



# Spezifikation

Tamedia Digital Spezifikationen: 20 Minuten Native Ads



## Spezifikation: 20 Minuten Native Ads

### Spezifikationen

**Desktop:** Native Wideboard

**Mobile:** Native Ricchi

**Anlieferung:** Text, Bild, URL - das Ad wird dann automatisch als Ricchi oder Wideboard ausgespielt.

Text: 150 Zeichen

Titel: 70 Zeichen

Bezeichnung: 20 Zeichen

CTA: 15 Zeichen

Bildgröße: 514x250 px

Auswahlmöglichkeiten: Hauptfarbe: Bitte HEX-Code angeben. Default ist #044CA0.

#### Wichtige Hinweise

- Bezeichnung links oben: 1. Reiter ist vorgegeben (Sponsored, Paid Post, Werbung) 2. Reiter kann frei gewählt werden
- Bildgröße wird von Desktop auf Mobile skaliert
- Bild wird von blauem Balken leicht überdeckt

### Allgemeine Richtlinien

#### Anzahl Sujets

Max. 3 Sujets bei physischer Anlieferung.

Bei mehr als 3 Sujets muss die Anlieferung per 3rd Party Tag erfolgen.

Der Austausch von physischen Sujets bei laufender Kampagne ist nur in Ausnahmefällen erlaubt.[nbsp]

#### Animationen

Die Länge der Animation innerhalb eines Werbebanners ist nicht begrenzt. Jedoch liegt die empfohlene Maximallänge bei 30 Sekunden.

#### Ton

Aktivierung nur durch User-Interaktion. Achtung: InApp iOS nur ohne Ton möglich

#### Flash

Flash-Dateien sind nicht erlaubt.

#### SSL

Alle Thirdparty-Tags, Tag-in-Tags und Referenzen in einer HTML5-Datei müssen via SSL (https://) ausgeliefert werden.

#### HTML5

- Das Maximalgewicht (gem. Specs) bezieht sich auf alle Dateien zusammen in ungezipptem Zustand.
- Die Ziel-URL und Trackings müssen im HTML5 Banner hinterlegt sein.
- Die Ziel-URL muss in einem neuen Tab geöffnet werden (target='\_blank').
- Werbemittel-Tests müssen lokal im Browser möglich sein.
- UTF-8 Kodierung
  - Sonderzeichen, die mit UTF-8 im Browser nicht korrekt dargestellt werden, müssen manuell kodiert werden (Beispiel [&]auml; anstelle von ä).



- Referenzen im Werbemittel auf externe Ressourcen (JS-Libraries, Videos, Fonts) müssen alle via SSL (https://) ausgeliefert werden.

#### **Allgemeine Hinweise**

- Ein rechtzeitiger Kampagnenstart wird nur garantiert, wenn die Anlieferfristen eingehalten werden.
- Der Werbetreibende ist für die reibungslose Funktion der Werbemittel verantwortlich.
- Eine Kampagne kann zurückgehalten werden, wenn sie nicht den Spezifikationen entspricht.
- Max. 1 Count-Pixel und 1 Clickcommand (PreRoll [&] Bumper, Desktop[nbsp][&] Mobile)

#### **Anlieferung**

##### **Anlieferfristen**

Standardformate: 3 Arbeitstage vor Kampagnenstart.

Spezialformate: 5 Arbeitstage vor Kampagnenstart.

##### **Anlieferadresse**

[ads@tamedia.ch](mailto:ads@tamedia.ch)