

## Anlieferbedingungen/Spezifikationen Werbemittel für Online-Werbeformen für [www.berliner-woche.de](http://www.berliner-woche.de)

### Mögliche Werbemittel

- **Sponsoring**, bestehend aus Sponsoring Header (960x50 Pixel) und Mobile Content Ad (320x150 Pixel)

### Anlieferschluss

- bei fertig gelieferten Werbemitteln - 3 Werktage vor Kampagnenstart
- bei Erstellung der Werbemittel durch die Berliner Woche - 7 Werktage vor Kampagnenstart

### Anlieferadresse

- [ads@berliner-woche.de](mailto:ads@berliner-woche.de)  
Bitte *Bestellung* (*intern: Alfresco – Online-Verkaufsunterlagen*) und *Kampagneninformationen* sowie bei Erstellung der Werbemittel durch die Berliner Woche *Vorlagen* als Anlage beifügen.

### Vorlagen für Erstellung der Werbemittel durch Berliner Woche

- Fertig erstellte Texte
- Bilder in guter digitaler Qualität
- Logo im Digitalformat
- Farbwünsche und Schriftart

### Kampagneninformationen

- Kundenname
- Kampagnenname
- Buchungszeitraum
- Platzierung
- Ansprechpartner für Rückfragen
- Motivname (optional)
- Klick-URL
- Alternativ-Text (optional)

Bitte zusätzlich bei *fertig gelieferten animierten* Werbemitteln:

- Bei Flash-Versionen:
  - Angabe der Flashversion
  - Information über Actionscripte
  - GIF oder JPG als Fallback im Format der gebuchten Werbeform für User, die kein Flash installiert haben

## Technologien

### Flash

#### *Allgemein:*

- Wir empfehlen alle Flash-Versionen größer gleich 8.
- Bei Flash Version 10 ist zu beachten, dass es zu Problemen im IE7 kommen kann, wenn der Pop-Up-Blocker aktiviert ist.
- Es bedarf immer einer Anlieferung eines Fallbacks (jpg, gif), damit bei nicht aktiviertem Flash-Plugin dem User trotzdem ein Werbemittel angezeigt wird.
- Alle Werbemittel (außer Layer Ads) müssen wmode=opaque eingestellt sein (hiermit wird vermieden, dass diese Werbemittel Flash Layer überlagern).
- Maximal 18 fps sind erlaubt.
- Bitte keine URLs fest in das Flash-Werbemittel einbauen.
- Transparente Elemente müssen durchklickbar sein.
- Um eventuell notwendige Modifikationen ohne großen Aufwand vornehmen zu können, wird empfohlen, die \*.fla Programmdatei mitzuliefern. In diesem Fall empfiehlt es sich, Textelemente in Symbole umzuwandeln oder aber die verwendete Schriftart beizufügen.

#### *CPU-Last:*

Die CPU-Last darf auf einem durchschnittlichen Prozessor bei Anzeigen des Werbemittels beim User nicht auf mehr als 10%- Punkte ansteigen.

#### *Klickbarkeit:*

Klickbare Flächen müssen als Button definiert werden. Genutzt wird das ActionScript getURL („ClickTag“-Methode). Eine Dokumentation zur Verwendung der clickTag-Methode finden Sie bei Adobe unter folgendem link:

[http://www.adobe.com/resources/richmedia/tracking/designers\\_guide/](http://www.adobe.com/resources/richmedia/tracking/designers_guide/)

#### *Multi-Klickbarkeit:*

Bei Bannern, die mehrere Buttons als Schaltfläche definiert haben, gilt die Abfolge clicktag1, clicktag2, clicktag3 beginnend mit clicktag1. Maximal 5 Schaltflächen sind erlaubt.

#### *Sound*

- Sound darf nur user-initiiert (onMouseover/onClick) starten und nicht automatisch mit einer Animation.
- Es ist kein Looping gestattet.
- Das Werbemittel muss bei Sound ein gut sichtbares Symbol, mit dem Sound an- und ausgeschaltet werden kann, enthalten (z.B. Lautsprecher-Symbol).
- Die Lautstärke muss angemessen sein.

#### *Streaming*

Es gelten auch hier die Spezifikationen für Standard- bzw. Sonderwerbformen. Das Gesamtgewicht des Werbemittels darf 800 KB nicht überschreiten.