



HORIZONT

# TECHNISCHE DATEN

INFORMATIONEN FÜR IHREN WERBEAUFTRITT  
AUF HORIZONT DIGITAL

HORIZONT

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

# INHALT

---

1. [Allgemeine Informationen](#)
  2. [3rd Party Tag & Tracking](#)
  3. [HTML5 Display Banner](#)
  4. [Online Werbemittel](#)
  5. [Newsletter Werbemittel](#)
  6. [Videoformate](#)
  7. [Social Media Formate](#)
  8. [Ihr Ansprechpartner](#)
-

---



# ALLGEMEINE INFORMATIONEN

---

HORIZONT

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

# WERBEMITTELANLIEFERUNG

---

**Buchungsschluss:** schriftlich, bis drei Werktage vor Schaltbeginn

**Buchungszeitraum:** Montag bis Sonntag

**Anlieferung der Werbemittel:** bis spätestens Mittwoch (12 Uhr) der Vorwoche an: [online@horizont.net](mailto:online@horizont.net)

Zusätzlich muss die E-Mail folgende Informationen beinhalten:

- Kundename
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Gebuchtes Produkt oder Seite
- Ziel-URL
- Ansprechpartner für Rückfragen
- Werbemittel

Bei **Nichtbeachtung** der technischen Spezifikationen und/oder der Anlieferungsbedingungen kann es unter Umständen zu einem **verspäteten Kampagnenstart** kommen.

Kompensationsansprüche seitens der Werbekunden entfallen damit.

---

**HORIZONT**

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

# WERBEMITTELANLIEFERUNG

---

## Datenanlieferung

per E-Mail bis drei Werktage vor Schaltbeginn, 12.00 Uhr, an [online@horizont.net](mailto:online@horizont.net).  
Für Inhalt, Produktion und rechtzeitige Anlieferung der Daten ist der Auftraggeber verantwortlich.

## Services

HORIZONT Online ist IVW- und AGOF-geprüft und bietet seinen Kunden ein umfangreiches Servicepaket an Nutzerdaten. Auswertungen der Ad Clicks und Ad Impressions erhalten Sie in der Regel nach jeder Buchungswoche.

## Reservierung

Unverbindlich, gilt in der Regel für einen Zeitraum von 7 Werktagen.

## Spezifikationen für den Splash-Screen auf dem Tablet

Liefern Sie Ihre Anzeigen bitte in zwei Auflösungen als PNG sowohl in Hoch- als auch in Querformat an.  
normale Displays: 1024 x 768 bzw. 768 x 1024 Pixel bzw. für eine optimale Darstellung auf Retina-Displays: 2048 x 1536 bzw. 1536 x 2048 Pixel

---

**HORIZONT**

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

# BESONDERHEITEN

---

- Die Webseite verhält sich voll **responsive**, was über CSS3 Media-Queries und Javascript realisiert wird. In einem flexiblen Layout kann es auch zur Skalierung von Werbemitteln kommen. Dies ist bei der Kreation und bei der technischen Umsetzung von Anzeigen zu beachten.
- Bitte achten Sie darauf, dass die **Skalierbarkeit des Werbemittels** auf verschiedene Größen gegeben ist und es sich automatisch an die Skalierung der Inhalte anpasst. Ihr Werbemittel wird bei manchen Platzierungen auf der Website sowie mobil ausgespielt.
- Auslieferung von Ads in iFrames: wir liefern sämtliche Anzeigen in Friendly iFrames aus. Dadurch kann es zu keinem Konflikt zwischen der Seiten und Anzeigenprogrammierung kommen. Dieser Umstand muss jedoch z.B. bei der Umsetzung expandierender Werbeformate beachtet werden.
- Die Werbemittel, die wir in iFrames anzeigen, sollten responsive sein. D.h. die Inhalte sollten sich dem iFrame anpassen, wenn wir diesen aufgrund geringerer Display-Größen skalieren.
- **HTTPS Auslieferung:** Die Webseiten und Angebote von HORIZONT Online sind nur über https abrufbar. https ist der neue Standard und muss deshalb von allen Werbeformen, Zählpixeln und 3rd Party Tags vollständig unterstützt werden. Seit 2018 bieten wir keine Auslieferung über http mehr an, da aktuelle Browser Sicherheitswarnungen ausgeben, sofern wir über http ausliefern.
- Videos können per Redirect, HTML5-Datei, physisch oder als VAST-Redirect angeliefert werden.

---

**HORIZONT**

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

# HINWEISE ZU TRACKING UND TCF

---

Um das bestmögliche Ergebnis Ihrer Werbekampagne zu erzielen und aufgrund der Beschränkungen durch das aktuelle Gesetz für User Consent, verzichten Sie bitte auf die **Verwendung von zu vielen Zählpixeln**.

## **Wir empfehlen maximal 5 Tracking-Pixel:**

- 2 Zählpixel für das Tracking von Impressions (Mediaagentur und technischer Dienstleister)
- 1 click Command
- 1 Viewability-Messung (z. B. meetrics)
- 1 Marktforschungspixel (z.B. GfK)

## **Hinweise zu Tracking unter TCF**

Sobald ein Tracking/Pixel /TAG in einer Kampagne eingesetzt wird, die personenbezogene Daten verarbeitet, sind folgende Punkte zu beachten.

Alle URL-basierten Komponenten eines Werbemittels (z.B. Redirect, Pixel-Tracker) müssen zur Verarbeitung des TC-Strings das IAB-Makro `gdpr_consent = $ {GDPR_CONSENT_XXX}` enthalten, wobei XXX die numerische Vendor-ID gemäß der globalen Vendor-Liste des IAB darstellt.

Beispiel auf der nächsten Seite

---

# HINWEISE ZU TRACKING UND TCF

---

Beispiel:

```
<script>document.write ('<scr' + ,ipt type="text/javascript"  
language="JavaScript",  
src=„https://ad.yieldlab.net/d/11132400/11132397?ts=%timestamp%&  
pubref='+encodeURIComponent(window.top.location.href)+'&consent=  
${GDPR_CONSENT_70}"></scr' + 'ipt> ');</script>
```

Damit wir dieses GDPR-Makro in Zukunft erkennen und finden können, benötigen wir mindestens 5 Werktage vor Beginn der Kampagne folgende Informationen:

Wie und wo dieses GDPR-Makro im Redirect, in Skripten, iframes und/oder sonstigem Tracking ausgeliefert wird. Auch alle Werbe-Tags/Trackings, die wir verwenden, müssen diese GDPR-Makros enthalten.

Bitte nennen Sie uns zudem die technischen Dienstleister, die zum Einsatz kommen. Ein Dienstleister / Vendor darf nur dann zum Einsatz kommen, wenn er bereits in der Consent Management Plattform implementiert ist und natürlich ausschließlich bei vorliegendem Userconsent.

---

**HORIZONT**

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe



---



# 3RD PARTY TAG & TRACKING

---

HORIZONT

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

# 3RD-PARTY TAG & TRACKING

---

- Die mögliche Bereitstellung von 3rd Party Tags als script-, redirect oder iframe-Tags sowie darin zulässige maximale Dateigewichte und Datei-Typen, richten sich nach unseren technischen Spezifikation. Die Möglichkeit zur Übergabe eines ClickCommands an die Redirect URL muss gegeben und dokumentiert sein, so dass „Klicks“ durch HORIZONT gemessen werden können, andernfalls können diese im Report nicht ausgewiesen werden.

## Hinweise:

- Zudem muss eine Erreichbarkeit von 99% des 3rd Party Ad-Servers gegeben sein.
- 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.
- Alle Inhalte, die vom Server eines Partners kommen (z.B. Ressourcen von HTML5 Ads, 3rd Party Tags, Zählpixel) **müssen im https Umfeld funktionieren.**
- **Seit 2018 ist https Pflicht.**
- XSS ist nicht erlaubt.
- Zählpixel müssen immer folgende Inline-Styles enthalten, um Layout Fehler auszuschließen:  


---



# HTML5 DISPLAY BANNER

---

HORIZONT

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

# HTML5 BANNER: SKALIERBARKEIT UND DATEIGRÖßE

---

## Skalierbarkeit:

- Das Werbemittel darf keine fixe Breite und Höhe haben. Sie müssen sicherstellen, dass das Werbemittel sich skalieren lässt.
- Bitte achten Sie darauf, dass die **Skalierbarkeit des Werbemittel auf verschiedene Größen** gegeben ist und es sich automatisch an die Skalierung der Inhalte anpasst. Ihr Werbemittel wird bei manchen Platzierungen auf der Website sowie Mobile ausgespielt.

## Dateigröße:

- HTML5 Werbemittel bestehen wie Webseiten aus mehreren Elementen, die nicht analog zu Flash in einem File zusammengeführt und komprimiert werden können. Diese sind: HTML-Files, CSS, Libraries (Javascript, JQuery, etc.), Bilder, Videos.
- Damit der Aufbau der Webseite und des Werbemittels nicht unnötig verzögert wird, ist **bei der Kreation zu beachten:**
  - Die einzelnen Elemente des HTML5 Werbemittels sollen sowohl hinsichtlich ihrer Anzahl als auch Dateigröße so klein wie möglich gehalten werden, um die Serverprozesse/Anfragen Server Requests zu minimieren.
  - Die Kompilierungsmethoden des Codes und Code Optimierungen sollen in einer Datei angewendet werden. Dies ist durch Komprimierung und Optimierungsverfahren als auch durch sparsame Anwendung von Animationen und Einbindung externer Elemente wie Fonts und Bibliotheken umzusetzen, welche auch zu der Dateigröße dazu gerechnet werden.
  - Unterverzeichnis Strukturen sind zu vermeiden.
  - **Maximalgröße:** 100 KB

# HTML5 BANNER: KLICKZÄHLUNG

---

## Klickzählung :

- Für die Click-Zählung sollte "clicktag" als URL-Parameter aufgenommen werden. Wichtig ist, dass die Groß- und Kleinschreibung beachtet wird. Sind mehrere Klick-Bereiche im Werbemittel definiert sind diese per "clicktag1", "clicktag2", "clicktag3", "clicktag4", "clicktag5", ....., "clicktag9" anzusteuern.
- Code-Beispiel für die Überabe des clicktag - for a simple hyperlink tag:

```
<html>
<head>
<script>
  function mytag()
  {
    window.open(clicktag,"_blank")
  }
</script>
</head>
<body>
<a href="#" onclick="mytag();">
  <div id="container1" style="width: 300px; height: 250px">
  </div>
</a>
</body>
</html>
```

# HTML5 BANNER: KLICKZÄHLUNG

---

- OR:

```
<html>
</head>
<body>
  <a href="#clicktag" id="clicktag" target="_blank">
    <div id="container1" style="width: 300px; height: 250px">
    </div>
  </a>
  <script>
document.getElementById('clicktag').setAttribute('href', clicktag);
  </script>
</html>
```

- For hyperlinks via script such as javascript function

```
function xyz()
{
  window.open(clicktag, "_blank")
}
</script>
```

# HTML5 BANNER: KLICKZÄHLUNG

- For multi-click tags

```
<html>
</head>
<body>
  <a href="#clicktag" id="clicktag" target="_blank">
    <div id="container1" style="width: 300px; height: 250px">
    </div>
  </a>
  <a href="#clicktag1" id="clicktag1" target="_blank">
    <div id="container2" style="width: 300px; height: 250px">
    </div>
  </a>
  <script>
document.getElementById('clicktag').setAttribute('href', clicktag);
document.getElementById('clicktag1').setAttribute('href', clicktag1);
  </script>
</body>
</html>
```

# HTML5 BANNER: BACKUPIIMAGE / BROWSER-KOMPATIBILITÄT, GRAFIKKOMPRIMIERUNG, VIDEO

---

## Backupimage / Browserkompatibilität:

- Sollte ein Browser ein spezielles Feature oder eine verwendete Library nicht unterstützen, welches im Werbemittel Anwendung findet, so soll ein im Werbemittel definiertes Fallback JPG/GIF ausgespielt werden.
- Wenn das Werbemittel zum Beispiel nicht von IE 11 unterstützt wird, ist von der Agentur vorzusehen, dass in diesem Browser das Fallback angezeigt wird. Die Werbemittel sind seitens der Kreativagentur auf allen gängigen Browsern zu testen und etwaige auszuschließende Browser dem Vermarkter mitzuteilen.

## Grafikkomprimierung:

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



# HTML5 BANNER: BACKUPIIMAGE / BROWSER-KOMPATIBILITÄT, GRAFIKKOMPRIMIERUNG, VIDEO

---

## Video:

- Videos in HTML5-Werbemitteln sollten über den Tag eingebunden werden.
- 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. Zu beachten ist, dass auf Videos auf mobilen Endgeräten keine clicktags gelegt werden können. Der clicktag muss auf einer Fläche außerhalb des Videos hinterlegt werden. Das Video muss hinsichtlich Qualität und Dateigröße optimiert werden und ist in einer geeigneten Serverumgebung zu streamen.
- Max. Video-Dateigröße: 10 MB
- Das Video ist als H264/mp4 oder VAST Redirect zur Verfügung zu stellen

# HTML5 BANNER: ANIMATION, ANLIEFERUNG, VORLAUFZEIT

---

## Animation

- Bei Animationen ist darauf Acht zu geben, dass diese den Client CPU nicht unnötig belasten. Mehrere parallel laufende Animationen und überlappende transparente Grafiken sind zu vermeiden. Der Einsatz von CSS3 oder Javascript Animationen ist mit Bedacht auf die CPU und GPU Auslastung zu wählen.

## Anlieferung:

- Die Anlieferung des HTML5-Werbemittels erfolgt als Zip-Datei, die alle Elemente des Werbemittels enthält, ausgenommen extern geladene Libraries, Videos oder Fonts.
- **Stellen Sie alle Dateien in nur einen Hauptordner. Es dürfen keine Ordner-Strukturen sowie Unterordner verwendet werden.**
- In der Zip-Datei muss eine index.html-Datei als Startpunkt enthalten sein und alle eingebundenen Skripte sowie alle in der Zip-Datei enthaltenen Elemente müssen relativ verlinkt sein.
- Alternativ kann ein Redirect angeliefert werden. Auch hier gelten alle o.g. Anforderungen, z.B. Dateigröße, Fileanzahl.

## Vorlaufzeit:

- Die Vorlaufzeit beträgt mind. 5 Werktage.

---



# **SPEZIFIKATIONEN FÜR WERBEMITTEL AUF HORIZONT ONLINE**

---

**HORIZONT**

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

# WERBEMITTEL AUF HORIZONT ONLINE

Werbeform	Format in Pixel Online	Format in Pixel Mobile	Dateityp	Max. KB Online	Max. KB Mobile
Billboard	940 x 250	300 x 120	GIF / JPG / PNG / 3rd-Party Tag / HTML5	100	20
Billboard Pushdown	von 940 x 250 auf 940 x 500	300 x 120 (statisch)	GIF / JPG / PNG	100	20
Content Banner 1	617 x 280 oder Text Ad	300 x 250 oder Text Ad	GIF / JPG / PNG / 3rd-Party Tag / HTML5	100	20
Sticky Ad	160 x 600	320 x 480	GIF / JPG / PNG / 3rd-Party Tag / HTML5	100	20
Medium Rectangle	300 x 250	300 x 250	GIF / JPG / PNG / 3rd-Party Tag / HTML5	100	20
Text Ad	Max. 400 Zeichen inkl. Leerzeichen, Bild 120 x 120		GIF / JPG / PNG / Text	100	20
Superbanner	728 x 90 bis 980 x 150	300 x 120	GIF / JPG / PNG / 3rd-Party Tag / HTML5	100	20

---



# **SPEZIFIKATIONEN FÜR WERBEMITTEL IM HORIZONT NEWSLETTER**

---

**HORIZONT**

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

# WERBEMITTEL AUF HORIZONT ONLINE

---

Werbeform	Format in Pixel Online	Dateityp	Max. KB Online
Billboard	728 x 250	GIF / JPG / PNG	50
Medium Rectangle	300 x 250	GIF / JPG / PNG	50
Text Ad	Max. 400 Zeichen inkl. Leerzeichen, Bild 120 x 120 oder 620 x 349*	GIF / JPG / PNG	50
Superbanner	728 x 90 bis 980 x 150	GIF / JPG / PNG	50

---

\*120x120 = News vor 9 / 620x349 = alle anderen Newsletter / Top-Text Ad = beide Formate

**HORIZONT**

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

# WERBEMITTEL IM HORIZONT NEWSLETTER

---

**Dateityp:** GIF / JPG / PNG

**Maximalgröße:** 50 KB

Wenn Sie eine animierte **gif-Datei** anliefern möchten, beachten Sie bitte folgendes:

- In allen Newslettern (nicht HORIZONT-abhängig), die über Outlook 2007 bzw. 2010 angezeigt werden, kann es zur ausschließlichen Darstellung des ersten Frames der gif-Datei kommen.
- Dies liegt an der von Microsoft verwendeten Engine, die auf "Word" basiert.
- Hier können leider nach aktuellem Stand keine Hilfs-Codes etc. von unserer Seite in das Bild integriert werden, um die Darstellung umzugehen.

## **Unser Vorschlag:**

- Lassen Sie den ersten Frame der gif-Datei so kurz wie möglich animieren (ca. 0,1 Sekunden ist das Minimum) und stellen Sie bereits dort alle wichtigen Informationen der Werbebotschaft dar. Für alle, die die o.g. neueren Outlook-Versionen nutzen, erscheint nun (wenn auch nur als ein Frame) die komplette Werbebotschaft. Durch die kurze Animationszeit von ca. 0,1 Sekunden werden zugleich alle anderen User direkt zum zweiten Frame geleitet (der erste ist kaum bis gar nicht sichtbar und ist innerhalb des Ladevorgangs des Newsletters abgeschlossen). Ab hier kann dann die gewollte Frame-Reihenfolge ablaufen.

---

**HORIZONT**

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

---



# **SPEZIFIKATIONEN FÜR VIDEOFORMATE**

---

**HORIZONT**

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe



# SPEZIFIKATIONEN FÜR VIDEOFORMATE

---

## Videos auf Bannerplätzen auf HORIZONT Online:

- Videos auf Bannerplätzen können über ein HTML5-Werbemittel ausgespielt werden (max. 100 KB).
- 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. Zu beachten ist, dass auf Videos auf mobilen Endgeräten keine clicktags gelegt werden können. Der clicktag muss auf einer Fläche außerhalb des Videos hinterlegt werden. Das Video muss hinsichtlich Qualität und Dateigröße optimiert werden und ist in einer geeigneten Serverumgebung zu streamen.
- Eine weitere Option ist das Video als H264/mp4 oder als VAST Redirect zur Verfügung zu stellen. Hierbei gilt eine max. Video-Dateigröße von 10 MB. Bitte beachten Sie, dass in diesem Fall technische Kosten anfallen.

## Videos in Sponsored Posts:

- Videos in Sponsored Posts und im Content Hub können als .mp4-Datei oder YouTube Link angeliefert werden.
- Format 16:9 / Mindestens 620px Breite

# SPEZIFIKATIONEN FÜR VIDEOFORMATE

---

## Branded Content Video Ads auf LinkedIn und Facebook

- Alternativ zu einem Bild, kann auch ein Video für Branded Content Ads genutzt werden
- **LinkedIn:** Breite zwischen 640 und 1920 Pixel / Höhe: zwischen 360 und 1920 Pixel / Seitenverhältnis: zwischen 1,778 und 0,5652 (als mp4. Datei, max. 100 MB). Empfohlene Länge: Drei Sekunden bis 30 Minuten (Tipp: Besonders erfolgreich sind Video Ads mit weniger als 15 Sekunden Länge.)
- **Facebook:** Videos sollten im 4:5 Hochformat bzw. 9:16 angeliefert werden. Die meisten Nutzer halten ihr Smartphone aufrecht. Falls das nicht möglich ist, passt Facebook das Video automatisch an. Empfohlene Länge: 1 – 15 Sekunden (damit die Videos auch in der Facebook Story ausgespielt werden. Alle längeren Videos, werden nur im Feed ausgespielt).

---



# **SPEZIFIKATIONEN FÜR WERBEMITTEL AUF UNSEREN SOCIAL MEDIA KANÄLEN**

---

**HORIZONT**

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

# BRANDED CONTENT AUF SOCIAL MEDIA

---

## LinkedIn

- **Überschrift:** 70 Zeichen (inkl. Leerzeichen) – aber bis max. 200 Zeichen möglich (Ab 150 Zeichen wird der Text auf den meisten Geräten abgeschnitten)
- **Einleitungstext:** 150 Zeichen (inkl. Leerzeichen) – aber bis max. 600 Zeichen möglich. (Ab 150 Zeichen wird der Text auf den meisten Geräten abgeschnitten.)
- **Ziel-URL**
  
- **Bild:** Maximale Bildgröße 7680x4320 Pixel / Verhältnis 1,91:1 (JPG, GIF oder PNG, animierte GIF-Bilder werden beim Hochladen in statische GIF-Bilder konvertiert)

*oder*

- **Video:** Breite zwischen 640 und 1920 Pixel / Höhe: zwischen 360 und 1920 Pixel / Seitenverhältnis: zwischen 1,778 und 0,5652 (als mp4. Datei, max. 100 MB). Empfohlene Länge: Drei Sekunden bis 30 Minuten (Tipp: Besonders erfolgreich sind Video Ads mit weniger als 15 Sekunden Länge.)
- Die LinkedIn Seite des Partners kann nicht genannt werden
- Branded Content wird als „gesponsert“ markiert

---

**HORIZONT**

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

# BRANDED CONTENT AUF SOCIAL MEDIA

---

## Facebook

- **Überschrift:** Max. 40 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
- **Einleitungstext:** Max. 125 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
- **Ziel-URL**
  
- **Bild:** Empfohlenes Format von 1:1 (quadratisch) und mindestens 600x600px. Weitere Formate für Stories & Co. Werden automatisch von Facebook angepasst. Detaillierte Infos sind hier zu finden: <https://business.facebook.com/business/help/103816146375741?id=271710926837064>

*oder*

- **Video:** Videos sollten im 4:5 Hochformat bzw. 9:16 angeliefert werden. Die meisten Nutzer halten ihr Smartphone aufrecht. Falls das nicht möglich ist, passt Facebook das Video automatisch an. Empfohlene Länge: 1 – 15 Sekunden (damit die Videos auch in der Facebook Story ausgespielt werden. Alle längeren Videos, werden nur im Feed ausgespielt).
  
- Die Facebook Seite des Partners kann genannt werden
  
- Branded Content wird als „gesponsert“ markiert

---

**HORIZONT**

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe

# IHR ANSPRECHPARTNER

---

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

## Media Services Online

Telefon: +49 69 7595 1878

E-Mail: [online@horizont.net](mailto:online@horizont.net)

---

**HORIZONT**

Eine Marke der **dfv** Mediengruppe