

SPEZIFIKATIONEN

MULTI SCREEN EVENT

WALLPAPER



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	5
6. Ad Serving / Tracking.....	6
7. Audio, Video (Physikalische oder Redirect-Anlieferung)	6
8. Technische Anforderungen.....	6

1. Fact Sheet

Das Multi Screen Wallpaper Event fügt sich als prominente Einheitsfläche an den Content und kann mit einer zusätzlichen Hintergrundeinfärbung den optischen Rahmen komplettieren.



Auf Desktop-Größe besteht unsere Kombination aus einem Skyscraper und dem seitlich angedockten Leaderboard. Der Skyscraper am rechten Bildschirmrand ist dabei sticky.

Mobile wird das Format mit dem Mobile WEB.Buster kombiniert.

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
	Leaderboard	728 x 90 px	100 kB	200 kB	Bild ⁽³⁾ , Video ⁽⁴⁾ , HTML ⁽⁵⁾
	Skyscraper	120 / 160 x 600 px	100 kB	200 kB	Bild ⁽³⁾ , Video ⁽⁴⁾ , HTML ⁽⁵⁾
	Leaderboard Fallback ⁽⁶⁾	728 x 90 px	50 kB	-	Bild ⁽³⁾
	Skyscraper Fallback ⁽⁶⁾	120 / 160 x 600 px	50 kB	-	Bild ⁽³⁾
	[Optional] Hintergrundeinfärbung				
	Mobile WEB.Buster	300 x 250 px	50 kB	100 kB	Bild ⁽³⁾ , Video ⁽⁴⁾ , HTML ⁽⁵⁾
	Mobile WEB.Buster Fallback ⁽⁶⁾	300 x 250 px	50 kB		Bild ⁽³⁾

⁽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.

⁽²⁾ Bitte beachten Sie die weiterführenden Informationen unter Punkt 8.5.

⁽³⁾ Es sind alle gängigen Bildformate erlaubt: Animierte GIF-Dateien sind auf Anfrage möglich.

⁽⁴⁾ 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/>

⁽⁵⁾ 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/>

⁽⁶⁾ Unsere Standard-Fallback-Lösung sind statische Bilder. Bitte beachten Sie die weiterführenden Informationen unter Punkt 4.7.

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 (Iframe) muss mind. **5 Arbeitstage** vor Kampagnenstart erfolgen.
Bei nicht fristgerechter Anlieferung übernimmt United Internet Media keine Garantie für einen pünktlichen Kampagnenstart und die fehlerfreie Einbindung.
- 4.2. Es können bis zu drei Motive maximal eingesetzt werden. United Internet Media muss im Vorfeld über die Anzahl der Motive informiert werden. Bei mehr als einem Motiv erhöht sich der Aufwand in unserer Qualitätssicherung und die Vorlaufzeit zur Anlieferung verlängert sich um **weitere 2 Arbeitstage**.
- 4.3. Alle Elemente müssen den Spezifikationen entsprechen. Elemente, die den Spezifikationen nicht entsprechen, werden nicht eingesetzt und nicht durch United Internet Media korrigiert.
- 4.4. Events unterliegen einer mehrteiligen internen Prüfung / Qualitätssicherung.
- 4.5. Bei Redirect-Einbindung muss jedes Motiv – zu Testzwecken – als einzelner, separater Iframe zur Verfügung stehen.
- 4.6. Ein Werbemittel- oder Motivtausch während der Kampagnenlaufzeit ist nicht erlaubt.
- 4.7. Um den störungsfreien Betrieb der Portale sowie die korrekte Werbedarstellung sicherstellen zu können, ist die Anlieferung folgender, separierter Fallback-Elemente immer erforderlich:
 - Fallback-Grafiken (Bildformat) als physische Datei
 - Tracking (Zählpixel | Klick-URL) und Landing Page
- 4.8. Es können unterschiedliche Klicktags im Werbemittel eingebaut werden. Dazu benötigt United Internet Media eine genaue Angabe, welcher Klicktag welchem Werbemittелеlement zuzuordnen ist.
- 4.9. Bei der Werbemittelgestaltung sollte auf United Internet Media spezifischen Kriterien geachtet werden, wie zum Beispiel:
 - **Einheitlichkeit:**
Keine Darstellung von zusammenhanglosen, eigenständigen Einzel-Produkten.
Erlaubt sind Hintergrund-Elemente, die im Zusammenhang mit dem Produkt bzw. der beworbenen Marke stehen.
 - **Seitenbereich:**
Im Seitenbereich des Werbemittels dürfen maximal 4 Elemente vorhanden sein (Produkte und Logo).
 - **Animation(en):**
Animation(en) mit Video-Charakter/Video-Integrationen
Eine Animation mit Video-Charakter bzw. das Abspielen eines Videos ist prinzipiell möglich. Die Animationszeit/Videolänge darf dabei eine Dauer von insgesamt 30 Sekunden nicht überschreiten.
Bei mehrteiligen Event-Formaten ist die Animation mit Video-Charakter bzw. eine Video-Integration auf ein Element

zu beschränken. In den weiteren Elementen sind lediglich dezente Animationen, mit einer Maximaldauer von 10 Sekunden gestattet.

Animation(en) isolierter Elemente

Die Animationen einzelner, isolierter Elemente – wie blinkende Buttons, bewegte Hintergrundelemente, o.Ä. – sind dezent (z.B. keine Blitzeffekte oder stark pulsierende Elemente) und synchron einzusetzen.

Bei mehrteiligen Werbemitteln ist die Animation auf eines der Werbemittel-Elemente zu beschränken. Die Animationszeit darf eine Dauer von 30 Sekunden nicht überschreiten.


■ **Text:**


Das Werbemittel darf keine redaktionell anmutenden Texte wie beispielsweise die Formulierung "Breaking News", "Schlagzeile", "Eilmeldung" oder Ähnliches enthalten.

Eine Unterscheidung von redaktionellen Inhalten der Portale und Werbung muss für den Nutzer jederzeit möglich sein.

Falls die angelieferten Werbemittel nicht unseren internen Qualitätsstandards entsprechen, behalten wir uns das Recht vor, eine Nachbesserung zu verlangen.

4.10. 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.

5. Details zur Auslieferung

- 5.1. Unsere Seiten basieren auf einem adaptiven Seitenlayout und passen sich der Breite des Browserfensters an. Dies hat unter Umständen Auswirkungen auf die Motividarstellung des Werbemittels.
- 5.2. Zur optimalen Darstellung wird auf älteren Tablets und in älteren Browsern immer das Fallback-Image angezeigt (siehe Punkt Details zur Anlieferung 4.7).
- 5.3. 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 und stellt keine zur Verfügung.
- 5.4. Werbemittelleigenschaften (z. B. Sticky) werden durch die United Internet Media zur Verfügung gestellt. Für Werbemittelfunktionen (z. B. Expandieren) ist ein Austausch mit United Internet Media erforderlich.
- 5.5. United Internet Media behält sich vor, jedes Motiv in einer Einzelfallentscheidung freizugeben. Werbemittel, die zu starke Reaktionen 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 (Iframe) ist möglich.
- 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/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.
- 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

