

## Technische Spezifikationen

Für einen reibungslosen Ablauf Ihrer Kampagne beachten Sie bitte unsere technischen Spezifikationen:

|                  | Format (B x H)     | Dateigröße<br>GIF/JPG | Dateigröße<br>Flash |
|------------------|--------------------|-----------------------|---------------------|
| Superbanner      | 728 x 90 Px        | 30 kb                 | 30 kb               |
| Skyscraper       | 120 / 160 x 600 Px | 30 kb                 | 30 kb               |
| Medium Rectangle | 300 x 250 Px       | 30 kb                 | 30 kb               |

### **badische-zeitung.de**

|             |              |       |       |
|-------------|--------------|-------|-------|
| Halfpage Ad | 300 x 600 Px | 40 kb | 40 kb |
| Content Ad  | 480 x 200 Px | 20 kb | 20 kb |
| Artikel Sky | 160 x 600 Px | 30 kb | 30 kb |
| Foto Ad     | 600 x 60 Px  | 20 kb | -     |
| Footer Ad   | 800 x 150 Px | 40 kb | 40 kb |

### **Schnapp.de**

|               |              |       |       |
|---------------|--------------|-------|-------|
| Halfpage Ad   | 300 x 600 Px | 40 kb | 40 kb |
| List Ad 1 / 2 | 650 x 130 Px | 30 kb | 30 kb |
| Footer Ad     | 800 x 150 Px | 40 kb | 40 kb |

### **fudder.de**

|             |              |       |       |
|-------------|--------------|-------|-------|
| Box Left    | 140 x 250 Px | 20 kb | 20 kb |
| Special Box | 187 x 180 Px | 20 kb | 20 kb |
| Breaker     | 400 x 200 Px | 30 kb | 30 kb |

Motivwechsel:

Motivwechsel während der Kampagne gehört zu unserem Service. Bitte beachten Sie auch hier die Vorlaufzeiten für die Datenanlieferung.

Verwendbare Technologien:

Image: GIF, JPG

Richmedia: Flash, HTML, Javascript

Bitte beachten Sie bei Flash Werbemitteln die Zusatzinformationen auf der nächsten Seite!

Werbemittelanlieferung:

Bitte liefern Sie Werbemittel 3 Werktage vor Schaltungsbeginn an. Bitte denken Sie daran, die Ziel-URL extra mit anzugeben.

3rd Party Redirects:

Wir weisen darauf hin, dass als Abrechnungsgrundlage von Kampagnen stets die Zahlen aus unserem System dienen. Die Angaben zu den Gewichtungen der Werbemittel gelten auch für Werbemittel, die über 3rd Party Redirects (DoubleClick, Atlas, Adtech, etc.) ausgeliefert werden.

Gestaltung:

Das Werbemittel muss klar als Werbung erkennbar sein und darf nicht als Windows-/Mac-/Unix-Infobox oder Fehlermeldungsbox dargestellt werden oder auf eine andere Art zu Verwechslungen mit Systemmeldungen führen. User dürfen nicht gezwungen werden, ein PlugIn zu installieren, um das Werbemittel sehen zu können.

## Zusatzinformationen für Flash-Werbemittel

Bei Anlieferung sind folgende Daten anzugeben:

- Flashversion (Version 9 oder geringer)
- Alternativ-Image
- Click-URL
- Informationen über besondere Actionsscripte (falls verwendet)

Bei der Erstellung von Flash Werbemitteln ist folgendes zu beachten:

- Bei allen Flash Werbemitteln ist ein sogenanntes "clickTAG" einzubauen, siehe Anleitung rechte Spalte.
- Das Image Ad's (Gif oder JPG) wird bei Usern ausgeliefert, bei denen kein Flash-Plugin installiert ist.
- Die Ziel-URL darf nicht im Flash fest hinterlegt werden.
- Nur sichtbare Elemente dürfen klickbar sein. Transparente Bereiche dürfen nicht mit Schaltflächen versehen werden.
- Es muss immer ein wmode definiert sein, auch bei 3rd Party Redirects (wmode=transparent oder wmode=opaque)

### Flash-Frame-Rate

Es sind maximal 25 Frames pro Sekunde erlaubt – optimal sind 18 Frames pro Sekunde, da höhere Frameraten den Rechner des Nutzers zu stark belasten. Aus diesem Grund können Werbemittel mit einer Frame-Rate größer als 25 nicht akzeptiert werden. Weitere Infos dazu erhalten Sie unter: [http://kb.adobe.com/selfservice/viewContent.do?externalId=tn\\_14981&sliceId=2](http://kb.adobe.com/selfservice/viewContent.do?externalId=tn_14981&sliceId=2).

Trackingmethode „clickTAG“

1. Erstellen Sie eine unsichtbare Schaltfläche in Flash, welche über dem gesamten Werbemittel liegt.
2. Diese Schaltfläche muss auf der obersten Ebene liegen.
3. Auf diese Schaltfläche erstellen Sie bitte die folgende Aktion:

```
on (release) {  
    getURL(clickTAG, "_blank");  
}
```

Achtung: das Wort clickTAG wird manchmal von Flash in Gänsefüßchen gesetzt. Diese müssen manuell entfernt werden, da ansonsten die Variablen-Eigenschaft entfällt! Bitte achten Sie auch genau auf die Groß- und Kleinschreibung! Ein detailliertes Online clickTag Tutorial von Macromedia für sämtliche Flash Versionen finden Sie unter dem folgenden Link: <http://www.adobe.com/resources/richmedia/tracking>.

Wird die Variable innerhalb eines Moviclips in der Haupt-Animation verwendet, muss die Variable mit einem vorgestellten \_root. eingebaut werden.

Verwendung weiterer Ziel-URLs:

Link-URL1 = clickTAG1

Link-URL2 = clickTAG2, ...

Die Clicks sind nur in der Gesamtsumme protokollierbar, nicht pro Link.

## Zusatzinformationen für Wallpaper

Für Wallpaper-Kampagnen auf badische-zeitung.de oder fudder.de sind die Werbemittel immer physisch anzuliefern. Es besteht natürlich die Möglichkeit, dass Sie mittels Clickcommand und Zählpixel selber mitzählen können.

Folgende Werbemittel sind erforderlich:

- Superbanner 728x90 Pixel (gem. Spezifikationen.) als Gif, jpg oder SWF
- Skyscraper 160x600 Pixel (gem. Spezifikationen) als Gif, jpg oder SWF

Werbemittelgrößen:

- max. 60 kb mit einer Gewichtung von 50%:50%  
z.B. 30 kb Superbanner + 30 kb Skyscraper
- Die maximale Gewichtungsverschiebung für ein Format innerhalb des Wallpapers liegt bei 70%:30%  
z.B. 42 kb Sky (70%) – 18 kb Superbanner (30%)

Weiterhin sind folgende Angaben bei der Anlieferung mitzuteilen:

- HEX Code für die Hintergrundeinfärbung (Die Einfärbung erfolgt am oberen und am rechten Seitenrand)
- Ziel URL

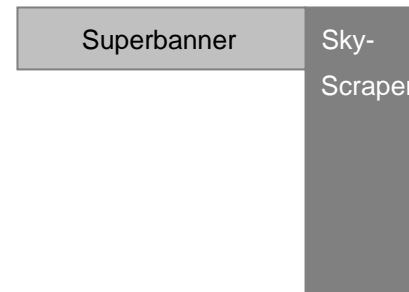
Kommunikation:

Bei miteinander kommunizierenden SWF-Files muss die Kommunikation auch über Domain-Grenzen hinaus gewährleistet sein. Stichwort: `System.security.allowDomain("**");`

Betriebssystem und Browser:

Das Wallpaper wird nur auf dem Betriebssystem Windows und den Browsern Internet Explorer und Firefox ausgeliefert!

Die Anordnung der Werbemittel erfolgt stets nach folgendem Schema:



## Zusatzinformationen für Sonderformate

Eine endgültige Zustimmung erfolgt erst nach Prüfung der Werbemittel in Form eines Pretests! Ist das Sonderformat ein Flash-Werbemittel, sind die technischen Spezifikationen für Flash-Werbemittel zu beachten.

### Close Button

Alle Flash-Layer oder Expandable Formate müssen über einen gut sichtbaren funktionierenden Close Button verfügen. Dieser muss jederzeit gut sichtbar, mindestens 20px x 20px groß sein und bei einer 1024er Bildschirmauflösung im sofort sichtbaren Bereich stehen. Des Weiteren ist nicht „Weiß“ als Farbe des Close Buttons zu verwenden, da viele Seiten einen weißen Hintergrund verwenden und der Close Button somit nicht sichtbar wäre. Dieser ist mit folgender Schließen-Funktion zu belegen:  
`getURL("Javascript:f4d_hide_layer()","_self")`

### Automatisches Schließen

Der Layer muss sich zusätzlich automatisch nach 7-10 Sekunden schließen.

### CPU-Last

Bitte testen Sie vor Anlieferung die Gesamt-CPU-Last aller Motive. Die CPU-Last darf max. 10% nicht übersteigen. So ist gewährleistet, dass das Surfverhalten des Users (auch bei langsamen Rechnern) nur minimal eingeschränkt ist. Hier empfehlen wir den Macromedia-Standard von 10-15 Frames per Second und den Verzicht von rekursiven Schleifen.

### Sound

Sound ist generell zulässig, darf aber nur durch User-Aktion (Klick) aktiviert werden und muss ebenso zu beenden sein.

- On-Mouse-Over:  
Der Sound startet, sobald der User seine Maus über das Werbemittel bewegt und endet, sobald der User mit seiner Maus den Bereich des Werbemittels wieder verlässt.
- On-Mouse-Click:  
Der Sound startet, sobald der User auf das entsprechende Symbol klickt.
- Der User muss immer die Möglichkeit haben den Sound ab- und anzuschalten, unabhängig von der Länge des Sound-Elements. Dieses ist durch die Worte Sound on/Ton an und/oder einen grafischen Lautsprecher zu realisieren.
- Sound darf nicht in einem Loop abgespielt werden.

## Zusatzinformationen für Streaming

Der Einsatz von Streaming-Elementen (i.d.R. Werbespots) ist in allen Werbeformen möglich. Die Dateien müssen dem Online Verlag auf einem externen Server (Kunde / Agentur) zur Verfügung gestellt werden.

### Inhaltliche Bedingungen

- Ein Spot sollte die Länge von 30 Sekunden nicht überschreiten.
- Der Ton darf nur auf Useraktion (On-Mouse-Over oder On-Mouse-Click) starten und muss ebenso zu beenden sein.
- Als Steuerelemente werden ein „Stop“, ein „Pause/Play“ und ein „Ton an/aus“ Button benötigt.
- Geben Sie den Usern auch die Möglichkeit, sich den Spot ein weiteres Mal anzuschauen. Ein automatischer Loop des Werbespots ist allerdings nicht erlaubt.

### Technische Bedingungen

- Das Video muss in einem Werbemittel (z.B. swf) eingebettet werden. Die Videodatei muss dem Online Verlag auf einem externen Server (Kunde / Agentur) zur Verfügung gestellt werden. Hierfür müssen die Doubleclick Domains via System Security Flash freigegeben werden (siehe Beispiel rechts).
- Für die Verlinkung des SWFs muss auch hier das clickTAG integriert werden.
- Nutzen Sie die Möglichkeit der Bandbreitenabfrage, um dem User eine optimale Qualität des Streamings zu gewährleisten.

System Security Flash / Doubleclick Domains freigeben

- Beispiel Actionscript für eine domainübergreifende SWF-Datei:  
`System.security.allowDomain("ad.ch.doubleclick.net","ad.de.doubleclick.net","ad.fr.doubleclick.net", "doubleclick.net");`

Flash Video Tutorial bei Macromedia (Adobe):

<http://www.adobe.com/de/devnet/flash/video.html>

## Zusatzinformationen für Expandable Ads

Eine endgültige Zustimmung erfolgt erst nach Prüfung der Werbemittel in Form eines Pretests! Die folgenden drei Formate können als Expandable Ads angeliefert werden, dabei sind die maximalen Größen nachfolgend aufgeführt:

| Format   | Maße in Pixel                     | Image Ad | Flash Ad |
|--|-----------------------------------|----------|----------|
| Superbanner<br>- expanded<br>Öffnungsrichtung:<br>unten                | 728 x 90<br>- 728 x 360           | 30 kb    | 30 kb    |
| Skyscraper<br>- expanded<br>Öffnungsrichtung:<br>links                 | 120 oder 160 x 600<br>- 480 x 600 | 30 kb    | 30 kb    |
| Medium Rectangle<br>- expanded<br>Öffnungsrichtung:<br>links und unten | 300 x 250<br>- 600 x 500          | 30 kb    | 30 kb    |

Bitte beachten Sie bei der Erstellung von Expandable Ads die Flash- bzw. Streaming-Spezifikationen. Das Alternativ anzuzeigende Image Ad muss in diesem Fall der Größe des nicht expandierten Ads entsprechen, also den Standardmaßen des eingesetzten Formates.

Folgende Methode ruft ein „Expanden“ des Werbemittels hervor:

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.

Expanding / Collapsing

Folgendes Template beinhaltet Funktionen für den Expand-Vorgang, 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")
```

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

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

# Kontakt

online verlag gmbh freiburg  
Lörracher Str. 5a  
79115 Freiburg

Fon: (0761) 496 1600

Fax: (0761) 496 1690

E-Mail: [info@online-verlag-freiburg.de](mailto:info@online-verlag-freiburg.de)

Web: [www.online-verlag-freiburg.de](http://www.online-verlag-freiburg.de)