



# Technische Spezifikationen

Für digitale Werbung

 [English version on pages 24 to 45](#) 

# ☰ INHALTSVERZEICHNIS

<u>Allgemein</u>	<u>03</u>
<u>Display Ads</u>	<u>04</u>
<u>HTML5-Integrationen</u>	<u>12</u>
<u>Native Advertising</u>	<u>08</u>
<u>Newsletter</u>	<u>10</u>
<u>Digitalpaper</u>	<u>21</u>
<u>Social-Media</u>	<u>22</u>
<u>Präzisionsmarketing</u>	<u>23</u>



## >> Werbeformate

<u>Superbanner</u>	<u>05</u>	<u>Homepage Takeover</u>	<u>06</u>	<u>Content Ad</u>	<u>18</u>
<u>Skyscraper</u>	<u>05</u>	<u>Medium Rectangle</u>	<u>07</u>	<u>Exklusive Newsletter</u>	<u>19</u>
<u>XXL-Skyscraper</u>	<u>05</u>	<u>Halfpage Ad</u>	<u>07</u>	<u>Standalone Newsletter</u>	<u>19</u>
<u>Billboard</u>	<u>05</u>	<u>Interscroller Ad</u>	<u>07</u>	<u>A4-Seite</u>	<u>20</u>
<u>Dynamic Sitebar</u>	<u>05</u>	<u>Content Slider</u>	<u>07</u>	<u>Doppelseite</u>	<u>20</u>
<u>Floor Ad</u>	<u>05</u>	<u>Video Ads</u>	<u>13</u>	<u>Popover</u>	<u>20</u>
<u>Wallpaper</u>	<u>06</u>	<u>Newsband</u>	<u>14</u>	<u>Facebook</u>	<u>21</u>
<u>Fireplace Ad</u>	<u>06</u>	<u>Advertorial</u>	<u>15</u>	<u>LinkedIn</u>	<u>21</u>
<u>Tandem Ad</u>	<u>06</u>	<u>Subchannel</u>	<u>14</u>	<u>Instagram</u>	<u>21</u>
<u>Ad Bundle</u>	<u>06</u>	<u>Bild-Text-Teaser</u>	<u>18</u>	<u>TikTok</u>	<u>21</u>



Verlagsanstalt Handwerk bezieht sich im gesamten Dokument auf die folgenden Marken: Deutsches Handwerksblatt, Gebäudehülle.net, RTS Magazin, LIFTjournal.

# ALLGEMEIN



---

## Angaben zur Datenanlieferung:

Wir benötigen von Ihnen:

- Kundename
- Werbemittel/Briefing entsprechend den nachfolgenden Spezifikationen
- URL, auf die verlinkt werden soll
- Laufzeit der Kampagne

Lieferadresse: [digital@verlagsanstalt-handwerk.de](mailto:digital@verlagsanstalt-handwerk.de)



**Bitte beachten Sie die jeweiligen Fristen zur Datenanlieferung.**

# DISPLAY ADS



## Mögliche Dateiformate:

### **Bild**

**Assets:** GIF, JPG, PNG

**Gewicht:** max. 100 KB pro Datei

**Datenanlieferung:** 3 Werktage vor Kampagnenstart

### **Campaign Manager 360**

**Assets:** Campaign Manager 360 URL

**Datenanlieferung:** 5 Werktage vor Kampagnenstart

### **HTML5**

**Assets:** ZIP-Datei

**Gewicht:** max. 200 KB pro Datei

**Datenanlieferung:** 5 Werktage vor Kampagnenstart

### **Drittanbieter**

**Assets:** Drittanbietercode

**Datenanlieferung:** 5 Werktage vor Kampagnenstart



Bitte die Specs ab [Seite 8](#) beachten!

# DISPLAY ADS - DESKTOP



## Superbanner

**Größe:** 728 x 90 px

**Dateiformate:** Bild, HTML5, Campaign Manager 360-URL oder Drittanbieter



## Billboard

**Größe:** 800 x 250 px oder 960 x 250 px

**Dateiformate:** Bild, HTML5, Campaign Manager 360-URL oder Drittanbieter



## XXL-Skyscraper

**Größe:** 300 x 600 px

**Dateiformate:** Bild, HTML5, Campaign Manager 360-URL oder Drittanbieter



## Dynamic Sitebar

**Größe:** < 300 x 600 px

**Dateiformate:** HTML5 oder Redirect



## Skyscraper/Wide Skyscraper

**Größe:** 120 x 600 px, 160 x 600 px oder 200 x 600 px

**Dateiformate:** Bild, HTML5, Campaign Manager 360-URL oder Drittanbieter



## Floor Ad

**Größe:** 800 x 250 px oder 960 x 250 px

**Dateiformate:** Bild, HTML5, Campaign Manager 360-URL oder Drittanbieter



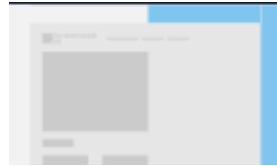
# DISPLAY ADS - DESKTOP



## Wallpaper

**Größe:** 728 x 90 px (Wallpaper Top) und 120 x 600, 160 x 600 oder 200 x 600 px (Wallpaper Skyscraper)

**Dateiformate** : Bild oder HTML5



## Tandem Ad

**Größen:**

- Superbanner: 728 x 90px
- Medium Rectangle: 300 x 250 px

**Dateiformate** : Bild, HTML5, Campaign Manager 360-URL oder Drittanbieter



## Fireplace Ad

**Größen:** 728 x 90 px (Fireplace Ad Top) und zweimal 120 x 600, 160 x 600 oder 200 x 600 px (Fireplace Ad Skyscraper left und right)

**Dateiformate** : Bild oder HTML5



## Ad Bundle

**Größen:**

- Superbanner: 728 x 90px,
- Medium Rectangle: 300 x 250 px und
- Skyscraper: 120 x 600, 160 x 600 oder 200 x 600 px

**Dateiformate** : Bild, HTML5, Campaign Manager 360-URL oder Drittanbieter



## Homepage Takeover

**Größen:**

- Fireplace Ad: 728x90 px (Fireplace Ad Top), zweimal 120x600, 160x600 oder 200x600 px (Fireplace Ad Skyscraper left und right) und
- Billboard: 800x250 px oder 960x250 px

**Dateiformate** : Bild oder HTML5





# DISPLAY ADS - CROSS DEVICE



## Medium Rectangle

**Größe:** 300 x 250 px

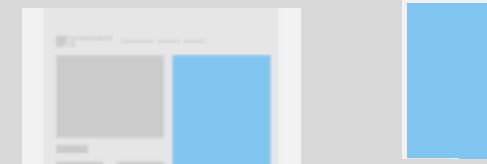
**Dateiformate:** Bild, HTML5, Campaign Manager 360-URL und Drittanbieter



## Halfpage Ad

**Größe:** 300 x 600 px

**Dateiformate:** Bild, HTML5, Campaign Manager 360-URL und Drittanbieter



## Interscroller Ad

**Größe:** 300 x 250 px oder 300 x 600 px

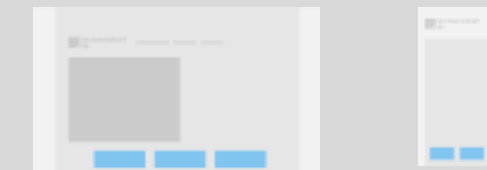
**Dateiformate:** Bild, HTML5, Campaign Manager 360-URL und Drittanbieter



## Content Slider

**Größe:** 300 x 100 px

**Dateiformate:** Bild, HTML5, Campaign Manager 360-URL und Drittanbieter



# HTML5-WERBEMITTEL - ANLIEFERUNG



## Definition:

HTML5 Werbemittel bestehen wie Webseiten aus mehreren Elementen, die nicht analog zu Flash in einem File zusammengeführt und komprimiert werden können.

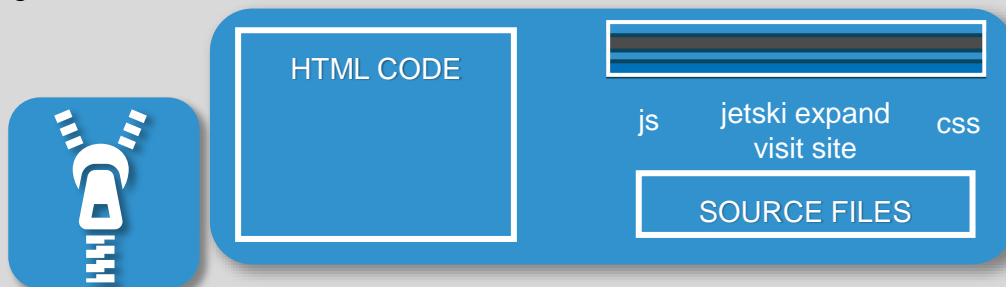
Diese sind:

- HTML-Files
- CSS
- Libraries (JavaScript, JQuery, etc.)
- Bilder
- Videos

## Beispiel Inhalt der ZIP-Datei

- Index-HTML Datei
- Assets (Bilder)

Eine Bearbeitung der Dateien seitens der Verlagsanstalt Handwerk ist nicht möglich.



## Datenanlieferung:

Die Anlieferung des HTML5-Werbemittels erfolgt als Zip-Datei, die alle Elemente des Werbemittels enthält, ausgenommen extern geladene Libraries, Videos oder Fonts.

- 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.
- Bei unseren Websites werden derzeit keine Creatives unterstützt, in deren HTML-Dateien SVG-Tags verwendet werden. Sie können stattdessen eigenständige SVG-Dateien einschließen und in der HTML-Datei auf sie verweisen.
- Wir empfehlen SSL-Werbemittel. Alle Ressourcen eines Werbemittels, einschließlich Bildern, Stylesheets, JavaScript und Tracking-Pixel, müssen sicher sein, damit das Creative als SSL-konform. Eine SSL-Umgebung braucht immer sichere Creatives.

 **Wir empfehlen die Anlieferung von Werbemitteln als jpg-, png- oder gif-Datei.**



# HTML5-WERBEMITTEL - ANLIEFERUNG



## Was wird eingefügt?

### **Index-HTML-Datei**

Das primäre Asset des HTML5-Creatives ist die HTML-Datei. Sie ist der Einstiegspunkt für Ihr Creative. Die HTML-Datei muss ein vollständiges HTML-Dokument sein, das mindestens ein Klick-Tag enthält.

### **Andere Dateien**

Fügen Sie alle Assets wie Bilder ein, auf die die HTML-Datei verweist

### **Unterstützte Dateitypen**

HTML, HTM, JS, CSS, JPG, JPEG, GIF, PNG, JSON, XML

### **Maximale Anzahl von Dateien**

Die ZIP-Datei kann bis zu 100 Dateien enthalten

### **Maximale Größe**

Bild - Desktop/Tablet - max. 200 KB

- Mobile – max. 50 KB

Video - max. 2 MB

## Was wird nicht eingefügt?

### **Keine ZIP-Dateien in die ZIP-Datei**

Fügen Sie keine ZIP-Dateien in die HTML5-ZIP-Datei ein

### **Keine nicht referenzierten Dateien**

Die ZIP-Datei kann bis zu 100 Dateien enthalten

### **Keinen lokalen Speicher oder Session Storage**

Google lässt keine HTML5-Assets zu, die den lokalen Speicher oder Session Storage verwenden

### **Keine HTML5-Assets mit folgenden JavaScript APIs hochladen**

- indexedDB
- localStorage
- openDatabase
- sessionStorage

### **Kein Prozentzeichen (%) im Namen**

Der Name der Assetdatei darf kein Prozentzeichen (%) aufweisen

## Unterstützte Dateitypen und Grenzwerte für Ihre ZIP-Datei

Damit der Aufbau der Webseite und des Werbemittels nicht unnötig verzögert wird, ist bei der Kreation zu beachten, dass die einzelnen Elemente des HTML5 Werbemittels sowohl hinsichtlich ihrer Anzahl als auch Dateigröße so klein wie möglich gehalten werden, um die Serverprozesse/Anfragen (Server Requests) zu minimieren.

Dazu sind Komprimierungsmethoden des Codes und Code-Optimierungen in einer Datei anzuwenden.

Dies ist durch Komprimierung und Optimierungsverfahren als auch durch sparsame Anwendung von Animationen und die Vermeidung externer Elemente wie Fonts und Bibliotheken zu erreichen, welche auch zu der Dateigröße dazu gerechnet werden. Unterverzeichnis-Strukturen sind zu vermeiden.

# HTML5-WERBEMITTEL - KLICKTAGS



## Schreibweise und Übergabe:

Die Schreibweise für Klicktags lautet: clickTag

Es wird eine JavaScript clickTag Variable empfohlen, Query Weiterleitungen werden teilweise nicht unterstützt.

ClickTags definieren Klick-URLs für jeden Exit in Ihrem HTML5-Creative. Ein Exit ist ein Bereich, über den der Browser nach einem Klick auf eine bestimmte Zielseite weitergeleitet wird.

Wenn ein Nutzer auf einen Exit klickt, ruft das Creative die Klick-URL für den entsprechenden Exit 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 ClickTags sowohl in Ihrem Creative als auch in Ihrer Anzeige festlegen, hat die Einstellung auf Anzeigenebene eine höhere Priorität als die Einstellungen auf Creative-Ebene.

Google Ad Manager erkennt ClickTags, wenn Sie Assets hochladen. Sie können die vom ClickTag verwendete Klick-URL jederzeit ändern.

## **Einige Best Practices für die Einrichtung von ClickTags:**

- In Ihrem Creative muss die ClickTag-Variable als Klickziel verwendet werden.
- Das ClickTag 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 Klick-URLs in Ihrem Asset nicht hartcodieren, da im Google Ad Manager sonst keine Klicks erfasst werden können und Trafficker daran gehindert werden, die URL zu aktualisieren. Nach dem Hochladen erhalten Sie im Google Ad Manager eine Warnung, wenn sich hartcodierte URLs im Asset befinden. In diesem Fall sollte der Werbetreibende das Werbemittel anpassen. Bearbeitung vom Code seitens Verlagsanstalt Handwerk ist nicht möglich.
- Der Werbetreibende bzw. die Agentur sollte ein funktionierendes HTML5-Werbemittel anliefern.

# HTML5-WERBEMITTEL - KLICKTAGS



## Verwendung eines Standard clickTag

```
<html>
  <head>
    <meta name="ad.size" content="width=300,height=250">
    <script type="text/javascript">
      /* click tracking google */
      function getParameterByName(name, url) {
        if (!url) {
          url = window.location.href;
        }
        name = name.replace(/[\\]/g, "\\$&");
        var regex = new RegExp("[?&]" + name + "([^\&#]*)|&|#|$)");
        results = regex.exec(url);
        if (!results) return "";
        if (!results[2]) return "";
        return decodeURIComponent(results[2].replace(/\+/g, " "));
      }
      /* hier Zielurl eintragen */
      var clickTag = "https://www.HIER_IHRE_CLICKURL_EINFÜGEN.com";
      clickTag = getParameterByName("clickTag") + clickTag;
    </script>
  </head>
```

[Der restliche Creative-Code wird hier eingefügt.] </html>

```
<a href="javascript:window.open(window.clickTag)"
onclick="window.open(window.clickTag);return false;">
```

```

</a>
```

## Modifikation bei Verwendung von exit Event (z.B. bei HTML5 Werbemitteln aus dem Google Web Designer)

```
<script type="text/javascript">

function getParameterByName(name, url) {
  if (!url) {
    url = window.location.href;
  }
  name = name.replace(/[\\]/g, "\\$&");
  var regex = new RegExp("[?&]" + name + "([^\&#]*)|&|#|$)");
  results = regex.exec(url);
  if (!results) return "";
  if (!results[2]) return "";
  return decodeURIComponent(results[2].replace(/\+/g, " "));
}

var trfUrl = "http://www.HIER_IHRE_CLICKURL_EINFÜGEN.com";

trfUrl = getParameterByName("clickTag") + trfUrl;

</script>
```

//Ersetzen Sie bitte die URL im event-handler durch die Variable trfUrl:

```
<script type="text/javascript" gwd-
events="handlers">gwd.auto_ClickTagAction=function(event){gwd.actions.gwdDou
bleclick.exit("gwd-ad","click",trfUrl,true,true)}</script>
```

# HTML5-WERBEMITTEL - KLICKTAGS



---

## Funktionstest der clickTag-Get-Parameter für Übergabe an das Werbemittel:

Die Werbemittel sollen von der Kreativagentur auf funktionierende clickTag-Übergabe getestet werden, damit unnötige Feedbackschleifen ausgeschlossen werden können.

### **Test**

html5werbemittel.html?clickTag=%LANDINGPAGE%

%LANDINGPAGE% ist mit einer Testzielseite zu ersetzen und muss URL-encoded übergeben werden.

Beispiel: html5werbemittel.html?clickTag=https://google.com



**Eine Bearbeitung der Dateien seitens der Verlagsanstalt Handwerk ist nicht möglich.**

Wenn keines der Verfahren zur Übergabe des Vermarkter-Click-Trackings möglich ist, kann eine Ausweisung der Klickraten auf Seiten des Google Ad Managers nicht erfolgen. Bitte beachten Sie ebenfalls, dass innerhalb eines Werbemittels keine getrennte Ausweisung von Multi-clickTags möglich ist. Klicks werden immer kumuliert pro Werbeform im Kennzahlen-Report ausgewiesen, vorausgesetzt der Publisher ist in der Lage Klicks über das eigene AdServing-System des Google Ad Managers zu erfassen.

# HTML5-WERBEMITTEL - ERWEITERUNGEN



## Video

- Videos in HTML5 Werbemitteln werden über den Tag `<video></video>` eingebunden.
- 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 = 2 MB  
Das Video ist sowohl in H264/mp4 als auch in VP8/WebM zur Verfügung zu stellen.

```
<video controls height='640' width='360'>  
  
<source src='yourVideo.mp4' type='video/mp4' /> <source src='yourVideo.webm'  
type='video/webm' />  
  
</video>
```

## Animation

- Bei Animationen ist darauf zu achten, dass diese den Client CPU nicht unnötig belasten.
- Mehrere parallel laufende Animationen und überlappende transparente Grafiken sind nicht gestattet.
- Der Einsatz von CSS3 oder JavaScript Animationen ist mit Bedacht auf die CPU und GPU Auslastung zu wählen.
- Animationen sollten 30 Sekunden nicht überschreiten. Looping ist nur innerhalb dieses Zeitrahmens erlaubt. Die Anzahl der Wiederholung ist durch den Werbemittlersteller innerhalb der Werbeform umzusetzen.

! Es muss eine gesamte HTML5 Datei angelegt werden, die den Anweisungen ab [Seite 8](#) entspricht!

# NEWSBAND



- **Text:** Empfehlung: max. ca. 250 Zeichen
- **URL,** auf die verlinkt werden soll
- **Ausspielung:** Cross Device

Mittwoch, 24. Juli 2024

Startseite Service HWK Digitalpaper  🔍

**Handwerksblatt** Betriebsführung Handwerkspolitik Mobilität Panorama Themen-Specials




Foto: © Anekcei\_Kuprinnos/123RF.com

Handwerkspolitik | Juli 2024

**Bundeshaushalt: Handwerk fordert deutlichere Wachstumsimpulse**


Der ZDH hofft, dass die Maßnahmen des von der Bundesregierung beschlossenen Dynamisierungspaketes zügig umgesetzt werden. Mit dem neuen Bundeshaushalt hätte sich der Verband mehr Unterstützung für die mittelständische Wirtschaft gewünscht.

[Artikel lesen](#)

Meistgelesene Artikel

- Betriebsführung Juli 2024  
**Gericht stoppt Einbaupflicht für Smart Meter**
- Betriebsführung Juli 2024  
**Leasing-Rückgabe: Welche Schäden muss man zahlen?**
- Betriebsführung Juli 2024  
**Montiert ein Handwerker Photovoltaik, sind die Kosten steuerlich absetzbar**
- Betriebsführung Juli 2024  
**Elektronische Zeiterfassung wird Pflicht – aber nicht für Kleinbetriebe**
- Betriebsführung Juli 2024  
**Ab 2025: Die E-Rechnung wird Pflicht**

**artifex**  
DAS MAGAZIN  
für Handwerker,  
Genießer und  
Entdecker



NEWSBAND

**Handwerksblatt** Menu



Foto: © Anekcei\_Kuprinnos/123RF.com

Handwerkspolitik | Juli 2024

**Bundeshaushalt: Handwerk fordert deutlichere Wachstumsimpulse**

Der ZDH hofft, dass die Maßnahmen des von der Bundesregierung beschlossenen Dynamisierungspaketes zügig umgesetzt werden. Mit dem neuen Bundeshaushalt hätte sich der Verband mehr Unterstützung für die mittelständische Wirtschaft gewünscht.

[Artikel lesen](#)

NEWSBAND

# NATIVE ADVERTISING



## Advertorial

Der Text Ihres Advertorials hat eine beliebige Länge, sollte aber angenehm zu lesen sein. Als Richtwert empfehlen wir je nach Thema ca. 3.000 Zeichen (+/- 50 %). Die Headline sollte max. zweizeilig sein. Dies entspricht maximal ca. 75 Zeichen. Der Einleitungstext darf maximal ca. 300 Zeichen lang sein.

Gerne verlinken wir innerhalb des Texts beliebig oft auf Inhalte Ihrer Website oder Ihrer Social-Media-Kanäle und bieten PDF-Downloads an.

In den Textbereich fügen wir ein Aufmacherbild im Format 4:3 (Mindestgröße 800x600 Pixel, Bildqualität: 72 dpi oder höher, inkl. Copyright) sowie bis zu vier Fotos (je nach Textlänge) ein. Größere Formate passen wir gerne an. Alternativ können im Textbereich auch [Videos](#) (YouTube-/ Vimeo-Link oder Einbettcode), [Grafiken](#) oder [Bildergalerien](#) eingefügt werden.

Teilen Sie uns einen kurzen Untertitel (optional) sowie die Bildquelle für jedes Bild mit und vergewissern Sie sich, dass die Bildrechte geklärt sind.

In [Infoboxen](#) können Sie Kerninformationen, wichtige weiterführenden Links, Ihre Kontaktdaten etc. anschaulich hervorheben.

Des Weiteren haben Sie die Möglichkeit, oberhalb Ihres Advertorials einen Header zu platzieren (960 x 120 Pixel) und/oder ein [Medium Rectangle](#) (300 x 250 px) bzw. [Halfpage Ad](#) (300 x 600 px) als Werbemittel innerhalb Ihres Advertorials zu integrieren.

The screenshot displays a template for a native advertisement. At the top, there is a grey header area labeled 'Header 960x120 px (optional)'. Below this is a large grey area for the main image, labeled 'Ihr Aufmacherbild Format: 4:3, mind. 800x600 px'. A blue bar below the image contains the text 'Hier steht Ihre optionale Bildunterschrift (Foto: © Copyrightvermerk)'. The main content area features a headline 'Headline Ihres Advertorials (max. ca. 75 Zeichen)' followed by a sub-headline 'Betriebsführung Mai 2021 Anzeige'. Below this is a paragraph of placeholder text: 'Einleitungstext Ihres Advertorials. Max. ca. 300 Zeichen. Dieser Text wird außerdem im Bild-Text-Teaser auf handwerksblatt.de zur Bewerbung Ihres Advertorials angezeigt.' This is followed by another paragraph of placeholder text. Below the text are three sections, each with a sub-headline 'Zwischenüberschrift (Optional)' and a paragraph of placeholder text. The first section includes a video player with the title 'Die einfachste Buchhaltung in unter d...' and a play button. The second section includes a graphic with multiple charts and data points. The third section includes a graphic with a single chart. At the bottom right, there is a blue monitor icon with a white mouse cursor pointing at it, labeled 'Beispiel'.



# NATIVE ADVERTISING



## Bildergalerien

- Bildanzahl: max. ca. 10 Bilder
- Bildgröße: 800x600 Pixel oder größer
- Bildqualität: 72 dpi oder höher
- Bildunterschrift: Bitte formulieren Sie uns – wenn gewünscht – eine Unterzeile für jedes Bild sowie die Bildquelle.
- Hinweis: Optional besteht die Möglichkeit, innerhalb der Bildergalerie ein statisches Werbemittel zu platzieren.
- Dass eine Bildergalerie vorhanden ist, wird dem Leser bereits in der Artikelübersicht angezeigt



## Karte

Zeigen Sie unseren Lesern mit einer Karte, wie sie Ihr Unternehmen am Besten erreichen. Bitte senden Sie uns einfach die Adresse, die in der Karte abgebildet werden soll.



## Video

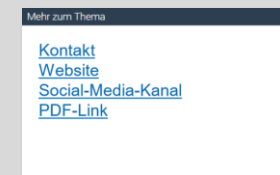
Unterstreichen Sie Ihre Botschaft durch eine Video-Integration und gewähren Sie unseren Lesern einen Blick hinter die Kulissen. Das Video wird per Link oder Einbettcode integriert.



## Infobox / Kontakt-Box

Bieten Sie unseren Lesern eine direkte Kontaktoption zu Ihrem Unternehmen.

Beispiele: Adresse, Telefonnummer, Fax, Mailadresse, Link zur Ihrer Website oder besonderen Angeboten.



# NATIVE ADVERTISING



---

## Subchannel

- Ein Subchannel ist ein eigenes Themenumfeld in Form einer eigenen Unterrubrik, in dem Sie mehrere Advertorials platzieren können.
- Bitte stellen Sie uns zum Start Ihres Subchannels Inhalte für mindestens zwei bis drei [Advertorials](#) zur Verfügung.
- Zudem benötigen wir einen Titel und ein Aufmacherbild im Format 4:3 (Mindestgröße 800 x 600 Pixel, Bildqualität: 72 dpi oder höher, inkl. Copyright) und einen kurzen Einleitungstext.
- Die Headline sollte max. zweizeilig sein. Dies entspricht maximal ca. 75 Zeichen.
- Der Einleitungstext darf maximal ca. 300 Zeichen lang sein.



## Anlieferung

Wir benötigen Ihre Inhalte **mind. 5 Werktage** vor Schaltbeginn, damit noch genügend Vorlaufzeit besteht, Ihnen vorab einen Vorschaulink zu senden und mögliche Korrekturen umzusetzen.

Bitte senden Sie Ihre Daten an [digital@verlagsanstalt-handwerk.de](mailto:digital@verlagsanstalt-handwerk.de)

# NEWSLETTER



## Anlieferung

Wir benötigen Ihre Inhalte mind. 5 Werktage vor Schaltbeginn, damit noch genügend Vorlaufzeit besteht, Ihnen vorab eine Vorschau zu senden und mögliche Korrekturen umzusetzen.

- keine 3rd Party Tags/Redirect
- keine Zählpixel
- Trackinglinks können integriert werden

Bitte senden Sie Ihre Daten an [digital@verlagsanstalt-handwerk.de](mailto:digital@verlagsanstalt-handwerk.de)

## Bild-Text-Teaser

**Bild:** Format 4:3, hochauflösend, jpg, (Mindestgröße: 352 x 264 px), inkl. Copyrightvermerk

**Text:** ca. 200 Zeichen zzgl. Headline (ca. 50 Zeichen) und Call-to-Action/Weiterlesen-Hinweis

**URL,** auf die verlinkt werden soll

## Content Ad

**Bild:** Größe: 300 x 250 px oder 468 x 60 px (weitere Größen auf Anfrage), jpg

**URL,** auf die verlinkt werden soll



# NEWSLETTER



## Exklusiv Sponsoring

Wir benötigen drei [Bild-Text-Teaser](#) oder [Banner](#) laut obenstehenden Specs.

## Standalone Newsletter

- a) Header, Einleitungstext Chefredakteur, Aufmacherbild, Headline, Text & Verlinkung

Specs: Logo (jpg-Format), Verlinkung für den Header, Aufmacherbild (Max. Größe 500 x 400 px) mit Verlinkung, Headline, Text und Verlinkung mit Call-to-Action (Empfehlung: ca. 1.500 Zeichen)

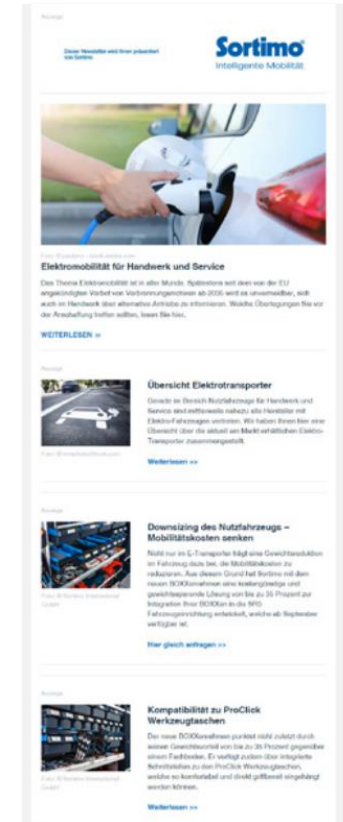
- b) Header, Einleitungstext Chefredakteur, mehrere Bild-Text-Teaser mit verschiedenen Themen (Empfehlung: ca. 5 Bild-Text-Teaser) Specs: Logo (jpg-Format), Verlinkung für den Header

### Für jeden Bild-Text-Teaser:

**Bild:** Format 4:3, hochauflösend, jpg, (Mindestgröße: 352 x 264 px), inkl. Copyrightvermerk

**Text:** ca. 200 Zeichen zzgl. Headline (ca. 50 Zeichen)

**URL,** auf die verlinkt werden soll



# DIGITALPAPER



## A4-Seite

**PDF-Datei:** 210mm x 297mm

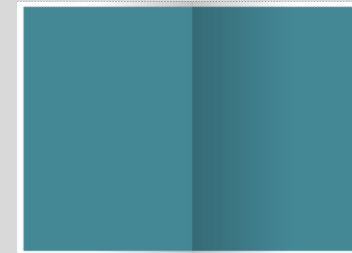
**URL,** auf die verlinkt werden soll



## Doppelseite

**PDF-Datei:** 420mm x 297mm

**URL,** auf die verlinkt werden soll



## Pop-Over

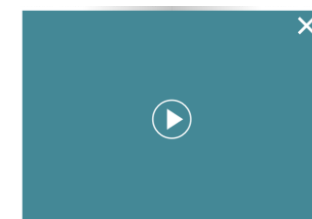
**Bild** max. 1500 x 875 px und max. 320 x 460px (für die mobile Ansicht)

**Formate:** jpg, png

**Gewicht:** max. 200 KB

**URL,** auf die verlinkt werden soll

**Video:** YouTube-Link



# SOCIAL MEDIA



## Facebook

**Text** keine Zeichenbegrenzung. Empfehlung für oberes Limit ca. 450 Zeichen

**Kennzeichnung:** [+++Anzeige+++] zu Beginn des Texts

**URL**, auf die verlinkt werden soll

Bildhinweis von Facebook für das Bild auf der Zielwebsite

### Die richtige Auflösung für geteilte Links bei Facebook

Geteilte Links sollten auch bei Facebook möglichst bebildert sein, da diese so mehr Aufmerksamkeit generieren und Deine Nutzer sie dadurch eher bemerken, lesen, anklicken und möglicherweise selbst teilen. Die von Facebook angezeigte Größe beläuft sich auf 500x261 Bildpunkte. Für die hochgeladenen Bildern von geteilten Links sind bei Facebook Bildformate mit 1.200x627 Pixeln die beste Wahl.

## LinkedIn

**Text:** max. 200 Zeichen

**Kennzeichnung:** [+++Anzeige+++] zu Beginn des Texts

**Link-Post:** Verlinkung bzw. URL zur Landingpage

**Bildgröße:** Empfohlene Größe: 1200 x 628 Pixel

**Dateityp:** jpg, png

## Instagram

**Text:** max. 200 Zeichen

**Bildgröße:** Empfohlene Größe: Querformat (1200 x 566 Pixel);  
Quadrat (1080 x 1080 Pixel); Hochformat (1080 x 1350 Pixel) |

**Dateityp:** jpg, png



Für Werbepostings auf Instagram und TikTok empfehlen wir eine gemeinsame Erstellung. **Contentnahe Inhalte führen zu einer erfolgreicherer Auspielung.**

Sprechen Sie uns für eine Konzepterstellung gerne an!

# PRÄZISIONSMARKETING



## Bannerformate

Inline Rectangle (MPU)	300 x 250 px
Mobile Interstitial	300 x 300 px
Banner 2:1	300 x 150 px
Billboard (groß)	970 x 250 px
Billboard (klein)	800 x 250 px
Halfpage Ad	300 x 600 px
Leaderboard	320 x 50 px
Maxi Ad	800 x 600 px

## Spezifikationen

- Image (.gif oder .jpg): max. 150 KB und SSL-secure
- Länge der Animation: Animierte Anzeigen müssen nach 30 Sekunden statisch werden
- 3rd party (javascript oder html): max. 150 KB und SSL-secure
- Frame nur von DoubleClick möglich
- Ziel-URL, zu der die Banner verlinken sollen

## AdTag

Wenn Sie einen eigenen AdServer betreiben, können Sie uns alternativ auch einen Werbebanner AdTag senden. Dabei handelt es sich um einen verweisenden Code zu den auf Ihrem AdServer liegenden Bannern. Diesen Code binden wir dann in unserem System ein. Wir unterstützen alle gängigen am Markt erhältlichen AdServer-Systeme.





Verlagsanstalt Handwerk GmbH  
Auf'm Tetelberg 7  
40221 Düsseldorf  
Geschäftsführer: Dr. Rüdiger Gottschalk

Mediainformationen:  
[handwerksmedien.info](http://handwerksmedien.info)



# ≡ INDEX

<u>General</u>	<u>25</u>
<u>Display Ads</u>	<u>26</u>
<u>HTML5-Integrations</u>	<u>30</u>
<u>Native Advertising</u>	<u>36</u>
<u>Newsletter</u>	<u>40</u>
<u>Digital Paper</u>	<u>42</u>
<u>Social-Media</u>	<u>43</u>
<u>Precision Marketing</u>	<u>44</u>



## >> Advertising formats

<u>Superbanner</u>	<u>27</u>	<u>Homepage Takeover</u>	<u>28</u>	<u>Content Ad</u>	<u>40</u>
<u>Skyscraper</u>	<u>27</u>	<u>Medium Rectangle</u>	<u>29</u>	<u>Exclusive Newsletter</u>	<u>41</u>
<u>XXL-Skyscraper</u>	<u>27</u>	<u>Halfpage Ad</u>	<u>29</u>	<u>Standalone Newsletter</u>	<u>41</u>
<u>Billboard</u>	<u>27</u>	<u>Interscroller Ad</u>	<u>29</u>	<u>1/1 Page</u>	<u>42</u>
<u>Dynamic Sitebar</u>	<u>27</u>	<u>Content Slider</u>	<u>29</u>	<u>Double Page</u>	<u>42</u>
<u>Floor Ad</u>	<u>27</u>	<u>Video Ads</u>	<u>35</u>	<u>Popover</u>	<u>42</u>
<u>Wallpaper</u>	<u>28</u>	<u>Newsband</u>	<u>36</u>	<u>Facebook</u>	<u>43</u>
<u>Fireplace Ad</u>	<u>28</u>	<u>Advertorial</u>	<u>37</u>	<u>LinkedIn</u>	<u>43</u>
<u>Tandem Ad</u>	<u>28</u>	<u>Subchannel</u>	<u>39</u>	<u>Instagram</u>	<u>43</u>
<u>Ad Bundle</u>	<u>28</u>	<u>Picture-Text-Teaser</u>	<u>40</u>	<u>TikTok</u>	<u>43</u>



Verlagsanstalt Handwerk refers to the following brands throughout the document: Deutsches Handwerksblatt, Gebäudehülle.net, RTS Magazin, LIFTjournal.

# GENERAL



---

## Data Submission:

We require the following from you:

- Client name
- Advertising material/briefing according to the following specifications
- URL to be linked
- Campaign duration

Delivery address: [digital@verlagsanstalt-handwerk.de](mailto:digital@verlagsanstalt-handwerk.de)



**Please observe the respective deadlines for data submission.**

# DISPLAY ADS



## Possible File Formats:

### Picture

**Assets:** GIF, JPG, PNG

**Data Submission:** 3 business days before the campaign start

**Gewicht:** max. 100 KB pro Datei

### Campaign Manager 360

**Assets:** Campaign Manager 360 URL

**Data Submission:** 5 business days before the campaign start

### HTML5

**Assets:** ZIP-Datei

**Data Submission:** 5 business days before the campaign start

**Gewicht:** max. 200 KB pro Datei

### Third-party code

**Assets:** Third-party code

**Data Submission:** 5 business days before the campaign start



Please follow the specs starting on [page 30!](#)

# DISPLAY ADS - DESKTOP



## Superbanner

**Format in pixels:** 728 x 90 px

**Possible File Formats:** Picture, HTML5, Campaign Manager 360-URL or Third-Party



## Billboard

**Format in pixels:** 800 x 250 px or 960 x 250 px

**Possible File Formats :** Picture, HTML5, Campaign Manager 360-URL or Third-Party



## XXL-Skyscraper

**Format in pixels:** 300 x 600 px

**Possible File Formats :** Picture, HTML5, Campaign Manager 360-URL or Third-Party



## Dynamic Sitebar

**Format in pixels:** < 300 x 600 px

**Possible File Formats :** HTML5 or Redirect



## Skyscraper/Wide Skyscraper

**Format in pixels:** 120 x 600 px, 160 x 600 px or 200 x 600 px

**Possible File Formats :** Picture, HTML5, Campaign Manager 360-URL or Third-Party



## Floor Ad

**Format in pixels:** 800 x 250 px or 960 x 250 px

**Possible File Formats :** Picture, HTML5, Campaign Manager 360-URL or Third-Party



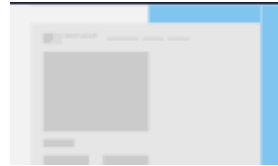
# DISPLAY ADS - DESKTOP



## Wallpaper

**Format in pixels:** 728 x 90 px (Wallpaper Top) and 120 x 600, 160 x 600 oder 200 x 600 px (Wallpaper Skyscraper)

**Possible File Formats :** Picture or HTML5



## Tandem Ad

**Format in pixels:**

- Superbanner: 728 x 90px
- Medium Rectangle: 300 x 250 px

**Possible File Formats :** Picture, HTML5, Campaign Manager 360-URL or Third-Party



## Fireplace Ad

**Format in pixels:** 728 x 90 px (Fireplace Ad Top) and 2x 120 x 600, 160 x 600 or 200 x 600 px (Fireplace Ad Skyscraper left and right)

**Possible File Formats :** Picture or HTML5



## Ad Bundle

**Format in pixels:**

- Superbanner: 728 x 90px,
- Medium Rectangle: 300 x 250 px and
- Skyscraper: 120 x 600, 160 x 600 or 200 x 600 px

**Possible File Formats :** Picture, HTML5, Campaign Manager 360-URL or Third-Party



## Homepage Takeover

**Format in pixels:**

- Fireplace Ad:  
728 x 90 px (Fireplace Ad Top)  
2x 120 x 600, 160 x 600 or 200 x 600 px (Fireplace Ad Skyscraper left and right) and
- Billboard: 800 x 250 px or 960 x 250 px

**Possible File Formats :** Picture or HTML5



# DISPLAY ADS - CROSS DEVICE



## Medium Rectangle

**Format in pixels:** 300 x 250 px

**Possible File Formats:** Picture, HTML5, Campaign Manager 360-URL or Third-Party



## Halfpage Ad

**Format in pixels:** 300 x 600 px

**Possible File Formats:** Picture, HTML5, Campaign Manager 360-URL or Third-Party



## Interscroller Ad

**Format in pixels:** 300 x 250 px oder 300 x 600 px

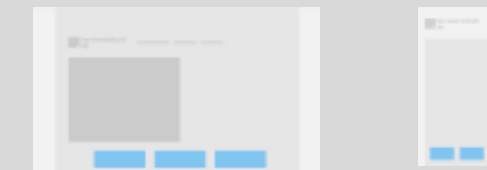
**Possible File Formats:** Picture, HTML5, Campaign Manager 360-URL or Third-Party



## Content Slider

**Format in pixels:** 300 x 100 px

**Possible File Formats:** Picture, HTML5, Campaign Manager 360-URL or Third-Party





# HTML5-ADVERTISING FORMATS - SUBMISSION



## Definition:

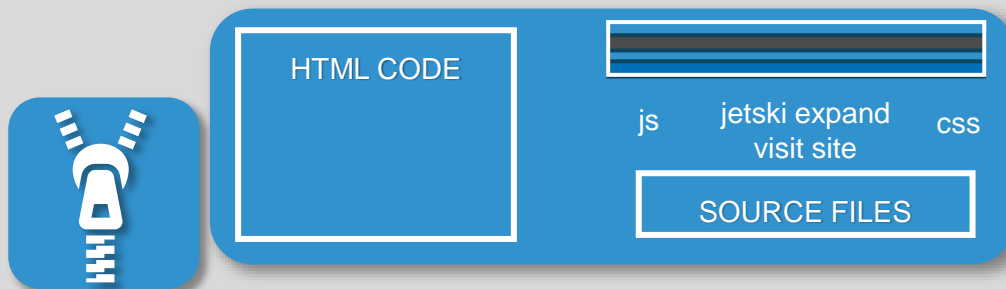
HTML5 ads consist of multiple elements, similar to websites, which cannot be combined and compressed into a single file like Flash. These elements are:

- HTML-Files
- CSS
- Libraries (JavaScript, JQuery, etc.)
- Images
- Videos

## **Example Content of the ZIP File:**

- Index HTML file
- Assets (images)

Editing of the files by Verlagsanstalt Handwerk is not possible.



## Data submission:

The HTML5 ad should be delivered as a ZIP file containing all elements of the ad, excluding externally loaded libraries, videos, or fonts.

- The ZIP file must include an index.html file as the starting point, and all embedded scripts, as well as all elements within the ZIP file, must be relatively linked.
- Currently, our websites do not support creatives that use SVG tags in HTML files. Instead, you can include standalone SVG files and reference them in the HTML file.
- We recommend SSL-compliant ads. All resources within an ad, including images, stylesheets, JavaScript, and tracking pixels, must be secure to ensure the creative is SSL-compliant. An SSL environment always requires secure creatives.



**We recommend delivering ads as JPG, PNG, or GIF files.**

# HTML5-ADVERTISING FORMATS - SUBMISSION



## What can be included?

### **Index HTML File**

The primary asset of the HTML5 creative is the HTML file. It serves as the entry point for your creative. The HTML file must be a complete HTML document that includes at least one click tag.

### **Other Files**

Include all assets such as images that the HTML file references.

### **Supported File Types**

HTML, HTM, JS, CSS, JPG, JPEG, GIF, PNG, JSON, XML

### **Maximum Number of Files**

The ZIP file can contain up to 100 files.

### **Maximum Size in Pixels**

Image

Desktop/Tablet - max. 200 KB

Mobile - max. 50 KB

Video - max. 2 M

## What cannot be included?

### **No ZIP Files within the ZIP File**

Do not include ZIP files inside the HTML5 ZIP file.

### **No Unreferenced Files**

The ZIP file can contain up to 100 files.

### **No Local Storage or Session Storage**

Google does not allow HTML5 assets that use local storage or session storage.

### **Do Not Upload HTML5 Assets with the Following JavaScript APIs**

indexedDB

localStorage

openDatabase

sessionStorage

### **No Percentage Sign (%) in the Name**

The asset file name must not contain a percentage sign (%).

## Supported File Types and Limits for Your ZIP File

To avoid unnecessary delays in the website's and the ad's load time, it is important to keep the number of elements and the file size of each element in the HTML5 creative as small as possible to minimize server requests.

For this, code compression and optimization methods should be applied in one file. This can be achieved through compression and optimization techniques, as well as by limiting the use of animations and avoiding external elements like fonts and libraries, which also count towards the file size.

Avoid using subdirectory structures.

# HTML5-ADVERTISING FORMATS – CLICK TAGS



---

## Syntax and Delivery:

The syntax for click tags is as follows: clickTag.

A JavaScript clickTag variable is recommended, as query redirects are not always supported.

ClickTags define click URLs for each exit in your HTML5 creative. An exit is an area where the browser redirects to a specific target page after a click.

When a user clicks on an exit, the creative retrieves the click URL for the corresponding exit. You should set this URL as needed, depending on the type of creative you are using, either within your creative or your ad. If you define ClickTags both in your creative and in your ad, the ad-level settings take precedence over the creative-level settings.

Google Ad Manager detects ClickTags when you upload assets. You can change the click URL used by the ClickTag at any time.

## **Some Best Practices for Setting Up ClickTags:**

- Your creative must use the ClickTag variable as the click target.
- The ClickTag should be easily readable by the ad server, meaning it should not be minified or contain obfuscated code. However, you may use minifiers for the rest of the code and other files.
- You should not hardcode click URLs in your asset, as Google Ad Manager will not be able to track clicks, and traffickers will be unable to update the URL. After uploading, Google Ad Manager will warn you if hardcoded URLs are found in the asset. In such cases, the advertiser should adjust the creative. Editing the code by Verlagsanstalt Handwerk is not possible.
- The advertiser or agency should deliver a functioning HTML5 creative.

# HTML5-ADVERTISING FORMATS – CLICK TAGS



## Using a Standard clickTag

```
<html>
  <head>
    <meta name="ad.size" content="width=300,height=250">
    <script type="text/javascript">
      /* click tracking google */
      function getParameterByName(name, url) {
        if (!url) {
          url = window.location.href;
        }
        name = name.replace(/[\\]/g, "\\$&");
        var regex = new RegExp("[?&]" + name + "([^\&#]*)|&|#|$)",
          results = regex.exec(url);
        if (!results) return "";
        if (!results[2]) return "";
        return decodeURIComponent(results[2].replace(/\+/g, " "));
      }
      /* hier Zielurl eintragen */
      var clickTag = "https://www.HIER_IHRE_CLICKURL_EINFÜGEN.com";
      clickTag = getParameterByName("clickTag") + clickTag;
    </script>
  </head>
```

[Der restliche Creative-Code wird hier eingefügt.] </html>

```
<a href="javascript:window.open(window.clickTag)"
onclick="window.open(window.clickTag);return false;">
```

```

</a>
```

## Modification When Using an Exit Event (e.g., with HTML5 Creatives from Google Web Designer)

```
<script type="text/javascript">

function getParameterByName(name, url) {
  if (!url) {
    url = window.location.href;
  }
  name = name.replace(/[\\]/g, "\\$&");
  var regex = new RegExp("[?&]" + name + "([^\&#]*)|&|#|$)",
    results = regex.exec(url);
  if (!results) return "";
  if (!results[2]) return "";
  return decodeURIComponent(results[2].replace(/\+/g, " "));
}

var trfUrl = "http://www.HIER_IHRE_CLICKURL_EINFÜGEN.com";

trfUrl = getParameterByName("clickTag") + trfUrl;

</script>
```

//Ersetzen Sie bitte die URL im event-handler durch die Variable trfUrl:

```
<script type="text/javascript" gwd-
events="handlers">gwd.auto_ClickTagAction=function(event){gwd.actions.gwdDou
bleclick.exit("gwd-ad","click",trfUrl,true,true)}</script>
```

# HTML5-ADVERTISING FORMATS – CLICK TAGS



---

## [Function Test of clickTag Get Parameters for Delivery to the Creative:](#)

The creatives should be tested by the creative agency to ensure the clickTag delivery is functioning correctly, in order to avoid unnecessary feedback loops.

### **Test**

html5creative.html?clickTag=%LANDINGPAGE%

%LANDINGPAGE% must be replaced with a test landing page and passed as a URL-encoded parameter.

Example: html5creative.html?clickTag=https://google.com



**Editing of the files by Verlagsanstalt Handwerk is not possible.**

If none of the methods for passing the marketer's click-tracking is feasible, click-through rates cannot be reported on Google Ad Manager. Please also note that separate reporting of multi-clickTags within a single creative is not possible. Clicks will always be reported cumulatively per ad format in the metrics report, provided the publisher is capable of tracking clicks via their own Google Ad Manager AdServing system.

# HTML5-ADVERTISING FORMATS - EXPANSION



## Video

- Videos in HTML5 creatives are embedded using the <video></video> tag. Ads containing videos should include a preview image (poster). The video should start playing as soon as it is loaded or triggered by user interaction, particularly on most mobile devices.
- It is important to note that clickTags cannot be placed on videos on mobile devices. The clickTag must be assigned to an area outside the video.
- The video must be optimized in terms of quality and file size, and it should be streamed in an appropriate server environment.
- Max. video file size = 2 MB
- The video should be provided in both H264/mp4 and VP8/WebM formats.

```
<video controls height='640' width='360'>  
  
<source src='yourVideo.mp4' type='video/mp4' /> <source src='yourVideo.webm'  
type='video/webm' />  
  
</video>
```

## Animation

- When using animations, care should be taken to ensure they do not unnecessarily burden the client's CPU. Multiple animations running simultaneously and overlapping transparent graphics are not allowed.
- The use of CSS3 or JavaScript animations should be chosen with consideration for CPU and GPU usage.
- Animations should not exceed 30 seconds in duration. Looping is only permitted within this time frame. The number of repetitions should be implemented by the creative developer within the ad format.



**A complete HTML5 file must be created that adheres to the instructions starting from [page 30!](#)**

# NEWSBAND



- **Text:** Recommendation: max. approx. 250 characters
- **URL** to be linked
- **Distribution:** Cross Device

Mittwoch, 24. Juli 2024

Startseite Service HWK Digitalpaper  🔍

**Handwerksblatt** Betriebsführung Handwerkspolitik Mobilität Panorama Themen-Specials




Foto: © Anekcei\_Kuprinnoe/123RF.com

Handwerkspolitik | Juli 2024

**Bundeshaushalt: Handwerk fordert deutlichere Wachstumsimpulse**

Der ZDH hofft, dass die Maßnahmen des von der Bundesregierung beschlossenen Dynamisierungspaketes zügig umgesetzt werden. Mit dem neuen Bundeshaushalt hätte sich der Verband mehr Unterstützung für die mittelständische Wirtschaft gewünscht.

[Artikel lesen](#)

Meistgelesene Artikel

- Betriebsführung Juli 2024  
**Gericht stoppt Einbaupflicht für Smart Meter**
- Betriebsführung Juli 2024  
**Leasing-Rückgabe: Welche Schäden muss man zahlen?**
- Betriebsführung Juli 2024  
**Montiert ein Handwerker Photovoltaik, sind die Kosten steuerlich absetzbar**
- Betriebsführung Juli 2024  
**Elektronische Zeiterfassung wird Pflicht – aber nicht für Kleinbetriebe**
- Betriebsführung Juli 2024  
**Ab 2025: Die E-Rechnung wird Pflicht**

**artifex**  
DAS MAGAZIN  
für Handwerker,  
Genießer und  
Entdecker

NEWSBAND

**Handwerksblatt** Menu



Foto: © Anekcei\_Kuprinnoe/123RF.com

Handwerkspolitik | Juli 2024

**Bundeshaushalt: Handwerk fordert deutlichere Wachstumsimpulse**

Der ZDH hofft, dass die Maßnahmen des von der Bundesregierung beschlossenen Dynamisierungspaketes zügig umgesetzt werden. Mit dem neuen Bundeshaushalt hätte sich der Verband mehr Unterstützung für die mittelständische Wirtschaft gewünscht.

[Artikel lesen](#)

NEWSBAND



# NATIVE ADVERTISING



## Advertorial

The text of your advertorial can be of any length but should be easy to read.

As a guideline, we recommend approximately 3,000 characters (+/- 50%), depending on the topic. The headline should be no longer than two lines, which corresponds to a maximum of approximately 75 characters. The introductory text should not exceed 300 characters.

We are happy to link to content on your website or your social media channels as often as you like within the text and offer PDF downloads.

We will include a feature image in the format 4:3 (minimum size 800x600 pixels, image quality: 72 dpi or higher, including copyright) as well as up to four photos (depending on text length). Larger formats can be adjusted accordingly. Alternatively, [videos](#) (YouTube/Vimeo link or embed code), [graphics](#), or [image galleries](#) can also be included in the text area.

Please provide a short caption (optional) and the image source for each image and ensure that the image rights are clarified.

In [info boxes](#), you can highlight key information, important links, your contact details, etc., in a clear manner.

Furthermore, you have the option to place a header above your advertorial (960x120 pixels) and/or integrate a [Medium Rectangle](#) (300x250 px) or [Halfpage Ad](#) (300x600 px) as an advertising medium within your advertorial.

Header 960x120 px (optional)

feature image  
Format: 4:3, minimum 800x600 px

Headline Ihres Advertorials (max. ca. 75 Zeichen)

Einleitungstext Ihres Advertorials. Max. ca. 300 Zeichen. Dieser Text wird außerdem im Bild-Text-Teaser auf handwerksblatt.de zur Bewerbung Ihres Advertorials angezeigt.

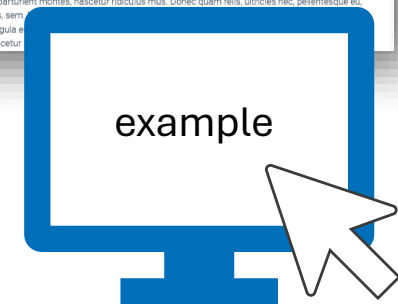
Zwischenüberschrift (Optional)

Zwischenüberschrift (Optional)

Die einfachste Buchhaltung in unter ei...

Zwischenüberschrift (Optional)

Zwischenüberschrift (Optional)



# NATIVE ADVERTISING



## Image Gallery

- Number of images: max. approx. 10 images
- Image size: 800x600 pixels or larger
- Image quality: 72 dpi or higher
- Image caption: Please provide us with a subline for each image and the image source if desired.
- Note: Optionally, it is possible to place a static advertising medium within the image gallery.
- The existence of an image gallery is already shown to the reader in the article overview.

### Headline



## Maps

Show our readers with a map how best to reach your company. Please send us the address that you want to show on the map



## Video

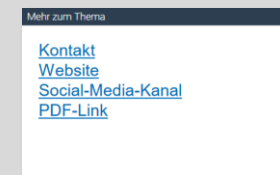
Underline your message with a video integration and give our readers a behind-the-scenes look. The video will be integrated via link or embed code.



## Info box / Contact box

Offer our readers a direct option to contact your company.

Examples: address, phone number, fax, e-mail address, link to your website or special offers.



# NATIVE ADVERTISING



---

## Subchannel

A subchannel is a separate topic environment in which you can place several advertorials.

- Please provide us with content for at least two or three advertorials to start your subchannel.
- In addition, we need a title and a display image in 4:3 format (minimum size 800 x 600 pixels, image quality: 72 dpi or higher, including copyright) and a short introductory text.
- The headline should be max. two lines. This corresponds to a maximum of 75 characters.
- The introductory text can be max. 300 characters long.



## Delivery

We need your content at **least 5 working days** before the start of the shift, so that there is still enough lead time to send you a preview link in advance and implement possible corrections.

Please send your data to [digital@verlagsanstalt-handwerk.de](mailto:digital@verlagsanstalt-handwerk.de)

# NEWSLETTER



## Delivery

We need your content at least 5 working days before the start of the shift, so that there is still enough lead time to send you a preview in advance and implement possible corrections.

- no 3rd party tags/redirect
- no counting pixels
- tracking links can be integrated

Please send your data to [digital@verlagsanstalt-handwerk.de](mailto:digital@verlagsanstalt-handwerk.de)

## Picture-Text-Teaser

**Image:** format 4:3, high resolution, jpg, (minimum size: 352 x 264 px), incl. copyright notice

**Text:** ca. 200 characters plus header (approx. 50 characters) and call-to-action/read more-note

**URL** to be linked

## Content Ad

**Image:** Size: 300 x 250 px or 468 x 60 px (additional sizes on request), jpg

**URL** to be linked



# NEWSLETTER



## Exklusiv Sponsoring

We need three image-text teasers or banners according to the above specs.

## Standalone Newsletter

a) Header, introductory text editor-in-chief, opener image, headline, text & linking

Specs: Logo (jpg format), link for the header, opener image (max. size 500x400 px) with linking, headline, text and link with call-to-action (recommendation: approx. 1,500 characters)

b) Header, introductory text editor-in-chief, several image-text-teaser with different themes

(recommendation: approx. 5 image-text-teaser)

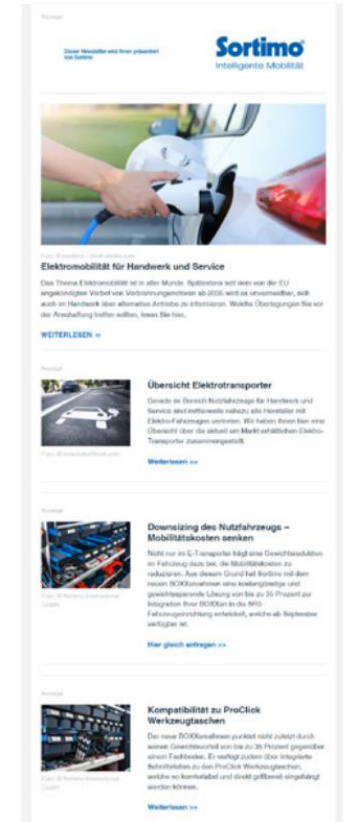
Specs: Logo (jpg format), link for the header

### For each image-text-teaser:

**Image:** format 4:3, high resolution, jpg, (minimum size: 352 x 264 px), including copyright notice

**Text:** approx. 200 characters plus headline (approx. 50 characters)

**URL,** to which to link



# DIGITAL PAPER



## 1/1 Page

PDF-Datei: 210mm x 297mm

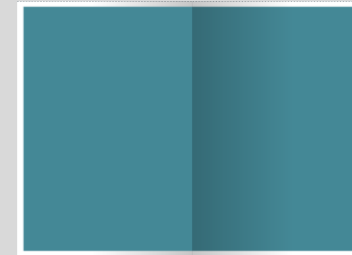
URL to be linked



## Double Page

PDF-Datei: 420mm x 297mm

URL to be linked



## Pop-Over

### **Image**

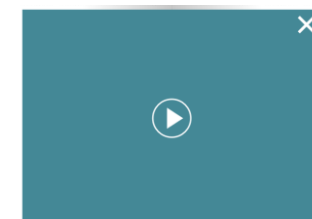
max. 1500 x 875 px and max. 320 x 460 px (mobile version)

jpg, png, gif – max. 200 KB

URL to be linked

### **Video**

YouTube-Link



# SOCIAL MEDIA



## Facebook

**Text:** No character limit. Recommendation for upper limit approx. 450 characters

**Tagging:** [+++ad+++] at the beginning of the text

**URL** to be linked

Picture note from Facebook for the image on the destination website

The right resolution for shared links on Facebook Shared links should also be illustrated as much as possible on Facebook, because they generate more attention and your users are more likely to notice, read, click and possibly share them themselves. The size displayed by Facebook is 500x261 pixels. For the uploaded images of shared links, image formats with 1,200x627 pixels are the best choice on Facebook.

## LinkedIn

**Text:** max. 200 characters

**Tagging:** [+++ad+++] at the beginning of the text

**Link-Post:** **URL** to be linked

**Images:** 1200 x 628 Pixel

**Dateityp:** jpg, png

## Instagram

**Text:** max. 200 characters

**Image size:** Recommended size: landscape format (1200 x 566 pixels); square (1080 x 1080 pixels); portrait format (1080 x 1350 pixels)



For advertising postings on Instagram and TikTok, we recommend a joint creation. Content-related content leads to a more successful presentation.

**Please contact us for a concept creation!**

# PRECISION MARKETING



## Ad formats

Inline Rectangle (MPU)	300 x 250 px
Mobile Interstitial	300 x 300 px
Banner 2:1	300 x 150 px
Billboard (big)	970 x 250 px
Billboard (smal)	800 x 250 px
Halfpage Ad	300 x 600 px
Leaderboard	320 x 50 px
Maxi Ad	800 x 600 px

## Specifications

- Image (.gif or .jpg): max. 150 KB and SSL-secure
- Length of animation: Animated ads must become static after 30 seconds
- 3rd party (javascript or html): max. 150 KB and SSL-secureFrame only possible from DoubleClickDestination
- URL to be linked

## AdTag

If you run your own AdServer, you can also send us an AdTag banner. This is a reference code to the banners on your AdServer. We then integrate this code into our system. We support all common AdServer systems available on the market.





Verlagsanstalt Handwerk GmbH  
Auf'm Tetelberg 7  
40221 Düsseldorf  
Managing Director: Dr. Rüdiger Gottschalk

Media informations:  
[handwerksmedien.info](http://handwerksmedien.info)

