



**dfv** Mediengruppe  
Hotel- und Gastromedien

# Technische Spezifikationen

HTML5 Banner

# HTML5 Banner

## Skalierbarkeit und Dateigröße

### Skalierbarkeit:

- Das Werbemittel darf keine fixe Breite und Höhe haben. Sie müssen sicherstellen, dass das Werbemittel skalierbar ist.
- Bitte achten Sie darauf, dass die Skalierbarkeit des Werbemittels auf verschiedene Größen gegeben ist und es sich automatisch an die Skalierung der Inhalte anpasst. Ihr Werbemittel wird bei manchen Platzierungen auf der Website sowie Mobile ausgespielt.

### Dateigröße:

- HTML5 Werbemittel bestehen wie Webseiten aus mehreren Elementen, die nicht analog zu Flash in einem File zusammengeführt und komprimiert werden können. Diese sind: HTML-Files, CSS, Libraries (Javascript, JQuery, etc.), Bilder, Videos.
- Damit der Aufbau der Webseite und des Werbemittels nicht unnötig verzögert wird, ist bei der Kreation zu beachten:
  - Die einzelnen Elemente des HTML5 Werbemittels sollen sowohl hinsichtlich ihrer Anzahl als auch Dateigröße so klein wie möglich gehalten werden, um die Serverprozesse/Anfragen Server Requests zu minimieren.
  - Die Kompilierungsmethoden des Codes und Code Optimierungen sollen in einer Datei angewendet werden. Dies ist durch Komprimierung und Optimierungsverfahren als auch durch sparsame Anwendung von Animationen und Einbindung externer Elemente wie Fonts und Bibliotheken umzusetzen, welche auch zu der Dateigröße dazu gerechnet werden.
  - Unterverzeichnis: Es darf bis zu einer Ebene Unterordner vorhanden sein
  - Maximal 50 Dateien/Ordner im Zip-File
  - Maximal 10 anklickbare Flächen (clicktags)

**Maximalgröße: 120 KB**

# HTML5 Banner

## Klickzählung

### Klickzählung:

- Für die Click-Zählung sollte "clicktag" als URL-Parameter aufgenommen werden.  
→ Sind mehrere Klick-Bereiche im Werbemittel definiert sind diese per "clicktag1", "clicktag2", "clicktag3", "clicktag4", "clicktag5", ..., "clicktag9" anzusteuern.
- Code-Beispiel für die Übergabe des clicktag (Die Pixel-Angaben sind beispielhaft für eine Werbeform):

### Einfacher Hyperlink Tag:

```
<html>
  <head>
  </head>

  <body>
    <a href="#clicktag" id="clicktag" target="_blank">
      <div id="example_element" style="width: 300px; height: 250px">
      </div>
    </a>
    <script>
      document.getElementById('clicktag').setAttribute('href', clicktag);
    </script>
  </body>
</html>
```

#### WICHTIG:

Der blau markierte Bereich „example\_element“ repräsentiert den Code des eigentlichen Banners bzw. die Elemente des Banners. Dieser Teil sollte nicht mit kopiert werden falls Code aus dem Beispiel kopiert wird. In diesem Beispiel wird das Banner von einem HTML-Anker-Tag eingeschlossen welches die Verlinkung vornimmt welche wiederum in einem nachfolgenden Script über die clicktag-Variable gesetzt wird.

# HTML5 Banner

## Klickzählung

Für unterschiedliche klickbare Flächen:

```
<html>
  <head>
  </head>
  <body>
    <a href="#clicktag" id="clicktag" target="_blank">
      <div id="example_element1" style="width: 300px; height: 250px">
        </div>
    </a>
    <a href="#clicktag1" id="clicktag1" target="_blank">
      <div id="example_element2" style="width: 300px; height: 250px">
        </div>
    </a>
    <script>
      document.getElementById('clicktag').setAttribute('href', clicktag);
      document.getElementById('clicktag1').setAttribute('href', clicktag1);
    </script>
  </body>
</html>
```

### WICHTIG:

Die blau markierten Bereiche „example\_element1“ und „example\_element2“ repräsentieren Flächen des Banners die klickbar sein sollen. Dieser Teil sollte nicht mit kopiert werden falls Code aus dem Beispiel kopiert wird

# HTML5 Banner

## Klickzählung

### Weitere Hinweise:

Die clicktags können nur vom System gefüllt werden, wenn diese in der Basis-Datei (HTML-Datei) eingesetzt werden. Werden clicktags z.B. in externen Javascript-Dateien eingesetzt, können diese nicht von ADITION mit Werten befüllt werden.

Die clicktags können nicht erkannt werden wenn sie in abweichender Schreibweise geschrieben werden, z.B. clickTag, Clicktag usw. Daher bitte clicktags immer in Kleinschreibung verwenden wie im Beispiel auf Seite 12 ersichtlich. Es ist nicht notwendig, Javascript-Variablen zu deklarieren. Daher sollte auf Code-Snippets wie z.B. folgenden verzichtet werden:

```
<script>  
clicktag = "";  
</script>
```

Weiterhin dürfen clicktags nicht mit eigenen Werten befüllt werden:

```
<script>  
clicktag = "https://www.adition.com";  
</script>
```

Beide Fälle führen dazu, dass die von ADITION gesetzten Werte überschrieben werden und daher **keine Klickzählung** möglich ist.

# HTML5 Banner

## Allgemein

### **Backupimage / Browserkompatibilität:**

- Sollte ein Browser ein spezielles Feature oder eine verwendete Library nicht unterstützen, welches im Werbemittel Anwendung findet, so soll ein im Werbemittel definiertes Fallback JPG/GIF ausgespielt werden.
- Wenn das Werbemittel zum Beispiel nicht von IE 9 unterstützt wird, ist von der Agentur vorzusehen, dass in diesem Browser das Fallback angezeigt wird. Die Werbemittel sind seitens der Kreativagentur auf allen gängigen Browsern zu testen und etwaige auszuschließende Browser dem Vermarkter mitzuteilen.

### **Grafikkomprimierung:**

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

### **Video:**

- Videos in HTML5-Werbemitteln sollten über den Tag eingebunden werden.
- 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.
- Max. Video-Dateigröße: 2,5 MB
- Das Video ist sowohl in H264/mp4 als auch in VP8/WebM zur Verfügung zu stellen.

# HTML5 Banner

## Allgemein

### **Animation:**

- Bei Animationen ist darauf Acht zu geben, 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.

### **Anlieferung:**

- Die Anlieferung des HTML5-Werbemittels erfolgt als Zip-Datei, die alle Elemente des Werbemittels enthält, ausgenommen extern geladene Libraries, Videos oder Fonts.
- Stellen Sie alle Dateien in einen Hauptordner mit maximal einem Unterordner. Es dürfen keine Ordner-Strukturen sowie Unterordner verwendet werden.**
- In der Zip-Datei muss eine index.html-Datei als Startpunkt und Rootverzeichnis enthalten sein. Alle eingebundenen Skripte sowie alle in der Zip-Datei enthaltenen Elemente müssen relativ verlinkt sein.
- Alternativ kann ein Redirect angeliefert werden. Auch hier gelten alle o.g. Anforderungen, z.B. Dateigröße, Fileanzahl. Anlieferung ist Vermarkter abhängig physisch oder als Redirect zu erfolgen.

### **Vorlaufzeit:**

- Die Vorlaufzeit beträgt **5 Werkstage**