Produktionsanleitung digitale Werbemittel
Escalator ePanel

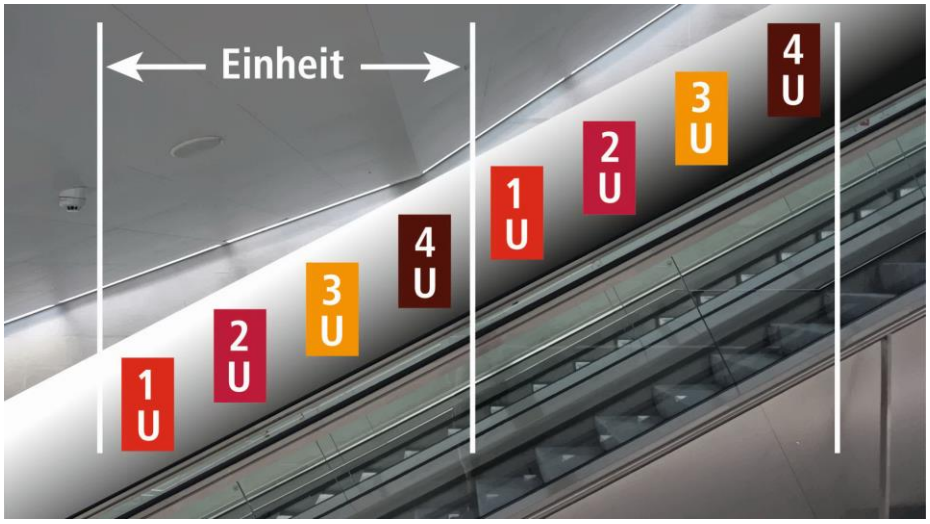
APG|SGA
Out of Home Media

Grundsätzliche Informationen

	Zürich	Lausanne	Genf
Standort	Hauptbahnhof Zürich	Métro M2	Cornavin
Anzahl Escalator ePanels	64	12	24
Anzahl Standorte	5	1 (Station Flon)	3
Anordnung	8, 12 oder 16	12	3 x 8
Neigungswinkel	27-28°	30°	30°
Abstand Bildschirmmitte zu Bildschirmmitte	1.11m	1.01m	1.13m

- Jeweils 4 aufeinanderfolgende Escalator ePanels bilden 1 Einheit.
- Alle Einheiten an den verschiedenen Standorten spielen denselben Content synchron ab.
- Innerhalb einer Einheit kann jedes Escalator ePanel einzeln angesteuert werden.
- Die Spezifikationen eines Escalator ePanels sind: LCD-Screen, 32", 9:16, Full HD (1080 x 1920 px).
- Escalator ePanels werden mit Standbildern oder Spots à 10 Sekunden bespielt, die jede Minute ausgestrahlt werden.
- Möglich sind statische Bilder und Filme.

Bildschirmabfolge «Down»: 3 Standorte in Zürich, Standort Lausanne und 2 Standorte in Genf



Bildschirmabfolge «Up»: 2 Standorte in Zürich sowie 1 Standort in Genf

Standorte

Die Escalator ePanels sind entlang von Rolltreppen fix an der Wand montiert.
Die Platzierung und Laufrichtung pro Standort entnehmen Sie bitte dem detaillierten Situationsplan.

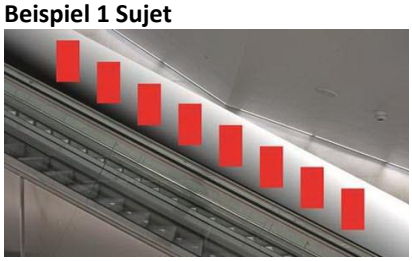
Spot

Escalator ePanels erlauben folgende kreative Umsetzungen:

1. Static

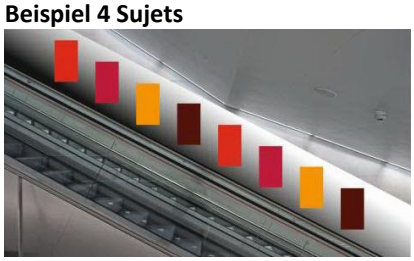
Das Format «Static» ist ein klassisches Standbild (ohne Bewegung). Da jede Einheit aus 4 aufeinanderfolgenden Escalator ePanels besteht, können maximal 4 Sujets angeliefert werden.

Beispiel 1 Sujet



Beispiel 2 Sujets

Beispiel 4 Sujets



3. Full-motion video

Das «Full-motion Video» ist ein in sich abgeschlossener Spot, der auch auf den Rail ePanels eingesetzt werden kann. Da jede Einheit aus 4 aufeinanderfolgenden Escalator ePanels besteht, können maximal 4 Sujets angeliefert werden.

3. Imageflows

Escalator ePanels lassen sich auch in Abfolge ansteuern, was eine nahtlose Bildabfolge - sogenannte Imageflows - ermöglicht. So kann jeweils über eine Einheit (4 Escalator ePanels) eine Story erzählt werden. Bei der Produktion muss der Abstand zwischen den Screens berücksichtigt werden.

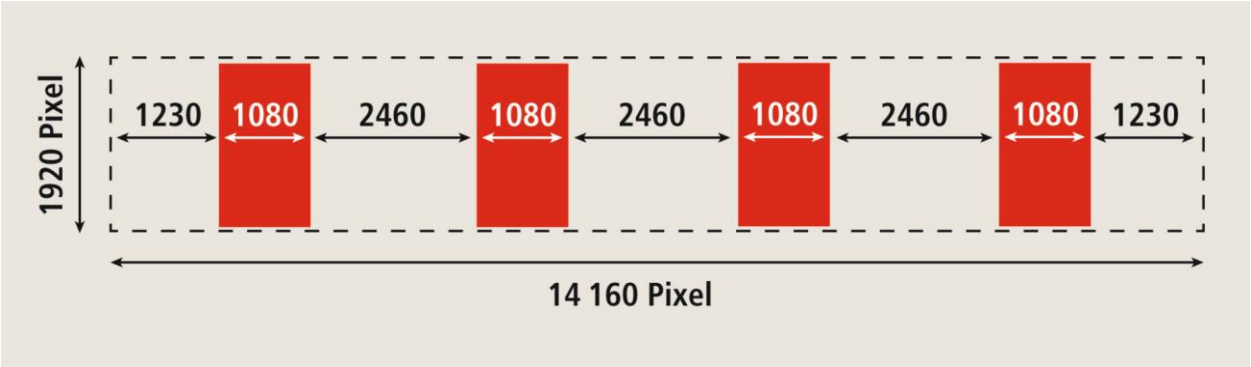
Wer die Laufrichtung der Rolltreppe in der Story berücksichtigt, muss bedenken, dass zwei Imageflows-Kreationen (insgesamt 8 Spots) angeliefert werden müssen: Entweder dieselbe Story in gespiegelter Form oder eine zweite Story, die der anderen Laufrichtung entspricht.

Spezifikationen

	Static	Full-motion video & Imageflows
Dateiformat	JPEG	MP4, MOV
Video Codecs	--	H.264/AVC für MP4 + MOV / Apple ProRes HQ für MOV
Bildbreite	1 080 px	1 080 px
Bildhöhe	1 920 px	1 920 px
Bildseitenverhältnis	9:16 bzw. 0.563	9:16 bzw. 0.563
Auflösung	72 dpi	--
Bildfrequenz	--	Konstant 25 oder 50 Bilder pro Sekunde Max. Toleranz Frames: - 0 Frames, + 3 Frames
Frame-Typ, Encode Mode	Nicht progressiv	Progressiv
Farbraum/-profil	sRGB	YUV
Chroma	--	4:2:0 für H.264 und 4:2:2 für Apple ProRes
Farbtiefe	24 bits, 8 bits pro Kanal	24 bits, 8 bits pro Kanal
Bitratenmodus	--	CBR oder VBR
Kompressionsqualität / Bitraten	beste Qualität	beste Qualität, da das Video ins Sendeformat gerendert wird
Sprache	gemäss Sprachregion	gemäss Sprachregion
Audio	ohne Audiospur	ohne Audiospur

Empfehlung für Imageflows

Für einen optimalen Übergang empfehlen wir eine Produktion mit einer Bildkomposition von 14 160 x 1 920 px und einem Abstand zwischen den Screens von 2 460 x 1 920 px.



Gestaltungstipps

- Einfache und klare Botschaft
- Markante Farben
- Mindestschriftgrösse von 75 Pixel

Gerne beraten wir Sie bei der kreativen Umsetzung oder stellen Ihnen Anschauungsbeispiele zur Verfügung.

Produktionspartner

Für die Erstellung Ihres Werbemittels empfehlen wir Ihnen mit einer spezialisierten Produktionsfirma zusammenzuarbeiten. Gerne nennen wir Ihnen auf Anfrage mögliche Produktionsfirmen.

Beschriftung der Werbemittel

Falls Sie mehrere Sujets anliefern, die in einer bestimmten Reihenfolge angeordnet sein sollen, dann beschriften Sie die Sujets bitte mit 1, 2, 3, 4. Falls eine differenzierte Ausstrahlung für die Laufrichtungen «Up» und «Down» gewünscht ist, dann beschriften Sie die Sujets bitte gemäss Situationsplan mit 1u, 2u, 3u, 4u bzw. 1d, 2d, 3d, 4d.

Digitales Werbemittel technisch prüfen

Bitte überprüfen Sie Ihr Werbemittel vor der Anlieferung im Rahmen unserer Spezifikationen.
Der Spot muss der Länge der reservierten Buchung entsprechen.

Still picture

Für die Überprüfung eignet sich das «XnView»-Tool, welches unter xnview.com heruntergeladen werden kann. Öffnen Sie die JPEG-Datei Ihres Standbilds im Tool und prüfen Sie über das Icon *Betrachten* oder mit der Tastenkombination *Ctrl+Eingabetaste,* die auf der rechten Seite aufgelisteten Eigenschaften auf deren Richtigkeit.

Animation classic / Imageflows

Für die Überprüfung eignet sich das «MediaInfo»-Tool, welches unter mediaarea.net heruntergeladen werden kann. Öffnen Sie das «MediaInfo»-Tool mit der Ansicht *HTML* und prüfen Sie danach Ihre Spotdatei.

Kontakt

Bei Fragen kontaktieren Sie bitte unsere digitale Logistik:
Telefon +41 58 220 79 55
E-Mail: logistik.digital@apgsga.ch

Anlieferung

Bitte laden Sie Ihre digitalen Werbemitteln bis jeweils **spätestens 5 Arbeitstage vor Ausstrahlungsbeginn** auf www.apgsga.ch/myapg