

TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN ONLINE-WERBEPLATZIERUNGEN

TEIL 1: SPEZIFIKATIONEN VIDEO

INSTREAM SPEZIFIKATIONEN

Werbeform	Abmessung (Pixel)	Format	Dateiformat	Max. Gewicht
bis 5s	1920x1080 1280x720 (mind.)	16:9	mp4 (AVC Video + AAC Audio)	5 MB*
bis 15s	1920x1080 1280x720 (mind.)	16:9	mp4 (AVC Video + AAC Audio)	5 MB*
bis 20s	1920x1080 1280x720 (mind.)	16:9	mp4 (AVC Video + AAC Audio)	10 MB*
bis 30s	1920x1080 1280x720 (mind.)	16:9	mp4 (AVC Video + AAC Audio)	10 MB*

*Videos die größer als 10 MB sind auf Anfrage

Video

- Video Bitrate: so hoch wie möglich

Ton

- Audio Bitrate: ab 128 Kbits/s
- Lautheitswert nach EBU R 128 (-23 LUF)

Datenübermittlung

- E-Mail oder FTP-Download
- Third Party Tag VAST 2 Standard und VAST 3 Standard (für CTV Spots ausschließlich VAST 2)
- VPAID ist ausschließlich bei unserem Partner Dailymotion möglich

Nicht verwendbare Dateiformate

- swf-Dateien, DVD-Videos (vob Dateien), mov, Windows Media Video, Real Video, flv

Best of Kids

- Das Werbemittel muss physisch angeliefert werden und es dürfen ausschließlich Zählpixel und Clickcommand eingesetzt werden

Reporting Agenturen

- Reportings von Agenturen müssen IAB-konforme Metriken beinhalten!
- <https://www.iab.com/wp-content/uploads/2017/11/Digital-Video-Served-Impression-Measurement-Guidelines-MMTF-Public-Comment-Draft-v2.pdf>

OUTSTREAM SPEZIFIKATIONEN

Länge	Abmessung (Pixel)	Format	Dateiformat	Max. Gewicht
bis 30s	1920x1080 1280x720 (mind.)	16:9	mp4 (AVC Video + AAC Audio)	10 MB*

*Videos die größer als 10 MB sind auf Anfrage

Video

- VAST Redirects max. 2.000 kbp
- Keine anamorphen Videos, keine schwarzen Start- und End-Screens

Ton

- Audio Bitrate: ab 128 Kbits/s
- Lautheitswert nach EBU R 128 (-23 LUF)

Datenübermittlung

- E-Mail oder FTP-Download
- Third Party Tag mit VAST 2 Standard und VAST 3 Standard

Nicht verwendbare Dateiformate

- swf-Dateien, DVD-Videos (vob Dateien), Windows Media Video, Real Video, flv

Reporting Agenturen

- Reportings von Agenturen müssen IAB-konforme Metriken beinhalten!
- <https://www.iab.com/wp-content/uploads/2017/11/Digital-Video-Served-Impression-Measurement-Guidelines-MMTF-Public-Comment-Draft-v2.pdf>

TEIL 2: SPEZIFIKATIONEN DISPLAY

CLASSIC ADS

	Werbeform	Abmessung (Pixel)	Dateiformat	Max. Gewicht
Desktop	Superbanner	728x90	HTML5 jpg, gif, png*	150 KB
	Medium Rectangle	300x250	HTML5 jpg, gif, png*	150 KB
	Skyscraper	160x600	HTML5 jpg, gif, png*	150 KB
Mobile	Smartphone Banner	320x50	HTML5 jpg, gif, png*	100 KB
	Medium Rectangle	300x250	HTML5 jpg, gif, png*	100 KB

* bei den Dateiformen jpg, gif und png gilt ein max. Gewicht von 60 KB

Das **Classic Ad Bundle** besteht aus:

Superbanner, Medium Rectangle, Skyscraper und dem Smartphone Banner.

- Die maximale Dauer animierter Ads darf 30 Sekunden betragen.
- Die Landingpage darf nur in einem neuen Tab geöffnet werden.
- Anzeigen mit Audio-Autoplay sind nicht erlaubt (Video-Autoplay ist erlaubt, solange Audio gemuted ist).
- Anzeigen, welche Pop-Ups oder Umfragen hervorrufen sind nicht erlaubt.

Datenübermittlung und -anlieferung

- Werbemittel müssen gebranded sein, dh. es muss eindeutig erkennbar sein, um welches Produkt bzw. um welchen Advertiser es sich handelt.
- Das Werbemittel muss mit IAB-Clicktag angeliefert werden (bis zu 3 Clicktags möglich): <https://www.iab-austria.at/werbeformen/technische-spezifikation/>
- Technische Details zu HTML 5 Werbemittel: <https://www.iab-austria.at/werbeformen/technische-spezifikation/>

Reporting Agenturen

- Agentur-Reportings müssen IAB-konforme Metriken beinhalten! <https://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/12/Desktop-Display-Impression-Measurement-Guidelines-US-MMTF-Public-Comment-Final.pdf>

CREATIVE ADS

	Werbeform	Abmessung (Pixel)	Dateiformat	Max. Gewicht
Desktop	Halfpage Ad	300x600	HTML5 jpg, gif, png*	150 KB
	Sitebar(skaliert)	Dynamisch 1:2	HTML5	150 KB
	Billboard	970x250 800x250**	HTML5 jpg, gif, png*	150 KB
Mobile	Understitial	300x600	HTML5	150 KB
	Native Ads	Main Icon: 1200x628	jpg, gif, png	-

* bei den Dateiformen jpg, gif und png gilt ein max. Gewicht von 60 KB

** Im Idealfall werden beide Billboardgrößen angeliefert

Die maximale Dauer **animierter Ads** darf 30 Sekunden betragen.

- Die Landingpage darf nur in einem neuen Tab geöffnet werden.
- Anzeigen mit Audio-Autoplay sind nicht erlaubt (Video-Autoplay ist erlaubt, so lange Audio gemuted ist).
- Anzeigen, welche Pop-Ups oder Umfragen hervorrufen sind nicht erlaubt.

Datenübermittlung und -anlieferung

- Werbemittel müssen gebranded sein, dh. es muss eindeutig erkennbar sein, um welches Produkt bzw. um welchen Advertiser es sich handelt.
- Bei der Sitebar und dem Understitial sind maximal 3 Ziel-URLs möglich.
- Das Werbemittel muss mit IAB-Clicktag angeliefert werden (nur ein Clicktag möglich): <https://www.iab-austria.at/werbeformen/technische-spezifikation/>
- Technische Details zu HTML 5 Werbemittel: <https://www.iab-austria.at/werbeformen/technische-spezifikation/>
- Werbemittelanlieferung: HTML5 physisch/ZIP, Streaming-Link oder Iframe Bannertag

Reporting Agenturen

- Agentur-Reportings müssen IAB-konforme Metriken beinhalten! <https://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/12/Desktop-Display-Impression-Measurement-Guidelines-US-MMTF-Public-Comment-Final.pdf>

NATIVE ADS

Bild

- Maße: 300x150px
- Gewicht: max. 150 KB
- Formate: GIF, JPEG, PNG (physisch oder als Streaminglink)
- Anmerkungen: Keine Texte oder Logos, keine Animationen

Text

- *Headline*: max. 25 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
- *Text-Part*: max. 48 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

Sponsor Text

- Auswahl einer der genannten: *Gesponsert, sponsored, Sponsor, Gesponsert von, sponsored by*
- *Sponsor*:
 - Name des Advertisers
 - Call To Action*
max. 21 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

Allgemein

- Implementierung des Close-Buttons

Bei großflächigen Werbeformaten wie der Sitebar oder dem Understital kann, sofern es sich um einen Redirect handelt, ein Close-Button vorhanden sein, der ein vorzeitiges Ausblenden der Werbung ermöglicht. Der Close Button muss als solcher klar erkennbar am rechten oberen Rand des Sujets platziert sein.

Der IAB-Austria hat folgenden Standard für den **Close-Button** festgelegt:

- *Breite*: 20 Pixel
- *Höhe*: 20 Pixel
- *Farbe des Hintergrunds*: „FF0000“
- *Farbe des X*: „FFFFFF“
- *Größe des X*: 16 Pixel

Für den Einsatz in **standardkonformen Werbemitteln** steht unter folgender URL ein Close-Button zum Download bereit:

<https://www.iab-austria.at/werbeformen/technische-spezifikation/>

Bei Klick auf diesen Button muss die Javascript Funktion `iab_hide()` bzw. `IABclose()` aufgerufen werden. Diese ermöglicht es allen Adservern nach IAB Standard das ausgelieferte Werbemittel wieder zu schließen.

Adserver Redirects – Tracking Code – Secure Werbemittel

Datenübermittlung und -anlieferung

Werbemittel können auch als Adserver Redirect (Tag in Tag Buchung) angeliefert werden.

- Der Adserver Redirect kann nicht für die Ausspielung der Sitebar und Understitial eingesetzt werden
- Adserver Redirects sowie Tracking Codes und sonstige Scripte müssen Secure (HTTPS) angeliefert werden. Alle Werbemittel Elemente oder Trackings müssen Secure (HTTPS) geladen werden.
- Für Third Party Tracking von Ad Impressions muss immer auch ein Image Tracking Code angeliefert werden.
- Bitte beachten Sie, dass im mobilen Bereich Cookies nur sehr eingeschränkt eingesetzt werden können und dadurch Third Party Tracking unter Umständen nicht korrekt funktioniert. Aus technischen Gründen ist eine Visibility Messung bei mobilen Werbeformaten nicht möglich.

Reporting Agenturen

- Agentur-Reportings müssen IAB-konforme Metriken enthalten!
<https://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/12/Desktop-Display-Impression-Measurement-Guidelines-US-MMTF-Public-Comment-Final.pdf>