



# Spezifikationen Display

# Classic Ads

Device	Werbeform	Abemssung (Pixel)	Dateiformat	Max. Gewicht
Desktop	Superbanner	728x90	HTML5   jpg, gif, png*	150 kB
	Medium Rectangle	300x250	HTML5   jpg, gif, png*	150 kB
	Skyscraper	160x600	HTML5   jpg, gif, png*	150 kB
Mobile	Mobile Banner	320x50	HTML5   jpg, gif, png*	100 kB
	Medium Rectangle	300x250	HTML5   jpg, gif, png*	100 kB

# Classic Ads

- Das Classic Ad Bundle besteht aus Superbanner, Medium Rectangle , Skyscraper und dem Smartphone Banner
- Die maximale Dauer animierter Ads darf 30 Sekunden betragen.
- Die Landingpage darf nur in einem neuen Tab geöffnet werden.
- Anzeigen mit Audio Autoplay sind nicht erlaubt (Video Autoplay ist erlaubt, solange Audio gemuted ist).
- Anzeigen, welche Pop Ups oder Umfragen hervorrufen sind nicht erlaubt.
- Werbemittel müssen gebranded sein, dh . es muss eindeutig erkennbar sein um welches Produkt bzw. um welchen Advertiser es sich handelt.
- Das Werbemittel muss mit IAB-Clicktagangeliefert werden (bis zu 3 Clicktagsmöglich):  
<https://www.iab-austria.at/werbeformen/technische-spezifikation/>
- Technische Details zu HTML 5 Werbemittel:  
<https://www.iab-austria.at/werbeformen/technische-spezifikation/>
- Agentur-Reportingsmüssen IAB-konforme Metriken beinhalten!  
<https://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/12/Desktop-Display-Impression-Measurement-Guidelines-US-MMTF-Public-Comment-Final.pdf>

# Creative Ads

Device	Werbeform	Abemssung (Pixel)	Dateiformat	Max. Gewicht
Desktop	Halfpage Ad	300x600	HTML5   jpg, gif, png <sup>1</sup>	150 kB
	Sitebar (skalierbar)	Dynamisch 1:2	HTML5 <sup>2</sup>	150 kB
	Billboard	970x250   800x250	HTML5   jpg, gif, png <sup>1</sup>	150 kB
Mobile	Mobile Halfpage Ad	300x600	HTML5   jpg, gif, png <sup>1</sup>	150 kB

1) bei den Dateiformaten jpg, gif & png gilt ein max. Gewicht von 60 kB

2) Wird die Sitebar nicht als HTML5 angeliefert, wird diese als Halfpage Ad ausgeliefert

# Creative Ads

- Die maximale Dauer animierter Ads darf 30 Sekunden betragen.
- Die Landingpage darf nur in einem neuen Tab geöffnet werden.
- Anzeigen mit Audio-Autoplay sind nicht erlaubt (Video-Autoplay ist erlaubt, so lange Audio gemuted ist).
- Anzeigen, welche Pop-Ups oder Umfragen hervorrufen sind nicht erlaubt.
- Werbemittel müssen gebranded sein, dh. es muss eindeutig erkennbar sein um welches Produkt bzw. um welchen Advertiser es sich handelt.
- Bei der Sitebar und dem mobile Halfpage Ad sind maximal 3 Ziel-URLs möglich.
- Das Werbemittel muss mit IAB-Clicktag angeliefert werden (bis zu 3 Clicktagsmöglich):  
<https://www.iab-austria.at/werbeformen/technische-spezifikation/>
- Technische Details zu HTML 5 Werbemittel:  
<https://www.iab-austria.at/werbeformen/technische-spezifikation/>
- Werbemittelanlieferung: HTML5 physisch/ZIP, Streaming Link oder Iframe Bannertag
- Agentur-Reportings müssen IAB-konforme Metriken beinhalten!  
<https://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/12/Desktop-Display-Impression-Measurement-Guidelines-US-MMTF-Public-Comment-Final.pdf>

# Implementierung Close Button

Bei großflächigen Werbeformaten wie der Sitebar oder dem Understiltalkann, sofern es sich um einen Redirect handelt, ein Close-Button vorhanden sein, der ein vorzeitiges Ausblenden der Werbung ermöglicht. Der Close Button muss als solcher klar erkennbar am rechten oberen Rand des Sujets platziert sein.

Der IAB-Austria hat folgenden Standard für den Close-Button festgelegt:

- Breite: 20 Pixel
- Höhe: 20 Pixel
- Farbe des Hintergrunds: „FF0000“
- Farbe des X: „FFFFFF“
- Größe des X: 16 Pixel

Für den Einsatz in standardkonformen Werbemitteln steht unter folgender URL ein Close-Button zum Download bereit:  
<https://www.iab-austria.at/werbeformen/technische-spezifikation/>

Bei Klick auf diesen Button muss die Javascriptfunktion `iab_hide()` bzw. `IABclose()` aufgerufen werden. Diese ermöglicht es allen Adservern nach IAB Standard das ausgelieferte Werbemittel wieder zu schließen.

# Adserver Redirects | Tracking Code | Secure Werbemittel

- Werbemittel können auch als Adserver Redirect (Tag in Tag Buchung) angeliefert werden.
- Der Adserver Redirect kann nicht für die Ausspielung der Sitebar und des mobile Halfpage Ads eingesetzt werden
- Adserver Redirects sowie Tracking Codes und sonstige Scripte müssen Secure (HTTPS) angeliefert werden. Alle Werbemittel Elemente oder Trackings müssen Secure (HTTPS) geladen werden.
- Für Third Party Tracking von Ad Impressions muss immer auch ein Image Tracking Code angeliefert werden.
- Bitte beachten Sie, dass im mobilen Bereich Cookies nur sehr eingeschränkt eingesetzt werden können und dadurch Third Party Tracking unter Umständen nicht korrekt funktioniert. Aus technischen Gründen ist eine Visibility Messung bei mobilen Werbeformaten nicht möglich.
- Agentur-Reportingsmüssen IAB-konforme Metriken enthalten!  
<https://www.iab.com/wp-content/uploads/2016/12/Desktop-Display-Impression-Measurement-Guidelines-US-MMTF-Public-Comment-Final.pdf>