

## Materialanlieferung an Factor Eleven

Je nach Channel-Belegung finden Sie in den nachfolgenden Werbespezifikationen die benötigten Materialanlieferungen und die dazugehörigen Einstellungen für Desktop und Mobile.

### Template Inhalte

Das Logo und die Content-Bilder sowie Content-Videos werden vom Kunden in den richtigen Größen als png oder jpg bzw. als Vast-Tag oder Mp4 angeliefert. (siehe Bild und Videoanlieferung)

### **CI/ CD-Daten:**

- Link zur Landing-Page der Kampagne
- CI/ CD-Daten inkl. Online-Styleguide
- Schriftarten und Schriftgrößen

### **Kampagnendaten/ -inhalte:**

Folgende Datenanlieferungen sind auch nach Absprache technisch möglich:

- Exceltabelle
- Datenfeed (csv, xls)
- API-Schnittstelle

### **Text-Anlieferung:**

Produkttexte müssen im .xls / .csv Format angeliefert werden. Produktinfos:

- Produktname, Produkt-ID
- Deeplinks zum Produkt/ Website
- Kurzbeschreibung zum Produkt (max. 200 Zeichen)
- Preis und Streichpreis, wenn gewünscht.

### **Händlerinformationen:**

Zur Einbindung aller erforderlichen Händlerinformationen benötigen wir die folgenden Daten in Form einer xls- / csv Tabelle:

- ID, Name des Händlers
- Straße, PLZ, Ort, Land
- Optional: Deeplink zum Händler, Öffnungszeiten, Telefonnummer, Mailadresse etc.

## Desktop Bild-Anlieferung

**Logo:** Anlieferung der Grafik als .svg oder .png mit transparentem Hintergrund  
Max. Höhe: 130px

- **Video-Format 16:9**  
Anlieferung der Grafik als .jpg, .jpeg oder .png.  
Maße: 1000x800px (und 650x650px zur Skalierung)
- **Video-Format 4:5 & 1:1**  
Anlieferung der Grafik als .jpg, .jpeg oder .png.  
Maße: 1000x400px (und 650x390px zur Skalierung)

## Mobile Bild-Anlieferung

**Logo:** Anlieferung der Grafik als .svg oder .png mit transparentem Hintergrund  
Max. Höhe: 40px

- **Video-Format 16:9**  
Anlieferung der Grafik als .jpg, .jpeg oder .png.  
Maße: 650x650px
- **Video-Format 4:5 & 1:1**  
Anlieferung der Grafik als .jpg, .jpeg oder .png.  
Maße: 650x390px

## Desktop und Mobile Video-Anlieferung (16:9, 4:5, 1:1)

Ein Video muss im generellen ein Seitenverhältnis von 4:5, 1:1 oder 16:9 haben und mindestens eine Länge von 6 Sekunden aufweisen, die maximale Videolänge ist grundsätzlich nicht begrenzt. Bei Videos über 30 Sekunden müssen jedoch die Informationen unter Google Heavy Ads Restriktionen beachtet werden.

### 1. Video-Datei

Die Videodatei muss mindestens eine Länge von 6 Sekunden aufweisen, die maximale Videolänge ist grundsätzlich nicht begrenzt. Die Anlieferung erfolgt als .mp4. Die Mindestauflösung beträgt 640x800px (4:5), 640x640px (1:1) oder 640x360px (16:9). Die erweiterten Spezifikationen an ein Video sind in der nachfolgenden Tabelle aufgelistet:

<b>Format</b>	MP4	<b>Codec</b>	H.264
<b>Min. Auflösung</b>	640x360px   640x800px   640x640px	<b>Framerate</b>	25 fps
<b>Seitenverhältnis</b>	16:9   4:5   1:1	<b>Farbintensität</b>	32 Bit
<b>Max. Dateigröße</b>	100 MB	<b>Max. Videolänge</b>	-
<b>Audio</b>	Lautheitsnorm: EBU R 128 ( <a href="https://de.wikipedia.org/wiki/EBU-Empfehlung_R_128">https://de.wikipedia.org/wiki/EBU-Empfehlung_R_128</a> ) Audio muss im Video enthalten sein.		
<b>Bestandteile der Datenanlieferung</b>	Video, Zählpixel (keine JS-Pixel) und Clickcounter (Click-Through-Tracking-Pixel)		

## 2. Video-Redirect

Sofern die Möglichkeit besteht über den Kundeneigenen AD-Server einen VAST 3 bzw. 4-Tag zu erzeugen, kann das Video direkt bei dem Kunden gehostet werden. Der zur Verfügung gestellte Redirect zum Video Werbemittel im Kundeneigenen AD-Server muss per „https“ aufrufbar sein. Für die richtige Konvertierung kann die nachfolgende Tabelle verwendet werden:

<b>Format</b>	MP4	<b>Codec</b>	H.264	
<b>Seitenverhältnis</b>	16:9, 4:5, 1:1			
<b>Min. Videolänge</b>	6	<b>Max. Videolänge</b>	-	
<b>Download Verfahren</b>	Progressiv - Der „moov atom“ Index muss sich hierfür am Anfang der MP4-Datei befinden (Web-optimiert)			
<b>3rd-Party</b>	Auf Basis von VAST 3.0 bzw. VAST 4.0 TAG (Digital Video AD Serving Template) über Doubleclick, Adform, Mediamind, Flashtalking, Adition etc. Richtlinien von VAST gemäß IAB: <a href="https://www.iab.com">https://www.iab.com</a>			
<b>Media Files</b>	Für ein einwandfreies Ausspielen benötigen unsere Vermarkter-Partner Redirects für ALLE zwei Mediafiles des gewünschten Seitenverhältnis:			
	Format	Auflösung	Max. Bitrate Video	Max. Bitrate Audio
	16:9	320x180 px	600 kb/s	128 kb/s
	16:9	640x360 px	600 kb/s	128 kb/s
	4:5	320x400 px	600 kb/s	128 kb/s
	4:5	640x800 px	600 kb/s	128 kb/s
	1:1	320x320 px	600 kb/s	128 kb/s
	1:1	640x640 px	600 kb/s	128 kb/s
<b>Audio</b>	Container MPEG Version 1 Layer 3 (MP3) oder AAC (LC) <b>Audio Settings:</b> Stereo <b>Sampling Rate:</b> 44,1 kHz <b>Bitrate Modus:</b> constant <b>Lautheitsnorm:</b> EBU R 128 ( <a href="https://de.wikipedia.org/wiki/EBU-Empfehlung_R_128">https://de.wikipedia.org/wiki/EBU-Empfehlung_R_128</a> )			
<b>VPAID</b>	VPAID darf nicht enthalten sein!			

## Kreations- & Produktionsinformationen

Das Werbemittel wird von Factor Eleven produziert.

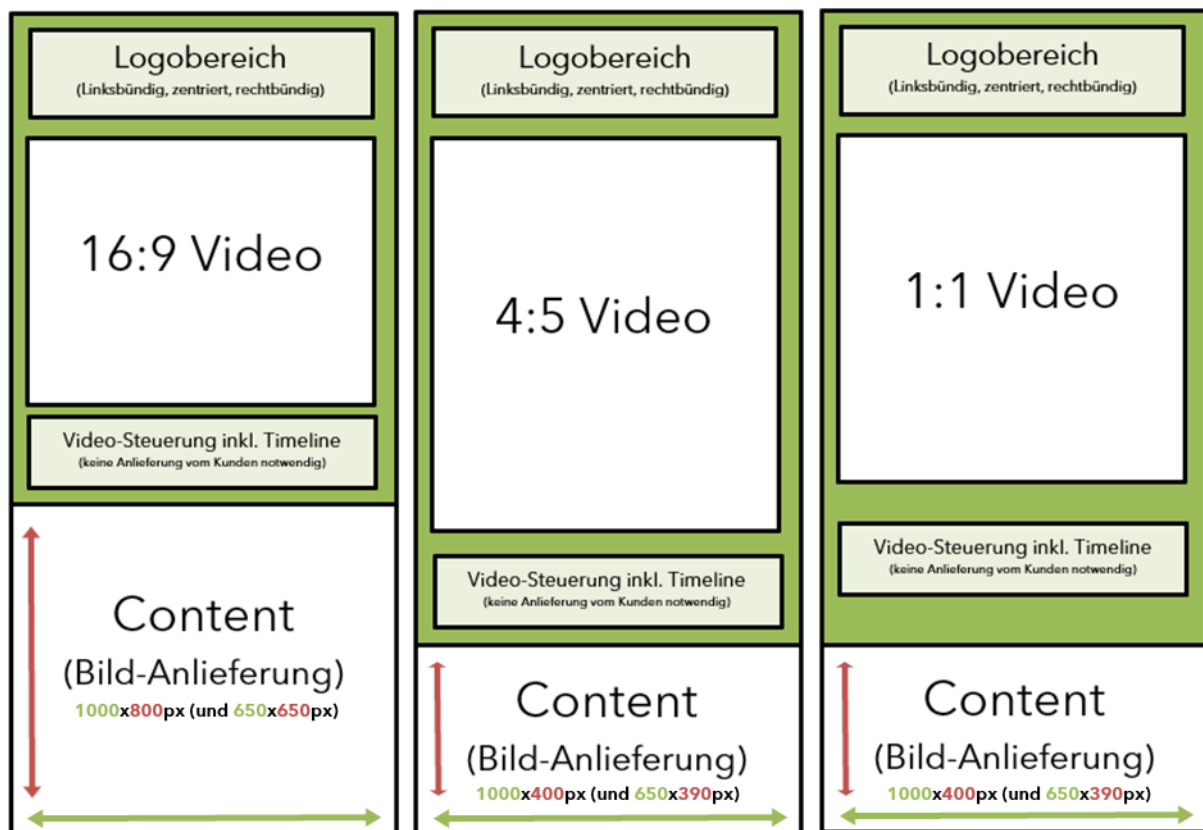
Der Kunde liefert sein Logo, das Video und die Bilder in den richtigen Größen an. Factor Eleven setzt diese Komponenten mit einer Hintergrundfarbe (oder dem automatischen Ambient-Effekt) und der Timeline zum Branded Player XL zusammen.

Der Content kann auf Millisekunden-Basis zum Video wechseln.

Im Hintergrund wird ein automatischer Ambient-Effekt (transparenter Hintergrund) oder eine feste Hintergrundfarbe (RGB-Wert) eingesetzt. Mit freigestellten Grafiken im Content Bereich wird der Hintergrund oder Ambient-Effekt optional auch hinter das vollständige Werbemittel gelegt. Es ist nicht möglich eine Grafik im Hintergrund einzusetzen.

Optional können Social-Icons und/oder ein Footer für z.B. die Einbindung von Rechtstexten hinzugeschaltet werden.

Bei Bedarf stehen auch noch weitere Grid-Möglichkeiten für den Content-Bereich zur Verfügung, die Gesamtgröße des Bereichs ändert sich hierdurch allerdings nicht. Eine Aufteilung bietet nur den Vorteil unterschiedliche Ziel-URLs im Content zu hinterlegen.



## Google Heavy Ads Restriktionen

In den neueren Chrome Versionen ist zum Teil bereits ein Adblocker von Google eingebaut. Dieser wurde im Rahmen der [Google Heavy Ads Intervention](#) eingeführt. Der Rollout dieses Blockers ist noch nicht vollständig, wird aber laut Release Notes bald abgeschlossen sein.

Demnach werden Ads blockiert, wenn sie gegen die folgenden Richtlinien verstoßen:

- 1) Wenn sie mehr als 4MB Bandbreite beanspruchen.
- 2) Wenn sie die CPU für mehr als 60 Sekunden beanspruchen.
- 3) Wenn sie die CPU innerhalb von 30 Sekunden, mehr als 15 Sekunden voll auslasten.

Die Begrenzung unter Punkt 1 wird aufgehoben, wenn der Nutzer mit dem Werbemittel interagiert, bevor 4MB Bandbreite geladen wurden.

Bei Videos über 30 Sekunden wird das Werbemittel rasch größer als 4MB. Daher haben wir einen Automatismus, welcher das Video nach 30 Sekunden stoppt und den Nutzer über eine Animation signalisiert, dass er einen Call to Action betätigen muss, wenn er das Video zu Ende sehen möchte.

Alternativ können Videos auch in der Bitrate reduziert werden, um die MB zu reduzieren. Dies kann man ohne merkbaren Qualitätsverlust bis 45 Sekunden machen. Zum Teil ist es auch noch bis 60 Sekunden optisch vertretbar.

Ab März wird bei Videos, welche weit über die 30 Sekunden länge gehen, ein neuer Automatismus eingeführt. Das Video läuft hierbei in großer Auflösung bis zu einer bestimmten Sekundenmarke und läuft danach in einem Mini Fenster im Ad weiter.