

Anlieferungsspezifikationen für HTML5 Werbemittel für Desktop, Tablet und Mobile

Werbeformen mit Rich Media Inhalten gehören zu den aufmerksamkeitsstärksten Werbeflächen, die die Online und Mobile Werbung derzeit zu bieten hat. Dabei erzeugen multimediale Banner, die Video und Ton miteinander verknüpfen, das größte Interesse. Eine Vielzahl an verschiedenen Formaten stehen dem Werbetreibenden für Branding, Produktpräsentation, Informationsvermittlung, Imagepflege oder Kaufaufforderung zur Verfügung.



Spezifikationen des anzuliefernden Materiales:

Komponente	Dateiformat	Anmerkung
Video *)	mov, avi, mp4	<p>Es werden ausschliesslich unkomprimierte Videodateiformate (.mov od. .avi) oder ein MP4 mit Standard-Codec h264 und möglichst hoher Bitrate akzeptiert; <u>folgende Video-Formate werden nicht akzeptiert</u>: analoge Videos, DVD-Videos, Real Media, FLV, SWF.</p> <p>Videos müssen in mindestens der Größe angeliefert werden, in der sie im Werbemittel dargestellt werden sollen, weil Videos, die in einem zu kleinen Format angeliefert werden, auf das erforderliche Maß vergrössert werden müssen, wodurch mit einem Qualitätsverlust zu rechnen ist. Ideale Videolänge ist bis zu 30 Sekunden.</p>
Hintergrundbild(er)	jpg, png od. psd (100% Qualität)	<p>Wenn das Hintergrundbild die ganze Fläche des Werbemittels ausfüllen soll, muss die Mindestgröße des angelieferten Bildes das Format des Werbemittels sein (z.B. für ein Medium Rectangle 300 x 250 Pixel, für ein Halfpage Ad 300x600 Pixel, etc.).</p> <p>Bei mobilen Werbemitteln kann zur besseren Darstellung auf Retina Displays das Werbemittel in doppelter Größe umgesetzt werden (z.B. ein Medium Rectangle mit 600 x 500 Pixel), in diesem Fall muss das Bild in der doppelten Größe angeliefert werden.</p>

Weitere Elemente	Nur png, psd, jpg (hohe Qualität), eps, tiff, ai, bmp, gif. Keine indd Dateien.	Gif-Grafiken werden nur dann akzeptiert, wenn im Werbemittel Animationen via Einzelbilder angewendet werden. Elemente sollten immer in der benötigten Grösse oder grösser angeliefert werden, um einen Qualitätsverlust beim Vergrössern zu vermeiden.
Texte	txt, doc, pdf	
Schrift	ttf, otf	Keine Apple Schriftarten!
Kampagnenunterlagen, Templates und Layouts	psd, png, pdf	Alle Kampagnenunterlagen, die als Template oder Layout dienen, sollten unbedingt alle Ebenen aufweisen und nicht auf eine Ebene oder den Hintergrund reduziert werden.

*) Wir empfehlen bei der Anlieferung von Videomaterial mit Ton folgende Lautstärkenregelung (Pegelmessung) einzuhalten, um eine problemlose Auslieferung der Werbemittel zu garantieren: Richtlinien der European Broadcast Union (EBU-Norm R128 -23luf)
Sollten diese Einstellungen fehlen, werden aber vom Publisher so verlangt, können die entsprechenden Anpassungen vom Kunden oder dessen Agentur vorgenommen oder von theINDUSTRY kostenpflichtig vorgenommen werden. Videos mit mehr als 30 Sekunden Laufzeit können möglicherweise den Heavy Ads Kriterien von Google entsprechen und im Google Chrome Browser blockiert werden. Falls mehr als ein Video eingesetzt werden soll, muß vorab die Realisierbarkeit überprüft werden und es können durch zusätzlichen Aufwand zusätzliche Kosten entstehen

Die Anlieferung des Materials erfolgt idealerweise per Download aus einem Clouddienst (Google Drive, MS OneDrive, Dropbox, wetransfer, etc.) oder per FTP-Download.

Die Anlieferung des Materials muss mindestens 5 Werktage vor dem gewünschten Fertigstellungstermin erfolgen.