



Allgemeine Informationen zum Thema HTML5

Der Hauptgrund, HTML5-Werbemittel einzusetzen, liegt in den stark gestiegenen Nutzerzahlen von **Tablets und Smartphones**. Auf diesen Endgeräten sind in Flash programmierte Werbemittel nicht bzw. nur eingeschränkt einsetzbar.

Die bisherige Praxis, Fallback-Bilder auf diesen Geräten anzuzeigen, schränkt den **kreativen Spielraum der Werbemittelgestaltung** und die Wirkung der Creatives stark ein.

HTML5-Werbemittel können grundsätzlich **auf allen Seiten unseres Portfolios** ausgeliefert werden.

Nutzen, Vorteile

- Cross-Device-Fähigkeit
- Mehr Reichweite trotz geänderten Surfverhaltens, plattformübergreifende Werbung auf mobilen Endgeräten (Tablets, Smartphones), Connected TVs und Desktop Computern
- Interaktion (z.B. swipen) wird möglich, dadurch dasselbe Werbeerlebnis wie bei Flash
- Unabhängigkeit von Browser-Plugins (z.B. Flash)

Anlieferung von HTML5-Werbemitteln

Anlieferung als Javascript-Redirect-Tags

Bevorzugt erhalten wir das HTML5-Werbemittel von Ihnen als Javascript-Redirect-Tag angeliefert.

In jedem Javascript-Redirect-Tag sollte **jeweils eine Variable** definiert sein, über welche wir unseren Platzhalter für die Klickzählung hinterlegen können.

Wir tragen in diese Variable dann unser Attribut '%clickurl%' ein. Dies ist die Schreibweise, mit der unser AdServer (Adition) arbeitet.

Anlieferung physischer Elemente

Für den Fall, dass Sie Ihre HTML5-Werbemittel physisch bei uns anliefern möchten, ist darauf zu achten, dass **alle Dateien auf EINER Ebene liegen** (keine Unterordner!).

Das ausführende HTML5 Werbemittel muss in einem **html File** ausgeführt werden. Einzelne HTML-Dateien und Java-Script-Bibliotheken, wie sie z.B. Google Swiffy oder Adobe Edge exportieren, können NICHT verwendet werden. Bitte nutzen Sie für das Hosting und die Erstellung der Redirect-Tags die Tools von Rich Media Dienstleistern wie z.B. Mediamind, Flashtalking, Doubleclick Studio, etc.

Um die Server Requests zu minimieren, sollte die **Anzahl der Einzelemente so gering wie möglich** gehalten werden.

Bei physischer Anlieferung benötigen wir eine Zip-Datei, die **alle Elemente** des Werbemittels enthält, ausgenommen extern geladene Libraries, Videos oder Fonts. In der Zip-Datei muss zudem eine **index.html-Datei als Startpunkt** enthalten sein und alle eingebundenen Skripte sowie alle in der Zip-Datei enthaltenen Elemente müssen relativ verlinkt sein.

Die von der OVK-Unit Ad Technology Standards in Zusammenarbeit mit Medien, Vermarktern, Adserver-Betreibern und Agenturen erstellte Richtlinie regelt neben der Produktion auch die Anlieferung von HTML5-Werbemitteln. Mehr dazu unter folgendem Link:

www.werbeformen.de/ovk/ovk-de/werbeformen/spezifikationen/html-5.html

Allgemeine Spezifikationen

Grundsätzlich können HTML5-Werbemittel auf allen Seiten unseres Portfolios ausgeliefert werden. Limitierende Faktoren sind die verschiedenen **Browsertechnologien** sowie ggf. die **doctype-Deklarationen** der Seitenanbieter.

Die entscheidende Frage zum Thema 'HTML5' ist: **Welche Features** des HTML5-Standards werden für die Kreation der Werbemittel eingesetzt und welche davon können vom jeweiligen **Browser verarbeitet** werden? Da sich HTML5 innerhalb einer Kreation nur schwer von den verwendeten Features der eingesetzten **CSS(3)- und Framework-Techniken** trennen lässt, zählen diese Technologien ebenfalls zu den limitierenden Faktoren.

Mittlerweile unterstützen fast alle modernen Browser viele Features des HTML5-Standards, dennoch gibt es Browser, die sich weniger gut auf HTML5 verstehen, wie der **IE7** oder **IE8**. Die verantwortlichen Kreativagenturen müssen aus diesem Grund die verwendeten Techniken auf **Browserkompatibilität** testen und die lauffähigen Browser samt Betriebssystem **bei Anlieferung bzw. Planung bekanntgeben**, damit ein entsprechendes Targeting von uns eingestellt werden kann.

Nachfolgend beschreiben wir **allgemeine Empfehlungen** für Ihre Anlieferung.

Maximale KB Grenzen

Bei Bereitstellung eines Redirects gibt es grundsätzlich keine Grössenlimitierung. Jedoch sollte die Gesamtheit des **Bildmaterials** insgesamt **100 KB nicht übersteigen**.

Videodateien sollten die Größe von **4 MB nicht übersteigen**. Die User-Experience darf durch das Laden des Banner-Materials im Rahmen einer geläufigen Rechnerkonfiguration nicht beeinflusst werden. Die Advertising Alliance behält sich vor, in diesen Fällen das Werbemittel abzulehnen.

Format

Alle Formate mit fester Größe, d.h. fester Höhe und Breite, analog den **IAB-Werbemittelstandards** für Standardwerbeformen sind grundsätzlich erlaubt.

Grafikkomprimierung

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



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.

Browserkompatibilität und Fallback

Da nicht alle gewünschten Features oder Libraries von jedem Browser unterstützt werden, sollte darauf geachtet werden, dass ein **Fallback JPG oder GIF** ausgespielt wird, sollte die fehlende Unterstützung durch Browser zu nicht darstellbaren Werbemitteln führen. Die Werbemittel sind seitens der Kreativagentur auf allen gängigen Browsern zu testen. Die Advertising Alliance AG behält sich vor, bestimmte Browserversionen von der Auslieferung der Werbemittel auszuschließen.

Anforderung Doctype Deklaration (DTD) auf Webseiten

Die Doctype Deklaration spielt insofern eine Rolle, wenn diese die Features einer Kreation einschränkt. D.h. Einschränkung der zulässigen und interpretierbaren Elemente eines HTML-Dokumentes auf eine durch die DTD definierte Menge. Je nach DTD-Modus können dabei Elemente aus der HTML5-Spezifikation ausgegrenzt und dabei nicht ihrer eigentlichen Entsprechung verarbeitet werden. Bitte fragen Sie bei uns an, ob es **Einschränkungen für einzelne Seiten** des Portfolios gibt.

Frameworks, Libraries und Namespaces

HTML5 Werbemittel werden auf den Websites in einem Frame ausgespielt, um sicher zu stellen, dass keine Konflikte mit den Funktionalitäten der Webseite auftreten. Innerhalb unseres Frames können Frameworks und Libraries (z.B. Bootstrap oder JQuery) eingebunden werden. Bei Nutzung globaler Javascript Variablen sollten diese in einem **eigenen Namespace** laufen oder alternativ **klar (also einmalig) benannt werden**. Ebenso sind Bezeichnungen für die Vergabe von HTML-IDs sowie ID-, Class- und Type Selektoren in CSS **eindeutig zu wählen**.