

group^m nexus

Spezifikationen

Inhaltsverzeichnis

Integrated Display

[DISPLAY](#)

[MOBILE](#)

[NATIVE](#)

[GAMING](#)

Integrated Video

[VIDEO](#)

[NATIVE](#)

[GAMING](#)

Integrated Audio

[Audio](#)

Integrated Cross Channel

[DOOH & Display](#)

Advanced TV

[Video](#)

STREAM GREEN

[Display & Video](#)

Allgemeine Informationen

Die Spezifikationen beinhalten alle relevanten Informationen rund um die verfügbaren Integrated Display, Integrated Video, Advanced TV und Cross Channel Werbeformate.

Bitte beachten:

- Anlieferungszeit: Nur wenn das Briefing mindestens **5 Werktage** vor Kampagnenbeginn erfolgt, können wir einen pünktlichen Start gewährleisten. Für Sonderwerbeformate, insbesondere bei DCO, können deutlich längere Vorlaufzeiten nötig sein.
- Ein 1x1 Rahmen mit klarem Kontrast zum Content muss für alle Displaywerbemittel vorhanden sein.
- Die grundsätzliche Anlieferung erfolgt über Redirects (Ausnahmen sind BTK's, Gaming, Audio und Advanced TV). Alle Bestandteile dieser Redirects müssen https-kompatibel sein.
- Anlieferung und Support: DX_DE_xaxis_ads@groupm.com & DX_DE_dmo@groupm.com
- Zusätzliche 3rd-Party Scripte/Pixel können nur auf Anfrage akzeptiert werden. Bei Anlieferung sind Nexus Zahlen abrechnungsrelevant.
- Die Anlieferung von Streaming-, Rich Media-Werbemitteln oder Sonderwerbeformaten ist nur nach Absprache mit dem Sales Team möglich: DX_DE_premiumsolutions_sales@groupm.com
- In Ausnahmefällen kann eine Physische Anlieferung erfolgen.
- Physische Formate müssen als HTML5 (Display Ads) / jpg, gif / MP4 (Video Ads) angeliefert werden. Alle Bestandteile des Werbemittels müssen https-kompatibel sein.
- Bei der physischen Anlieferung von Werbemitteln (nach Absprache mit Sales Team) sind die Adition Spezifikationen zu beachten. Diese sind zu finden unter: https://wiki.adition.com/images/5/51/ADITION_HTML5_Specs_20_04_2020.pdf

Integrated Display

Display

1/2

Superbanner/ Leaderboard	Größe	728x90
	Max. Dateigewicht	200 kB inkl. Fallback
	Format	HTML5
	Fallback	.gif, oder .jpg
	Animation	zulässig, max. 30 Sek.
Skyscraper	Größe	120x600
	Max. Dateigewicht	200 kB inkl. Fallback
	Format	HTML5
	Fallback	.gif, oder .jpg
	Animation	zulässig, max. 30 Sek.
Wide Skyscraper	Größe	160x600
	Max. Dateigewicht	200 kB inkl. Fallback
	Format	HTML5
	Fallback	.gif, oder .jpg
	Animation	zulässig, max. 30 Sek.
Medium Rectangle	Größe	300x250
	Max. Dateigewicht	200 kB inkl. Fallback
	Format	HTML5
	Fallback	.gif, oder .jpg
	Animation	zulässig, max. 30 Sek.

Integrated Display

Display

2/2

Halfpage Ad	Größe	300x600
	Max. Dateigewicht	200 kB inkl. Fallback
	Format	HTML5
	Fallback	.gif, oder .jpg
	Animation	zulässig, max. 30 Sek.
Billboard Ad	Größe	800x250 und 970x250 (bitte beide Formate anliefern)
	Max. Dateigewicht	200 kB inkl. Fallback
	Format	HTML5
	Fallback	.gif, oder .jpg
	Animation	zulässig, max. 30 Sek.
Sitebar Ad	Größe	300x600
	Max. Dateigewicht	2 MB
	Format	HTML5 (responsive)
	Fallback	.gif, oder .jpg
	Animation	zulässig, max. 30 Sek.
	Hinweise	Eine physische Anlieferung des Creatives ist erforderlich (Zip-File), Redirects nur nach Absprache. Alle Bestandteile müssen responsive angeliefert werden! Hosting erfolgt in Adition; das Creative kann nach Absprache von der Kreativagentur direkt dort hochgeladen werden. Rückfragen bitte an: DX_DE_dmo@groupm.com DX_DE_PS_campaign_wavemaker@groupm.com DX_DE_PS_campaign_mindshare@groupm.com DX_DE_PS_campaign_essencemediacom@groupm.com

Integrated Display

Mobile

1/1

Mobile Content Ads (6:1, 4:1, 2:1 & Mobile Medium Rectangle)	Größe	Smartphone: 300x50 (6:1) 320x50 (6:1) 300x75 (4:1) 300x150 (2:1) 300x250 (Mobile Medium Rectangle) Tablet: 300x250 728x90
	Max. Dateigewicht	Smartphone: 40 kb inkl. Fallback Tablet: 150 kb inkl. Fallback
	Format	HTML5, .png, .gif oder .jpg
	Animation	zulässig, max. 15 Sek.
Mobile Interstitial	Größe	Smartphone: 320x480 + 480x320
	Max. Dateigewicht	150 kb inkl. Fallback
	Format	HTML5, .png, .gif oder .jpg
	Animation	zulässig, max. 15 Sek.
Mobile Understitial	Hinweis	In dem Creative muss bereits ein Close Button integriert sein, welcher nach IAB Vorgaben erstellt wurde.
	Größe	Smartphone: 320x480 + 480x320
	Max. Dateigewicht	150 kb inkl. Fallback
	Format	HTML5, .png, .gif oder .jpg
MRAID	Animation	zulässig, max. 15 Sek.
	Größe	Smartphone: 320x50 320x480 + 480x320
	Max. Dateigewicht	150 kb inkl. Fallback
	Format	HTML5, .png, .gif oder .jpg

Integrated Display – Native

Bild-Text-Kombination

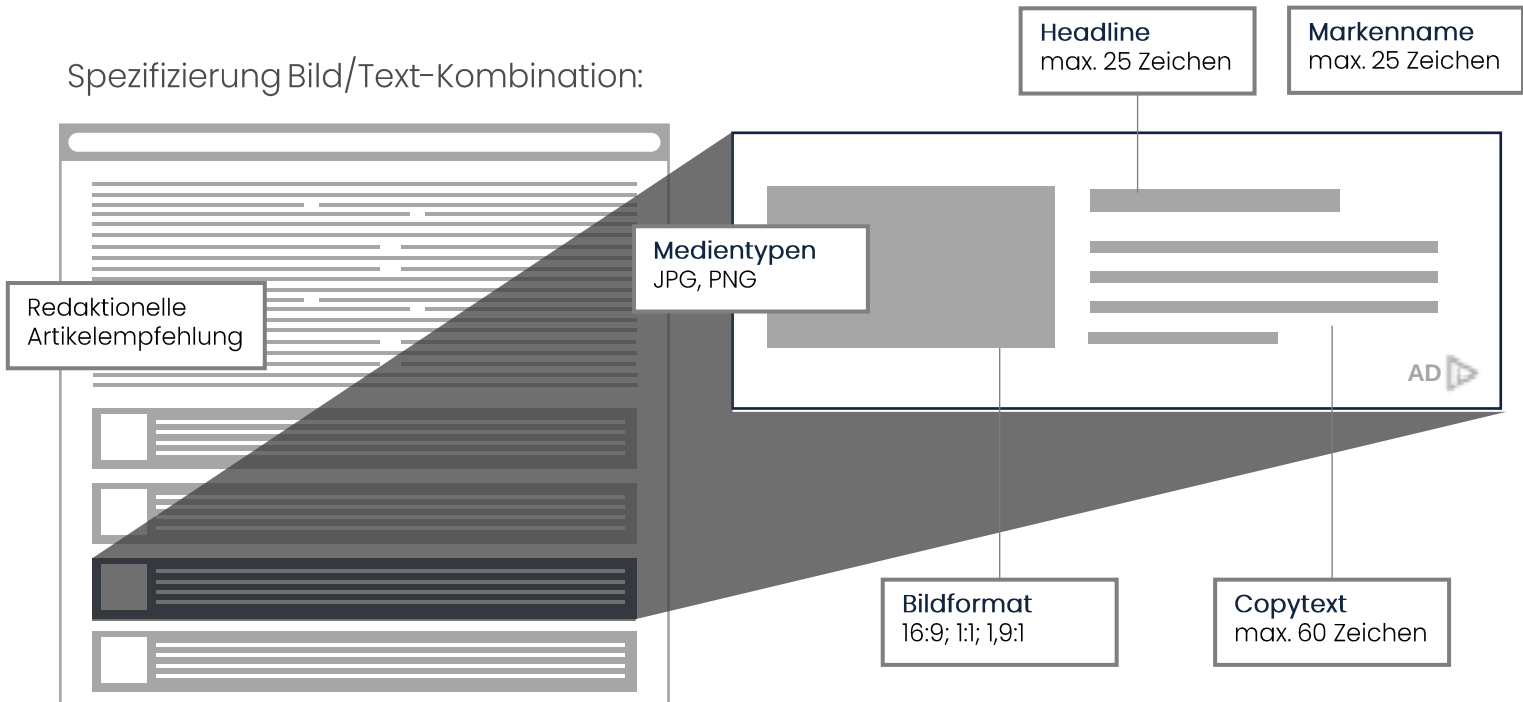
1/5

Bild-Spezifikationen	Dateiformat	.jpg, .png
	Format und Abmessung	16:9 (1200 x 675 px) Optional: 4:3, 1:1, mind. 1200 px breit 100 kB (Empfehlung) Wir empfehlen Bilder, Text und Logo (optional) separat anzuliefern und nicht bereits vorab im Bild zu integrieren. Bei der Ausspielung wird das Logo nicht im Bild integriert. Im Ausnahmefall müssen Logos bzw. Text mit einer Safe Zone von 10% zum Bildrand platziert werden. Zudem benötigen wir dann das Bild in den Formaten 16:9, 4:3 und 1:1. Eine Ausspielung des Logos ist Publisher-abhängig.
	Dateigröße	100 kB (Empfehlung)
Text-Spezifikationen	Hinweis	Abhängig vom Publisher werden BTKs teilweise nur title only ausgespielt. Daher wird empfohlen, die Headline möglichst aussagekräftig zu formulieren. Bitte beachten, dass der Markenname je nach Publisher über oder unter dem Copytext angezeigt werden kann.
	Headline	max. 25 Zeichen (inklusive Leerzeichen)
	Copytext	max. 60 Zeichen (inklusive Leerzeichen)
	Markenname	max. 25 Zeichen (inklusive Leerzeichen)

Integrated Display – Native Bild-Text-Kombination

2/5

Spezifizierung Bild/Text-Kombination:



Tipps & Tricks

Headline

Die Headline sollte den USP, Rabatt, etc. vermitteln. Sie soll das Interesse des Kunden wecken.

Copytext

Der Copytext sollte nur relevante Informationen enthalten.

Call-to-Action

Der Actionlink aktiviert den User zum Klicken und führt ihn auf die Landingpage/Ziel-URL.
z.B.: Jetzt informieren/Hier buchen!/Jetzt bestellen!

Bild

Vermeiden Sie Logos, Text und detailreiche Darstellung im Bildmaterial (Skalierung)

Integrated Display – Native

Bild-Text-Kombination

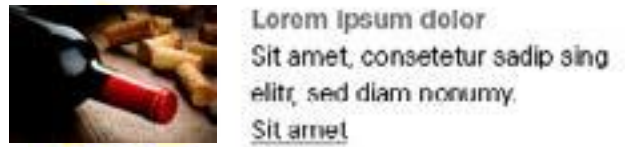
3/5

Negatives Beispiel:



Viel Text im Bild irritiert den User und sorgt für Desinteresse, da es unleserlich wirkt.

Positives Beispiel:



Ein klares Bild, mit einer klaren Aussage und Text zur Erläuterung.

Bitte vermeiden

URLs im Text

Telefonnummern

Sonderzeichen

Umlaute

Übermäßige Zahlenangaben

Integrated Display – Native

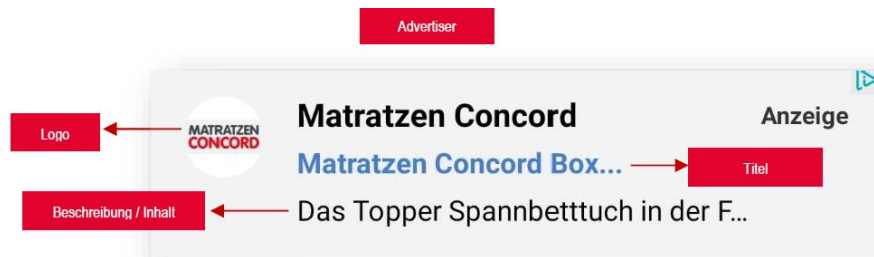
Inbox Ad

4/5

**Bild-/ Text-
Spezifikationen**

Advertiser	25 Zeichen
Titel	25 Zeichen
Beschreibung/Inhalt	90 Zeichen
Call-to-Action	15 Zeichen (optional)
Logo	160x160px

Beispiel:



Integrated Display – Native

Story Ad

5/5

Bitte beachten Sie, dass die Anlieferung der Materialien bis spätestens eine Woche vor Kampagnenstart erfolgen muss.

Anlieferung bitte an:

DX_DE_dmo@groupm.com

DX_DE_PS_campaign_wavemaker@groupm.com

DX_DE_PS_campaign_mindshare@groupm.com

DX_DE_PS_campaign_essencemediacom@groupm.com

Halfpage Ad	Abmessungen	300 x 600 px
	Safe Zone* mit CTA	300 x 486 px
	Safe Zone* ohne CTA	300 x 525 px
Billboard	Abmessungen	970 x 250 px
	Safe Zone* mit CTA	970 x 135 px
	Safe Zone* ohne CTA	970 x 176 px
Hinweise	Visual (Bild oder Video)	– Video: physisches Video (.mp4 etc.), max. Länge 30 Sekunden (über alle Slots hinweg), Autostart ohne Sound, Anlieferung in bestmöglicher Qualität als .mp4, .mov, .avi Mindestauflösung für Retina-Optimierung: 640 px Breite x ... (Höhe abhängig vom Seitenverhältnis). – Bilder: Anlieferung in bestmöglicher Qualität, als .jpg, .png oder .gif
	Text	– ist möglich, wird auf dem Visual (VisualSlot/Space) platziert
	Mögliche Features	– Multiple Click-Outs, flexible Größen, flexible Länge der Slots (Zme of slot), flexible Anzahl der Slots (3 bis 5 empfohlen) – Logo: .jpg, .png, .gif – Seitenverhältnis 1:1

* SAFE ZONE bezeichnet den Bereich, in dem Texte, Icons, Symbole, Emojis ohne Überlagerung von Story Ad-Controls oder Story Ad-Header platziert werden können. In der SAFE ZONE ist das Design frei.

Integrated Display

Gaming

Native In-Game Display

Hinweis: Alle Werbemittel, sowie die 1x1 Impression Pixel müssen physisch angeliefert werden.

Das Verbauen von Scripten (Adserver, Adverification, etc.) ist nicht möglich. Lediglich 1x1 Impression Tracker können verwendet werden. Ein Click Command kann nicht verbaut werden, ebenso kann keine Landingpage hinterlegt werden. Momentan haben Ad Verification Anbieter eine stark limitierte Auswertungsmöglichkeit.

Halfpage Ad

Größe	300x600
Max. Dateigewicht	200 kB inkl. Fallback
Format	HTML5
Fallback	.png, oder .jpg
Animation	nicht zulässig

Medium Rectangle

Größe	300x250
Max. Dateigewicht	200 kB inkl. Fallback
Format	HTML5
Fallback	.png, oder .jpg
Animation	nicht zulässig

Billboard

Größe	970x250
Max. Dateigewicht	200 kB inkl. Fallback
Format	HTML5
Fallback	.png, oder .jpg
Animation	nicht zulässig

Superbanner

Größe	728x90
Max. Dateigewicht	200 kB inkl. Fallback
Format	HTML5
Fallback	.png, oder .jpg
Animation	nicht zulässig

**Native In-Game
Mobile****Hinweis:** Alle Werbemittel, sowie die 1x1 Impression Pixel müssen physisch angeliefert werden.

Größe 300x600

Mobile Understitial

Max. Dateigewicht 200 kB inkl. Fallback

Format HTML5

Fallback .png, oder .jpg

Animation nicht zulässig

Mobile Content Ads

Größe 320x50 (6:1)

Max. Dateigewicht 200 kB inkl. Fallback

Format HTML5

Fallback .png, oder .jpg

Animation nicht zulässig

Mobile InterstitialGröße 320x480 + 480x320
768x1024 + 1024x768

Max. Dateigewicht 150 kB inkl. Fallback

Format HTML5

Fallback .png, oder .jpg

Animation nicht zulässig

Hinweise zu den Native In-Game Creatives**VERMEIDEN SIE KLEINE DETAILS UND VERWENDEN SIE KONTRASTREICHE MOTIVE**

Vermeiden Sie kleine Details und stellen Sie sicher, dass die Anzeige deutliche, kontrastreiche Farben im Anzeigenmotiv verwendet. Dadurch wird die Anzeigenpräsenz deutlich erhöht und die Anzeige ist auch dann sichtbar, wenn sie weit entfernt ist. Dies kann zu einer 10-fach höheren Gesamtexpositionszeit der Anzeige führen, wenn das Motiv groß genug ist. Banner, bei denen der Markenname/das Logo mindestens 30 % des Creatives einnimmt, führen zu höheren Wiedererkennungsraten der Marke.

CREATIVE CONTENT – BEST PRACTICES

Bei der Verwendung von Text in einem Werbemittel ist es wichtig, die folgenden Richtlinien zu befolgen, um die Lesbarkeit des Textes und die Gesamtwirkung auf den Benutzer zu maximieren:

- Verwenden Sie eine große, bekannte und gut lesbare Schriftart
- Vermeiden Sie die Verwendung von Effekten auf dem Text, wie z. B. Schatten, Kippeffekte, usw.
- Stellen Sie sicher, dass die Textfarbe und der Texthintergrund einen hohen Kontrast haben, damit der Text sich abhebt
- Kurze Wörter und kurzer Gesamttext
- Verwenden Sie Text, der zu einer späteren Call-to-Action auffordert oder wichtige Informationen für den Benutzer enthält, wie z.B.: „Neue Inhalte sind verfügbar!“, „Zeitlich begrenztes Angebot“, „Kurzer Firmenslogan“

Integrated Video

Video

1/2

Rolls (Instream) &
InRead (Outstream)**Hinweis****! Wichtig !**

Bei Anlieferung können nur VAST-Tags akzeptiert werden.
Bitte beachten Sie außerdem, dass bei Nutzung von DoubleClick nur die größte Videogröße (1280x720 bzw. 720x540) angeliefert werden muss. Es wird grundsätzlich Cross-Device ausgespielt.

(Bitte beachten: Für Gaming und CTV gelten die Specs auf den nachfolgenden Seiten)

Video

Max. Dateigewicht	10 MB (für Desktop) oder 6 MB (für Mobile)
-------------------	--

Formate	.mp4
---------	------

Codec	H.264
-------	-------

Größen	Für Desktop 16:9 1280x720 ODER 818x460 ODER 640x360 Für Mobile 16:9 818x460
--------	--

Für Desktop und Mobile **4:3** (nicht zwingend notwendig) 960x720 (alternativ 480x360 ODER 720x540)

! Wichtig !

Gesamte Bitrate	max. 1500 kbps (=1372 kbps + 128 kbps audio) bzw. 320 kbps (=260 kbps + 64 kbps audio)
-----------------	---

Farbintensität	32-Bit
----------------	--------

Framerate	25 fps
-----------	--------

Länge	Max. 30 Sekunden (empfohlen max. 20 Sekunden)
-------	---

Audio

Format	MPEG Audio
--------	------------

Codec	AAC-LC or HE-AAC
-------	------------------

Format Version	Version 1
----------------	-----------

Format-Profil	Layer 3
---------------	---------

Format-Settings Mode	Stereo
----------------------	--------

Bitraten-Modus	konstant
----------------	----------

Bitrate	128 kbps
---------	----------

Kanäle	2
--------	---

Samplingrate	44,1 KHz oder 48KHz
--------------	---------------------

! Wichtig !

Lautstärkenpegelung	-23 LUFS (+/- 1 LU) nach EBU-Norm R128
---------------------	--

Integrated Video

Video

2/2

YouTube	Allgemeines	Die Werbemittel müssen als Youtube-Link (optional mit ClickCommand) angeliefert werden. Ein Impression Tracker kann mitangeliefert werden. Bei Rückfragen bitte an DX_DE_dmo@groupm.com oder DX_DE_premiumsolutions_campaign@groupm.com wenden.
	Hosting	Video muss auf YouTube hochgeladen werden. Eine Einbettung muss möglich sein. Das Video muss öffentlich oder nicht gelistet sein. True Streaming ist nicht zulässig.
	Länge	max. 6 Sekunden (Bumper Ads) max. 15 Sekunden (non-skippable) max. 30 Sekunden (skippable)
	Ad-Content	muss mit YouTube-Richtlinien konform sein
	Skippable	Video Ads bis 30 Sek. Länge skippable Bumper Ads und Video Ads bis 15 Sek. non-skippable
	Technische Details	https://support.google.com/youtube/answer/4603579?hl=en
	Hinweis	Bei Video Ads (non-skippable) mit einer Laufzeit >15 Sek. muss eine vorherige Kundenfreigabe über den Google Support erfolgen. Auch mit Sonderfreigabe sind maximal 20 Sekunden möglich. Die Freigabe erfolgt 2 x wöchentlich (Dienstags & Donnerstags) und die Anlage der Creatives kann im Anschluss bis zu 48 Stunden dauern.

Integrated Video – Native

Outstream Ad

1/2

Outstream	Medientypen	.x-flv, .mp4, .webm, .x-ms-wmv, .ogg, .x-msvideo, .mpeg, .quicktime, .3gpp, .3gpp2, .x-m4v, .mov
	Format und Abmessungen	16:9 (mind. 640 px. Breite) Empfohlene Mindestauflösung: 1280x720 px
	Videogröße	Max. 100 MB
	Bitrate	Max. 1.000 kbps
	Codec	H. 264
	Lautheit	-23 LUFS
	Videolänge	Empfehlung: max. 30 Sek
	Unterstützte Tags	VAST 2.0
Instream	Medientypen	.mp4
	Verhältnis	16:9, 1:1, 9:16
	Abmessung	Mind. 720x720 px
	Unterstützte Tags	VAST 2.0 / VPAID
	Videolänge	Max. 30 Sekunden (Empfehlung 6-20 Sek.)
	Dateigröße	Unbegrenzt
	Hinweis	Anlieferung bitte an: DX_DE_PS_campaign_wavemaker@groupm.com DX_DE_PS_campaign_mindshare@groupm.com DX_DE_PS_campaign_essencemediacom@groupm.com Um die Aufmerksamkeit des Nutzers nicht zu verlieren, sollte ein Video die Video Dauer von 30 Sekunden nicht überschreiten und für die Optimierung für Mobilgeräte noch kürzer sein.

Integrated Video – Native

Shoppable Ad & Branded Player

2/2

Bild-Spezifikationen	Dateiformat	Gelayerte PSD-Grafiken, freigestellte PNG-Grafiken oder JPG
	Format und Abmessungen	16:9 o.Ä. je nach Bildwelt, möglichst Großformate (z. B. 800x450px). Andere Abmessungen sind nach Absprache möglich.
Video-Spezifikationen	Medientypen	.mp4
	Format und Abmessungen	16:9 (mind. 720 px in Höhe oder Breite). Andere Abmessungen sind nach Absprache möglich
	Videogröße	Unbegrenzt (bearbeitet)
	Videolänge	Max. 30 Sekunden
Interactive Layer	Format und Abmessungen	16:9, minimale Breite: 800px
	Dateiformate	gelayerte PSD Grafik, JPG, PNG

Integrated Video

Gaming

1/1

Rewarded Video

! Wichtig !

Video

Max. Dateigewicht	2 MB
Formate	.mp4
Codec	MPEG-4/H264;
Größen	640x360 px (MEW/InApp); 1280x720 px (Desktop)
Gesamte Bitrate	max. 800 kbps
Farbenintensität	32-Bit
Framerate	25 fps
Länge	Max. 30 Sekunden (empfohlen max. 20 Sekunden)
End Card in VAST Tag	Vier Größen müssen bereitgestellt werden: 320x480, 480x320, 1024x768, 768x1024 (max 150KB/Card) – in Vast Tag integriert

Audio

Formate	MPEG Audio
Codec	AAC+; AAC; WMA
Format-Version	Version 1
Format-Profil	Layer 3
Format-Settings Mode	Stereo
Codec	Constant
Audio Bitrate	128 kbps
Channel	2
Samplingrate	44,1 KHz oder 48KHz
Audio Levels	-23 LUFS (+/- 1 LU) in accordance with EBU R128

Streaming Video

Video

Information	Es gelten die Spezifikationen der Google DV360 für Youtube Channel Buchungen.
-------------	---

Audio-Spezifikationen

Medientyp	.mp3
Audio Format	DAAST
Dateigröße	Max. 20 MB
Spotlänge	Max. 30 Sekunden
Audio Bitrate	Mind. 128 Kbits
Peak Audio	-9 dB

Integrated Cross Channel

1/5

DOOH	Publisher	Datei Format	Auflösung & Bildformat	Spotlänge	Hinweise
	Landscape MP4	• MP4 • 25 fps • codec: h.264 • bit rate max. 12 Mbit/s • keine Halbbilder (sondern progressiv) • ohne Tonspur	1920 x 1080 px, sRGB 16:9	Standard: 10 Sek. • Die Spotlänge kann der IO entnommen werden • Keine Titelblätter oder leeren Frames	• Die Inhalte müssen den Richtlinien des Jugendschutzes entsprechen. • Die Werbespots müssen in der exakten Auflösung des gebuchten Werbeträgers erstellt werden. • Die Länge der Werbespots muss genau dem gebuchten Zeitrahmen entsprechen. • Hilfreiche Tipps sind hier zu finden: https://stroeerdigitalgroup.atlassian.net/wiki/spaces/SDGPUBLIC/pages/230393058/Public+Video+Infoscreen+Managed+Programmatic+Engl.
	Portrait MP4	• MP4 • 25 fps • codec: h.264 • bit rate max. 12 Mbit/s • keine Halbbilder (sondern progressiv) • ohne Tonspur	1080 x 1920 px, sRGB 9:16	Standard: 10 Sek. • Die Spotlänge kann der IO entnommen werden • Keine Titelblätter oder leeren Frames	• Die Inhalte müssen den Richtlinien des Jugendschutzes entsprechen. • Die Werbespots müssen in der exakten Auflösung des gebuchten Werbeträgers erstellt werden. • Die Länge der Werbespots muss genau dem gebuchten Zeitrahmen entsprechen. • Hilfreiche Tipps sind hier zu finden: https://stroeerdigitalgroup.atlassian.net/wiki/spaces/SDGPUBLIC/pages/230556625/Public+Video+Station+Managed+Programmatic+Engl.
	Portrait JPG	• JPG	1080 x 1920 px, sRGB 9:16	Standard: 10 Sek. • Die Spotlänge kann der IO entnommen werden • Keine Titelblätter oder leeren Frames	• Die Inhalte müssen den Richtlinien des Jugendschutzes entsprechen. • Die Werbespots müssen in der exakten Auflösung des gebuchten Werbeträgers erstellt werden. • Die Länge der Werbespots muss genau dem gebuchten Zeitrahmen entsprechen. • Hilfreiche Tipps sind hier zu finden: https://stroeerdigitalgroup.atlassian.net/wiki/spaces/SDGPUBLIC/pages/3250324381/Public+Video+City+Managed+Programmatic+Engl.

DOOH	Publisher	Datei Format	Auflösung & Bildformat	Spotlänge	Hinweise
	Portrait Cinegraph MP4	• MP4 • 25 fps • codec: h.264 • bit rate max. 20 Mbit/s • keine Halbbilder (sondern progressiv) • ohne Tonspur	1080x1920 px, Full HD 9:16	Standard: 10 Sek. • Keine Titelblätter oder leeren Frames	Langsame grafische Animationen sind erlaubt, jedoch keine Full-Motion-/Video-Inhalte. https://www.walldecaux.de/10-digitale-gestaltungsregeln#formplakatgestaltungregelndigital

DOOH	Publisher	Datei Format	Auflösung & Bildformat	Spotlänge	Hinweise
	Roadside (JPG) Mindestanforderung+ Cinegraph (zusätzlich)	• MP4, JPG • 25 fps • codec: h. 264 • bit rate max. 12 Mbit/s • keine Halb-bilder (sondern progressiv) • ohne Tonspur • Minimale Schrift-höhe (nicht Schrift-größe!) beachten : 30px	672 x 432 Pixel, sRGB UND 576 x 408 Pixel, sRGB	Standard: 10 Sek. • Die Spotlänge kann der IO entnommen werden • Keine Titelblätter oder leeren Frames	Weitere Informationen sind dem STRÖER ROADSIDE SCREENS Merkblatt zu entnehmen. In den folgenden Städten dürfen nur Standbilder ausgestrahlt werden: 672 x 432 Pixel: Dresden, Hanover, Munich 576 x 408 Pixel: Fürth, Ingolstadt, Jena, Cologne, Landshut, Marl, Neuss, Osnabrück, Solingen Richtlinien Die gemessene Schrifthöhe jeder abgebildeten Schrift muss mindestens 30 Pixel von der Grundlinie entfernt sein (eine Ausnahme bildet die Schrifthöhe bei gesetzlich verbindlichen Hinweisen: hier beträgt sie genau 7 Pixel). Darstellungen, die mit Verkehrsampeln oder -schildern verwechselt werden könnten, sind nicht zulässig. Ampelfarben (Signalrot/Orange/Grün) dürfen in Köln nicht großflächig eingesetzt werden. • Die Spotlänge kann der IO entnommen werden. • Die Inhalte sollten in der gebuchten verfügbar sein. • Die Inhalte müssen den Richtlinien des Jugendschutzes entsprechen. • Die Werbespots müssen in der exakten Auflösung des gebuchten Werbeträgers erstellt werden. • Die Länge der Werbespots muss genau dem gebuchten Zeitrahmen entsprechen. Hilfreiche Tipps sind hier zu finden: https://stroerdigitalgroup.atlassian.net/wiki/spaces/SDGPUBLIC/pages/3250324130/Public+Video+Roadside+Managed+Programmatic+Engl

DOOH	Publisher	Datei Format	Auflösung & Bildformat	Spotlänge	Hinweise
	Tower (JPG minimum requirement + Cinegraph (additional))	• MP4, JPG (Nur Cinegraph, Animation oder Standbild. Keine Videos) • 25, 29,97 und 30 fps • codec: h.264 • bit rate max. 12 Mbit/s • keine Halbbilder (sondern progressiv) • ohne Tonspur • Minimale Schrifthöhe (nicht Schriftgröße!) beachten: 30px	336 x 1092 Pixel, sRGB	Standard: 10 Sek. • Die Spotlänge kann der IO entnommen werden • Keine Titelblätter oder leeren Frames	• Die Inhalte müssen den Richtlinien des Jugendschutzes entsprechen. • Die Werbespots müssen in der exakten Auflösung des gebuchten Werbeträgers erstellt werden. • Die Länge der Werbespots muss genau dem gebuchten Zeitrahmen entsprechen. • Hilfreiche Tipps sind hier zu finden: https://stroeerdigitalgroup.atlassian.net/wiki/spaces/SDGPUBLIC/pages/3513352193/Public+Video+City+Tower+Managed+Programmatic+Engl.
Video		CTV	Siehe hier		
		Online Video	Siehe hier		

DisplayMobile Interstitial/
UnderstitialSiehe [hier](#)

Halfpage Ad

Siehe [hier](#)

Billboard Ad

Siehe [hier](#)

Sitebar

Siehe [hier](#)Superbanner
/LeaderboardSiehe [hier](#)

Skyscraper

Siehe [hier](#)

Wide Skyscraper

Siehe [hier](#)

Medium Rectangle

Siehe [hier](#)

Mobile Content Ads

Siehe [hier](#)**Hinweise**

CTV-Werbemittel müssen physisch angeliefert werden, dabei müssen die Specs der Core Variante erfüllt werden.

DOOH-Werbemittel müssen physisch angeliefert werden.

Display- und Video-Werbemittel können als Redirect angeliefert werden.

Bitte senden Sie die DOOH-Werbemittel mindestens 7 Werktage vor sowie die CTV, Video und Display-Werbemittel mindestens 14 bzw. 5 Werktage vor Kampagnenbeginn an DX_DE_dmo@groupm.com und DX_DE_xaxis_ads@groupm.com.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an das DOOH Team unter programmatic-operations-de@kineticww.com oder an den Nexus Support unter DX_DE_dmo@groupm.com.

VORWORT

Unsere Technischen Spezifikationen werden kontinuierlich aktualisiert, um Änderungen in Inventaren und von Publishern zu berücksichtigen. Aus diesem Grund soll der Zugriff nur Online erfolgen, um stets die aktuellste Version zu erhalten.

Um die Anzahl benötigte Werbemittelvarianten zu minimieren, zielen wir darauf ab, eine größtmögliche Überschneidung für die jeweils existierenden Anforderungen der Publisher zu finden. Dennoch ist es (je nach Buchungs-Kombination) nicht immer möglich alle Anforderungen mit nur einem Werbemittel zu erfüllen.

ALLGEMEINE ANFORDERUNGEN**Anlieferung von Werbematerial**

- min. 10 WT vor Kampagnenstart für Standardkampagnen (CTV und ATV)
- min. 14 WT vor Kampagnenstart bei Buchung **inkl. Netflix** (CTV)
- Vorlaufzeiten für Kampagnen mit Zusatz **DCO (Dynamic Creative Optimization)** auf Anfrage
- Alle Werbemittel-Bestandteile (Trackings, URL-Referenzen, usw.) müssen **SSL-konform** sein
- Es wird eine Ziel-URL zur Landingpage des Kunden benötigt (siehe auch ClickCommand S.3/3)
- Bereitstellung muss „**physisch**“ via eMail oder Download erfolgen (Abweichungen siehe Techn. Details)
- Bereitstellung Video Creatives via 3rd Party Ad Serving als „**VAST-Redirect**“ ist **nicht möglich**.
- Bereitstellung Tracking Pixel für 3rd Party Measurement (siehe auch S.3/3)
- Die Anzahl gelieferter Video Dateien pro Kampagne soll max. 3 Versionen nicht überschreiten
- **Anlieferung & Support:** DX_DE_dmo@groupm.com

Auslieferung von Werbematerial

- Die Auslieferung erfolgt „**non-skippable**“ auf allen Inventaren.
- Video Creatives mit Zwischenlängen (abweichend von exakten Längen z.B. 10s, 15s, 20s oder 30s) können von einigen Publishern auf Grund fehlender Kalkulierbarkeit im Werbeblock abgelehnt werden. Wir empfehlen die Erstellung von Video Creatives mit „exakten Längen“ (siehe generelle Längenlimitierungen in den Techn. Details für Inventare mit gesonderter Buchungsoption auf der nächsten Seite)

TECHNISCHE DETAILS (Bereitstellung Quell-Datei)

VIDEO-DATEI				
CHANNEL	CTV*1		(+) ATV*2 min. 2 Videos erforderlich	
PRODUKT*1	BVOD- & Streaming Inventare	(+) YouTube	Video 1	Video 2
LÄNGE*3	(exakte Länge erforderlich) 15s, 20s oder 30s (10s. siehe Einschränkung unten)	(nur) 10 bis 20s	(exakte Länge erforderlich) 10s, 15s, 20s oder 30s	
LIEFERUNG DATEI	physisch	Video-Link*5 (YT-Account)	physisch	
AUFLÖSUNG	1920x1080 (FHD)		1920x1080 (FHD)	
GEWICHT*4	max. 250 MB		max. 250 MB	
BITRATE	min. 15 Mbit/s bis max. 40 Mbit/s		50 Mbit/s	
RATIO FORMAT	16:9 .mp4		16:9 .mp4	16:9 .MXF
CODEC	H.264		H.264	XDCAM HD 422
SCANTYPE	progressive		progressive	interlaced
FARBINTENS. FRAMERATE	32-BIT 25 fps		25 fps	
AUDIO-TONSPUR (integrierte Tonspur mit identischer Länge zur Video-Datei)				
FORMAT CODEC	MPEG Audio AAC-LC		MPEG Audio AAC-LC	
BITRATE BITTIEFE	min. 192 kbps 24-BIT		min. 192 kbps 24-BIT	
SAMPLINGRATE	48 KHz		48 KHz	
KANÄLE	2 Kanäle (stereo)		2 Kanäle (stereo)	8 Kanäle (1+2 dt. Sendeton, 3-8 Stille)
LAUTSTÄRKE*6	-23 LUFS (+/-1 LUF)		-23 LUFS (+/-1 LUF)	

***1 BVOD- & Streaming CTV:** Spezifiziert potentielle Broadcast Video on Demand-Angebote (BVOD) von Fernsehsendern sowie Angebote von Streamingportalen wie z.B. Netflix, Amazon Prime, Disney und andere. Bei YouTube handelt es sich um eine separate Buchungsoptionen mit abweichenden Anforderungen (s.o.). ***2 ATV:** Spezifiziert teilnehmender Sender aus Linear TV im Kanal ATV (AdressableTV). Auch ATV ist eine separate Buchungsoption mit abweichenden Anforderungen. Für die Nutzung ist die Bereitstellung von min. 2 Video Dateien erforderlich. Obige Angaben gelten auch in Fällen von Cross-Screen Auslieferungen (CTV) außerhalb vom Big Screen.

***2 Video-Länge:** Die obigen Videolängen bilden die größtmögliche Abdeckung der Inventare im CTV und ATV ab (ohne Gewähr im Einzelfall). Restriktive Anforderungen sind insbesondere bei den „Streamern“ zu berücksichtigen. Bei Anlieferung Videos kürzer 15s (min. 10s) sind „potentielle“ Auslieferungen auf Amazon Prime (inkl. Freevee) und Disney+ grundsätzlich ausgeschlossen. Das gilt ebenfalls bei der Anlieferung nicht exakter Videolängen (z.B. Zwischenlänge 17s). In Fällen von Zwischenlängen erfolgt neben den zuvor genannten Streamern auch keine „potentielle“ Auslieferung auf Netflix. Videos länger als 30s sind im Vorfeld abzustimmen.

***4 Datei-Gewicht:** Ergibt sich aus zulässiger bzw. erforderlicher Bitrate x Video-Länge. ***5 Video Hosting** im YT Kunden Account erforderl. + Einstellung: öffentlich. oder nicht gelistet| kein True Streaming| Möglichk. f. Einbettung. ***6 Lautstärke:** Per EBU-Norm R128

3rd Party Measurement

Impression Tracking	Der Einsatz von 1x1 Impression-Trackern ist unter Einhaltung von Datenschutzrichtlinien (GDPR/ePrivacy-Compliance) sowie nach unten stehenden Limitierungen möglich.
Limitierung (Impression Tracking)	Je nach Plattform/Inventar-Geber ist nur eine eingeschränkte oder keine Auswahl von Tracking-Anbietern akzeptiert. Eine Gewährleistung des „gewünschten“ Trackers auf allen Werbeflächen ist somit nicht sicherzustellen. Entstehende Zählerdifferenzen auf Grund fehlender Zertifizierungen oder Berechtigungen zum Messen sind vom Drittanbieter offenzulegen (diese Informationen werden vom Mess-Service i.d.R. nicht mit uns geteilt). Des weiteren ist jegliche Art von Tracking anderer Kenngrößen als für die Berichterstattung zur Kampagnenleistung erforderlich, z.B. zum Zwecke der User-Identifikation, User-Profilierung, User-Retargeting oder Conversion Tracking nicht zulässig.
Ad Verification / Validierung	Der Status für Ad Verification und Validierungs Services ist bei derzeitigem Fehlen flächendeckender Standardintegrationen im CTV-Umfeld stark von den Zertifizierungsständen einzelner Services auf den jeweiligen APP-Inventaren abhängig. Es ist zu erwarten, dass Messergebnisse in diesem Bereich uneinheitlich und fragmentiert sind. Der eingesetzte Verifizierungs-Service muss darüber aufklären, ob negative oder ausbleibende Messungen auf Grund tatsächlicher Vorfälle erfolgt sind, oder Hintergründe in Abhängigkeit des jeweiligen Messfeatures zu Zertifizierungsständen oder fehlende Voraussetzungen zur Messung auf den jeweiligen Angebote stehen.
Abrechnung	Nur Ad Impressions, die über unsere primären Services reported wurden sind abrechnungsrelevant. Zählerdifferenzen können nur diskutiert werden, wenn diese auf Grund valider und vergleichbarer Daten sowie transparente Erhebungsmethodik durch den Dritten nachgewiesen und geteilt wurden.
ClickCommand	Im Streaming TV-Umfeld werden Anzeigen i.d.R. in nicht klickbaren Umgebungen geschaltet. Eine Ausweisung von Clicks erfolgt daher nicht. Die Hinterlegung einer Landing-Page (ZIEL-URL) ist dennoch obligatorisch, um „vereinzelt“ auftretende Clicks zu bedienen. Siehe auch QR-Code (unten).

3rd Party Ad Serving

VAST Wrapper (Redirect-Tag)	3rd Party Ad Serving für Video Creatives ist generell nicht möglich. Es muss eine physische Videodatei mit möglichst hoher Qualität angeliefert werden, um Anforderungen unserer Angebote und Limitationen programmatischer Lieferketten zu gewährleisten. Siehe Ausnahme YouTube in Technischen Details.
Ad Content (Der Werbekunde ist für die vollständige Deklaration benötigter Hinweise in Schriftform und wo erforderlich per Ton verantwortlich. Die unten stehenden Punkte sind nicht abschließend, ggf. sind weitere Hinweise je nach Werbeinhalt erforderlich).	
Pharma	Bei Werbemitteln für pharmazeutische Produkte muss der Apotheker-Hinweis enthalten sein (visuell und per Ton)
Kinder	Werbemittel für Kids Produkte bzw. and Kinder adressierte Produkte werden von Netflix abgelehnt.
Glücksspiel	Bei Werbemitteln zum Thema Glücksspiel muss ein Suchthinweis, der Schleswig-Holstein-Hinweis sowie ein Altershinweis enthalten sein. Ein Zertifizierungs-Formular muss ausgefüllt, bzw. so früh wie möglich eingereicht werden. • Netflix: Werbemittel sollen 1-2 Wochen vor Start zur Sichtung und Freigabe dem Policy Team des Streamers vorliegen. • Disney+: Ohne Zertifizierung ist eine Ausspielung über DV360 nicht möglich. • Amazon: Nur über IO buchbar.
Automotiv	Verkäufer müssen die spezifischen Verbrauchswerte und CO ₂ -Emissionen angeben
Konkurrenz	Werbemittel werden aufgrund eines Konkurrenzausschlusses (Werbung für Fernseh- und Streamingprodukte) abgelehnt bei Netflix, Zattoo, Waipu, Disney+ & Joyn.
Schwarze Balken	Letterboxing und Pillarboxing – schwarze Ränder zur Anpassung des Seitenverhältnisse – innerhalb der bereitgestellten Video Quelldatei werden nicht akzeptiert.
QR-Codes	Die Integration eines QR-Codes im Video ist für Netflix nicht zulässig und für einige Plattformen ggf. nur eingeschränkt möglich. Die Integration ist generell für alle Angebote im Vorfeld abzustimmen, da ein gesonderter Prozess sowie Vorlaufzeiten erforderlich werden.

Hinweis zu Werbung für restriktive Inhalte**Alkohol
Allgemein**

Werbung für alkoholische Getränke darf grundsätzlich erst ab 17 Uhr on air gehen. Für "harten" Alkohol (>15% Vol.) gelten schärfere Restriktionen (siehe unten). Disney und Spielberg-Content wird gar nicht mit Alkohol beworben. Auf Sport Sendern darf ganztägig (zumindest Bier etc.) beworben werden. Der Hinweis „Drink Responsible“ muss im Spot platziert sein.
Weitere Policy Richtlinien für Netflix: <https://help.netflix.com/legal/ad-restrictions>

Starker Alkohol

Getränke mit einem Alkoholgehalt größer oder gleich 15% Vol. dürfen erst ab 20.00 Uhr beworben werden. Neben obigen Restriktionen sollte bei den einzelnen Publishern angefragt werden, ob weitere Einschränkungen vorliegen.

Stream Green

Display	Logo	.eps, .svg oder .png
	Schriftart	.otf, .ttf oder .woff
	Bilder	.gif oder .jpeg
	Text	Maximal 40 Zeichen pro Message
	CTA	Maximal 20 Zeichen pro CTA (alle Schaltflächen oder Pfeile sollten vorzugsweise als .svg, .eps oder .png geliefert werden)
	Disclaimer	Maximal 60 Zeichen
	Layout Template	Anweisungen, wo und wann Grafiken platziert werden sollen – vorzugsweise mit einem Referenzbild oder – video (kleinere HTML5-Animationen, wie z. B. Hover-Effekte, sind möglich)
InBanner Video	Logo	.eps, .svg oder .png
	Schriftart	.otf, .ttf oder .woff
	Video	Maximal 30 Sekunden und vorzugsweise als .mp4 mit maximaler Auflösung (keine Gewichtsbeschränkung), falls vorhanden, bitte Videos in 1:1, 4:5, 9:16 und 16:9 senden
	Text	Maximal 40 Zeichen pro Message
	CTA	Maximal 20 Zeichen pro CTA (alle Schaltflächen oder Pfeile sollten vorzugsweise als .svg, .eps oder .png geliefert werden)
	Disclaimer	Maximal 60 Zeichen
	Layout Template	Anweisungen, wo und wann Grafiken platziert werden sollen – vorzugsweise mit einem Referenzbild oder – video (kleinere HTML5-Animationen, wie z. B. Hover-Effekte, sind möglich)
Hinweis	Für Stream Green Kampagnen müssen lediglich die oben genannten Assets angeliefert werden. Die Werbemittelerstellung erfolgt über die GroupM selbst und wird in Abstimmung mit der Agentur durchgeführt. Bei Fragen wenden Sie sich bitte an: DX_DE_premiumsolutions_sales@groupm.com	