

SPEZIFIKATIONEN

**MULTI SCREEN**

**IN-PAGE VIDEO**



## Inhaltsübersicht

1. Fact Sheet .....	2
2. Allgemeine Anforderungen der United Internet Media .....	3
3. Allgemeine Anforderungen zur Anlieferung von Videos .....	3
4. Details zur Anlieferung von physischen In-Page Videos .....	4
5. Details zur Anlieferung von Redirects .....	5
6. Details zur Auslieferung .....	6
7. Ad Serving .....	6
8. Technische Anforderungen .....	6

### 1. Fact Sheet

Eine Vielzahl unserer In-Page-Werbeformate können als Bewegtbild (Video) ausgespielt werden.

Im Rahmen unseres One Stop Services (Video Handling) können Sie Ihre Videos sowohl roh- oder in encodierter Form bei uns anliefern. Das Encodieren übernimmt United Internet Media. Dabei wird Ihr Spot von uns für die verschiedenen In-Page-Formate optimiert und screen-übergreifend umgewandelt. Ohne Mehraufwand für Sie!

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an:

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

Stand: 10.07.2020





## 2. 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.

## 3. Allgemeine Anforderungen zur Anlieferung von Videos

- 3.1. Die Anlieferung der Werbemittel bzw. der Redirects muss mind. **5 Arbeitstage** vor Kampagnenstart erfolgen. Bei nicht fristgerechter Anlieferung übernimmt United Internet Media keine Garantie für einen fristgerechten Kampagnenstart und die fehlerfreie Einbindung.
- 3.2. Bitte beachten Sie die **zusätzlichen werbeformspezifischen Spezifikationen**.
- 3.3. Die Länge des Videos muss mindestens 5- und maximal 30 Sekunden betragen. Wir empfehlen eine Länge von **15 Sekunden**.
- 3.4. Bitte berücksichtigen Sie, dass das Video ohne vor- oder nachgelagerten Leerlauf (zum Beispiel technischer Vorspann, schwarze, weiße oder sonstige leere Frames) angeliefert werden muss.
- 3.5. 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 (siehe auch: 6. Details zur Auslieferung). Der Videoplayer der United Internet Media erfüllt diese Bedingung bereits im Vorfeld.
- 3.6. Auflösung und Videogröße
  - Falls nicht anders definiert, ist die Auflösung des Videos entsprechend der Größe des Videos gleichzustellen.
  - Bei Werbeformen, wo das Video nicht die komplette Werbefläche einnimmt, gilt:
    - Das Video darf die Größe des Werbeformats / der Werbefläche selbst nicht überschreiten. Dasselbe gilt für expandierende oder dynamische Werbeformate im größtmöglichen Zustand.
    - Wenn das Video nicht die komplette Werbefläche des Werbeformats einnimmt, ist die Größe des Videos, bis zur maximalen Größe der Werbefläche des jeweiligen Werbeformats, frei wählbar.
    - Die Auflösung des Videos entspricht der Größe der Videofläche im allgemeinen Werbemittel (zum Beispiel: Ein Video innerhalb eines Billboards (970 x 250 Pixel) mit der Größe von 300 x 250 Pixel hat eine Auflösung von 300 x 250 Pixel).
- 3.7. Das Dateigewicht des Videos sollte 4 MB nicht überschreiten, da Anzeigen ab dieser Dateigröße im Chrome Webbrowser nicht korrekt ausgespielt werden.
- 3.8. Alle Anzeigen müssen den Spezifikationen entsprechen. Elemente, die den Spezifikationen nicht entsprechen, werden nicht eingesetzt und nicht durch United Internet Media korrigiert.
- 3.9. Werbeformen unterliegen grundsätzlich einer internen Prüfung.
- 3.10. Werbekennzeichnung:
  -  : Das Werbemittel muss klar als Werbung erkennbar sein und darf Inhalte auf den Seiten nur nach Absprache mit United Internet Media imitieren oder kopieren. Wenn nötig muss es z.B. durch die Worte "Anzeige" oder "Werbung" gekennzeichnet sein.
  -  : Um dem Nutzer zu verdeutlichen, dass es sich um Werbung und nicht um redaktionelle Beiträge handelt, ist eine Kennzeichnung notwendig.
    - w- in einer der 4 Ecken, kontrastreiche Schriftfarbe, serifenlose Schrift, min. 9 pt.
    - Bei fehlender Kennzeichnung behält sich United Internet Media das Recht vor, diese selbst vorzunehmen.

## 4. Details zur Anlieferung von physischen In-Page Videos

- United Internet Media bietet die Möglichkeit Videos entweder in roh- oder in encodierter Form anzuliefern. Wir empfehlen das Rohformat, sodass die bestmögliche Qualität des Videos erzielt werden kann.
- Im Rahmen unserer One Stop Services (One Stop Video Handling) übernimmt das Encodieren die United Internet Media.

### 4.1. Anlieferung des Spots als Rohformat

Videocodec	DNxHD, ProRes422, XDCAM-HD422 oder Quicktime Uncompressed
Framerate	mindestens 25 Bilder pro Sekunde (FPS)
Audiocodec	PCM-Ton (48 kHz / 24 Bit / Little Endian) - Audiospur 1 - Stereo links, Audiospur 2 - Stereo rechts
Maximale Lautstärke	-9 dB

### 4.2. Anlieferung des Spots in bereits encodierter Form

Bei der Anlieferung eines bereits encodierten Videos werden entsprechend der folgenden Spezifikation alle drei Dateiformate: (**webm, mp4, ogv**) benötigt, um die größtmögliche Cross-Browser-Kompatibilität gewährleisten zu können.

Videocodecs	video/mp4 - avc1.42E01E video/webm - VP8 oder VP9 video/ogg - Theora
Verhältnis	16:9
Dateiformat	*.webm *.mp4 *.ogv
Framerate	25 Bilder pro Sekunde (FPS)
Audiocodecs	video/mp4 - mp4a.40.2 video/webm - Vorbis video/ogg - Vorbis
Maximale Lautstärke	-9 dB

### 4.3. Anlieferung der Grafiken für physische In-Page Videos (gültig für 4.1. und 4.2.)

Zur durchgängig optimalen Darstellung des Werbemittels, werden zwei Grafikelemente benötigt.

Typ	Verwendung	Beschreibung der Darstellung	Datei-gewicht	Auflösung
Video-Grafik	Poster-Grafik	Vor dem Start des Videos	40 kB	Größe der gebuchten Werbefläche
	Klickout-Grafik	Nach Beenden des Videos		
	Fallback-Grafik	Browser-/einstellungen unterstützen das Videoformat nicht		
Video-Hintergrund	Hintergrund-Grafik <sup>(1)</sup>	Umrandung des Videos, sollte dieses die verfügbare Werbefläche nicht vollständig einnehmen <sup>(2)</sup>	40 kB	Größe der gebuchten Werbefläche <sup>(3)</sup>

<sup>(1)</sup> Alternativ: Hintergrundeinfärbung (Hexadezimal Code) oder Grafikkachel (Bildformat jpeg oder png). Als Standard ist der Video-Hintergrund schwarz (#000000) gesetzt.

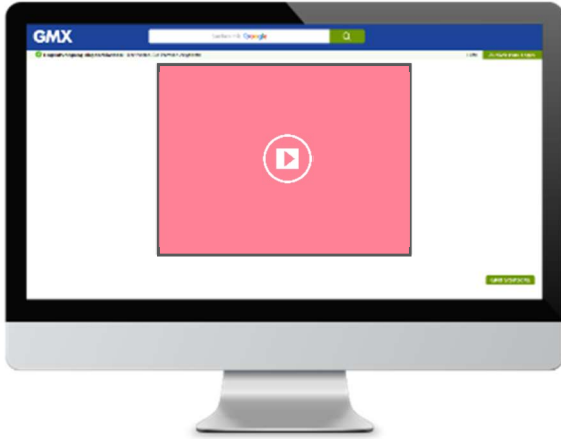
<sup>(2)</sup> Standardmäßig wird ein 16:9 Video vertikal mittig zentriert und mit der vollen Breite dargestellt. Auf Wunsch kann das Video innerhalb der Hintergrundfläche frei positioniert werden. Hierfür sind Positions-Wert der x- und y-Achse des Videos anzugeben.

<sup>(3)</sup> Bitte beachten Sie bei Ihrer Kreation, dass das Video über der Hintergrundgrafik liegt.

### Beispiel: MaxiAD+ Bigscreen

Werbefläche: 640 x 480 px

Videofläche: 640 x 360 px (16:9)



Video-Grafik: 640 x 480 px; vollflächig sichtbar



Video-Hintergrund: 640 x 480 px; durch das Video (640 x 360 px) überlagert

## 5. Details zur Anlieferung von Redirects

- Eine Redirect-Anlieferung sollte die Möglichkeit bieten, die Bandbreite des Benutzers abzufragen, um entsprechend das Video in der, für die ermittelte Bandbreite, besten Qualität auszuliefern. Besitzt das Werbemittel keine Bandbreitenerkennung, so begrenzt die United Internet Media die Auslieferung ausschließlich auf Breitband-Nutzer.
- Sollte der Kunde seinen eigenen Videoplayer innerhalb des Werbemittels verwenden, so sind diese Video-Spezifikationen, bis auf die dateibezogenen Vorgaben (Video- und Audiocodecs), einzuhalten.

Videocodecs*	video/mp4 - avc1.42E01E video/webm - VP8 oder VP9 video/ogg - Theora
Verhältnis	16:9
Dateiformat*	*.webm *.mp4 *.ogv
Framerate	25 Bilder pro Sekunde (FPS)
Audiocodecs*	video/mp4 - mp4a.40.2 video/webm - Vorbis video/ogg - Vorbis
Maximale Lautstärke	-9 dB
Redirect	Wird lediglich das Video als abspielbares Medium mittels Redirect angeliefert, so muss dieses dem VAST2-Standard entsprechen. Bei Anlieferung des kompletten Werbemittels (inkl. Videoplayer) als Redirect, muss dieses als Iframe- oder Script-Tag vorliegen.

\* Empfehlung, um die größtmögliche Cross-Browser-Kompatibilität zu gewährleisten.

## 6. Details zur Auslieferung

- 6.1. Bei einer Auslieferung auf unseren deutschen Portalen: Ein automatisches Looping des Werbespots ist nicht möglich. Bei einer Auslieferung auf unseren österreichischen und/oder schweizer Portalen: Ein automatisches Looping des Werbespots ist möglich.
- 6.2. Bei mobilen Endgeräten (Smartphones / Tablets) ist aufgrund von Browser- / Betriebssystem-Restriktionen, kein Autoplay möglich.
- 6.3. Lautstärkeregelung und Tonwiedergabe
  - Der Ton ist standardmäßig deaktiviert. Dieser kann durch Benutzerinteraktion aktiviert werden.
  - Da im Falle von mobilen Geräten das Video ausschließlich durch einen Klick / Touch auf den Play-Button innerhalb der Videofläche startet, ist der Ton standardmäßig mit der aktuellen Medienlautstärke des Gerätes aktiviert und kann durch den Videoplayer nicht reguliert werden. Die Regulierung der Lautstärke findet über die physischen Tasten (lauter / leiser) des Gerätes statt.

## 7. Ad Serving

- 7.1. 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.
- 7.2. Messungen von View-Time-Raten, 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.

## 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](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)

