

Produktionsanleitung

Mobile Ricchi Ad

Spezifikationen

HTML5, 3rd Party Tag, Tag in Tag

| | |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Masse | 320x416px (Dahinter sollten doppelt so grosse Grafiken in den Massen 640x832px liegen, damit die Werbung auf Retina-Displays scharf dargestellt wird.) |
| Gewicht | max. 100KB |

JPG, GIF, PNG

| | |
|----------------|-----------------------|
| Masse | 320x416px / 640x832px |
| Gewicht | max. 100KB |

Allgemeine Ad-Richtlinien

| | |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Animationen | Die Länge der Animation innerhalb eines Werbebanners ist nicht begrenzt. Jedoch liegt die empfohlene Maximallänge bei 30 Sekunden. |
| Ton | Aktivierung nur durch User-Interaktion. |
| Flash | Flash-Dateien sind nicht erlaubt. |
| SSL | Alle Thirdparty-Tags, Tag-in-Tags und Referenzen in einer HTML5-Datei müssen via SSL (https://) ausgeliefert werden. |
| HTML5 | <ul style="list-style-type: none"> – Das Maximalgewicht (gem. Specs) bezieht sich auf alle Dateien zusammen in ungezipptem Zustand. – Die Ziel-URL und Trackings müssen im HTML5 Banner hinterlegt sein. – Die Ziel-URL muss in einem neuen Tab geöffnet werden (target='_blank'). – Werbemittel-Tests müssen lokal im Browser möglich sein. – UTF-8 Kodierung – Sonderzeichen, die mit UTF-8 im Browser nicht korrekt dargestellt werden, müssen manuell kodiert werden (Beispiel [ä] anstelle von ä). – Referenzen im Werbemittel auf externe Ressourcen (JS-Libraries, Videos, Fonts) müssen alle via SSL (https://) ausgeliefert werden. |
| Skip Button | Um den "Skip-Button" für Instream-Videos zu aktivieren, die einen VAST-Redirect verwenden, muss der Parameter "Skip Off-Set" vom Kunden in der VAST-Umleitung hinzugefügt werden. |

Hinweise zur Ausstrahlung

- Ein rechtzeitiger Kampagnenstart wird nur garantiert, wenn die Anlieferfristen eingehalten werden.
- Der Werbetreibende ist für die reibungslose Funktion der Werbemittel verantwortlich.
- Eine Kampagne kann zurückgehalten werden, wenn sie nicht den Spezifikationen entspricht.
- Werbemittel werden auf den gängigsten Devices, Bildschirmauflösungen und Browsern getestet. Gewisse individuelle Einstellungen oder Konfigurationen können dazu führen, dass es bei der Anzeige der Werbemittel zu Abweichungen kommen kann.
- **Lieferfristen** 5 Arbeitstage vor Kampagnenstart.
- **Datenanlieferung** aymo@apgsga.ch

Links

Allgemeine Richtlinien Ad Manager

Anleitung ClickTags HTML Werbemittel Google

Anleitung ClickTags HTML Werbemittel Xandr