

Werbemittel Spezifikation

Format	Pixel	Gewicht GIF/JPG	HTML	Gewicht Flash ¹	Specs GIF/JPG	Specs
Standards nach Universal Ad Package						
Super-Banner	728x90	20kB	25kB	49kB	GIF / JPG	Flash*
Medium Rectangle	300x250	20kB	25kB	49kB	GIF / JPG	Flash*
Rectangle	180x150	20kB	25kB	49kB	GIF / JPG	Flash*
Wide Skyscraper	160x600	20kB	25kB	49kB	GIF / JPG	Flash*
Full-Banner	468x60	20kB	25kB	49kB	GIF / JPG	Flash*
Pop-under	individuell	20kB	25kB	49kB*	GIF / JPG	Pop-under**
Standard Skyscraper	120x600	20kB	25kB	49kB*	GIF / JPG	Flash*
Buttons	individuell	20kB	25kB	49kB*	GIF / JPG	Buttons**
Textlinks	individuell	--	--	--	--	Textlinks*
Format	Pixel	Gewicht GIF/JPG	HTML	Gewicht Flash	Specs GIF/JPG	Specs
Universal Flash layer						
Universal Flash layer	400x400	--	--	49kB*	--	Flash layer*
Format	Pixel	Gewicht GIF/JPG	HTML	Gewicht Flash	Specs GIF/JPG	Specs
Flash layer						
Flash layer (floating ads)	individuell	--	--	49kB*	--	Flash layer**
Split Screen	300x600	--	--	49kB*	--	Split Screen*
Expandable Banner	160/340x600	--	--	49kB*	--	Flash expandable**
Expandable Banner	728x90/200	--	--	49kB*	--	Flash expandable**
Format	Pixel	Gewicht GIF/JPG	HTML	Gewicht Flash	Specs GIF/JPG	Specs
Video ads						
In Page (streaming banner)	300x250, 180x600	--	--	< 700 kB	--	Streaming Banner**
In Stream (pre-/post-roll)	a. Anfrage	--	--	a. Anfrage	--	a. Anfrage
Format	Pixel	Gewicht GIF/JPG	HTML	Gewicht Flash	Specs GIF/JPG	Specs
Content sensitive ads						
InText ad	234x60/125x125	20kB	25kB	--	GIF / JPG	InText ad**
InText Video ad	max. 300x250	--	--	< 700kB	--	InText Video**
Textlink-Banner	max. 250 Z.	--	--	--	--	InText Textlink**
Format	Pixel	Gewicht GIF/JPG	HTML	Gewicht Flash	Specs GIF/JPG	Specs
Multi component ads						
Wallpaper (road block)	728x90+(120/160/180)x600	20kB	25kB	49kB*	GIF / JPG	Wallpaper ad**
Tandem	Kombinationen der Standardformate	20kB	25kB	49kB*	GIF / JPG	Tandem ad**
Tridem	Kombinationen der Standardformate	20kB	25kB	49kB*	GIF / JPG	Tridem ad**
Format	Pixel	Gewicht GIF/JPG	HTML	Gewicht Flash	Specs GIF/JPG	Specs
Interstitials						
Flash	individuell	20kB	--	49kB*	GIF / JPG	Interstitial**
HTML	individuell	20kB	25kB	49kB*	GIF / JPG	Interstitial**

¹ bei HTML-Bannern handelt es sich um eine Kombination von reinen HTML-Elementen mit Bannern; die Größen-Beschränkung gilt für die Summe aller beteiligten Dateien

Werbemittel Spezifikation

Non-flash-Bildformate

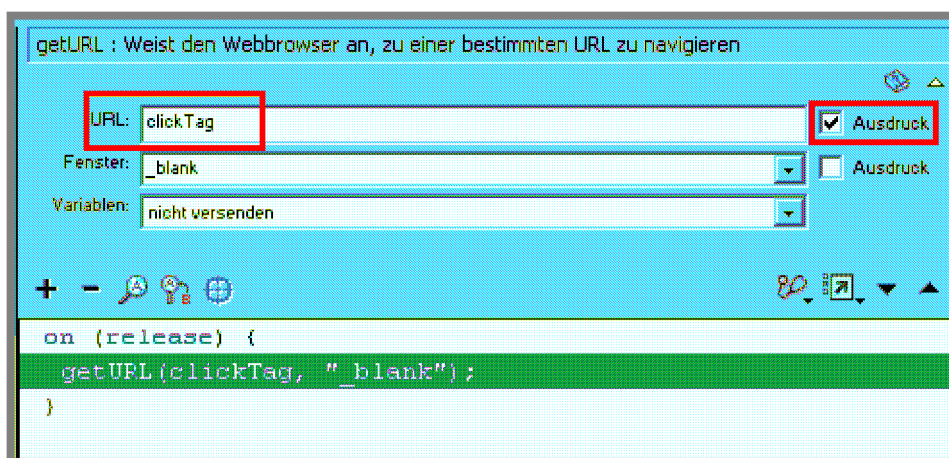
- > Unterstützt werden GIF und JPEG
- > Klick-URL ist anzugeben, Alt-Text (optional)
- > Bei re-directs gelten die gleichen Größenbeschränkungen

- > Sonderform: Buttonformate

Grundsätzlich gelten die Spezifikationen der übrigen GIF/JPG Formate. Durch die Sonderdimensionen ist jedoch entweder eine Erzeugung temporärer ad tags oder eine Content Integration mit dem Platzierungspartner(n) notwendig. Hierzu muss zunächst beim Publisher angefragt werden. Mit einer zusätzlichen Vorlaufzeit ist demnach zu rechnen. Sollte eine Auslieferung über den Ad Server nicht möglich sein, muss zusätzlich ein Treckingpixel angeliefert oder ein Reporting vereinbart werden.

Werbemittel Spezifikation

ClickTag-Methode



Unter Umständen kann es bei Flash-Werbemitteln mit zwei Buttons nötig sein, den Klickbutton durch den Aufruf.

```
> on (release) {
  getUrl(_level0.clickTag, "_blank");
}
```

Manuell auf die oberste Ebene zu legen, damit der Klick erfolgreich ausgeführt werden kann. Optional kann bei der Target-Bestimmung des Fensters ebenfalls eine Variable benutzt werden, um eine nachträgliche Veränderung allein durch den Steuercode zu ermöglichen – ohne dass die Flashdatei ein weiteres Mal angepasst werden muss.

```
> on (release) {
  getUrl(clickTag, clicktarget);
}
```

In diesem Fall werden sowohl ClickTag als auch ClickTarget als Variable an die Flash-Datei gehängt, z. B. folgendermaßen:

```
> PARAM NAME=movie
  VALUE="flashfile.swf?clickTag='+escape(Ads_ClickUrl)+'&clicktarget=_blank"}
```

Grund: Nur so kann vermarkterseitig ein ClickTracking erfolgen, da die eigentliche Zieladresse umgeleitet wird. Zusätzlich werden auch Multilinks unterstützt, diese müssen nach dem Schema: ClickTag1, ClickTag2, ClickTag3, etc. differenziert werden. Es werden bis zu 10 verschiedene Links unterstützt. Diese werden jedoch derzeit im Reporting nicht differenziert ausgewiesen.

Werbemittel Spezifikation

Flash

Bei Flash-Dateien, welche ad pepper media physisch vorliegen, bestehen folgende Anforderungen:

- > Angabe der Flashversion, Klick-URL, Information über Actionscripte (sofern verwendet)
- > **GIF oder JPG als Fallback** im Format der gebuchten Werbeform für User die kein Flash installiert haben (entsprechend der Image Ad Spezifikation) und entsprechender **Sniffer code**
- > **wmode=opaque** für Banner, Content ads und Skyscraper (hiermit wird vermieden, dass diese Werbemittel Flash layer überlagern)
- > **max 12 fps** (Frames per Second)}

Trackingmethode der Adclicks: die Schaltflächen sollten auf der obersten Ebene liegen, einheitlicher Standard ist die ["Clicktag"-Methode](#).

Flash Werbemittel via 3rd Party Advertising

- > **Verlinkung:** Verlinkung muss ein neues Fenster öffnen
- > Flash muss mit Erkennungsscript (Sniffer code) und Fallback-Image eingebucht werden
- > Einsatz wmode:
wmode muss bei Flash angegeben werden: wmode=opaque
- > Flash 3rd Party Secure Server: bei Einsatz von Flash in HTTPS Seiten müssen CODEBASE und PLUGINSPAGE weggelassen werden, da ansonsten vor unsicheren Elementen in der Site gewarnt wird
- > **Zu ersetzende Variablen:** zwingend erforderliche Angabe, welche Variablen im Tag wie ersetzt werden sollen
- > **Re-direct-Technologie:** die Möglichkeit der Übergabe einer re-direct URL muss gegeben und dokumentiert sein, so dass der Vermarkter die Clicks mitzählen kann

Werbemittel Spezifikation

Flash layer

Für Flash layer sind folgende Anforderungen notwendig:

- > Angabe der Flashversion, Klick-URL, Information über Actionscripte (sofern verwendet)
- > Sofern nicht Universal Flash layer, mögliche Größe vorher bei ad pepper media anfragen

- > **Trackingmethode der Adclicks**
- > einheitlicher Standard ist die [„Clicktag“-Methode](#)
- > wmode = transparent (object UND embed)
- > **Sound:** optional, erst auf Useraktion (Klick/**MouseOver**), keine Loops
- > **Close:**
 - Autoclose-Funktion nach 10 Sek.
 - Close-Button rechts oben gut sichtbar platzieren
- > Browser-Kompatibilität (IE, Firefox, Netscape, Opera) muss sichergestellt sein

Übrigens: Ein fertiges Flash-Werbemittel können Sie mit dem Werbemitteltester des OVK kontrollieren.

Flash layer via 3rd Party re-direct

- > Sofern nicht Universal Flash layer, mögliche Größe vorher bei ad pepper media anfragen
- > **Positionierung vorher erfragen:**
 - Die Positionierung ist abhängig vom durch ad pepper media definierten Contentbereich
 - Positionierung erfolgt durch Übergabe im Tag oder Variablen-Definition in Javascript

Javascript Variante: die Variablen-Übergabe erfolgt über die Variablen adlayer_x und adlayer_y.

Tag Variante: bei Anlieferung des Tags muss dokumentiert sein, welche Angaben im Tag zur Positionierung zu machen sind.

- > **Eindeutige IDs:** alle verwendeten Elemente müssen eindeutige IDs haben (Bei mehreren Objekten durchnummerieren adlayerobject1 usw...)
Object ID: id=adlayerobject für das flash object
- > Bei Akzeptanz von DIVs
id=adlayerdiv
- > Browser-Kompatibilität (IE, Firefox, Netscape, Opera) muss sichergestellt sein

Werbemittel Spezifikation

Flash layer -Sonderformen

Expandable Banner

Grundsätzlich gelten alle Spezifikationen aus Flash/Flash layer mit den zusätzlichen Anforderungen:

- > Ein- und Ausrollen wird über Action „script“ gesteuert
- > Ausrollen: Mouse-over
- > Einrollen: Mouse-out
- > Flüssiger Bewegungsablauf des Ein/Ausrollens muss gewährleistet sein
- > Browser-Kompatibilität (IE, Firefox, Netscape, Opera) muss sichergestellt sein
- > Banner muss in jedem Zustand klickbar („clickTag“-Methode) sein

Splitscreen

Grundsätzlich gelten alle Spezifikationen aus Flash/Flash layer mit den zusätzlichen Anforderungen:

- > 50% der Fläche halbtransparent
- > Blendet sich mit einem Roll-Effekt ein (rechts nach links)
- > Blendet sich nach 10 sec. Mit einem Roll-Effekt (links nach rechts) wieder selbsttätig aus
- > Ist jederzeit über einen „close“-Button vorzeitig ausblendbar
- > Gesamte Fläche klickbar



Werbemittel Spezifikation

Content sensitive ads

In Text ads

Grundsätzlich handelt es sich bei InText-ads um context-sensitive Anzeigemechanismen, die über ein Mouse-over auf entsprechend unterstrichenen Textstellen ausgeliefert werden. Die InText-Blase ist über ein Schließkreuz jederzeit schließbar. Eine Gestaltung des InText-Fensters ist nicht möglich – dieser ist vom System vorgegeben. Die Buchung von InText ads erfolgt über Keywords. Enthält der Content der Platzierungen mindestens eins der Keywords kann die Werbung bei einem Mouse-over des Users angezeigt werden. Die Keyword-Liste ist vom Kunden zu definieren.

InText Textlink

Bei einem Textlink ad wird ausschließlich ein Textinhalt wiedergegeben.



Daraus ergeben sich die folgenden Anforderungen:

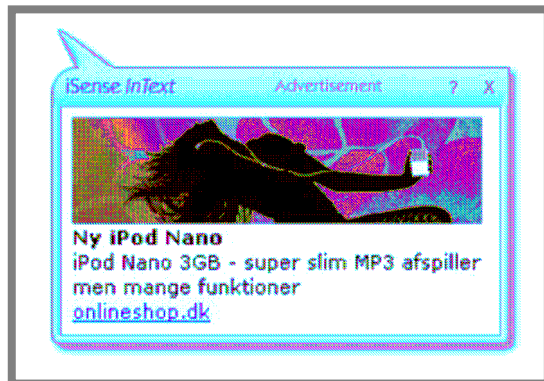
- > Überschriften, Text, Textfarbe/Größe/art
- > Linktext, Click-Url
- > Grundsätzlich besteht eine Maximalgröße der InText-Blase von 300x250 Pixel – dementsprechend ist die Zeichengröße zu wählen
- > Es besteht ein Maximum an 250 Zeichen
- > Keyword-Liste

Werbemittel Spezifikation

Content sensitive ad

InText Text/Bild Kombinationen

Folgende Kombinationen sind mit Bild und Text möglich:



1. Bild: 234x60 oben zentriert +Text



2. Bild: 125x125 rechtsbündig + Text

Daraus ergeben sich die folgenden Anforderungen:

- > GIF/JPG nach [Standardspezifikationen](#)
- > Überschriften, Text, Textfarbe/Größe/art
- > Linktext, Click-Url
- > Grundsätzlich besteht eine Maximalgröße der InText-Blase von 300x250 Pixel – dementsprechend ist Zeichenanzahl, Zeichengröße und Bildgröße zu wählen
- > Keyword-Liste

InText Video ad mit Textlink/HTML Elementen

Besteht eine Kombination des Videos mit anderen Elementen (Bilder, text, o.ä.) darf die Gesamtgröße aller Elemente die Dimension 300x250 nicht übersteigen.

Bei der Gestaltung des Werbemittels ist nur eine Tabellenstruktur (table) zulässig – Layer (div, etc.) werden nicht unterstützt.

- > Style-Definitionen nur wenn unbedingt nötig verwenden und ausschließlich in „inline“- Form
- > Für den Video-Teil gelten ansonsten zusätzlich alle Anforderungen aus „Video ad“

Werbemittel Spezifikation

Content sensitive ads

InText Video ads

- > Das Video darf ausschließlich in Flash (swf) physikalisch vorliegen
- > Flash muss nach Adobe/doubleclick-Norm klickbar sein; mit [Clicktag-Parameter](#)
- > Re-directs werden nicht unterstützt
- > Das Flash-File darf die Maximalgrenze von 700 KB nicht übersteigen
- > Die Abspieldauer sollte nicht länger als 10 Sek. betragen
- > Das Video als alleinstehendes ad darf eine Größe vom 300x250 nicht überschreiten
- > Der Ton muss an/ausschaltbar sein
- > Der Ton darf sich erst bei einem Mouse-over aktivieren und bei Mouse-out muss eine Stummschaltung erfolgen
- > Der Ton darf nicht loopen



Sonderformen

Sind auf Anfrage von ad pepper media bei Vorlage von Spezifikationen gegen entsprechende Set-up Gebühren möglich.

Werbemittel Spezifikation

Interstitial

Unter einem Interstitial ist eine annähernd bildschirmfüllende Vorschaltseite zu verstehen, die nach einer definierten Zeit ohne weitere Interaktion mit dem Werbemittel oder per Textlink auf die eigentliche Zielseite verlinkt. Ein Interstitial kann unmotiviert (also ohne Interaktion des Users) als eine Art Pop-up erscheinen oder aber per Click auf eine Banner, einem Textlink oder einem Navigationspunkt innerhalb der belegten Platzierung.

Folgende Anforderungen für Interstitials müssen berücksichtigt werden:

- > Filegrößen wie bei Flash/layer/HTML Banner sind einzuhalten
- > Redirects sind möglich – hier behält sich ad pepper media vor bei zu langen Ladezeiten das Werbemittel zu deaktivieren
- > Alle Formate ab 800x600 bis 1024x768 werden akzeptiert
- > Bei Click-Tracking durch ad pepper media müssen die erforderlichen Parameter über die Werbemittel zur Verfügung gestellt werden
- > Weiterleitungs- URL (post interstitial Link)
- > Eventuelle Frequency Caps sind genau mitzuteilen
- > Auf Browser-Kompatibilität ist zu achten (IE, Firefox, Netscape, Opera)
- > Bei Werbemitteln mit Ton muss dieser deaktivierbar sein
- > Exit Traffic ist nicht zulässig
- > Bei Weiterleitung zur Zielseite in das Interstitial Fenster muss ein komplettes Browserfenster geöffnet werden (Scrollbars, Navigation, etc.)

Werbemittel Spezifikation

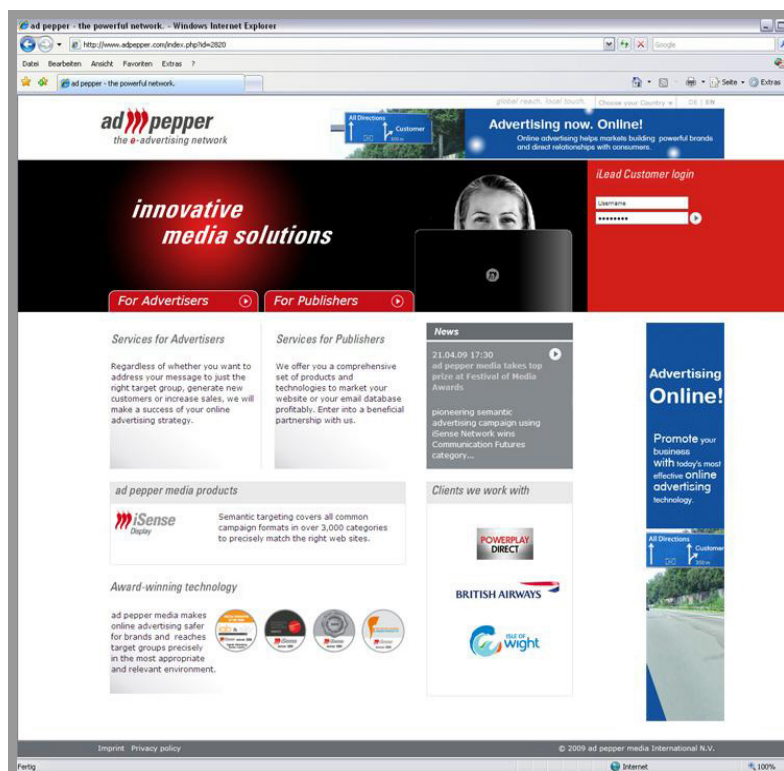
Multi component ads

Wallpaper

Ein Wallpaper besteht klassischerweise aus zwei Komponenten:

- > Einem horizontalen Teil meistens Big size 728/767/x90/107
- > Einem vertikalen Teil, Sky Scraper-Format, 120/160/180/200/210 Pixel Breite und 600 Pixel Länge

Diese werden nach folgendem Schema auf der Website angeordnet:



- > Zusätzlich wird eine Hintergrundanfärbung in HexCode benötigt
- > Für die Bannerkomponenten gelten die Spezifikationen für [GIF/JPG](#) / [Flash](#) / [Video-Banner](#)
- > Bei Schaltungen auf Seiten mit Sucheingabe (z.B. „das Telefonbuch“, „das Örtliche“, „gelbe Seiten“) darf das Werbemittel keine Formalkomponenten (Input-Felder, Checkboxes, Radio button, pull down, etc..) enthalten, da sonst die eigentliche Suchfunktion beeinträchtigt werden könnte.

Werbemittel Spezifikation

Multi component ads

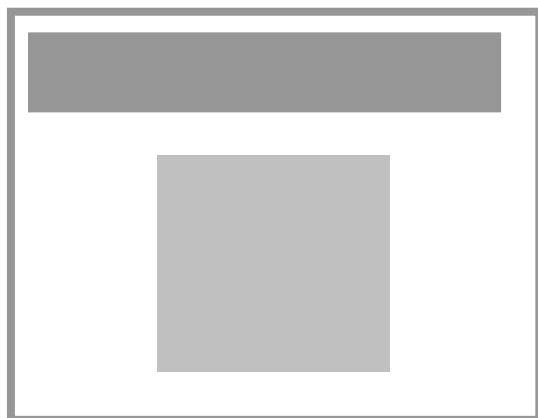
Hockeystick

Ein Hockeystick besteht wie das Wallpaper aus 2 Komponenten. Jedoch ohne Hintergrund-Einfärbung. Für Anforderungen siehe Wallpaper.



Tandem

Ein Tandem besteht aus 2 Motiven, die gleichzeitig eingeblendet werden - die nicht miteinander verbunden sein müssen. Zum Beispiel: Banner und layer, Sky und layer oder Banner und Sky

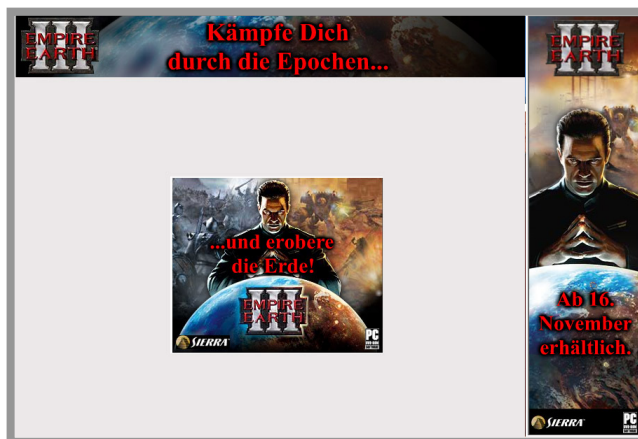


Werbemittel Spezifikation

Multi component ads

Tridem

Das Tridem besteht aus dem klassischen Winkel aus Big size und Sky, ist jedoch noch mit einem weiteren Banner oder Layer kombiniert.



Für diese Werbeform gelten die Spezifikationen für [GIF/JPG](#) / [Flash](#) / [Video-Banner](#), bzw. Flash-layer – ansonsten gelten die Anforderungen von Wallpaper.

Werbemittel Spezifikation

Pop -under

- > grundsätzlich sind alle Formate bis 800x600 möglich
- > bei HTML Pop-under gilt eine Obergrenze von 30 KB (physisch/re-direct)
- > im Content des Pop-under dürfen sich keine Anwendungen befinden, die den Cursor in das Pop-under- Fenster ziehen
- > das Pop-under darf keine neuen Pop-under launchen (cascadierend)
- > Fensterinstanz muss von ad pepper media initiiert werden
- > exit Traffic vom Pop-under aus ist nicht zulässig
- > kein automatisch startender Ton, keine Soundloops
- > es gelten gleichfalls die Spezifikationen von [Flash](#) / [GIF](#) / [JPG](#)

Sonderformen:

- > Site-under: hier wird ein vollwertiges Browserfenster mit der Startseite des Werbetreibenden im Format max. 1024x768 ausgeliefert
- > Bei Site-under gilt die Obergrenze von 30 KB nicht, ad pepper media behält sich jedoch vor bei unangemessenen Ladezeiten die Kampagne zu stoppen
 - Scrollbars müssen vorhanden sein
 - Im Content des Site-under dürfen sich keine Anwendungen befinden, die den Cursor in das Site-under-Fenster ziehen
 - Fensterinstanz muss von ad pepper media initiiert werden
 - kein automatisch startender Ton, keine Soundloops
- > Pop Up: nur auf Anfrage und bis zu einem Format 400x400
 - Positionierung muss je Platzierung vereinbart werden
 - Fensterinstanz muss von ad pepper media initiiert werden
- > keine Soundloops

Werbemittel Spezifikation

Textlinks

Da es sich bei Textlinks nicht um eine permanente Werbefläche handelt, ist jedoch eine Erzeugung temporärer ad tags oder eine Content-Integration mit dem Platzierungspartner(n) notwendig. Hierzu muss zunächst beim Publisher angefragt werden. Mit einer zusätzlichen Vorlaufzeit ist demnach zu rechnen. Sollte eine Auslieferung über den Ad Server nicht möglich sein, muss zusätzlich ein Trackingpixel angeliefert oder ein Reporting vereinbart werden.

Grundsätzlich muss angeliefert werden:

Anlieferung als physische Werbemittel:

- > Ziel URL
- > Linktext, optimalerweise mindestens 3 Versionen
- > Max. 80 Zeichen in max. 5 Zeilen

Textlinks werden von den Publishern auf Farbe und Schriftart/-größe angepasst.

Werbemittel Spezifikation

Video ads

Grundsätzlich kann die Auslieferung von Video ads über alle Standardformate erfolgen. Es empfiehlt sich jedoch nur großflächige Formate, wie das Rectangle, das Medium rectangle oder den Widesky zu verwenden. Bei angelieferten Video ads kommt die Streaming Technologie DART motif zum Einsatz.

Folgende Anforderungen an die Werbemittel müssen erfüllt werden:

Anlieferung als physische Werbemittel:

- > Die Dateien werden über DART motif konvertiert –daraus ergeben sich folgende Anforderungen:
 - Anlieferung des Videofiles als *.avi, *.mpeg, *.swf, *.wmv, *.mov, real-Player-Dateien
 - Die Abspieldauer muss unter 30 sec liegen
 - Eine Click URL muss vorliegen
 - Eine Player-Oberfläche als „*.fla“-File muss mit angeliefert werden
- > Ein Fallback GIF/JPG muss als Ersatz für das Video vorliegen
- > Aufgrund der Konvertierungsarbeiten und der Playererstellung ist mit einer Vorlaufzeit von Werktagen zu rechnen. Die Rohdateien sollten so früh wie möglich vorliegen.

Anlieferung als re-direct:

- > Die Abspieldauer muss unter 30 sec liegen
- > Re-direct muss einen Parameter enthalten, der es ad pepper media ermöglicht seine Tracking-URL einzusetzen
- > Der 3rd Party Server muss eine Bandbreitenabschätzung gewährleisten, um je nach Verbindungsperformance eine angemessene Datendichte zu streamen. Üblich sind 3 Qualitäten für niedrige/mittlere/hohe Verbindungsgeschwindigkeit.
- > ad pepper media behält sich vor re-directs bei zu langen Ladezeiten/zu hoher Clientbelastung zu deaktivieren

Werbemittel Spezifikation

Sticky Ad

Das Sticky Ad ist eine Werbeform in der Größe eines Buttons (100 px x 140 px), das selbst beim Scrollen der Seite immer sichtbar bleibt.

Die Besonderheit des Sticky Ad liegt darin, dass dieses Werbemittel immer im Blickpunkt des Users bleibt, auch wenn dieser im Inhalt der Webseite nach unten scrollt.

Die Umsetzung des Sticky Ad beim Skyscraper ist ebenso möglich, wie der Einsatz in Wallpapern.

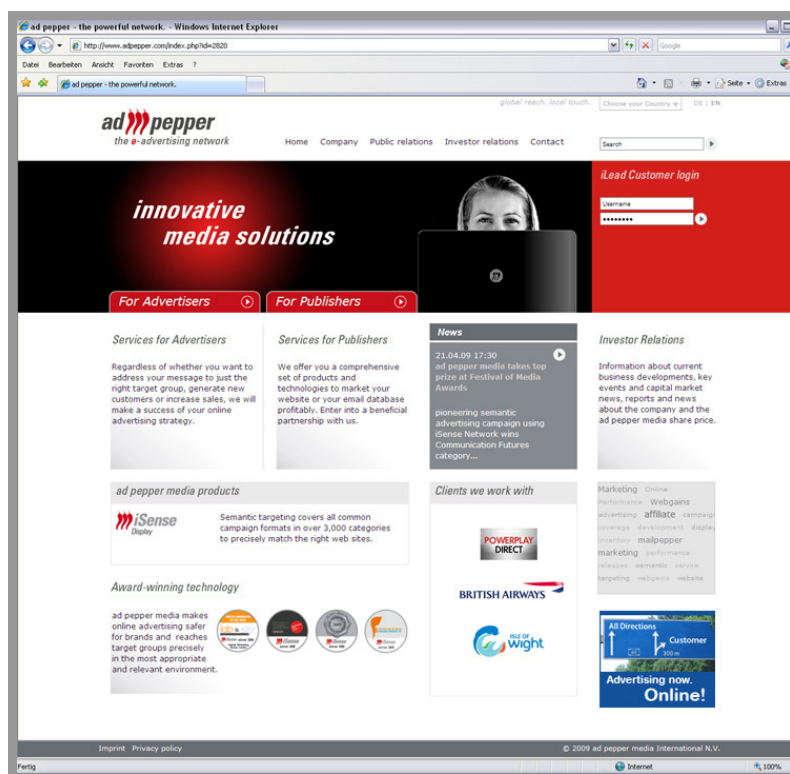
Folgende Anforderungen für das Sticky AD müssen berücksichtigt werden:

- > Filegrößen wie bei Flash/layer/HTML Banner sind einzuhalten
- > Redirects sind möglich – hier behält sich ad pepper media vor bei zu langen Ladezeiten das Werbemittel zu deaktivieren
- > Alle Formate ab 100x140 bis 160x600 werden akzeptiert
- > Bei Click-Tracking durch ad pepper media müssen die erforderlichen Parameter über die Werbemittel zur Verfügung gestellt werden
- > Eventuelle Frequency Caps sind genau mitzuteilen
- > Auf Browser-Kompatibilität ist zu achten (IE, Firefox, Netscape, Opera)
- > Bei Werbemitteln mit Ton muss dieser aktivierbar/deaktivierbar sein
- > Der Bewegungspfad unterhalb des Sticky Ad 's muss frei bleiben.

Werbemittel Spezifikation

Sticky Button

Bei einem Textlink ad wird ausschließlich ein Textinhalt wiedergegeben.

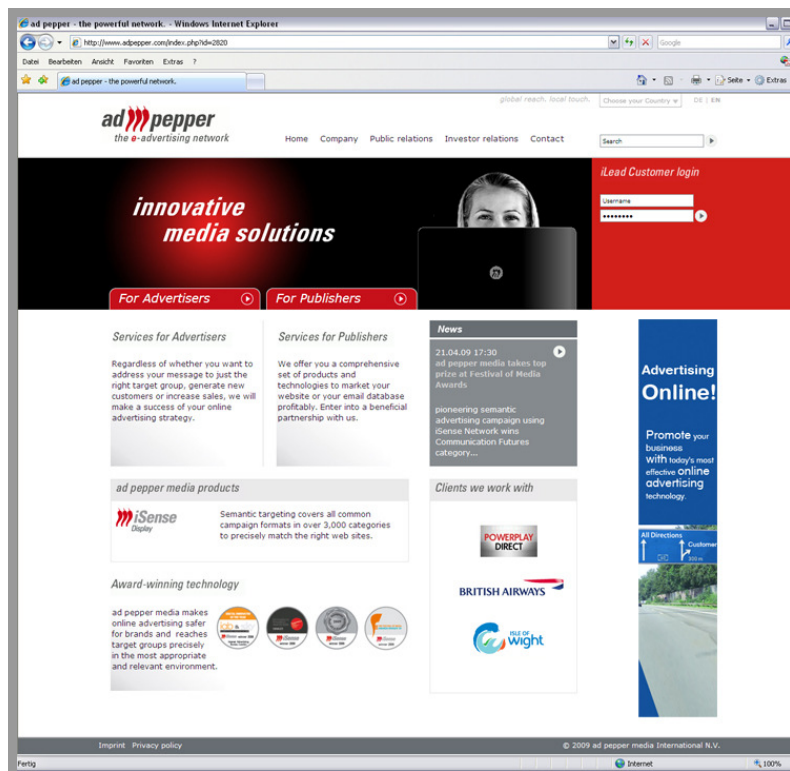


Für die Bannerkomponenten gelten die Spezifikationen für:

- > [GIF/JPG](#) / [Flash](#) / [Video-Banner](#)

Werbemittel Spezifikation

Sticky Sky



Für die Bannerkomponenten gelten die Spezifikationen für:

- > [GIF/JPG](#) / [Flash](#) / [Video-Banner](#)