

# FACTSHEET

## SPEZIFIKATIONEN WERBEMITTEL ONLINE VIDEO



### RICHTLINIEN FÜR ALLE WERBEMITTEL

- Alle Werbemittel müssen in der vereinbarten Ad Size (Pixel in Höhe und Breite) angeliefert werden.
- Die Werbemittel dürfen die **maximalen File-Grössen** nicht überschreiten.
- Verlinkungen müssen immer in einem neuen Fenster öffnen.
- Um nach dem Klick ein neues Fenster zu öffnen, verwenden Sie bitte den **target="\_blank"** Befehl.
- HTML5 Werbemittel sollen jeweils als **\*.TXT** und **\*.HTML** - File in einer **\*.ZIP - Datei** versendet werden.
- Achten Sie auf die Beschriftung der Werbemittel, gemäss Naming Convention:  
Format\_Sprache\_Site\_Sujetname\_Kampagnennamen\_Version
- Senden Sie die Werbemittel mit allen relevanten Angaben an Ihren Ansprechpartner.
- Halten Sie die Vorlaufzeit von **5 Tagen** für den Werbemittel-Einbau ein.
- Für die korrekte Einbindung aller Werbemittel müssen alle Werbemittel (Werbetags) **ab sofort mit https** angeliefert werden. Referenzen im Werbemittel auf externe Ressourcen (Zählpixel, JS-Libraries, Videos, Fonts) sollten alle via SSL (https://) ausgeliefert werden.

### HTML5 RICHTLINIEN

Folglich der Umstellung diverser Browser werden die **Flash-Inhalte nicht mehr automatisch abgespielt**. Es bedarf einer weiteren Interaktion des Users um den Banner abzuspielen. Betroffen sind Firefox ab Version 44.0, Chrome ab 1. September 2015 sowie Safari seit geraumer Zeit. Dies bringt **erhebliche Nachteile für Flash Werbemittel** und aus diesem Grund werden **HTML5 Werbemittel aktuell bevorzugt**.

### BANNERFORMATE

Die folgenden Standards finden auf allen Formaten mit fester Grösse Anwendung, das heisst: Höhe und Breite, analog den IAB-Werbemittelstandards für Standardwerbeformen, ausgenommen Werbemittel, die den Inhalt der Webseiten überlagern, proportional oder frei skalieren. Beispielweise ein SitebarAd.

Vergleiche finden Sie auf:

<http://www.werbeformen.org/>

<http://www.iab.com/guidelines/iab-display-advertising-guidelines/>

### DATEIGRÖSSE

HTML5 Werbemittel bestehen wie Webseiten aus mehreren Elementen, die nicht analog zu Flash in einem File zusammengeführt und komprimiert werden können. Diese sind:

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• HTML-Files</li> <li>• CSS</li> <li>• Libraries (Javascript, JQuery, usw.)</li> <li>• Bilder</li> <li>• Videos</li> </ul> | <p>Werbemittel sollten nicht grösser sein als:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• max. 150KB Gesamt-Dateigrösse</li> <li>• max. 50KB Initial Load</li> </ul> |
|---|--|

Damit der Aufbau der Webseite und des Werbemittels nicht unnötig verzögert wird, ist bei der Kreation zu beachten, dass die einzelnen Elemente des HTML5 Werbemittels sowohl hinsichtlich **ihrer Anzahl** als auch **Dateigrösse so klein wie möglich gehalten werden**, um die Serverprozesse/Anfragen (Serverrequests) zu minimieren. Dazu sind Kompilierungsmethoden des Codes und Code-Optimierungen in einer Datei anzuwenden. Dies ist durch Komprimierung und Optimierungsverfahren als auch durch sparsame Anwendung von Animationen und Einbindung externer Elemente wie Fonts und Bibliotheken umzusetzen, welche auch zu der Dateigrösse dazu gerechnet werden. Unterverzeichnis-Strukturen sind zu vermeiden.

## VIDEO

Videos in HTML5 Werbemitteln werden über den Tag eingebunden. Ads mit Videos sind mit einem Previewbild (Poster) zu versehen, das Video startet sobald es geladen ist bzw. durch User-Interaktion auf den meisten mobilen Endgeräten. Zu beachten ist, dass auf Videos für mobile Endgeräte keine clickTag's gelegt werden können. Der clickTag muss auf einer Fläche ausserhalb des Videos hinterlegt werden.

Das Video muss hinsichtlich der Qualität und der Dateigrösse optimiert werden. Es ist sicherzustellen, dass das Hosting durch den Server das Streaming (hohe Anzahl AdServerRequests) mit einer geeigneten Bandbreite bewältigen kann (Max. Video-Dateigrösse = 2.5 MB).

Das Video ist sowohl in H264/MP4 als auch in VP8/WebM zur Verfügung zu stellen. Code-Beispiel:

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

## ANLIEFERUNG

Wir akzeptieren Redirects und physische HTML5 Werbemittel nach Doubleclick Studio Spezifikationen.

DoubleClick Studio ist ein Tool für Werbeagenturen bzw. Kreativagenturen um RichMedia-Werbemittel hochzuladen um alle Einstellungen und Funktionen zu verwalten und zu kontrollieren, wie auch eine technisch professionelle Auslieferung zu gewährleisten\*. Mögliche Creative/Designer-Tools mit den entsprechend notwendigen Doubleclick Studio vorlagen/Templates:

[Google Web Designer](#)

[Google Web Designer Templates](#)

[Google Web Designer Anleitung](#)

[Adobe Edge](#)

[Adobe Edge Templates](#)

[Adobe Edge Anleitung](#)

## INSTREAM UND OUTSTREAM VIDEO AD SPEZIFIKATIONEN

### PHYSISCHE ANLIEFERUNG

- Format: MP4 .AVI .WebM .MPEG .WMV
- Gewicht: max. 100 MB
- Video Grösse: max. 1024x576 Pixel (Instream)  
max. 1280x720 Pixel (Outstream)
- Seitenverhältnis: 16:9
- Framerate: 25 fps
- Dauer: Gem. Produktionsplan (max. 30s)
- Lautstärke EBU R128: -23 LUFs

### VAST REDIRECT

- Format: .MP4
- Gewicht: max. 8 MB
- Video Grösse: VP6 / MainConcept H.264
- Seitenverhältnis: 16:9
- Farbintensität: 32 Bit
- Gesamt-Bitrate: VAST max. 2000 kbps

---

- Framerate: 25 fps
- Dauer: Gem. Produktionsplan (max. 30s)
- Lautstärke EBU R128: -23 LUFs

#### VPAID nur auf Anfrage

VPAID Skip-Button: Bei einer Spotlänge ab 20 Sekunden, bitten wir um die Integration eines Skip Buttons > 15 Sekunden.

### WEITERES

- Die Video Datei muss auf einem externen Server zur Verfügung gestellt werden. Sollte dies nicht möglich sein, übernimmt Goldbach gegen Entgelt die Auslieferung.
- Ads mit Videos sind mit einem Previewbild [Poster] zu versehen.
- Achten Sie auf die Beschriftung der Werbemittel: Format\_Sprache\_Sujetname\_Kampagne\_Version.
- Senden Sie die Werbemittel mit allen relevanten Angaben an Ihren Ansprechpartner.
- Halten Sie die Vorlaufzeit von 5 Tagen für den Werbemittel-Einbau ein.

## TV-ABGABEVideos

- Auflösung/ Bildschirmverhältnis: 1920x1080 8Full HD), 16:9
- Codec: Apple Prores (HQ)
- Container: .mov
- Interlacing: Progressive (Kein Halbbilder), Square Pixels (HD), Video müssen Frame-genau sein (no Dropframes)
- Länge: 15 Sekunden Video (00:00:15:00)

## WEITERES

Die Videolevel müssen den folgenden Richtlinien entsprechen:

- Grafiken und Wordings müssen Titlesafe sein.
- ITU BT.709
- Kein überlagerndes Dateilayout (Kein Pre-und Postroll, Timecode, Farbbalken, Testton)

EBU R103-2000 Richtlinien:

Luma = Level 16 - 235 (nicht RGB 0-255), dies entspricht 0% bis 100% oder 0mV - 700mV  
Chroma = Level 16 - 240 dies entspricht maximal 100% RGB

### Audio

Format: PCM (Little Endian)  
Channels: 2 (1 channel per audio stream)  
Sample Rate: 48 kHz  
Bit Depth: 16 / 24 bits

### Audiolevel:

Die Programme Loudness müssen auf -23 LUFS ( $\pm 0.5$  LU) und -3dBTP maximal normalisiert sein. Dies entspricht den EBU R128 Richtlinien. Die Short Term Loudness darf -20 LUFS nicht überschreiten. Der Ton darf nicht verzerrt sein, muss frei von übermäßigem Zischen und durchgängig lippensynchron (Lippsync) und in Phase mit dem Video sein.