten, um einen fehlerfreien Betrieb sicherzustellen
  - smartclip übernimmt keine Verantwortung für Verzögerungen, die aus fehlerhaft angelieferten Microsites entstehen

**VISOON.**

VISOON VIDEO IMPACT

**KONTAKT**

## **STEFAN BARCHFELD**

DIRECTOR SALES & STRATEGY

☎ +49 211 54099 122

📱 +49 151 62421 724

✉ stefan.barchfeld@visoon.de

## **CHRISTIAN HELMS**

SENIOR ACCOUNT DIRECTOR

☎ +49 30 700 170 228

📱 +49 151 1465 9883

✉ christian.helms@visoon.de

## **KNUT REESCH**

SENIOR ACCOUNT DIRECTOR

☎ +49 30 700 170 229

📱 +49 151 1465 9887

✉ knut.reesch@visoon.de

## **KIRAN KAPUR**

ACCOUNT DIRECTOR

☎ +49 30 700 170 280

📱 +49 160 3611 894

✉ kiran.kapur@visoon.de

## **KOLJA LAMZA**

SENIOR ACCOUNT DIRECTOR

☎ +49 211 54099 120

📱 +49 151 1624 4655

✉ kolja.lamza@visoon.de

## **PARISA MIRZAEI**

JUNIOR ACCOUNT DIRECTOR

☎ +49 211 54099 121

📱 +49 160 3611 763

✉ parisa.mirzaei@visoon.de

## **THORSTEN BINNÉ**

SENIOR ACCOUNT DIRECTOR

☎ +49 211 54099 124

📱 +49 160 3611 857

✉ thorsten.binne@visoon.de

## **MAGDALENA IDZIAK**

ACCOUNT DIRECTOR

☎ +49 211 54099 125

📱 +49 160 3611 747

✉ magdalena.idziak@visoon.de

## **JULIA LOHSE**

JUNIOR ACCOUNT DIRECTOR

☎ +49 211 54099 181

📱 +49 160 3611 727

✉ julia.lohse@visoon.de

## **LAURA HUMMER**

ACCOUNT DIRECTOR

☎ +49 211 54099 130

📱 +49 151 4226 8247

✉ laura.hummer@visoon.de

# VISOON.

## RECHTLICHER HINWEIS

Die in diesem Dokument enthaltenen Inhalte unterliegen ggf. (urheber-) rechtlichem Schutz. Sie sind nur im Rahmen des projektbezogenen Zwecks zu nutzen und vertraulich zu behandeln. Eine projektfremde Nutzung und eine Weitergabe an Dritte ist damit unzulässig. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der VISOON Video Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter [www.visoon.de/agb](http://www.visoon.de/agb)

## IMPRESSUM

VISOON Video Impact GmbH & Co. KG  
Sitz Berlin, Amtsgericht Charlottenburg HRA 51659 B  
Persönlich haftende Gesellschafterin: VISOON Video Impact Management GmbH Sitz Berlin,  
Amtsgericht Charlottenburg HRB 171975 B  
Geschäftsführer: Franjo Martinovic (Vorsitzender), Kai Ladwig

WELT

N24 DOKU

SOUTH  
PARK

COMEDY  
CENTRAL

nickelodeon.

MTV

pluto tv

Netzkino®

WAT H4