



TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN

DISPLAY UND MOBILE

INHALT

| | | |
|-------------------------------------|-------|----|
| Anlieferung der Werbemittel | | 3 |
| Technische Spezifikationen DISPLAY | | 4 |
| Standardformate in der Übersicht | | 5 |
| Besonderheiten Wallpaper | | 6 |
| Besonderheiten Layer Ad | | 7 |
| Besonderheiten Banderole Ad | | 8 |
| Besonderheiten Expandable Ads | | 9 |
| Sonderformat: Floor Ad | | 10 |
| Sonderformat: Dynamic Sitebar | | 11 |
| Flash-Spezifikationen - AS2 und AS3 | | 12 |
| HTML5 Spezifikationen | | 16 |
| Streaming | | 18 |
| Technische Spezifikationen MOBILE | | 19 |
| Standardformat Mobile Content Ad | | 20 |
| Interaktive Mobile Formate | | 22 |
| Übersicht | | 23 |

Die Werbemittel bitte immer an die Adresse **media@derwesten.de** schicken.

Betreffzeile: | Advertiser
 | Kampagnenname

Informationen in der Mail: | Kundenname
 | Kampagnenname
 | Buchungszeitraum
 | Belegte Sites
 | Werbeformate
 | Ansprechpartner für Rückfragen
 | 3rd Party Redirects , Zählpixel und Click-Commands bitte nur
 | in einer .txt-Datei als Anhang senden und nicht als Text einfügen

zusätzlich benötigte Informationen bei Flash-Werbemitteln:

| Angabe der Flashversion | Information über Actionscripte
| GIF oder JPG als Fallback im Format der gebuchten Werbeform
| Sniffer Code (falls vorhanden) | Platzierung auf der Site | Klick-URL

Die Mindestanlieferungszeit vor Kampagnenstart beträgt bei Standardwerbemitteln 3 und bei Sonderformaten 5 Werktage.

Wir weisen darauf hin, dass als Abrechnungsgrundlage von Kampagnen stets die Zahlen aus unserem AdServer-System dienen und nicht durch etwaige Klauseln in einer Email geändert werden können.



DISPLAY

STANDARDFORMATE

| FORMAT | GRÖSSE MAX. (Pixel) | GRÖSSE EXPANDED (Pixel) | GEWICHT / DATEIGRÖSSE (GIF, JPG, REDIRECT, SWF*) | GEWICHT / DATEIGRÖSSE (HTML5) |
|-------------------------|---|----------------------------|---|----------------------------------|
| Superbanner | 728 x 90 | 728 x 360 | 40 KB | bis 100 KB |
| Skyscraper | 200 x 600 | 480 x 600 | 40 KB | bis 100 KB |
| Wallpaper | Setzt sich aus Superbanner und Skyscraper (sticky) zusammen. Es gelten die jeweiligen Vorgaben. | | | |
| Medium Rectangle | 300 x 250 | 600 x 500 | 40 KB | bis 100 KB |
| Billboard | 950 x 250 | | 40 KB | bis 100 KB |
| Layer Ad | 400 x 400 | | 40 KB | bis 100 KB |
| Banderole Ad | 770 x 250 | | 40 KB | bis 100 KB |

*) bei SWF-Dateien bitte grundsätzlich eine Fallback-Grafik als JPG oder GIF mitliefern.

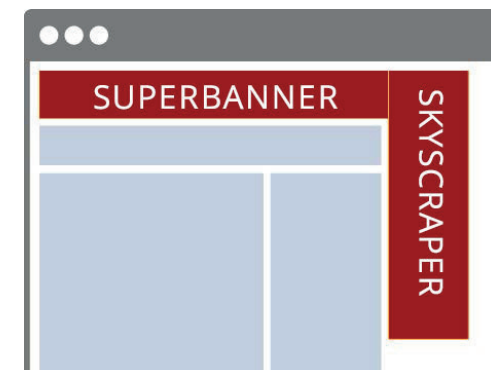
WALLPAPER

Bei Anlieferung zu beachten:

Für das Wallpaper entweder physisch oder als 3rd Party Redirect von Flashtalking, Eyewonder oder Mediamind anliefern.

- | Superbanner 728 x 90 px gemäß Spezifikationen
- | Skyscraper max. 200 x 600 px gemäß Spezifikationen
- | GIF / JPG / SWF
- | HEX-Code für die Einfärbung des Seitenhintergrundes
- | Ziel URL (Clickcommans) und Zählpixel (wenn gewünscht)

Die Anordnung von Superbanner, Skyscraper erfolgt immer nach folgendem Schema:



LAYER AD

Bei Anlieferung als Re-Direct zu beachten:

Close Button: Alle Flash-Layer-Ads müssen über einen jederzeit gut sichtbaren und funktionalen Close Button verfügen.

| Mindestgröße 20x20 px

| Die Hintergrundfarbe sollte nicht „Weiß“ sein; viele Seiten haben einen weißen Hintergrund und der Close Button wäre somit nicht sichtbar.

| Der Close Button ist mit folgender Schließen-Funktion zu belegen:

```
getURL(„Javascript:f4d_hide_layer()“, „_self“);
```

| Das Layer Ad muss sich automatisch nach frühestens 8 bzw. spätestens 15 Sekunden schließen.

BANDEROLE AD

Bei Anlieferung zu beachten:

- | Die Werbemittel sind immer physisch oder als 3rd Party Redirect von Flashtalking anzuliefern.
- | Für die physische Anlieferung gelten unsere Standard-Flash-Spezifikationen.
Dazu benötigt die FUNKE Mediengruppe die Ziel URL und ein Zählpixel (wenn gewünscht).

Im Banderole-Ad selbst darf KEIN Close-Button sein (dieser wird von uns hinzugefügt).

- | Es können auch eigene Buttons als GIF oder JPG mitgeliefert werden.
- | Schließen- und Öffnen-Button (physische Anlieferung der Banderole)
- | Die Buttons zum Öffnen und Schließen der Banderole haben eine Breite von 20 Pixel und die gleiche Höhe wie das Banderole-Creative (250 Pixel).

Standard-Buttons:



Besonderheiten Streaming Banderole

- | Die Werbemittel werden physisch oder als 3rd Party Redirect von Flashtalking benötigt.
- | Bei physischer Anlieferung muss das SWF das Video von einem externen Server nachladen.
- | Der Close-Button muss bei einer Streaming-Banderole Bestandteil des SWFs sein.
- | Die Breite des Buttons darf beim Creative hinzugefügt werden.
- | Beim Klick auf den Button muss via `getURL` die Funktion `oms_close2()` aufgerufen werden.
Sound und Stream müssen stoppen.
- | Der Start-Again-Button ist nicht Bestandteil des SWFs – er ist wie bei einer normalen Banderole ein GIF oder ein JPG.

EXPANDABLE AD

Expansion - Es gibt zwei Methoden, die das Expandieren des Werbemittels bewirken:

1. **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.
2. **On Mouse-Click:** Der Expand-Effekt findet statt, sobald der User auf das Werbemittel klickt. Der Expand-Effekt muss durch den Klick auf einen **gut sichtbaren** Close-Button rückgängig gemacht werden können.

Ein Fallback-Image (JPG oder GIF) muss für diejenigen User mit angeliefert werden, die das Flash-Plugin nicht installiert haben. Die Größe muss der Größe des **nicht expandierten** Teils des Ads entsprechen.

Die Maximalgrößen der Expandable-Formate finden sich in der Tabelle auf Seite 5. Bitte beachten Sie auch maximale Größen, sowie die Flash- bzw. Streaming-Spezifikationen.

Expanding/Collapsing - Dieses Template für den Expand-Vorgang beinhaltet Funktionen, die 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.

SONDERFORMAT: FLOOR AD

Bei Anlieferung zu beachten:

- | **Positionierung:** unterer Browser-Fensterrand (sticky)
- | **Breite:** automatisch auf die Breite des Browser-Fensters skalierend
- | **Höhe:** max. 200 px (expandiert max. 380 px)
- | Expand auf Mouse-Over, Collapse auf Mouse-Out
- | Pre-Expand ist nicht erlaubt.
- | Klar erkennbarer **Close-Button**, der das komplette Werbemittel schließt und eine feste Position hat (darf nicht mit dem Werbemittel expandieren)
- | Maximale Dateigröße: 80 kB

Das Werbemittel ist immer als 3rd Party Redirect mit kompletter Funktionalität anzuliefern.

SONDERFORMAT: DYNAMIC SITEBAR

Bei Anlieferung zu beachten:

- | Die **Breite** entspricht der kompletten Browser-Fensterbreite ab Content; d.h. das Werbemittel muss sich in der Breite automatisch bis zum rechten Browser-Rand skalieren. Die Höhe darf gleichzeitig mitskalieren.
- | Die **Höhe** sollte mindestens 600 px haben.
- | Optimale Positionierung ist der untere Browser-Fensterrand (sticky).
- | Die Dateigröße sollte 80 KB nicht überschreiten.

Das Werbemittel ist immer als 3rd Party Redirect mit kompletter Funktionalität anzuliefern.

FLASH-SPEZIFIKATIONEN

Bei Anlieferung zu beachten:

- | Flash-Version (Version 10.1 oder niedriger)
- | Fallback-Image (außer bei Layer Ads)
- | Lieferung von Informationen über besondere Actionscripte (falls verwendet)

Frame-Rate*:

- | Die Frame-Rate beträgt mindestens 18 fps (*frames per second*)
- | Die FUNKE Mediengruppe akzeptiert bis zu 25 fps

**) Die Bildfrequenz (Anzahl der Einzelbilder bzw. Bewegungsphasen), die in einem bestimmten Zeitabschnitt aufgenommen werden soll.*

CPU-Last:

Ein Flash-Werbemittel darf die CPU-Last nicht mehr als 10 % beeinflussen (durchschnittlicher Rechner nach dem aktuellen Stand der Technik).

Kommunikation zwischen zwei Werbemitteln

Falls zwei oder mehr Werbemittel miteinander „kommunizieren“ (z.B. Wallpaper) muss sichergestellt sein, dass die Funktionalität auch unter realen (live) Bedingungen gegeben ist; d.h. dass die Kommunikation über unterschiedliche Domains hinweg funktioniert.

→ Stichwort: `System.security.allowDomain(„*“);`

FLASH-SPEZIFIKATIONEN

Windows Mode:

Für die Insite-Formate (Banner, Skyscraper und Rectangle) gilt:

| *wmode=transparent* oder *wmode=opaque*

Für Layer und Banderole-Ad gilt:

| *wmode=opaque*

Hinweis: Auch bei 3rd Party Redirects muss immer ein *wmode* definiert sein.

Sound:

| Sound ist generell zulässig.

| Er darf jedoch nicht automatisch starten, sondern nur durch User-Aktion.

| Zudem muss ihn der User jederzeit ausschalten können.

Trackingmethode der Klicks:

| Einheitlicher Standard ist die clickTAG-Methode.

| clickTAG ist eine Variable, die es ermöglicht die Ziel-URL bzw. den Deeplink des

| Werbetreibenden von außen mittels JavaScript an das SWF-File zu übergeben.

| Sollten die Werbemittel mehrere klickbare Bereiche mit verschiedenen Ziel-URLs beinhalten,

| lässt sich die clickTAG-Variable für jede URL erweitern:

Beispiele:
URL1 = clickTAG1
URL2 = clickTAG2
URL3 = clickTAG3

Link zum clickTAG-Tutorial von Adobe für Flash: <http://www.adobe.com/resources/richmedia/tracking/>

FLASH-SPEZIFIKATIONEN AS2

Die Funktion im SWF-File lautet:

```
on (release) {  
    getURL(clickTAG, clicktarget);  
}
```

In diesem Fall werden *clickTAG* und *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 Hauptanimation verwendet, muss die Variable mit einem vorgestellten `_root` eingebaut werden.*

FLASH-SPEZIFIKATIONEN AS3

Klickzählung:

Bei alleiniger Verwendung der Funktion `navigateToURL` in AS3 wird der Popup-Blocker des Internet Explorers bei einem sogenannten „windowless wmode“ (transparent, opaque) aktiv und die Weiterleitung wird geblockt.

Um das Blocken von Popups im Internet Explorer zu vermeiden, empfiehlt es sich, folgende Funktion (oder eine ähnliche) zu implementieren (siehe nächste Seite).

FLASH-SPEZIFIKATIONEN AS3

Klickzählung:

```
import flash.external.ExternalInterface;

var clickUrl:String = new String(root.loaderInfo.parameters.clicktag);
var clickTarget:String = new String(root.loaderInfo.parameters.clicktarget);
var clickUrlRequest:URLRequest = new URLRequest(clickUrl);

// Aktion die beim Click ausgeführt werden soll
function clickHandler(event:MouseEvent): void{

    // Prüfen ob externe Schnittstelle vorhanden, wenn nicht navigateToUrl
    if(ExternalInterface.available) {
        // Browser Check
        var isIe:Boolean = ExternalInterface.call(„function() { returndocument.all && !window.opera;}“);
        // Browser = IE?
        if(isIe) {
            ExternalInterface.call(„window.open“, clickUrl, clickTarget);
        }
        else {
            navigateToURL(clickUrlRequest, clickTarget);
        }
    }
    else {
        navigateToURL(clickUrlRequest, clickTarget);
    }
};

// ClickHandler der Klickfläche
clickButton.addEventListener(MouseEvent.MOUSE_UP, clickHandler);
```

ANMERKUNGEN

Der User darf nicht per Popup gezwungen werden, 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).

Die FUNKE Mediengruppe behält sich das Recht vor, Werbemittel offline zu nehmen, die der User als störend empfinden könnte.

HTML5 SPEZIFIKATIONEN

HTML5 Werbemittel müssen immer zwingend als Redirect angeliefert werden.

Es muss sichergestellt sein dass das Werbemittel keinen Einfluss auf die Webseite hat.
Dies gilt auch wenn diese keinen HTML5 Doctype hat.

Das Werbemittel sollte optimaler Weise in einem iframe gekapselt sein.

Sind aufgrund bestimmter genutzter Funktionen im Werbemittel Browserausschlüsse oder ähnliches nötig, so ist dies bei Anlieferung mitzuteilen.

HTML5-Werbemittel bestehen aus mehreren Elementen die nicht analog zu Flash in einem File zusammengeführt und komprimiert werden können.

Diese Elemente sind:

- | *HTML-Files*
- | *CSS*
- | *Libaries (javascript, JQuery,...)*
- | *Bilder*
- | *Videos*

Damit der Aufbau der Medien-Website und des Werbemittels nicht unnötig verzögert wird, sind Kreative angehalten, die einzelnen Elemente des HTML5 Werbemittels sowohl hinsichtlich ihrer Anzahl als auch Dateigröße so klein wie möglich zu halten, aber unbedingt die folgenden Limits zu beachten.

HTML5 SPEZIFIKATIONEN

HTML5 Werbemittel inkl. Code und Bilder:

| Desktop: 100 KB

| Tablet: 60 KB

| Phone: 40 KB

Maximale nachgelagerte Dateigröße (zusätzlich erlaubtes Ladevolumen, um eine Nutzer-Interaktion zu ermöglichen):

| Desktop: 150 KB

| Tablet: 150 KB

| Phone: 100 KB

Maximale nutzerinitiierte Nachlade-Größe (Maximale Dateigröße für einen nachgelagerten Ladevorgang wie z.B. Video Stream):

| Desktop: 2,5 MB

| Tablet: 2 MB

| Phone: 2 MB

Dies ist durch Komprimierungsverfahren und Optimierungsverfahren, als auch durch sparsame Anwendung von Animationen und Einbindung externer Elemente wie Fonts und Bibliotheken einzuhalten, welche auch bei der Dateigröße dazu zu rechnen sind.

STREAMING IN DISPLAY-FORMATE

Der Einsatz von Streaming-Elementen (i.d.R. Werbespots) ist in allen Werbeformen möglich.

Ein Hosting erfolgt durch Drittanbieter.

- | Die Auslieferung des Werbemittels erfolgt über einen Redirect des Dienstleisters. (Spezifikationen zur Anlieferung der Werbemittel beachten).
- | Der Spot sollte max. 30 Sekunden dauern.
- | Der Ton darf nur auf User-Aktion (Klick auf „Ton an“-Button oder Bewegen des Mauszeigers über das Werbemittel) starten und muss ebenso zu beenden sein.
- | Als Steuerelemente werden ein „Stop“-, ein „Pause/Play“- und ein „Ton an/aus“-Button benötigt.
- | Dem User sollte es möglich sein, sich den Spot mehrmals anzuschauen.
- | Das automatische Loopen des Werbespots ist nicht erlaubt.
- | Eine Bandbreitenabfrage sollte erfolgen, um dem User eine optimale Qualität des Streamings zu gewährleisten.



MOBILE

Mobile Content Ad

Standard Werbeformate auf mobilen Webseiten und innerhalb unserer Apps.

Die Werbemittel sollten mit einem gut sichtbaren -w- gekennzeichnet sein.

| BEZEICHNUNG* | GRÖSSE (Pixel) | GRÖSSE F. RETINA (Pixel) | max. GEWICHT DATEIGRÖSSE | max. GEWICHT DATEIGRÖSSE (für Retina-Displays) | DATEIFORMAT |
|-----------------------|----------------|--------------------------|--------------------------|--|---------------|
| Mobile Content Ad 6:1 | 300 x 50 | 600 x 100 | 20 KB | 40 KB | GIF, JPG, PNG |
| Mobile Content Ad 4:1 | 300 x 75 | 600 x 150 | 20 KB | 40 KB | GIF, JPG, PNG |
| Mobile Content Ad 3:1 | 300 x 100 | 600 x 200 | 20 KB | 40 KB | GIF, JPG, PNG |
| Mobile Content Ad 2:1 | 300 x 150 | 600 x 300 | 20 KB | 40 KB | GIF, JPG, PNG |

*) Standard Werbeformat im jeweiligen Seitenverhältnis

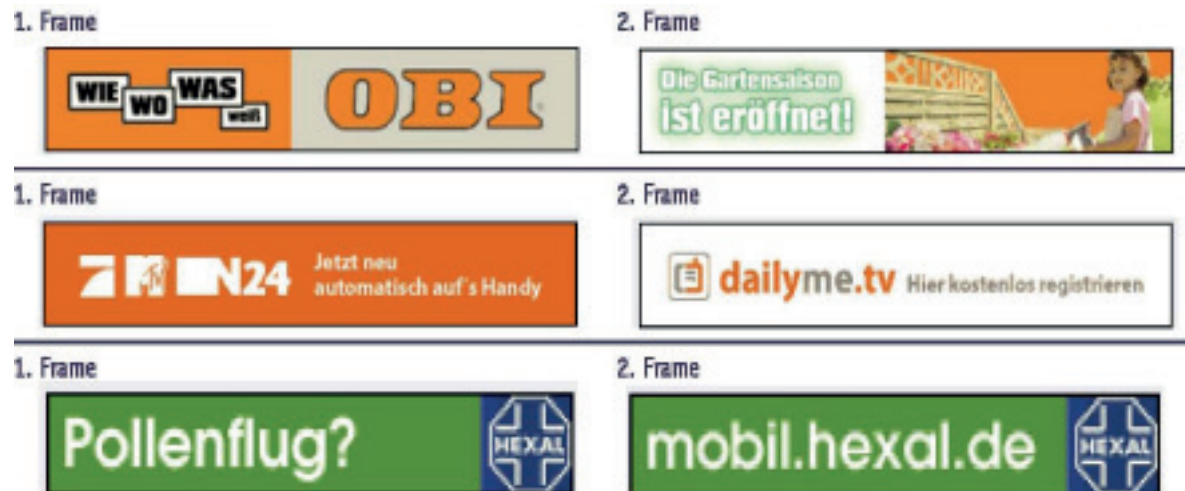
Mobile Content Ad

Bei Anlieferung zu beachten:

- | Anzahl der Frames: maximal 5
- | Dateigröße: maximal 20 KB
- | GIF, JPG, PNG

Hinweis: Da einige Endgeräte keine animierten Bilder unterstützen oder nicht korrekt anzeigen, sollten alle wichtigen Informationen innerhalb des ersten Frames enthalten sein.

Beispiele:

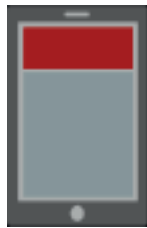


Interaktive Mobile Formate

| BEZEICHNUNG | BESCHREIBUNG | GRÖSSE (Pixel) | GEWICHT / DATEIGRÖSSE (GIF, JPG, PNG) |
|---------------------------------|--|----------------------------|---------------------------------------|
| Mobile Medium Rectangle | Das bekannte Medium Rectangle aus dem Display-Bereich, jetzt auch mobile. | 300 x 250 | max. 40 KB |
| Mobile Flip Ad | Die mobile Website dreht sich um die eigene Achse und eine bildschirmfüllende Werbefläche erscheint. Nach 5 Sekunden dreht sich die Seite automatisch wieder zurück. | 320 x 416 | max. 25 KB |
| Mobile Slider Ad | Auf dem Mobile Content Ad (3:1) basierendes Werbemittel. Es bietet dem Werbetreibenden die Möglichkeit, bis zu 5 Motive anzuliefern, durch die der Nutzer blättern kann. | 300 x 100 | max. 15 KB pro Motiv |
| Mobile Interstitial | Ein bildschirmfüllendes Werbeformat, das vom Nutzer geschlossen werden kann oder sich nach 5 Sekunden selbständig schließt. | 320 x 416 | max. 25 KB |
| Mobile Reveal Ad | Das Werbemittel expandiert beim Seitenaufruf automatisch und schiebt den Content dabei nach unten. Nach 5 Sekunden zieht sich die Werbefläche wieder zusammen. | exp. auf max. 300 x 250 | max. 40 KB |
| Mobile Expandable Ad | Werbeformat, das durch Nutzeraktion (klicken oder ziehen) expandiert und sich über den Content legt. | exp. auf max. 300 x 416 *) | max. 25 KB |
| Mobile Pre-Expandable Ad | Automatisch expandierendes Werbeformat, welches sich über den Content legt. Kann durch Nutzeraktion (Close Button) minimiert werden und schließt sich nach 5 Sekunden automatisch. | exp. auf max. 300 x 416 *) | max. 25 KB |

*) plus Reminder:
Mobile Content Ad 4:1 oder 6:1

Übersicht Mobile Formate



Mobile Content Ad



Mobile Flip Ad



Mobile Medium Rectangle



Mobile Reveal Ad



Mobile Interstitial



Mobile Slider Ad



Mobile Expandable Ad



Mobile Pre-Expandable Ad

FUNKE »»» MEDIEN NRW



KONTAKT:

dispo.sales@funkemedien.de

0201 / 804 -1030

Werbemittel an:

media@derwesten.de