

Format	Pixel	Gewicht GIF/JPG	HTML	Gewicht Flash <sup>1</sup>	Specs GIF/JPG	Specs
<b>Bigszie/Leaderboard</b>	728x90	20K	25K	30K	GIF / JPG	Flash
<b>ContentAD</b>	300x250	20K	25K	30K	GIF / JPG	Flash
<b>Standard Skyscraper</b>	120x600	20K	25K	30K	GIF / JPG	Flash
<b>Universal Flash layer</b>						
<b>Universal Flash layer</b>	400x400	-	-	30K	-	Flash layer
<b>Flash layer</b>						
<b>Expandable Banner</b>	120/340x600	-	-	30K	-	Flash expandable <sup>2</sup>
<b>Expandable Banner</b>	728x90/200	-	-	30K	-	Flash expandable <sup>2</sup>
<b>Video ads</b>						
<b>In Page (streaming banner)</b>	300x250, 180x600	-	-	< 700 kB	-	Streaming Banner <sup>2</sup>
<b>In Stream (pre-/post-roll)</b>	a. Anfrage	-	-	a. Anfrage	-	a. Anfrage
<b>Multi component ads</b>						
<b>Wallpaper (road block)</b>	728x90+120x600	max.60K	25K	max.60K	GIF / JPG	Wallpaper
<b>TandemAD</b>	Kombinationen der Standardformate	max.60K	25K	max.60K	GIF / JPG	TandemAD

1) bei HTML-Bannern handelt es sich um eine Kombination von reinen HTML-Elementen mit Bannern; die Größen-Beschränkung gilt für die Summe aller beteiligten Dateien

2) bei Mouse-over

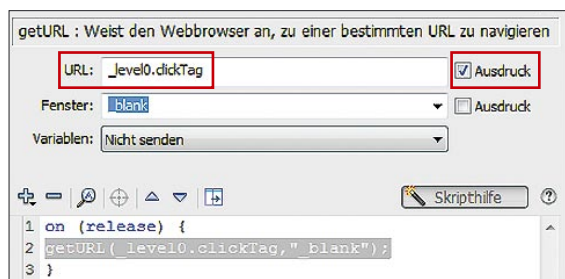
## NON-FLASH-BILDFORMATE

- Unterstützt werden GIF und JPEG
- Klick-URL ist anzugeben, Alt-Text (optional)
- bei re-directs gelten die gleichen Größenbeschränkungen
- Sonderform: Buttonformate

Grundsätzlich gelten die Spezifikationen der übrigen GIF/JPG Formate. Durch die Sonderdimensionen ist jedoch entweder eine Erzeugung temporärer ad tags oder eine Content-Integration mit dem Platzierungspartner(n) notwendig.

Hierzu muss zunächst beim Publisher angefragt werden. Mit einer zusätzlichen Vorlaufzeit ist demnach zu rechnen. Sollte eine Auslieferung über den Adserver nicht möglich sein, muss zusätzlich ein Trackingpixel angeliefert oder ein Reporting vereinbart werden.

## CLICKTAG-METHODE



Unter Umständen kann es bei Flash-Werbemitteln mit zwei Buttons nötig sein, den Klickbutton durch den Aufruf

- ```
on (release) {
  getURL( '_level0.clickTag', "_blank" );
}
```

manuell auf die oberste Ebene zu legen, damit der Klick erfolgreich ausgeführt werden kann. Optional kann bei der Target-Bestimmung des Fensters ebenfalls eine Variable benutzt werden, um eine nachträgliche Veränderung allein durch den Steuercode zu ermög-

lichen – ohne dass die Flashdatei ein weiteres Mal angepasst werden muss.

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

In diesem Fall werden sowohl ClickTag als auch ClickTarget als Variable an die Flash-Datei gehängt, z. B. folgendermaßen:

- ```
PARAM NAME=movie
VALUE="flashfile.swf?clickTag='+escape(Ads_
ClickUrl)+'&clicktarget=_bla
nk"
```

Grund: Nur so kann vermarkterseitig ein ClickTracking erfolgen, da die eigentliche Zieladresse umgeleitet wird. Zusätzlich werden auch Multilinks unterstützt, diese müssen nach dem Schema: ClickTag1, ClickTag2, ClickTag3, etc. differenziert werden. Es werden bis zu 10 verschiedene Links unterstützt. Diese werden jedoch derzeit im Reporting nicht differenziert ausgewiesen.

### FLASH

Bei Flash-Dateien, welche physisch vorliegen, bestehen folgende Anforderungen:

- Angabe der Flashversion, Klick-URL, Information über Actionscripte (sofern verwendet)
- **GIF oder JPG als Fallback** im Format der gebuchten Werbeform für User die kein Flash installiert haben (entsprechend der Image Ad Spezifikation) und entsprechender **Sniffer code**
- **wmode=opaque** für Banner, Content ADs und Skyscraper (hiermit wird vermieden, dass diese Werbemittel Flash layer überlagern)
- **max 12 fps** (Frames per Second)

**Trackingmethode der Adclicks:** die Schaltflächen sollten auf der obersten Ebene liegen, einheitlicher Standard ist die "Clicktag"-Methode.

#### Flash Werbemittel via 3rd Party Advertising

- **Verlinkung:** Verlinkung muss ein neues Fenster öffnen
- Flash muss mit Erkennungsscript (Sniffer code) und Fallback-Image eingebucht werden
- Einsatz wmode:  
wmode muss bei Flash angegeben werden: wmode=opaque
- Flash 3rd Party Secure Server: bei Einsatz von Flash in HTTPS Seiten müssen CODEBASE und PLUGINSPAGE weggelassen werden, da ansonsten vor unsicheren Elementen in der Site gewarnt wird
- **Zu ersetzende Variablen:** zwingend erforderliche Angabe, welche Variablen im Tag wie ersetzt werden sollen
- **Redirect-Technologie:** die Möglichkeit der Übergabe einer redirect URL muss gegeben und dokumentiert sein, so dass der Vermarkter die Clicks mitzählen kann.

### FLASH LAYER

Für Flash layer sind folgende Anforderungen notwendig:

- Angabe der Flashversion, Klick-URL, Information über Actionscripte (sofern verwendet)
- Sofern nicht Universal Flash layer, mögliche Größe vorher anfragen
- **Trackingmethode der Adclicks**
- einheitlicher Standard ist die „Clicktag“-Methode
- wmode = transparent (object UND embed)
- **Sound:** optional, erst auf Useraktion (Klick/MouseOver), keine Loops
- **Close:**  
Autoclose-Funktion nach 10 Sek  
Close-Button rechts oben gut sichtbar platzieren  
(Close-Button Vorlagen gibt es u.a. hier)
- Browser-Kompatibilität (IE, Firefox, Netscape, Opera) muss sichergestellt sein

Übrigens: Ein fertiges Flash-Werbemittel können Sie mit dem Werbemitteltester des OVK kontrollieren.  
[www.ovk.de/werbemitteltest.php](http://www.ovk.de/werbemitteltest.php)

#### Flash layer via 3rd Party re-direct

- Sofern nicht Universal Flash layer, mögliche Größe vorher anfragen
- **Positionierung** vorher erfragen: Die Positionierung ist abhängig vom definierten Contentbereich  
Positionierung erfolgt durch Übergabe im Tag oder Variablen-Definition in Javascript

Javascript Variante: die Variablen-Übergabe erfolgt über die Variablen adlayer\_x und adlayer\_y.

Tag Variante: bei Anlieferung des Tags muss dokumentiert sein, welche Angaben im Tag zur Positionierung zu machen sind.

- **Eindeutige IDs:** alle verwendeten Elemente müssen eindeutige IDs haben (Bei mehreren Objekten durchnummerieren adlayer-object1 usw...)  
Object ID: id=adlayerobject für das flash object
- Bei Akzeptanz von DIVs  
id=adlayerdiv
- Browser-Kompatibilität (IE, Firefox, Netscape, Opera) muss sichergestellt sein

### FLASH LAYER SONDERFORMEN

#### Expandable Banner

Grundsätzlich gelten alle Spezifikationen aus Flash/Flash layer mit den zusätzlichen Anforderungen:

- Ein- und Ausrollen (bei Mouse-over) wird über Action script gesteuert
- Ausrollen: Mouse-over
- Einrollen: Mouse-out

- Flüssiger Bewegungsablauf des Ein/Ausrollens muss gewährleistet sein
- Browser-Kompatibilität (IE, Firefox, Netscape, Opera) muss sichergestellt sein
- Banner muss in jedem Zustand clickbar („clickTag“-Methode) sein

### MULTI COMPONENT ADS

#### Hockey Stick

Ein Hockey Stick besteht wie das Wallpaper aus 2 Komponenten. Jedoch ohne Hintergrund-Einfärbung. Für Anforderungen siehe Wallpaper.



#### TandemAD

Ein TandemAD besteht aus 2 Motiven, die gleichzeitig eingeblendet werden, aber nicht miteinander verbunden sein müssen.



#### Wallpaper

Ein Wallpaper besteht klassischerweise aus zwei Komponenten:

- Einem horizontalen Teil meistens Bigsize 728/767/x90
- Einem vertikalen Teil, Skyscraper-Format, 120 pixel Breite und 600 pixel Länge

Diese werden nach folgendem Schema auf der Website angeordnet:



- Zusätzlich wird eine Hintergrundefärbung in HexCode benötigt
- Für die Bannerkomponenten gelten die Spezifikationen für GIF/ JPG / Flash / Video-Banner

### VIDEO ADS

Grundsätzlich kann die Auslieferung von Video ads über alle Standardformate erfolgen. Es empfiehlt sich jedoch nur großflächige Formate wie das Content AD zu verwenden. Bei angelieferten Video ads kommt die Streaming Technologie DART motif zum Einsatz.

Folgende Anforderungen an die Werbemittel müssen erfüllt werden:

#### Anlieferung als physische Werbemittel:

- Die Dateien werden über DART motif konvertiert – daraus ergeben sich folgende Anforderungen:

Anlieferung des Videofiles als \*.avi, \*.mpeg, \*.swf, \*.wmv, \*.mov, real-Player-Dateien

Die Abspieldauer muss unter 30 sec liegen

Eine Click URL muss vorliegen

Eine Player-Oberfläche als „\*.fla“-File muss mit angeliefert werden

- Ein Fallback GIF/JPG muss als Ersatz für das Video vorliegen
- Aufgrund der Konvertierungsarbeiten und der Playererstellung ist mit einer Vorlaufzeit von Werktagen zu rechnen. Die Rohdateien sollten so früh wie möglich vorliegen.

#### Anlieferung als re-direct:

- Die Abspieldauer muss unter 30 sec liegen
- Re-direct muss einen Parameter enthalten, der es ermöglicht, seine Tracking-URL einzusetzen
- Der 3rd Party Server muss eine Bandbreitenabschätzung gewährleisten, um je nach Verbindungsperformance eine angemessene Datendichte zu streamen. Üblich sind 3 Qualitäten für niedrige/ mittlere/hohe Verbindungsgeschwindigkeit.
- HFM behält sich vor re-directs bei zu langen Ladezeiten/ zu hoher Clientbelastung zu deaktivieren