

BLOGS WIRTSCHAFT AUTO REISE VIDEO
SPORT LOKALNACHRICHTEN FINANZEN
NATIONALE NACHRICHTEN GEOTAGGING

Technische Spezifikationen

Inhalt

- | Anlieferung der Werbemittel
- | Maximale Dateigrößen der Standardformate
- | Flash Spezifikationen
- | Flash Spezifikationen Layer Ads
- | Flash Spezifikationen Expandables
- | Flash Spezifikationen Banderole Ad
- | Wallpaper Specs
- | (Display)Streaming Specs
- | Ansprechpartner

Anlieferung der Werbemittel

Die Werbemittel bitte immer an die Adresse media@derwesten.de schicken.

Die Betreffzeile der Mail sollte zumindest folgende Angaben enthalten sein:

- | Advertiser
- | Kampagnenname

Zusätzliche Informationen in der Mail:

- | Kundenname
- | Kampagnenname
- | Buchungszeitraum
- | Belegte Sites
- | Werbeformate
- | Ansprechpartner für Rückfragen
- | 3rd Party Redirects bitte nur in einem File als Anhang senden und nicht als Text einfügen
- | Die Mindestanlieferungszeit vor Kampagnenstart beträgt bei Standardwerbemitteln 3 und bei Sonderformaten 5 Werktage.

Wir weisen darauf hin, dass als Abrechnungsgrundlage von Kampagnen stets die Zahlen aus unserem Doubleclick DFP System dienen und nicht durch etwaige Klauseln in einer Email geändert werden können.

Maximale Dateigrößen der Standardformate

Format	Größe max. (Pixel)	Größe expanded max. (Pixel)	Gewicht Image (KB)	Gewicht Flash (KB)
Superbanner	728x90	728x360	40	40
Skyscraper	200x600	480x600	40	40
Medium Rectangle	300x250	600x500	40	40
Layer	400x400			40
Banderole Ad (nur physisch)	770x250		40	40

Die Angaben zu den Werbemittel-Gewichten gelten selbstverständlich auch für Werbemittel die über 3rd Party Redirects (DoubleClick, Adtech, Atlas, etc.) ausgeliefert werden.

Als Ausnahme gilt, wenn eine Funktion wie z.B. Smart-Downloading(Eyeblander) genutzt wird.

Flash Spezifikationen

Bei Anlieferung sind anzugeben:

- | Flashversion (Version 9 oder geringer)
- | Fallback-Image (außer bei Layer Ads)
- | Click URL
- | Informationen über besondere Actionscripte (falls verwendet)

Trackingmethode der Klicks

Einheitlicher Standard ist die „clicktag“-Methode

Sollten die Werbemittel mehrere klickbare Bereiche mit verschiedenen Link-URL's beinhalten, dann können Sie die clickTag-Variable für jede URL folgendermaßen erweitern:

Beispiel:

- | URL1 = clickTag1
- | URL2 = clickTag2
- | URL3 = clickTag3

Das Online clickTag Tutorial von Adobe für Flash finden Sie unter:

<http://www.adobe.com/resources/richmedia/tracking/>

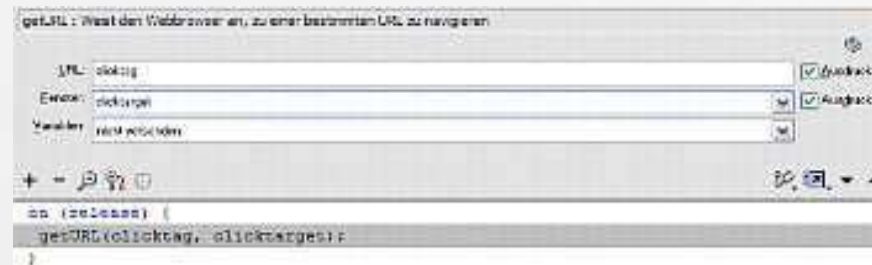
Flash Spezifikationen

Die „clickTag“-Methode:

„clickTag“ ist eine Variable die es ermöglicht die Ziel-URL bzw. de Deeplink des Werbetreibenden von außen an das swf-File zu übergeben.

Die Funktion im swf-File lautet:

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



In diesem Fall werden sowohl „clickTag“ als auch „clicktarget“ als Variable an die Flash-Datei gehängt.

Beispiel:

```
<PARAM NAME=movie  
VALUE="flashlayer_demo.swf?clickTag=http://www.werbeformen.de&clicktarget=_blank">
```

Wichtig: Wird die Variable innerhalb eines Movieclips in der Haupt-Animation verwendet, muss die Variable mit einem vorgestellten `_root.` eingebaut werden.

Flash Spezifikationen

Flash Frame-Rate:

Es sind nicht mehr als 25 Frames pro Sekunde erlaubt - optimal sind 18 Frames pro Sekunde, da höhere Frame-Raten den Rechner des Nutzers zu stark belasten.

Aus diesem Grund werden Werbemittel mit einer Frame-Rate größer als 25 nicht akzeptiert.

Weitere Infos unter:

http://kb.adobe.com/selfservice/viewContent.do?externalId=tn_14981&sliceId=2

CPU-Last :

Ein Flash-Werbemittel darf die CPU Last auf einem durchschnittlichen Rechner nach dem aktuellen Stand der Technik nicht um mehr als 10%-Punkte beeinflussen.

Kommunikation zwischen zwei Werbemitteln:

Falls zwei oder mehr Werbemittel miteinander „kommunizieren“ (z.B. Wallpaper) muss sichergestellt sein, dass die Funktionalität auch unter realen (live) Bedingungen gegeben ist (die Kommunikation muss also auch über unterschiedliche Domains hinweg funktionieren).

↪ Stichwort: `System.security.allowDomain("*");`

Flash Spezifikationen

wmode:

Wichtig: Auch bei 3rd Party Redirects muss IMMER ein wmode definiert sein.

Für die Insite-Formate (Banner, Skyscraper und Rectangle) gilt:

| wmode=transparent oder wmode=opaque

Für Layer und Banderole-Ads gilt:

| wmode=opaque

Flash Spezifikationen

User dürfen nicht per PopUp gezwungen sein, ein Plugin zu installieren, um das Werbemittel sehen zu können.

Werbemittel dürfen nicht als Windows/Mac/Unix–Infoboxen oder Fehlermeldungsboxen dargestellt werden oder auf andere Art zu Verwechslungen mit Systemmeldungen führen.

DerWesten behält sich das Recht vor, Werbemittel offline zu nehmen, welche beim User als störend empfunden werden könnten.

Flash Spezifikationen Layer Ads

Close Button:

Alle Flash-Layer Werbemittel müssen über einen **gut sichtbaren** und funktionalen Close Button verfügen.

Dieser muss jederzeit gut sichtbar sein und mindestens 20px x 20px groß sein.

Desweiteren sollte die Hintergrundfarbe des Close Buttons nicht „Weiß“ sein, da viele Seiten einen weißen Hintergrund verwenden und der Close Button somit nicht sichtbar wäre.

Der Close Button ist mit folgender Schließen-Funktion zu belegen:

```
getURL("Javascript:f4d_hide_layer()","_self")
```

Das Layer Ad muss sich automatisch nach 8-12 Sekunden schließen.

Sound:

Sound ist generell zulässig, dieser darf jedoch nicht automatisch, sondern nur durch User Aktion starten und muss ebenso zu beenden sein.

Flash Spezifikationen Expandable Ads

Die maximale Größe der Expandable-Formate entnehmen Sie der Tabelle unter dem Punkt Maximale Dateigrößen der Standardformate.

Bitte beachten Sie die maximalen Größen sowie die Flash- bzw. Streaming-Spezifikationen.

Es gibt zwei Methoden, die ein ‚Expanden‘ des Werbemittels hervorrufen:

On Mouse-Over: Der Expand-Effekt findet statt, sobald der User seine Maus über das Werbemittel bewegt. Verlässt die Maus das expandierte Werbemittel, muss es in seine nicht expandierte Größe zurückkehren.

On Mouse-Click: Der Expand-Effekt findet dann statt, sobald der User auf das Werbemittel klickt. Der Expand-Effekt muss hier durch den Klick auf einen **gut sichtbaren** Close-Button rückgängig gemacht werden können.

Ein Backup-Image muss für die User mit angeliefert werden, die das Flash-Plugin nicht installiert haben. Die Größe hierfür muss der Größe des **nicht expandierten** Teils des Ads entsprechen (jpg. oder gif.).

Flash Spezifikationen Expandable Ads

Expanding / Collapsing

Folgendes Template für den Expand-Vorgang beinhaltet Funktionen, welche es erlauben, mit dem Flash-Werbemittel zu interagieren:

f4d_expand_layer() - diese Funktion dient dem Aufruf des expandierten Flash Files und muss immer in Zusammenarbeit mit der Funktion **f4d_collapse_layer** verwendet werden.

```
getURL("Javascript:f4d_expand_layer()","_self")
```

f4d_collapse_layer() :

```
getURL("Javascript:f4d_collapse_layer()","_self")
```

Diese Funktionen können per Flash Animation Event wie **onRollOver**, **onRelease**, **onPress** verwendet werden.

Flash Spezifikationen Banderole Ad

Werbemittel:

Redirects sind leider **nicht** möglich – es wird das physische Werbemittel benötigt.

Streamings (Video und Sound) ist leider ebenfalls nicht möglich.

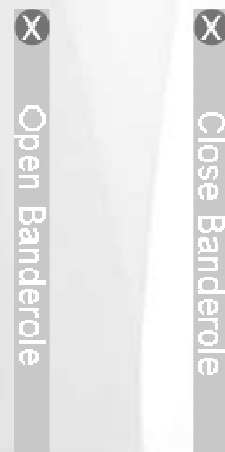
Ansonsten gelten unsere Standard- Flash-Spezifikationen.

Dazu benötigen wir die Ziel URL sowie falls gewünscht ein Zählpixel.

Close- und Öffnen-Button:

Die Buttons zum Öffnen und Schließen der Banderole sollten die gleiche Höhe wie das Banderole-Creative (250 Pixel) und eine Breite von 20 Pixel haben.

Standard-Buttons:



Falls gewünscht können auch eigene Buttons mitgeliefert werden.

Wallpaper

Für Wallpaper-Kampagnen sind die Werbemittel immer physisch anzuliefern.

Folgende Werbemittel sind erforderlich:

a) Superbanner 1165x90
Skyscraper 160x600

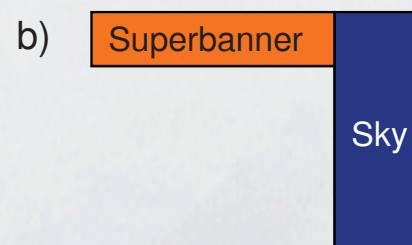
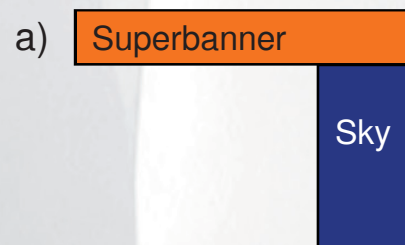
b) Superbanner 1005x90
Skyscraper max. 200x600

Möglich sind gif / jpg / swf + alternatives gif oder jpg für User ohne Flash-Plugin.

Für die Einfärbung des Seitenhintergrunds benötigen wir den Hexadezimalcode des Farbtons.

Dazu benötigen wir die Ziel URL sowie falls gewünscht ein Zählpixel.

Die Anordnung von Banner und Skyscraper erfolgt nach folgendem Schema:



Wallpaper

Werbemittelgrößen für Wallpaper:

Max. 80kb gesamt(Gewichtung 50%:50% = 40kb Superbanner + 40kb Skyscraper)

Die maximale Gewichtung für ein Format innerhalb des Wallpapers liegt bei 70%.

Beispiel: 70% Sky - 30 % Superbanner = 56kb Sky - 24kb Superbanner