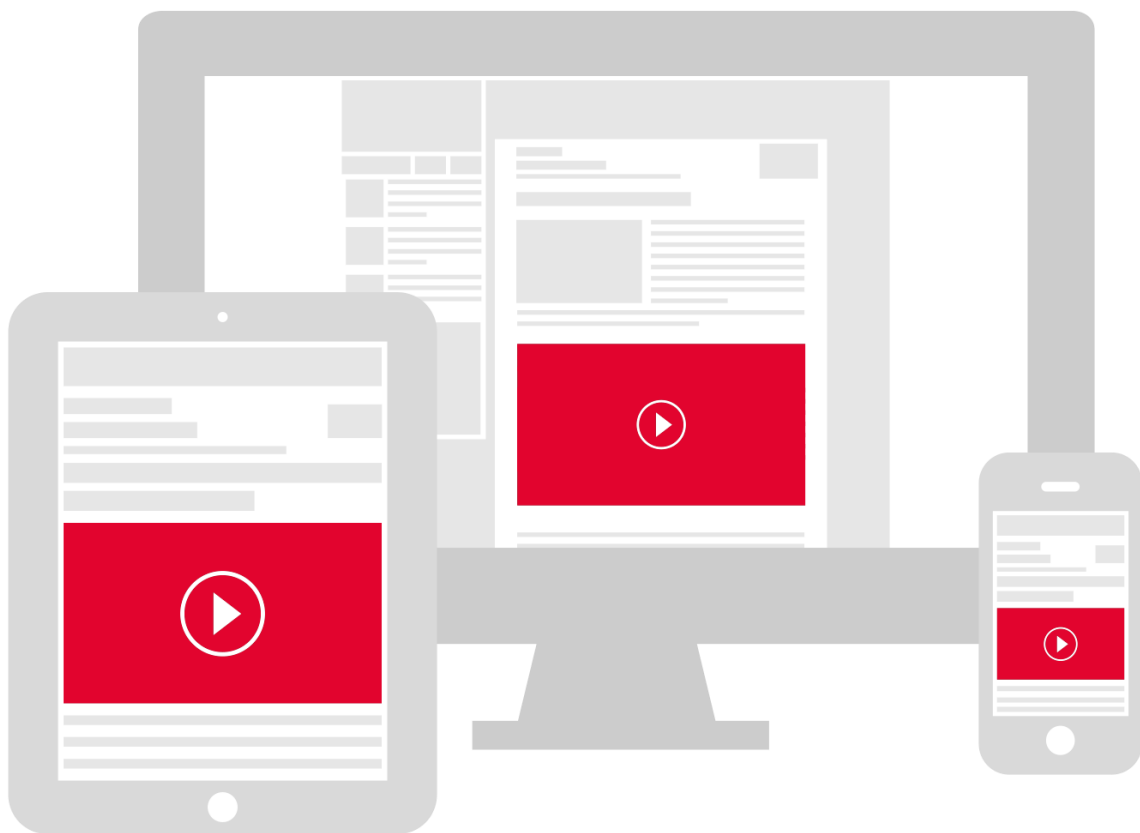


SPEZIFIKATIONEN

MULTI SCREEN

IN-TEXT VIDEO AD



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 Anlieferung)	5
8. Technische Anforderungen.....	5

1. Fact Sheet

Das Multi Screen In-Text Video Ad zeichnet sich durch die direkte Platzierung in redaktionellen Umfeldern aus. Es verbindet die Aufmerksamkeit eines großflächigen Video-Formates mit einer angenehmen Nutzer-Erfahrung:


- Der Video-Player öffnet sich erst dann, wenn 50% der Werbefläche im Sichtfeld des Users sind. Der Spot wird einmal komplett abgespielt, um sich dann mit einer flüssigen Animation zu schließen.
- Zunächst ohne Ton startend, lässt sich der Video-Sound per Mouseover aktivieren. Im mobilen Umfeld starten das Video, sowie der Ton via Click-2-Play.
- Sollte die Sichtbarkeit des Werbemittels unter 50 % sinken, stoppt der Player das Abspielen des Videos automatisch.
- Der User hat die Möglichkeit, das Video komplett zu schließen. Somit wird das In-Text Video Ad noch benutzerfreundlicher!

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an:

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

Stand: 01.09.2020

2. Datenblatt

Screen ⁽¹⁾	Werbeform	Abmessung (Pixel)	Videolänge / Dateigröße	Dateiformat
	In-Text Video Ad	640 x 360 bis max. 1.920 x 1.080 (16:9)	mind. 5 sec bis max. 30 sec ⁽³⁾	Video ⁽²⁾
	Video-Grafik	640 x 360 bis max. 1.920 x 1.080 (16:9)	40 kB	Bild

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

⁽²⁾ 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/>

⁽³⁾ Wir empfehlen eine Videolänge von 15 Sekunden.

3. Allgemeine Anforderungen der United Internet Media

Es gelten weiter die Allgemeinen Geschäftsbedingungen <http://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. **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. Die Anlieferung muss physisch erfolgen. Eine Anlieferung via 3rd Party ist nicht möglich.
- 4.3. Alle Anzeigen müssen den Spezifikationen entsprechen. Elemente, die den Spezifikationen nicht entsprechen, werden nicht eingesetzt und nicht durch United Internet Media korrigiert.
- 4.4. Werbemittel unterliegen grundsätzlich einer internen Prüfung.

5. Details zur Auslieferung

- 5.1. 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 Webentwicklungs-Bibliotheken vor.
- 5.2. Werbemittleigenschaften (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.
- 5.3. 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.
- 5.4. 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.
- 5.5. United Internet Media behält sich vor, für die Auslieferung von Werbemitteln ein Frequency Capping festzulegen und einzusetzen.

6. Ad Serving / Tracking

- 6.1. 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.
- 6.2. 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.
- 6.3. Tracking, Cookies und ähnliche Technologien, welche personenbezogene Daten verarbeiten, müssen den geltenden Datenschutzvorgaben entsprechen.
- 6.4. 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 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

Für alle Werbemittel von United Internet Media vermarkteten Portale 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

www.united-internet-media.de

Bei Fragen steht Ihnen unser Team zur Verfügung:

Media Campaign Management

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

