

Technische Spezifikationen Online-Werbung 1/3

Datenanlieferung:

Bis **5 Werktag**e vor Schaltbeginn an banner-wiesbaden@springer.com

Ziellink:

Bitte vergessen Sie nicht, den Ziellink für jedes Werbemittel einzeln anzugeben

Dateiformate:

Flash, GIF, HTML, JPEG
Redirects möglich

Bei Einsatz einer Flash-Datei ist **grundsätzlich immer** eine alternative GIF-Datei als Fallback-Image anzuliefern.

Größe: max. 120 kB je Werbeform (ausgenommen HTML 5). Die maximale Größenangabe bezieht sich auf das Gesamtgewicht der Dateien.

Springer Fachmedien behält sich vor, Dateien abzulehnen, die besonders CPU-lastig sind. Die Auslastung sollte 25% nicht überschreiten. Eine Auslastung von 40% darf keinesfalls überschritten werden (Standard-PC).

Sound:

Sound in Werbemittel ist erlaubt, wenn folgende Bedingungen eingehalten werden:

- Bei Start des Werbemittels muss der Sound ausgeschaltet sein. Nur eine eindeutige Aktion durch den User darf den Sound aktivieren (Klick)
- Eine deutlich sichtbare Schaltfläche zur Deaktivierung
- Mit dem Schliessen des Werbemittels (z.B. Layer) muss der Sound enden

Newsletter-Werbung:

Bei der Anlieferung von Newsletterwerbeformaten ist zu beachten, dass die Werbemittel **keine Animationen** enthalten dürfen. Diese werden nicht von allen E-Mail-Programmen unterstützt, daher nehmen wir animierte Newsletter-Banner nicht an.

Flash:

- ▶ Anzuliefern bei allen Flash-Werbemitteln: eine zusätzliche Datei (gif oder JPEG) als Fallback-Image
- ▶ Anzuliefern: SWF-Datei inkl. Variable. In der SWF-Datei kommt anstelle der Click-URL eine Variable zum Einsatz, über die die Click-URL und die Klickzählung vom aufgerufenen HTML-Code-Fragment (Sniffer Code) übergeben wird. Alle Klickmöglichkeiten müssen über diese Variable realisiert sein.
- ▶ Ist im Browser des Users kein entsprechendes Flash-Plugin installiert ist, wird alternativ eine Grafik (GIF/JPG) ausgeliefert. Eine Aufforderung, ein Plugin zu laden ist nicht gestattet.
- ▶ Die maximal zulässige Framerate der Flashwerbemittel beträgt 25 fps, empfohlen sind 18 fps.
- ▶ Infos zum Clicktag: Zur Verlinkung des Werbemittels ist der folgende Code für die gesamte Animation bzw. Schaltfläche zu verwenden:

```
Actionscript 1 und 2
on (release) {
  getURL (_level0.clickTag, "_blank");
}
oder
ActionScript 3.0
var _url:String = "";
if (LoaderInfo(root.loaderInfo).parameters.clickTag)
{ _url = LoaderInfo(root.loaderInfo).parameters.clickTag;
myButton.addEventListener(MouseEvent.CLICK, handleClick); }
function handleClick(event:MouseEvent):void
{ navigateToURL(new URLRequest(_url), "_blank");
}
```

Technische Spezifikationen Online-Werbung 2/3

Expandable Werbeformen:

Das expandierende Werbemittel wird durch MouseOver aktiviert und klappt sich aus. Bei MouseOut muss das Werbemittel wieder in den ursprünglichen Zustand übergehen (einklappen).

Transparente Flächen dürfen keinesfalls klickbar sein.

Das Werbemittel kann als eine Datei (eine zu Beginn teilweise verdeckte Fläche) oder zwei getrennte Dateien (eingeklappt und ausgeklappt) angeliefert werden. Bei der Anlieferung von Flash-Dateien gilt:

- ▶ Aktivierung:
`//MouseOver Actionscript:
on (rollOver) {fscommand("expStart", "");}`
- ▶ Beenden:
`//MouseOut Actionscript:
on (rollOut) {fscommand("expEnde", "");}`
- ▶ Verlinkung
`//Verlinkung
on (release) { getURL (clickTag , "_blank") }`
- ▶ Diese Flash-Befehle halten die Fläche für den expandierenden Bereich bereit bzw. die Schließoption, der Flash selbst wird hierdurch nicht gesteuert.
- ▶ Bei getrennt angelieferten Dateien gilt, die Aktivierung muss im Standard Werbemittel und das Beenden im expandierten Werbemittel integriert sein.
- ▶ Bei allen Flash-Dateien muss zusätzlich ein Fallback-Image geliefert werden

Bei Redirects für Expandables beachten Sie bitte:

- ▶ Das Werbemittel muss so gestaltet sein, dass es durch evtl. zu ergänzende URL-Parameter frei positionierbar ist.
- ▶ Expandierende Werbemittel müssen Selectboxen, die überdeckt werden, ausschalten und später wieder einschalten.
- ▶ Nach dem Einklappen expandierender Werbemittel dürfen keine transparenten Flächen auf der Seite stehen bleiben.

HTML:

Anzuliefern: HTML-Code.

- ▶ Umgebende HTML-Tags für eine vollständige Seitendefinition (z.B. HTML, HEAD, TITLE BODY) dürfen keinesfalls Bestandteil der Lieferung bzw. elementar für das Werbemittel sein.
- ▶ Globale Style-Definition sind nicht zulässig (wie z.B. "TD { Style-def. }"), statt dessen müssen Styles mit möglichst eindeutigen Klassen-Namen, idealerweise mit vorangestellten Kunden-Kürzeln versehen sein, (wie z.B. "TD.KUNDEnavi { Style-def. }"). Style-Klassen-Namen dürfen nur aus den Zeichen A-Z, a-z, 0-9 bestehen.
- ▶ In FORM Tags ist ausschließlich die METHOD="get" möglich.
- ▶ target="_blank" ist bei allen Klicks (z.B. HREF und FORM ACTION) zwingend erforderlich
- ▶ Zur Klick-Messung durch den AdServer, muss jede Click-URL durch Springer Fachmedien erweitert werden. Die Click-URL muss daher im Quellcode in veränderbarer Form vorliegen (keine Festeinbindung).

Zusammengefasst Info zum Einsatz von Redirects:

Redirects sind Werbemittel, die von einem dritten AdServer ausgespielt werden. Springer Fachmedien Wiesbaden bucht einen Redirect (Verweis) auf diesen AdServer ein.

- ▶ Das angegebene maximale Dateigewicht gilt ebenso verbindlich für Redirects
- ▶ Layer als Redirects müssen durch ggf. zu ergänzende URL-Parameter frei positionierbar sein.
- ▶ Expandierende Werbemittel und Layer als Redirect müssen Selectboxen, die überdeckt werden, ausschalten und später wieder einschalten.
- ▶ Nach dem Einklappen expandierender Werbemittel dürfen keine transparenten Flächen auf der Seite stehen bleiben.
- ▶ Bei RichMedia-Redirects muss dokumentiert sein, wie Klicks mitgezählt werden sollen. Ist dies nicht der Fall und können somit keine Klicks gezählt werden, behalten wir uns vor, die Redirects von RichMedia auf Image zu reduzieren.

Technische Spezifikationen Online-Werbung 3/3

HTML 5:

Der Vorlauf für HTML 5-Werbemittel beträgt mindestens 5 Werktage.

HTML 5-Werbemittel

- ▶ HTML, Javascript und CSS in einer Datei zusammengefasst (maximal 120kb) und Bilddateien (bis zu 3 Grafiken als Gif, JPG oder PNG, jeweils **bis max. 120kb pro Datei**, je nach Werbeform), keine externen Bibliotheken, Javascript-Variablen mit lokalem Geltungsbereich
- ▶ Der HTML 5-Code muss eine (lokale) Javascript - Variable mit dem Namen "clickTag" enthalten, um daran ein Clickcommand (Ziel-Url) übergeben zu können
- ▶ HTML 5-Werbemittel sind ausschließlich als Tag (3rd party) anlieferbar; für **Wallpaper-Schaltungen** (Kombi Superbanner + Skyscraper) gilt: diese sind in HTML 5 aktuell nicht auf allen Sites der Springer Fachmedien möglich.

Kompatibilitäts-Prüfung

Das Werbemittel muss sicherstellen, dass die für eine korrekte Darstellung und Funktionalität notwendigen Technologien im aufrufenden Browser zur Verfügung stehen. Andernfalls darf keine Auslieferung erfolgen. Keinesfalls darf der User Sicherheitswarnungen erhalten oder zur Installation von Plugins aufgefordert werden.

Ergänzend gelten die Richtlinien des BVDW (hier geht es direkt zum pdf-Download auf der Site des BVDW:

http://www.bvdw.org/presseserver/HTML5_Richtlinie/bvdw_ovk_html5%20richtlinie_final_20150720.pdf

Zahlungsbedingungen

Zahlungsbedingungen:**Rabatte:**

auf Anfrage (bei Printtiteln vereinbarte Konditionen werden nicht auf Online-Werbeträger übernommen)

Zahlungsbedingungen:

2% Skonto bei Zahlung vor Erscheinen; 15% AE (Agenturprovision)

Gültig für Deutschland: Preise zzgl. gesetzlicher MwSt.

Zahlungsfälligkeit: sofort nach Rechnungserhalt.

Bankverbindung:

Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Deutsche Bank Berlin

BLZ: 100 700 00 | Account: 069700300

Swift/BIC: DEUTDEBB

IBAN: DE09 1007 0000 0069 7003 00

Kontakt:**Anzeigendisposition**

Tel +49(0)611.7878-616, banner-wiesbaden@springer.com