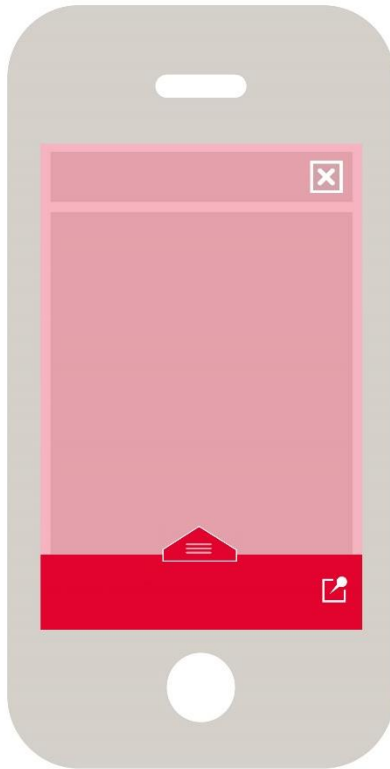


SPEZIFIKATIONEN

MOBILE FLOOR AD XL



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. Ad Serving / Tracking.....	5
7. Audio, Video (Physikalische oder Redirect-Anlieferung)	5
8. Technische Anforderungen.....	5

1. Fact Sheet



Das Mobile Floor Ad XL bietet die größte Fläche, die zur Umsetzung von ausgefallenen und interaktiven Bewegtbild-Werbeideen auf einem mobilen Gerät zur Verfügung steht. Am unteren Bildschirmrand wird zunächst ein Mobile Banner 4:1 oder Mobile Baseboard Ad dargestellt. Nach Nutzer-Interaktion fährt sich das Mobile Floor Ad XL zu seiner vollen Größe aus und liegt display-füllend über dem Content.

- Durch die vorausgehende Nutzer-Interaktion ist sichergestellt, dass der Nutzer für Ihre Botschaften offen und interessiert ist.
- Die Werbebotschaft bleibt dabei dank „Sticky-Effekt“ stets im Sichtfeld des Nutzers. Durch ein nach oben zeigendes Dreieck wird dem Nutzer die Expandable Funktion verdeutlicht.

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

Stand: 01.09.2020

2. Datenblatt

Screen ⁽¹⁾	Werbeform	Abmessung	Dateigewicht Initialload ⁽²⁾	Dateigewicht Subload ⁽²⁾	Dateiformat
	[Ausgangszustand] Mobile Floor Ad XL ⁽⁵⁾	320 x 50 px oder 320 x 75 px	50 kB	100 kB	Bild, HTML ⁽³⁾
+	<hr/>				
	[Expandierter Zustand] Mobile Floor Ad XL ⁽⁵⁾	320 x 480 px	75 kB	150 kB	Bild, HTML ⁽³⁾ , Video ⁽⁴⁾

- ⁽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. Bitte beachten Sie, dass dieses Format nur in der Mobile-Ansicht angezeigt wird.
- ⁽²⁾ Bitte beachten Sie die weiterführenden Informationen unter Punkt 8.5.
- ⁽³⁾ 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/>
- ⁽⁴⁾ Hiermit weisen wir auf die OVK-Richtlinie für HTML5 hin. Weitere Informationen zu der Richtlinie finden Sie hier: <https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/spezifikationen/>
- ⁽⁵⁾ United Internet Media stattet das Mobile Floor Ad XL am oberen Rand mit einem nach oben zeigenden Dreieck aus, um dem Nutzer die Expandable-Funktion zu verdeutlichen. Im Ausgangszustand wird das Werbemittel minimiert dargestellt. Nach Klick auf das Mobile Floor Ad XL oder das nach oben zeigenden Dreieck wird der expandierte Zustand angezeigt. Der ausgeklappte Bereich schließt sich bei Klick auf den Schließen-Button.

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. 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.

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

4.3. Werbemittel unterliegen grundsätzlich einer internen Prüfung.

4.4. Werbekennzeichnung:

■  : Um den 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.

5. Details zur Auslieferung

5.1. Bitte beachten Sie, dass dieses Format mit einem Frequency Capping von 1 pro Tag durch United Internet Media voreingestellt ist.

5.2. Werbemittel werden auf den von United Internet Media vermarkteten Portalen immer im nonfriendly IFrame ausgespielt. Eine Modifikation an der Seite darf nicht vorgenommen werden. Die United Internet Media gibt keinerlei Verwendung von Web-Entwicklungs-Bibliotheken vor.

5.3. Werbemittelleigenschaften (bspw.: Sticky, Expanding, Collapse, etc.) oder auch feste Bestandteile einer Werbeform (Close-Button, Interstitial, etc.) werden durch die United Internet Media zur Verfügung gestellt und dürfen nicht im Werbemittel selbst implementiert sein. Des Weiteren dürfen die Werbemittel in keiner Weise mit der Seite interagieren.

5.4. Die Anlieferung von Redirects mit Rich Media Templates, die eine Modifikation an der Seite vornehmen, ist nicht möglich, da es zu einem Fehlverhalten führen kann.

5.5. 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.

- 5.6. 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.
- 5.7. Cross-Device-/ Cross-Browser-Kompatibilität liegt in der Verantwortung des Kunden.

6. Ad Serving / Tracking

- 6.1. Die Anlieferung von Redirects ist möglich. Um die Darstellung von Weißflächen bzw. Auslieferung von Leerflächen zu vermeiden, muss ein Fallback im Redirect hinterlegt sein.
- 6.2. 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.
- 6.3. Messungen von Viewtime/Visibilty 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 2.0) registriert sein und auf dessen Signalisierung reagieren können. Bitte beachten Sie diesbezüglich die „TCF 2.0 Hinweise“ (<https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/spezifikationen/>).

7. Audio, Video (Physikalische oder Redirect-Anlieferung)

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.
- 8.2. Die Werbemittel sollen die CPU-Last und damit die Performance der Seite auf einem durchschnittlichen Endgerät nicht merklich beeinflussen. United Internet Media behält sich vor, Werbemittel zurückzuweisen, die die Funktion der Seite beeinflussen. Gründe für die Beeinflussung/Störung der Seite: Übermäßiger oder fehlerhafter Einsatz von Java-Script oder sonstigen Web-Animationsfunktionen.
- 8.3. Enthält das Werbemittel seitenüberlagernde, transparente Bereiche, muss der Seiteninhalt weiterhin klickbar sein. United Internet Media behält es sich in diesem Fall vor, einen semitransparenten Hintergrund für das Werbemittel verpflichtend anzufordern, oder das Werbemittel abzulehnen. United Internet Media behält sich weiter vor, einzelne Browser von der Auslieferung auszuschließen.

- 8.4.** Für alle klickbaren Bereiche müssen Buttons definiert werden. Einheitlicher Standard für die Übergabe des Redirects zur vermarkterseitigen Klickzählung ist die „Klicktag“-Übergabe. Bitte beachten Sie diesbezüglich die „OVK Richtlinie“
(<https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/spezifikationen/>)

8.5. Initial- / Subload

- Das Laden der Werbeinhalte ist zunächst auf den initialen Anteil begrenzt.
- Nach Abschluss des Initialloads muss sichergestellt sein, dass auf der Werbefläche ein Motiv des Werbetreibenden dargestellt ist.
- Für aufwändige Kreationen, bei denen das zulässige Dateigewicht (Initialload) nicht ausreicht, können bis zur Spezifikationsgrenze (Subload) zusätzliche Inhalte nachgeladen werden.
- Das angegebene Dateigewicht schließt auch alle Ressourcen ein, die begleitend mit dem Werbemittel über das Internet übertragen werden (z. B. Messscripte).
- Bei Anlieferung als 3rd Party Redirect sind die o. g. Vorgaben ebenfalls einzuhalten.
- Bitte beachten Sie diesbezüglich auch die „OVK Spezifikationen“ (<https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/spezifikationen/>).

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