

Spezifikationen – Werbemittelanlieferung an Factor Eleven

Produkt:

Kampagne:

Guidelines HTML5

Stand: 05.05.2022

Alle Werbemittel sowie die dazugehörigen URLs sind spätestens **vier Werktage vor Kampagnenstart an ads@factor-eleven.de** und **Ihren Factor Eleven Client-Service-Ansprechpartner** anzuliefern.

Anlieferung für Multiscreen-Kampagnen:

Für alle Mobile Werbemittel gilt:

- -w- zur Werbekennzeichnung
- kontrastreiche Schriftfarbe
- Schriftgröße mindestens 9 pt.
- serifenlose Schrift, z.B. Arial

Bitte liefern Sie folgende Pflicht-Formate an:

Sitebar	dynamisch skalierend nach unten angegebenen Spezifikationen für Expandables Initial: 200 KB Nachgelagert: 300KB Videostream: max. 2MB (bitte die Voraussetzungen unten beachten)
Halfpage Ad	300x600 Initial: 50 KB Nachgelagert: 200 KB
Medium Rectangle	300x250 Initial: 50 KB Nachgelagert: 200 KB
Mobile Interstitial	320x480 Initial: 50 KB Nachgelagert: 200 KB
6zu1	300/320x50 Initial: 50 KB Nachgelagert: 200 KB

Diese Formate können zusätzlich optional angeliefert werden:

Superbanner/Billboard 728x90 / 800x250
Initial: 50 KB
Nachgelagert: 200 KB

Full Page 320x320
Initial: 50 KB
Nachgelagert: 200 KB

Bitte beachten Sie: Die Anlieferung dieser optimalen Formate garantiert keine Auslieferung/Verwendung in Ihrer Kampagne.

Voraussetzung 3rd Party Redirects:

Eine Anlieferung der Werbemittel via Redirects ist grundsätzlich per Javascript oder iFrame möglich. Wir bevorzugen die Anlieferung via iFrame. Die Redirects müssen asynchron, sowie per https (SSL verschlüsselt) aufrufbar sein. Sollten die Redirects nicht asynchron aufrufbar sein, werden wir die Redirects mit einem iFrame ummanteln. Dies könnte Auswirkungen auf integrierte, zusätzliche Mess-Scripte haben. Der Einsatz von Redirects für Sitebars wurde von uns für viele Systeme positiv getestet, kann aber nicht generell bestätigt werden.

View- und Klicktracking:

Bei physischer Anlieferung der HTML Werbemittel, benötigen wir zusätzlich 1x1 Clickcommands und ggf. 1x1 Viewtracker.

Optional können zusätzliche Viewtrackings und weitere Codes (z.B. Meetrics) mit dem Werbemittel ausgeliefert werden. Diese zusätzlichen Trackings müssen zwingend SSL- und asynchron-fähig sein.

Dies ist besonders bei Javascript-Trackings zu beachten.

Die Landingpage darf nicht fest als Klickziel im Werbemittel enthalten sein, sondern muss die Variable clickTag abfragen, die wir als Parameter dem Werbemittel übergeben (Details und Beispiele auf den weiteren Seiten).

Fallbackgrafiken:

Sollte ein Browser eine Animation oder eine verwendete Library nicht unterstützen, so muss eine im Werbemittel (egal ob als Redirect oder über unseren Adserver gehostet) selbst definierte Fallbackgrafik ausgespielt werden.

Die Werbemittel sind vor Anlieferung auf allen gängigen Browsern zu testen.

Dies gilt auch beim Einsatz von Redirects.

Allgemeine technische Rahmenbedingungen HTML5 bei physischer Anlieferung

Es ist darauf zu achten, dass so wenig wie möglich Requests durchgeführt werden; mehrere CSS Dateien können i.d.R. zusammengefasst werden, das gleiche gilt für JavaScript und Bilder (als Sprites). Ebenfalls sollte, sofern möglich, auf Frameworks wie jQuery & Co. verzichtet werden.

Animationen sollten sparsam und auf Performance optimiert eingesetzt werden. Mehrere parallele Animationen sowie überlappende Transparenz sind, soweit wie möglich, zu vermeiden.

Pro Werbemittel darf es nur eine HTML Datei geben, die index.html benannt sein muss. Alle Dateiaufrufe müssen relativ integriert sein. Beispielsweise src=css/myfile.css.

Die einzige Ausnahme besteht für externe Ressourcen, welche absolut per SSL abgerufen werden müssen.

Die HTML-Datei wird als IFrame eingebunden. Die HTML-Datei muss daher zwecks Klicktracking den Parameter &clickTag=... abfragen. An diesen übergibt AdSpirit die beim Klick aufzurufende URL. Folgender Beispielcode kann dazu verwendet werden um den Parameter abzufragen:

```
<script>
    function getParameter(name)
    {
        var query = window.location.search.substring(1);
        var vars = query.split("&");
        for (var i=0;i<vars.length;i++)
        {
            var itm = vars[i].split("=");
            if(itm[0] == name){return decodeURIComponent(itm[1]);}
        }
        return "";
    }
</script>
<style>
    #clickBTN { position: absolute; width: 100%; height: 100%; z-index: 2001; cursor: pointer; }
</style>
<body>
<a id="clickBTN" href="#" onclick="window.open(getParameter('clickTag'), '_blank'); return false"></a>
</body>
```

Abschließend ist pro Format und Motiv ein Unterordner zu erstellen und diese in eine ZIP-Datei pro Unterordner/Format zu komprimieren.

Voraussetzungen für Sitebars

Um das Format Sitebar auszuliefern, muss diese folgende Kriterien erfüllen:

Das Werbemittel darf keine feste Größe besitzen. Die Breite und die Höhe des body müssen mit 100% angegeben sein.

Als Mindestmaße des Designs sind 300x600 Pixel und als maximal 800x1200 Pixel vorgesehen.

Das Werbemittel muss selbständig erkennen, dass seine Größe geändert wird und es muss sich entsprechend im Design anpassen.

Sollte die Werbebotschaft innerhalb des body nur proportional zu einem 1:2 Verhältnis skalieren, ist dafür Sorge zu tragen, dass der klickbare Bereich trotzdem zu 100% auf dem body liegt und mindestens eingefärbt ist.

Der klickbare Bereich muss komplett auf dem body liegen und bei Klick den Parameter clickTag abfragen. Beispiele hierzu sind unter "Allgemeine technische Rahmenbedingungen HTML5 Werbemittel" zu finden.

Die Sitebar darf sich nicht selbst positionieren.

Die Sitebar wird von uns in einen iFrame eingebunden, der von unserem Adserver die Größe sowie Position dynamisch übergeben bekommt.

Anforderungen für Video-Streams innerhalb von Sonderwerbemitteln

Das Werbemittel kann mit einem Video innerhalb des Werbemittels beispielsweise als mp4 angeliefert werden.

- Die maximale Dateigröße darf 2MB nicht überschreiten.
- Das Video sollte nicht länger als 10 Sekunden dauern.
- Der Ton darf nicht automatisch sondern nur auf User-Interaktion (Hover über das Werbemittel oder Klick auf „Ton an“).
- Als Steuerelemente sind ein Stop-, Pause/Start-, sowie ein Ton an/aus Knopf Voraussetzung
- Der User sollte die Möglichkeit haben, das Video neu zu starten. Ein automatisches Loopen des Videos ist nicht erlaubt.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an unser Factor Eleven AdTech-Team

Telefon +49 641 460 92 – 0

ads@factor-eleven.de