
Spezifikationen Standard Werbemittel Flash & In-Game

gültig ab 30.04.2010

Inhalt

1. [AdLINK Richtlinien für alle Werbemittel](#)
2. [AdLINK Maximale Grössen von Standardformaten](#)
3. [AdLINK Flash Spezifikationen](#)
4. [AdLINK FloatingAd](#)
5. [AdLINK ExpandableAd](#)
6. [AdLINK AdAppeal](#)
7. [AdLINK StreamingAd](#)
8. [AdLINK BanderoleAd](#)
9. [AdLINK HTML/Formular Werbemittel](#)
10. [AdLINK DartMotif & Eyeblaster Richmedia Ads](#)
11. [AdLINK Werbemittel Templates](#)
12. [In-Game](#)
13. [Mobile](#)
14. [Wilmaa](#)

Richtlinien für alle Werbemittel

- alle Werbemittel müssen in der vereinbarten AdSize (Pixel in Höhe und Breite) angeliefert werden.
- überschreiten Sie nicht die maximalen File-Größen.
- um nach dem Klick ein neues Fenster zu öffnen, verwenden Sie bitte den target="_blank" Befehl.
- es sollten HTML Werbemittel jeweils als *.TXT und *.HTML - File in einer *.ZIP - Datei (nicht als E-Mail-Content) versendet werden.
- Achten Sie auf die Beschriftung der Werbemittel. Wir empfehlen eine klare Naming Convention.
Zbsp. Format_Sprache_Sujetname_Datum.swf
- senden Sie die Werbemittel mit allen nötigen Angaben an Ihren Ansprechpartner.
- Links müssen immer in einem neuen Fenster öffnen
- halten Sie die Vorlaufzeit von 3-5 Tagen für den Werbemittel-Einbau auf dem AdServer ein.
- Sound-Einstellungen in Flash sind immer ausgeschalten. Der User kann dann über eine Navigation den Sound nach belieben einschalten.
- Für Sonderformate entnehmen Sie sitespezifische Informationen zu Werbemittel aus dem Online Media Tool www.onlinemediatool.ch

2. AdLINK Grössen Formate

Format	Grösse max	Grösse expanded max	Gewicht in KB
Fullbanner	468x60	468x300	30
Leaderboard	728x90		30
Rectangle	300x250		30
Skyscraper	160x600 / 120x600	400x600	30
Floating Ad	Auf Anfrage		40
Skateboard Ad	994x118		40
AdAppeal	130x130	800x600	40

- **Weitere Grössen Formate, gemäss Mediadaten der einzelnen Website im Onlinemediatool unter www.onlinemediatool.ch**

3. AdLINK Flash Spezifikationen

■ Anlieferung der Flashwerbmittel:

- SWF File und zwingend ein alternativ GIF, das GIF erscheint bei allen Usern die kein Flash-Plugin installiert haben
- Bitte führen Sie die URL separat auf, da diese aus dem AdServer direkt an die Variable „clickTAG“ im Werbemittel geliefert wird. (AdServer Tracking Methode in Flash – s. clickTAG Implementierung)
- Die Flashfilme sollten in Version 8/9 exportiert werden.
Wir akzeptieren ausschliesslich AS2 Werbemittel. AS3 auf Anfrage.

Flashplayer Penetration: http://www.adobe.com/products/player_census/flashplayer/version_penetration.html

- Halten Sie sich bei der Kreation der Werbemittel an die vorgegebene Gewichtslimite.
- Sound in Werbemittel ist erlaubt, muss aber in der Standard-Einstellung ausgeschaltet sein. Navigationskomponenten können ein Aktivieren durch den User ermöglichen.
- Standart Richmedia Formate werden mit **wmode=opaque** ausgeliefert, DHTML Ads mit **wmode=transparent**

3. AdLINK Flash Spezifikationen

- **Optimierung der Flashwerbemittel:**
 - Framerate optimalerweise zwischen 15-18 Bildern Pro Sekunde um die CPU Auslastung zu verringern. 30+ Bilder pro Sek erhöht die CPU Load.
 - Mathematisch Basierende Animationen (ActionScript Formeln) vermeiden.
 - Preloading von Symbolen/Bildern
 - Bei Animationen mit Tweens arbeiten anstelle einer Serie von Schlüsselbildern/Keyframes
 - Grafische Elemente vereinfachen wo möglich
 - Anzahl verwendeter Bitmaps beschränken
 - Eine komplette Guideline zur Optimierung von Flashmovies ist auf der Adobe Seite zu finden:
http://www.adobe.com/support/flash/publishexport/stream_optimize/

3. AdLINK Flash Spezifikationen

■ AS2 clickTAG Implementation:

- Funktionsbeschreibung auf dem AdServer:
- Um einen Click auf dem AdServer zu zählen, wird anstelle der Ziel URL die Variable clickTAG in Flash eingesetzt. Dank dieser Variable ist es möglich die Ziel URL vom AdServer abzurufen und an das Werbemittel zu übergeben. Bei einer Aktion auf die Schaltfläche, wird ein Klick auf dem AdServer registriert und der User wird mit der Ziel-URL auf das Angebot verlinkt. Dieser Vorgang wirkt sich nur auf die Link-URL Aktion aus, alle Ihre sonstigen Einstellungen (ActionScripts, etc.) werden nicht beeinflusst. Sie können Ihr Werbemittel frei nach Ihren Wünschen erstellen.
- Zusätzlich ist Dank der clickTAG Variablen gewährleistet, während einer Kampagne die Ziel URL zu ändern, ohne dass Änderungen an dem Werbemittel vorgenommen werden müssen.

Standard Action-Script für den LINK Button

```
on(release){  
  getURL(clickTAG, "_blank");  
}
```

■ Wichtig :

- Sollte die Variable nicht in der Mainscene der Flash Animation verwendet werden, so muss die Variable mit einem vorgestellten **_root.clickTAG** eingebaut werden. Zudem dürfen auf dem Movieclip, in welchem die Schaltfläche liegt, keine ON-Aktionen definiert sein.
- Verwenden Sie bei Schaltflächen immer on(release) → on(press) führt in diversen Browsern zur Aktivierung des PopUp Blockers!

3. AdLINK Flash Spezifikationen

The image displays two screenshots from the Adobe Animate software interface. The top screenshot shows the 'Zeitleiste' (Timeline) for 'Scene 1' with a ruler from 0 to 75. A layer named 'clickTag' is highlighted, and a callout box labeled 'Layer on Top' points to it. Below this, a dialog box titled 'In Symbol konvertieren' (Convert to Symbol) is shown, with 'Name: clickTag' and 'Verhalten: Schaltfläche' (Behavior: Button) selected. A callout box labeled 'Button' points to this option. The bottom screenshot shows the 'Aktionen - Schaltfläche' (Actions - Button) panel. The code in the actions panel is:

```
on(release) {  
    getURL(clickTag, "_blank");  
}
```

 A callout box labeled 'Function on Button in Mainscene' points to the 'clickTag' variable in the code. The timeline in the bottom screenshot shows a blue rectangular button on the stage.

3. AdLINK Flash Spezifikationen

- Verwendung weiterer Ziel URL's welche im Tracking aufgenommen werden müssen:
 - Sollte ihr Werbemittel mehrere klickbare Bereiche mit verschiedenen Link-URL beinhalten, so können Sie die clickTAG-Variable für jede Link-URL erweitern.

- Beispiel:
 - Link-URL1 = clickTAG1
 - Link-URL2 = clickTAG2
 - Link-URL3 = clickTAG3
 - etc.

- Online clickTAG Tutorial von Macromedia für sämtliche Flash Versionen (AS2):
 - http://www.adobe.com/resources/richmedia/tracking/designers_guide/

Klicken Sie [hier](#) für den Download eines Templates (AS2/AS3)

3. AdLINK Flash Spezifikationen

- **Öffnen der Landingpage in einem vordefinierten Fenster:**

Sollte gewünscht sein, dass die Landingpage in einem vordefinierten Fenster geöffnet wird, ist es notwendig sämtliche Variablen für die Position wie die Fenstergrösse im Script an den Browser zu übergeben. Bei dieser Variante ist es wichtig, dass das Fenster mit "_self" geöffnet wird.

Bsp. Action-Script auf dem Link Button:

```
on (release)
{
  getURL(" javascript:window.open(" + _root.clickTAG +
  ", 'FensterName', 'left=50,top=50,width=600,height=400,toolbar=no,scrollbars=no,resizable=n
  o,menubar=no,status=no,directories=no,location=no');void(0);", "_self");
}
```

Dokumentation:

left=50	gibt die Fensterposition LINKS in Pixel an	top=50	gibt die Fensterposition von OBEN in Pixel an
width=600	gibt die Fensterbreite in Pixel an	height=400	gibt die Fensterhöhe in Pixel an
toolbar=no	Toolbar mögliche Parameter yes/no	scrollbars=no	Scrollbars mögliche Parameter yes/no
resizable=no	möglich Parameter yes/no	menubar=no	Menubar mögliche Parameter yes/no
status=no	Status mögliche Parameter yes/no	directories=no	Directories mögliche Parameter yes/no
location=no	Location mögliche Parameter yes/no		

3. AdLINK Flash Spezifikationen

- Erweiterungen für BT-Customized Ad's
 - Um die Funktion des Retargeting für Behavioral Customized Ads zur Verfügung zu stellen, muss der ClickTAG mit einer zusätzlichen Variable erweitert werden.

```
on(release)
{
  getURL(_root.clickTag,"_blank");
  getURL("Javascript:BT_Retarget()","_self");
}
```

4. AdLINK FloatingAd

■ Flash-Floating / Close-Button

- Alle Flash-Floating Werbemittel müssen über einen Close Button verfügen.
- Dieser muss jederzeit gut sichtbar sein und mindestens 20x20 Pixel gross sein.
- Des weiteren ist nicht „weiss“ als Farbe des Close-Buttons zu verwenden, da viele Seiten einen weißen Hintergrund verwenden und der Close-Button nicht sichtbar wäre.
- Der Button ist mit folgender Schliess-Funktion zu belegen:

```
getURL("Javascript:f4d_hide_layer()","_self") oder fscommand("hide")
```

- Nach einer Laufzeit von max. 7 Sekunden muss das Floating von selbst schliessen.

Klicken Sie [hier](#) für den Download eines Templates zu dieser Werbeform

5. AdLINK ExpandableAd

- **Es gibt zwei Methoden, die ein Expanden des Werbemittels hervorrufen:**
 - On(RollOver): Der Expand-Effekt findet statt, sobald der User seine Maus über das Werbemittel bewegt
 - On(Release): Der Expand-Effekt findet statt, sobald der User auf ein Element im Werbemittel klickt.
- **Es gibt zwei Methoden, die ein Collapse des Werbemittels hervorrufen:**
 - On(RollOut): Der Collapse Effekt findet statt, sobald der User seine Maus vom Werbemittel wegbewegt
 - On(Release): Der Collapse Effekt findet statt, sobald der User auf ein Element im Werbemittel klickt.
 - **ACHTUNG: Dies ist nur bei Expandable/Floatings gestattet.**
- **Wichtig:**
 - Sollte das Werbemittel automatisch öffnen, würde dieses als Floating Ad deklariert und entsprechend der dafür eingesetzten Tarifgruppe angehören.
 - Nach einer Laufzeit von max. 7 Sekunden muss das ExpandableAd/Floating, welches sich automatisch öffnet, von selbst wieder schliessen.
 - Expandable Banner öffnen sich von oben nach unten → zbspl. von 486x60 auf 468x300.
 - Expandable Skyscraper öffnen sich von rechts nach links → zbsp. Von 160x600 auf 300x600

5. AdLINK ExpandableAd

Expanding

- AdLINK hat ein Richmedia Template entwickelt, welches mit folgenden ActionScript 2 Befehlen angesprochen werden kann:

- **Expand Layer:**

Diese Funktion dient dem Aufruf der expandierten Fläche und muss immer in Zusammenarbeit mit der Funktion Collapse Layer verwendet werden.

Die Funktionen müssen im Event onRollOver, onRelease, onPress eingesetzt werden.

```
getUrl("Javascript:f4d_expand_layer()","_self") oder fscommand("expand")
```

- **Collapse Layer :**

```
getUrl("Javascript:f4d_collapse_layer()","_self") oder fscommand("collapse")
```

Klicken Sie [hier](#) für den Download eines Templates zu dieser Werbeform

6. AdLINK AdAppeal

BrandSense AdAppeal

Es gibt zwei Arten, die ein Expanden des Werbemittels hervorrufen:

- **AdAppeal-Closed:** Start-Zustand geschlossen.
- Der Expand-Effekt findet statt, sobald der User seine Mouse über das Werbemittel bewegt (On-Mouseover). Das Ad schliesst sich wieder, sobald der User die Mouse entfernt (Mouse-off).

- **AdAppeal-Open:** Start-Zustand offen.
- Der Expand-Effekt findet beim aufrufen des Werbemittels statt und schliesst automatisch nach max. 7 Sekunden, bei Mouseover gleiche Funktion wie Closed.

Das AdAppeal befindet sich hierbe immer in der rechten oberen Ecke und muss in beiden Varianten mit einem Close Button zu schliessen sein.

- Für die Verlinkung clickTAG anwenden. (siehe 3.Flash Spezifikationen)

6. AdLINK AdAppeal

Creative Size (dimension):

- Höhe Ecke: maximum 130 Pixel
- Breite Ecke: maximum 130 Pixel

- Höhe Layer: maximum 600 Pixel
- Breite Layer: maximum 800 Pixel

Spezielle ActionScript Befehle:

- Im ersten Frame der expanding animation:
- `getUrl("Javascript:f4d_expand_layer();","_self");`

- Im letzten Frame der collapsing animation:
- `getUrl("Javascript:f4d_collapse_layer();","_self");`

Klicken Sie [hier](#) für den Download eines Templates zu dieser Werbeform

7. AdLINK StreamingAd

Flash Video Tutorials bei Macromedia:

<http://www.macromedia.com/de/devnet/flash/video.html>

- Für die Verlinkung clickTAG anwenden. (siehe 3.Flash Spezifikationen)
- Verwenden Sie die Variable **AdlVideo** als Videoverknüpfung
- Die Video Datei wird normalerweise nicht von AdLINK verwaltet, muss somit auf einem externen Server zur Verfügung gestellt werden. Sollten Sie über keine leistungsfähige Infrastruktur verfügen, übernimmt AdLINK gegen Entgelt die Auslieferung ihrer Video Datei.
- System Security Flash / Doubleclick Domains freigeben.
- Beispiel Action-Script für eine Video Einbindung durch die NetStream Klasse:

```
System.security.allowDomain("*.doubleclick.net", "*.doubleclick.com");  
var netConn:NetConnection =new NetConnection();  
netConn.connect(null);  
var netStream:NetStream =new NetStream(netConn);  
VideoStream.attachVideo(netStream);  
netStream.setBufferTime(10);  
netStream.play(_root.AdlVideo);
```

Klicken Sie [hier](#) für den Download eines Templates zu dieser Werbeform

8. AdLINK BanderoleAd

Flash Creative Size (dimension):

- Höhe: 250 Pixel
- Breite: 770 Pixel

Open/Close Button Creative Size (dimension):

- Höhe: 250 Pixel
- Breite: 20 Pixel

Zu Beachten:

- Es gelten die standart Flash Werbemittel Spezifikationen (clickTAG).
- Standart ist die Hintergrundfarbe des Banderoles Weiss (#FFF)
Falls eine andere Farbe gewünscht sein sollte, bitte den Hex Farbcode bei der Werbemittelanlieferung mitteilen.

10. AdLINK DartMotif & Eyblaster Richmedia Ads

■ DartMotif

- Zur Erstellung von DartMotif Ads wird Doubleclick Studio benötigt:

<http://studio.doubleclick.com/>

- Support bei der Erstellung von DartMotif Ads erhalten Sie von:

Deutsch: renglert@google.com

Englisch: clk-drmtechnical@google.com

■ Eyblaster

- Zur Erstellung von Eyblaster Ads wird der Flash Workshop benötigt:

- Support bei der Erstellung von Eyblaster Ads erhalten Sie von:

Deutsch/Französisch: support_de@eyblaster.com

11. AdLINK Werbemittel Templates

- [AdAppeal Closed](#)
- [AdAppeal Open](#)
- [Expandable Ads](#)
- [FloatingAd](#)
- [Fullbanner](#)
- [Skyscraper](#)
- [StreamingAd](#)

12. In-Game Spezifikationen

Verhältnis	Format	Grösse
1:1	PSD Layered Format	1024x1024 px
1:2	PSD Layered Format	512x1024 px
2:1	PSD Layered Format	1024x512 px
4:1	PSD Layered Format	1024x256 px
8:1	PSD Layered Format	1024x128 px

Prozess:

Werbemittel müssen 2 Wochen vor Kampagnenstart geliefert werden. Aus den oben aufgeführten Formaten, werden alle Werbemittel erstellt und den Publishern zur Freigabe übermittelt..

Spezifikationen:

-> 72 dpi, RGB Photoshop Layered Format
(nicht auf eine Ebene reduziert)

Bitte benennen Sie die Werbemittel nach folgender Struktur:

-> *Werbetreibender_Kampagne_Breite_x_Höhe.PSD*
(Beispiel: -> *SBB_Gleis7_512x512.psd*)

* Konditionen:

Änderungen der Game-Titel Auswahl und der Preise bleiben vorbehalten. AdImpression-Volumen wird gleichmässig abhängig der Verfügbarkeit über einzelne Titel verteilt. game mediarep bestimmt bei Bedarf das Frequency Capping. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der AdLINK Internet Media AG.

Bemerkungen:

Werbemittel sollten nicht überladen sein:

- Einfache und klare Werbemittel
- Gut lesbar
- Einfache, gute Image-Welt
- Grosse Logos verwenden
- Wenig Text
- Hoher Kontrast
- Hoher Kontrast zwischen Text und Hintergrund
- Starke, klare Schriftarten, fett

Keep it short and simple!

Sport und Racing-Games eignen sich primär für Branding-Sujets – also eher Logo-basiert.

Tipps für In-Game Werbemittel

- In-Game Werbung in Core-Games ist primär Branding. Nur in gewissen Casual-Online-Games ist Interaktion möglich und sinnvoll
- Tipp: einfache, klar-strukturierte Werbemittel verwenden
- Gut lesbar, wenig Text, nicht überladen mit Informationen
- Hoher Kontrast zwischen Text und Hintergrund
- Wenn unter Berücksichtigung des CI / CD möglich, besonders auffallende Hintergrundfarbe verwenden
- Starke, klare Schriftarten, wenn möglich **fett**
- Jedes (Werbe-)Medium hat seine eigenen Regeln. Immer bedenken, wie sich der Rezipient in einer virtuellen Welt bewegt.

13. Mobile: Formate und Dateien

Banner-Grösse	Geräteklasse	Techn. Spezifikation	Beispiel
X-Large Image Banner	Klasse 5 > 320 Pixel Displaybreite	305 x 64 Pixel < 8k Filegrösse statisch, nicht animiert .gif, .png oder .jpg Format	
Large Image Banner	Klasse 4 240 – 319 Pixel Displaybreite	215 x 34 Pixel < 6k Filegrösse statisch, nicht animiert .gif, .png oder .jpg Format	
Medium Image Banner	Klasse 3 176 – 239 Pixel Displaybreite	167 x 30 Pixel < 4k Filegrösse statisch, nicht animiert .gif, .png oder .jpg Format	
Small Image Banner	Klasse 2 128 – 175 Pixel Displaybreite	112 x 20 Pixel < 2k Filegrösse statisch, nicht animiert .gif, .png oder .jpg Format	
Text Tagline (Optional)	Klasse 1 76 – 127 Pixel Displaybreite	10 – 24 Zeichen Text (inkl. Leerzeichen)	Hier Ihre WERBUNG buchen MEHR

14. Wilmaa Spezifikationen 1/2

	Format	Grösse px.	Gewicht	Dauer
Welcome Ad	TV Werbemittel File auf CD oder DVD , AVI uncompressed, Digibeta oder Beta SP	16:9 / 4:3	max. 4 MB	max. 30" (max. 60" für Long Spot)
	Online Werbemittel Video: .FLV (Flash Video),	bis max. 700x500		
Wallpaper (Ergänzung zu Welcome Ad)	.png /.eps oder .psd File	1600x1200 (ab 1600 in weiss auslaufend)	max. 10 MB	-
Channel Switch Ad	TV Werbemittel File auf CD oder DVD , AVI uncompressed, Digibeta oder Beta SP	16:9 / 4:3	max. 4 MB	max. 15"
	Online Werbemittel Video Video: .FLV (Flash Video)	bis max 1024x576		
	Online Werbemittel Rectangle Rectangle .SWF (Flash)	300x250 skalierbar*	max. 65 KB (Flash/Image)	

Wilmaa Spezifikationen 2/2

	Format	Grösse px.	Gewicht	Dauer
Click & Mail**	Komplettes HTML- <u>und</u> Text-E-Mail.	Breite max. 680	-	-
Kombination Welcome Ad / Channel Switch Ad	Siehe entsprechende Werbemittelspezifikationen oben.			
Branding-Day	Logo: .png /.eps oder .psd File Werbemittel Welcome Ad und Channel Switch Ad: siehe entsprechende Spezifikationen oben	EPS/PSD mind. 200x100	Max. 10 MB	-
Anlieferung Werbemittel	Sendebänder 10 Arbeitstage, digitale Werbemittel 3 Arbeitstage vor Kampagnenstart			
*Skalierung	Skaliert nicht automatisch. Werden die Werbemittel entsprechend angeliefert wird, kann skaliert werden.			
**Click&Mail	Text für Sprechblase: „Hallo [User-Name], interessieren Dich Infos zu [Angebot (max .45 Zeichen)] ?“			
Ton	Muss in Werbemittel integriert sein, Ton ist default on			

Mobile: Die allgemeinen Vorgaben für alle Werbemittel

- Es müssen immer alle Standardgrößen (S / M / L / XL) angeliefert werden
- Die vereinbarte Pixel-Größe sowie Gewichtslimite dürfen nicht überschritten werden
- Die Mobile-Banner müssen als *.gif (nur ausnahmsweise als *.jpg- oder als *.png-File) in einer *.zip-Datei versendet werden, nicht direkt als E-Mail-Inhalt oder – Attachment
- Animierte *.gif-Files sind erlaubt, sofern sie das max. Gewicht nicht überschreiten
- Streamings, Videos, Sounds etc. sind momentan aus Gewichts-/Datapreisgründen nicht gestattet
- Die Ziel-URL des Banners separat mitgeliefert werden und zwingend auf eine Mobile-Site oder –Portal verweisen (z.B. wap.fiat.ch)
- Die Gestaltung des Werbemittels steht Ihnen frei
- Senden Sie alle Werbemittel mit den notwendigen Angaben an Ihren Ansprechpartner
- Die Werbemittelanlieferung sollte spätestens 4 Arbeitstage vor Kampagnenbeginn erfolgen

GOLDBACH MEDIA GROUP
AdLINK **MEDIA**
SWITZERLAND

Weitere Informationen unter:

www.adlinkmedia.ch

online.swissmediatool.ch

ACTIVE
MOBILE 

gamemediarep