

Standards und Hinweise zu Banneranlieferung



www.doctors.today

diabetes-online.de/blood-sugar-lounge.de

diabetologie-online.de

kinderarztliche-praxis.de

> Allgemeine Hinweise

Datenanlieferung

Bitte senden Sie die Anzeigen-/Bannerdaten an: anzeigen@fronz-daten-service.de.
Um eine pünktliche Ausspielung des Werbemittels zu gewährleisten, müssen diese mind. 5 Werktage vor dem Erscheinungstermin vorliegen.

Funktionscheck

Vor der Online-Schaltung werden die Anzeigen auf folgende Parameter geprüft:

- Stimmt das Format der Anzeige/das Banners mit der Werbefläche überein?
- Ist die/das Anzeige/Banner abrufbar und kann ausgespielt werden?

Technik

Es wird der aktuelle Adserver von Adspirit eingesetzt.

Reporting/Screenshot

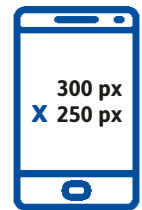
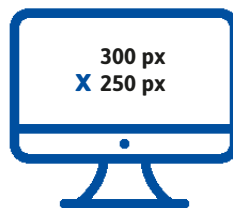
Wir bitten uns die E-Mail Adressen des Reporting-Empfänger und des Screenshot-Empfängers, bei der Datenanlieferung mitzuteilen.

> Bannerflächen

Medium Rectangle

Breite x **Höhe**
300 px x 250 px

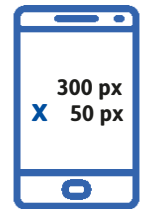
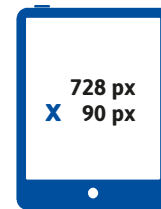
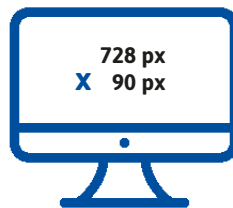
Responsives Alternativformat
/



Super Banner

Breite x **Höhe**
728 px x 90 px

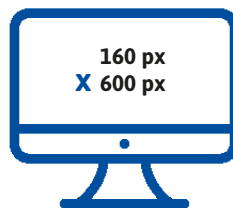
Responsives Alternativformat
300 px x 50 px



Skyscraper

Breite x **Höhe**
160 px x 600 px

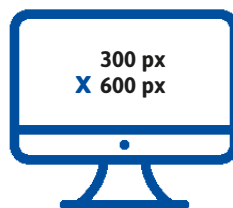
Responsives Alternativformat
Wird nur auf großen Bildschirmen dargestellt



Half-Page Ad

Breite x **Höhe**
600 px x 900 px

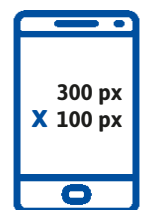
Responsives Alternativformat
Wird nur auf großen Bildschirmen dargestellt



Billboard

Breite x **Höhe**
800 px x 250 px

Responsives Alternativformat
300 px x 100 px



> Responsive Werbeflächen (Alternativformat)

Eine Responsive Werbefläche dient dazu, dem Nutzer auf den Webseiten immer die maximal (breiteste) passende Werbung anzeigen zu können. Ein Super Banner kann aufgrund seiner Breite schlecht auf kleinen Monitoren dargestellt werden. Daher sind bei bestimmten Bannerformaten Responsive Werbeflächen angelegt worden, damit Sie als Werbekunde Ihre Botschaften/Banner trotz der Buchung z. B. eines Super Banners auch auf kleinen Bildschirmen ausspielen können. Der eingebaute Werbefläche misst die zur Verfügung stehende Breite auf der Webseite. Dies geschieht zum Zeitpunkt des Ladens der Webseite. Anhand der gemessenen Breite wird von den verknüpften Werbeflächen die breiteste ausgewählt, deren Breite kleiner/gleich der gemessenen zur Verfügung stehenden Breite ist.

Das ausgeführte Script nimmt die Breite der zur Verfügung stehenden Fläche. Die Höhe wird nicht berücksichtigt. Responsive Werbeflächen entsprechen nicht der Funktion Skalieren, da das Werbemittel im Augenblick des Seitenaufbaus festgelegt wird und sich nicht mehr anpasst.

Anwendungsbeispiel Super Banner:

Je nach zur Verfügung stehender Breite soll ein 728 x 90 px oder 300 x 50 px angezeigt werden. Beim Aufruf der Seite misst der Code die Breite der zur Verfügung stehenden Fläche und entscheidet sich für eine passende Werbefläche. Ist die Seite z. B. 500 Px breit, dann würde sich der AdServer für die Werbefläche mit der Größe 300 x 50 px entscheiden. Wäre die Seite dagegen 750 Pixel breit, dann würde sich der AdServer für die Werbefläche mit der Breite 728 x 90 pxentscheiden.



Bitte beachten Sie:

Wir benötigen für jede Werbeflächengröße eine seperates Motiv.

> Was gibt es bei der Datenerstellung zu beachten?

> JPG-, GIF-, PNG-Banner

- Die Pixelverhältnisse der Datei müssen mit der Größe der Werbefläche identisch sein.
- Angeliefert werden muss mind. 1 Bilddatei (Banner) + Klick-Ziel



Info

Wünschen Sie mehrere Klick-Ziele in einem Werbemittelmotiv, siehe Punkt „mehrere Klickziele“

> HTML

- HTML-Werbemittel müssen als Standard-HTML-Datei angeliefert werden.
- Kopfdaten (<head>...</head>) sowie die Tags sind zu entfernen und in den body-Teil zu verlagern.
- Soll die Hintergrundfarbe des Werbemittels gesetzt werden, hat dies über das Setzen der Hintergrundfarbe einer umschließenden Tabelle oder eines anderen geeigneten Elements (<div>) zu erfolgen.
- Alle Klickmöglichkeiten sind dabei durch den Platzhalter %url% bzw. einen passenden anderen Platzhalter zu ersetzen. Der/die Klick-URL(s) ist/sind getrennt mitzuteilen. Als Zielfenster (target=“) ist _blank zu verwenden.
- Werden Formulare verwendet, so ist das Formularziel (action=“) ebenfalls mit dem entsprechenden Platzhalter zu versehen; als Methode (method=“) muss GET verwendet werden.
- Bei Verwendung von Formularen ist zu beachten, dass zur Identifikation der Platzierung die Parameter pid, wsid, uid, kid und wmid in Form von Platzhaltern in das Formular eingebunden werden (üblicherweise via input hidden).



Weiter Infos unter:

<https://support.adspirit.de/hc/de/articles/360016494971-HTML-Werbemittel-erstellen>



> HTML5

Voraussetzungen für die Verwendung von HTML5-Werbemitteln

- Das Werbemittel muss als ZIP-gepackte Datei angeliefert werden.
- Es können beliebig viele Grafiken, CSS, JavaScript- und andere Dateien verwendet werden
- Pro Werbemittel müssen alle Dateien in einem gemeinsamen Verzeichnispfad innerhalb einer Zip-Datei liegen. Z. B. werbung.zip entpackt nach werbung/Skyscraper/*. Die Dateien dürfen nicht direkt in der ZIP enthalten sein, sondern müssen in einem Unterordner liegen (alle Dateien gemeinsam oder auf verschiedene Unterordner verteilt).
- Pro Werbemittel darf es nur eine HTML-Datei geben. Diese muss index.html heißen und als eigentliches Werbemittel fungieren. Diese Datei muss im Verzeichnispfad auf gleicher Ebene oder oberhalb der Ressourcendateien (Bilder, JS, CSS) liegen (z. B. werbung/Skyscraper/index.html)
- Alle Dateien müssen relativ miteinander verknüpft sein (z. B. src="css/meinedatei.css" **nicht** src="/css/meinedatei.css"). Einzige Ausnahme sind externe Ressourcen wie Frameworks und so weiter; diese müssen absolut mit vollständiger Domain eingebunden sein (z. B. src="http://mycdn.myad-server.com/frameworkxyz/script.js").



Weitere Infos unter:

<https://support.adspirit.de/hc/de/articles/360002773031-HTML5-Werbemittel-Voraussetzungen>



> JavaScript

JavaScript-Werbemittel entsprechen in ihrer Definition den HTML-Werbemitteln, mit dem Unterschied, dass der eingegebene Code dem JavaScript-Code entsprechen muss.



Weitere Infos unter:

<https://support.adspirit.de/hc/de/articles/360016426871-JavaScript-Werbemittel>



> mehrere Klickziele

Die Definition mehrerer Klickziele kann nur über den HTML-Code gesteuert werden. Sofern Sie uns JPG-, GIF-, PNG-Banner anliefern, benötigen wir lediglich eine Definition, welche Werbefeldbereiche zu welchem Klick-Ziel weiterleiten sollen. Den Rest übernehmen wir.

- Sollten Sie uns ein Werbemittel über einen externen AdServer bereitstellen, müssen Sie diese Arbeiten selbst übernehmen. Liefern Sie uns diesem Fall eine fertige Code-Datei an. Ein Grundgerüst zu Umsetzung können Sie dem Beispiel oben entnehmen.



Beispielcode Werbemittel, 3-Klick-Ziele, 160 x 600 px

```
<div style="position:relative; width:160px; height:600px;"><a href="%url%"></a>
```

```
<div style="position:absolute; left:0px; top:0px; width:160px; height:200px; border:1px solid black;"><a target="_blank" href="%urlredirect%http://www.Klick-Ziel-1.de"></a></div>
```

```
<div style="position:absolute; left:0px; top:200px; width:160px; height:200px; border:1px solid black;"><a target="_blank" href="%urlredirect%http://www.Klick-Ziel-2.de"></a></div>
```

```
<div style="position:absolute; left:0px; top:400px; width:160px; height:200px; border:1px solid black;"><a target="_blank" href="%urlredirect%http://www.Klick-Ziel-3.de"></a></div>
```

```
</div>
```



Klick-Attribute:

<https://support.adspirit.de/hc/de/articles/360008217699-Zielfenster-Attribute-f%C3%BCr-das-Ausf%C3%BChren-beim-Klick-auf-ein-Werbemittel-Typ-Banner>



> Einbindung über externe Adserver

- Unterstützt werden nur Einbindungs_codes mit den Dateieendungen .htm, .html und .txt.
- Unterstützte AdServer-Typen, die aktuell automatisch erkannt und unterstützt werden: AdSpirit, Atlas, Adition, Advolution, DoubleClick, Heias, AdTech, Emediate, Mediaplex, Newtention, Quisma, Eyeblaster (serving-sys.com), AdJug, AMGDGT (AdConion), Faciliate (adsfac.eu)

Klicktracking über externe AdServer

- Um bei dem Einsatz anderer AdServer Klicks in AdSpirit mitzählen zu können, müssen Platzhalter in den Werbemittelcode eingesetzt werden. Unter den folgenden Links finden sich einige Beispiele für das Klicktracking gängiger AdServer-Systeme sowie Platzhalterbeispiele:



Platzhalter innerhalb der Werbemittel:

<https://support.adspirit.de/hc/de/articles/360016495331-Platzhalter-innerhalb-der-Werbemittel>



Beispiele: Klicktracking fremder AdServer mit AdSpirit

<https://support.adspirit.de/hc/de/articles/360005134591>



> Google Analytics

Um Google Analytics in Ihre Kampagne zu integrieren, benötigen wir folgende Angaben von Ihnen:

- utm_source
- utm_medium
- utm_content
- utm_campaign
- utm_term



Hinweis

Bitte teilen Sie uns die Parameter bei der Banneranlieferung mit.

> Videos einbinden

Voraussetzungen für die Verwendung von Video-Werbemitteln

- Liefern Sie das Video als eine MP4-Datei (HTML5-fähig) an. Sie können die Video-Datei auch in älteren Formaten wie z. B OGV, WEBM, FLV und 3GP anliefern, beachten Sie aber, dass diese Formate von vielen Browsern nicht mehr unterstützt werden.
- Das Video muss der Größe der Werbefläche entsprechen, z. B. Medium Rectangle (300 x 250 px).

Vorschaubild

Sie können zu der Video-Datei ein zusätzliches Vorschaubild im PNG-Format senden. Die Größe der PNG-Datei muss die Größe des ausgewählten Werbemittels haben.



Weitere Infos unter:

<https://support.adspirit.de/hc/de/articles/360016427151-Video-Werbemittel>



Standard-Videooplayer

siehe Screenshot

Name*:	<input type="text" value="Standard"/>
Vordergrundfarbe:	<input type="text" value="66AADD"/>
Hintergrundfarbe:	<input type="text" value="CCCCCC"/>
Textfarbe:	<input type="text" value="375C78"/>
zeige Menü:	<input checked="" type="radio"/> Ja - <input type="radio"/> Nein
zeige Zeit:	<input type="radio"/> Ja - <input checked="" type="radio"/> Nein
zeige Mute unten:	<input checked="" type="radio"/> Ja - <input type="radio"/> Nein
zeige Mute oben:	<input type="radio"/> Ja - <input checked="" type="radio"/> Nein
zeige Volumeregler:	<input checked="" type="radio"/> Ja - <input type="radio"/> Nein
zeige Vollbild-Button:	<input checked="" type="radio"/> Ja - <input type="radio"/> Nein
Volume:	<input type="text" value="30"/>
Still:	<input type="radio"/> Ja - <input type="radio"/> Nein
automatisch starten:	<input checked="" type="radio"/> Ja - <input type="radio"/> Nein
starte Video bei Mausbewegung:	<input type="radio"/> Ja - <input checked="" type="radio"/> Nein
starte Sound bei Mausbewegung:	<input type="radio"/> Ja - <input checked="" type="radio"/> Nein
stoppe Sound bei Verlassen der Maus:	<input type="radio"/> Ja - <input checked="" type="radio"/> Nein
automatisch zurück spulen:	<input type="radio"/> Ja - <input checked="" type="radio"/> Nein
Endlosschleife:	<input type="radio"/> Ja - <input checked="" type="radio"/> Nein
zeige Wiederholen-Button:	<input type="radio"/> Ja - <input checked="" type="radio"/> Nein
zeige Play-Button:	<input checked="" type="radio"/> Ja - <input type="radio"/> Nein
Videoformat an Playerformat anpassen:	<input checked="" type="radio"/> Ja - <input type="radio"/> Nein

> Sonderwerbemittel

Bitte kommen Sie bei Sonderwerbemitteln rechtzeitig auf uns zu. Wir helfen gerne bei der Umsetzung.

> Kontaktdaten

Kontakt Datenanlieferung, Reporting, Screenshot

Fronz Daten Service

Tel.: 0 28 31 / 9 76 39-0

E-Mail: anzeigen@fronz-daten-service.de

Kontakt Verlag

Kirchheim Verlag

Tel.: 0 61 31 / 9 60 70-0

E-Mail: anzeigen@kirchheim-verlag.de