

GOLDBACH

Spezifikation

Online Spezifikationen: Outstream Video Ad

23.11.2020

1 / 3

Spezifikation: Outstream Video Ad

Spezifikationen

PHYSISCHE ANLIEFERUNG

- Format: MP4 .AVI .WebM .MPEG .WMV
- Gewicht: max. 100 MB
- Video Grösse: max. 1024x576 Pixel [Instream]
max. 1280x720 Pixel [Outstream]
- Seitenverhältnis: 16:9
- Framerate: 25 fps
- Dauer: Gem. Produktionsplan (max. 30s)
- Lautstärke EBU R128: -23 LUFs

VAST REDIRECT

- Format: .MP4
- Gewicht: max. 8 MB
- Video Grösse: VP6 / MainConcept H.264
- Seitenverhältnis: 16:9
- Farbintensität: 32 Bit
- Gesamt-Bitrate: VAST max. 2000 kbps
- Framerate: 25 fps
- Dauer: Gem. Produktionsplan (max. 30s)
- Lautstärke EBU R128: -23 LUFs

VPAID nur auf Anfrage

VPAID Skip-Button: Bei einer Spotlänge ab 20 Sekunden, bitten wir um die Integration eines Skip Buttons [gt] 15 Sekunden.

WEITERES

- Die Video Datei muss auf einem externen Server zur Verfügung gestellt werden. Sollte dies nicht möglich sein, übernimmt Goldbach gegen Entgelt die Auslieferung.
- Ads mit Videos sind mit einem Previewbild [Poster] zu versehen.
- Achten Sie auf die Beschriftung der Werbemittel: Format_Sprache_Sujetname_Kampagne_Version.
- Senden Sie die Werbemittel mit allen relevanten Angaben an Ihren Ansprechpartner.
- Halten Sie die Vorlaufzeit von 5 Tagen für den Werbemittel-Einbau ein.

Allgemeine Richtlinien

Anzahl Sujets

Max. 3 Sujets bei physischer Anlieferung.

Bei mehr als 3 Sujets muss die Anlieferung per 3rd Party Tag erfolgen.

Der Austausch von physischen Sujets bei laufender Kampagne ist nur in Ausnahmefällen erlaubt.[nbsp]

Animationen

Die Länge der Animation innerhalb eines Werbebanners ist nicht begrenzt. Jedoch liegt die empfohlene Maximallänge bei 30 Sekunden.

Ton

GOLDBACH

Aktivierung nur durch User-Interaktion. Achtung: InApp iOS nur ohne Ton möglich

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

- 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 [&] auml; anstelle von ä).
- Referenzen im Werbemittel auf externe Ressourcen (JS-Libraries, Videos, Fonts) müssen alle via SSL (https://) ausgeliefert werden.

[Allgemeine Richtlinien Ad Manager](#)

Allgemeine Hinweise

- 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.
- Max. 1 Count-Pixel und 1 Clickcommand (PreRoll [&] Bumper, Desktop [nbsp] [&] Mobile)

[Anleitung ClickTags HTML Werbemittel Xandr, Google](#)

Anlieferung

Lieferfristen

Standardformate: 3 Arbeitstage vor Kampagnenstart.

Spezialformate: 5 Arbeitstage vor Kampagnenstart.

Datenanlieferung Online Werbemittel

20 Minuten: [nbsp] ad@20minuten.ch

Network: [nbsp] dcn@tamedia.ch

Goldbach Publishing: [nbsp] ads@tamedia.ch

[nbsp]