

Technische Spezifikationen

Banner-Gewicht

- Richtwert 100KB - schwere Dateien verlängern die Ladezeit des Banners und verschlechtern damit die Performance

Anlieferung

- Zwingend in https*
- Zwingend mit Ziel-URL
- Bei HTML, Xandr Clicktag-Specs einhalten ([Banner-Specs Xandr](#))
- Zwingend ohne Sound, Sound on nur nach User-Interaktion erlaubt
- Keine Flash-Werbemittel

*Ausführungen SSL

Alle angelieferten Tags & HTML-Banner müssen SSL (Secure Sockets Layer) verwenden. Das beinhaltet sowohl Daten, die im HTML selbst nachgeladen werden, wie auch iframes und Links. Referenzen im Werbemittel auf externe Ressourcen (Zählpixel, JS.Libraries, Videos, Fonts) sollten alle via SSL (https://) ausgeliefert werden.

Termine

- IAB Standard Werbemittel & Video Spots: 3 Arbeitstage vor Kampagnenstart
- Sonderformate & Content Advertising: 5 Arbeitstage vor Kampagnenstart

Wichtige Hinweise

Damit ein termingerechter Kampagnenstart garantiert werden kann, müssen die Anlieferfristen eingehalten werden. Falls die angelieferten Werbemittel nicht den Spezifikationen entsprechen, wird die Kampagne, bis die entsprechenden Richtlinien korrekt umgesetzt wurden, zurückgehalten. Allfällige Kosten müssen vom Produzenten des Werbemittels übernommen werden.

Mobile (Retina)

Der Banner soll bei Möglichkeit in doppelter Auflösung exportiert werden.

- Rectangle 300x250px à 600x500px
- Mobile Wideboard 320x160px à 640x320px

HTML-Banner

Verwendete Bild-Elemente in doppelter Auflösung hinterlegen, im Code jedoch wieder auf die Hälfte skalieren. Dies für eine optimale Schärfe auf Retina Screens. Dies gilt ebenso für HTML-Banner, welche per Third Party Tag angeliefert werden.

Details zu den einzelnen Bannerformaten finden Sie unter nachfolgendem Link:

<https://cdn.adnz.co/specs/index.html>