

# Technische Spezifikationen IKZ

<b><u>Datenanlieferung Online Werbemittel</u></b>	Seite	4	<b>Mobile Werbeformate</b>		
<b>Allgemeine Hinweise für Online Werbemittel</b>	Seite	5	Mobile Medium Rectangle	Seite	12
HTML 5	Seite	6	Mobile Halfpage Ad	Seite	12
Image / Banner	Seite	6	Premium Rectangle	Seite	12
Redirects	Seite	7	Mobile Rollover	Seite	12
Expandable Werbeformen	Seite	8	MMA 6:1	Seite	13
Sound und Videos	Seite	9	MMA 4:1	Seite	13
			MMA 2:1	Seite	13
<b>Display Werbeformate</b>			<b>Multiscreen Werbeformate</b>		
Superbanner	Seite	10	Wallpaper + Mobile Halfpage Ad	Seite	14
Skyscraper	Seite	10	Billboard + Mobile Halfpage Ad	Seite	14
Medium Rectangle	Seite	10	Ad Bundle + Mobile Medium Rectangle	Seite	14
Ad Bundle	Seite	10			
Wallpaper	Seite	11			
Billboard	Seite	11			
Halfpage	Seite	11			
Fireplace	Seite	11			

## **Newsletter**

Datenanlieferung Newsletter	Seite	16
Textanzeige	Seite	17
Fullsize Banner	Seite	17
Medium Rectangle	Seite	17
Sky-/Wideskyscraper	Seite	17

## **Sponsored Post / Online Advertorial**

Datenanlieferung Online Advertorial	Seite	20
Online-Beitrag	Seite	21
Werbeteaser Webseite	Seite	21
Textanzeige	Seite	22
Social Media	Seite	22

## **IKZ Select**

Native Article	Seite	25
Display Formate	Seite	25

## **IKZ Podcast**

Themen-Sponsoring	Seite	28
-------------------	-------	----

## Allgemeine Informationen:

- Auftragsnummer
- Titel
- Kampagnenname
- Werbeformat
- max. 100 KB pro Werbeform
- Ansprechpartner Reporting

## Datenabgabe:

Spätestens 7 Werktage vor Starttermin

## Datenanlieferung ausschließlich an:

[dispo@strobelmediagroup.de](mailto:dispo@strobelmediagroup.de)



### **Hinweis:**

Nur bei Beachtung aller aufgeführten Vorgaben kann sichergestellt werden, dass die Kampagne pünktlich starten kann.

- Alle Drittanbieter-Tags und HTML5-Dateien müssen SSL konform sein.
- Eine Anlieferung und Implementierung von Drittanbieter-Tags, Klickcommands und Zählpixel ist jederzeit möglich, sofern diese nicht gegen gesetzliche, insbesondere datenschutzrechtliche Vorschriften verstoßen.
- Systembedingt kann es durch den Einsatz von 3rd-Party-Adservern zu Zählerdifferenzen kommen. Als Abrechnungsgrundlage gelten immer die Zahlen des Verlags aus dem AdServer.
- Je nach Einstellungen der Firewall des Users kann es zu Performance-Abweichungen kommen.
- **Vendoren:**  
Wenn Sie technische Dienstleister (Vendoren) nutzen möchten, müssen Sie uns diese bitte vor Kampagnenstart mitteilen.

## Image / Banner - Werbemittel

- Formate: GIF, JPG, PNG, WebP oder SWF
- Ziel-URL

## Darstellung auf mobilen Endgeräten

- Bitte beachten Sie, dass nicht alle Werbemittel auf allen Endgeräten dargestellt werden können und auch nicht alle unsere Ad-Zonen auf allen Endgeräten gleichermaßen ausgespielt werden.

## HTML 5-Werbemittel

- Das Werbemittel muss als ZIP-Datei angeliefert werden.
- Es können beliebig viele Grafiken, CSS, Java oder andere Dateien verwendet werden.
- Pro Werbemittel müssen alle Dateien in einem gemeinsamen Verzeichnispfad innerhalb einer ZIP-Datei liegen.
- Bitte beachten Sie, dass je nach Aufbau des Werbemittels kein Click-Tracking durch unseren Adserver stattfinden kann. Falls ein Click-Tracking durch uns erfolgen soll, lassen wir Ihnen gerne auf Nachfrage nähere technische Informationen zum Aufbau von HTML5-Werbemitteln für unseren Adserver zukommen.
- Für alle HTML-Werbemittel gilt, dass Daten aus Drittanbieterquellen verschlüsselt referenziert werden müssen, da die Inhalte sonst vom Browser geblockt werden. (Aufrufe aller Daten also via https, Aufruf via http reicht nicht aus.)

## Redirects

- Redirects sind Werbemittel, die von einem dritten AdServer ausgespielt werden. Die Bauverlag BV GmbH bucht einen Redirect (Verweis) auf diesen AdServer ein.
- Das angegebene maximale Dateigewicht (100 kB) gilt ebenso verbindlich für Redirects.
- Layer als Redirects müssen durch ggf. zu ergänzende URL-Parameter frei positionierbar sein.
- Expandierende Werbemittel und Layer als Redirect müssen Selectboxen, die überdeckt werden, ausschalten und später wieder einschalten.
- Nach dem Einklappen expandierender Werbemittel dürfen keine transparenten Flächen auf der Seite stehen bleiben.
- Bei RichMedia-Redirects muss dokumentiert sein, wie Klicks mitgezählt werden sollen. Ist dies nicht der Fall und können somit keine Klicks gezählt werden, behalten wir uns vor, die Redirects von RichMedia auf Image zu reduzieren.
- Für alle Redirects gilt, dass Daten aus Drittanbieterquellen verschlüsselt referenziert werden müssen, da die Inhalte sonst vom Browser geblockt werden. (Aufrufe aller Daten also via https, Aufruf via http reicht nicht aus.)

## Expandable Werbeformen

**keine JPEG / JPG Dateien möglich!**

Das expandierende Werbemittel wird durch MouseOver aktiviert und klappt sich aus. Bei MouseOut muss das Werbemittel wieder in den ursprünglichen Zustand übergehen (einklappen). Transparente Flächen dürfen keinesfalls klickbar sein. Das Werbemittel muss als **eine Datei** (eine zu Beginn teilweise verdeckte Fläche) angeliefert werden. Bei der Anlieferung von Dateien gilt:

- Die Aktivierung muss im Standard-Werbemittel und das Beenden im expandierten Werbemittel integriert sein.

Bei Redirects für Expandable beachten Sie bitte:

- Das Werbemittel muss so gestaltet sein, dass es durch evtl. zu ergänzende URL-Parameter frei positionierbar ist.
- Expandierende Werbemittel müssen Selectboxen, die überdeckt werden, ausschalten und später wieder einschalten.
- Nach dem Einklappen expandierender Werbemittel dürfen keine transparenten Flächen auf der Seite stehen bleiben.



## Sound

Sound in Werbemittel ist erlaubt, wenn folgende Bedingungen eingehalten werden:

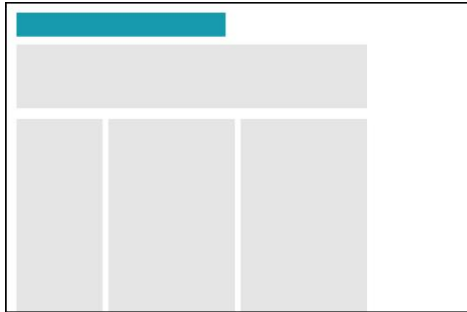
- Beim Start des Werbemittels muss der Sound ausgeschaltet sein. Nur eine eindeutige Aktion durch den User darf den Sound aktivieren (Klick).
- Der Sound muss durch eine deutlich sichtbare Schaltfläche deaktivierbar sein.
- Mit dem Schließen des Werbemittels (z.B. Layer) muss der Sound enden.

## Videos

- Formate:  
MP4 (HTML5 fähig), OGV, WEBM, FLV, 3GP, MPEG, AVI

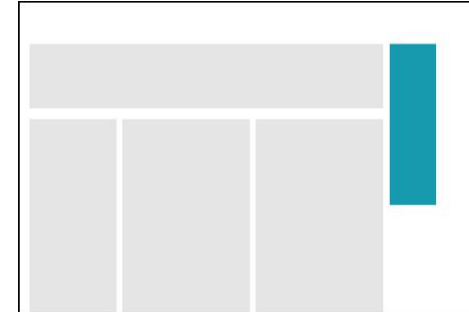
Video-Banner, -Layer, -Interstitials und -Bänderolen werden wie normale Banner behandelt und entsprechend ausgeliefert. Für die Auslieferung von Pre-, Mid- und Post-Rolls sind dagegen spezielle Werbeflächen-Codes und teilweise eine bestimmte Verzahnung (siehe VPAID) mit der Webseite bzw. deren Videoplayer nötig. Bitte beachten Sie dabei, dass Pre-Roll Werbemittel nur auf Pre-Roll Werbeflächen, Mid-Rolls nur auf Mid-Roll-Werbeflächen und Post-Rolls nur auf Post-Roll Werbeflächen geschaltet werden können.

Andere Formate können von uns konvertiert werden, hier bedarf es allerdings einer größeren Vorlaufzeit und individueller Absprache zur Anlieferung der Daten (insbesondere durch möglicherweise höhere Dateigrößen). Bitte beachten Sie, dass nicht in jedem Fall eine optimale Wiedergabequalität gewährleistet werden kann.



## Superbanner

Größe: 728 x 90 px.

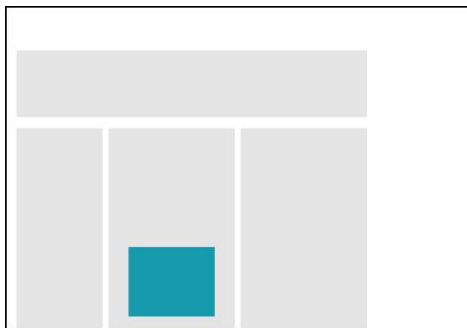


## Skyscraper

Größe: 160 x 600 px.  
120 x 160 px.

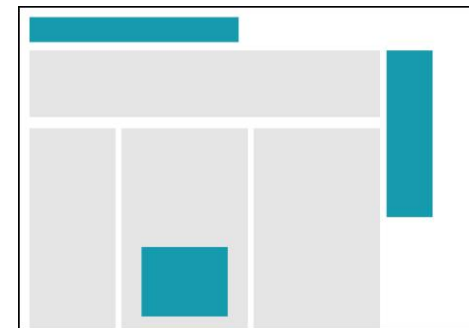
## Widesky

Größe: 200 x 600 px.



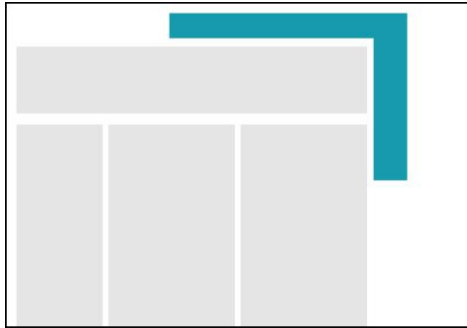
## Medium Rectangle

Größe: 300 x 250 px.



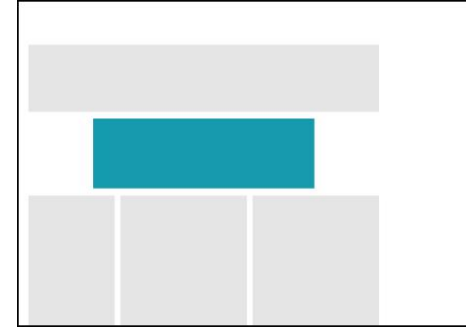
## Ad Bundle

Größe: 160 x 600 px. (Sky)  
728 x 90 px. (SB)  
300 x 250 px. (MR)



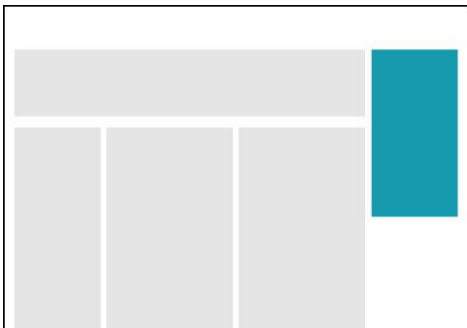
## Wallpaper

Größe: 728 x 90 px. (SB)  
120 x 600 px. (Site)



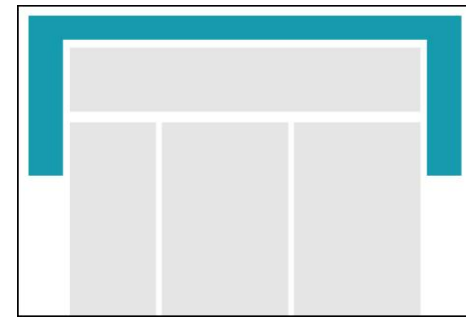
## Billboard Ad

Größe: 770 x 250 px.  
800 x 250 px.  
970 x 250 px.



## HalfPage

Größe: 300 x 600 px.

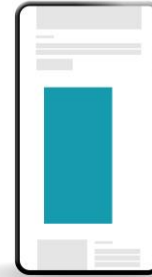


## Fireplace

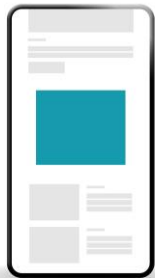
Größe: 160 x 600 px. (Sky links)  
728 x 90 px. (SB)  
160 x 600 px. (Sky rechts)



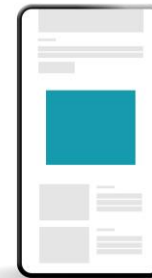
**Mobile Medium Rectangle**  
Größe: 300 x 250 px.



**Mobile Halfpage Ad**  
Größe: 300 x 600 px.



**Premium Rectangle**  
Größe: 300 x 400 px.



**Mobile Rollover**  
Größe: 640 x 960 px.



**MMA 6:1**  
Größe: 300 x 50 px.



**MMA 4:1**  
Größe: 300 x 75 px.



**MMA 2:1**  
Größe: 300 x 150 px.



**Wallpaper +  
Mobile Halfpage Ad**

Größen: 728 x 90 px. (SB)  
120 x 600 px. (Site)  
300 x 600 px.



**Billboard +  
Mobile Halfpage Ad**

Größe: 770 x 250 px. oder  
800 x 250 px. oder  
970 x 250 px.  
300 x 600 px.



**Ad Bundle +  
Mobile Medium Rectangle**

Größe: 728 x 90 px.  
300 x 250 px.  
160 x 600 px.  
300 x 250 px.

**Hinweis:**

Multiscreen-Werbeformen stellen die Kombination aus „*Displaywerbung Desktop*“ und „*Displaywerbung Mobile*“ dar. Die technische Beschreibung der kombinierten Werbemittel entsprechen denen in der jeweiligen Einzelbeschreibung (vgl. vorherige Seiten).



---

Newsletter

## Allgemeine Informationen:

- Auftragsnummer
- Titel
- Kampagnenname
- Werbeformat
- Max. 60 kB pro Werbeform
- Ansprechpartner Reporting

## Datenabgabe:

Spätestens 7 Werktage vor Starttermin

## Datenanlieferung ausschließlich an:

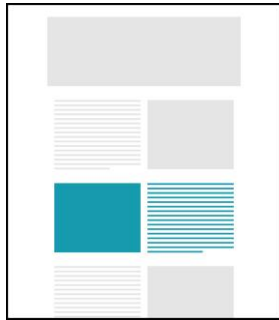
[dispo@strobeldmediagroup.de](mailto:dispo@strobeldmediagroup.de)



### Hinweis:

Nur bei Beachtung aller aufgeführten Vorgaben kann sichergestellt werden, dass die Kampagne pünktlich starten kann.





## Textanzeige

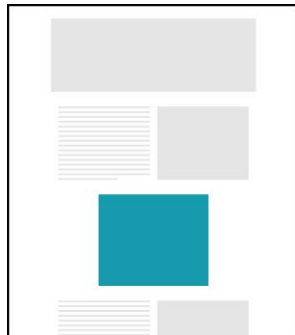
Bild: 190 x 250 px.  
250 x 190 px.

Headline: aussagekräftige Headline  
Text: max. 600 Zeichen inkl. Leerzeichen  
CTA: wird mit Ihrer Ziel-URL verlinkt



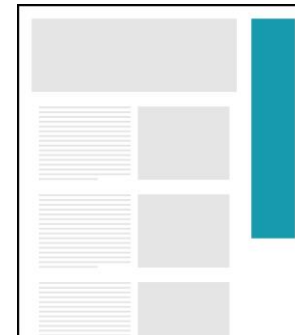
## Fullsize Banner

Bild: 468 x 60 px.  
URL: Ziel-URL



## Medium Rectangle

Bild: 300 x 250 px.  
URL: Ziel-URL



## Sky- / Widescraper

Sky: 120 x 600 px.  
Widesky: 160 x 600 px.  
URL: Ziel-URL

---

Sponsored Post /  
Online Advertorial

Ein Sponsored Post / Online Advertorial besteht aus einem Online-Beitrag, der mit einem 4-wöchigen Kommunikationspaket beworben wird.

- Teaser-Text-Anzeige im IKZ Newsletter mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- Teaser-Text auf IKZ.de mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- Medium Rectangle auf der IKZ.de mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- Beworbener Sponsored Facebook-Post über die Facebook- & Instagram Fanpage der IKZ mit Verlinkung auf den Online-Beitrag
- Dauerhafter Online-Beitrag auf IKZ.de (bleibt auch nach den vier Wochen weiterhin über die Suche auffindbar)
- Dauerhafter Native-Article auf IKZ-select

## Allgemeine Informationen:

- Auftragsnummer
- Titel
- Kampagnenname
- Werbeformat
- Ansprechpartner Reporting

## Datenabgabe:

Spätestens 10 Werktage vor Starttermin

## Datenanlieferung ausschließlich an:

[dispo@strobeldmediagroup.de](mailto:dispo@strobeldmediagroup.de)



### Hinweis:

Nur bei Beachtung aller aufgeführten Vorgaben kann sichergestellt werden, dass die Kampagne pünktlich starten kann.

## Online-Beitrag auf der Website

- **Aufmacherbild:**  
900 x 675 px.
- **Bilder:**  
Breite 900 px. (web-fähig)
- **Bildanzahl:**  
variabel
- **Verlinkung:**  
im Fließtext & Textende möglich
- **Text:**  
Länge variabel (Überschrift, Einleitung, Fließtext – Zwischenüberschriften) Bildunterschriften / Bildnachweis

**Praktische Alternative zu C-Stahl & Kupfer: NiroTherm®**

In geschlossenen Kreisläufen wie Heizung oder Kühlsystemen ist C-Stahl oft die erste Wahl. Damit es durch Feuchtigkeit von außen nicht zu Außenkorrosion kommt, müssen Rohrleitungssysteme aufwendig isoliert werden. Auch versilberte Rohre bieten hierbei keine zufriedenstellende Lösung. Schließlich müssen die Fittings weiterhin arbeitsintensiv von Hand isoliert werden. Zudem kann es im teils hektischen Baustellenalltag rasch zu unbeabsichtigten Beschädigungen kommen.

Mit NiroTherm® bietet der Hersteller SANHA bereits seit 2007 eine komplette, sehr wirtschaftliche Systemlösung aus einer Hand als praktische Alternative an. Das Press-System für Heizungs- oder Kühlanlagen lässt sich auch in außenkorrosionsgefährdeten Bereichen wie im Estrich sehr einfach verlegen und ist zudem eine gute Alternative zu Kupfer.

Das gesamte System – Rohr und Fitting – besteht aus austenitischem Chrom-Nickel-Edelstahl, Werkstoffnummer 1.4301 (AISI 304, X5CrNi18-10) und bietet so einen hohen Schutz gegen Korrosion. Daher entfällt eine zeitaufwändige Isolierung gegen Feuchte und die Installation kann deutlich schneller abgeschlossen werden. Damit stark Versäuerem sein weites Einsatzfeld für das Presssystem offen: Neben der Verlegung von Heizungsrohren im Estrich lassen sich mit NiroTherm®-Lösungen auch Kühl- (Glykol) und Druckluftinstallationen ideal abdecken. Zudem gestaltet sich die Installation mit NiroTherm® wirtschaftlicher als mit Kupfer.

Der von SANHA verwendete Edelstahl 1.4301 bietet ein Höchstmaß an Schutz gegen Außenkorrosion. Damit entfällt eine aufwändige feuchtesichere Spezialisolation bzw. ein Schutzanstrich nach ADI Q 151, wie es bei C-Stahlssystemen erforderlich sind. Dieser mehrschichtige Schutzanstrich ist oft wegen Platzmangels schwer auf den Rohraußenoberflächen mit entsprechender Trocknungszeit auf der Baustelle aufzutragen und kann durch andere Gewerke auf der Baustelle beschädigt werden. Sobald die Installation aus dem korrosionsgefährdeten Bereich hinausgeführt wird, kann der Verarbeiter in geschlossenen Systemen mit SANHA®Therm (C-Stahl) weiterarbeiten.

Das Essener Unternehmen hat zwei Untergruppen an Systemfittings in sein Produktportfolio integriert: die Serie 91000 für Heizung, Kühlung und offene Druckluft mit schwarzen Dichtungen aus EPDM sowie die Serie 92000 NiroTherm®-Industry. Letztere ist mit hochtemperaturbeständigen PTFE-Dichtungen ausgestattet und eignet sich für Kühlung, Druckluft sowie industrielle Anwendungen.

Beide Serien können bis zu einem Betriebsdruck von 10 bar eingesetzt werden. Zusammen mit den darauf abgestimmten und im System zertifizierten NiroTherm®-Edelstahlrohren (Serie 9100) lassen sich Installationen von 15 bis 100 mm Durchmesser realisieren. Daher eignet sich NiroTherm® für Anlagen von Einfamilienhaus bis hin zu komplexen Großanlagen.

Eine weitere Besonderheit ist die compipress-Funktion. Darunter fällt zum einen die Werkzeugkompatibilität, d.h. das System kann bis 54 mm mit Originalschlingen oder Pressbacken mit SA, V und M-Körur verpresst werden. Die Gießhaltung („Push & Stay“) sorgt dafür, dass die Fittings nach dem Aufschoben nicht vom Rohr rutschen und erleichtert damit die Installation unter beengten Platzverhältnissen oder „über Kopf“. Zu guter Letzt ist NiroTherm® im unverpressten Zustand undicht. Vergessene Verbindungen können bei der Druckprüfung somit schnell identifiziert werden. Die Verbindung der Systemfittings mit Edelstahlrohren durch bewährte Press Technik

## Werbeteaser auf der Website

- **Medium Rectangle**  
300 x 250 px.
- **URL:**  
verlinkt auf den Online-Beitrag

**Über 5.000 Nutzer!**  
Fachinformationen für SHK-Installateure und TGA-Fachplaner

**Neueste Artikel**

- Normenportal Gastronomie
- Buderus: Cashback zur Wärmepumpe
- Schöll und praktisch Duschbereiche gestalten
- SM: Smarte Duschwanne kombinieren Mess- und Regelfunktionen

## Textanzeige im Newsletter

- **Bild:**  
190 x 250 px.  
250 x 190 px.
- **Headline:**  
aussagekräftige Headline
- **Text:**  
max. 600 Zeichen inkl.  
Leerzeichen
- **URL:**  
verlinkt auf den Online-Beitrag



### Tag des Bades 2024

„Der Tag des Bades 2023 hat gezeigt, wie stark der dreistufige Vertriebsweg sein kann, wenn alle Marktteilnehmer sich auf den Ström einigen“, sagt VDS-Geschäftsführer Jens J. Wischmann. In diesem Jahr ist es der 21. September. Das Motto lautet „Easy Bathroom – das Leben leichter machen“. Im Mittelpunkt steht der Komfort, mit dem ein gut geplantes und ausgestattetes Badezimmer den Alltag erleichtern kann – nicht erst im Alter.



Bild: Martin Synowick, VDS

[mehr](#)

### Zeit zu(m) Gründen

Der zweite Arbeitsplatz im Büro ist noch leer, aber Heizungsbauer Trifon Ampara hat zweieinhalb Jahre nach der Gründung dafür Pläne. Noch in diesem Jahr will der Jungunternehmer einen Gesellen einstellen. Wo seine Schwerpunkte liegen, und wie während der Coronazeit die ersten Schritte in den Markt verliefen, erfährt die IKZ vor Ort.



Bild: IKZ

[mehr](#)

### Derzeit meistgeklickt auf IKZ.de

#### Stiebel Eltron startet „Wärmewender-Challenge“

Mit seiner neuen Onlineaktion „Wärmewender-Challenge“ will Stiebel Eltron noch unentschiedenen Hauseigentümern die Entscheidung für eine Wärmepumpe nahebringen. Privatpersonen oder Fachhandwerker stellen auf der Plattform ihre Wärmepumpenlösungen vor. Unter den Teilnehmern werden Preise verlost.



Bild: Stiebel Eltron

[mehr](#)

### Edelstahl für die Heizung?

Allerdings! Mit NiroTherm® von SANHA ist das nicht nur wirtschaftlich, sondern spart auch Zeit. Denn die Fittings müssen nicht aufwändig gegen Außenfeuchte isoliert werden und sind günstiger als Kupfer.

[Weitere Informationen](#)

### Auf zur IFH/Intherm: Liveeindruck vom Afriso-Stand

Einladung an den Messestand von Afriso. Der Aussteller war schon bei der SHK-E vertreten und kommt auch zur IFH/Intherm in Nürnberg (23. bis 26. April 2024). Auf der SHK-E Essen stellte Marketingleiter Frank Altmann der IKZ live einige neue Produkte vor. [Hier geht's zum Video](#)

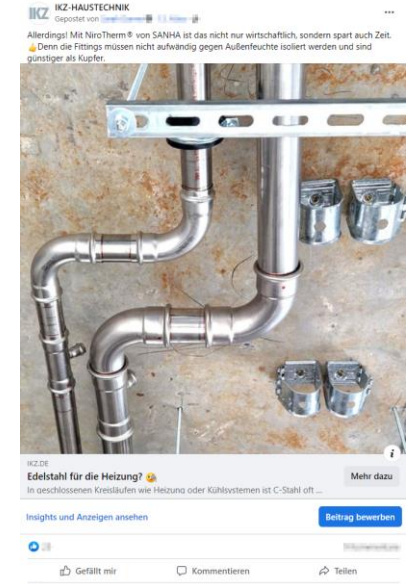


Bild: IKZ

[mehr](#)

## Social Media

- **Bild:**  
mind. 1080 x 1080 px.
- **Headline:**  
max. 40 Zeichen inkl.  
Leerzeichen
- **Primärtext:**  
max. 125 Zeichen inkl.  
Leerzeichen
- **Beschreibungstext:**  
max. 200 Zeichen inkl.  
Leerzeichen
- **URL:**  
verlinkt auf den Online-Beitrag



---

IKZ SELECT

## Allgemeine Informationen:

- Auftragsnummer
- Titel
- Kampagnenname
- Werbeformat
- max. 100 KB pro Werbeform
- Ansprechpartner Reporting

## Datenabgabe:

Spätestens 7 Werktage vor Starttermin

## Datenanlieferung ausschließlich an:

[dispo@strobelmediagroup.de](mailto:dispo@strobelmediagroup.de)



### **Hinweis:**

Nur bei Beachtung aller aufgeführten Vorgaben kann sichergestellt werden, dass die Kampagne pünktlich starten kann.



## Native Article

- Text:  
Überschrift, Einleitung, Fließtext (Zwischenüberschriften möglich) – max. 10.000 Zeichen inkl. Leerzeichen
- Bilder:  
ca. 1000 px. Breite; Bildunterschrift / Bildnachweis, max. 10 Bilder
- Verlinkung:  
Verlinkungen im Fließtext und am Textende möglich



### Hinweis:

Platzierung eines Artikels in der Rubrik WISSEN (Kategorie SelectNews oder SelectProducts) Umfang, Look & Feel wie redaktionelle Artikel, mit Anzeigenkennung

## Display-Werbung

- Top-Banner:  
600 x 100 px., im Kopf der gebuchten Rubrik
- Detail-Banner:  
300 x 160 px., im Detailbereich der gebuchten Rubrik
- Footer:  
600 x 100 px., am Fuß der gebuchten Rubrik



### Hinweis:

Bannerschaltung in drei auswählbaren Rubriken, z.B. in [WISSEN](#), [IKZ-ACADEMY](#), [E-KIOSK](#)

---

# IKZ PODCAST

## Allgemeine Informationen:

- Auftragsnummer
- Titel
- Kampagnenname
- Werbeformat
- max. 100 KB pro Werbeform
- Ansprechpartner Reporting

## Datenabgabe:

Spätestens 7 Werktage vor Starttermin

## Datenanlieferung ausschließlich an:

[dispo@strobeldmediagroup.de](mailto:dispo@strobeldmediagroup.de)



### **Hinweis:**

Nur bei Beachtung aller aufgeführten Vorgaben kann sichergestellt werden, dass die Kampagne pünktlich starten kann.

## Themen-Sponsoring

- Themennaher Text im Stil „Produktinformation“ → Textdatei, kein Audio
- Umfang passen für ca. 30 – 45 Sekunden Lauflänge (ca. 1.500 Zeichen normale Lesegeschwindigkeit)
- Hinweise zur Aussprache von Eigennamen / Produktnamen (in Lautschrift)