

Allgemeine Richtlinien

- HTML5 (Standard + Richmedia)
- Image Ads und Fallbacks
- Instream-Video (PreRoll, PostRoll, ...)
- HTML5 (TTD hosted)

HTML5 (Standard + Richmedia)

Allgemeines

Werbemittel müssen als solche klar erkennbar sein. Weiterhin muss erkennbar sein, dass sie nicht zum Inhalt der Seite gehören. Alle Werbemittel müssen mit einem klar sichtbaren Rand versehen werden.

Animationen und Sound

Die Animation darf nicht länger als 30 Sekunden dauern. Es darf **kein** Element mehr animieren. Animationen können als Schleifen erstellt werden, müssen jedoch nach 30 Sekunden stoppen. Bei Werbemitteln mit Ton muss ein Sound On/Off Button implementiert sein. Das Werbemittel hat hierbei mit dem Sound Off Zustand zu starten.

Achtung: Bei Werbemittel für **Amazon** darf die Animation nicht länger als **15 Sekunden** dauern.

Abspielen von Videos

Werbemittel, die eine direkte Videoeinbindung enthalten müssen für unseren AdServer in Google Studio als RichMedia Werbemittel bereitgestellt werden.

Bei Video Werbemitteln über unseren AdServer ist ein Nachladen von max. 2 MB möglich (Polite Load).

Der Sound darf nur User-initiiert abspielen. Der Sound muss weiterhin über ein gut sichtbares Symbol ein- und ausgeschaltet werden können.

Max. Animation 30 Sekunden (auch bei Videos, User-initiierte Fortsetzung möglich).

Weitere Hinweise zu Google Studio finden Sie unter <https://support.google.com/richmedia/answer/2389093?hl=de>

Hintergrundfarbe

Es ist eine Hintergrundfarbe zu setzen.

Anlieferung

Ein HTML5-Banner ist als .zip-Datei anzuliefern.

Die .zip-Datei muss alle Ressourcen beinhalten und keine Unterordner verwenden.

Für jedes HTML5-Banner muss ein gesondertes Fallback-Banner angeliefert werden. Das Fallback ist gesondert anzuliefern und nicht Bestandteil der .zip-Datei.

Anlieferung per Google Studio

Werbemittel die in Google Studio umgesetzt sind, sind direkt an unseren AdServer zu übermitteln. Hierzu müssen Sie ihr Studio-Konto mit unseren AdServer verbinden und anschließend die Werbemittel an das Trafficking senden.

Weitere Infos zur Zuordnung ihres Studio-Kontos zu unseren AdServer finden Sie unter https://support.google.com/richmedia/answer/2453369?hl=de&ref_topic=2389089

Externe Scripte / Javascript Bibliotheken

Javascript-Ressourcen müssen in der .zip-Datei enthalten sein und dürfen nicht von externen Drittanbieter Servern geladen werden. Ausgenommen hiervon sind die von Google gehosteten Java Script Bibliotheken.

Die Google Java Script Bibliotheken finden Sie unter <https://support.google.com/richmedia/answer/6307288?hl=en>

Clicktag

IAB clicktag

Werbemittel sind mit IAB clicktag zu erstellen (weitere Infos dazu [hier](#))

Klickfläche / clickTag Methode (nicht Google Web Designer)

HTML5-Banner, die im Google Campaign Manager eingesetzt werden, sind mit einer Klickfläche zu versehen. Diese muss das komplette Werbemittel abdecken.

Implementierung der Klickfläche (händisch programmierte Banner und Adobe Animate)

für das Werbemittel ist folgender Code zu verwenden:

```
<!DOCTYPE HTML>
<html>
  <head>
    .....
    <script type="text/javascript">
      var clickTag = "LANDINGPAGE";
    </script>
  </head>
  <body>
    <a href="javascript: void( window. open( window. clickTag) )">
      [ your adcode here ]
    </a>
  </body>
</html>
```


Klickfläche / clickTag Methode in Google Webdesigner

Implementierung der Klickfläche in Google Webdesigner

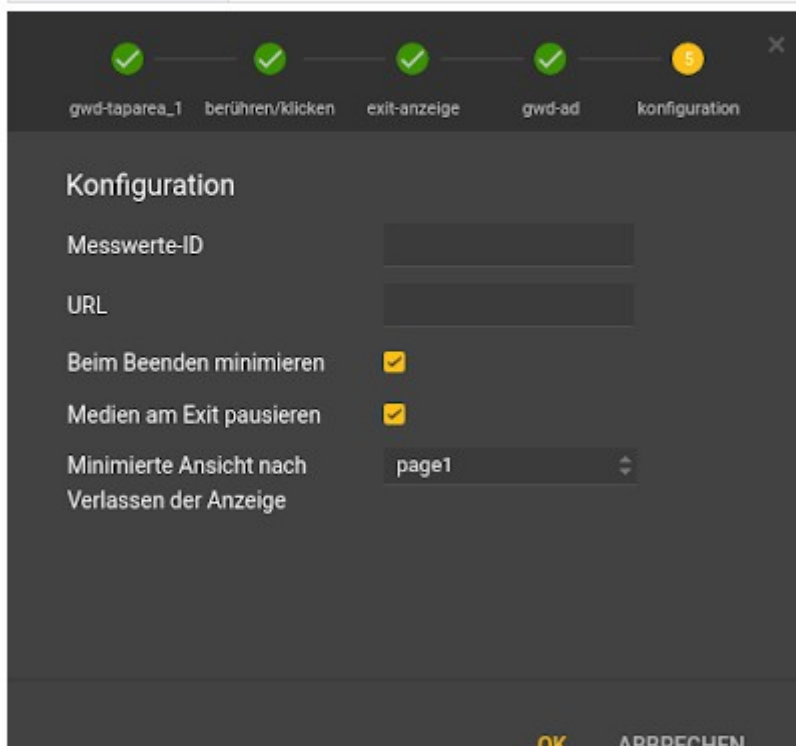
Die Klickfläche wird in GWD mittels Interaktionsfläche und Google Anzeigen Ereignis implementiert.

Die [Komponente der Interaktionsfläche](#) von Google Web Designer ist vollständig mit Campaign Manager kompatibel. Benutzerdefinierter Code ist nicht erforderlich.

So fügen Sie mit der Interaktionsfläche ein Klick-Tag hinzu:

1. Achten Sie darauf, dass Ihre Anzeige über eine Schaltfläche oder ein anderes erkennbares Call-to-Action-Element verfügt, das der Nutzer anklicken oder antippen kann.
2. Ziehen Sie die [Komponente "Interaktionsfläche"](#) aus dem Ordner "Interaktion" des Bereichs "Komponenten" in den Anzeigebereich und positionieren Sie sie über dem Call-to-Action.
3. Klicken Sie im Bereich "Ereignis" auf die Schaltfläche "Neues Ereignis" .
4. Wählen Sie im Dialogfeld "Ereignis" folgende Optionen aus:

Ziel	Die Komponente "Interaktionsfläche" (<code>gwd-taparea_1</code>)
Ereignis	Interaktionsfläche > Berühren/Klicken
Aktion	Google Anzeige > Exit-Anzeige Hinweis: Die Aktion Exit-Anzeige (überschreibt die URL) ist ähnlich, ermöglicht jedoch keine Änderung der URL außerhalb des Creatives, z. B. in Studio oder Campaign Manager, und sollte nur für dynamische Anzeigen verwendet werden.
Empfänger	<code>gwd-ad</code>
Konfiguration	<ul style="list-style-type: none">• Messwerte-ID: Dies ist ein Label (z. B. "CTA"), durch das Berichte leichter verständlich werden.• URL: Dies ist die Exit-URL.• Beim Schließen der Anzeige minimieren: Klicken Sie dieses Kästchen an, damit die Expandable-Anzeige geschlossen wird, wenn der Nutzer auf die entsprechende Schaltfläche klickt.• Medien beim Schließen der Anzeige pausieren: Wenn Sie dieses Kästchen anklicken, wird die Video- und Audiowiedergabe gestoppt, wenn der Nutzer die Anzeige schließt.• Minimierte Ansicht nach Schließen der Anzeige: Bei Expandable-Anzeigen wird diese Seite angezeigt, wenn der Nutzer die Anzeige schließt.



Hinweise zur Implementierung unter

<https://support.google.com/dcm/answer/3145300?hl=de>

(Abschnitt: Klick-Tags ->Google Web Designer für Exit-Ereignisse verwenden)

Implementierung der Klickfläche in Google Studio

Die Klickfläche wird in Google Studio mittels Exit implementiert.

Hinweise zur Implementierung unter

<https://support.google.com/richmedia/answer/2672517?hl=de>

Wichtige Hinweise für Google Web Designer

Sofern der Google Webdesigner für die Erstellung der Ads verwendet wird, muss die richtige Umgebung gesetzt werden. Hier musst der Wert auf **Display & Video360** gestellt werden.

Bei Werbemittel für **Google Ads oder Google Display Netzwerk** ist die Umgebung auf **Google Ads** zu setzen.

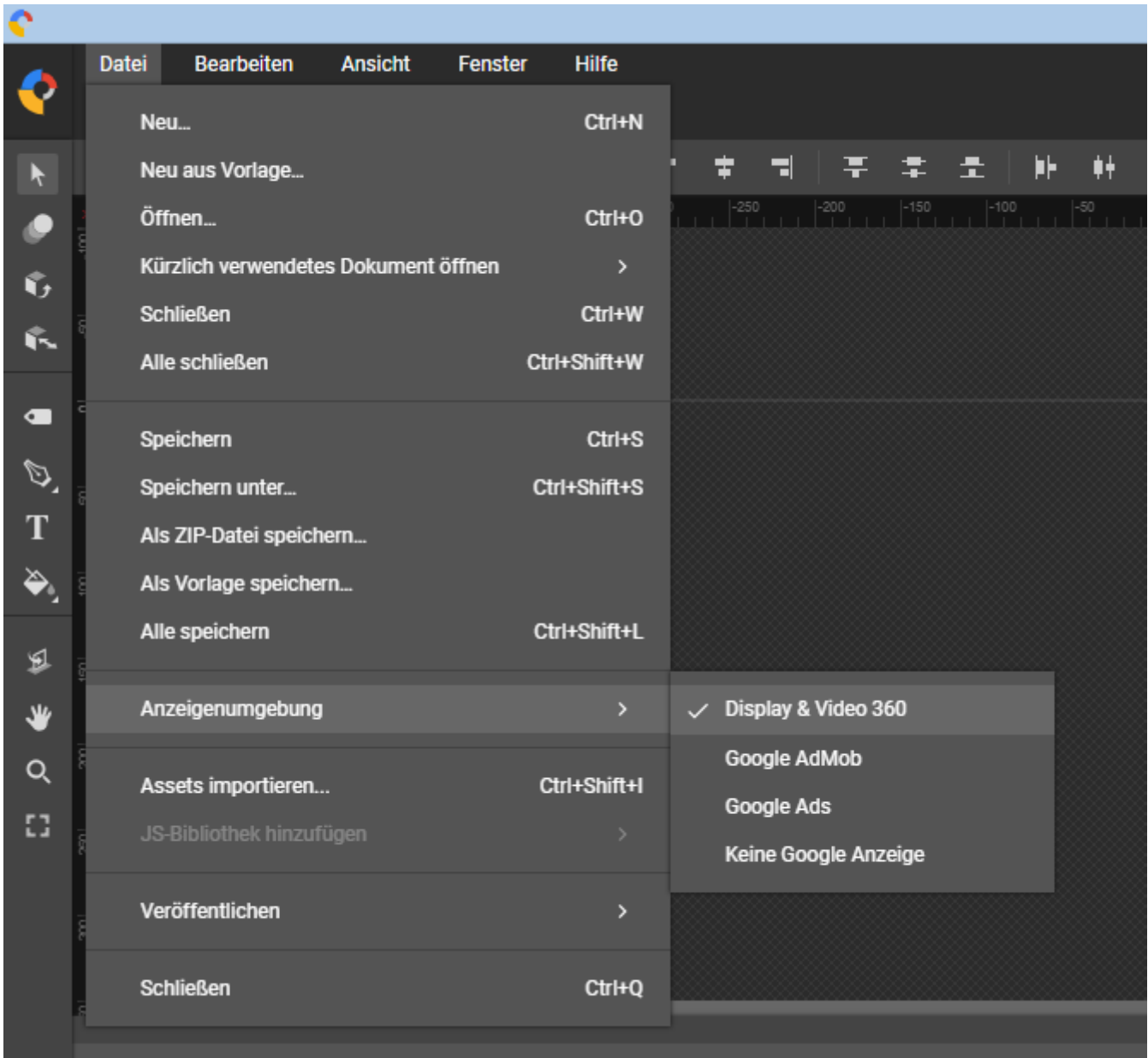


Image Ads und Fallbacks

Allgemeines

Werbemittel müssen als solche klar erkennbar sein. Weiterhin muss erkennbar sein, dass sie nicht zum Inhalt der Seite gehören. Alle Werbemittel müssen mit einem klar sichtbaren Rand versehen werden.

Animationen

Die Animation darf nicht länger als 30 Sekunden dauern. Es darf **kein** Element mehr animieren. Animationen können als Schleifen erstellt werden, müssen jedoch nach 30 Sekunden stoppen. Die Frame-Rate animierter Image Ads (.gifs) darf höchstens 5 fps betragen.

Achtung: Bei Werbemittel für **Amazon** darf die Animation nicht länger als **15 Sekunden** dauern.

Anlieferung

Die Anlieferung erfolgt als einzelne Datei. Erlaubte Dateitypen sind .jpg, .png, .gif

Instream-Video (PreRoll, PostRoll, ...)

Allgemeines

Spots dürfen nicht mit einem schwarzen Frame enden oder starten.
Die Spots müssen der Lautheitsnorm EBU R 128 entsprechen.

Die Lautheitsnorm EBU R 128 muss auch im digitalen Bereich zwingend eingehalten werden. Die Lautstärke muss insgesamt auf $-23 \pm 1\text{LU}$ normalisiert werden.

Anlieferung

Anlieferung der Spots in folgenden Formaten für folgende Vermarkter:

Display & Video 360 / Google Campaign Manager

Das Encoding erfolgt durch Google in verschiedene Formate, daher sollte ein Spot in möglichst guter Qualität und hoher Auflösung angeliefert werden.

Achtung: Bei Werbemitteln für **Amazon Prime** muss die Video Bitrate min. 15 Mbit/s betragen.

Container: MOV, MP4

Dateigröße: max. 1 GB

Verhältnis: 16:9

Abmessung: 1920x1080px

Codec: Uncompressed, XDCAM HD 422, Apple ProRes 422, IMX30/50 oder H.264

Framerate: 25 fps

Video Bitrate: max. 50 Mbit/s

Audio: 48 oder 44,1 kHz, 16- oder 24-Bit, Stereo

HTML5 (TTD hosted)

Allgemeines

Werbemittel müssen als solche klar erkennbar sein. Weiterhin muss erkennbar sein, dass sie nicht zum Inhalt der Seite gehören. Alle Werbemittel müssen mit einem klar sichtbaren Rand versehen werden.

Animationen und Sound

Die Animation darf nicht länger als 15 Sekunden dauern. Es darf **kein** Element mehr animieren. Animationen können als Schleifen erstellt werden, müssen jedoch nach 15 Sekunden stoppen. Bei Werbemitteln mit Ton muss ein Sound On/Off Button implementiert sein. Das Werbemittel hat hierbei mit dem Sound Off Zustand zu starten.

Hintergrundfarbe

Es ist eine Hintergrundfarbe zu setzen.

Anlieferung

Ein HTML5-Banner ist als .zip-Datei anzuliefern. Die .zip-Datei muss alle Ressourcen beinhalten und keine Unterordner verwenden. Für jedes HTML5-Banner muss ein gesondertes Fallback-Banner angeliefert werden. Das Fallback ist gesondert anzuliefern und nicht Bestandteil der .zip-Datei.

Externe Scripte / Javascript Bibliotheken

Javascript-Ressourcen müssen in der .zip-Datei enthalten sein und dürfen nicht von externen Drittanbieter Servern geladen werden. Häufig verwendete JavaScript- und CSS-Bibliotheken (wie jQuery) müssen nicht mit dem Werbemittel eingebunden werden.

Clicktag

Implementierung der Klickfläche

Click-Tag-Namen sind case-sensitiv. Im gesamten Werbemittel und in allen Dateien ist eine einheitliche Schreibweise zu verwenden. Die Standardbezeichnung in The Trade Desk ist `clickTAG`.

Wenn ein HTML5-Werbemittel eine fest codierte Klick-URL enthält, kann The Trade Desk diese nicht überschreiben. Das Werbemittel wird immer auf die hartcodierte URL verweisen und alle in der Plattform angegebenen Klick-URLs ignorieren.

Dieses Beispiel zeigt, wie ein HTML5-Werbemittel mit einer Klick-URL umgesetzt werden kann:

```
<!DOCTYPE HTML>
<html>
  <head>
    <script type="text/javascript" charset="utf-8">
      function getParameterByName(name) {
        name = name.replace(/[ \]/, "\\").replace(/[\]/, "\\");
        var regex = new RegExp("[ \\?&]" + name + "=( [^&#] *)"),
            results = regex.exec(location.search);
        return results === null ? "" :
            decodeURIComponent(results[1].replace(/\\+/g, " "));
      }
      var clickTAG = getParameterByName("clickTAG");
    </script>
  </head>

  <body>
    <a href="javascript: window.open( window.clickTAG ); void( 0 );">
      
    </a>
  </body>
</html>
```

Wenn auf das Bild geklickt wird, öffnet sich ein neues Fenster mit der Adresse, die im `clickTAG`-URL-Parameter des Werbemittels gespeichert ist.

Weitere Infos: [TTD Creative Specifications](#)