

# TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN



Inhaltsverzeichnis

[Guidelines: HTML5-Werbemittelanforderungen.....3-5](#)

[Guidelines: Flash-Werbemittelanforderungen AS2 und AS3.....6-8](#)

[Guidelines: Interstitial medienhaus:nord.....9](#)

## Guidelines: HTML5-Werbemittelanforderungen

### Format

Gemäß der IAB-Werbemittelstandards für Standardwerbeformen

(Ausgenommen sind: Werbemittel, die proportional oder frei skalieren; Werbemittel, die den Inhalt überlagern, expandieren oder sich der Größe des Bildschirms automatisch anpassen)

### File-Größen

	HTML5-Werbemittel <sup>1</sup>	max. nachgelagerte Dateigröße <sup>2</sup>	max. nutzerinitiierte Dateiladegröße <sup>3</sup>
Desktop	100 kB	150 kB	2,5 MB
Tablet	60 kB	150 kB	2,2 MB
Smartphone	40 kB	100 kB	2,2 MB

### File-Anzahl und Codekomprimierung

Die Anzahl der Files bzw. Elemente eines HTML5-Werbemittels ist so gering wie möglich zu halten, um die Serverprozesse bzw. Anfragen (Serverrequests) zu minimieren. Dazu sind Komprimierungsmethoden des Codes und Codezusammenfassungen in einer Datei anzuwenden.

### File-Hierarchie und Ordnerstruktur

Die Anzahl der Ebenen bzw. Ordnerstruktur ist so gering wie möglich zu halten. Es sollte maximal eine Ebene (z. B. images, scripts) verwendet werden.

### Klicktag

Es gelten die allgemeinen IAB Spezifikationen für HTML5-Werbemittel.

Diese können unter: <http://www.iab.com/html5> eingesehen werden.

### Fallback Image und Browserkompatibilität

Wenn ein Browser ein spezielles Feature oder eine verwendete Library nicht unterstützt, welche/s im Werbemittel genutzt wird, soll ein im Werbemittel definiertes Fallback Image (JPG/GIF/PNG) ausgespielt werden. Sollte das Werbemittel z. B. nicht vom Internet Explorer 9 unterstützt werden, ist zu gewährleisten, dass in diesem Browser das Fallback Image angezeigt wird. Die Werbemittel sind seitens des anliefernden Partners auf allen gängigen Browsern zu testen. Etwaige auszuschließende Browser sind dem Verlag mitzuteilen. Der Verlag behält sich vor Browserversionen von der Auslieferung der Werbemittel auszuschließen.

<sup>1</sup> HTML5-Werbemittel als Zip-Archiv inkl. Code und Bilder

<sup>2</sup> zusätzlich erlaubtes Ladevolumen, um eine Nutzerinteraktion zu ermöglichen

<sup>3</sup> maximale Dateigröße für einen nachgelagerten Dateiladevorgang wie z. B. ein Video-Stream

## Grafikkomprimierung

Grafiken sind hinsichtlich der Dateigröße zu optimieren. Die Verwendung von PNG-Crusher und der Einsatz von skalierbaren Vektorgrafiken wird empfohlen.

## Inhaltsvorgaben

- Sound ist nur nutzerinitiiert erlaubt (Mouseover/Klick) und darf nicht automatisch starten.
- Werbemittel mit Sound müssen mit einer Schaltfläche für Play, Stop, Pause und Sound an/aus versehen werden.
- Looping ist verboten und es sind maximal 3 Loops/Wiederholungen erlaubt.
- Die CPU-Auslastung sollte den Wert von 20 % nicht überschreiten. Der Verlag behält sich das Recht vor, besonders CPU-lastige Werbemittel abzulehnen.

## Videos

- Videos in HTML5-Werbemitteln werden über den Tag `<video></video>` eingebunden.
- Ads mit Videos sind mit einem Previewbild zu versehen.
- Das Video startet ohne Sound auf dem Desktop sobald es geladen ist und auf mobilen Endgeräten erst durch eine Nutzerinteraktion.
- Zu beachten ist, dass auf Videos auf mobilen Endgeräten keine Klicktags gelegt werden können. Der Klicktag muss auf einer Fläche außerhalb des Videos hinterlegt werden.
- Das Video muss hinsichtlich Qualität und Dateigröße optimiert werden und ist in einer geeigneten Serverumgebung zu streamen.
- Das Video ist sowohl in H264/mp4 als auch in VP8/WebM zur Verfügung zu stellen.
- Das Limit der Dateigröße für Videos liegt bei max. 2,5 MB.

### Codebeispiel:

```
<video controls height='640' width='360'>  
<source src='xxxVideo.mp4' type='video/mp4' />  
<source src='xxxVideo.webm' type='video/webm' />  
</video>
```

## Animation

Bei Animationen ist darauf zu achten, dass diese den Client-CPU nicht unnötig belasten. Mehrere parallel laufende Animationen und überlappende transparente Grafiken sind zu vermeiden. Der Einsatz von CSS3 oder JavaScript-Animationen ist mit Bedacht auf die CPU- und GPU-Auslastung zu wählen.

## Frameworks, Libraries und Namespaces

Bei Einbindung von Frameworks und Libraries (z. B. Bootstrap) ist darauf zu achten, dass diese nicht mit den Funktionalitäten der Webseite in Konflikt treten. Bei Nutzung globaler JavaScript Variablen sollten diese in einem eigenen Namespace laufen oder alternativ klar benannt werden, z. B. "shzAdtext" statt nur "text". Diese zwingende Eindeutigkeit in der Bezeichnung gilt auch für die Vergabe von HTML-IDs (etwa "shzExpandableWrapper" statt nur "wrapper" bei <div> Containern) sowie ID-, Class- und Type-Selektoren in CSS (etwa ".shzClickAreas" statt nur ".clicks" in CSS). Andernfalls könnten Seiten eigene Variablen/Bezeichner/CSS Styles die Darstellung und Funktion des Werbemittels negativ beeinflussen und umgekehrt.

Der Verlag behält sich das Recht vor, Werbemittel abzulehnen, wenn diese durch zu allgemein gehaltene Bezeichner den regulären Betrieb der Webseite stören könnten.

## Anlieferung

- Anlieferung eines Basis-HTML/Skripts, wobei alle Assets beim Kunden liegen und nur absolute URLs verwendet werden
- Anlieferung eines Redirects
- Anlieferung des Basis-HTML/Skripts als .zip Datei von Adobe Edge, Google Web Designer oder Tumult Hype, wobei der Verlag alle Assets hostet<sup>4</sup> und nur relative URLs verwendet werden
- Zip-Archiv für jedes Bannerelement
- Die Index-HTML muss alle für die Ausführung des Werbebanners benötigten Inhalte und Dateien beinhalten.
- Implementierung durch Verlag<sup>4</sup> oder anderer Werbemittel-Hosts
- 5 Werkzeuge Vorlaufzeit
- Alle Daten senden Sie bitte direkt an: [digital@medienhausnord.de](mailto:digital@medienhausnord.de)

<sup>4</sup> Kostenlos für Adobe Edge, Google Web Designer oder Tumult Hype .zip Dateien. Bei Verwendung anderer Programme fallen Hosting Gebühren an. Diese sind individuell und erfragen Sie bitte direkt bei Ihrem Ansprechpartner des Verlages.

## Guidelines: Flash-Werbemittelanforderungen AS2 und AS3

### Bei Anlieferung zu beachten

- Flash-Version (9 oder geringer)
- Fallback-Image (außer bei Layer Ads)
- Angabe von Click-URL
- Lieferung von Informationen über besondere Actionscripte (falls verwendet)

### Frame-Rate

Die Bildfrequenz (Anzahl der Einzelbilder bzw. Bewegungsphasen), die in einem bestimmten Zeitabschnitt aufgenommen werden soll.

- Die Frame-Rate\* beträgt 18 fps (framespersecond)
- Fallback-Image (außer bei Layer Ads)

### CPU-Last

Ein Flash-Werbemittel darf die CPU-Last nicht mehr als 10 % beeinflussen (durchschnittlicher Rechner nach dem aktuellen Stand der Technik).

### 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; d.h. dass die Kommunikation über unterschiedliche Domains hinweg funktioniert.

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

### Windows Mode (wmode)

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

- `wmode=transparent` oder `wmode=opaque`

Für Layer und Banderole Ads gilt:

- Fallback-Image (außer bei Layer Ads)

**Hinweis:** Auch bei 3rd Party Redirects muss immer ein wmode definiert sein.

## Sound

- Sound ist generell zulässig.
- Sound darf nicht automatisch starten, sondern nur durch User-Aktionen.
- Der Sound muss jederzeit vom User abschaltbar sein.

## Tracking-Methode der Klicks

- Einheitlicher Standard ist die clickTAG-Methode
- clickTAG ist eine Variable, die es ermöglicht die Ziel-URL bzw. den Deeplink des Werbetreibenden von außen mittels JavaScript an das SWF-File zu übergeben
- Sollten die Werbemittel mehrere klickbare Bereiche mit verschiedenen Ziel-URLs beinhalten, lässt sich die clickTAG-Variablen für jede URL erweitern:

**Beispiel:** URL1=clickTAG1 | URL2=clickTAG2 | URL=clickTAG3

clickTAG-Tutorial von Adobe für Flash: <http://www.adobe.com/resources/richmedia/tracking/>

### Weitere Anmerkungen:

Der User darf nicht per Popup gezwungen werden, ein Plugin zu installieren, um das Werbemittel sehen zu können. Zudem dürfen Werbemittel nicht als Windows/Mac/Unix-Infoboxen oder Fehlermeldungsboxen dargestellt werden (oder auf andere Art zu Verwechslungen mit Systemmeldungen führen).

## ACTION SCRIPT 2 (AS2)

Die Funktion im SWF-File lautet:

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

In diesem Fall werden "clickTag" und "clicktarget" als Variable an die Flash-Datei gehängt.

### Beispiel:

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

### Wichtiger Hinweis:

Wird die Variable innerhalb eines Movieclips in der Hauptanimation verwendet, muss die Variable mit einem vorgestellten \_root. eingebaut werden.

## ACTION SCRIPT 3 (AS3)

### Klickzählung

Bei alleiniger Verwendung der Funktion `navigateToURL` in AS3 wird der Popup-Blocker des Internet Explorers bei einem sogenannten "windowless wmode" (transparent,opaque) aktiv und die Weiterleitung wird geblockt.

Um das Blocken von Popups im Internet Explorer zu vermeiden, empfiehlt es sich, folgende Funktion (oder eine ähnliche) zu implementieren:

```
import flash.external.ExternalInterface;

var clickUrl:String = new String(root.loaderInfo.parameters.clicktag);
var clickTarget:String = new String(root.loaderInfo.parameters.clicktarget);
var clickURLRequest:URLRequest = new URLRequest(clickUrl);

// Aktion die beim Click ausgeführt werden soll
function clickHandler(event:MouseEvent): void{

    // Prüfen ob externe Schnittstelle vorhanden, wenn nicht navigateToUrl
    if(ExternalInterface.available) {
        // Browser Check
        var isIe:Boolean=ExternalInterface.call("function() { returndocument.all && !window.opera;}");

        // Browser = IE?
        if(isIe) {

            ExternalInterface.call("window.open", clickUrl, clickTarget);
        }
        else{

            navigateToURL(clickURLRequest, clickTarget);
        }
    }
    else{

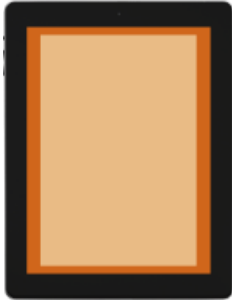
        navigateToURL(clickURLRequest,clickTarget);
    }
};

//ClickHandlerderKlickfläche
clickButton.addEventListener(MouseEvent.MOUSE_UP,clickHandler);
```



## Guidelines: Interstitial medienhaus:nord

## Format\*



## Hochformat

- Gesamtgröße 1.532 x 2.048 px
- Sichtfenster aller Geräte 1.300 x 1.915 px



## Querformat

- Gesamtgröße 2.048 x 1.532 px
- Sichtfenster aller Geräte 2.048 x 1.080 px

## TECHNISCHE DATEN:

- Auflösung: mind. 150 dpi
- Dateiformat: JPG
- Dateigröße: max. 1 MB
- Anlieferung: 3 Werktage vor ET an [digital@medienhausnord.de](mailto:digital@medienhausnord.de) inkl. Zielverlinkung

## \*Anmerkungen:

Anlieferung von zwei Dateien (Hoch- und Querformat). Da nur im Bereich „Sichtfenster aller Geräte“ der komplette Inhalt auf jedem Gerät zu sehen ist, sollte sich der Hauptinhalt innerhalb dessen befinden und der Rest nur Hintergrund ohne wichtige Informationen enthalten. Für eine optimale Werbemitteldarstellung auf allen Endgeräten verwenden Sie bitte die unter Hoch- und Querformat aufgeführten Pixel-maße der Gesamtgröße.

Weitere Details auf [medienhausnord.de/leistungen/digital/mediadaten](https://www.medienhausnord.de/leistungen/digital/mediadaten).