

# Technische Spezifikationen haustec.de



Gentner Verlag

BAUMETAL

Gebäude  
Energieberater

GLASWELT  
FACHZEITUNG FÜR GLAS-  
UND FASSADENTECHNIK

DIE KÄLTE  
Klimatechnik

photovoltaik

SBZ

SBZ.MONTEUR  
SBZ Magazin für Anlagentechnik und Gewerbe

TGA  
FACHPLANER

 haustec.de  
Ihr Portal für Gebäude- und Fassadentechnik



**Online**

**Display Ads**

# Allgemeine Informationen Anlieferung



## Anlieferung und Adresse:

Daten an: [datenanlieferung@gentner.de](mailto:datenanlieferung@gentner.de)

Standardwerbeformen: min. 3 Werkzeuge vor Schaltung

Sonderwerbeformen: min. 5 Werkzeuge vor Schaltung

## Angaben zur Zuordnung der Werbemittel:

- ✓ Kundenname
- ✓ Kampagnenname
- ✓ Unsere Angebots- oder Auftragsnummer falls bekannt
- ✓ Buchungszeitraum
- ✓ Platzierung und Volumen
- ✓ Werbeformat
- ✓ Ziel-URL(s)

Allgemein: Der Gentner Verlag behält sich vor, jedes Motiv in einer Einzelfallentscheidung freizugeben. Werbemittel, die zu starke Reaktanzen hervorrufen oder die Nutzung der Seite zu stark beeinträchtigen, können abgelehnt werden.

# Allgemeine Informationen Anlieferung



## **Sound (nur bei expliziter Buchung)**

Sound ist nur auf Interaktion des Users möglich.

D.h. Sound default „off“. „on“ nur nach Klick auf eindeutiger Benutzerschaltfläche.

## **Kompatibilitäts-Prüfung**

Das Werbemittel muss sicherstellen, dass die für eine korrekte Darstellung Funktionalität notwendigen Technologien im aufrufenden Browser zur Verfügung stehen. Andernfalls darf keine Auslieferung erfolgen. Keinesfalls darf der User Sicherheitswarnungen erhalten oder zur Installation von Plugins aufgefordert werden.

## **CPU-Auslastung bei HTML5**

Die CPU Last der HTML5 sollte 25% bei einem aktuell konfigurieren Standardrechner nicht überschreiben. Bei zu hoher CPU-Last verlangsamt sich das Scrollen einer Website bzw. fängt stark an zu ruckeln was die Benutzbarkeit der Website einschränken kann. Zur Reduzierung der CPU-Last trägt das Reduzieren der Anzahl der animierten Objekten sowie das Abschwächen der Bewegung von animierten Objekten bei.

# Allgemeine Informationen HTML5



Die Werbemittel können per Script oder iFrame ausgespielt werden. Voraussetzung für die Ausspielung als Script ist die entsprechende Kapselung des Codes, um Nebenwirkungen in der Seite zu vermeiden. Bei Anlieferung per Redirect sind alle von uns angebotenen Formate möglich. Für Wallpaper und Fireplace: bitte in separaten Tags anliefern, idealerweise als iFrames.

Bei physischen Werbemitteln sind zum aktuellen Zeitpunkt die Standard- und Sonderwerbformate möglich, hierbei sollten alle Elemente des Werbemittels, ausgenommen extern geladene Libraries, Videos oder Fonts, in einer Zip-Datei zusammengefasst sein.

Das Gesamtgewicht (bitte nicht mehr als 5 Dateien für Standardwerbformate) sollte dabei 120 KB (je nach Werbeform) nicht überschreiten. Mit Adobe Edge Animate erstellte Werbemittel können wir aktuell ausschließlich als Redirect verarbeiten!

Im Code muss die Stelle, an der die Ziel-URL übergeben wird, leicht aufzufinden sein. Idealerweise über eine Javascript-Variable mit dem Namen „clicktag“. Das Werbemittel sollte so konzipiert sein, dass ein Fallback ausgespielt wird, wenn ein Browser ein erforderliches Feature nicht unterstützt.

# Allgemeine Informationen HTML5



Unterstützte Dateiformate sind HTMS, JS, CSS sowie gängige Grafikformate GIF, JPG, PNG.

SVG-Grafiken können nicht als externe Datei, sondern ausschließlich Inline, d.h. innerhalb des HTML-Codes verarbeitet werden.

Idealerweise sollten sich HTML Code, JavaScript und CSS in einem Dokument befinden.

Ausnahme: Scripte und Styles ohne Datei Referenzen können sich in einzelnen Dateien befinden.

Wenn Sie Ihre HTML5-Creatives mit Google Web Designer erstellen, wählen Sie als Umgebung „DoubleClick“ aus.

Die damit erstellen Creatives müssen, statt der zuvor beschriebenen Click Tag – Variablen, Klickfläche(n) mit Exit-Events enthalten, wie hier beschrieben: <https://support.google.com/richmedia/answer/6073073?hl=de>

Die „Messwert ID“ sollte „clickurl“ heißen (bei mehreren entsprechenden clickurl1 u.s.w.) und die URL kann, sofern die endgültige URL noch nicht feststeht, eine temporäre Dummy-URL sein. Dabei sollte die komplette Fläche des Werbemittels klickbar sein.

Bei weiteren Fragen, sprechen Sie uns an!

# Technische Spezifikationen Standardformate



Werbeformen	Abmessung in px (Breite x Höhe)	Format	Gewicht	Redirect	Zusatzspezifikation
<b>Superbanner</b>	728x90	JPG / GIF / HTML5	max. 80 KB	ja	Redirect / 3rd-Party Tags müssen https secure sein
<b>Skyscraper/Wideskyscraper</b>	120x600/160x600	JPG / GIF / HTML5	max. 80 KB	ja	Redirect / 3rd-Party Tags müssen https secure sein
<b>Medium Rectangle</b>	300x250	JPG / GIF / HTML5	max. 80 KB	ja	Redirect / 3rd-Party Tags müssen https secure sein
<b>Halfpage Ad</b>	300x600	JPG / GIF / HTML5	max. 80 KB	ja	Redirect / 3rd-Party Tags müssen https secure sein
<b>Wallpaper</b>	728x90, 160x600	JPG / GIF / HTML5	max. 80 KB	ja	Redirect / 3rd-Party Tags müssen https secure sein
<b>Floor Ad</b>	1200x200/1200x400	JPG / GIF / HTML5	max. 80 KB	ja	Redirect / 3rd-Party Tags müssen https secure sein

\* Bitte beachten Sie unsere gesonderten HTML5 Spezifikationen (Seite 5-6)

# Technische Spezifikationen Sonderformate



Werbeformen	Abmessung in px (Breite x Höhe)	Format	Gewicht	Redirect	Zusatzspezifikation
<b>Banderole Ad</b>	770x125	JPG / GIF / HTML5	max. 80 KB	ja	Redirect / 3rd-Party Tags müssen https secure sein
<b>Billboard Ad</b>	940x250	JPG / GIF / HTML5	max. 80 KB	ja	Redirect / 3rd-Party Tags müssen https secure sein
<b>Fireplace</b>	1000x90, 2x 160x600	JPG / GIF / HTML5	max. 80 KB je Format	ja	Redirect / 3rd-Party Tags müssen https secure sein
<b>Homepage Takeover</b>	1000x90, 2x 160x600, 980x250	JPG / GIF / HTML5	max. 80 KB je Format	ja	Redirect / 3rd-Party Tags müssen https secure sein

\* Bitte beachten Sie unsere gesonderten HTML5 Spezifikationen (Seite 5-6)

# Technische Spezifikationen Mobilformate



Werbeformen	Abmessung in px (Breite x Höhe)	Format	Gewicht	Redirect	Zusatzspezifikation
<b>Mobile Content Ad 2:1</b>	300x150	JPG / GIF	max. 80 KB	nein	
<b>Mobile Content Ad 4:1</b>	300x75	JPG / GIF	max. 80 KB	nein	
<b>Mobile Content Ad 6:1</b>	300x50	JPG / GIF	max. 80 KB	nein	
<b>Mobile Medium Rectangle</b>	300x250	JPG / GIF	max. 80 KB	nein	
<b>Interstitial</b>	300x400	JPG / GIF	max. 80 KB	nein	Redirect mit autoclose - nach max. 5 sek.
<b>Mobile Halfpage Ad</b>	300x600	JPG / GIF	max. 80 KB	nein	
<b>Mobil Rollover</b>	640x960	JPG / GIF	max. 80 KB	nein	

\* Bitte beachten Sie unsere gesonderten HTML5 Spezifikationen (Seite 5-6)

A close-up photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. The scene is set in a warm, sunlit office environment, with a window in the background showing a bright, hazy view of a city. A white coffee cup is visible on the desk next to the laptop. The overall atmosphere is professional and focused.

**Online**

**Newsletter &  
Advertorial**

# Technische Spezifikationen Newsletter



Werbeformen	Abmessung in px (Breite x Höhe)	Format	Gewicht	Redirect	Zusatzspezifikation
<b>Fullbanner</b>	468x60	JPG	max. 40KB	nein	min. 5 Werkstage vor Kampagnenstart
<b>Bild/Textanzeige</b>	Teaser: JPG   max. 350 Zeichen   Abbildung: mind. 250x150 px breit Querformat	Überschrift: max. 45 Zeichen   Teaser: max. 350 Zeichen	max. 40KB	nein	min. 5 Werkstage vor Kampagnenstart
<b>Video Post</b>	Video-Screenshot mit Play- Button: 250 x 110 px, JPEG, Download Play-Button unter <a href="http://www.gentner.de/playbutton">www.gentner.de/playbutton</a>	Überschrift: max. 35 Zeichen   Teaser: max. 320 Zeichen	max. 40KB	nein	min. 5 Werkstage vor Kampagnenstart

# Technische Spezifikationen Advertorial



## Anlieferung und Adresse:

Daten an: [nagel@gentner.de](mailto:nagel@gentner.de)  
Anlieferungstermin: min. 12 Werktage vor Schaltung

## Bild- und Textanlieferung:

Dateiformat Bild: jpg max. 50KB  
Markenlogo: jpg, gif  
Text: aussagekräftiges Textmaterial  
min.1.500 – max. 3.000 Zeichen  
(Text als offene doc Datei – kein pdf)  
Externe Verlinkung: 1-3 Links für die Verlinkung des Call to Action Button  
Video (optional): Youtube, Vimeo oder andere einbettbare Videos

Das Advertorial wird dem jeweiligen Medium angepasst und als Anzeige gekennzeichnet.

Nach Fertigstellung wird das Advertorial dem Auftraggeber zur Freigabe zugeschickt.

Um den Erscheinungstermin zu garantieren, muss die Freigabe innerhalb von 24 h erfolgen.



**Alfons W. Gentner GmbH & Co. KG**  
Forststraße 131  
70193 Stuttgart

Tel.: +49-711-63672 811  
[www.haustec.de](http://www.haustec.de)

### **Gesamtleitung Media Sales**

Alfons W. Gentner Verlag GmbH & Co. KG  
Frank Eberle  
Forststraße 131, 70193 Stuttgart  
Telefon +49 (0)711 6 36 72-837  
Mobil +49 (0)160 2 460 460  
[eberle@gentner.de](mailto:eberle@gentner.de)

### **Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland**

MD Medien Dienste GmbH  
Rainer Karpenfeld  
Baumweg 19, 60316 Frankfurt/Main  
Telefon +49 (0)69 94 33 31 22  
Telefax +49 (0)69 4 99 03 86  
[karpenfeld@gentner.de](mailto:karpenfeld@gentner.de)

### **Berlin und neue Bundesländer**

Wirtschaftswerbung  
Henry Bachmann  
Stubenrauchstraße 36, 15732 Eichwalde  
Telefon +49 (0) 30 67 54 96 43  
Telefax +49 (0) 30 67 54 96 44  
[bachmann@gentner.de](mailto:bachmann@gentner.de)

### **Baden-Württemberg, Schweiz**

MedienService  
Michael Fuhrmann  
Waibliner Str. 6, 71404 Korb  
Telefon +49 (0)7151 20 55 40  
Telefax +49 (0)7151 2 05 54 29  
[fuhrmann@gentner.de](mailto:fuhrmann@gentner.de)

### **Bremen, Hamburg, Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Nordrhein- Westfalen**

Alfons W. Gentner Verlag GmbH & Co.KG  
Birgit Merz  
Forststr. 131, 70193 Stuttgart  
Telefon +49 (0)711 6 36 72 - 815  
Telefon +49 (0)711 6 36 72 - 715  
[merz@gentner.de](mailto:merz@gentner.de)

### **Bayern, Österreich**

Verlagsbüro Felchner  
Andrea Dyck  
Alte Steige 26, 87600 Kaufbeuren  
Telefon +49 (0)8341 87 14 01  
Telefax +49 (0)8341 87 14 04  
[dyck@gentner.de](mailto:dyck@gentner.de)

E-Mail: [datenanlieferung@gentner.de](mailto:datenanlieferung@gentner.de) | Internet: <https://www.haustec.de/werbung>