

SPEZIFIKATIONEN

Inbox Ad Image



Inhaltsübersicht

1. Fact Sheet	2
2. Merkblatt zum Kampagnenablauf	3
3. Technische Spezifikationen IO Buchung	4
3.1 Hinweise zu Ad Serving & Tracking	4
3.2 Benötigtes Material	4
3.3 Darstellung Kampagnenelemente	4
3.3.1 Übersicht: Mehr Flexibilität durch unterschiedliche Bildformate	5
3.3.2 Übersicht: Ihre Marke als Eye-Catcher im Posteingang	6
3.3.3 Spezifikationen der Bild-Formate.....	6
3.4 Sonstige Hinweise	6
3.5 Technische Hinweise zu Ad Serving / Tracking.....	7
4. Dealanlage Programmatic Inbox Ad Image	7
5. FAQs	8

1. Fact Sheet

Die Inbox Ad Image ist eine Variante der Inbox Ad mit der Integration von Bildmaterial unterhalb der Betreffzeile in den Postfächern von WEB.DE und GMX.

Durch die Bilder wird die Werbeanzeige prägnanter und bereits beim ersten Sichtkontakt emotional aufgeladen. Eine Multi-Screen-Ausspielung der via Insertion Order (IO) gebuchten Inbox Ad Image ist möglich.

Die programmatische Inbox Ad Image kann auch als Deal bei WEB.DE und GMX ausgespielt werden.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an
E-mail: emailmarketing@uim.de

Stand: September 2024

2. Merkblatt zum Kampagnenablauf

1. Nach Annahme unseres Angebots erhalten Sie eine Auftragsbestätigung mit den Eckdaten zur gebuchten Kampagne.
2. Im nächsten Schritt benötigen wir von Ihnen die Werbemittel, die Sie für die Kampagne einsetzen möchten. Bitte schicken Sie die **vollständigen Werbemittel** spätestens zu den unten genannten Fristen an emailmarketing@uim.de. Bitte nennen Sie uns bei Anlieferung im Betreff Ihrer E-Mail den Kundennamen sowie den Kampagnennamen.

Werbemittel, die verspätet oder nicht gemäß unseren Spezifikationen angeliefert werden, verzögern den Start der Kampagne und werden ggf. zur Anpassung zurückgesandt.

Die finalen Werbemittel müssen **3 Werktage vor Auslieferungsbeginn** bei uns eintreffen.

3. Sollten Anpassungen am Werbemittel notwendig sein, werden wir mit den Änderungsanforderungen auf Sie zukommen und Sie bitten, die Änderungen umzusetzen, um den pünktlichen Start der Kampagne gewährleisten zu können.
4. Sobald uns alle notwendigen Elemente vorliegen, beginnen wir mit dem Setup der Kampagne. Sie erhalten vor Auslieferung die Previewlinks und / oder einen Zugang zu unseren GMX und WEB.DE Kundenpostfächern, in denen Sie die Kampagne vor dem Livegang prüfen und freigeben können.
5. Bevor wir mit der Auslieferung der Kampagne beginnen, benötigen wir eine schriftliche Freigabe von Ihnen, mit der Bestätigung, dass wir die Kampagne, wie im Postfach dargestellt, ausliefern dürfen.

3. Technische Spezifikationen IO Buchung

3.1 Hinweise zu Ad Serving & Tracking

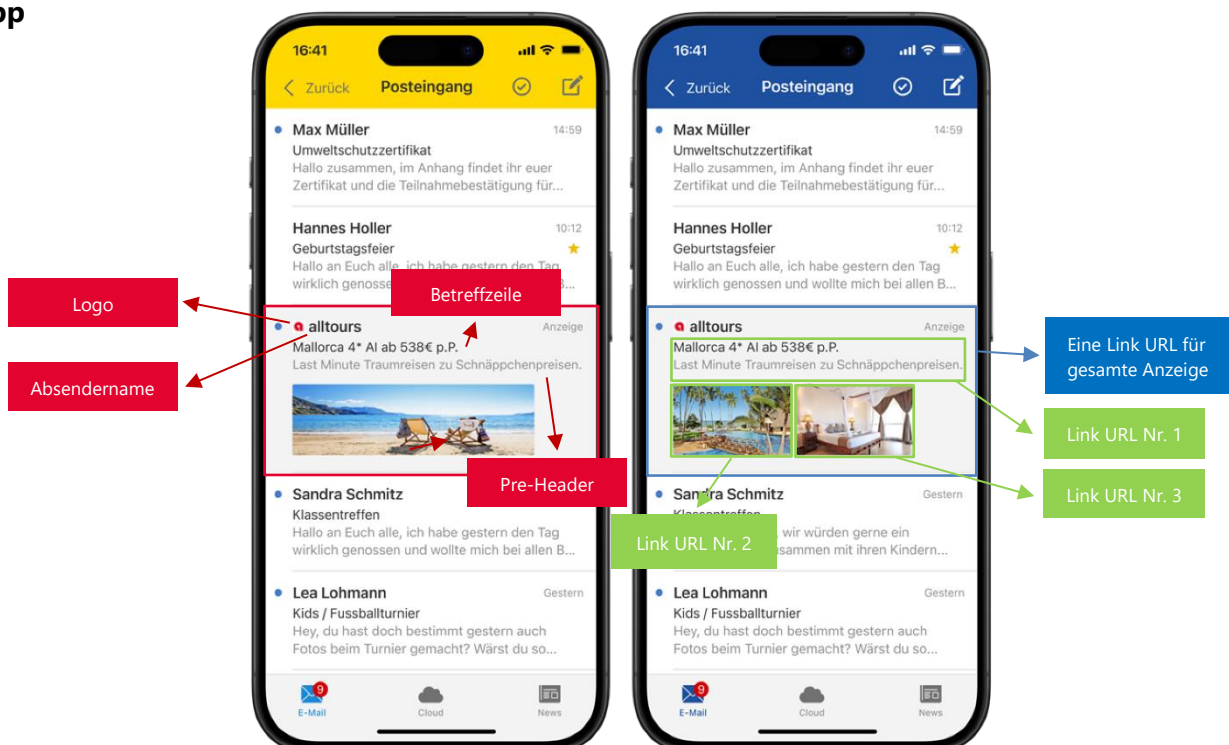
Alle technischen Dienstleister (Vendoren) müssen im IAB Transparency and Consent Framework (TCF 2.2) registriert sein und auf dessen Signalisierung reagieren können. Bitte beachten Sie diesbezüglich die **TCF 2.2 Hinweise**. Tracking, Cookies und ähnliche Technologien, welche personenbezogene Daten verarbeiten, müssen den geltenden Datenschutzvorgaben entsprechen.

3.2 Benötigtes Material

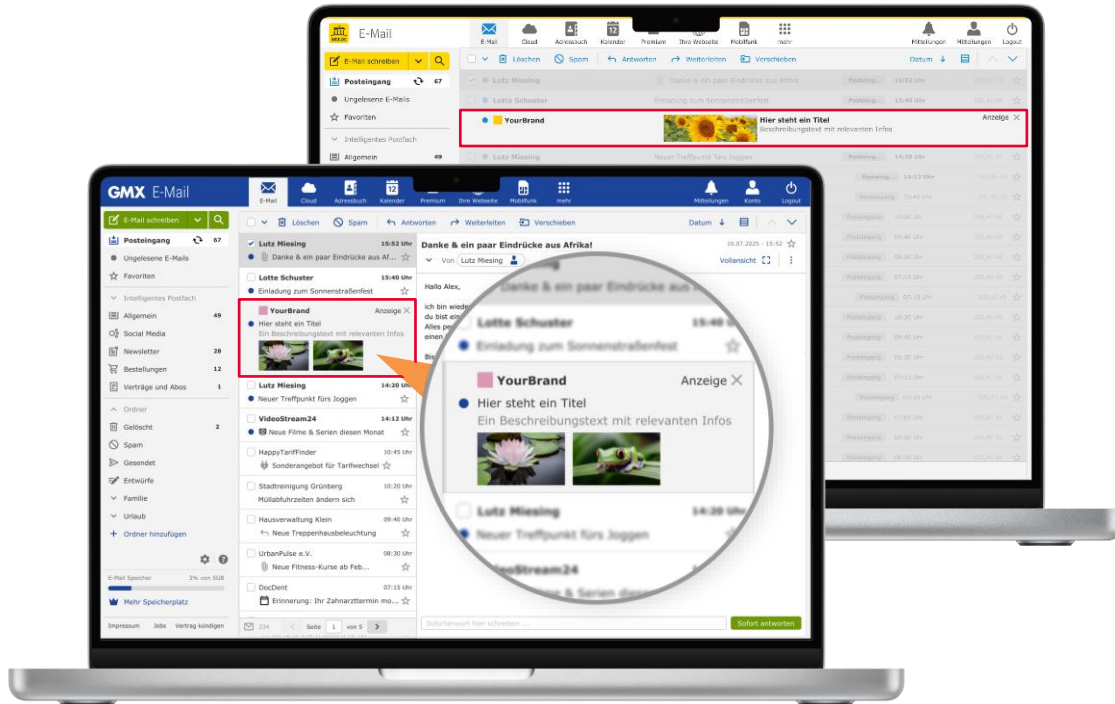
- **Avatarlogo** im Format 160x160px und als JPEG- oder PNG-Datei
- **Absender** (in der Regel die Marke, die im Werbemittel beworben wird)
- **Betreff** (maximal 30 Zeichen)
- **Pre-Header** (maximal 50 Zeichen – wobei die wichtigsten Infos in die ersten 35 Zeichen enthalten sein sollten)
- Entsprechende **Verlinkung** auf die gewünschte Landingpage – bitte beachten Sie die TCF 2.2 Hinweise
 - Optional: Bis zu 3 Link-URLs separat möglich (siehe Darstellung 3.3 unten)
 - Inbox Ad Image mit einem Bild: Link Nr. 1 Betreff / Pre-Header, Link Nr. 2 Bild
 - Inbox Ad Image mit zwei Bildern: Link Nr. 1 Betreff / Pre-Header, Link Nr. 2 Bild 1, Link Nr.3 Bild 2
- **Werbemittel** – bitte beachten sie [diese Spezifikationen für die möglichen Bild-Formate](#)
- **Hosting**: Um eine problemlose Auspielung der Kampagne zu gewährleisten, müssen die Visuals mitgeliefert werden, damit diese auf den Servern von United Internet Media gehostet werden können.

3.3 Darstellung der Kampagnen-Elemente

App

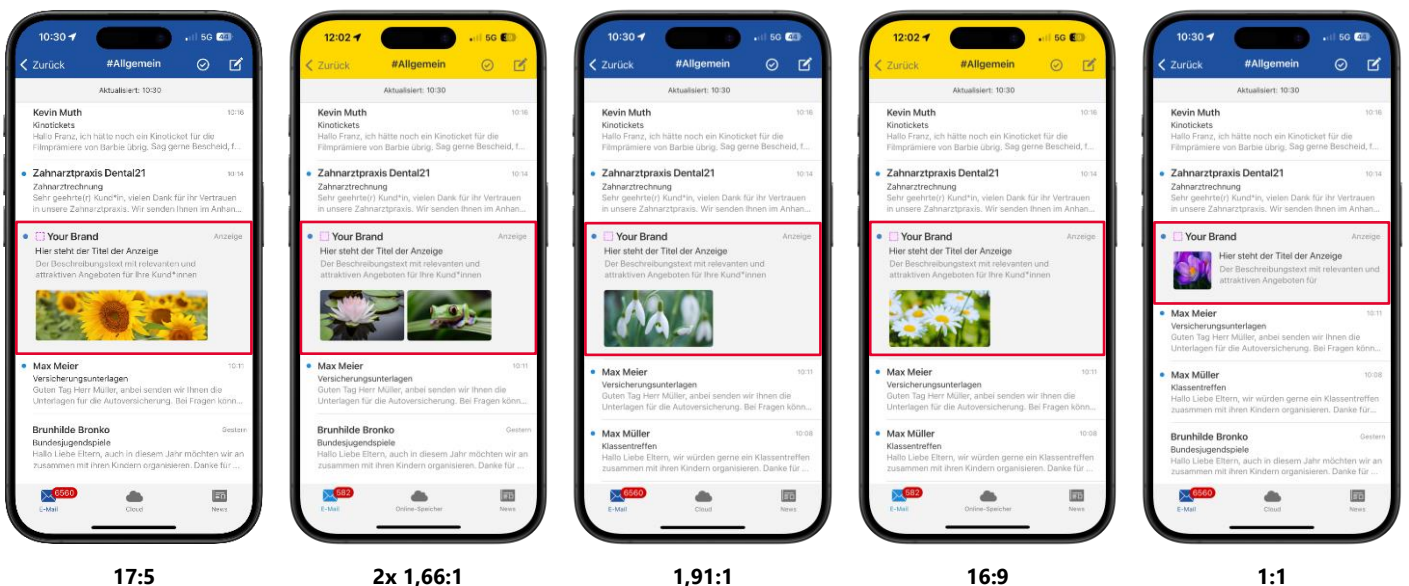


Desktop



3.3.1 Übersicht: Mehr Flexibilität durch unterschiedliche Bildformate

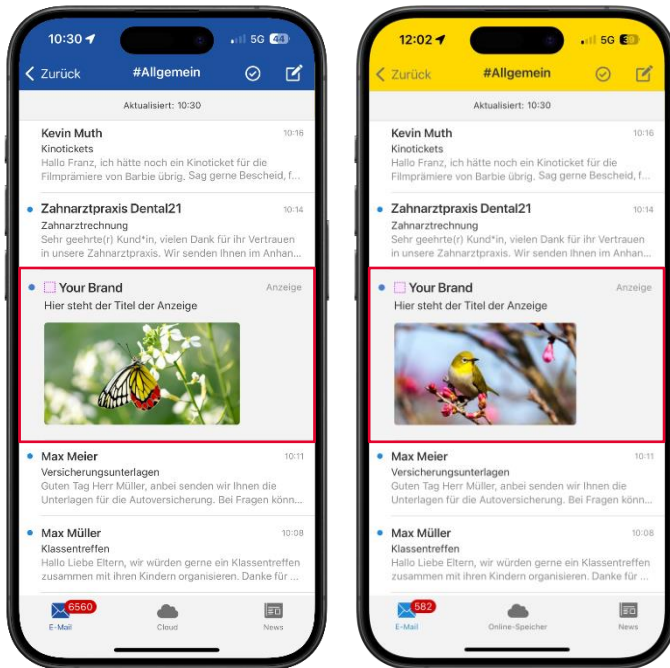
Die Inbox Ad Image unterstützt diverse Image-Formate für maximale Gestaltungsfreiheit bei der Creation ihrer Marketing-Bilder in den Apps und auf dem Desktop.



3.3.2 Übersicht: Ihre Marke als Eye-Catcher im Posteingang

Die Inbox Ad Image bietet zusätzlich aufmerksamkeitsstarke Branding-Formate in den Apps von WEB.DE und GMX an, die speziell auf die Anforderungen von Branding-Kampagnen zugeschnitten sind.

Durch die größere Darstellung der Visuals in den Apps liegt der Fokus auf der hochwertigen Bildsprache. Unterstützt werden die Bild-Formate 1,91:1 sowie 16:9.



(Branding) 1,91:1

(Branding) 16:9

3.3.3 Spezifikationen der Bild-Formate

Generelle Hinweise:

- Datei-Formate: JPG oder PNG ohne Eckrundungen
- Maximale Dateigröße: 250 KB

Mögliche Formate:

- **17:5** (816 x 240 px)
- **2 x 1,66:1** (je 399 x 240 px)
- **1,91:1** (816 x 427 px)
- **16:9** (816 x 459 px)
- **1:1** (240 x 240 px)

3.4 Sonstige Hinweise

- Bitte beachten Sie bei der Erstellung der Werbemittel die **Allgemeinen Richtlinien** der United Internet Media GmbH.
- United Internet Media ist berechtigt Kampagnen vorübergehend oder dauerhaft zu unterbrechen, wenn sie zu starke Reaktanzen hervorrufen oder die Nutzung der Seiten zu stark beeinträchtigen.
- Alle Inhalte 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.
- Die Auslieferung kann technischen und zeitlichen bzw. betriebsbedingten Schwankungen unterliegen. Generell angestrebt ist jedoch eine gleichmäßige Verteilung des gebuchten Volumens auf die Laufzeit der Kampagne.

3.5 Technische Hinweise zu Ad Serving / Tracking

- Clicktags und Redirect dürfen grundsätzlich verwendet werden (bitte die **TCF 2.2 Hinweise** beachten)
- Vermarktersseitige Click-Zählung muss im Redirect ermöglicht werden.

4. Dealanlage Programmatic Inbox Ad Image

Ablauf Dealanlage

Der Buyer wird nach Anlage des Deals durch die DSP zum Deal eingeladen – er erhält die Deal-ID zusätzlich durch den jeweiligen Kundenbetreuer.

UIM benötigt zur Anlage:

- Bezeichnung der DSP (z.B. Adform Group)
- Die zugehörige Seat-ID (z.B.: 899107580)

Werbemittel:

- Advertiser – 25 Zeichen
- Titel – 25 Zeichen
- Beschreibung/Inhalt – max. 90 Zeichen
- Logo – 100 x 100px
- Call to Action – 15 Zeichen (optional)
- Image Format -1200 x 627 px (Dimension 1,91 : 1)



5. FAQs

Frage	Antwort
Welche Werbemittel müssen angeliefert werden?	Bitte liefern Sie das Kampagnenmaterial (siehe 3.2) spätestens 3 Werktage vor Auslieferungsbeginn an emailmarketing@uim.de
Welche Elemente gehören zur Inbox Ad Image?	Siehe 3.2
Welche Targeting-Merkmale sind möglich?	Sie können auf alle Zielgruppenmerkmale der United Internet Media Targeting Technologie TGP zurückgreifen. Die Merkmale finden Sie HIER . Bezüglich weiterer Targeting-Möglichkeiten wenden Sie sich bitte an den für Sie zuständigen Key Account Manager.
Wo kann die Inbox Ad Image ausgespielt werden?	Eine Multi-Screen-Ausspielung der via Insertion Order (IO) gebuchten Inbox Ad Image ist möglich; die programmatische Inbox Ad Image kann als Deal bei WEB.DE und GMX ausgespielt werden.
Wo erfolgt das Hosting der Visuals?	Die Visuals werden ausschließlich über die Server der UIM gehostet.
Welche Anforderungen an Clicktag / Redirect / Tracking sind zu beachten?	Siehe 3.5

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-)

www.united-internet-

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

Bei Fragen steht Ihnen unser Team zur Verfügung:

Inbox Marketing

✉ E-Mail: emailmarketing@uim.de