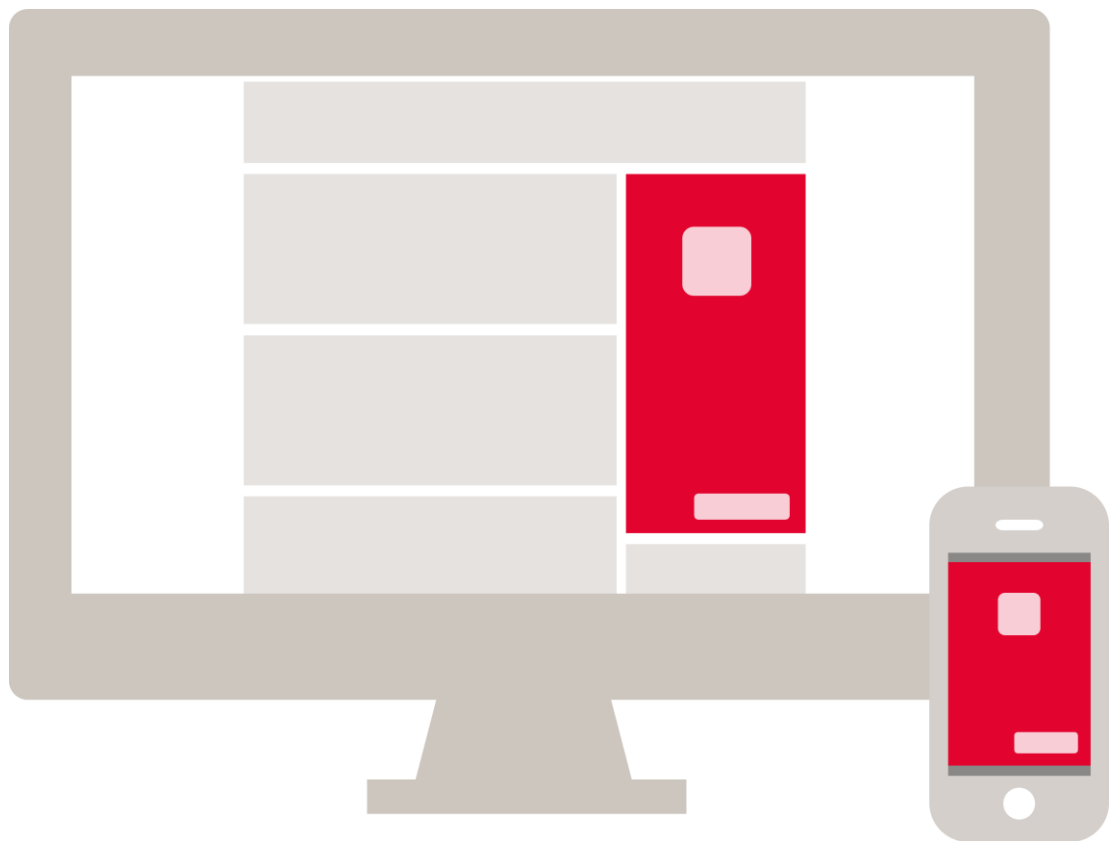


SPEZIFIKATIONEN

# ONE STOP AD CREATING TEMPLATE I HALFPAGE AD



## 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. Adserving / Tracking .....	4
7. Technische Anforderungen.....	5

## 1. Fact Sheet

Das Halfpage Ad neu gedacht: Wir gestalten aus Ihren angelieferten Elementen ein aufmerksamkeitsstarkes Werbemittel. Unübersehbare 300 x 600 Pixel werden sowohl im Desktop- als auch Mobile-Bereich ausgespielt.


Das Template 1 besteht aus einem vollflächigen Grafik-Element, Ihrem Logo sowie einem Call-To-Action.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an:


E-Mail: [ads@united-internet-media.de](mailto:ads@united-internet-media.de)

Stand: 18.08.2023

## 2. Datenblatt

Screen <sup>(1)</sup>	Werbeform	Element	Abmessung	Dateigewicht	Dateiformat
	Halfpage Ad	Grafik-Element	Breite: 300 px Höhe: 600 px	150 kB	Bild
		Logo <sup>(2)</sup>	Breite: max. 300 px Höhe: max. 50 px	15 kB	Bild
		Text-Element <sup>(3)</sup>	max. 100 Zeichen <sup>(4)</sup>		Text
		CTA-Button Text	max. 25 Zeichen <sup>(4)</sup>		Text

### Optionale Elemente

Screen <sup>(1)</sup>	Werbeform	Element		Dateiformat
	Halfpage Ad	Text-Element	Textfarbe	Hexadezimal Code
		CTA-Button	Textfarbe	Hexadezimal Code
		CTA-Button	Farbe	Hexadezimal Code
		CTA-Button	Farbe Mouse-Over	Hexadezimal Code

<sup>(1)</sup> Bei Tablet wird entsprechend User Agent entweder die Mobile- oder Desktop-Ansicht unserer Portale angezeigt. Folgende Kriterien bestimmen die Darstellung: Screen-Größe, Betriebssystem, Betriebssystem Version, Browser, Browser Version, Portrait- oder Landscape-Darstellung und Umfeld.

<sup>(2)</sup> Enthält das Grafik-Element bereits das Logo, ist eine gesonderte Anlieferung nicht nötig.

<sup>(3)</sup> Bitte beachten Sie bei der Zeichenanzahl, dass sich der Text über die Hintergrundgrafik legt. Enthält das Grafik-Element bereits das Text-Element, ist eine gesonderte Anlieferung nicht nötig.

<sup>(4)</sup> Inklusive Leerzeichen.

### 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. United Internet Media behält sich vor, die angelieferten Elemente in ihrer Größe und Position zu optimieren.
- 4.2. Schriftarten sind standardisiert und können seitens des Kunden nicht verändert werden
- 4.3. Die Anlieferung der Werbemittelbestandteile an United Internet Media kann ausschließlich physisch erfolgen.
- 4.4. Die Anlieferung der Werbemittel bzw. der Redirects 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.
- 4.5. Alle Anzeigen müssen den Spezifikationen entsprechen. Elemente, die den Spezifikationen nicht entsprechen, werden nicht eingesetzt und nicht durch United Internet Media korrigiert.
- 4.6. Werbemittel 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.

### 6. Adserving / Tracking

- 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. Für den CTA-Button ist die Anlieferung eines gesonderten Klick Trackings möglich.

- 6.3.** Messungen von Viewtime/Visibility oder der Einsatz anderer erweiterter Tracking-Verfahren durch Skripteinsatz, müssen United Internet Media im Vorfeld mitgeteilt und abgestimmt werden. United Internet Media behält sich vor, diese Art von Tracking abzulehnen.
- 6.4.** Tracking, Cookies und ähnliche Technologien, welche personenbezogene Daten verarbeiten, müssen den geltenden Datenschutzvorgaben entsprechen.
- 6.5.** Alle technischen Dienstleister (Vendoren) müssen im IAB Transparency and Consent Framework (TCF 2.2) registriert sein und auf dessen Signalisierung reagieren können. Bitte beachten Sie diesbezüglich die „TCF 2.2 Hinweise“ ( <https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/spezifikationen/> ).

## **7. Technische Anforderungen**

- 7.1.** Für alle Werbemittel von United Internet Media vermarkteten Portalen ist https unbedingt erforderlich. Dies betrifft auch 3rd-Party-Redirects/-Ressourcen.

# 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](mailto:info@united-internet-media.de)

[www.united-internet-media.de](http://www.united-internet-media.de)

Bei Fragen steht Ihnen unser Team zur Verfügung:

**Media Campaign Management**

✉ E-Mail: [ads@united-internet-media.de](mailto:ads@united-internet-media.de)

