



mirando

Technische Vorgaben für

FloorAd-Layer

Grundlegende Beschreibung des FloorAd

Das "FloorAd"-Werbemittel positioniert sich über dem Website-Inhalte, horizontal mittig am unteren sichtbaren Browserfensterrand ("visible viewport") und bleibt dort ("sticky"), auch wenn auf der Webseite rauf und runter "gescrollt" wird. Das Werbemittel expandiert von einer Ausgangsgröße zu einer Zielgröße.

Das Werbemittel in folgender Variante definiert:

- 420px breit und 200px hoch mit "expand" auf 420px breit und 400px hoch.

Andere Varianten in Absprache.

Auf den folgenden Seiten sind zwei Varianten der Anlieferung beschrieben. Variante A als umgesetztes Ad-Creative und Variante B die Anlieferung von Roh-Assets. Variante A ist zu bevorzugen. Die Variante B ist nur in Ausnahmefällen möglich.

A) Vorgaben für die Anlieferung eines umgesetzten FloorAd

Unter einem umgesetzten FloorAd verstehen wir ein Ad-Creative, das fertig ist für die Integration in die Mirando Adserver-Landschaft.

Es ist wichtig, dass Werbemittel nach bestimmten Vorgaben umgesetzt sind und an Mirando angeliefert werden, damit sie auf verschiedenen Webseiten im Publisher-Portfolio von Mirando technisch robust ausgespielt und kontrolliert, bzw. optimiert gesteuert werden können.

Technische Anforderungen

1. HTML5 basiertes Werbemittel auf Basis von HTML+CSS+JavaScript
2. Das Werbemittel muss responsiv kleiner werden können (nicht größer), unter Beibehaltung der Seitenverhältnisse (Aspect-Ratio).
3. Zielgeräte und Webbrowser: Alle großen Browser (und Versionen) mit einem Share über 5% im Zielmarkt (z.B. Deutschland) sowohl Mobile als auch Desktop.
4. Das Werbemittel muss weitestgehend immun gegen CSS und JS auf variablen Publisher-Zielwebseiten sein, da es dynamisch im Netzwerk geschaltet und nicht in einem weiteren Container (z.B. iFrame) gekapselt wird.
5. Es dürfen keine externen Assets oder Libraries nachgeladen werden im Moment der Werbemittelauslieferung im Webbrowser. Alle benötigten Assets (Bilder, CSS, Javascript, etc.) müssen je Werbemittel mit angeliefert werden.
6. HTML, CSS und JS müssen hierbei im HTML-Dokument des Werbemittels selbst integriert sein.
7. Das Nachladen von Font-Dateien ist nicht möglich. Die Integration im DOM via base64 hingegen ist möglich.
8. Das Werbemittel muss sich selbstständig horizontal mittig am unteren visible Viewport positionieren und dort Geräte und Browser-übergreifend robust verweilen, auch wenn der Nutzer auf der Webseite "scrollt".
9. Das Werbemittel muss bei "mouse over" und x-Sekunden (definierbar*) nach initialen Ausspielen im Webbrowser in der Höhe (vertikale Abmessungen des Werbemittels) expandieren. Hierbei ist der untere Rand des Werbemittelmotivs weiterhin "sticky" am unteren "visible Viewport" des Browsers zu halten. *Die Dauer bis zum automatischen Expand ("auto expand") muss über eine Javascript-Variable im menschlich lesbaren und einfach sichtbaren Code des Werbemittels anpassbar sein. Ein Standardwert ist auf 6 Sekunden zu setzen.
10. Das Werbemittel muss eine Klick-Url per Javascript-Variable "window.mirClickurl" Variable erwarten. Sowohl im expanded als auch im collapsed Zustand des Werbemittels ist bei Klick oder Touch auf die Werbemittelfläche die Klickstrecke im Window "_blank" Scope auslösen.
11. Es ist ein äußerer DIV-Container mit der festen HTML-DOM id "mirFloorAdContainer" um das gesamte Werbemittel HTML legen.
12. Das Werbemittel darf keinen Schließen-Button enthalten. Ein Schließen-Button wird sowohl im collapsed als auch expanded State oben rechts im Motiv ausgerichtet durch den ausliefernden Adserver bereitgestellt. Dieser wird per Javascript das gesamte Werbemittel ausblenden (unter anderem "display:none" auf den Container "mirFloorAdContainer".)

13. Alle Javascript und CSS Variablen und Eigenschaften sind, wenn in diesem Dokument nicht anders angegeben, mit einem kollisionsfreien Prefix (nur ein Beispiel: "mirFloorAd") zu versehen.
14. Das Werbemittel darf inkl. aller Assets nicht "schwerer" sein als 300kB.
15. Streaming-Inhalte sind, ausschließlich nach Absprache, von einem entsprechenden Streaming-Server auszuliefern. Kleinere Video-Inhalte, die nicht von einem Streaming-Server gestreamt werden, sind bis 3MB möglich.

Organisatorische Anforderungen

1. Für alle verwendeten Assets (Bilder, CSS, Javascript, Fonts, etc.) müssen entsprechende Nutzungsrechte, bzw. Lizenzen vorliegen, die es der Agentur erlauben, Werbeschaltungen im Auftrag eines Advertisers im Internet in Umlauf zu bringen. Hierbei sind die Regularien und Gesetze der jeweiligen Zielmärkte zu berücksichtigen. Mirando geht hierbei davon aus, dass diese rechtlichen Rahmenbedingungen durch die ausliefernden Agenturen oder Advertiser geprüft wurden und eingehalten werden. Die Verantwortung hierfür obliegt dem Anlieferer des Werbemittels an Mirando und nicht Mirando.
2. Die Werbemittelanlieferung an Mirando ist hinsichtlich der verwendbaren Variablen zur Steuerung von Klick-URL und Zeit bis zum auto-expand zu dokumentieren (ausreichend: im Code des Werbemittels gut lesbar).
3. Die Anlieferung des finalen einsatzfähigen Werbemittels muss bis spätestens 5 Werktage (Werktage: Mo-Fr) vor dem Kampagnenstart erfolgen, damit Mirando das Werbemittel prüfen und zeitgerecht in der Buchung platzieren kann. Eine spätere Anlieferung ist abzustimmen.

B) Vorgaben für die Anlieferung von “roh”-Assets für ein FloorAd

Hierunter verstehen wir die Anlieferung von grafischen Entwürfen und Assets (Bilder/Logos, Texte, Fonts,...) für sowohl den collapsed als auch expanded Zustand eines FloorAd, damit eine Umsetzung des Ads durch Mirando selbst erfolgen kann.

Es ist wichtig, dass die Assets und Entwürfe die Vorgaben erfüllen, damit eine Umsetzung durch Mirando ein visuell ansprechendes und Advertiser CI-konformes, sowie technisch robustes Werbemittel ermöglicht.

Technische/Kreative Anforderungen

1. Entwürfe sind sowohl für den collapsed als auch expanded Zustand anzuliefern.
2. Anlieferung in Form einer PSD-Datei je Ad-Creative-Motiv, deren Layer den collapsed und expand Zustand zeigt.
3. Die in der PSD verwendeten Grafiken müssen eine ausreichende Auflösung haben, um auch auf höher auflösenden Endgeräten befriedigende Darstellungen zu ermöglichen.
4. Fonts, die nicht frei verfügbar sind, sind für den Einsatz unter macOS und Windows beizufügen.
5. Die gesamten Assets (PSD und ggf. Fonts) sind in einer ZIP-Datei bereitzustellen (z.B. via Download-Link).
6. Mirando wird auf Basis der Anlieferung eine technische Umsetzung in HTML, CSS, JS und Grafiken vornehmen, die die unter Variante A nötigen Anforderungen erfüllt.

Organisatorische Anforderungen

1. Für alle verwendeten Assets (Bilder, CSS, Javascript, Fonts, etc.) müssen entsprechende Nutzungsrechte, bzw. Lizenzen vorliegen, die es der Agentur erlauben, Werbeschaltungen im Auftrag eines Advertisers im Internet in Umlauf zu bringen. Hierbei sind die Regularien und Gesetze der jeweiligen Zielmärkte zu berücksichtigen. Mirando geht hierbei davon aus, dass diese rechtlichen Rahmenbedingungen durch die ausliefernden Agenturen oder Advertiser geprüft wurden und eingehalten werden. Die Verantwortung hierfür obliegt dem Anlieferer des Werbemittels an Mirando und nicht Mirando.
2. Die Anlieferung der finalen PSD muss bis spätestens 10 Werkzeuge (Werkzeuge: Mo-Fr) vor dem Kampagnenstart erfolgen, damit Mirando die Möglichkeit hat, die nötigen einsatzfähigen Werbemittel zeitgerecht umzusetzen. Eine spätere Anlieferung ist abzustimmen.