
Das Premium-Netzwerk im Norden

Technische Spezifikationen Display Ads

Stand: Januar 2012



Anlieferung der Werbemittel	3
Standardformate	4-6
Layer Ad	5
Banderole Ad	6
Sonderformate	7-11
Tandem Ad	8
Wallpaper	8
Expandable Wallpaper	9
Branding Day	10
Interstitial	11
Technische Informationen	12-20
Flash	13-15
Expandable	16
Streaming	17-19
Redirects	20
Kontakt	21

Die Werbemittel für Standardformate müssen mindestens 3 Werktage, für Sonderformate 5 Werktage vor Kampagnenstart unter Angabe von

- ┌ Ansprechpartner
- ┌ Kunde
- ┌ Kampagne
- ┌ Zeitraum

an adserver@nordclick.info angeliefert werden.

Zusätzlich zur Flash-Datei (.swf) benötigen wir ein Fallback Image (.gif oder .jpg) für Website-Besucher, die kein Flash-Plug-in verwenden, sowie eine Ziel-URL.

3rd Party Redirects bitte nur in einem File als Anhang senden und nicht als Text einfügen.



Format	Größe max. (Pixel)	Größe expanded (Pixel)	Gewicht Image (KB)	Gewicht Flash (KB)
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 Ad	450 x 450			40
Banderole Ad (nur physisch)	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, falls keine Funktion wie z. B. Smart-Downloading (Eyeblaster) zur Verfügung steht.



Layer Ad

- ┌ Die Animationszeit des Flash Layers darf max. 8 bis 12 Sekunden betragen. Danach muss sich die Werbeform automatisch schließen (Auto-Close).
- ┌ Der Flash Layer muss klar als Werbung erkennbar sein, wenn nötig z. B. durch die Worte „Anzeige“ oder „Werbung“ gekennzeichnet sein.
- ┌ Jeder Flash Layer muss einen deutlich sichtbaren Close-Button haben. Dieser muss mindestens 20 x 20 Pixel groß sein. Des Weiteren 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 sollte mit einem Kreuz und dem Wort „schließen“ oder „close“ versehen sein und es dem User jederzeit erlauben, das gesamte Werbemittel zu schließen.
- ┌ Nur sichtbare Elemente dürfen klickbar sein, durchsichtige Bereiche dürfen nicht mit Schaltflächen versehen werden.
- ┌ Der Flash Layer darf sich ausschließlich unterhalb des Headers und rechts von der Navigation am linken Seitenrand bewegen.
- ┌ Ansonsten gelten die allgemeinen Flash-Spezifikationen.

Close-Button

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

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



Banderole Ad

Ein Banderole Ad legt sich von rechts nach links über die Website. Klickt der User auf den Close-Button, schließt sich das Banderole Ad, es erscheint jedoch am rechten Bildschirmrand ein Öffnen-Button. Klickt der User auf diesen Button, so schiebt sich das Banderole Ad von rechts nach links über die Website.

- ┌ Die Animationszeit darf max. 8 bis 12 Sekunden betragen. Danach muss sich die Werbeform automatisch schließen (Auto-Close).
- ┌ Redirects sind leider nicht möglich, es wird das physische Werbemittel benötigt.
- ┌ Streaming ist möglich, Besonderheiten dazu unter Technische Informationen
- ┌ Ansonsten gelten die allgemeinen Flash-Spezifikationen.

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.

X
Open Banderole

X
Close Banderole

Format	Größe max. (Pixel)	Gewicht Flash (KB)
Tandem Ad	Superbanner oder Skyscraper + Layer Ad	40 (je Format)
Wallpaper	Superbanner + Skyscraper + Hintergrundfarbe	40 (je Format)
Branding Day	Superbanner + Skyscraper + Hintergrundfarbe + Medium Rectangle + Content Teaser 440x250	40 (je Format)
Interstitial	max. 800 x 600	40

Bei allen Sonderformaten sind die Werbemittel immer physisch anzuliefern!



Tandem Ad

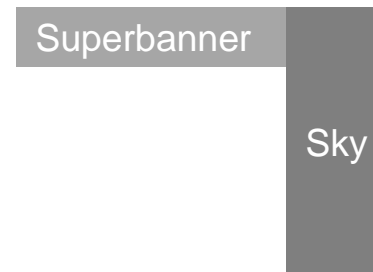
Das Tandem Ad setzt sich aus 2 Werbemitteln zusammen. Mögliche Kombinationen sind ein Superbanner & Layer Ad oder ein Skyscraper & Layer Ad. Weitere Formate auf Anfrage möglich. Die Position des Layers muss in jedem Falle durch uns einstellbar sein. Bei Layern, die zu dem anderen Werbemittel eine spezielle Positionierung einnehmen müssen, bitten wir um vorherige Absprache.

Wallpaper

Für Wallpaper-Kampagnen sind die Werbemittel immer physisch anzuliefern!

Das Wallpaper setzt sich aus 2 Dateien, einem Superbanner und einem Skyscraper zusammen. Die Werbemittel dürfen jeweils nicht größer als 40 KB sein. Die Anordnung von Superbanner und Skyscraper erfolgt nach folgendem Schema:

Der Skyscraper liegt immer **rechts neben** dem Superbanner.



Ist eine Hintergrundeinfärbung gewünscht, benötigen wir den Hexadezimalcode (z. B. #000000). Besser noch ist ein Image (.gif oder .jpg) mit der Hintergrundfarbe, Größe 800 x 5 (B x H).

Expandable Wallpaper

Ein Expandable Wallpaper ist in der Grundform ein Wallpaper. Bei Mouse-Over expandiert entweder der Skyscraper nach links oder das Superbanner nach unten.

Folgende Werbemittel sind erforderlich:

- ┌ Superbanner 728 x 90 (expanded 728 x 360).
- ┌ Skyscraper max. 200 x 600 (expanded 480 x 600).
- ┌ Es darf immer nur ein Teil expandieren, entweder Superbanner oder Skyscraper.

Die Werbemittel dürfen jeweils nicht größer als 40 KB sein.

Hinweis:

Beachten Sie, dass bei einem Expandable Wallpaper der Skyscraper nicht direkt an den Superbanner andockt, sondern rechts oben draufliegt und beim Expandieren nach links über den Superbanner geht.

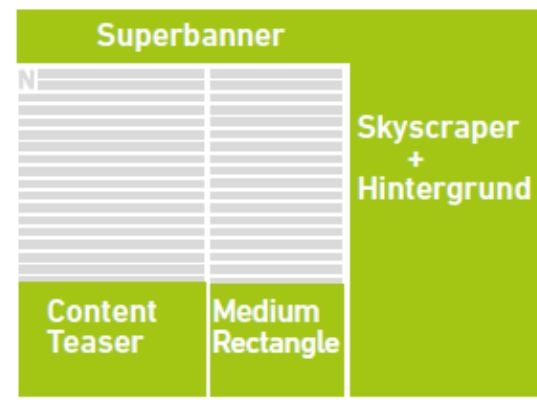
Für den technischen Aufbau der Expandable-Werbemittel beachten Sie bitte unbedingt unsere Flash-Spezifikationen für Expandable Ads.



Branding Day

Branding Day setzt sich aus folgenden Dateien zusammen:

- ▮ Superbanner 728 x 90
- ▮ Skyscraper 160 x 600
- ▮ Hintergrundfarbe
- ▮ Medium Rectangle 300 x 250
- ▮ Content Teaser 440 x 250



Das Content Teaser wird innerhalb des redaktionellen Contents (in der linken Spalte) eingebunden und erscheint links vom Medium Rectangle. Es gelten die allgemeinen Flash-Spezifikationen, die Werbemittel dürfen jeweils nicht größer als 40 KB sein.

Interstitial

Das Interstitial ist ein Fullscreen Flash Layer und öffnet sich über den gesamten Bildschirm auf der gerade geöffneten Website.

- ┌ Die Animationszeit des Interstitials darf max. 10 Sekunden betragen. Danach muss sich das Format automatisch schließen (Auto-Close).
- ┌ Das Interstitial muss klar als Werbung erkennbar sein und ggf. mit dem Wort „Anzeige“ oder „Werbung“ versehen werden.
- ┌ Das Interstitial muss einen sichtbaren Close-Button haben. Dieser muss mindestens 20 x 20 Pixel groß sein. Des Weiteren 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 sollte mit einem Kreuz und dem Wort „schließen“ oder „close“ versehen sein und es dem User jederzeit erlauben, das gesamte Werbemittel zu schließen.
- ┌ Nur sichtbare Elemente dürfen klickbar sein, durchsichtige Bereiche dürfen nicht mit Schaltflächen versehen werden.
- ┌ Ansonsten gelten die allgemeinen Flash-Spezifikationen.

Close-Button

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

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

Komplexe Animationen in den Werbemitteln können zu einer erhöhten CPU-Last führen. Das Werbemittel darf nicht mehr als 10 % Auswirkung auf die CPU-Last eines durchschnittlichen Rechners haben.

Um eine hohe CPU Last zu vermeiden, sind nicht mehr als 25 Frames pro Sekunde erlaubt – optimal sind 18 Frames pro Sekunde. CPU-intensive Werbemittel mit einer Frame-Rate größer als 25 werden nicht akzeptiert.

Weitere Infos unter:

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

Flash

Anlieferung

Benötigte Informationen:

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

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(““);`*

wmode

Umgang mit wmode: wmode = opaque oder wmode = transparent (für Superbanner, Skyscraper und Content Ads). Hiermit wird vermieden, dass diese Werbemittel Flash Layer überlagern.

Für Layer und Banderole-Ads gilt: wmode = opaque.

Hinweis

User dürfen nicht per Pop-up gezwungen sein, ein Plug-in zu installieren. Werbemittel dürfen nicht als Windows-/Mac-/Unix-Infoboxen oder Fehlermeldungsboxen dargestellt werden oder auf andere Art zu Verwechslungen mit Systemmeldungen führen.

Trackingmethode der Klicks

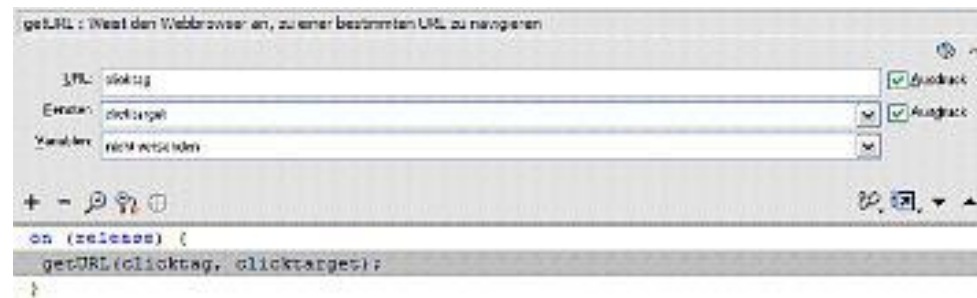
Definieren Sie für alle Bereiche des Flash-Banners, die klickbar sein sollen, einen Button. Ordnen Sie diesem Button das Ereignis „getURL“ zu, welches ausgeführt werden soll, wenn der Benutzer mit der Maus auf das Banner geklickt und die Maustaste wieder losgelassen hat.

Einheitlicher Standard ist die „clickTag“-Methode:

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

Die Funktion im swf-File lautet:

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



In diesem Fall werden sowohl „clickTag“ als auch „clicktarget“ als Variable an die Flash-Datei gehängt.

Trackingmethode der Klicks

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.

Sollten die Werbemittel **mehrere klickbare Bereiche** mit verschiedenen Link-URLs 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/>



Expandable

Expandable Ads zeichnen sich durch eine Ausdehnung in eine bestimmte Richtung aus, wenn der User eine Aktion durchführt. 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 Back-up Image muss für die User mit geliefert werden, die das Flash-Plug-in nicht installiert haben. Die Größe hier für muss der Größe des nicht expandierten Teils des Ads entsprechen (jpg. oder gif.).

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.

Streaming

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

- ┌ Die Auslieferung des Werbemittels erfolgt über einen Redirect des Dienstleisters. Bitte beachten Sie deshalb dessen Spezifikationen zur Anlieferung der Werbemittel.
- ┌ Ein Spot sollte die Länge von 30 Sekunden nicht überschreiten.
- ┌ Der Ton darf nur auf Useraktion (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.
- ┌ Geben Sie den Usern auch die Möglichkeit, sich den Spot ein weiteres Mal anzuschauen.
- ┌ Ein automatisches Looping des Werbespots ist allerdings nicht erlaubt.
- ┌ Nutzen Sie die Möglichkeit der Bandbreitenabfrage, um dem User eine optimale Qualität des Streamings zu gewährleisten.

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 Nordclick 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");
```

Streaming

Besonderheiten von Streaming Banderole:

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 auch hinzugefügt werden.

Bei 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 – dieser ist wie bei einer normalen Banderole ein Gif oder JPG.



Redirects

Alle Standard-Werbemittel können über 3rd Party Redirects ausgeliefert werden. Dafür gelten folgende Voraussetzungen:

- ┌ Die Verlinkung muss ein neues Fenster öffnen.
- ┌ Auch bei 3rd Party Redirects muss immer ein wmode definiert sein:
 - ┌ wmode=transparent oder wmode=opaque
 - ┌ für Layer und Banderole-Ads gilt wmode=opaque
- ┌ Es dürfen keine Cookies über den Redirect gestreut werden.
- ┌ Bei Flash Layern wird die Position von Nordclick vorgenommen. Hierzu bitte bei Anlieferung des Layers auch die Positionierungsangaben hinzufügen.





Haben Sie noch weitere Fragen?

Bitte senden Sie technische Anfragen an unser Admanagement adserver@nordclick.info

Ihre Werbemittel senden Sie bitte an adserver@nordclick.info

Nordclick GmbH & Co. KG

Fleethörn 1-7

24103 Kiel

Fon 0431 530256-0

Fax 0431 530256-29

adserver@nordclick.info

www.nordclick.info

