



Frankfurter Rundschau

FR-online.de

Neues Lesen. Weiter denken.

28.12.2010

INHALT

- **Anlieferung der Werbemittel für den Display-Bereich**
- **Maximale Dateigrößen der StandardformateFlash Spezifikationen**
- **Flash Spezifikationen Layer Ads**
- **Flash Spezifikationen Expandables**
- **Flash Spezifikationen Banderole Ad**
- **Wallpaper Specs**
- **(Display)Streaming Specs**

Anlieferung der Werbemittel

Die Werbemittel bitte immer an die Adresse banner@fr-online.de schicken.
Die Betreffzeile der Mail sollte zumindest folgende Angaben enthalten sein:

- Advertiser
- Kampagnenname

Zusätzliche Informationen in der Mail:

- Kundename
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Belegte Sites
- Werbeformate
- Ansprechpartner für Rückfragen
- 3rd Party Redirects bitte nur in einem File als Anhang senden und nicht als Text einfügen
- Mindestanlieferungszeit vor Start bei Standardwerbemittel 3 und bei Sonderformaten 5 Werktage.

Anlieferung der Werbemittel

Maximale Dateigrößen der Standardformate

Format	Größe max. (Pixel)	Größe expanded max. (Pixel)	Gewicht Image (KB)	Gewicht Flash (KB)
Fullbanner	468 x 60	468 x 240	40	40
Superbanner	728 x 90	728 x 360	40	40
Skyscraper	200 x 600	480 x 600	40	40
Medium Rectangle	300 x 250	600 x 500	40	40
Layer	450 x 450			40
Banderole Ad	770 x 250		40	40

Die Angaben zu den Werbemittel-Gewichten gelten selbstverständlich auch für Werbemittel die über 3rd Party Redirects (DoubleClick, Adtech, Atlas, etc.) ausgeliefert werden.

Als Ausnahme gilt, wenn eine Funktion wie z.B. Smart-Downloading(Eyeblander) genutzt wird.

Flash Spezifikationen

Bei Anlieferung sind anzugeben:

- Flashversion (Version 9 oder geringer)
- Fallback-Image (außer bei Layer Ads)
- Click URL
- Informationen über besondere Actionscripte (falls verwendet)

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/>

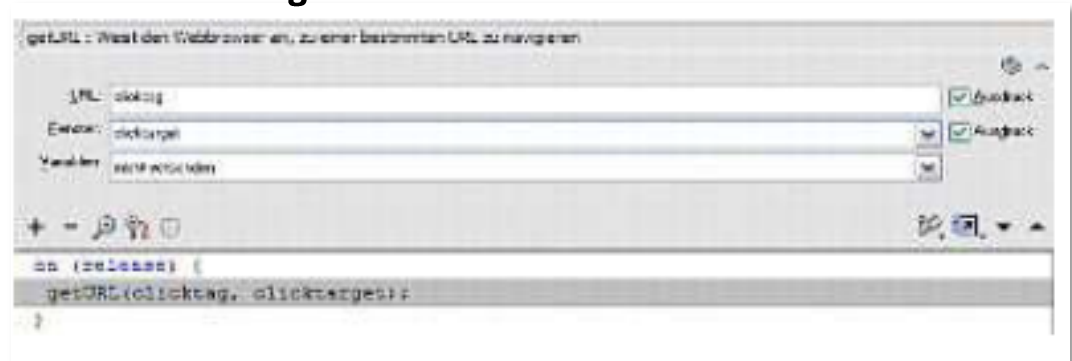
Flash Spezifikationen

Die „clickTag“-Methode:

„clickTag“ ist eine Variable die es ermöglicht die Ziel-URL bzw. die Deeplink des Werbetreibenden von außen an das swf-File zu übergeben.

Die Funktion im swf-File lautet:

```
on (release) {  
  gotoURL(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. Aus diesem Grund werden Werbemittel mit einer Frame-Rate größer als 25 nicht akzeptiert.

Weitere Infos unter:

http://kb.adobe.com/selfservice/viewContent.do?externalId=tn_14981&slicId=2

CPU-Last :

Ein Flash-Werbemittel darf die CPU Last auf einem durchschnittlichen Rechner nach dem aktuellen Stand der Technik nicht um mehr als 10%-Punkte beeinflussen.

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 (die Kommunikation muss also auch über unterschiedliche Domains hinweg funktionieren).

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

Flash Spezifikationen

wmode:

Wichtig: Auch bei 3rd Party Redirects muss IMMER ein wmode definiert sein.

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

- wmode=transparent oder wmode=opaque

Für Layer und Banderole-Ads gilt:

- wmode=opaque

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.

FR-online.de behält sich das Recht vor, Werbemittel offline zu nehmen, welche beim User als störend empfunden werden könnten.

Flash Spezifikationen Layer Ads

Close Button:

Alle Flash-Layer Werbemittel müssen über einen gut sichtbaren und funktionalen Close Button verfügen.

Dieser muss jederzeit gut sichtbar sein und mindestens 20px x 20px groß sein. Desweiteren sollte die Hintergrundfarbe des Close Buttons nicht „Weiß“ sein, da viele Seiten einen weißen Hintergrund verwenden und der Close Button somit nicht sichtbar wäre.

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

```
getURL("Javascript:f4d_hide_layer()", "_self")
```

Das Layer Ad muss sich automatisch nach 8-12 Sekunden schließen.

Sound:

Sound ist generell zulässig, dieser darf jedoch nicht automatisch, sondern nur durch User Aktion starten und muss ebenso zu beenden sein.

Flash Spezifikationen Expandable Ads

Die maximale Größe der Expandable-Formate entnehmen Sie der Tabelle unter dem Punkt Maximale Dateigrößen der Standardformate.

Bitte beachten Sie die maximalen Größen sowie die Flash- bzw. Streaming-Spezifikationen.

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 Spezifikationen Expandable Ads

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.

Flash Spezifikationen Banderole Ad

Werbemittel:

Redirects sind leider nicht möglich – es wird das physische Werbemittel benötigt.
Streamings (Video und Sound) ist leider ebenfalls nicht möglich.

Ansonsten gelten unsere Standard- Flash-Spezifikationen.

Dazu benötigen wir die Ziel URL sowie falls gewünscht ein Zählpixel.

Close- und Öffnen-Button:

Die Buttons zum Öffnen und Schließen der Banderole sollten die gleiche Höhe wie das Banderole-Creative (250 Pixel) und eine Breite von 20 Pixel haben

Standard-Buttons:

Falls gewünscht können auch eigene Buttons mitgeliefert werden.



Wallpaper

Für Wallpaper-Kampagnen sind die Werbemittel immer physisch anzuliefern.

Folgende Werbemittel sind erforderlich:
 Superbanner 728x90 gem. Spezifikationen.
 Skyscraper max. 200x600 gem. Spezifikationen.
 Gif / jpg / SWF.

Für die Einfärbung des Seiten Hintergrunds benötigen wir den HEX Code.
 Dazu benötigen wir die Ziel URL sowie falls gewünscht ein Zählpixel.

Die Anordnung von Banner und Skyscraper erfolgt **IMMER** nach folgendem Schema:



Wallpaper

Werbemittelgrößen für Wallpaper:

**Max. 80kb gesamt(Gewichtung 50%:50% = 40kb Superbanner + 40kb Skyscraper)
Die maximale Gewichtung für ein Format innerhalb des Wallpapers liegt bei 70%.**

Beispiel: 70% Sky – 30 % Superbanner = 56kb Sky – 24kb Superbanner

(Display)Streaming

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

Hosting durch Drittanbieter:

- **Die Auslieferung des Werbemittels erfolgt über einen Redirect des Dienstleisters.**
- **Flashversion (Version 9 oder geringer)**
- **Ein Spot sollte die Länge von 30 Sekunden nicht überschreiten**
- **Der Ton darf nur auf Useraktion (Click 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.**
- **Geben Sie den Usern auch die Möglichkeit, sich den Spot ein weiteres Mal anzuschauen. Ein automatisches Loopen des Werbespots ist allerdings nicht erlaubt.**
- **Nutzen Sie die Möglichkeit der Bandbreitenabfrage, um dem User eine optimale Qualität des Streamings zu gewährleisten.**

(Display)Streaming

Flash Video Tutorials bei Macromedia(Adobe):
<http://www.adobe.com/de/devnet/flash/video.html>

Für Verlinkungen die „clickTag“-Methode anwenden (siehe Flash Spezifikationen). Das Video muss in einem Werbemittel (z.B. SWF) eingebettet werden. Die Videodatei wird nicht von OMS verwaltet. Diese muss auf einem externen Server zur Verfügung gestellt werden.

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");`

Frankfurter Rundschau

Heike Müller
FR-online.de
Telefon: 069 / 2199 3791
E-Mail: h.mueller@fr-online.de

**Druck- und Verlagshaus
Frankfurt am Main GmbH
Karl-Gerold-Platz 1
60594 Frankfurt am Main**

FRIDRUCK- UND VERLAGSHAUS

FRIPUBLISHING

FRIPRINT

FRIONLINE

FRICOMLOG

kalaydo.de

das regionale Findernet

