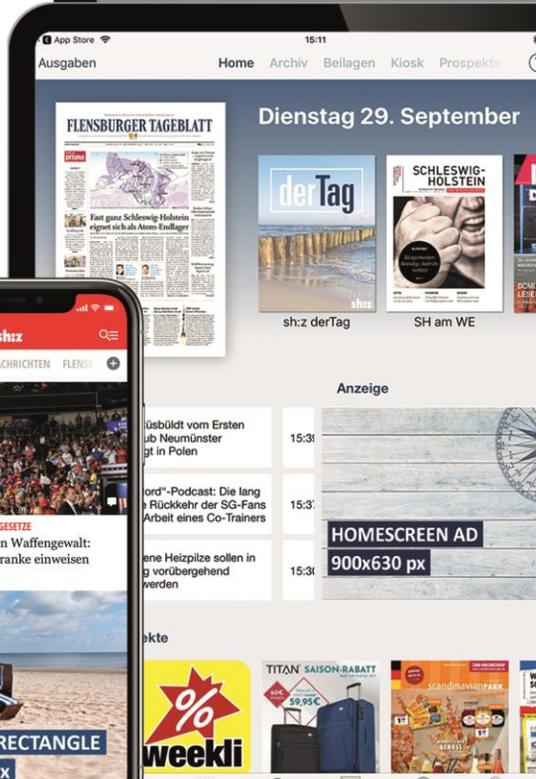
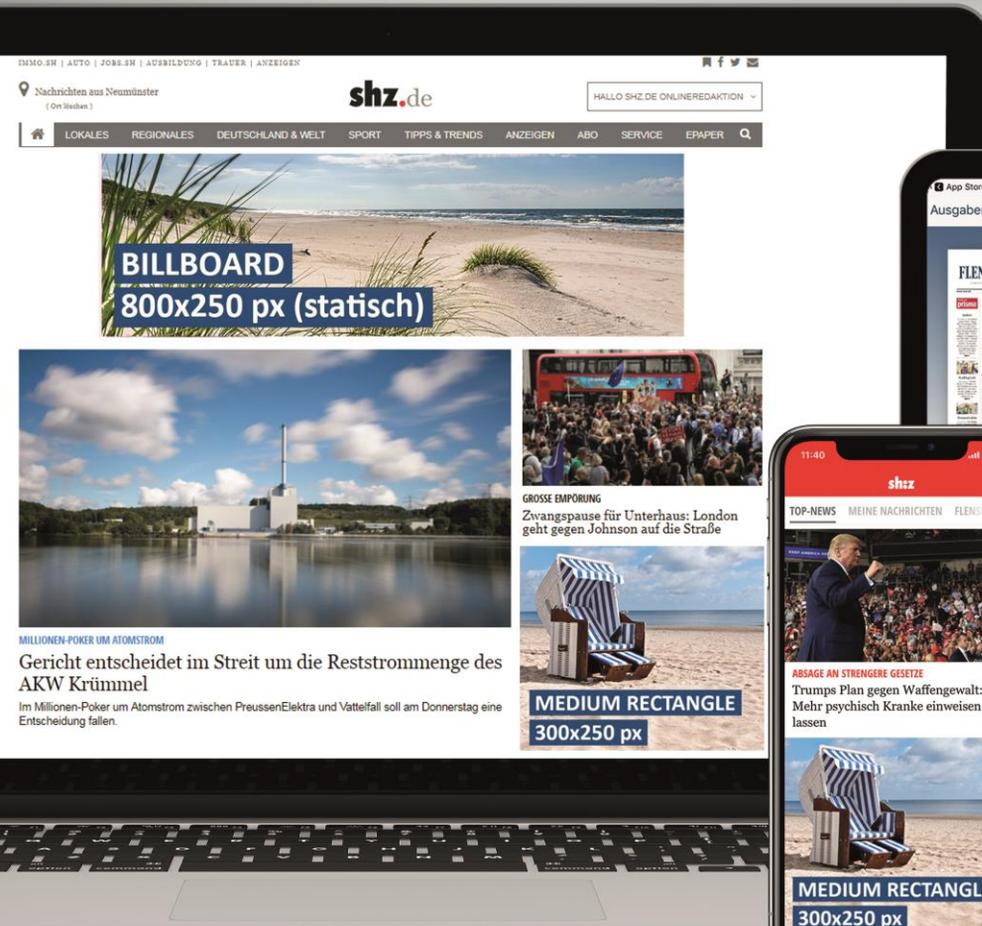


TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN



Technische Spezifikationen

Preise gültig ab Januar 2021

Inhaltsverzeichnis

<u>Guidelines: HTML5-Werbemittelanforderungen.....</u>	<u>3-4</u>
<u>Spezifikationen Interstitial sh:z und A.Beig ePaper App.....</u>	<u>5</u>
<u>Größenübersicht Online - Werbeformate.....</u>	<u>6</u>

Technische Spezifikationen

Guidelines: HTML5-Werbemittelanforderungen

Format

Gemäß der IAB-Werbemittelstandards für Standardwerbeformen

(Ausgenommen sind: Werbemittel, die proportional oder frei skalieren; Werbemittel, die den Inhalt überlagern, expandieren oder sich der Größe des Bildschirms automatisch anpassen)

File-Größen

	HTML5-Werbemittel ¹	max. nachgelagerte Dateigröße ²	max. nutzerinitiierte Dateiladegröße ³
Desktop	100 kB	150 kB	2,5 MB
Tablet	60 kB	150 kB	2,2 MB
Smartphone	40 kB	100 kB	2,2 MB

File-Anzahl und Codekomprimierung

Die Anzahl der Files bzw. Elemente eines HTML5-Werbemittels ist so gering wie möglich zu halten, um die Serverprozesse bzw. Anfragen (Serverrequests) zu minimieren. Dazu sind Komprimierungsmethoden des Codes und Codezusammenfassungen in einer Datei anzuwenden.

File-Hierarchie und Ordnerstruktur

Die Anzahl der Ebenen bzw. Ordnerstruktur ist so gering wie möglich zu halten. Es sollte maximal eine Ebene (z. B. images, scripts) verwendet werden.

Klicktag

Es gelten die allgemeinen IAB Spezifikationen für HTML5-Werbemittel.

Diese können unter: <http://www.iab.com/html5> eingesehen werden.

Fallback Image und Browserkompatibilität

Wenn ein Browser ein spezielles Feature oder eine verwendete Library nicht unterstützt, welche/s im Werbemittel genutzt wird, soll ein im Werbemittel definiertes Fallback Image (JPG/GIF/PNG) ausgespielt werden. Sollte das Werbemittel z. B. nicht vom Internet Explorer 9 unterstützt werden, ist zu gewährleisten, dass in diesem Browser das Fallback Image angezeigt wird. Die Werbemittel sind seitens des anliefernden Partners auf allen gängigen Browsern zu testen. Etwaige auszuschließende Browser sind dem Verlag mitzuteilen. Der Verlag behält sich vor Browserversionen von der Auslieferung der Werbemittel auszuschließen.

Grafikkomprimierung

Grafiken sind hinsichtlich der Dateigröße zu optimieren. Die Verwendung von PNG-Crusher und der Einsatz von skalierbaren Vektorgrafiken wird empfohlen.

Inhaltsvorgaben

- Sound ist nur nutzerinitiiert erlaubt (Mouseover/Klick) und darf nicht automatisch starten.
- Werbemittel mit Sound müssen mit einer Schaltfläche für Play, Stop, Pause und Sound an/aus versehen werden.
- Looping ist verboten und es sind maximal 3 Loops/Wiederholungen erlaubt.
- Die CPU-Auslastung sollte den Wert von 20 % nicht überschreiten. Der Verlag behält sich das Recht vor, besonders CPU-lastige Werbemittel abzulehnen.

¹ HTML5-Werbemittel als Zip-Archiv inkl. Code und Bilder

² zusätzlich erlaubtes Ladevolumen, um eine Nutzerinteraktion zu ermöglichen

³ maximale Dateigröße für einen nachgelagerten Dateiladevorgang wie z. B. ein Video-Stream

Technische Spezifikationen

Guidelines: HTML5-Werbemittelanforderungen

Videos

- Videos in HTML5-Werbemitteln werden über den Tag `<video></video>` eingebunden.
- Ads mit Videos sind mit einem Previewbild zu versehen.
- Das Video startet ohne Sound auf dem Desktop sobald es geladen ist und auf mobilen Endgeräten erst durch eine Nutzerinteraktion.
- Zu beachten ist, dass auf Videos auf mobilen Endgeräten keine Klicktags gelegt werden können. Der Klicktag 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.
- Das Video ist sowohl in H264/mp4 als auch in VP8/WebM zur Verfügung zu stellen.
- Das Limit der Dateigröße für Videos liegt bei max. 2,5 MB.

Codebeispiel:

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

Animation

Bei Animationen ist darauf zu achten, dass diese den Client-CPU nicht unnötig belasten. Mehrere parallel laufende Animationen und überlappende transparente Grafiken sind zu vermeiden. Der Einsatz von CSS3 oder JavaScript-Animationen ist mit Bedacht auf die CPU- und GPU-Auslastung zu wählen.

Frameworks, Libraries und Namespaces

Bei Einbindung von Frameworks und Libraries (z. B. Bootstrap) ist darauf zu achten, dass diese nicht mit den Funktionalitäten der Webseite in Konflikt treten. Bei Nutzung globaler JavaScript Variablen sollten diese in einem eigenen Namespace laufen oder alternativ klar benannt werden, z. B. "shzAdtext" statt nur "text". Diese zwingende Eindeutigkeit in der Bezeichnung gilt auch für die Vergabe von HTML-IDs (etwa "shzExpandableWrapper" statt nur "wrapper" bei `<div>` Containern) sowie ID-, Class- und Type-Selektoren in CSS (etwa ".shzClickAreas" statt nur ".clicks" in CSS). Andernfalls könnten Seiten eigene Variablen/Bezeichner/CSS Styles die Darstellung und Funktion des Werbemittels negativ beeinflussen und umgekehrt.

Der Verlag behält sich das Recht vor, Werbemittel abzulehnen, wenn diese durch zu allgemein gehaltene Bezeichner den regulären Betrieb der Webseite stören könnten.

Anlieferung

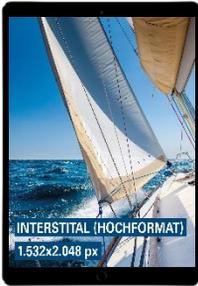
- Anlieferung eines Basis-HTML/Skripts, wobei alle Assets beim Kunden liegen und nur absolute URLs verwendet werden.
- Anlieferung eines Redirects.
- Anlieferung des Basis-HTML/Skripts als .zip Datei von Adobe Edge, Google Web Designer oder Tumult Hype, wobei der Verlag alle Assets hostet⁴ und nur relative URLs verwendet werden.
- Zip-Archiv für jedes Bannerelement.
- Die Index-HTML muss alle für die Ausführung des Werbebanners benötigten Inhalte und Dateien beinhalten.
- Implementierung durch Verlag⁴ oder anderer Werbemittel-Hosts. Beim externen Hosting müssen die Werbemittel per `https://` eingebunden werden.
- 5 Werktage Vorlaufzeit.
- Alle Daten senden Sie bitte direkt an: ads@shz.de.

⁴ Kostenlos für Adobe Edge, Google Web Designer oder Tumult Hype .zip Dateien. Bei Verwendung anderer Programme fallen Hosting Gebühren an. Diese sind individuell und erfragen Sie bitte direkt bei Ihrem Ansprechpartner des Verlages.

Technische Spezifikationen

Interstitial sh:z und A.Beig ePaper App

Format*

**Hochformat**

- Gesamtgröße 1.532 x 2.048 px

**Querformat**

- Gesamtgröße 2.048 x 1.532 px

Technische Daten:

- Auflösung. mind. 150 dpi
- Dateiformat: JPG
- Dateigröße: max. 1 MB
- Anlieferung: 3 Werktage vor ET an ads@shz.de inkl. Zielverlinkung

***Anmerkungen:**

Anlieferung von zwei Dateien (Hoch- und Querformat). Für eine optimale Werbemitteldarstellung auf allen Endgeräten verwenden Sie bitte die unter Hoch- und Querformat aufgeführten Pixelmaße der Gesamtgröße. Die hochgeladenen Daten werden entsprechend des Endgerätes skaliert.

Weitere Details auf shz.de/online-werbemittel.

Technische Spezifikationen

Größenübersicht Online-Werbemittel

Format	Größe* (B x H)	Gewicht
Medium Rectangle	300 x 250 px (retina: 600 x 500 px)	max. 80 KB
Superbanner	728 x 90 px	max. 80 KB
Halfpage Ad	300 x 600 px	max. 80 KB
Wallpaper	728 x 90 px (Superbanner) + 120 - 200 x 600 px (Skyscraper) - Skyscraper setzt rechts am Superbanner an	je max. 80 KB
Fireplace Ad	1.043 x 120 px (Superbanner) + 2x 120 x 600 px (Skyscraper) - Skyscraper setzen am Superbanner an	je max. 80 KB
Billboard	800 x 250 px oder 920 x 250 px	max. 100 KB
Flying Carpet	Desktop / Tablet: 600 x 600 px Smartphone: 300 x 600 px (Retina 600 x 1.200 px)	je max. 200 KB
Interstitial	1.532 x 2.048 px (Hochformat) + 2.048 x 1.532 px (Querformat)	je max. 1 MB
Homescreen Ad	1.230 x 630 px (Querformat) + 900 x 630 px (Hochformat)	je max. 200 KB

*Anmerkungen:

Retina meint die mobil optimierte Version. Die Ansicht des Werbemittel beträgt bei der Ausspielung die Hälfte der Größe (50%). Lediglich die Anlieferung findet in doppelter Größe statt.