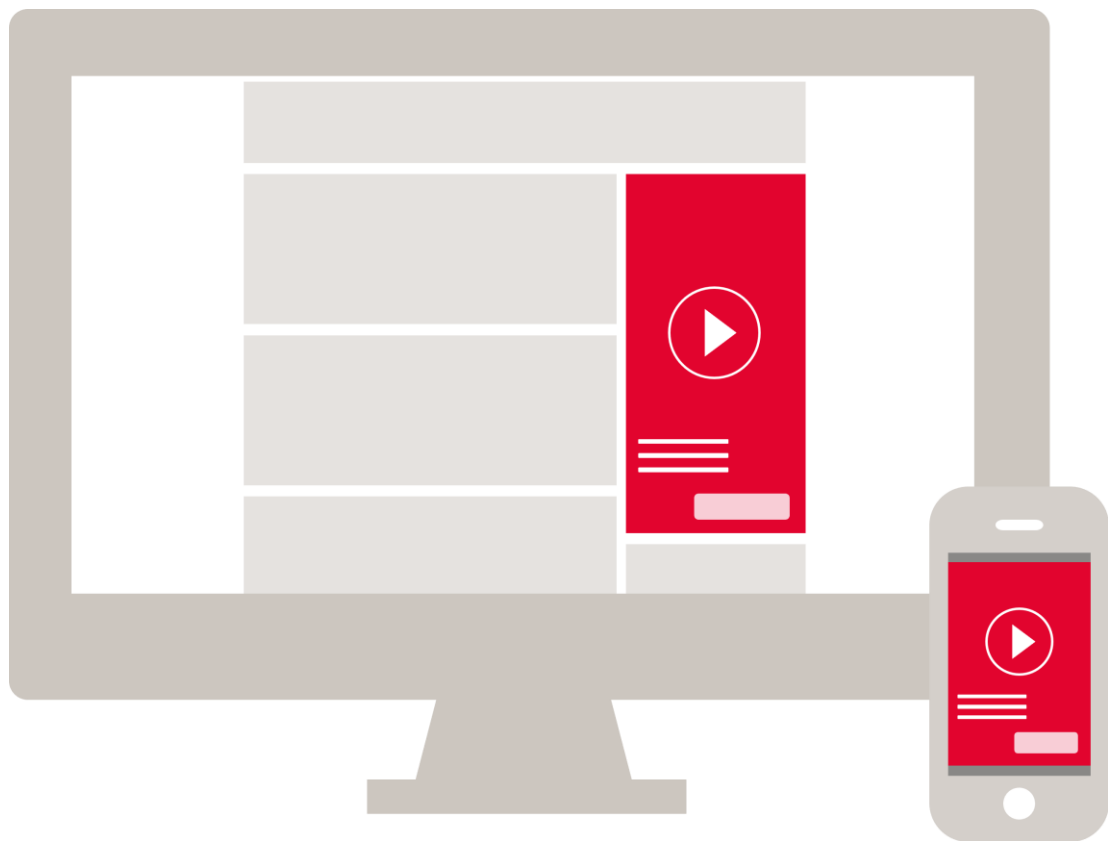


SPEZIFIKATIONEN

ONE STOP AD CREATING TEMPLATE II 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. Aderving / Tracking	4
7. Audio, Video	5
8. 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 2 besteht aus einem Grafik- bzw. Video-Element, einem Text-Element, Ihrem Logo sowie einem Call-To-Action.


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

Stand: 18.08.2023

2. Datenblatt

Screen ⁽¹⁾	Werbeform	Element	Abmessung	Dateigewicht	Dateiformat
	Halfpage Ad	Grafik-Element	Breite: 300 px Höhe: min. 200 bis max. 500 px	150 kB	Bild
		[Alternativ] Video-Element	Breite: 300 px Höhe: min. 168 bis max. 500 px	4 MB	Video ⁽⁴⁾
		Text-Element	max. 400 Zeichen ⁽³⁾		Text
		Logo ⁽²⁾	Breite: max. 300 px Höhe: max. 50 px	15 kB	Bild
		CTA-Button Text	max. 25 Zeichen ⁽³⁾		Text

Optionale Elemente

Screen ⁽¹⁾	Werbeform	Element	Dateiformat	
	Halfpage Ad	Text-Element	Hintergrundfarbe	Hexadezimal Code
		Text-Element	Textfarbe	Hexadezimal Code
		CTA-Button	Textfarbe	Hexadezimal Code
		CTA-Button	Farbe	Hexadezimal Code
		CTA-Button	Farbe Mouse-Over	Hexadezimal Code

⁽¹⁾ 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.

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

⁽³⁾ Inklusive Leerzeichen.

⁽⁴⁾ Hiermit weisen wir auf die United Internet Media Video-Spezifikationen hin. Weitere Informationen dazu finden Sie hier: <https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/spezifikationen/>

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. Audio, Video

Hiermit weisen wir auf die United Internet Media Video-Spezifikationen hin. Weitere Informationen dazu finden Sie hier:

<https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/spezifikationen/>

8. Technische Anforderungen

- 8.1.** 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

www.united-internet-media.de

Bei Fragen steht Ihnen unser Team zur Verfügung:

Media Campaign Management

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