bonial

Dynamic DE

Bonial Operations - Technische Spezifikationen

26.08.26



aufen beginnt mit Bonial Einkaufen beginnt mit Bonial Einkaufen beginnt mit Bonial Einkaufen beginnt mit Bonial

bonial

Agenda

1. Grafikanforderungen

2. Anzeige in der App

3. Designempfehlung Titelseite

4. Linkouts

5. Form der Datenlieferung

6. Möglichkeiten der Datenübermittlung von Bildern, Creatives und zusätzlichen Informationen

7. a) Erforderliche Informationen

7. b) Erforderliche Informationen im Falle von Werbung mit Preisreduzierung

8. Preisangabenverordnung und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

9. Besonderheiten***

10. Bonial empfiehlt*

11. Onboarding

1. Grafikanforderungen

	Abmessungen	Dateiformat	Einschränkungen
Titelseite	1240 × 1753 px	PDF	–
Kopfzeile*	Bild 1500×640 px Video: Verhäötnis 16:9	.jpg/.png .avi/.mp4/.mov/.flv	– / 100 MB und max. 30 Sek.
Banner (doppelt)	440 × 360 px	.jpg / .png	–
Banner (einzeln)	220 × 360 px	.jpg / .png	–
Produktbild	Verhältnis 1:1	.jpg / .png	–
Video	Verhältnis 16:9 oder 4:3 (Beispiele auf S.5)	.avi/.mp4/.mov/.flv	100 MB und max. 30 Sek.
Primär- und Sekundärfarben	–	Geliefert als Hex-Codes, z. B. #000000	–

*Bonial unterscheidet zwischen dem Main Header und den Section Headern.



Der **Main Header** ist bereits durch den hinterlegten Publisher Header (siehe Specs Store Data) oder die von Bonial bereitgestellte Fallback-Option ausgefüllt, falls kein Publisher Header bereitgestellt wird.

Wenn der Kunde einen spezifischen Header für die aktuelle Kampagne senden möchte, lauten die Richtlinien wie folgt:

- Der Kunde sollte es vermeiden, Text und/oder kritische Inhalte innerhalb des Headers zu platzieren.
    - Rechtliche Hinweise, Benutzeranweisungen und andere Informationen werden wahrscheinlich abgeschnitten und verdeckt.
    - Es gibt keine Garantie dafür, wie der Header auf verschiedenen Bildschirmgrößen (mobil und Desktop) skaliert oder abgeschnitten wird.
- Bonial rät davon ab, das Logo der Kundenmarke zum Header hinzuzufügen, da dies automatisch vom System hinzugefügt wird.



Beispiel Main Header – der rote Bereich wird automatisch mit dem bereitgestellten Logo ausgefüllt.

Die **Section Header** können optional vom Kunden pro Abschnitt der Dynamischen Broschüre ausgewählt und gesendet werden.

Diese müssen keine weiteren Richtlinien befolgen, außer dem allgemeinen Verhältnis, der Mindestgröße und dem Dateiformat, wie oben angegeben.

2. Anzeige in der App



Titelseite

Abmessungen:1240×1753 px
Dateiformat: PDF



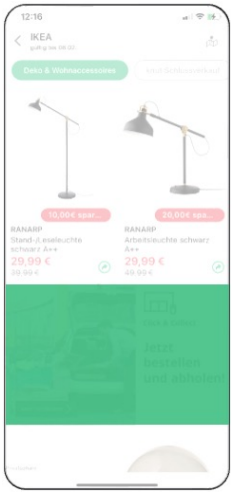
Kopfzeile

Abmessungen:1500× 640 px
Dateiformat: .jpg / .png
oder Video 16:9
.avi / .mp4 / .mov / .flv



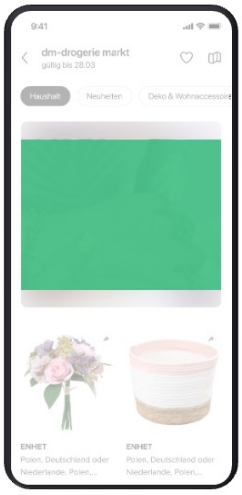
Banner (einzeln)

Abmessungen: 220×360 px
Dateiformat: .jpg/.png



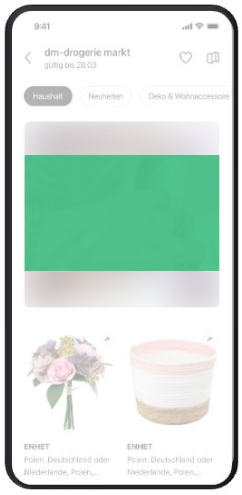
Banner (doppelt)

Abmessungen: 440×360 px
Dateiformat: .jpg/.png



Video (4:3)

Abmessung: 4:3
Dateiformat:.avi / .mp4 / .mov / .flv



Video (16:9)

Abmessung:6:9
Dateiformat:.avi / .mp4 / .mov / .flv



Beispiel für Primär- und Sekundärfarbe

3.Designempfehlung Titelseite

Unser erfahrenes Team von Grafikdesignern hat zwei mögliche Vorlagen für das Design der Titelseite Ihres dynamischen Inserts erstellt. Der Hauptunterschied liegt in der Aufteilung der einzelnen Angebote.*
Wöchentlicher Austausch der Titelseite sorgt für die besten Ergebnisse.

Vorlage A:
Ein einzelnes banner-großes Angebot in der oberen Position mit zwei mittleren Angeboten darunter.

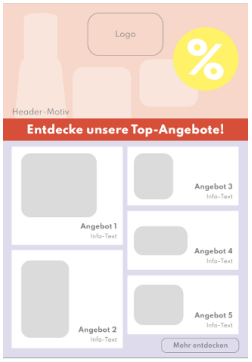
Vorlage B:
Zwei mittlere Angebote, die vertikal am linken Rand angeordnet sind, und drei kleinere Angebote, die vertikal am rechten Rand angeordnet sind.

Um die Markenbildung stark zu halten und im Gedächtnis der Nutzer zu verankern, muss der Kunde sein Logo im Banner einfügen. Platzierung und Größe sind frei.

*Der empfohlene Verkaufspreis (UVP) muss aus der Bezeichnung klar hervorgehen.



Vorlage A



Vorlage B



Beispiel

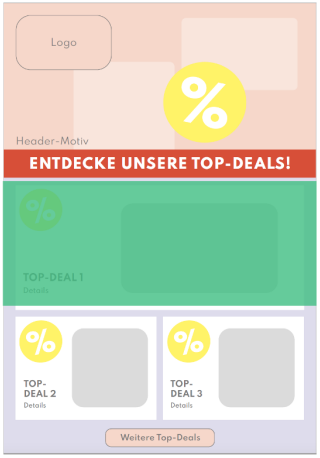
Vorlage A – Die Titelseite sollte wie folgt strukturiert sein:



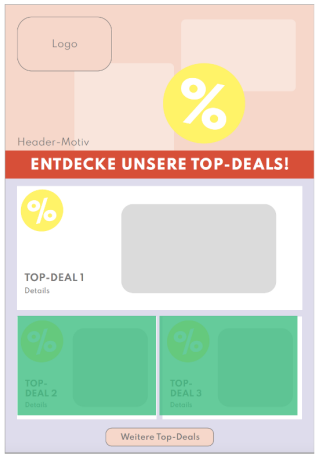
Header-Motiv
Abmessungen: 1240×585 px



Produktbereich
Abmessungen: 1240×1100 px



Große Produktbox
Abmessungen: 1145×495 px



Kleine Produktbox
Abmessungen jeder Box:
556×410 px

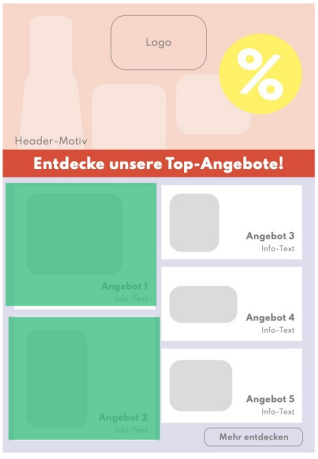
Vorlage B – Die Titelseite sollte wie folgt strukturiert sein:



Header-Motiv
Abmessungen: 1240×585 px



Produktbereich
Abmessungen: 1240×1100 px



Große Produktbox
Abmessungen jeder Box:
560×495 px



Kleine Produktbox
Abmessungen jeder Box:
560×294 px

4. Linkouts

Bonial kann pro Angebot einen Link zum Webshop des Kunden implementieren.

Diese müssen mit dem Angebot in Zusammenhang stehen oder zumindest zu einer zugehörigen Landingpage führen.

Der Link wird als Call-to-Action-Button angezeigt.

Informationen zu diesen Links müssen als Teil der Datenlieferung bereitgestellt werden, die in Teil 5 erwähnt wird.



5. Form der Datenlieferung

Der Kunde kann die Produktinformationen für einen dynamischen Flyer über eine der folgenden Quellen liefern. Der Kunde informiert Bonial über die Datenquelle per E-Mail:

Feed (.xlsx, .xml, .csv)	Der Kunde kann die Produktinformationen über eine API oder einen Feed bereitstellen, um sie verfügbar zu machen. (z.B. Google Shopping). Der Kunde ist verantwortlich für die Genauigkeit der bereitgestellten Informationen. Die über den Feed bereitgestellten Informationen werden so verwendet, wie sie sind.
Excel-Liste (.xls)	Der Kunde kann Bonial die Produktinformationen über eine ausgefüllte Vorlage bereitstellen. Alle anzuzeigenden Produktinformationen müssen hier vollständig eingegeben werden.
WebScraper	Wenn die Produkte auf der Website des Kunden verfügbar sind, kann Bonial die fehlenden Produktinformationen direkt von der Produkt-URL abrufen. Wenn der Kunde die Datenquelle "Webscraper" wählt, wird der Kunde Bonial rechtzeitig informieren, wenn es Änderungen an der Website des Kunden gibt, um eine korrekte Veröffentlichung sicherzustellen. Der Kunde ist verantwortlich für die Richtigkeit der gelieferten oder gescrapten Informationen. Die auf der Website gefundenen Informationen werden so verwendet, wie sie sind. Wenn keine UVP-Informationen für Preisreduzierungen gefunden werden, wird ein Preis, der neben dem reduzierten Preis angegeben ist, als der Preis (regulär) (= der niedrigste Gesamtpreis der letzten 30 Tage) verstanden und für die Produktinformationen übernommen.

6. Möglichkeiten der Datenübermittlung von Bildern, Creatives und zusätzlichen Informationen

Bonial kann Bilder, Creatives und zusätzlichen Informationen aus den folgenden Quellen beziehen, die der Kunde im Voraus angibt:

FTP-Server (intern)	Bonial stellt allen Kunden FTP-Zugang für den Dateitransfer zur Verfügung. Der Kunde kann jederzeit über den Browser oder FTP-Software darauf zugreifen.
FTP-Server (extern)	Wenn der Kunde bereits über einen eigenen FTP-Server verfügt, kann Bonial die Daten von dort abrufen. Der Kunde sollte Bonial per E-Mail (operations@bonial.de oder content-brands@kaufda.de für Marken-Kunden) benachrichtigen, sobald neue Daten hier verfügbar sind.
Webtransfer	Der Kunde kann Bonial die Werbematerialien über Webtransfer zur Verfügung stellen.
E-Mail	Der Kunde kann die Daten direkt per E-Mail an operations@bonial.de oder content-brands@kaufda.de für Marken-Kunden senden, mit einer maximalen Dateianhangsgröße von 15 MB.

7. a) Erforderliche Informationen

Je nach gewählter Liefermethode benötigt Bonial zusätzlich die unten markierten Daten vom Kunden.

	Excel	WebScraper	Feed
Kampagnentitel	x	x	x
Teilnehmerstandorte	x	x	x
Einzugsgebiet der Standorte (Postleitzahl/Umkreis)	x	x	x
Kampagnendauer	x	x	x
PDF-Titelseite	x	x	x
Produktauswahl	x	x	x
Produktkategorie	x	x	x
Produkt-URL	x	x	**Über Feed geliefert**
Produkttitel	x	**Von der Website entnommen**	
Grundpreis	x		
Produktbeschreibung*	x		
Preis (UVP)**	x		
Preis (regulär)	x		
Preis (Rabatt)	x		
Linkouts	x		
Einsparungen an manueller Arbeit auf Kundenseite	–	43%	50%

*Für Bio-Produkte muss die Prüfungsstelle angegeben werden.
**Die UVP muss in der Bezeichnung klar angegeben sein.
Die zusätzlichen Informationen, die der Kunde benötigt, sind mit „x“ markiert.

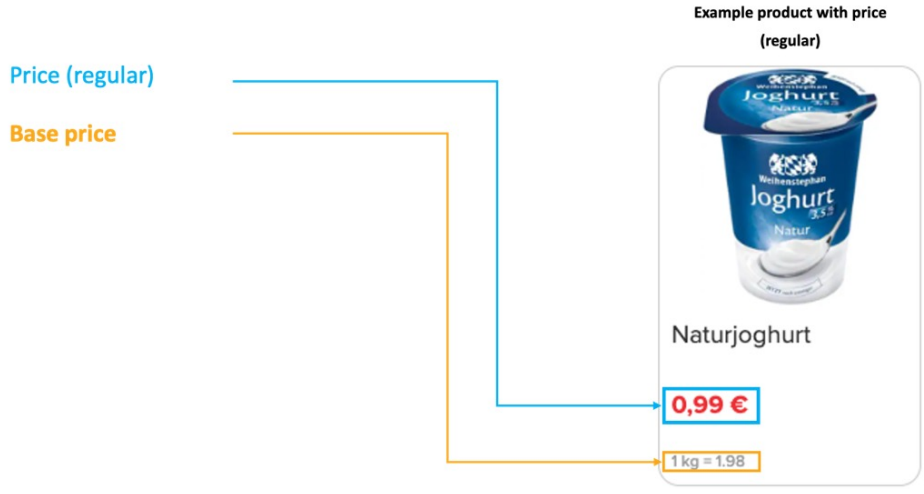
7. b) Erforderliche Informationen im Falle von Werbung mit Preisreduzierung

Anforderungen gemäß der Preisangabenverordnung und dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb



Preis (UVP) oder Preis (regulär) sind neben dem Gesamtpreis anzugeben, wenn eine Preisreduzierung beworben wird. In diesem Fall kann entweder der Preis (UVP) oder der Preis (regulär) verwendet werden.

* Muss dem niedrigsten Gesamtpreis entsprechen, der den Verbrauchern innerhalb der letzten 30 Tage vor der Anwendung der Preisreduzierung gemäß § 11 PAngV angewendet wurde.
** Der empfohlene Verkaufspreis des Herstellers muss in der Bezeichnung klar angegeben sein.



8. Preisangabenverordnung und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

Rechtlicher Rahmen und Umsetzung:

1. Die erforderlichen Produkt- und Preisinformationen müssen vom Kunden bereitgestellt werden. Der Kunde stellt sicher, dass die in den Werbematerialien angegebenen Preise, Preisreduzierungen usw. den bereitgestellten Preisinformationen entsprechen.

2. Im Falle von Werbung mit einer Preisreduzierung gelten folgende Bestimmungen:
    a. Der Preis wird wie im obigen Beispiel angezeigt.
    b. Je nach Art der vom Kunden bereitgestellten Preisdaten erfolgt die Preispräsentation wie folgt:
        i. Wenn der Gesamtpreis und eine UVP gesendet werden, wird der Gesamtpreis neben der durchgestrichenen UVP angezeigt.
        ii. Wenn der Gesamtpreis und ein Preis (regulär) gesendet werden, wird der Gesamtpreis neben dem durchgestrichenen Preis (regulär) angezeigt. Gemäß § 11 PAngV muss der Preis (regulär) dem niedrigsten Gesamtpreis entsprechen, der den Verbrauchern innerhalb der letzten 30 Tage vor der Anwendung der Preisreduzierung angewendet wurde.
        iii. Wenn die Einsparungen (= Differenz zwischen dem Gesamtpreis und dem Preis (regulär)/UVP) mindestens 15% betragen, wird dies von Bonial wie folgt angegeben:
        iv. Einsparungen gleich 15% oder mehr bis 49% dann "Sparen (Differenz in Euro)€!"
        v. Einsparungen größer oder gleich 50% dann "- (Differenz in Prozent)%"

9. Besonderheiten***

	Excel	WebScraper	Feed
Maximale Anzahl von Bildern pro Produkt	3	3+	3+
Regionale Angebote	–	–	ja
Maximale Aktualisierungsfrequenz	wöchentlich	täglich	stündlich
Aktualisierung	Werktags 10 bis 17 Uhr	24/7	24/7
Maximale Anzahl von Produkten	120	300	300 / pro Standort **
Minimale Vorlaufzeit Onboarding (Werktage)	3	10	10
Minimale Vorlaufzeit Kampagnen (Werktage)	3	1*	<1*
Durchschnittliche Bearbeitungszeit von Produktaktualisierungen	4–6h	1–3h	< 1h

*wenn die Datenstruktur unverändert bleibt **keine Begrenzung der Anzahl der Standorte
***rechtlich nicht bindende Zielzeiten, die Bonial jederzeit ändern kann.

10. Bonial empfiehlt*

Basierend auf unserer langjährigen Erfahrung empfehlen wir die folgende Kampagnenkonfiguration:

- Verwendung eines Feeds
- Maximal 100 Produkte in diesem Feed in bis zu 5 Kategorien (20 Produkte pro Kategorie in diesem Beispiel)
- Eine Titelseite, die gemäß unseren Vorlagen A oder B gestaltet ist
- Ein regelmäßiger Austausch der Titelseite, mit einer konstanten Frequenz und an festen Wochentagen, z.B. jeden Dienstag
    - Mit dem Austausch der Titelseite können auch die beworbenen Produkte im Feed ausgetauscht werden

*Die Zahlen sind unverbindliche Zielwerte, die Bonial jederzeit anpassen kann.

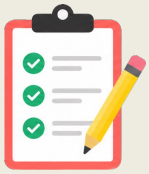
11. Onboarding

Phasen / Schritte



Onboarding Kickoff

- Bewertung der Art der Datenübertragung
- Präsentation der Produktoptionen



Testphase

- Verarbeitung der Daten



Go-Live

- Start mit der initialen Kampagneneinrichtung



Optimierungsphase

- Check-in / KPI-Optimierung
- Optimierung des Workflows

Fragen bitte an **operations@bonial.de**

Als Marken-Kunde bitte diese E-Mail verwenden **content-brands@kaufda.de**