

Konnex DotKom Note:

Ablösung von Flash Durch HTML5

Liebe Kunden und Geschäftspartner

Schon länger war bekannt, dass der Flash Player von Adobe Sicherheitslücken aufweist. Bereits Steve Jobs hat im Jahre 2010 davon abgeraten, die Flash-Software einzusetzen. Grösste Vorwürfe von Jobs gegenüber dieser weit verbreiteten und wegen der Einfachheit bekannter Software waren diverse Lücken in Bezug auf Sicherheit und Performance. Somit musste mobile Werbung schon zu Beginn der iPhone-Ära auf Alternativen setzen.

Seit Mitte Juli kommt nun Bewegung in diese Thematik. Mit dem Update vom 14. Juli hat Firefox Herausgeber Mozilla entschieden, den Adobe Flash Player temporär zu deaktivieren, bis die Sicherheitslücken durch Adobe behoben werden. Ähnliches gilt für Google Chrome. Damit führen zwei der bedeutendsten Browser eine Form von Adblock ein. Der User muss Flashbanner gezielt aktivieren um diese zu sehen. Nebst Mozilla und Google hat auch Facebook Druck auf Adobe ausgeübt, den Flash Player komplett einzustellen.

Durch diese Blockaden ergeben sich nicht nur Darstellungsprobleme der Flash Werbemittel, es entsteht eine weitere Problematik bei den Werbeeinblendungen (Adimpressions). Diese werden teilweise vom AdServer ausgeliefert, ohne dass diese für den User ersichtlich waren auf den Sites. Somit werden Impressions an Kunden verrechnet, welche die Werbewirkung verfehlt haben.

Wir empfehlen somit unseren Kunden und Partnern, den Switch von Flash zu HTML5 bei der Produktion von Werbemittel. Der Umstieg von Flash auf HTML5 ist allerdings durchaus anspruchsvoll. HTML5 bietet viele Freiheiten, die aber komplexer in der Umsetzung sind. Bekannte Herausforderungen sind Sonderformate und Expandable-Ads.

Was bedeutet das für Kampagnen welche bereits aktiv sind und noch Flash-Werbemittel haben? Für die meisten unserer Kampagnen arbeiten wir mit dem Google DoubleClick Adserver zusammen.

Ganz wichtig: Google DoubleClick hat einen hervorragenden Konverter, der Flash in HTML5 umwandeln kann. Viele bestehende Werbemittel und auch aktuell in der Produktion befindliche Display-Ads können trotzdem eingesetzt und im neuen Standard ausgeliefert werden. Dennoch sollten Sie dringend einen baldigen Wechsel der Werbemittelproduktion auf HTML5 in Betracht ziehen. Ein grosser Vorteil dabei ist problemlose Auslieferung auf mobilen Endgeräten – auch auf iOS.

Gerne helfen wir Ihnen bei Fragen weiter. Unter folgendem Link finden Sie zudem die Guidelines des IAB (noch auf englisch) und des Bundesverband Digitale Wirtschaft für die Herstellung von HTML5 Werbemittel, sowie einige weitere hilfreiche Tips.

Freundliche Grüsse
Marco Berto
Konnex-Dotkom

Quellen: IAB Schweiz, Admazing