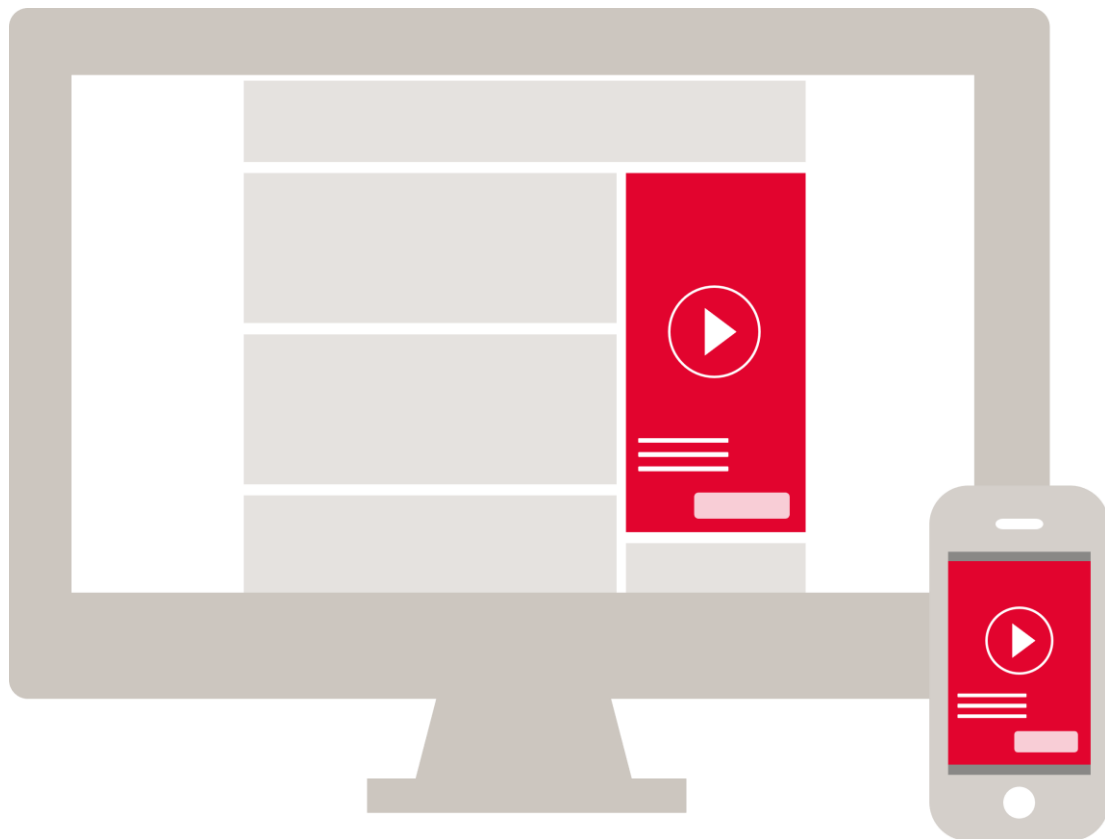


SPEZIFIKATIONEN

# ONE STOP AD CREATING VIDEO SYNC

## HALFPAGE AD



## Inhaltsübersicht

1.	Fact Sheet .....	2
2.	Datenblatt .....	3
3.	Details zur Anlieferung.....	4
4.	Details zur Auslieferung.....	4
5.	Ad Serving / Tracking.....	4
6.	Video (Physisch oder 3rd-Party-Tag).....	5
7.	Technische Anforderungen .....	5
8.	Allgemeine Anforderungen der United Internet Media.....	5
9.	Ökologische Nachhaltigkeit von Online-Werbung .....	5

## 1. Fact Sheet

Mit Video Sync erweitern Sie einen aufmerksam-starken Werbespot um gezielte Zusatzinformationen.

Während das Video, gemeinsam mit dem Firmenlogo, einen festen Bereich bilden, finden im zweiten Bereich des Werbemittels bis zu drei Text-Elemente statt, die zeitlich mit den Videoinhalten synchronisiert werden. Jeder dieser flexiblen Bereiche besteht aus einer Headline, einem Textteil sowie einem CTA-Button.



So ist es möglich, beworbene Produkte im Video hervorzuheben, näher zu beschreiben und den Kaufanreiz für den User zu erhöhen. Oder bei Branding-Kampagnen Imagevideos mit zusätzlichen Stories anzureichern.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an:



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

Stand: April 2025

## 2. Datenblatt

Screen <sup>(1)</sup>	Werbeform	Element	Abmessung	Dateigewicht <sup>(2)</sup>	Dateiformat
 	Halfpage Ad	Video-Element	Breite: 300 px Höhe: min. 168 bis max. 500 px	4 MB	Video <sup>(5)</sup>
		Text-Element Headline <sup>(3)</sup>	max. 25 Zeichen <sup>(4)</sup>		Text
		Text-Element Text <sup>(3)</sup>	max. 125 Zeichen <sup>(4)</sup>		Text
		Logo	Breite: max. 300 px Höhe: max. 50 px	15 kB	JPG, PNG
		CTA-Button Text <sup>(3)</sup>	max. 25 Zeichen <sup>(4)</sup>		Text

### Optionale Elemente

Screen <sup>(1)</sup>	Werbeform	Element	Dateiformat
 	Halfpage Ad	Hintergrund <sup>(6)</sup>	Hexadezimal Code
		Text-Element	Textfarbe
		CTA-Button	Textfarbe
		CTA-Button	Farbe

<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> Das angegebene Dateigewicht schließt auch alle Ressourcen ein, die begleitend mit dem Werbemittel über das Internet übertragen werden (z. B. Messskripte).

<sup>(3)</sup> Es können **bis zu 3** Text-Elemente bzw. CTR-Buttons integriert werden. Text, Farbe, Ziel-URL sowie Zeitraum der Einblendung werden in einem gesonderten, von uns zur Verfügung gestellten, Dokument definiert. Die Integration ist ein Service der United Internet Media GmbH.

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

<sup>(5)</sup> Bitte beachten Sie die weiterführenden Informationen unter Punkt 6.

<sup>(6)</sup> Optional kann auch eine Hintergrund-Grafik mit der Größe 300 x 600px angeliefert werden. Bitte bedenken Sie, dass ein Großteil der Grafik von weiteren Elementen des Werbemittels verdeckt wird.

### 3. Details zur Anlieferung

- 3.1. United Internet Media behält sich vor, die angelieferten Elemente in ihrer Größe und Position zu optimieren.
- 3.2. Schriftarten sind standardisiert und können seitens des Kunden nicht verändert werden
- 3.3. Die Anlieferung der Werbemittelbestandteile an United Internet Media kann ausschließlich physisch erfolgen.
- 3.4. Die Anlieferung der Werbemittel bzw. der 3rd-Party-Tags 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.
- 3.5. Alle Anzeigen müssen den Spezifikationen entsprechen. Elemente, die den Spezifikationen nicht entsprechen, werden nicht eingesetzt und nicht durch United Internet Media korrigiert.
- 3.6. Werbemittel unterliegen grundsätzlich einer internen Prüfung.

### 4. Details zur Auslieferung

- 4.1. Werbemittel werden auf den von United Internet Media vermarkteten Portalen immer im unfriendly IFrame ausgespielt. Eine Modifikation an der Seite oder an Seiteninhalten ist daher nicht möglich.
- 4.2. Werbemittelleigenschaften (z. B. Sticky) oder auch feste Bestandteile einer Werbeform (z. B. Close-Button) werden durch die United Internet Media zur Verfügung gestellt und dürfen nicht im Werbemittel selbst implementiert sein.
- 4.3. 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.
- 4.4. 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.
- 4.5. United Internet Media behält sich vor, für die Auslieferung von Werbemitteln ein Frequency Capping festzulegen und einzusetzen.

### 5. Ad Serving / Tracking

- 5.1. 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.
- 5.2. Für den CTA-Button ist die Anlieferung eines gesonderten Klick Trackings möglich.
- 5.3. Messungen von Viewtime/Visibilty oder der Einsatz anderer erweiterter Tracking-Verfahren durch Skripteinsatz, müssen United Internet Media im Vorfeld mitgeteilt und abgestimmt werden. Eine Prüfung des Werbemittels durch United Internet Media darf durch den Einsatz von erweiterten Trackings nicht beeinträchtigt werden. United Internet Media behält sich vor, diese Art von Tracking abzulehnen.
- 5.4. Alle, zur Ausspielung des Werbemittels verwendeten, technischen Dienstleister (Vendoren) müssen im IAB Transparency and Consent Framework (TCF) registriert sein und auf dessen Signalisierung reagieren können. Bitte beachten Sie diesbezüglich die „TCF-Hinweise“ ( <https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/spezifikationen/> ).

- 5.5. Tracking, Cookies und ähnliche Technologien, welche personenbezogene Daten verarbeiten, müssen den geltenden Datenschutzvorgaben entsprechen.

## 6. Video (Physisch oder 3rd-Party-Tag)

- 6.1. Die Länge des Videos muss mindestens 5- und maximal 30 Sekunden betragen. Wir empfehlen eine Länge von 15 Sekunden.
- 6.2. Das Dateigewicht des Videos zzgl. der weiteren Werbemittelbestandteile (bspw. Grafiken oder Tracking) darf insgesamt 4 MB nicht überschreiten, da Anzeigen ab dieser Dateigröße im Chrome Webbrowser nicht korrekt abgespielt werden.
- 6.3. Sofern nicht der Videoplayer der United Internet Media verwendet wird, muss der Benutzer zu jedem Zeitpunkt die Möglichkeit haben, das Video pausieren zu können. Ebenso sind der Ton sowie das Loopen des Spots, standardmäßig zu deaktivieren.
- 6.4. Ein automatisches Loopen des Werbespots ist nicht gestattet.
- 6.5. Bitte beachten sie die weiterführenden Informationen in den United Internet Media Video-Spezifikationen. (<https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/spezifikationen/>)

## 7. Technische Anforderungen

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

## 8. 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.

## 9. Ökologische Nachhaltigkeit von Online-Werbung

Um bei der Auslieferung digitaler Werbung die CO<sub>2</sub>-Emissionen zu verringern, verfolgen wir als Publisher, im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie, verschiedene Ansätze. Dies betrifft u.a. Maßnahmen hinsichtlich der Energieeffizienz in der Server-Nutzung oder Optimierungen unserer Advertising Technology.

Auch Werbetreibende haben die Möglichkeit, direkten Einfluss auf den Stromverbrauch und somit der CO<sub>2</sub>-Emission ihrer digitalen Werbekampagne zu nehmen. In unseren „Empfehlungen für nachhaltigere Werbemittel“ zeigen wir verschiedene Maßnahmen auf, die bei der Werbemittelerstellung zu Emissionseinsparungen führen können.

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

# 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)

