

SPEZIFIKATIONEN

MULTI SCREEN

NATIVE TEASER



Inhaltsübersicht

1. Fact Sheet.....	2
2. Datenblatt	3
3. Allgemeine Anforderungen der United Internet Media	4
4. Details zur Anlieferung	4
5. Details zur Auslieferung.....	4
6. Ad Serving.....	5
7. Technische Anforderungen.....	5

1. Fact Sheet


Der Native Teaser ist das ultimative Multi-Screen-Format. Es werden lediglich ein Bild und ein Text benötigt, um von unserer gesamten digitalen Reichweite zu profitieren. Dabei passen sich die Native Teaser jedem Umfeld perfekt an und integrieren sich homogen im Content.

Die subtile Art des Native Advertisings wird von Nutzern als weniger störend empfunden und ist somit besonders wirksam. Dadurch erhöhen Sie die Werbeakzeptanz der Nutzer und steigern so deren Involvement. Der streuverlustfreie Traffic direkt von Ihrem Teaser zu Ihrer Webseite ermöglicht ein hohes Abverkaufspotential.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an:
E-Mail: ads@united-internet-media.de

Stand: 20.01.2020

2. Datenblatt

Screen ⁽¹⁾	Werbeform	Element	Abmessung	Dateigewicht (kB)	Dateiformat
		Bild ⁽²⁾	300 x 250 Pixel Mit hoher Auflösungsqualität: 600 x 500 Pixel (Seitenverhältnis 6:5)	40 Mit hoher Auflösungsqualität: 80	Statisches Bild
	Native Teaser	Headline	max. 25 Zeichen ⁽⁴⁾ , einzeilig		Text
		Teaser-Text ⁽³⁾	max. 45 Zeichen ⁽⁴⁾ , zweizeilig		Text
		[Optional] Partnername	max. 25 Zeichen ⁽⁴⁾ , einzeilig		Text

⁽¹⁾ Responsive Format, welches sich dynamisch je nach Viewport immer optimal anpasst.

⁽²⁾ Aufgrund der unterschiedlichen Darstellungsvarianten empfehlen wir wichtige Inhalte oben mittig zu platzieren. Verzichten Sie bitte auf Beschreibungstext innerhalb des Bildes.

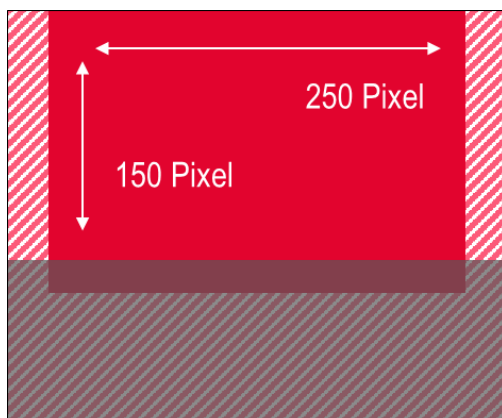
⁽³⁾ Je nach Umfeld wird der Teaser-Text als Headline dargestellt, aber mit einem Absatz getrennt.

⁽⁴⁾ Inklusive Leerzeichen.

Hinweise zur Gestaltung des Bildelements

Bitte beachten Sie, dass das Bildelement auf verschiedenen Umfeldern und Devices auf ein anderes Format zugeschnitten wird. Wir empfehlen deshalb, wichtige Inhalte oben mittig zu platzieren.

Auf einzelnen Umfeldern wird zudem ein halbtransparenter Overlay mit Ihrem Text-Input über das Bild gelegt. Dieser nimmt ca. 300x100 Pixel im unteren Bildbereich ein (in der Illustration grau hinterlegt).



Beispiel



3. Allgemeine Anforderungen der United Internet Media

Es gelten weiter die Allgemeinen Geschäftsbedingungen <https://www.united-internet-media.de/de/agb/> und die Allgemeinen Richtlinien für Werbemittel <https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/allgemeine-richtlinien/>.

Ein Verstoß gegen die oben aufgeführten Punkte sowie der Verstoß gegen geltendes Recht, führen automatisch zu einer Ablehnung der Werbemittel.

4. Details zur Anlieferung

4.1. Bitte achten Sie bei Ihrer Kreation auf folgenden Punkte:

- Verwenden Sie ein statisches Bild, welches Emotionen ausdrückt oder Menschen darstellt. Verzichten Sie auf ein gerahmtes Bildlayout, eine textbasierte Grafik und reinen Fließtext im Bildelement.
- Im Bildelement dürfen Logos nur innerhalb des Bildlayouts und mit einem Abstand zu den Rändern von mind. 25 Pixel platziert werden.
- Reißerische Ansprachen oder stark redaktionell anmutende Formulierungen sind nicht gestattet.
- Bitte verwenden Sie für die Nutzeransprache die Anredeform mit Sie.

4.2. Die Anlieferung der Werbemittelbestandteile an United Internet Media kann ausschließlich physisch erfolgen.

4.3. Die Anlieferung der Werbemittel muss mind. **3 Arbeitstage** vor Kampagnenstart erfolgen. Bei nicht fristgerechter Anlieferung übernimmt United Internet Media keine Garantie für einen fristgerechten Kampagnenstart und die fehlerfreie Einbindung.

4.4. Alle Anzeigen müssen den Spezifikationen entsprechen. Elemente, die den Spezifikationen nicht entsprechen, werden nicht eingesetzt und nicht durch United Internet Media korrigiert.

4.5. Werbeformen unterliegen grundsätzlich einer internen Prüfung.

5. Details zur Auslieferung

5.1. United Internet Media behält sich vor, jedes Motiv in einer Einzelfallentscheidung freizugeben. Werbemittel, die zu starke Reaktanzen hervorrufen oder die Nutzung der Seiten zu stark beeinträchtigen, können abgelehnt werden.

5.2. Werbemittel sind bereits im Vorfeld auf Einhaltung der jugendschutzrechtlichen Vorgaben und Regelungen zu überprüfen. United Internet Media behält sich vor, entsprechend der jeweiligen Altersbeschränkung die Zugriffsmöglichkeit/Sendezeit für das Werbemittel zu begrenzen oder das Motiv gänzlich abzulehnen.

5.3. United Internet Media behält sich vor, für die Auslieferung von Werbemitteln ein Frequency Capping festzulegen und einzusetzen.

5.4. Das Bildelement wird automatisch auf einigen Umfeldern auf ein anderes Format zugeschnitten (siehe auch „Hinweise zur Gestaltung des Bildelements“). Bei einer Anlieferung von falschen Größen oder zu langen Texten wird das Bildelement auf die korrekte Bildgröße zugeschnitten bzw. die Texte werden nicht vollständig angezeigt.

5.5. Um dem User zu verdeutlichen, dass es sich um Werbung und nicht um redaktionelle Beiträge handelt, wird eine Anzeige-Kennzeichnung von United Internet Media eingeblendet.

6. Ad Serving

- 6.1.** Externe Zählpixel für Klick und Impression Tracking können integriert werden. Diese müssen unabhängig von den jeweiligen Klickzielen sein und Klickzählung durch United Internet Media muss ermöglicht werden.
- 6.2.** Messungen von Viewtime/Visibility oder der Einsatz anderer erweiterter Tracking-Verfahren durch Skripteinsatz sind nicht möglich. United Internet Media behält sich vor, diese Art von Tracking abzulehnen.

7. Technische Anforderungen

Für alle Werbemittel von United Internet Media vermarkteten Portalen ist https unbedingt erforderlich. Dies betrifft auch 3rd-Party-Redirects (Zählpixel).

Haben Sie noch weitere Fragen?

United Internet Media GmbH

Karlsruhe

Brauerstraße 48

76135 Karlsruhe

München

Sapporobogen 6-8

80637 München

info@united-internet-media.de

www.united-internet-media.de

Bei Fragen steht Ihnen unser Team zur Verfügung:

Media Campaign Management

✉ E-Mail: ads@united-internet-media.de

