

Technische Spezifikationen 2026

W WEISCHER
ONLINE



Spezifikationen | Inhaltsverzeichnis

- **A. Allgemeines**
 - [Anlieferung der Werbemittel, Vorlaufzeiten](#)
 - [Redirect](#)
 - [HTML5](#)
- **B. Standardwerbeformate**
 - [Wide Skyscraper](#)
 - [Medium Rectangle / mobile Medium Rectangle](#)
 - [Superbanner](#)
 - [Halfpage Ad](#)
 - [Billboard](#)
 - [Mobile Superbanner / mobile Billboard](#)
- **C. Sonderwerbeformate**
 - [Fireplace](#)
 - [Interscroller Ad](#)
 - [Herobild](#)
 - [Topbanner](#)
 - [Takeover 2.0](#)
 - [Prestitial/ Interstitial](#)
 - [Mobile Splash](#)
 - [Mobile Swipe Ad](#)
 - [Mobile Brandbuster](#)
- **D. Video**
 - [Pre- / Mid- / PostRoll](#)
- **E. Kontakt**
 - [Ansprechpartner](#)



A. Allgemeines | Anlieferung Werbemittel

- Anlieferung Werbemittel / Vorlaufzeiten vor Kampagnenstart:
 - bei Standardwerbformen: mind. drei Werktage
 - bei Sonderwerbformen: mind. fünf Werktage
 - Anlieferung an: ads@weischer.net
- Für eine eindeutige Zuordnung Ihrer Werbemittel geben Sie bitte folgende Informationen an:
 - Kundenname, Kampagnenname
 - Buchungszeitraum
 - Belegte Seite/-n, Platzierung auf der/ den Seite/-n
 - Werbeformat/e
 - Ansprechpartner für Rückfragen
 - Click-URL/s, Motivname/n, Alternativ-Text (Letzteres optional)
 - GIF / JPG / als Fallback, im Format der gebuchten Werbeform, für Nutzer, die kein HTML5 nutzen können.





A. Allgemeines | Anlieferung Werbemittel

- Sollten Sie bei der Anlieferung mehrerer Motive unterschiedliche Laufzeiten innerhalb der gesamten Kampagnenlaufzeit wünschen, teilen Sie uns dieses bitte explizit mit.
- Bei einem geplanten Werbemitteltausch teilen Sie uns bitte konkret mit, um welches Motiv und welche Platzierung es sich hierbei handelt. Bitte beachten Sie auch hier unbedingt die Vorlaufzeit von mindestens drei Werktagen (fünf Werktagen bei Sonderformaten) vor dem Werbemitteltausch.
- Um einen reibungslosen Einbau Ihrer Werbemittel zu gewährleisten, beachten Sie bitte die nachfolgend aufgeführten Vorgaben zu maximalen Datei- und Pixelgrößen der unterschiedlichen Werbeformen.
- Werbemittel, die nicht unseren Spezifikationen entsprechen, müssen wir leider ablehnen und um Korrektur bitten, ehe sie erfolgreich eingebunden werden können.



A. Allgemeines | Redirect

- Alle Standard-Werbemittel können, alternativ zum physischen Werbemittel, auch über Redirects angeliefert werden.
- **Hier gelten folgende Voraussetzungen:**
 - Die Verlinkung muss ein neues Fenster öffnen.
 - Bei der Erstellung des Redirects müssen die HTML5 Spezifikationen und die Funktionalitäten der unterschiedlichen Werbemittel beachtet werden (Schließen-Funktionen, Ton schließt mit Videoende usw.).
 - Alle an uns gesendeten Redirects und Zählpixel müssen HTTPS konform sein. Das betrifft auch enthaltene Trackings.
 - Bitte lassen Sie uns Redirects als Textdatei zukommen und fügen Sie diese nicht als Text in Ihre Mail ein.



A. Allgemeines | HTML5

- **Allgemeine Richtlinien**

- Liefern Sie das HTML5-Werbemittel als index.html, mit vollständiger HTML-Syntax (Doctype Definitionen, <head>, <body>, etc.) an.
- Es sollten so viele Inhalte (Skripte, CSS, etc.) wie möglich in der index.html direkt eingebunden sein, anstatt in separaten Dateien ausgelagert zu werden.
- Beim Nachladen von externen Ressourcen stellen Sie sicher, dass diese serverseitig für Cross-Domain-Zugriffe freigegeben sind (CORS).
- Die Orientierung des anzeigenden Gerätes sollte berücksichtigt werden und das Werbemittel für Darstellungen in "Landscape" und "Portrait" optimiert sein.
- Das Tracking/Zählen von Benutzeraktionen (außer Klicks) durch einen separaten Server muss durch den Werbemittelersteller erfolgen.

- **JavaScript Richtlinien**

- Verwenden Sie kleine, kompakte JS-Frameworks. Größere Bibliotheken wie jQuery sind in der Regel unnötig und erhöhen die Datenlast des Werbemittels exponentiell.
- Verkleinern Sie Ihren finalen JS-Code so weit wie möglich. Benutzen Sie Minifier oder ähnliche Tools, so dass Ihr Werbemittel so schnell wie möglich zum Betrachter übertragen werden kann.
- Vermeiden Sie Logs (z.B. console.log etc.) und eventuelle Fehler, um die Performance Ihres Werbemittels zu optimieren und die Browserkonsole nicht zu überladen.



A. Allgemeines | HTML5

Klickmessung

- Sie haben die Möglichkeit, Klicks auf Verlinkung zu externen Seiten durch uns messen zu lassen. Dafür muss in dem HTML5-Werbemittel eine dynamische Zuweisung der Link-URLs ermöglicht werden.
- Bei Ausspielung des Werbemittels werden die vollständigen URLs von Weischer.Online in das Werbemittel eingefügt und bei Klick des Benutzers gemessen.
- Füllen Sie alle zu messenden Links mit dem Namen "#clickTag" als Platzhalter und einem gleichlautenden ID-Attribut. Wünschen Sie unterschiedliche Links mit verschiedenen Zielen zu benutzen, müssen Sie die Platzhalter fortlaufend nummerieren ("#clickTag", "#clickTag2", usw.)

```
<a href="#clickTag" id="clickTag" target="_blank">Linktext 1</a>
```

```
<a href="#clickTag2" id="clickTag2" target="_blank">Linktext 2</a>
```



A. Allgemeines | HTML5

Fügen Sie im <head> Ihres Werbemittels folgendes Script ein:

```
<script type="text/javascript">
var getUriParams = function ()
{
    var query_string = {};
    var query = window.location.search.substring(1);
    var parmsArray = query.split('&');
    if (parmsArray.length <= 0) return query_string;
    for (var i = 0; i < parmsArray.length; i++)
    {
        var pair = parmsArray[i].split('=');
        var val = decodeURIComponent(pair[1]);
        if (val != '' && pair[0] != '') query_string[pair[0]] = val;
    }
    return query_string;
}();
</script>
```

- Entweder am Ende der HTML-Datei oder beim Initiieren des Werbemittels muss die dynamische Zuweisung der URLs mit folgendem Code ausgelöst werden:

```
<script type="text/javascript">
    document.getElementById('clickTag').setAttribute('href', getUriParams.clickTag);
    document.getElementById('clickTag2').setAttribute('href', getUriParams.clickTag2);
</script>
```



A. Allgemeines | HTML5

Am Ende der index.html Datei wird eine Post-Message benötigt, um das Close Event nach außen des IFrame zu transportieren.

Der Klassenname des Schließen-Buttons, muss entsprechend angepasst werden.

```
<script>
  document.getElementsByClassName("gwd-image-gp0v gwd-gen-
19k5gwdanimation")[0].addEventListener("click", function() {
    window.parent.postMessage("closeWeischerPrestitial", "*");
  });
</script>

</body></html>
```

B. Standardwerbeformate | Übersicht

Werbeform	Pixel	Gewicht (max.)	Mögliche Formate
Wide Skyscraper	160 – 200 x 600	500 KB	GIF / JPG / HTML5
Medium Rectangle / Content Ad / mobile Medium Rectangle	300 x 250	500 KB	GIF / JPG / HTML5
Superzise Banner / Superbanner	728 x 90	500 KB	GIF / JPG / HTML5
Halfpage Ad	300 x 600	500 KB	GIF / JPG
Billboard	800 x 250 / 970 x 250	500 KB	GIF / JPG
mobile Superbanner / mobile Billboard	480 x 240	500 KB	GIF / JPG / Redirect

B. Standardwerbeformate | Wide Skyscraper

- Ein großflächiges Werbeformat im rechten Seitenteil.
- Der Wide Skyscraper kann auch sticky sein.
 - Anlieferung: Image / Redirect / HTML 5
 - Größe: 160 – 200 x 600 px
 - Gewicht: max. 500 KB
 - Format: GIF / JPG
- Showcase-Link:

<https://showcase.weischeronline.de/skyscraper/>



B. Standardwerbformate | Medium Rectangle / Mobile Medium Rectangle

- Das Medium Rectangle wird innerhalb des Contents ausgespielt
- Anlieferung: Image / Redirect / HTML5
 - Größe: 300 x 250 px
 - Gewicht: 500 KB
 - Format: GIF/ JPG/ Redirect / HTML5



- Showcase-Link: <https://showcase.weischeronline.de/medium-rectangle/>



B. Standardwerbeformate | Superbanner

- Das Werbemittel Superbanner wird zwischen dem Header und dem Content ausgespielt. Dafür wird der Content nach unten geschoben.
- Anlieferung: Image / Redirect / HTML5
 - Größe: 728 x 90 px
 - Gewicht: 500 KB
 - Format: GIF / JPG
- Showcase-Link: <https://showcase.weischeronline.de/superbanner/>



B. Standardwerbformate | Halfpage Ad

- Ein großflächiges Werbeformat im rechten Seitenteil.
- Das Halfpage Ad kann auch sticky sein.
- Anlieferung: Image / Redirect / HTML5
 - Größe: 300 x 600 px
 - Gewicht: max. 500 KB
 - Format: GIF / JPG / HTML5
- Showcase-Link: <https://showcase.weischeronline.de/skyscraper/>



B. Standardwerbeformate | Billboard

- Das Werbemittel Billboard wird zwischen dem Header und dem Content ausgespielt. Dafür wird der Content nach unten geschoben.
- Optional kann das Billboard auch auf der Superbanner-Position ausgeliefert werden.
- Anlieferung: Image / Redirect / HTML5
 - Größe: 800 x 250 oder 970 x 250 px
 - Gewicht: 500 KB
 - Format: GIF / JPG
- Showcase-Link: <https://showcase.weischeronline.de/billboard/>



B. Standardwerbeformate | Mobile Superbanner/ Mobile Billboard

- Der mobile Superbanner / mobile Billboard präsentiert sich prominent und für den User immer sichtbar am oberen Seitenrand in der Bannerleiste.
Bitte liefern Sie die Werbemittel physisch oder als Redirect an.
- Anlieferung: Image / Redirect / HTML5
- Größe: 300 x 50 px
300 x 150 px
480 x 240 px
600 x 300 px
- Gewicht: 500 KB
- Format: Image / Redirect / HTML5



Showcase-Link: <https://showcase.weischeronline.de/mobile-superbanner/>

C. Sonderwerbeformate | Übersicht

Werbeform	Pixel	Gewicht (max.)	Mögliche Formate
Fireplace	1140 x 210	500 KB	GIF / JPG
Interscroller Ad	720 x 1280 / 300 x 600	500 KB	GIF / JPG
Prestitial / Interstitial	1.280 x 800	500 KB	GIF / JPG / HTML 5
Takeover 2.0		500 KB	Bild: JPG Video: MP 4

C. Sonderwerbeformate | Fireplace

- Das Fireplace besteht aus einem Superbanner und zwei Skyscrapern.
- Die Skyscraper docken rechts und links an und können sticky sein.
- Bitte geben Sie den Farbcode für die Hintergrundeinfärbung mit an.
- Anlieferung: Image
 - Größe SB: 1140 x 210 px
 - Größe Sky: je 200 x 850 px
 - Gewicht: jeweils max. 500 KB
 - Format: JPG
- Showcase-Link: <https://showcase.weischeronline.de/Fireplace/>



C. Sonderwerbeformate | Interscroller Ad

- Das Werbemittel liegt hinter dem Content und zieht sich beim Scrollen auf.
- Das Ad wird als Mobile Format ausgeliefert.

▪ Anlieferung: Image inkl. Zählpixel und Clickcommand

- Größe Desktop: 720 x 1280 px
- Größe Mobile: 300 x 600
- Gewicht: 500 KB
- Format: GIF / JPG / PNG



- Showcase-Link: <https://showcase.weischeronline.de/interscroller/>

C. Sonderwerbeformate | Herobild

- Das Ad kann als Mobile und Desktop Format ausgeliefert werden.
- Anlieferung: Image
- Größe Desktop: 1920 x 665 px
- Größe Mobile: 770 x 665 px
- Gewicht: 500 KB
- Format: JPG / PNG



C. Sonderwerbeformate | Herobild Safe Zone



Format Anlieferung: physisch (GIF / JPG / PNG)

Showcase-Link: <https://showcase.weischeronline.de/herobild/>

C. Sonderwerbeformate | Topbanner

- Das Top Banner präsentiert sich prominent und für den User immer sichtbar am oberen Seitenrand in der Bannerleiste.
- Das Ad kann als Mobile und Desktop Format ausgeliefert werden.

- Anlieferung: physisch (GIF / JPG / PNG)
- Größe Desktop: 1920 x 120 px
- Größe Mobile: 770 x 120 px
- Gewicht: 500 KB



- Showcase-Link: <https://showcase.weischeronline.de/topbanner/>



C. Sonderwerbeformate | Takeover 2.0

Das Takeover ist ein vollständig responsives Fullscreen-Format, dessen Höhe sich per Nutzerinteraktion reduzieren lässt.

Der Nutzer kann das Werbemittel entweder durch Scrollen nach unten oder per Klick auf den Schließen-Button verkleinern.

Neben statischen Elementen unterstützt das TakeOver auch die Einbindung eines Videos.

Es erscheint zentriert auf der Seite und passt seine Größe automatisch an die Browserauflösung an.

Das TakeOver kann auch ohne Video ausgeliefert werden. Dabei ist zu beachten, dass das Werbemittel dann keine Safe-Zone benötigt.

Format

Bild: JPEG, PNG

Video: MP4

Dateigrößen

Bild: Maximal 500 kB.

Video: Maximal 10 MB.

Spot-Länge: 20 Sekunden.

Dimensionen

Bild	Größe
Desktop Expanded	1920 x 830
Desktop Collapsed	1920 x 120
Mobile Expanded	770 x 952
Mobile Collapsed	770 x 120

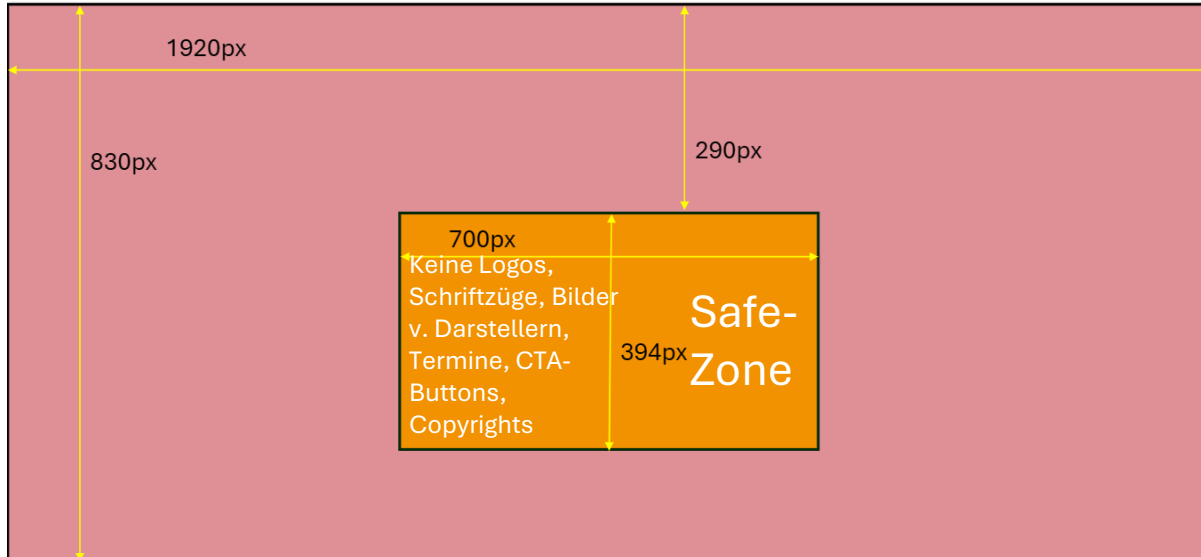
Video	Größe
Desktop	854x480 (1920x1080)
Mobile	854x480 (1920x1080)

- Showcase-Link: <https://showcase.weischeronline.de/takeover/>

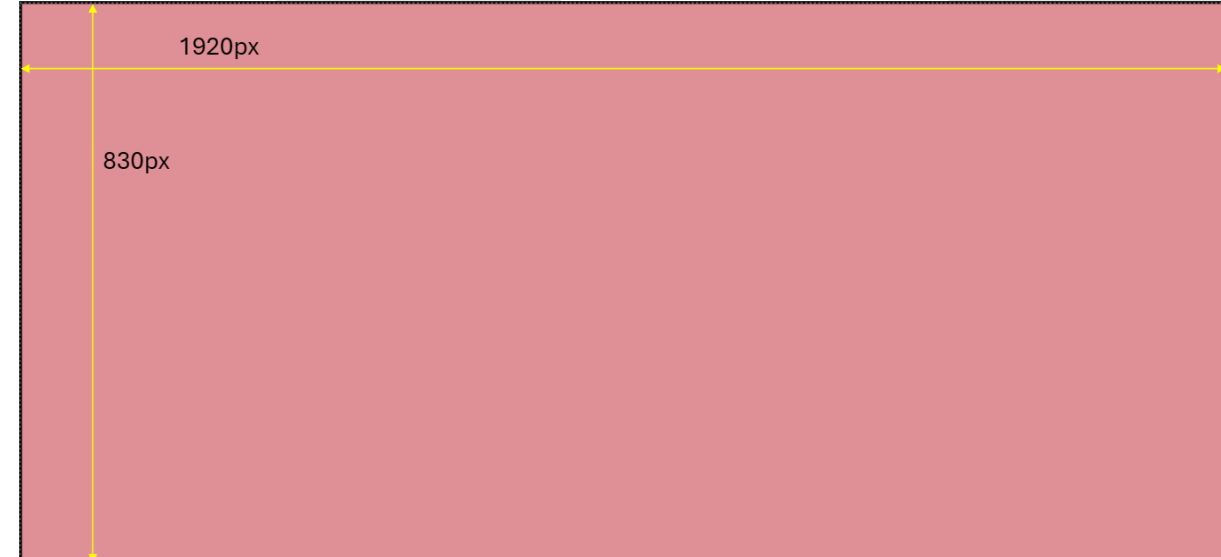


C. Sonderwerbeformate | Takeover 2.0 | Safe-Zonen

- Desktop-Expanded mit Video



- Desktop-Expanded ohne Video

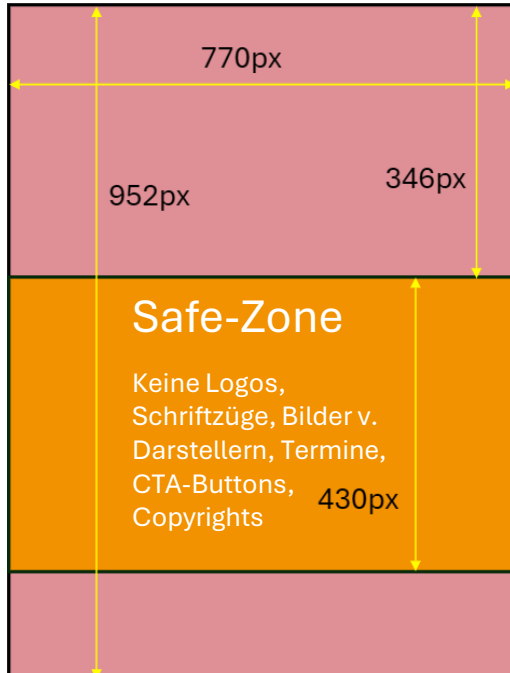


- Desktop-Collapsed

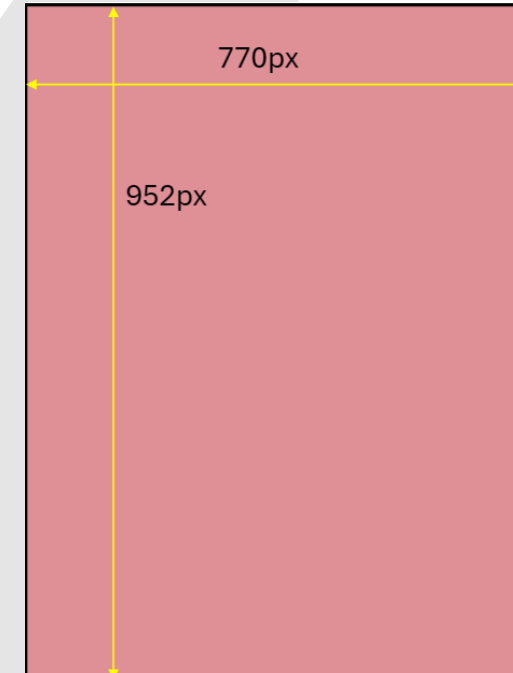


C. Sonderwerbeformate | Takeover 2.0 | Safe-Zonen

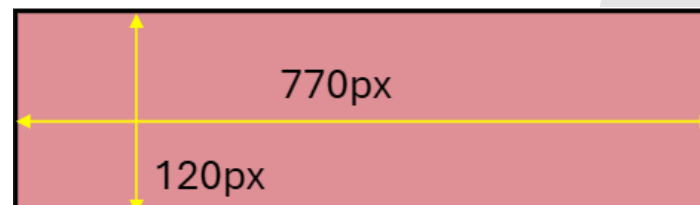
- **Mobile-Expanded mit Video**



- **Mobile-Expanded ohne Video**



- **Mobile-Collapsed**



C. Sonderwerbeformate | Prestitial / Interstitial

- Bei einem Prestitial handelt es sich um eine ganzseitige, vollflächige Werbung, die der eigentlichen Webseite vorgeschaltet ist - während das Interstitial auch bei der Aktualisierung der Webseite erscheint.
- Nach 20 Sekunden (je nach Länge des Videos) schließt das Inter- oder Pre- stitial selbständig.
- Das Werbemittel passt sich dem Display des Nutzers an und ist vollflächig. Dies wird durch Auslesen der Bildschirmgröße (clientWidth / clientHeight) und der daran ausgerichteten Skalierung der Inhalte (transform: scale) ermöglicht.
- Format: *HTML5 (JPG, GIF, PNG, HTML, JavaScript) Hintergrundfarbe
- Schließzeit: nach max. 20 Sekunden
- Es werden die physischen Werbemittel und ggf. das Video als MP4-Datei benötigt. Zudem kann das Werbemittel als Redirect angeliefert werden
- Ein Close-Button muss oben rechts integriert, deutlich erkennbar sein und das Wort „Schließen X“ beinhalten
- Der Ton darf nur durch Userinteraktion starten und endet unmittelbar durch Schließen des Videofensters
- Nach Anklicken und Weiterleitung muss sich das Ad automatisch schließen
- Gewicht: max. 500 KB
- Größe der Grafiken: Dynamisch und der Skalierung des Werbemittels angemessen
- Das Ad muss als Werbung erkennbar sein
- Z-Index: 111000
- Der Close-Button schließt das Werbemittel mittels JavaScript.
- Hierzu bieten sich bspw. die Zuweisung des Ad-Wrappers mit Hilfe von display='none' oder visibility='hidden' an.



C. Sonderwerbeformate | Mobile Splash

Das Mobile Splash zeigt sich beim ersten Aufruf einer mobilen Seite und beinhaltet einen Schließen-Button in der rechten oberen Ecke und kann über diesen vom Nutzer geschlossen werden.

Ohne Userinteraktion schließt sich das Werbemittel nach 7 Sekunden selbst.

Anlieferung: Image

Größe: 640 x 860 px

Gewicht: 500 KB

Format: GIF / JPG / PNG

- Showcase-Link: <https://showcase.weischeronline.de/mobile-splash/>



C. Sonderwerbeformate | Mobile SWIPE AD

Das mobile Swipe Ad präsentiert sich prominent und für den User immer sichtbar am unteren Bildschirmrand über dem Content

Das Werbemittel schließt sich automatisch nach 12 Sekunden, kann aber auch jederzeit vom User mit einem Swipe beendet werden.

Die Zeit zum Auto Close und der Hinweis zum Schließen des Ads werden im Werbemittel immer am oberen Rand angezeigt.

- Anlieferung: Image inkl. Zählpixel und Clickcommand
- Größe: 300 x 150 px
710 x 210 px
800 x 250 px
- Gewicht: 500 KB
- Format: GIF/ JPG/ PNG



Showcase-Link: <https://showcase.weischeronline.de/Swipe/>



C. Sonderwerbeformate| mobile Brandbuster

Das mobile Brandbuster Ad präsentiert sich prominent und für den User immer sichtbar am oberen und unteren Bildschirmrand über dem Content

Das untere Werbemittel schließt sich automatisch nach 12 Sekunden, kann aber auch jederzeit vom User mit einem Swipe beendet werden. Die Zeit zum Auto Close und der Hinweis zum schließen des unteren Ads werden im Werbemittel immer am oberen Rand angezeigt.

- Anlieferung: Image inkl. Zählpixel und Clickcommand.
- Größe: 800 x 250 px
710 x 210 px
- Gewicht: 500 KB
- Format: GIF/ JPG

- Showcase-Link:



D. Video | Pre- / Mid- / Post-Roll

- Prerolls sind Werbespots, die vor Trailern auf der Webseite geschaltet werden können.

- Spot-länge Preroll:

20 Sekunden (längere Laufzeit bis max. 30 Sek. gegen Aufpreis)

- Größe Preroll:

854 x 480 px / 1920 x 1080 px

- Gewicht Preroll :

max. 10 MB

- Verlinkung ist möglich
- Das Videomaterial bitte in bestmöglicher Qualität anliefern, möglichst im MP4 Format.
- Das Video kann ebenfalls als VAST-Redirect angeliefert werden.



- Sales

- Marke:

Nicolaus Klemkow
nicolaus.klemkow@weischer.net

- Marke:

Paul Engelhardt
paul.engelhardt@weischer.net

- Filmstudio/HE:

Andreas Reth
andreas.reth@weischer.net

- Technik

- Ad Management:

Helge Wittmaack
helge.wittmaack@weischer.net

- Ad Management:

- Lars Schröder
lars.schroeder@weischer.net

- Ad Technology:

Robert Moszczynski
robert.moszczynski@weischer.net