

# Technische Spezifikationen 2017

Gültig ab 01.01.2017

[www.mediacenter.haufe.de](http://www.mediacenter.haufe.de)

**Haufe-Lexware Services GmbH & Co. KG**  
**Unternehmensbereich Media Sales**

Niederlassung Würzburg  
Im Kreuz 9  
D-97076 Würzburg  
Tel. 0931 2791-770  
Fax 0931 2791-477  
[mediasales@haufe.de](mailto:mediasales@haufe.de)

**HAUFE.**

# Inhaltsverzeichnis

## Technische Daten Print

- > allgemeine Anforderungen
- > Lieferanschriften und -bedingungen  
für Beilagen, Beihefter und Beikleber

## Technische Daten Online

### Bannerwerbung

- > Formate und Gewicht
- > Non-Flash-Bildformate
- > Flash Allgemein Hinweise
- > Clicktag-Methode
- > Flash
- > Flash Layer
- > Flash Layer Sonderformen
- > Multi Component Ads
- > Video Ads
- > Textbanner

### Newsletter-Werbung

### Sonderwerbform Standalone

# Technische Daten **Print**

## Allgemeine Anforderungen

### Heftformat/Satzspiegel

Die Maße finden Sie bei den Anzeigenformaten des jeweiligen Werbeträgers.

### Farbe

Eurokala; geringe Tonabweichungen sind im Toleranzbereich des Offsetverfahrens begründet.

### Druckverfahren

Bogen-Offset/Rollen-Offset

### Verarbeitung

Rückendrahtheftung<sup>1</sup>  
Klebebindung<sup>2</sup>

### Druckunterlagen

- > Anlieferung nur digital möglich!
- > druckoptimiertes PDF im pdf/X-3 Standard
- > Farbmodus: CMYK
- > inkl. Schneide- und Passmarken
- > Beschnittzugabe: 5 mm
- > Auflösung: min. 300 dpi
- > Hefte mit Klebebindung: Bei Buchung einer 2/1-Anzeige müssen die Seiten in Einzelseiten mit mind. 4 mm Beschnitt an allen Seiten angeliefert werden

### Datenübertragung

E-Mail: [daten@haufe.de](mailto:daten@haufe.de)

### Druckprofile

acquisa, Controller Magazin, Immobilienwirtschaft, Personalmagazin, wirtschaft + weiterbildung  
> ISO Coated V2

DW Die Wohnungswirtschaft, bilanz + buchhaltung, zfo Zeitschrift für Führung + Organisation  
> Standardeinstellungen FOGRA 39

1) bilanz + buchhaltung, Immobilienwirtschaft, Personalmagazin, wirtschaft+weiterbildung  
2) acquisa, Controller Magazin, Die Wohnungswirtschaft, zfo Zeitschrift für Führung + Organisation

## Lieferanschriften und -bedingungen für Beilagen, Beihefter und Beikleber

### acquisa

frei Haus an:  
**Grafisches Centrum Cuno GmbH & Co. KG**  
Referenz:  
Gewerbering West 27  
D-39240 Calbe (Saale)

### immobilienwirtschaft, Personalmagazin, wirtschaft+weiterbildung

frei Haus an:  
**Senefelder Misset B.V.**  
Ramona Helfrich  
Mercuriusstraat 35  
7005 RK Doetinchem – Niederlande

### DW Die Wohnungswirtschaft, bilanz + buchhaltung, zfo Zeitschrift für Führung + Organisation

frei Haus an:  
**rewi**  
**Druckhaus Reiner Winters GmbH**  
Wiesenstraße 11  
57537 Wissen

### Controller Magazin

frei Haus an:  
**Kessler Druck + Medien GmbH & Co. KG**  
Warenannahme  
Michael-Schäffer-Str. 1  
86399 Bobingen

### Lieferbedingungen für alle Zeitschriften

#### Lieferung mit folgenden

#### Vermerken versehen:

Haufe-Lexware Services GmbH & Co. KG  
Name Printprodukt + Ausgabe ...  
Anzahl der Exemplare ...  
Anzahl der Paletten ...

#### Bitte zusätzlich

#### vorab 5 Muster an:

Haufe-Lexware Services GmbH & Co. KG  
Anzeigenabteilung + Zeitschrift  
Im Kreuz 9  
97076 Würzburg

# Technische Daten Online

## Banner-Werbung

### Formate und Gewicht

Format	Pixel	Gewicht GIF/JPG/SWF	Fallback bei SWF	Specs GIF/JPG	Specs
Bigsize/Leaderboard	728x90	60 KB	60 KB	GIF / JPG	Flash
ContentAD	300x250	60 KB	60 KB	GIF / JPG	Flash
Standard Skyscraper	max. 200x600	60 KB	60 KB	GIF / JPG	Flash
Halfpage Ad	max. 300x600	60 KB	60 KB	GIF / JPG	Flash
Billboard	960x250	60 KB	60 KB	GIF / JPG	Flash
<b>Universal Flash layer</b>					
Universal Flash layer	400x400	-	60 KB	-	Flash layer
<b>Flash layer</b>					
Expandable Bigsize	728x90/200	-	60 KB	-	Flash expandable <sup>1</sup>
Expandable Skyscraper	max.200/400x600	-	-	60 KB	-
Expandable ContentAD	300/650x250/350	-	60 KB	-	Flash expandable <sup>1</sup>
<b>Video ads</b>					
In Page (streaming banner)	728x90, max. 200x600, 300x250	-	-	< 700 KB	Streaming Banner <sup>1</sup>
<b>Multi component ads</b>					
Wallpaper	728x90+ max. 200x600	max. 60 KB	max. 60 KB	GIF / JPG	Wallpaper
TandemAD	KBombinationen der Standardformate	max. 60 KB	max. 60 KB	GIF / JPG	TandemAD

1) bei Mouse-over

### Non-Flash-Bildformate

- > Unterstützt werden GIF und JPEG
- > Klick-URL ist anzugeben, Alt-Text (optional)
- > bei re-directs gelten die gleichen Größenbeschränkungen
- > Redirects müssen https-fähig sein und die Werbemittel "secure" ausliefern
- > Sonderform: Buttonformate

Grundsätzlich gelten die Spezifikationen der übrigen GIF/JPG Formate. Durch die Sonderdimensionen ist jedoch entweder eine Erzeugung temporärer ad tags oder eine Content-Integration mit dem Platzierungspartner(n) notwendig. Hierzu muss zunächst beim Publisher angefragt werden. Mit einer zusätzlichen Vorlaufzeit ist demnach zu rechnen. Sollte eine Auslieferung über den Adserver nicht möglich sein, muss zusätzlich ein Tracking-pixel angeliefert oder ein Reporting vereinbart werden.

### Flash Allgemein Hinweise

- > Bitte liefern Sie Flash-Werbemittel in der Flash-Version 8 oder höher an, da es mit niedrigeren Versionen zu Konflikten mit Flash-Player und/oder Browsern kommen kann.
- > Aus Performance-Gründen schreiben wir 12 Frames per Seconds vor.
- > Das Werbemittel darf eine Prozessorauslastung von 40% nicht überschreiten.

Gründe, die zu Prozessorüberlastung führen können und daher vermieden werden müssen:

- > Eine Frame-Rate über 15 Frames pro Sekunde
- > Vielfältige Animationssequenzen auf mehreren Ebenen, die gleichzeitig abgespielt werden
- > Importierte Grafiken, die über einen extrem langen Zeitraum (sehr viele Frames) des Flash-Films verteilt werden.

#### Anlieferung Werbemittel

- > Standardwerbeformen fünf Werkstage vor Erscheinen
- > Wallpaper, HockeyStick, Tandem AD sieben Werkstage vor Erscheinen
- > Sonderwerbeformen, Rich-Media, Video sieben Werkstage vor Erscheinen

Bitte übermitteln Sie das Werbematerial rechtzeitig per Email an [onlinewerbung@haufe.de](mailto:onlinewerbung@haufe.de) und nennen Sie uns einen Ansprechpartner für Rückfragen (E-Mail und Telefon)

## Banner-Werbung

### Clicktag-Methode



Unter Umständen kann es bei Flash-Werbemitteln mit zwei Buttons nötig sein, den Klickbutton durch den Aufruf

```
- on (release) {
  getURL(_level0.clickTag, "_blank");
}
```

manuell auf die oberste Ebene zu legen, damit der Klick erfolgreich ausgeführt werden kann. Der Klickbutton (die Schaltfläche) sollte auf der obersten Ebene liegen.

Optional kann bei der Target-Bestimmung des Fensters ebenfalls eine Variable benutzt werden, um eine nachträgliche Veränderung allein durch den Steuercode zu ermöglichen – ohne dass die Flashdatei ein weiteres Mal angepasst werden muss.

```
- on (release) {
  getURL(_level0.clickTag, _level0.clicktarget);
}
```

Grund: Nur so kann vermarkterseitig ein ClickTracking erfolgen, da die eigentliche Zieladresse umgeleitet wird. Zusätzlich werden auch Multilinks unterstützt, diese müssen nach dem Schema: clickTag1, clickTag2, clickTag3, etc. differenziert werden. Es werden bis zu 10 verschiedene Links unterstützt. Diese werden jedoch derzeit im Reporting nicht differenziert ausgewiesen.

### Flash

Liefern Sie bei Flashwerbemitteln bitte folgende Informationen mit:

- > SWF-Datei
- > Angabe der Flashversion
- > Klick-URL
- > Information über Actionscripte (sofern verwendet)
- > **GIF oder JPG als Fallback** im Format der gebuchten Werbeform für User, die kein Flash installiert haben (entsprechend der Image Ad Spezifikation)
- > max 12 fps (Frames per Second)

#### Trackingmethode der Adclicks:

die Schaltflächen sollten auf der obersten Ebene liegen, einheitlicher Standard ist die "Clicktag"-Methode.

#### Flash Werbemittel via 3rd Party Advertising

- > **Verlinkung:** Die Verlinkung muss ein neues Fenster öffnen
- > Flash muss mit Erkennungsscript (Sniffer code) und Fallback-Image eingebucht werden
- > Einsatz wmode:wmode muss bei Flash angegeben werden: wmode=opaque
- > Redirects müssen https-fähig sein und die Werbemittel "secure" ausliefern
- > **Flash 3rd Party Secure Server:** bei Einsatz von Flash in HTTPSeiten müssen CODEBASE und PLUGINSOURCE weggelassen werden, da ansonsten vor unsicheren Elementen in der Site gewarnt wird
- > **Zu ersetzende Variablen:** zwingend erforderliche Angabe, welche Variablen im Tag wie ersetzt werden sollen
- > **Redirect-Technologie:** die Möglichkeit der Übergabe einer redirect URL muss gegeben und dokumentiert sein, so dass der Vermarkter die Clicks mitzählen kann.

### Flash Layer

Liefern Sie bei Flashwerbemitteln bitte folgende Informationen mit:

- > **SWF-Datei**
  - > Angabe der Flashversion
  - > Klick-URL
  - > Information über Actionscripte (sofern verwendet)
  - > Sofern nicht Universal Flash layer, mögliche Größe vorher anfragen
  - > **Trackingmethode der Adclicks**
  - > einheitlicher Standard ist die „Clicktag“-Methode
  - > wmode = transparent (object UND embed)
  - > **Sound:** optional, erst auf Useraktion (Klick/MouseOver), keine Loops
  - > **Close:** Autoclose-Funktion nach 10 Sek Close-Button rechts oben gut sichtbar platzieren
- Die Close-Funktion in Flash wird folgendermaßen aufgerufen:
- ```
on (release){ fscommand(„hide“);}
```

#### Flash layer via 3rd Party Advertising

- > Sofern nicht Universal Flash layer, mögliche Größe vorher anfragen
  - > **Positionierung vorher erfragen:** Die Positionierung ist abhängig vom definierten Contentbereich. Positionierung erfolgt durch Übergabe im Tag oder Variablen-Definition in Javascript
- Javascript Variante: die Variablen-Übergabe erfolgt über die Variablen adlayer\_x und adlayer\_y.
- Tag Variante: bei Anlieferung des Tags muss dokumentiert sein, welche Angaben im Tag zur Positionierung zu machen sind.
- > **Eindeutige IDs:** alle verwendeten Elemente müssen eindeutige IDs haben (Bei mehreren Objekten durchnummerieren adlayerobject1 usw ...)Object ID: id=adlayerobject für das flash object
  - > Bei Akzeptanz von DIVsid=adlayerdiv
- Browser-Kompatibilität (IE, Firefox, Netscape, Opera) muss sichergestellt sein

## Banner-Werbung

### Flash Layer Sonderformen

#### Expandable Banner

Grundsätzlich gelten alle Spezifikationen aus Flash/Flash layer mit den zusätzlichen Anforderungen:

- > Ein- und Ausrollen (bei Mouse-over) wird über Action script gesteuert
- > Ausrollen: Mouse-over  
on (rollOver) {fscommand(„expand“);}
- > Einrollen: Mouse-out  
on (rollOut) {fscommand(„collapse“);}
- > Flüssiger Bewegungsablauf des Ein/Ausrollens muss gewährleistet sein
- > Banner muss in jedem Zustand clickbar („clickTag“-Methode) sein

#### Expandable Wallpaper als 3rd Party Advertising

- > Das Wallpaper muss als bereits zusammengefügtes Wallpaper mit nur einem Redirect angeliefert werden

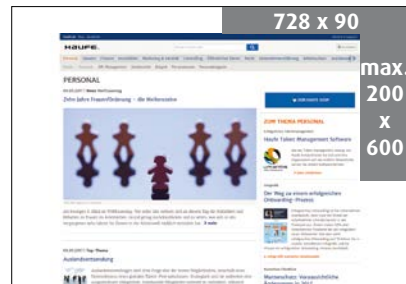
#### Expandable ContentAD

- > das ContentAD muss gleichermaßen nach links und rechts expandieren.

### Multi Component Ads

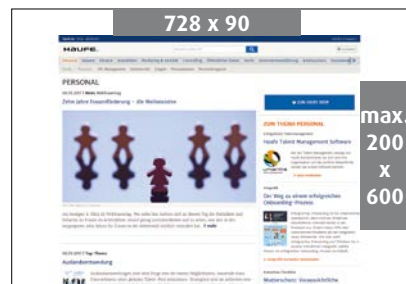
#### Hockey Stick

Ein Hockey Stick besteht wie das Wallpaper aus 2 Komponenten. Jedoch ohne Hintergrund-Einfärbung. Für Anforderungen siehe Wallpaper.



#### TandemAD

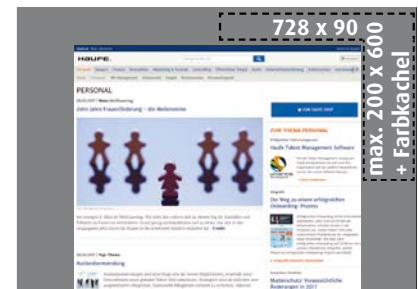
Ein TandemAD besteht aus 2 Motiven, die gleichzeitig eingeblendet werden, aber nicht miteinander verbunden sein müssen.



#### Wallpaper

Ein Wallpaper besteht klassischerweise aus zwei Komponenten:

- > Einem horizontalen Teil meistens Bigsize 728/767/x90
  - > Einem vertikalen Teil, Skyscraper-Format, 120 pixel Breite und 600 pixel Länge
- Diese werden nach folgendem Schema auf der Website angeordnet:



- > Zusätzlich wird eine Hintergrund-einfärbung in HexCode benötigt
- > Für die Bannerkomponenten gelten die Spezifikationen für GIF/JPG/Flash/Video-Banner

#### Local Connection

Die Funktion Local Connection unterstützt die sogenannte Synchronisation bzw. Kommunikation zwischen 2 Werbemitteldateien (z. B. Superbanner & Skyscraper SWF): Local Connection darf nur Sicherheits-Einstellungen enthalten, die in SWF-Dateien erlaubt sind. „wait“ oder „timeout“ commands sollten in der Timeline nicht verwendet werden, weil diese die Synchronisation negativ beeinflussen können. Hier empfiehlt sich die „klassische“ Timeline für das Erzeugen von Pausen oder Verzögerungen zu nutzen. Weitere Informationen zu Local Connection finden Sie im Internet.

## Banner-Werbung

### Video Ads

Grundsätzlich kann die Auslieferung von Video ads über alle Standardformate erfolgen. Es empfiehlt sich jedoch nur großflächige Formate wie das Content AD zu verwenden. Bei angelieferten Video ads kommt die Streaming Technologie DART motif zum Einsatz.

Folgende Anforderungen an die Werbemittel müssen erfüllt werden:

#### Anlieferung als physische Werbemittel:

In-page Video-Ads müssen die Funktion polite download beinhalten. Bei dieser Methode wird zunächst eine kleine Datei (Standard Gewicht) dargestellt, während die Datei mit den schweren bzw. restlichen Inhalten im Hintergrund geladen wird. Diese wird automatisch dargestellt, sobald Sie komplett geladen ist. Diese Methode stellt sicher, dass der Werbeplatz oder die Seite durch das längere Laden (der schwereren Inhalte) nicht beeinträchtigt wird.

- > Die Abspieldauer muss unter 30 sec liegen.
- > Eine Click URL muss vorliegen.
- > Ein Fallback GIF/JPG muss als Ersatz für das Video vorliegen.

#### Anlieferung als re-direct:

- > Die Abspieldauer muss unter 30 sec liegen.
- > Redirect muss einen Parameter enthalten, der es ermöglicht, seine Tracking-URL einzusetzen
- > Der 3rd Party Server muss eine Bandbreitenabschätzung gewährleisten, um je nach Verbindungsperformance eine angemessene Datendichte zu streamen. Üblich sind 3 Qualitäten für niedrige/mittlere/hohe Verbindungsgeschwindigkeit.
- > HL behält sich vor, re-directs bei zu langen Ladezeiten/ zu hoher Clientbelastung zu deaktivieren.
- > Redirects müssen https-fähig sein und die Werbemittel "secure" ausliefern

#### Anlieferung Werbemittel

Bitte übermitteln Sie das Werbematerial fünf Werktage vor Erscheinen per Email an [onlinewerbung@haufe.de](mailto:onlinewerbung@haufe.de) und nennen Sie uns einen Ansprechpartner für Rückfragen (E-Mail und Telefon)

## Newsletter-Werbung

### Anzeigenformen Newsletter

#### 1 Textanzeige mit Bild/Logo

- > Headline: max. 65 Zeichen inkl. Leerzeichen
- > Bild/Logo: max. 120x120 px (20KB)
- > Text: max. 300 Zeichen inkl. Leerzeichen
- > Link: max. 40 Zeichen

#### 2 ContentAD

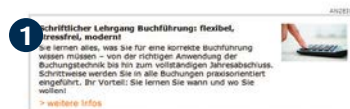
- > Bild: max. 300x250 px (50K)

#### 3 Promotionfläche

- > Bild: max. 500x250 px (50K)

### Technische Spezifikationen Newsletter

- > Dateiformate: JPG oder GIF (bei Textanzeigen keine Animation möglich)
- > Hinweis zu Werbemitteln im gif-Format: Outlook 2007 und neuer zeigen nur den ersten Frame ohne Animation an. Daher ist eine identische Gestaltung des ersten und letzten Frames empfehlenswert.



#### Anlieferung Werbemittel

Sieben Werktage vor Schaltungstermin. Bitte übermitteln Sie das Werbematerial rechtzeitig per Email an [daten@haufe.de](mailto:daten@haufe.de) und nennen Sie uns einen Ansprechpartner für Rückfragen (E-Mail und Telefon)

## Sonderwerbeporm Standalone

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, einen Newsletter exklusiv in Ihrem Look & Feel zu gestalten. Dies garantiert Ihnen eine zielgruppengenaue Ansprache potenzieller Kunden und ablenkungsfreie Werbung.

- 1 Einleitung durch unsere Redaktion (mit Header Haufe-Lexware)
- 2 HTML-Template mit Ihren Inhalten
- 3 Redaktioneller Abspann (Impressum Haufe-Lexware)



**Anlieferung Werbemittel**

Zwei Wochen vor Schaltungstermin. Bitte übermitteln Sie das Werbematerial rechtzeitig per E-Mail an [daten@haufe.de](mailto:daten@haufe.de) und nennen Sie uns einen Ansprechpartner für Rückfragen (E-Mail und Telefon)

### Technische Spezifikationen Standalone

- > Format: Breite 600 px, damit der Newsletter in bestimmten E-Mail-Clients rechts nicht abgeschnitten wird; Höhe bitte nur so hoch wie nötig (möglichst kurz und knapp), User müssen bei hohen Standalones je nach Monitor und E-Mail-Client viel scrollen
- > Anlieferung des HTMLs als gepackte ZIP-Datei.
- > Newsletter darf insgesamt nicht mehr als 150 KB umfassen
- > Keine CSS-Dateien verwenden
- > Verwendung von background-images vermeiden, weil sie in manchen E-Mail-Clients nicht angezeigt werden
- > Scripte und Plug-ins werden von E-Mail-Clients nicht unterstützt (kein JavaScript, kein Flash)
- > Bitte ausschließlich jpg- oder gif-Grafiken verwenden. png-Grafiken werden in Lotus Notes 6, Lotus Notes 7 und Outlook 2007 nicht angezeigt.
- > Die Grafiken sollten die richtige Größe haben und nicht über die Attribute width und height skaliert werden

#### > Hinweis zu Werbemitteln im gif-Format:

Outlook 2007 und neuer zeigen nur den ersten Frame ohne Animation an. Daher ist eine identische Gestaltung des ersten und letzten Frames empfehlenswert

#### > In Texten keine Links verwenden, sondern Namen:

z. B. „Mehr Informationen finden Sie auf unserer Webseite.“ Anstatt „Mehr Informationen finden Sie auf [www.webseite.de](#).“ Durch das Tracking weichen die geschriebene und die tatsächliche URL voneinander ab. E-Mail-Clients können das als Phishing-Versuch einstufen.

> **Layout mit Tabellenstruktur realisieren:** HTML-Tabellen und Spalten innerhalb der Tabellen müssen immer eine feste Breite haben, deren Summe der Breite der übergeordneten Spalte entspricht

#### Beispiel:

```
<table width="580" cellspacing="0" cellpadding="0" border="0">
<tbody>
<tr>
<td width="100"> 
<td width="80"> &nbsp;
<td width="400" valign="top" align="left">
<span style="font-family: Verdana,sans-serif; font-size: 11px;">Sehr geehrte Leser,</span>
<br style="fontfamily: Verdana,sans-serif; font-size: 11px;">
<span style="fontfamily: Verdana,sans-serif; font-size: 11px;"> &nbsp;
<br style="font-family: Verdana,sans-serif; font-size: 11px;">
<span style="font-family: Verdana,sans-serif; font-size: 11px;">Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit,</span>
<br style="font-family: Verdana,sans-serif; font-size: 11px;">
</tr>
</tbody>
</table>
```

- > Bei Tabellen die Attribute immer auf „0“ setzen
- > Für Texte ausschließlich Span-Tags verwenden. Farbangaben im Hexadezimal-Format müssen mit einer Raute gekennzeichnet sein (Falsch: "color:123456;" Richtig: "color: #123456;")
- > Formatierung der Texte mit Inline-Styles

#### Beispiel:

```
<span style="font-family: Verdana,sans-serif; font-size: 11px;">Lorem ipsum dolor sit amet,...</span>
```

- > Das Template muss die finalen Links enthalten und den Hinweis, wer das Tracking übernimmt
- > Bitte für User, bei denen kein HTML angezeigt wird, eine Textvariante mitliefern

### Tipps für erfolgreiche Standalones:

1. Stellen Sie kurz den Vorteil Ihres Angebots für die Zielgruppe dar.
2. Denken Sie daran, dass ein ansprechendes Layout die Blicke auf Ihr Angebot lenkt.
3. Wichtig ist auch, dass Links schnell als solche erkannt werden.