

austria.com/plus
Premiumvermarkter

Technische Spezifikationen

Eine Marke von

RUSSmedia
new. every day.

Werbeform	Größe	Physisch	Mögl. Formate	Tag-in-Tag	Anmerkungen
Sitebar (XL)	Dynamisch	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	JA	
Half Page Ad	300x600px	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	JA	
Skyscraper	160x600px	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	JA	
Billboard	800x250px - 960x250px	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	JA	
Superbanner	728x90px	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	JA	
Superbanner (XL)	960x100px	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	JA	
Content Ad	300x250px	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	JA	
Super Large Ad	613x450px	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	JA	
L-AD (2 Teilig)	728x90px + 160x600px oder 300x600px	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	NEIN	
Portrait Ad	300x variable Pixelhöhe	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	NEIN	
Advertorial	*	JA	*	NEIN	
Sitelink	*	JA	*	JA	
Native Ad	*	JA	PNG / JPG / GIF Max. 130kB	NEIN	
Sitebranding	728x90px + 300x250px + 160x600px + 300x600px	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	JA	
AdVideo (Start,5",10",20",30") <small>*auch Mobile</small>	640x360px, max 1920x1080px	JA	MP4* <small>*Videolänge max 30 Sekunden</small>	JA <small>*VAST 2.0/3.0</small>	
Wall Ad	160x600px, 300x600px, 728x90px - 970x250px	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	JA	Funktioniert auf vienna.at, vol.at, noen.at, bvz.at, tvheute.at
Mobile Understitial	300x600px	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	JA	Sichtbare Fenstergröße: 300x450px
Mobile CAD/Banner	320x50px, 300x250px	JA	PNG / JPG / GIF / HTML5 Max. 130kB	JA	

Detaillierte Spezifikationen für spezielle Fälle

* Advertorial (mit Artikel)/ Sitelinks (ohne Artikel):

(Fixplatziert auf der Startseite)

* Native Ads

vol.at, vienna.at:

Aufmacher: 45 Zeichen Überschrift
Teasertext: 135 Zeichen inkl. Leerzeichen
Bild Aufmacher: 600 x 338 px
Artikel: ca. 200 Wörter (max. 2 Links)
Bild Artikel: 650 x 450 px

acomplus Portale:

Teaserbild: 300x200
Aufmacher: derzeit 50 Zeichen Überschrift
Teasertext: 160 Zeichen
Bild Aufmacher: 600 x 338 px
Artikel: ca. 200 Wörter (max. 2 Links)
Bild Artikel: 650 x 450 px

mobil vol.at, mobil vienna.at:

Aufmacher: 45 Zeichen Überschrift
Bild Aufmacher: 600 x 338 px
Artikel: ca. 200 Wörter (max. 2 Links)
Bild Artikel: 650 x 450 px

tt.com:

Aufmacher: 55 Zeichen Überschrift
Teasertext: 80 Zeichen inkl. Leerzeichen
Bild Aufmacher: 300 x 146 px
Artikel: ca. 200 Wörter (max. 2 Links)
Bild Artikel: 940 x 440 px

mobil tt.com:

Aufmacher: 35 Zeichen inkl. Leerzeichen
Bild Aufmacher: 110 x 70 px
Artikel: ca. 200 Wörter (max. 2 Links)
Bild Artikel: 940 x 440 px

Technische Informationen

HTML5

HTML5 Display Werbemittel bestehen aus mehreren Elementen. Diese sind HTML-Files, CSS, Libraries (Javascript, JQuery, etc.), Bilder und Videos.

Die Formate und Größen (inkl. Bibliotheken und Bilder) orientieren sich an den IAB Standards und von austria.com/plus angegebenen Größen. (Die folgenden Standards finden auf alle Formate mit fester Größe Anwendung)

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.

Bitte achten Sie darauf, mit Anwendung von Animationen und Einbindung externer Elemente wie Fonts und Bibliotheken sparsam umzugehen. Unterverzeichnis-Strukturen sind zu vermeiden.

Anlieferung:

Die Anlieferung des HTML5-Werbemittels erfolgt als Zip-Datei, die alle Elemente des Werbemittels enthält, ausgenommen extern geladene Libraries, Videos oder Fonts oder als Redirect oder iFrame-Tag.

In der Zip-Datei muss eine index.html-Datei als Startpunkt enthalten sein und alle eingebundenen Skripte sowie alle in der Zip-Datei enthaltenen Elemente müssen relativ verlinkt sein.

ACHTUNG: Dateigröße = 130 KB.

Vorlaufzeit:

Die Vorlaufzeit beträgt 5 Werktage.

Klicktag:

Die Schreibweise für Klicktags lautet: clicktag

Die Schreibweise für Multi-Klicktags lautet: clicktag, clicktag1, clicktag2

Die Folgenden Codezeilen sind in das HTML5-Werbemittel zur Übergabe der Klicktags zu integrieren:
Die Funktion liefert alle GET Parameter zurück, die an die Datei übergeben werden:

```
<script>
var getUriParams = function() {
var query_string = {}
var query = window.location.search.substring(1);
var parmsArray = query.split('&');
if(parmsArray.length <= 0) return query_string;
for(var i = 0; i < parmsArray.length; i++) {
var pair =
parmsArray[i].split('=');
var val = decodeURIComponent(pair[1]);
if (val != "" && pair[0] != "") query_string[pair[0]] = val;
}
return query_string;
}();
</script>
```

Beispiel HTML und Zuweisung der Links:

2 HTML Links ohne zugewiesene Links:

```
<a href="#clicktag" id="clicktag"target="_blank" >IAB clicktag</a>
<a href="#clicktag2" id=" clicktag2"target=" _blank" >IAB clicktag</a>
```

Mit diesen Javascript Zeilen lassen sich dann die Klicktags den HTML Elementen zuweisen:

```
<script>
docum ent.getElem entByld('clicktag').setAttribute('href', getUriParam s.clicktag);
docum ent.getElem entByld('clicktag2').setAttribute(' href', getUriParam s.clicktag2);
</script>
```

Mit folgendem Aufruf können Sie die funktionierende clicktag-Übergabe testen:
html5werbemittel.html?clicktag=%LANDINGPAGE%

Bitte ersetzen Sie %LANDINGPAGE% mit einer Testzielseite. Der Link muss URL-encoded übergeben werden (encodeURIComponent-Funktion)

Backupimage, Browserkompatibilität:

Sollte ein Browser (z. B. Chrome oder Firefox) ein spezielles Feature oder eine verwendete Library nicht unterstützen, welches im Werbemittel Anwendung findet, so ist zwingend ein Fallbackhandling im Sinne von Ausspielung eines JPG oder GIF erforderlich. Die Werbemittel sind seitens der Kreativagentur auf allen gängigen Browsern zu testen.

Grafikkompromierung:

Grafiken sind hinsichtlich der Dateigröße zu optimieren.

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

Video:

Videos in HTML5 Werbemitteln werden über den Tag <video></video> eingebunden.

Ads mit Videos sind mit einem Previewbild (poster) zu versehen, das Video startet sobald es geladen ist bzw. durch User Interaktion auf den meisten mobilen Endgeräten.

Zu beachten ist, dass auf Videos auf mobilen Endgeräten keine clicktags gelegt werden können. Der clicktag muss auf einer Fläche außerhalb des Videos hinterlegt werden.

Das Video muss hinsichtlich Qualität und Dateigröße optimiert werden und ist in einer geeigneten Serverumgebung zu streamen. Hierbei beträgt die max. Video-Dateigröße = 10 MB

Technische Informationen

HTML5

Das Video ist sowohl in H264/mp4 als auch in VP8/WebM zur Verfügung zu stellen.

Bitte beachten Sie, dass Rich Media Werbemittel nur an User mit WLAN-Bandbreite ausgeliefert werden.

Codebeispiel:

```
<video controls height='640' width='360'>  
<source src='yourVideo.mp4' type='video/mp4' />  
< source src='yourVideo.webm' type='video/webm' />  
</video>
```

HTTPS

HyperText Transfer Protocol Secure (HTTPS „sicheres Hypertext-Übertragungsprotokoll“) ist ein Kommunikationsprotokoll im World Wide Web, um Daten abhörsicher zu übertragen.

Eine verschlüsselte Verbindung mit einem Browser signalisiert man mit einem "https://" (TCP-Port 443) statt "http://" (TCP-Port 80). Dabei muss sich der Webserver dem Client gegenüber authentisieren, ob er tatsächlich der Webserver ist, der sich unter der eingegebenen Adresse befindet.

Zusätzlich wird die Verbindung bzw. Sitzung Ende-zu-Ende-verschlüsselt. Das bedeutet, die Stationen zwischen Client und Server können die Kommunikation nicht entschlüsseln.

Sie sollten bitte alle Werbemittel welche angeliefert werden HTTPS -Secure sein.

Video

Technische Anforderungen bei nachladenden Werbemitteln bzw. Werbemitteln mit Video-Inhalten:

Werbemittel, die zusätzlichen Inhalt nachladen, müssen dies vom Adserver des Kunden auf dessen Kosten tun, dabei gilt zum Schutz der User ein maximales Nachladen von 300 kb. Im Werbeformat integrierte Streams übertragen interaktiv Video- und Audiobotschaften. Diese Werbeformen eignen sich beispielsweise für TV-Spots oder Trailer, die in der Werbeform dargestellt werden. Typischerweise erfolgt das Streaming durch den Werber, nachdem der Benutzer eine Aktion getätigt hat, um das Ladevolumen beim Anzeigen der Werbung gering zu halten. Es gelten je nach Website unterschiedliche Regeln für die Integration von Streams.

Bemerkungen

- HTML5 als Streaminglink (HTTPS)
- Hintergrund bei Wall AD: 1920x1200px oder größer, JPG/PNG/GIF oder Farbwert
- Streamingdaten müssen auf einem sehr leistungsstarken Mediaserver bereitgestellt werden, diese Kosten sind vom Kunden zu tragen.
- Sollte Russmedia Digital die Kreation der Werbemittel übernehmen, müssen die Daten mind. 10 Tage vor Kampagnenstart angeliefert werden.
- Die Russmedia Digital GmbH kann Werbemittel aufgrund von Verstößen gegen die AGBs sowie aufgrund der Größe und Funktionen jederzeit ablehnen und stoppen.

Weitere Informationen

Bitte bei Fragen wenden Sie sich **kampagnen@austria.com** an.

Änderungen der Spezifikationen und Werbeformate jederzeit möglich.

Für weitere ausführlichere Informationen können Sie sich an die folgende Webseite wenden:
<https://www.iab-austria.at/iab-standards/werbeformen/>