

# FACTSHEET

## SPEZIFIKATIONEN WERBEMITTEL ONLINE DISPLAY



### 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**.

Damit die Klicks in unserem AdServer korrekt gemessen werden, muss der ClickTag wie folgt im HTML5 Werbemittel erstellt werden: **Anleitung HTML5 ClickTag Standard**

### 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:

- HTML-Files
- CSS
- Libraries (Javascript, JQuery, usw.)

Werbemittel sollten nicht grösser sein als:

- max. 150KB Gesamt-Dateigrösse
- max. 50KB Initial Load

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 Kompilierungsverfahren 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.

## ENTREPRENEURSHIP

### Backupimage, Browserkompatibilität

Sollte ein Browser ein spezielles Feature oder eine verwendete Library nicht unterstützen, welches im Werbemittel Anwendung findet, ist ein definiertes Fallback JPG/GIF/PNG im Werbemittel erforderlich. Wenn das Werbemittel zum Beispiel nicht von IE 9 unterstützt wird, ist von der Kreativagentur sicherzustellen, dass in diesem Browser das Fallback angezeigt wird. Die Werbemittel sind seitens der Kreativagentur auf allen gängigen Browsern zu testen und etwaige auszuschliessende Browser dem Vermarkter mitzuteilen.

Sind die Fallback zu schwer und Sie wollen keine Qualität verlieren? Dann verwenden Sie für JPG/PNG: <https://compressor.io/>

### Grafikkompromierung

Grafiken sind hinsichtlich der Dateigrösse zu optimieren.

Die Verwendung von PNG-Crusher und der Einsatz von skalierbaren Vektorgrafiken wird empfohlen.

### Animation

Bei Animationen ist darauf Acht zu geben, dass diese den

Client CPU nicht unnötig belasten. Mehrere parallel laufende Animationen und überlappende transparente Grafiken sind zu vermeiden. Der Einsatz von CSS3 oder Java Script- Animationen ist mit Bedacht auf die CPU und GPU Auslastung zu wählen.

Quelle: [http://www.bvdw.org/presseserver/HTML5\\_Richtlinie/bvdw\\_ovk\\_html5%20richtlinie\\_final\\_20150720.pdf](http://www.bvdw.org/presseserver/HTML5_Richtlinie/bvdw_ovk_html5%20richtlinie_final_20150720.pdf)

## 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](#)

\*Beim Doubleclick Studio Hosting fallen zusätzliche Kosten an.

## ONLINE IAB UND IMPACT FORMATGRÖSSEN

FORMAT	MAX. GRÖSSE	MAX. EXPANDED GRÖSSE	GEWICHT (KB)
Leaderboard	728x90	994x560	100
Skyscraper	160x600	800x600	100
Medium Rectangle	300x250	500x500	100
Billboard	800x250 / 970x250		100
Wideboard	994x250	994x500	100
Half Page Ad	300x600	900x600	100

## SPEZIAL FORMATE

FORMAT	PRODUKTIONS-/TECHNOLOGIEANBIETER	
Sitebar Ad mit oder ohne Video	Spezifikationen gemäss theINDUSTRY AG (Produktionsanbieter <a href="#">AdSpot</a> )	
Videohead	<b>Bewegtbild:</b> MP4, Bis 15 MB, 16:9, 16:10	Produktion durch <a href="#">Codevelop</a>
	<b>Hintergrundbild (optional):</b> JPEG, 994x250 px., max. 190 KB	

## MOBILE SPEZIFIKATIONEN

### ALLGEMEINE VORGABEN

- Die vereinbarte Pixel-Grösse sowie Gewichtslimite dürfen **nicht** überschritten werden.
- Die Mobile Banner müssen in einer **\*.ZIP-Datei** versendet werden, nicht **direkt als E-Mail Inhalt oder Attachment**.
- Animierte Files sind erlaubt, sofern sie das max. Gewicht nicht überschreiten.
- Bei Interstitials müssen **immer Portrait und Landscape Formate** angeliefert werden.
- Retina Grössen sind optional. Sie müssen aber angeliefert werden, wenn das Ad auf hochauflösenden Displays in scharfer Qualität angezeigt werden soll. Andernfalls wirken die Ads auf solchen Displays unscharf.
- Die Ziel-URL des Banners **separat mitliefern** und zwingend auf eine Mobile-Site oder –Portal verweisen.
- Die Gestaltung des Werbemittels steht Ihnen frei.
- Senden Sie alle Werbemittel mit den notwendigen Angaben **an Ihren Ansprechpartner**.
- Die Werbemittelanlieferung sollte spätestens **4 Arbeitstage** vor Kampagnenbeginn erfolgen

### MOBILE WEBSTIES/APPS (IOS & ANDROID) - SMARTPHONE

WERBEMITTEL	SIZE	GEWICHT	FORMAT
Mobile / App Banner Portrait	320x50 / 640x100*	60 KB	.JPG, .GIF, .PNG
Mobile / App Rectangle	300x250 / 600x500*	60 KB / 120 KB	.JPG, .GIF, .PNG
Interstitial Portrait	320x480 / 640x960*	120 KB	.JPG, .GIF, .PNG
Interstitial Landscape	480x320 / 960x640*	120 KB	.JPG, .GIF, .PNG
Mobile / App Wideboard	320x160 / 640x320*	120 KB	.JPG, .GIF, .PNG

### SPEZIAL FORMAT MOBILE WEBSITE – SMARTPHONE

WERBEMITTEL	SIZE	GEWICHT	FORMAT
Ricchi Ad	320x416 / 640x832	100 KB	.JPF, .GIF,.PNG

[Spezifikationen gemäss theINDUSTRY AG](#)

### MOBILE WEBSTIES/APPS (IOS & ANDROID) - TABLET

WERBEMITTEL	SIZE	GEWICHT	FORMAT
Tablet Banner Portrait	768x90 / 1536x180*	120 KB	.JPG, .GIF, .PNG
Tablet Rectangle	300x250 / 600x500*	60 KB	.JPG, .GIF, .PNG
Tablet Interstitial Portrait	768x916 / 1536x1832*	150 KB	.JPG, .GIF, .PNG
Tablet Interstitial Landscape	1024x655 / 2048x1310*	150 KB	.JPG, .GIF, .PNG
Tablet Banner Portrait	768x90 / 1536x180*	120 KB	.JPG, .GIF, .PNG