

SBB Digital Advertising – Guidelines Werbemittel.

Wichtige Informationen.

Adserver: Google Ad Manager

Animationen: Mehrere parallel laufende Animationen und überlappende transparente Grafiken sind zu vermeiden (vor allem hinsichtlich Performance).

Anlieferung Werbemittel: Bis spätestens 5 Arbeitstage vor Kampagnenbeginn

Beschriftung: Klare Definitionen und Beschriftung aller Elemente im HTML (ID oder Name)

Code: W3C-validen Code verwenden (<http://validator.w3.org/>)

Creatives: Separater Zip-Ordner mit allen notwendigen Dateien für jedes Werbemittel erstellen, nur JS und Bilder in Unterordner ablegen. Anlieferung der Bestandteile eines Werbemittels (auch TAGS) als HTTPS-kompatible Komponenten. Ziel-URL/Trackinglink müssen integriert sein.

CSS-Definitionen: Direkt auf Namen und IDs erstellen, nicht auf allgemeine Elemente zugreifen. Direkt in die «index.html»-Datei einbinden und nicht extern referenzieren.

Fonts: Möglichst Free-Fonts verwenden. Eigene Fonts müssen gut getestet werden und können Schwierigkeiten bereiten.

JavaScript-Datei: Nicht komprimieren oder erst nachdem das Tracking eingefügt wurde.

jQuery: Nicht empfohlen aufgrund von Leistungsabfall.

Klickmessung: Disposition über Google Ad Manager, mehr [Infos](#) zum ClickTAG

Tags: IFRAME/JavaScript Tags (starten mit <ins und enden mit </ins>)

Werbeformate.

Desktop und Tablet.

Bezeichnung	Anzeigegrösse (Pixel)	Anlieferungsgrösse (Pixel)	Max. Dateigrösse	Formate
Desktop Wideboard	994 x 250	994 x 250	90 KB	JPEG, GIF, HTML
Desktop Maxiboard	994 x 118	994 x 118	90 KB	
Desktop Leaderboard	728 x 90	728 x 90	90 KB	
Desktop Halfpage-Ad	300 x 600	300 x 600	90 KB	
Desktop Medium Rectangle	300 x 250	300 x 250	90 KB	

Mobile.

Bezeichnung	Anzeigegrösse (Pixel)	Anlieferungsgrösse (Pixel)	Max. Dateigrösse	Formate
Mobile Rectangle	300 x 250	600 x 500	70 KB	JPEG, GIF, HTML
Mobile Wideboard	320 x 160	640 x 320	70 KB	

Achtung. Bei Mobile-Platzierungen muss die Anzeige Retina-kompatibel sein. Die Bilder müssen also durch die Agentur mittels korrekter HTML-Image-Einbindung von der doppelten Anlieferungsgrösse auf die korrekte Anzeigegrösse skaliert werden. Beispiel Skalierung Mobile Wideboard:

```
<a href="https://www.ihre-landingpage.ch" target="_blank" rel="nofollow">
  
</a>
```

Barrierefreiheit.

Generell gelten die Empfehlungen für barrierefreie Webinhalte 2.0 der WCAG (Web Content Accessibility Guideline).

Wichtige Kriterien.

Funktion von Bildern und Animationen: Beschrieben durch alt-Attribut.

Touch Targets: Mindestens 48 x 48 Pixel.

Lesbarkeit: Die Schriftgrösse darf nie kleiner als 12 Punkt sein.

Kontrast: Generell muss der Farbkontrast (für Text/Piktogramm) die AA-Standards von WCAG erfüllen (Benutzung hoher Kontraste).

Führung und Hilfe: Die Bedienungshilfen des Betriebssystems müssen unterstützt werden.

Multimediale Angebote: Es gibt textliche Alternativen dazu.

Skripte/Applets etc.: Barrierefrei oder barrierefreie Alternativen.