

Spezifikationen Standard Werbemittel Flash & In-Game

gültig ab 01.08.2010

Inhalt

- Audience Richtlinien für alle Werbemittel
- Audience Maximale Grössen von Standardformaten
- Audience Flash Spezifikationen
- Audience FlotingAd
- Audience ExpandableAd
- Audience AdAppeal
- Audience StreamingAd
- Audience BanderoleAd
- Audience HTML/Formular Werbemittel
- Audience DartMotif & Eveblaster Richmedia Ads
- Audience Werbemittel Templates
- In-Game
- Mobile
- Full Page Video Ads
- Wilmaa

Richtlinien für alle Werbemittel

- / Alle Werbemittel müssen in der vereinbarten AdSize (Pixel in Höhe und Breite) angeliefert werden.
- / Überschreiten Sie nicht die maximalen File-Größen
- / Um nach dem Klick ein neues Fenster zu öffnen, verwenden Sie bitte den target="_blank" Befehl
- / Es sollten HTML Werbemittel jeweils als *.TXT und *.HTML - File in einer *.ZIP - Datei (nicht als E-Mail-Content) versendet werden.
- / Achten Sie auf die Beschriftung der Werbemittel. Wir empfehlen eine klare Naming Convention. ZBsp. Format_Sprache_Sujetname_Datum.swf
- / Senden Sie die Werbemittel mit allen nötigen Angaben ihrem Ansprechpartner
- / Links müssen immer in einem neuen Fenster öffnen
- / Halten Sie die Vorlaufzeit von 3-5 Tagen für den Werbemittel-Einbau auf dem AdServer ein.
- / Sound-Einstellungen in Flash sind immer ausgeschaltet. Der User kann dann über eine Navigation den Sound nach belieben einschalten.
- / Für Sonderformate entnehmen Sie sitespezifische Informationen zu Werbemittel aus dem Online Media Tool www.onlinemediatool.ch

Grössen Formate

Format	Grösse max	Grösse expanded max	Gewicht in KB
Fullbanner	468x60	468x300	30
Leaderboard	728x90		30
Rectangle	300x250		30
Skyscraper	160x600 / 120x600	400x600	30
Floating Ad	Auf Anfrage		40
Skateboard Ad	994x118		40
AdAppeal	130x130	800x600	40

Weitere Grössen Formate, gemäss Mediadaten der einzelnen Website im Onlinemediatool unter www.onlinemediatool.ch

Flash Spezifikationen

/ Anlieferung der Flash Werbemittel

- SWF File und zwingend ein alternativ GIF, das GIF erscheint bei allen Usern die kein Flash-Plugin installiert haben
- Bitte führen Sie die URL separat auf, da diese aus dem AdServer direkt an die Variable „clickTAG“ im Werbemittel geliefert wird. (AdServer Tracking Methode in Flash – s. clickTAG Implementierung)
- Die Flashfilme sollten in Version 8/9 exportiert werden. Wir akzeptieren ausschliesslich AS2 Werbemittel. AS3 auf Anfrage Flashplayer Penetration:
http://www.adobe.com/products/player_census/flashplayer/version_penetration.html
- Halten Sie sich bei der Kreation der Werbemittel an das vorgegebene Gewichtslimit
- Sound in Werbemittel ist erlaubt, muss aber in der Standard-Einstellung ausgeschaltet sein. Navigationskomponenten können ein Aktivieren durch den User ermöglichen.
- Standart Richmedia Formate werden mit **wmode=opaque** ausgeliefert, DHTML Ads mit **wmode=transparent**

Flash Spezifikationen

/ Optimierung der Flash Werbemittel

- Framerate optimaler weise zwischen 15-18 Bildern Pro Sekunde um die CPU Auslastung zu verringern.
30+ Bilder pro Sek erhöht die CPU Load
- Mathematisch Basierende Animationen (ActionScript Formeln) vermeiden.
- Preloading von Symbolen/Bildern
- Bei Animationen mit Tweens arbeiten anstelle einer Serie von Schlüsselbildern/Keyframes
- Grafische Elemente vereinfachen wo möglich
- Anzahl verwendeter Bitmaps beschränken
- Eine komplette Guideline zur Optimierung von Flashmovies ist auf der Adobe Seite zu finden:
http://www.adobe.com/support/flash/publishexport/stream_optimize/

/ AS2 clickTAG Implementation:

- Funktionsbeschreibung auf dem AdServer:
- Um einen Click auf dem AdServer zu zählen, wird anstelle der Ziel URL die Variable clickTAG in Flash eingesetzt. Dank dieser Variable ist es möglich die Ziel URL vom AdServer abzurufen und an das Werbemittel zu übergeben. Bei einer Aktion auf die Schaltfläche, wird ein Klick auf dem AdServer registriert und der User wird mit der Ziel-URL auf das Angebot verlinkt. Dieser Vorgang wirkt sich nur auf die Link-URL Aktion aus, alle Ihre sonstigen Einstellungen (ActionScripts, etc.) werden nicht beeinflusst. Sie können Ihr Werbemittel frei nach Ihren Wünschen erstellen.
- Zusätzlich ist Dank der clickTAG Variablen gewährleistet, während einer Kampagne die Ziel URL zu ändern, ohne dass Änderungen an dem Werbemittel vorgenommen werden müssen.

Standard Action-Script für den LINK Button

```
on(release){  
  getURL(clickTAG, "_blank");  
}
```

- Wichtig:
 - Sollte die Variable nicht in der Mainscene der Flash Animation verwendet werden, so muss die Variable mit einem vorgestellten **_root.clickTAG** eingebaut werden. Zudem dürfen auf dem Movieclip, in welchem die Schaltfläche liegt, keine ON-Aktionen definiert sein.
 - Verwenden Sie bei Schaltflächen immer on(release) → on(press) führt in diversen Browsern zur Aktivierung des PopUp Blockers!

Flash Spezifikationen

The image displays the Adobe Flash CS4 interface. At the top, the 'Zeitleiste' (Timeline) is visible, showing a sequence of frames for 'clickTag', 'Expand 2', 'Expand 5', and 'logotipo'. A blue rectangular symbol is positioned on the stage. A dialog box titled 'In Symbol konvertieren' (Convert to Symbol) is open, with the name 'clickTag' and the behavior 'Schaltfläche' (Button) selected. Below the stage, the 'Aktionen - Schaltfläche' (Actions - Button) panel shows the following code:

```
on(release) {  
    gotoURL(clickTag, "_blank");  
}
```

The 'Aktionen - Schaltfläche' panel also includes a tree view showing the current selection and the hierarchy of the timeline elements.

Flash Spezifikationen

- / Verwendung weiterer Ziel URL's welche im Tracking aufgenommen werden müssen:
 - Sollte ihr Werbemittel mehrere klickbare Bereiche mit verschiedenen Link-URL beinhalten, so können Sie die clickTAG-Variable für jede Link-URL erweitern.

- / Beispiel:
 - Link-URL1 = clickTAG1
 - Link-URL2 = clickTAG2
 - Link-URL3 = clickTAG3
 - etc.

- / Online clickTAG Tutorial von Macromedia für sämtliche Flash Versionen (AS2):
 - http://www.adobe.com/resources/richmedia/tracking/designers_guide/

Klicken Sie [hier](#) für den Download eines Templates (AS2/AS3)

/ Öffnen der Landingpage in einem vordefinierten Fenster:

Sollte gewünscht sein, dass die Landingpage in einem vordefinierten Fenster geöffnet wird, ist es notwendig sämtliche Variablen für die Position wie die Fenstergröße im Script an den Browser zu übergeben. Bei dieser Variante ist es wichtig, dass das Fenster mit "_self" geöffnet wird.

Bsp. Action-Script auf dem Link Button:

```
on (release)
{
  getURL("javascript:window.open(" + _root.clickTAG +
    "','FensterName','left=50,top=50,width=600,height=400,toolbar=no,scrollbars=no,resizable=no,menubar=no,status=no,directories=no,location=no');void(0);", "_self");
}
```

Dokumentation:

left=50	gibt die Fensterposition LINKS in Pixel an
width=600	gibt die Fensterbreite in Pixel an height=400
toolbar=no	Toolbar mögliche Parameter yes/no
resizable=no	möglich Parameter yes/no
status=no	Status mögliche Parameter yes/no
location=no	Location mögliche Parameter yes/no

top=50	gibt die Fensterposition von OBEN in Pixel an
height=400	gibt die Fensterhöhe in Pixel an
scrollbars=no	Scrollbars mögliche Parameter yes/no
menubar=no	Menubar mögliche Parameter yes/no
directories=no	Directories mögliche Parameter yes/no

/ Erweiterungen für BT-Customized Ad's

- Um die Funktion des Retargeting für Behavioral Customized Ads zur Verfügung zu stellen, muss der ClickTAG mit einer zusätzlichen Variable erweitert werden.

```
on(release)
{
  getURL(_root.clickTag,"_blank");
  getURL("Javascript:BT_Retarget()","_self");
}
```

/ **Flash-Floating / Close-Button**

- Alle Flash-Floating Werbemittel müssen über einen Close Button verfügen
- Dieser muss jederzeit gut sichtbar sein und mindestens 20x20 Pixel gross sein
- Des weiteren ist nicht „weiss“ als Farbe des Close-Buttons zu verwenden, da viele Seiten einen weißen Hintergrund verwenden und der Close-Button nicht sichtbar wäre
- Der Button ist mit folgender Schliess-Funktion zu belegen:

```
getURL("Javascript:f4d_hide_layer()","_self") oder fscommand("hide")
```

/ **Nach einer Laufzeit von max. 7 Sekunden muss das Floating von selbst schliessen**

ExpandableAd

/ **Es gibt zwei Methoden, die ein Expanden des Werbemittels hervorrufen:**

- On(RollOver): Der Expand-Effekt findet statt, sobald der User seine Maus über das Werbemittel bewegt
- On(Release): Der Expand-Effekt findet statt, sobald der User auf ein Element im Werbemittel klickt.

/ **Es gibt zwei Methoden, die ein Collapse des Werbemittels hervorrufen:**

- On(RollOut): Der Collapse Effekt findet statt, sobald der User seine Maus vom Werbemittel wegbewegt
- On(Release): Der Collapse Effekt findet statt, sobald der User auf ein Element im Werbemittel klickt.
- **ACHTUNG: Dies ist nur bei Expandable/Floatings gestattet.**

/ **Wichtig:**

- Sollte das Werbemittel automatisch öffnen, würde dieses als Floating Ad deklariert und entsprechend der dafür eingesetzten Tarifgruppe angehören.
- Nach einer Laufzeit von max. 7 Sekunden muss das ExpandableAd/Floating, welches sich automatisch öffnet, von selbst wieder schliessen.
- Expandable Banner öffnen sich von oben nach unten → zbspl. von 486x60 auf 468x300.
- Expandable Skyscraper öffnen sich von rechts nach links → zbsp. Von 160x600 auf 300x600

ExpandableAd

Expanding

/ Goldbach Audience hat ein Richmedia Template entwickelt, welches mit folgenden ActionScript 2 Befehlen angesprochen werden kann:

- **Expand Layer:**

Diese Funktion dient dem Aufruf der expandierten Fläche und muss immer in Zusammenarbeit mit der Funktion Collapse Layer verwendet werden.

Die Funktionen müssen im Event onRollOver, onRelease, onPress eingesetzt werden.

```
getURL("Javascript:f4d_expand_layer()","_self") oder fscommand("expand")
```

- **Collapse Layer :**

```
getURL("Javascript:f4d_collapse_layer()","_self") oder fscommand("collapse")
```

Klicken Sie [hier](#) für den Download eines Templates zu dieser Werbeform

/ BrandSense AdAppeal

Es gibt zwei Arten, die ein Expanden des Werbemittels hervorrufen:

- **AdAppeal-Closed:** Start-Zustand geschlossen.
 - Der Expand-Effekt findet statt, sobald der User seine Mouse über das Werbemittel bewegt (On-Mouseover). Das Ad schliesst sich wieder, sobald der User die Mouse entfernt (Mouse-off).
- **AdAppeal-Open:** Start-Zustand offen.
 - Der Expand-Effekt findet beim aufrufen des Werbemittels statt und schliesst automatisch nach max. 7 Sekunden, bei Mouseover gleiche Funktion wie Closed.

/ Das AdAppeal befindet sich hierbei immer in der rechten oberen Ecke und muss in beiden

Varianten mit einem Close Button zu schliessen sein.

/ Für die Verlinkung clickTAG anwenden. (siehe 3.Flash Spezifikationen)

/ Creative Size (dimension):

- Höhe Ecke: maximum 130 Pixel
- Breite Ecke: maximum 130 Pixel

- Höhe Layer: maximum 600 Pixel
- Breite Layer: maximum 800 Pixel

/ Spezielle ActionScript Befehle:

- Im ersten Frame der expanding animation:
- `getURL("Javascript:f4d_expand_layer();", "_self");`

- Im letzten Frame der collapsing animation:
- `getURL("Javascript:f4d_collapse_layer();", "_self");`

Klicken Sie [hier](#) für den Download eines Templates zu dieser Werbeform

StreamingAd

/ **Flash Video Tutorials bei Macromedia:**

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

/ Für die Verlinkung clickTAG anwenden. (siehe 3.Flash Spezifikationen)

/ Verwenden Sie die Variable **AdlVideo** als Videoverknüpfung

/ Die Video Datei wird normalerweise nicht von Goldbach Audience verwaltet, muss somit auf einem externen Server zur Verfügung gestellt werden. Sollten Sie über keine leistungsfähige Infrastruktur verfügen, übernimmt Goldbach Audience gegen Entgelt die Auslieferung ihrer Video Datei.

/ System Security Flash / Doubleclick Domains freigeben.

/ Beispiel Action-Script für eine Video Einbindung durch die NetStream Klasse:

```
System.security.allowDomain("*.doubleclick.net", "*.doubleclick.com");
var netConn:NetConnection =new NetConnection();
netConn.connect(null);
var netStream:NetStream =new NetStream(netConn);
VideoStream.attachVideo(netStream);
netStream.setBufferTime(10);
netStream.play(_root.AdlVideo);
```

Klicken Sie [hier](#) für den Download eines Templates zu dieser Werbeform

BanderoleAd

/ Flash Creative Size (dimension):

- Höhe: 250 Pixel
- Breite: 770 Pixel

/ Open/Close Button Creative Size (dimension):

- Höhe: 250 Pixel
- Breite: 20 Pixel

/ Zu Beachten:

- Es gelten die standart Flash Werbemittel Spezifikationen (clickTAG).
- Standart ist die Hintergrundfarbe des Banderoles Weiss (#FFF)
Falls eine andere Farbe gewünscht sein sollte, bitte den Hex Farbcode bei der Werbemittelanlieferung mitteilen.

DartMotif & Eyblaster Richmedia Ads

/ DartMotif

- Zur Erstellung von DartMotif Ads wird Doubleclick Studio benötigt:
<http://studio.doubleclick.com/>
- Support bei der Erstellung von DartMotif Ads erhalten Sie von:
Deutsch: rengert@google.com
Englisch: clk-drmtechnical@google.com

/ Eyblaster

- Zur Erstellung von Eyblaster Ads wird der Flash Workshop benötigt:
- Support bei der Erstellung von Eyblaster Ads erhalten Sie von:
Deutsch/Französisch: support_de@eyblaster.com

Werbemittel Templates

/ AdAppeal Closed

/ AdAppeal Open

/ Expandable Ads

/ FloatingAd

/ Fullbanner

/ Skyscraper

/ StreamingAd

In-Game Spezifikationen

Verhältnis	Format	Grösse
1:1	PSD Layered Format	1024x1024 px
1:2	PSD Layered Format	512x1024 px
2:1	PSD Layered Format	1024x512 px
4:1	PSD Layered Format	1024x256 px
8:1	PSD Layered Format	1024x128 px

Prozess:

Werbemittel müssen 2 Wochen vor Kampagnenstart geliefert werden. Aus den oben aufgeführten Formaten, werden alle Werbemittel erstellt und den Publishern zur Freigabe übermittelt..

Spezifikationen:

-> 72 dpi, RGB Photoshop Layered Format
(nicht auf eine Ebene reduziert)

Bitte benennen Sie die Werbemittel nach folgender Struktur:

-> *Werbetreibender_Kampagne_Breite_x_Höhe.PSD*
(Beispiel: -> *SBB_Gleis7_512x512.psd*)

* Konditionen:

Änderungen der Game-Titel Auswahl und der Preise bleiben vorbehalten. AdImpression-Volumen wird gleichmässig abhängig der Verfügbarkeit über einzelne Titel verteilt. game mediarep bestimmt bei Bedarf das Frequency Capping. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Goldbach Audience (Schweiz) AG.

Bemerkungen:

Werbemittel sollten nicht überladen sein:

- Einfache und klare Werbemittel
- Gut lesbar
- Einfache, gute Image-Welt
- Grosse Logos verwenden
- Wenig Text
- Hoher Kontrast
- Hoher Kontrast zwischen Text und Hintergrund
- Starke, klare Schriftarten, fett





Keep it short and simple!

Sport und Racing-Games eignen sich primär für Branding-Sujets – also eher Logo-basiert.

Tipps für In-Game Werbemittel

- / In-Game Werbung in Core-Games ist primär Branding. Nur in gewissen Casual-Online-Games ist Interaktion möglich und sinnvoll
- / Tipp: Einfache, klar strukturierte Werbemittel verwenden
- / Gut lesbar, wenig Text, nicht überladen mit Informationen
- / Hoher Kontrast zwischen Text und Hintergrund
- / Wenn unter Berücksichtigung der des CI / CD möglich, besonders auffallende Hintergrundfarbe verwenden
- / Starke, klare Schriftarten, wenn möglich **fett**
- / Jedes (Werbe-) Medium hat seine eigenen Regeln. Immer bedenken, wie sich der rezipient in einer virtuellen Welt bewegt

Mobile: Formate und Dateien

Banner-Grösse	Geräteklasse	Techn. Spezifikation	Beispiel
X-Large Image Banner	Klasse 5 > 320 Pixel Displaybreite	305 x 64 Pixel < 8k Filegrösse statisch, nicht animiert .gif, .png oder .jpg Format	
Large Image Banner	Klasse 4 240 – 319 Pixel Displaybreite	215 x 34 Pixel < 6k Filegrösse statisch, nicht animiert .gif, .png oder .jpg Format	
Medium Image Banner	Klasse 3 176 – 239 Pixel Displaybreite	167 x 30 Pixel < 4k Filegrösse statisch, nicht animiert .gif, .png oder .jpg Format	
Small Image Banner	Klasse 2 128 – 175 Pixel Displaybreite	112 x 20 Pixel < 2k Filegrösse statisch, nicht animiert .gif, .png oder .jpg Format	
Text Tagline (Optional)	Klasse 1 76 – 127 Pixel Displaybreite	10 – 24 Zeichen Text (inkl. Leerzeichen)	Hier Ihre WERBUNG buchen MEHR

Mobile: Die allgemeinen Vorgaben für alle Werbemittel

- / Es müssen immer alle Standardgrößen (S/M/L/XL) angeliefert werden
- / Die vereinbarte Pixel-Größe sowie Gewichtslimite dürfen nicht überschritten werden
- / Die Mobile Banner müssen als *.gif (nur ausnahmsweise als *.jpg- oder als *.png-File) in einer *.zip-Datei versendet werden, nicht direkt als E-Mail Inhalt oder Attachment
- / Animierte *.gif Files sind erlaubt, sofern sie das max. Gewicht nicht überschreiten
- / Streamings, Videos, Sounds etc. sind momentan aus Gewichts-/Dateigründen nicht gestattet
- / Die Ziel-URL des Banners separat mitliefern und zwingend auf eine Mobile-Site oder – Portal verweisen (z.B. wap.fiat.ch)
- / Die Gestaltung des Werbemittels steht Ihnen frei
- / Senden Sie alle Werbemittel mit den notwendigen Angaben an Ihren Ansprechpartner
- / Die Werbemittelanlieferung sollte spätestens 4 Arbeitstage vor Kampagnenbeginn erfolgen

/ Video Interstitial mit Reminder Leaderboard

- Video Interstitial ist eine Fullscreen Werbeform und optimal um TV Spots im Internet zu präsentieren. Der Flash Videoplayer dafür wird von V2Media zur Verfügung gestellt.
- Spot Dauer: **max. 60 Sekunde**
Auflösung: 640 Pixel Breit (Höhe gem. Aspect Ratio, bei 16:9→ 640x360px)
- Datei Format: *.flv
- Dateigrösse: max. 4 MB
- Der Video Interstitial kann zudem mit einem dafür produzierten Skin aufgeschaltet werden.
- Falls kein Skin zum Einsatz kommt, können Sie uns zum Video ein Logo senden, welches in der linken unteren Ecke platziert wird. Dieses muss als *.jpg oder *.gif logo angeliefert werden und sollte innerhalb von 350x75px sein
- Die Spezifikationen des Leaderboards sind den Goldbach Audience Standart Flash Spezifikationen zu entnehmen (Punkt 3).

Anzuliefernde Elemente:

Leaderboard

Video

Skin oder Logo

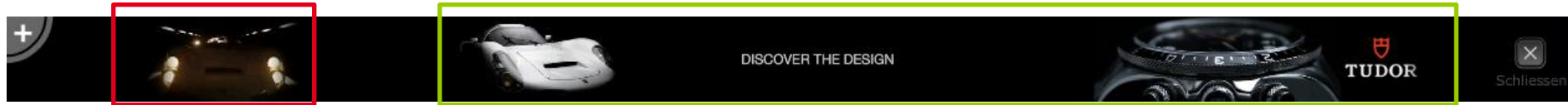
Hex Code für Hintergrundfarbe
Interstitial (Default Schwarz)

Werbemittel-Demo:

<http://195.137.172.70/showcase/V2Media/VStitial/Magnum/Blick/>

Full Page Video Ads

/ Video Scroll



/ Video Area Dimensionen:

124 70

Flash Dimensionen:

800 70

Anzuliefernde Elemente:

1. Flash 800x70px
2. Video
3. Skin oder Logo
4. Hex Code für Hintergrundfarbe Video Scroll & Interstitial (Default Schwarz)

Alle Animationen im Flash File sollten in der Main Timeline auf Text/Bilder/Vektor Elementen programmiert werden. Es dürfen keine Klassen zu Transformationen, Bewegungen verwendet werden – Weder Flash built-in Klassen noch Engines wie TweenLight, TweenMax oder Caurina.

Für das Video Scroll muss ein Video (siehe Specs Video Interstitial) angeliefert werden, dieses wird dann auch in der 124x70 Area verwendet.

Innerhalb des Video Scrolls wird das Video ohne Sound abgespielt.

Nach der Interaktion mit dem Video Teil im Scroll geht die Werbeform in Full-Screen mit Sound-On.

Beim Video Scroll kann zudem wie beim Video Interstitial ein dafür produzierter Skin im Fullscreen Bereich aufgeschaltet werden.

Werbemittel-Demo:

<http://195.137.172.70/showcase/V2Media/V2Scroll/Magnum/Blick/top.ht>

Full Page Video Ads

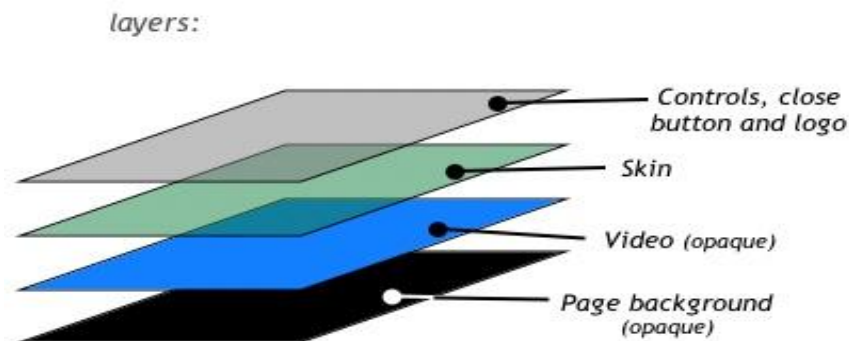
/ Video Skins

- Der Skin wird als *.png oder actionscript-freiem *.swf angeliefert.

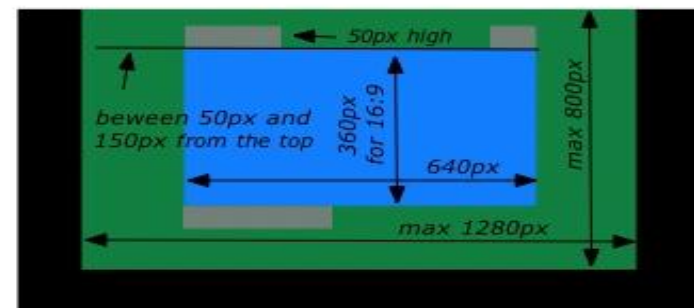
Das Png/Flashfile wird über den Film gelegt, somit muss der Skin eine transparente Fläche aufweisen, damit der Film sichtbar ist. Über den Skin werden dann die Video Kontrollelemente (Progress Bar, Close Button etc.) gelegt. Die max. Dimensionen eines solchen Skins sind 1280x800px und 100kb in der Dateigrösse.

- Die Abmessungen der View-Through Fläche ist nicht strikt, jedoch optimalerweise nahe an den Dimensionen des angelieferten Movies.

Skin embedding schema



sizes:



GOLDBACH AUDIENCE

GOLDBACH AUSTRIA GmbH

Neustiftgasse 73-75

1070 Wien

www.goldbachaudience.at

T +43 (0)1 370 88 08 - 0

info.at@goldbachaudience.at

Danke