

SPEZIFIKATIONEN

MULTI SCREEN

IN-STREAM VIDEO

PRE-ROLL | POST-ROLL | SHUFFLE-ROLL | BUMPER AD



Inhaltsübersicht

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

1. Fact Sheet

Mit den Pre- und Post-Roll-Platzierungen innerhalb des Video Contents unserer Portale genießt Ihr Spot eine exklusive Solitär-Stellung. Mit dem Pre-Roll-Format spielen Sie Ihre Werbebotschaft VOR dem vom Nutzer ausgewählten Video aus und sichern sich dessen Aufmerksamkeit. Mit einem Post-Roll können Sie den redaktionellen Videoinhalt mit Ihrer Werbebotschaft nachfolgend abschließen. Dabei wird in Deutschland in der Regel nur ein Spot vor oder nach redaktionellen Videoinhalten geschaltet.

Shuffle-Rolls kombinieren die Vorteile der beiden Formate Pre-Roll und Post-Roll. Sie werden mit einer vorgegebenen Gewichtung auf die beiden Werbepplätze vor und nach dem Content verteilt.





Bumper Ads sind besonders kurze Werbespots, die VOR dem Content ausgespielt werden. Sie haben eine Gesamtlänge von maximal 6 Sekunden. Durch die Kürze des Spots sind sie besonders effektiv auf Small Screen.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an:

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

Stand: 23.01.2019

2. Datenblatt

Screen ⁽¹⁾	Werbeform	Abmessung (Pixel)	Dateiformat	Videolänge (Sekunden)
	Pre-Roll	1.024 x 576 bis max. 1.920 x 1.080 (16:9)	Video	mind. 5 bis max. 30 ⁽²⁾
	Post-Roll	1.024 x 576 bis max. 1.920 x 1.080 (16:9)	Video	mind. 5 bis max. 30 ⁽²⁾
	Shuffle Roll	1.024 x 576 bis max. 1.920 x 1.080 (16:9)	Video	mind. 5 bis max. 30 ⁽²⁾
	Bumper Ad	1.024 x 576 bis max. 1.920 x 1.080 (16:9)	Video	max. 6

⁽¹⁾ Responsive Format, welches sich dynamisch je nach Viewport immer optimal anpasst.

⁽²⁾ Wir empfehlen eine Videolänge von 15 Sekunden.

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. Allgemeine Anforderungen zur Anlieferung

4.1. 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.

4.2. Alle Anzeigen müssen den Spezifikationen entsprechen. Elemente, die den Spezifikationen nicht entsprechen, werden nicht eingesetzt und nicht durch United Internet Media korrigiert.

4.3. Werbeformen unterliegen grundsätzlich einer internen Prüfung.

4.4. 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.

4.5. Bitte berücksichtigen Sie, dass das Video ohne vor- oder nachgelagerten Leerlauf (zum Beispiel technischer Vorspann, schwarze, weiße oder sonstige leere Frames) angeliefert werden muss.

4.6. Insofern nicht der Videoplayer der United Internet Media verwendet wird, muss der Benutzer zu jedem Zeitpunkt die Möglichkeit haben, das Video pausieren zu können. Der Videoplayer der United Internet Media erfüllt diese Bedingung bereits im Vorfeld.

5. Details zur Anlieferung von physischen In-Stream 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

5.1. 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

5.2. Anlieferung des Spots in bereits endcodierter Form

Videocodec	video/mp4 - H.264
Verhältnis	16:9
Dateiformat	*.mp4
Framerate	mindestens 25 Bilder pro Sekunde (FPS)
Audiocodec	video/mp4 - AAC
Maximale Lautstärke	-9 dB

6. Details zur Anlieferung als Redirect

- 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

Videocodec	video/mp4 - H.264
Verhältnis	16:9
Dateiformat	*.mp4
Framerate	25 Bilder pro Sekunde (FPS)
Audiocodec	video/mp4 - AAC
Maximale Lautstärke	-9 dB
Redirect	Die Anlieferung auf Basis des VAST2-Standards wird vorausgesetzt. Die Anlieferung auf Basis des VPAID-Standards, ist nur nach vorab erfolgter Rücksprache möglich.

7. Details zur Auslieferung

- 7.1. 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.
- 7.2. 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.
- 7.3. United Internet Media behält sich vor, für die Auslieferung von Werbemitteln ein Frequency Capping festzulegen und einzusetzen.
- 7.4. Cross-Device-/ Cross-Browser-Kompatibilität liegt in der Verantwortung des Kunden.

- 7.5.** 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
- 7.6.** Bei mobilen Endgeräten (Smartphones / Tablets) ist aufgrund von Browser- / Betriebssystem-Restriktionen, kein Autoplay möglich.

8. Ad Serving

- 8.1.** 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.
- 8.2.** Messungen von Viewtime/Visibilty oder der Einsatz anderer erweiterter Tracking-Verfahren durch Skriptesatz, müssen United Internet Media im Vorfeld mitgeteilt und abgestimmt werden. United Internet Media behält sich vor, diese Art von Tracking abzulehnen.

9. Technische Anforderungen

- 9.1.** Für alle Werbemittel von United Internet Media vermarkteten Portalen ist https unbedingt erforderlich. Dies betrifft auch 3rd-Party-Redirects (Zählpixel | Video).

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

