









Display Advertising

Anlieferung

Inhalt

-  Anlieferung der Werbemittel für den Display-Bereich
-  Standardgrößen
-  3rd Party Redirects
-  Sound
-  Flash Spezifikationen
-  Flash Layer Ads
-  Flash Expandables
-  Streaming Ads

Anlieferung

- 🌸 Die Werbemittel bitte an folgende Adresse senden: **ads@clickdistrict.de**
- 🌸 Damit wir die Werbemittel schnell und zuverlässig bearbeiten können, geben Sie uns bitte den Kundennamen, Kampagnenbezeichnung, Kampagnenzeitraum, Ziel-URL, Platzierung und Ansprechpartner für Rückfragen an.
- 🌸 Werbemittel müssen so programmiert sein, dass sie maximal 25% der CPU-Auslastung beanspruchen
- 🌸 Wir bitten Sie, folgende Standardgrößen und Formate einzuhalten



Standardgrößen

🌸 Gültig für .gif, .jpg, Flash und Werbemittel über 3rd Party Redirects

	Format	Größe max. kb
Fullsizebanner	468x60	40
Superbanner	728x90	40
Medium Rectangle	300x250	40
Skyscraper	120x600	40
Wide Skyscraper	160x600	40
Flash Layer Ad	600x600	50
Expandable Ad	500x500	50

3rd Party Redirects

- ❁ Alle standardisierten Werbeformate und Werbemitteltechnologien können über einen 3rd Party Adserver ausgeliefert werden. Grundsätzlich müssen die nachfolgenden technischen Voraussetzungen für 3rd Party Ads gegeben sein
- ❁ Verlinkung muss ein neues Fenster öffnen und wird über getURL und „clicktag“ angesprochen.
- ❁ Die Möglichkeit der Übergabe einer Redirect URL muss gegeben und dokumentiert sein, so dass der Vermarkter die Klicks mitzählen kann
- ❁ Zwingend erforderlich ist die Angabe, welche Variablen im Tag wie ersetzt werden sollen und können. Positionierung, Clicktracking, Übergabe von Adserver Makros, etc.
- ❁ Der Tag sollte im <IFRAME><SCRIPT><NOSCRIPT> Format als TXT Datei angeliefert werden. Bitte stellen Sie sicher, dass jede einzelne Variante des Tags auch alleine verwendet werden kann, da nicht immer eine Kombination aus Iframe und Script einsetzbar ist. Bei Flash Layern ist der Einsatz von Iframe Tags nicht möglich.

Sound

- ❁ Nicht alle Medien lassen selbstabspielende Sound-Ads zu, daher benötigen wir immer Werbemittel ohne Sound oder mit User initiated Sound.
- ❁ Bei den selbstabspielenden Sound-Bannern muss der Ton über einen Button vom User deaktiviert werden können.
- ❁ Die Interaktion ist durch die Worte Sound on/Ton an und/oder ein Lautsprecher Piktogramm umzusetzen
- ❁ Sound darf nicht in einem Loop abgespielt werden.
- ❁ Der User muss jederzeit die Möglichkeit haben, den Sound selber aus-und einzuschalten, unabhängig von der eigentlichen Länge des Sound-Elements

Flash Spezifikationen

- ❁ Bei Anlieferung sind anzugeben:
 - Flashversion (Version 9 oder geringer)
 - Fallback-Image (außer bei Layer Ads)
 - Click URL
 - Eventuelle Informationen über besondere Actionscripte
- ❁ Trackingmethode der Klicks
 - Einheitlicher Standard ist die „clicktag“-Methode
- ❁ Sollten die Werbemittel mehrere klickbare Bereiche mit verschiedenen Link-URL's beinhalten, dann können Sie die clickTag-Variable für jede URL folgendermaßen erweitern:
 - ❁ Beispiel: URL1 = clickTag1, URL2 = clickTag2, URL3 = clickTag3
- ❁ Das Online clickTag Tutorial von Adobe für Flash finden Sie unter: <http://www.adobe.com/resources/richmedia/tracking/>

Flash Spezifikationen

🌸 Die „clickTag“-Methode:

🌸 ‚clickTag‘ ist eine Variable die es ermöglicht die Ziel-URL bzw. de Deeplink des Werbetreibenden von außen an das swf-File zu übergeben.

🌸 Die Funktion im swf-File lautet: `on (release) {getURL(clickTag, clicktarget);}`

🌸 In diesem Fall werden sowohl ‚clickTag‘ als auch ‚clicktarget‘ als Variable an die Flash-Datei gehängt.



🌸 Beispiel:

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

🌸 Wichtig: Wird die Variable innerhalb eines Movieclips in der Haupt-Animation verwendet , muss die Variable mit einem vorgestellten `_root.` eingebaut werden.

Flash Spezifikationen


Flash Frame-Rate:

-  Es sind nicht mehr als 25 Frames pro Sekunde erlaubt - optimal sind 18 Frames pro Sekunde, da höhere Frame-Raten den Rechner des Nutzers zu stark belasten.
-  Weitere Infos unter: http://kb.adobe.com/selfservice/viewContent.do?externalId=tn_14981&sliceId=2

CPU-Last :

-  Ein Flash-Werbemittel darf die CPU Last auf einem durchschnittlichen Rechner nach dem aktuellen Stand der Technik nicht um mehr als 25% beeinflussen.

Kommunikation zwischen zwei Werbemitteln:

-  Falls zwei oder mehr Werbemittel miteinander „kommunizieren“ muss sichergestellt sein, dass die Funktionalität auch unter realen (live) Bedingungen gegeben ist (die Kommunikation muss also auch über unterschiedliche Domains hinweg funktionieren).

Flash Layer Ads

- 🌸 Die Animation darf max. 10 Sekunden betragen
- 🌸 Der FlashLayer muss einen klar erkennbaren Schließen Button von min. 10x10 Pixeln haben und klar als Werbung erkennbar sein. Der Close Button ist mit folgender Schließen-Funktion zu belegen:
`getURL("Javascript:f4d_hide_layer()", "_self")`
- 🌸 Nach spätestens 10 Sekunden muss der FlashLayer automatisch schließen
- 🌸 Sound ist zugelassen, muss aber beim Schließen des Ads beendet werden
- 🌸 Clicktracking muss gewährleistet sein
- 🌸 Der Flash Layer muß durch uns frei positionierbar sein

Flash Expandables

- 🌸 Die Expandables sollen in folgende Richtungen expandieren
- 🌸 Skyscraper Expansion nach links/unten
- 🌸 Superbanner Expansion nach unten/mittig
- 🌸 Rectangle Expansion nach oben/mittig
- 🌸 Anlieferung als eine oder zwei Dateien


Flash Expandables


- 🌸 **Es gibt zwei Methoden, die ein ‚Expanden‘ des Werbemittels hervorrufen:**
- 🌸 **On Mouse-Over:** Der Expand-Effekt findet statt, sobald der User seine Maus über das Werbemittel bewegt. Verlässt die Maus das expandierte Werbemittel, muss es in seine nicht expandierte Größe zurückkehren.
- 🌸 **On Mouse-Click:** Der Expand-Effekt findet dann statt, sobald der User auf das Werbemittel klickt. Der Expand-Effekt muss hier durch den Klick auf einen gut sichtbaren Close-Button rückgängig gemacht werden können.
- 🌸 Ein Backup-Image muss für die User mit angeliefert werden, die das Flash-Plugin nicht installiert haben. Die Größe hierfür muss der Größe des **nicht expandierten** Teils des Ads entsprechen (jpg. oder gif.).

Flash Expandables


Expanding / Collapsing


 Folgendes Template für den Expand-Vorgang beinhaltet Funktionen, welche es erlauben, mit dem Flash-Werbemittel zu interagieren:

 **f4d_expand_layer()** - diese Funktion dient dem Aufruf des expandierten Flash Files und muss immer in Zusammenarbeit mit der Funktion f4d_collapse_layer verwendet werden.

 `getURL("Javascript:f4d_expand_layer()","_self")`

 **f4d_collapse_layer()**

 `getURL("Javascript:f4d_collapse_layer()","_self")`

 Diese Funktionen können per Flash Animation Event wie onRollOver, onRelease, onPress verwendet werden.

Streaming Ads

- 🌸 Der Einsatz von Streaming-Elementen ist in allen Werbeformen möglich.
- 🌸 Die Auslieferung des Werbemittels erfolgt über einen Redirect des Dienstleisters
Bitte beachten Sie dessen Spezifikationen zur Anlieferung der Werbemittel.
- 🌸 Ein Spot sollte die Länge von 30 Sekunden nicht überschreiten.
- 🌸 Sound ist zugelassen, muss aber beim Schließen des Ads beendet werden
- 🌸 Geben Sie den Usern auch die Möglichkeit, sich den Spot ein weiteres Mal anzuschauen. Ein automatischer Loop des Werbespots ist allerdings nicht erlaubt.
- 🌸 Nicht mehr als 25 Frames pro Sekunde sind erlaubt - optimal sind 18 Frames pro Sekunde. Höhere Frame-Raten belasten den Rechner des Nutzers zu stark, deshalb werden Werbemittel mit einer Frame-Rate größer als 25 nicht akzeptiert.
- 🌸 User dürfen nicht per PopUp gezwungen sein, ein Plugin zu installieren, um das Werbemittel sehen zu können.
- 🌸 Werbemittel dürfen nicht als Windows/Mac/Unix-Infoboxen oder Fehlermeldungsboxen dargestellt werden oder auf andere Art zu Verwechslungen mit Systemmeldungen führen.

Streaming Ads

🌸 **Flash Video Tutorials bei Macromedia(Adobe):**

🌸 <http://www.adobe.com/de/devnet/flash/video.html>

🌸 Für Verlinkungen die „clickTag“-Methode anwenden (siehe Flash Spezifikationen).

🌸 System Security Flash / Doubleclick Domains freigeben

🌸 Beispiel Action-Script für eine „video.flv“

🌸 Einbindung:`System.security.allowDomain("ad.ch.doubleclick.net", "ad.de.doubleclick.net", "ad.fr.doubleclick.net", "doubleclick.net");`

```
var netConn:NetConnection =new NetConnection();
```

```
netConn.connect(null);
```

```
var netStream:NetStream =new NetStream(netConn);
```

```
VideoStream.attachVideo(netStream);
```

```
netStream.setBufferTime(10)
```




```
netStream.play("video.flv");
```



Video Advertising

Anlieferung

Inhalt

-  Anlieferung der Werbemittel für den Video-Bereich
-  Standardgrößen
-  Flash Spezifikationen

Anlieferung

- 🌸 Die Werbemittel bitte an folgende Adresse senden: **ads@clickdistrict.de**
- 🌸 Damit wir die Werbemittel schnell und zuverlässig bearbeiten können, geben Sie uns bitte den Kundennamen, Kampagnenbezeichnung, Kampagnenzeitraum, Ziel-URL, Platzierung und Ansprechpartner für Rückfragen an.
- 🌸 Werbemittel müssen so programmiert sein, dass sie maximal 25% der CPU-Auslastung beanspruchen
- 🌸 Wir bitten Sie, folgende Standardgrößen und Formate einzuhalten



Standardgrößen

Für alle Video Ad Formate gilt:

Anlieferung der Videos vorzugsweise als SWF oder FLV

Umwandlungen aus MOV, AVI, WMV, etc. werden ohne Aufpreis auf höchstmöglichem Standard vorgenommen

Ads	Format	Maße	Länge Sek.	Gewicht max	Dateiformate
Preroll	Pre-Roll	480x360	Max. 15	2 MB	FLV, SWF, JPG
Overlay	Overlay	480x90	Max. 15	2 MB	SWF, JPG,
Companion	Rectangle	300x250	-	40kb	SWF, JPG,
Reminder	Superbanner	728x90	-	40kb	SWF, JPG,

Flash Spezifikationen

Bei Anlieferung bitte angeben:

Flash Version (kompatibel mit Flash 7 oder Flash 8)

Flash-Frame-Rate: Wie Quelle oder $\frac{1}{2}$ (15 – 30 fps)

Key Frame: alle 30 – 60 Frames (2 Sek.)

Video Datenrate: 600kbps


Audio Datenrate: 48kbps

Gesamt Datenrate: 648kbps

Video-Inhalt: Start bei Frame 5 oder später

Animationslänge(Loop): Max. 15 Sekunden


Redirects:

 Ein einzelner Redirect (http:// oder https:// path) mit Pfad zum FLV ist erlaubt. Die .flv Endung muss im Creative enthalten sein. Andere Tags (JS, HTML, oder IFRAME) werden nicht unterstützt

Creative Erstellung:

 Falls nicht die von unserem technischen Dienstleister „Brightcove“ zur Verfügung gestellten Templates zur Creative-Erstellung genutzt werden, bitte folgenden Code dem ersten Frame des Video Ads hinzufügen:

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

 `System.security.allowDomain("http://admin.brightcove.com");`

Flash Spezifikationen

🌸 Einbindung der “clickTag” Funktion

🌸 Bitte beachten Sie folgende Hinweise zur korrekten Funktion der Click-Through-URL bei Flash- Werbemitteln:

🌸 Fügen Sie einen unsichtbaren (transparenten) Button über der gesamten Fläche des Werbemittels hinzu und geben Sie als Button-Aktion *getURL() bei Klick an*.
Oder fügen Sie diesen Code dem Button direkt hinzu:

```
on (release) {getURL(clickTag, “_blank”);}
```

🌸 Eine andere Option ist, die Button-Ebene zu benamen und dem onRelease Handler per Code hinzuzufügen. Im Beispiel hat die Button-Instance den Namen “clickTag_bn” im Flash DIE properties panel. Dieser Code wird dann in der übergeordneten Button-Timeline gesetzt:

🌸 `clickTag_bn.onRelease = function() {getURL(clickTag, “_blank”);};`

Flash Spezifikationen

- 🌸 Die Länge der Haupt-Timeline bestimmt die Länge des Videos
- 🌸 Ein 300 Frame Video dauert 10 Sek. (300 frames @ 30 fps)
- 🌸 Eine „stop(); action“ sollte im letzten Frame der Haupt-Timeline enthalten sein
- 🌸 Das Actionscript darf keine Änderungen an der Video-Auflösung des Players verursachen
- 🌸 Preloaders sind bereits im Player enthalten, daher bitte keine weiteren integrieren