Technische Spezifikationen

Themenübersicht

Allgemeine Informationen

Anlieferung / Vorlaufzeiten S. 4

Werbeprodukte **Online** S. 6

Werbeprodukte **Mobile/App** S. 7

Sonderformate

Sitebar S. 9

L-Ad S. 10

Billboard S. 11

Channel Presenting S. 12

Mobile/App

Splashscreen S.14

InStream Video Ads

Pre-/Mid-/Post-Roll S. 16

Presenting/Opener Spot S. 17

Anlieferung mit vast-tag S. 18

Overlay S. 19

Fullscreen Sitebar S. 20

Technische Informationen

Bewegtbild/Video S. 22

Flash S. 23

HTML 5 S. 26

Allgemeine Informationen

Anlieferung / Vorlaufzeiten

Die Anlieferung der Werbemittel erfolgt über die E-Mail Adresse disposition@laola1.at.

Um den zeitgerechten Start einer Kampagne gewährleisten zu können, bitten wir um Anlieferung der Werbemittel bis **3 Werktage vor Kampagnenstart**. Für Sonderwerbeformen gilt eine Vorlaufzeit von 5 Werktagen.

Wir sind für Sie da während unserer Geschäftszeiten:

Montag - Donnerstag: 09:00 – 18:00

Freitag: 09:00 – 17:00

Werbeprodukte Online

Werbeprodukte Online (WEB)

Werbeformen	Abmessung (Breite x Höhe)	Gewicht	Format
Medium Rectangle	300x250 px	Max. 70 KB	GIF/JPG/FLASH/HTML5
Superbanner	728x90 px	Max. 70 KB	GIF/JPG/FLASH/HTML5
Skyscraper	160x600 px	Max. 70 KB	GIF/JPG/FLASH/HTML5
Halfpage Ad	300x600 px	Max. 70 KB	GIF/JPG/FLASH/HTML5
Sitebar	min. 300x600 px | dynamisch 1:2	Max. 70 KB	GIF/JPG/FLASH/HTML5
Billboard	min. 800x250 px – max. 970x250 px	Max. 70 KB	GIF/JPG/FLASH/HTML5
L-Ad (2-teilig)	1470x250 px (oben) + 300x600 px (rechts)	Max. 70 KB	GIF/JPG/FLASH/HTML5
Channel Presenting	1080x90 px + 300x250 px	Max. 70 KB	GIF/JPG/FLASH/HTML5
Pre-/Mid-/Post-Roll	1280x720, Max. 30 Sekunden	Max. 10 MB	MXF/MOV/MP4
Presenting /Opener Spot	1280x720, Max. 7 Sekunden	Max. 10 MB	MXF/MOV/MP4
Overlay	640x70 px	Max. 70KB	JPG
Fullscreen Sitebar (Laola1.tv)	300x600 px	Max. 70 KB	JPG

- Wichtige Infos zu technischen Umsetzung finden Sie im Kapitel „Technische Informationen“
- Soundlautstärke: -23 dBFS
- Unsere www.laola1.at Seite ist HTTPS , deshalb sollten bitte alle Werbemittel welche angeliefert werden HTTPS -Secure sein.

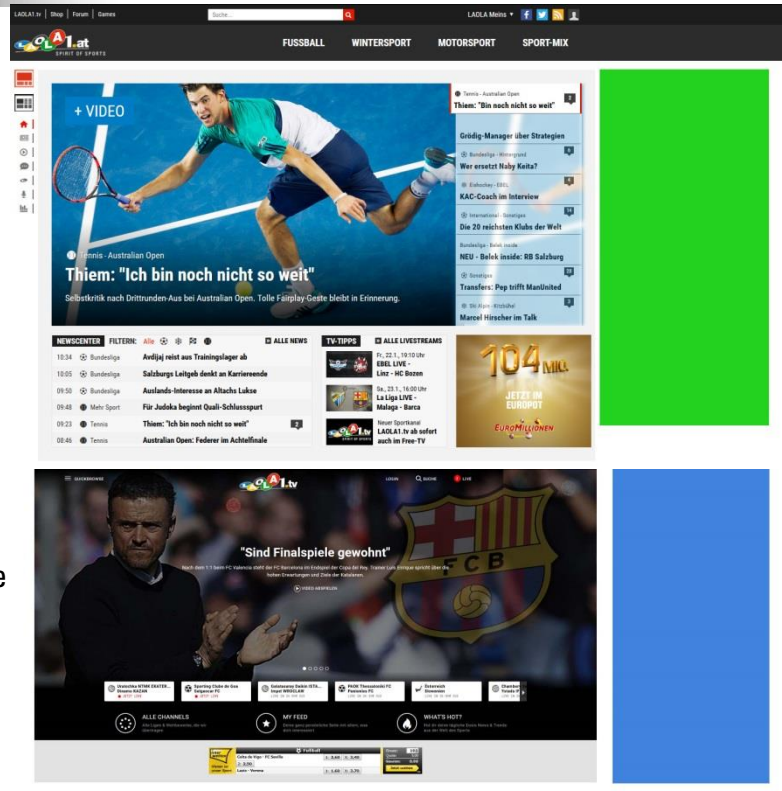
Werbeprodukte Mobile/App

Werbeformen	Abmessung (Breite x Höhe)	Gewicht	Format
Banner	Phone 300x50px, Tablet 728x90px	Max. 70 KB	GIF/JPG/PNG/HTML5
Splashscreen	Phone 320x480px, Tablet 1024x748px	Max. 70 KB	GIF/JPG/PNG/HTML5
Medium Rectangle	300x250px	Max. 70 KB	GIF/JPG/PNG/HTML5

- Wichtige Infos zu technischen Umsetzung finden Sie im Kapitel „Technische Informationen“
- Unsere www.laola1.at Seite ist HTTPS , deshalb sollten bitte alle Werbemittel welche angeliefert werden HTTPS -Secure sein.

Sonderformate

Sitebar



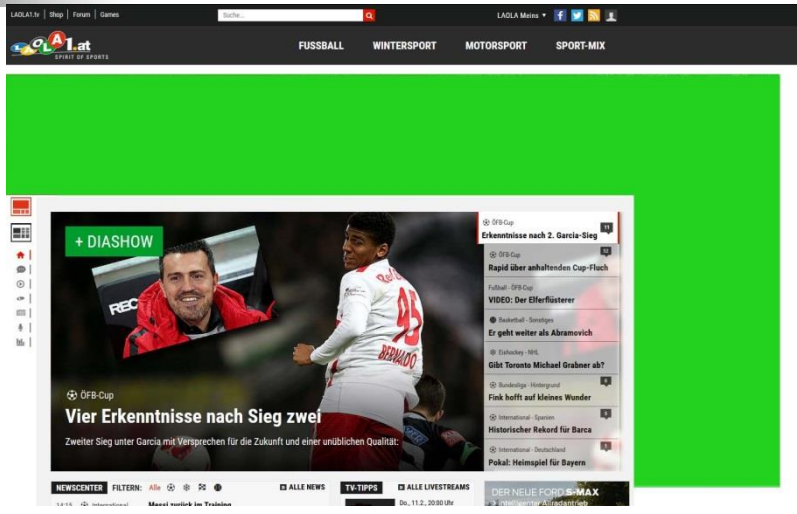
Beschreibung:
Die Sitebar ist fest im sichtbaren Bereich der Seite verankert und bietet großflächige Präsenz, da es den freien Platz neben der Webseite nutzt.
Das Werbemittel passt sich an die Bildschirmgröße an und garantiert so eine optimale Darstellung.

Format: SWF / JPG / GIF / HTML 5
Größe: 300x600 (skalierbar)
Dateigewicht: 70 KB
Streaming: ja → Hinter dem Video sollten verschiedene Videoversionen hinterlegt sein, die je nach verfügbarer Bandbreite des Users ausgespielt werden. Max.1 MB darf das nachgeladene Video schwer sein. (Streamingkosten auf Anfrage)
Sound: ja, -23 dBFS
Erforderlich: Image-Fallbacks

Hinweis:
Sound darf durch Mouseover ausgelöst werden.
Close Button ist nicht erforderlich

Hinweis für die Kreation:
Falls das Werbemittel später undurchsichtig sein soll, muss in der untersten Flashebene eine zusätzliche farbige Fläche eingefügt werden. D.h. es genügt nicht, nur die Bühne/Stage einzufärben.

L-AD



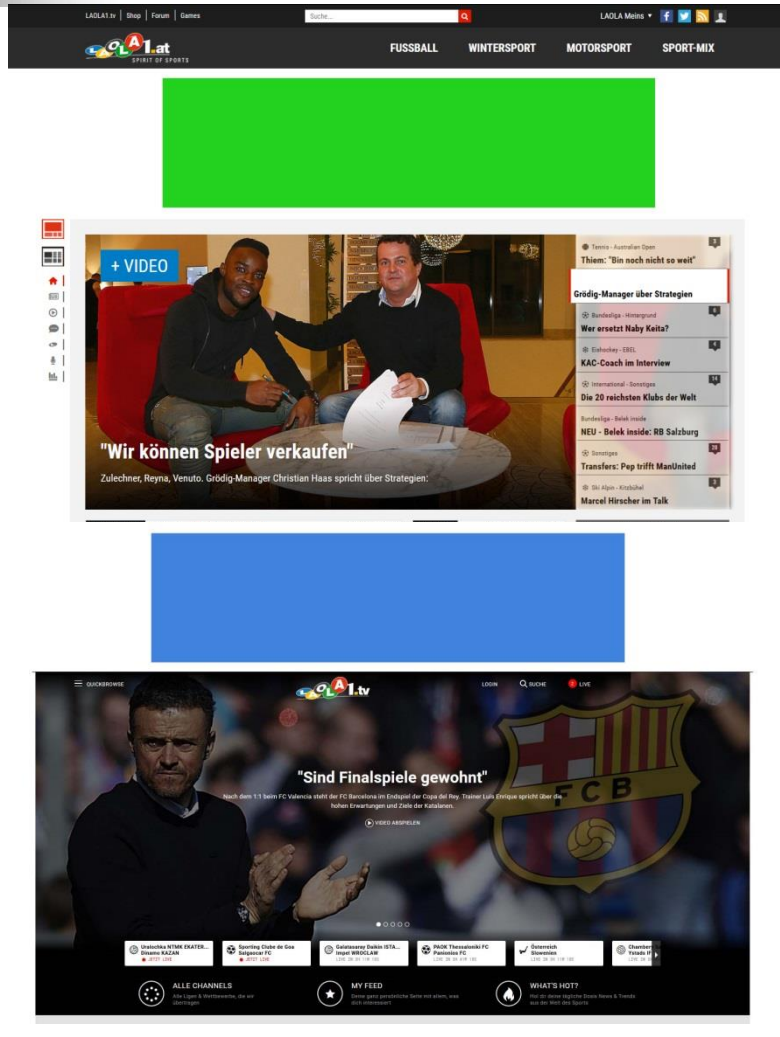
Beschreibung:
Das L-AD besteht aus einem oberen Teil (1470x250px) und einem rechten Teil (300x600 px).

Format : JPG / GIF / SWF* / HTML5*
Größe: Oberer Teil = 1470x250 px + Rechter Teil = 300x600 px
Dateigewicht: 70 KB
Streaming: ja (Streamingkosten auf Anfrage)

Bitte beachten Sie:
Das Werbemittel sollte als Einzelgrafik angeliefert werden, um bei verschiedenen Bildschirmauflösungen eine bestmögliche Darstellung zu gewährleisten.

*nur auf Anfrage

Billboard



Beschreibung:
Bei Laola1.at ist das Billboard unter der Navigation und bei Laola1.tv ist es über der Navigation der Website positioniert.
Es kann sich über die gesamte Content-Breite erstrecken.

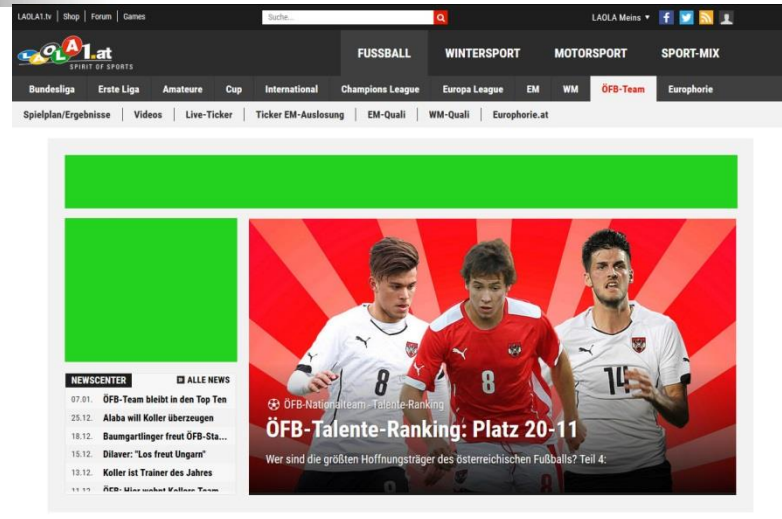
Größe bei Schaltung im Laola1 Netzwerk: min. 800x250px max. 970x250px
Größe max. bei Schaltung auf den Sites:
Laola1.at: min. 800x250px max. 970x250px
Laola1.tv: min. 800x250px max. 970x250px
Fanreport.com: min. 800x250px max. 970x250
90minuten.at: min. 800x250px max. 970x250
Fk-austria.at: min. 800x250px max. 970x250

Format: SWF / JPG / GIF / HTML5
Dateigewicht: 70 KB
Streaming: ja (Streamingkosten auf Anfrage)
Sound: ja, - 23 dBFS
Erforderlich: Image-Fallbacks

Hinweis:
Sound darf durch Mouseover ausgelöst werden.

Bei der Anlieferung von HTML5 Werbemitteln beachten Sie bitte unsere Hinweise auf S. 21.

Channel Presenting



Beschreibung:
Ein Channel Presenting besteht aus einem Presenting Banner und einem Medium Rectangel.
Es ist eine eigens entwickelte Display-Werbeform, die sich durch Individualität und sehr guter Präsenz auszeichnet.

Format : SWF / JPG / GIF / HTML5
Größe: Presenting Banner = 1080x90 px + Medium Rectangle 300x250px
(es gelten die Spezifikationen für Standard-Werbemittel)
Dateigewicht: 70 KB / Sujet
Streaming: ja (Streamingkosten auf Anfrage)
Sound: ja, - 23 dBFS
Erforderlich: Image-Fallbacks

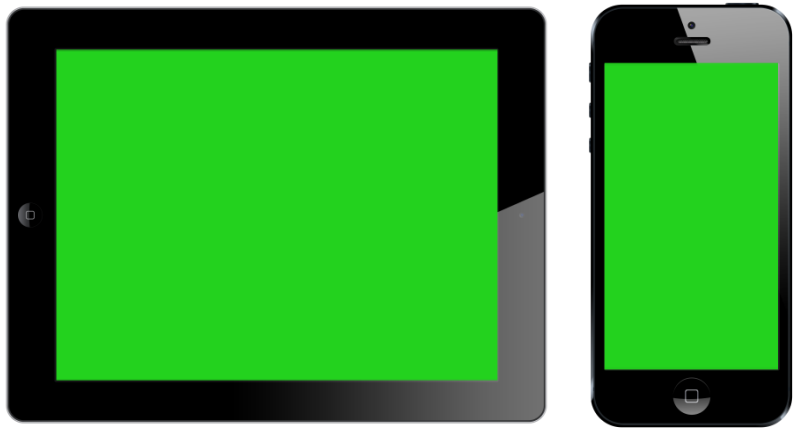
Hinweis:
Sound darf durch Mouseover ausgelöst werden.

Bitte beachten Sie:
Presenting Banner und Medium Rectangle müssen in 2 Teilen getrennt pro Adslot angeliefert werden.

Bei der Anlieferung von HTML5 Werbemitteln beachten Sie bitte unsere Hinweise auf S. 21.

Mobile/App Sonderformate

Splashscreen



Beschreibung:
Der Splashscreen wird sofort nach dem Startbildschirm angezeigt.
Er funktioniert Mobile und in der App.

Format : JPG / GIF / PNG / HTML5

Größe:
Phone 320x480 px,
Tablet 1024x748 px

Dateigewicht: 70 KB / Sujet
Streaming: ja (Streamingkosten auf Anfrage)
Sound: ja, -23 dBFS

Hinweis:
Externe Verlinkung innerhalb der App möglich. (Landingpage öffnet sich im Safari)

Bitte beachten Sie:
Der Close Button wird oben links durch unser SDK eingeblendet.

Bei der Anlieferung von HTML5 Werbemitteln beachten Sie bitte unsere Hinweise auf S. 21.

InStream Video Ads

Pre-/Mid-/Post-Roll

Beschreibung:
Ein Pre-/Mid-/Post-Roll wird vor/zwischen/nach einem Videoinhalt im Internet geschalten.

Format: MXF / MOV / MP4
Größe: 1280x720 px
Verhältnis:16:9
Dateigewicht: max. 10 MB
Sound: muss im Video integriert sein, -23dbFS
Flash: nein

Anlieferung:
MXF (XDCAM) in 1080i50
MOV (Apple ProRes) in 1080i50
MP4 (H.264) in 1280x720 mit einer Datenrate von mind. 5000kbps

Hinweis:
Das Videomaterial bitte in bestmöglicher Qualität anliefern.
Spotlänge max. 30 Sekunden.
Das Video muss Sound beinhalten, d. h. alle Tonspuren müssen mit Ton belegt sein.
Videos im SWF-Format sind nicht möglich.

Presenting/Opener Spot

Beschreibung:
Der Presenting/Opener Spot wird nach dem PreRoll abgespielt und darf maximal 7 Sekunden lang sein.

Format: MXF / MOV / MP4
Größe: 1280x720 px
Verhältnis:16:9
Dateigewicht: max. 10 MB
Sound: muss im Video integriert sein, -23dbFS
Flash: nein

Anlieferung:
MXF (XDCAM) in 1080i50
MOV (Apple ProRes) in 1080i50
MP4 (H.264) in 1280x720 mit einer Datenrate von mind. 5000kbps

Hinweis:
Das Videomaterial bitte in bestmöglicher Qualität anliefern.
Spotlänge max. 7 Sekunden.
Das Video muss Sound beinhalten, d. h. alle Tonspuren müssen mit Ton belegt sein.
Videos im SWF-Format sind nicht möglich.

Pre-/Mid-/Post-Roll Presenting/Opener Spot

Spezifikationen bei 3rd-Party Anlieferung:
Gerne können Sie uns Ihren Spot auch per vast-tag anliefern.

Format:

MP4

Video:
Codec: H264
Auflösung: 960x540
Bitrate: 1200kbit

Audio:
Codec: AAC
Bitrate: 128kbps
SR: 48kHz
Lautstärke: -23 dBFS

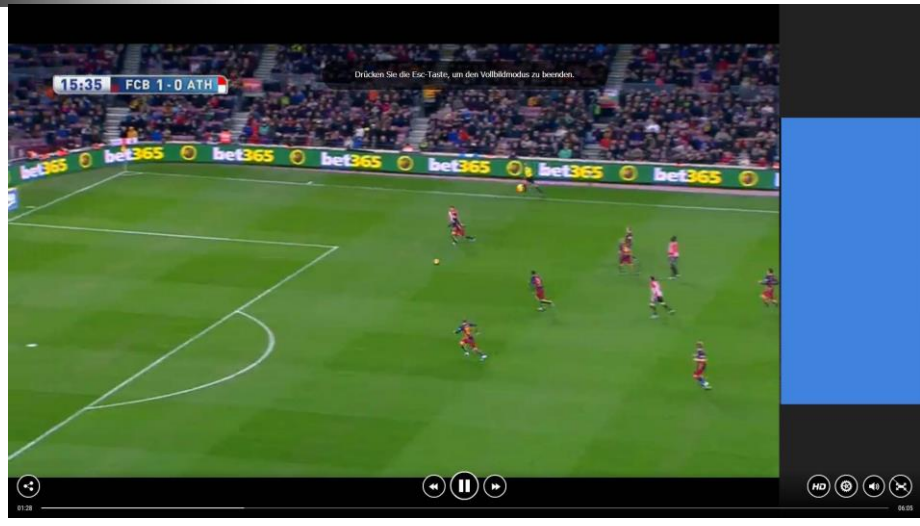
Overlay

Beschreibung:
Das Werbemittel erscheint im unteren Bildrand des Videoclips, während dieser läuft.

Format: JPG
Größe: 640x70 px
Dateigewicht: max. 70 KB
Sound: nein

Hinweis:
Das Overlay ist klickbar.
Das Werbemittel wird 15 Sekunden lang im Videoplayer angezeigt und schließt danach automatisch.

Fullscreen Sitebar



Beschreibung:
Das Werbemittel erscheint beim Abspielen eines Videoclips oder Livestreams im Fullscreenmodus .

Format: JPG
Größe: 300x600 px
Dateigewicht: max.70 KB
Sound: nein

Hinweis:
Es können nur JPG-Ads gebucht werden.

Technische Informationen

Bewegtbild/Video

Technische Anforderungen bei nachladenden Werbemitteln bzw. Werbemitteln mit Video-Inhalten:

Werbemittel, die zusätzlichen Inhalt nachladen, müssen dies vom Adserver des Kunden auf dessen Kosten tun, dabei gilt zum Schutz der User ein maximales Nachladen von 300 kb. Im Werbeformat integrierte Streams übertragen interaktiv Video- und Audiobotschaften. Diese Werbeformen eignen sich beispielsweise für TV-Spots oder Trailer, die in der Werbeform dargestellt werden. Typischerweise erfolgt das Streaming durch den Werber, nachdem der Benutzer eine Aktion getätigt hat, um das Ladevolumen beim Anzeigen der Werbung gering zu halten. Es gelten je nach Website unterschiedliche Regeln für die Integration von Streams.

Technische Anforderungen für InStream-Werbeformate:

Spots können vor dem vom User gewählten Video (Pre-Roll), innerhalb (Mid-Roll) oder nach dem Video (Post-Roll) eingeblendet werden.
Die Spot-Länge kann 5 bis 30 Sekunden betragen (das IAB empfiehlt den Einsatz von max. 15-Sekunden-Spots, da diese auf allen Medien geschalten werden können).

Anlieferung:

MXF (XDCAM) in 1080i50

MOV (Apple ProRes) in 1080i50

MP4 (H.264) in 1280x720 mit einer Datenrate von mind. 5000kbps

Lautstärke: - 23 dBFS

Verlinkung: Die ganze Fläche des Videos wird verlinkt, dies passiert in einem eigenen Layer durch das Medium – das Werbevideo muss daher ohne Definition des Links angeliefert werden. Der Ziel-Link muss mit der Video-Datei angeliefert werden.

Flash

Technische Anforderungen für den Einsatz von Flash:

Mit Hilfe der Software Adobe Flash lassen sich filmähnliche Animationen von Text und Bildern darstellen, die zusätzlich um Sound- und Video-Elemente ergänzt werden können. Grundsätzlich muss für alle User ohne Flash-PlugIn noch ein Ersatz-GIF erstellt und eingebucht werden.

Die Kreativagenturen und Adserver-Betreiber im IAB haben sich gemeinsam auf Spezifikationen von Werbemitteln im Format Flash/swf geeinigt. Unter Einhaltung dieser Spezifikationen als Minimalvorgaben ist die problemlose Schaltung und Abwicklung von Online-Kampagnen in allen Medien sichergestellt.

Benötigte Informationen:

Angabe der verwendeten Flash-Version, Angabe der verwendeten ActionScript Version.

Angabe der URL auf die der Layer/Banner verlinkt.

Die Animationen im Werbemittel dürfen nicht mehr als 18 Frames per second (fps) haben.

Zu jedem Flash-Movie muss unbedingt ein Fallback GIF/JPG mitgeliefert werden. Dieses Bild wird an User ausgeliefert, die kein Flash-Plugin besitzen oder es deaktiviert haben.

Das Werbemittel darf auf einem Standard-PC bzw. Netbook eine Prozessorlaststeigerung von 50 Prozent nicht überschreiten. Spezifikation Standard-PC: Intel Pentium IV, 2,2 GHz, 1GB RAM, Spezifikation Netbook: Intel Atom N270, 1,6 GHz, 1GB RAM. Gründe für eine hohe CPU-Last können unter anderem zu hohe Frameraten, schnelle Farbwechsel bzw. Animationen sein.

Für alle klickbaren Bereiche, die auf externe Seiten verlinken sollen, müssen Buttons definiert werden. Einheitlicher Standard für die Übergabe des Redirects zur vermarkterseitigen Klick-Zählung ist die weiter unten beschriebene clicktag-Methode.

Nicht zulässig ist die Verwendung von Clipboards oder Shared Objects sowie der Zugriff auf Mikrofon oder Webcam des Nutzers.

Flash

Verwendung von clicktag für die Verlinkung auf die Zielseite
Damit die Klicks auf das Werbemittel korrekt gezählt werden können, darf die Ziel-URL nicht direkt im Werbemittel hinterlegt werden. Statt der direkten Ziel-URL wird deshalb die Variable „clicktag“ verwendet. Es können bis zu 5 unterschiedliche Ziel-URLs definiert werden, in diesem Fall muss an den clicktag eine fortlaufende Nummer angehängt werden, also clicktag1, clicktag2 etc. Bei der Anlieferung des Werbemittels muss die passende Ziel-URL zum jeweiligen clicktag angegeben werden.

Je nach ActionScript-Version sieht die Implementation des clicktags in das Flashwerbemittel unterschiedlich aus:

Clicktag in ActionScript 2:
txt file für Clicktag in ActionScript2
swf und fla File für Clicktag in ActionScript2

Clicktag in ActionScript 3:
txt file für Clicktag in ActionScript3
swf und fla File für Clicktag in ActionScript3

Flash

Besonderheiten bei Content-überlagernden Werbeformen (z.B. Flap- oder Layer-Formate)
Im Flash-File gilt es ein „IABopen“ und ein „IABclose“ mitzugeben, um über Javascript den Layer auf der Webseite steuern zu können. Die „IABopen“-Funktion muss entweder im Event rollOver oder in dem Frame, in dem das Ausklappen des Flap-Teils initialisiert wird, eingebaut werden. Die „IABclose“-Funktion muss entweder im Event rollOut oder nachdem der Flap-Teil wieder komplett geschlossen ist, eingebaut werden.

Bei Layer Ads muss nur die „IABclose“ Funktion integriert werden. Dazu muss ein deutlich erkennbarer „Schließen“- oder „Close“-Button im Werbemittel integriert werden. Zusätzlich müssen Layer Ads nach 7 Sekunden automatisch geschlossen werden und die Funktion „IABclose“ aufgerufen werden.

Beispiel für den Einbau von IABclose in Flap-Formate:

IABclose Flap-Formate ActionScript 2:
txt file IABclose bei Flap-Formaten in ActionScript2
swf und fla IABclose in ActionScript2

IABclose Flap-Formate ActionScript 3:
txt file IABclose bei Flap-Formaten in ActionScript3
swf und fla IABclose in ActionScript3

Beispiel für den Einbau von IABclose als Close-Button in Layer-Ads:

IABclose in Layer-Ads ActionScript 2:
txt file IABclose bei Layer-Ads in ActionScript2
IABclose in Layer-Ads ActionScript 3:
txt file IABclose bei Layer-Ads in ActionScript3

HTML5

HTML5 Display Werbemittel bestehen aus mehreren Elementen. Diese sind HTML-Files, CSS, Libraries (Javascript, JQuery, etc.), Bilder und Videos.

Die Formate und Größen (inkl. Bibliotheken und Bilder) orientieren sich an den IAB Standards und von Laola1 angegebenen Größen. (Die folgenden Standards finden auf alle Formate mit fester Größe Anwendung)

Damit der Aufbau der Webseite und des Werbemittels nicht unnötig verzögert wird, ist bei der Kreation zu beachten, dass die einzelnen Elemente des HTML5 Werbemittels sowohl hinsichtlich ihrer Anzahl als auch Dateigröße so klein wie möglich gehalten werden, um die Serverprozesse/Anfragen (Serverrequests) zu minimieren.
Dazu sind Kompilierungsmethoden des Codes und Code-Optimierungen in einer Datei anzuwenden.

Bitte achten Sie darauf, mit Anwendung von Animationen und Einbindung externer Elemente wie Fonts und Bibliotheken sparsam umzugehen. Unterverzeichnis-Strukturen sind zu vermeiden.

Anlieferung:

Die Anlieferung des HTML5-Werbemittels erfolgt als Zip-Datei, die alle Elemente des Werbemittels enthält, ausgenommen extern geladene Libraries, Videos oder Fonts oder als Redirect oder iFrame-Tag.

In der Zip-Datei muss eine index.html-Datei als Startpunkt enthalten sein und alle eingebundenen Skripte sowie alle in der Zip-Datei enthaltenen Elemente müssen relativ verlinkt sein.
ACHTUNG: Dateigröße = 70 KB. (Bei KB Überschreitung Absprache mit LAOLA1)

Vorlaufzeit:

Die Vorlaufzeit beträgt 5 Werktage.

HTML5

Klicktag:

Die Schreibweise für Klicktags lautet: clicktag

Die Schreibweise für Multi-Klicktags lautet: clicktag, clicktag1, clicktag2

Die Folgenden Codezeilen sind in das HTML5-Werbemittel zur Übergabe der Klicktags zu integrieren:

Die Funktion liefert alle GET Parameter zurück, die an die Datei übergeben werden:

```
<script>
var getUriParams = function() {
var query_string = {}
var query = window.location.search.substring(1);
var parmsArray = query.split('&');
if(parmsArray.length <= 0) return query_string;
for(var i = 0; i < parmsArray.length; i++) {
var pair =
parmsArray[i].split('=');
var val = decodeURIComponent(pair[1]);
if (val != '' && pair[0] != '') query_string[pair[0]] = val;
}
return query_string;
}();
</script>
```

Beispiel HTML und Zuweisung der Links:

2 HTML Links ohne zugewiesene Links:

```
<a href="#clicktag" id="clicktag"target="_blank">IAB clicktag</a>
<a href="#clicktag2" id=" clicktag2"target="_blank">IAB clicktag</a>
```

Mit diesen Javascript Zeilen lassen sich dann die Klicktags den HTML Elementen zuweisen:

```
<script>
document.getElementById('clicktag').setAttribute('href', getUriParams.clicktag);
document.getElementById('clicktag2').setAttribute('href', getUriParams.clicktag2);
</script>
```

Mit folgendem Aufruf können Sie die funktionierende clicktag-Übergabe testen:

html5werbemittel.html?clicktag=%LANDINGPAGE%

Bitte ersetzen Sie %LANDINGPAGE% mit einer Testzielseite. Der Link muss URL-encoded übergeben werden (encodeURIComponent-Funktion)

HTML5

Backupimage, Browserkompatibilität:

Sollte ein Browser (z. B. Chrome oder Firefox) ein spezielles Feature oder eine verwendete Library nicht unterstützen, welches im Werbemittel Anwendung findet, so ist zwingend ein Fallbackhandling im Sinne von Ausspielung eines JPG oder GIF erforderlich.

Die Werbemittel sind seitens der Kreativagentur auf allen gängigen Browsern zu testen.

Grafikkomprimierung:

Grafiken sind hinsichtlich der Dateigröße zu optimieren.

Die Verwendung von PNG-Crusher und der Einsatz von skalierbaren Vektorgrafiken wird empfohlen.

HTML5

Video:

Videos in HTML5 Werbemitteln werden über den Tag <video></video> eingebunden.

Ads mit Videos sind mit einem Previewbild (poster) zu versehen, das Video startet sobald es geladen ist bzw. durch User Interaktion auf den meisten mobilen Endgeräten.

Zu beachten ist, dass auf Videos auf mobilen Endgeräten keine clicktags gelegt werden können. Der clicktag muss auf einer Fläche außerhalb des Videos hinterlegt werden.

Das Video muss hinsichtlich Qualität und Dateigröße optimiert werden und ist in einer geeigneten Serverumgebung zu streamen.

Hierbei beträgt die max. Video-Dateigröße = 2,5 MB

Das Video ist sowohl in H264/mp4 als auch in VP8/WebM zur Verfügung zu stellen.

Bitte beachten Sie, dass Rich Media Werbemittel nur an User mit WLAN-Bandbreite ausgeliefert werden.

Codebeispiel:

```
<video controls height='640' width='360'>
<source src='yourVideo.mp4' type='video/mp4' />
< source src='yourVideo.webm' type='video/webm' />
</video>
```

HTTPS

HyperText Transfer Protocol Secure (HTTPS „sicheres Hypertext-Übertragungsprotokoll“) ist ein Kommunikationsprotokoll im World Wide Web, um Daten abhörsicher zu übertragen.

Eine verschlüsselte Verbindung mit einem Browser signalisiert man mit einem "https://" (TCP-Port 443) statt "http://" (TCP-Port 80).

Dabei muss sich der Webserver dem Client gegenüber authentisieren, ob er tatsächlich der Webserver ist, der sich unter der eingegebenen Adresse befindet.

Zusätzlich wird die Verbindung bzw. Sitzung Ende-zu-Ende-verschlüsselt. Das bedeutet, die Stationen zwischen Client und Server können die Kommunikation nicht entschlüsseln.

Unsere www.laola1.at Seite wird/ist HTTPS , deshalb sollten bitte alle Werbemittel welche angeliefert werden HTTPS -Secure sein.

> move together<

LAOLA1 Multimedia GmbH
Project- & Campaign Management
Hosnedlgasse 25
A-1220 Wien
tel.: +43 1 / 256 31 41 – 0
fax.: +43 1 / 256 31 41 – 10
disposition@laola1.at
www.laola1.at