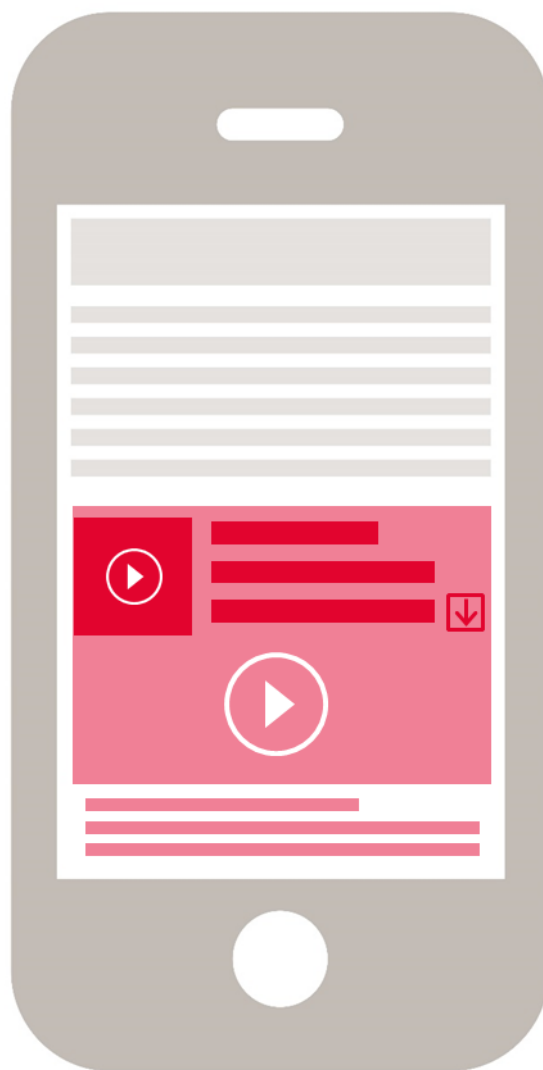


SPEZIFIKATIONEN

MOBILE VIDEO NATIVE TEASER



Inhaltsübersicht

1. Fact Sheet	2
2. Datenblatt	3
3. Details zur Anlieferung	4
4. Details zur Auslieferung	4
5. Ad Serving	5
6. Video (Physisch oder 3rd-Party-Tag)	5
7. Technische Anforderungen	5
8. Allgemeine Anforderungen der United Internet Media	5
9. Ökologische Nachhaltigkeit von Online-Werbung	6

1. Fact Sheet

Der Mobile Video Native Teaser bietet die perfekte Kombination zwischen Native und Mobile Video Advertising.


Das Format wird direkt im themenaffinen Umfeld und somit zielgerichtet im Interessengebiet Ihrer Zielgruppe als Teaser platziert. Das Bildelement ist hierbei mit einem Playbutton ausgestattet. Mit einem Klick auf das Bild kann der Nutzer das Werbemittel zu voller Größe aufschieben und Ihre Videobotschaft empfangen. Mit dem integrierten "Schließen-Button" kehrt das Werbemittel wieder zurück zu seiner Ursprungsgröße.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an:

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

Stand: April 2025

2. Datenblatt

Screen ⁽¹⁾	Werbeform	Element	Abmessung	Dateigewicht ⁽²⁾	Dateiformat
 Mobile Video Native Teaser		Headline	max. 25 Zeichen ⁽⁵⁾ einzeilig		Text
		Teaser-Text	max. 45 Zeichen ⁽⁵⁾ zweizeilig		Text
		Teaser-Bild	200 x 200 px	20 kB	JPG, PNG ⁽³⁾
		Video	300 x 240 px	4 MB	Video ⁽⁴⁾
		Video-Grafik	600 x 480 pxl	50 kB	JPG, PNG ⁽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. Bitte beachten Sie, dass dieses Format nur in der Mobile-Ansicht angezeigt wird.

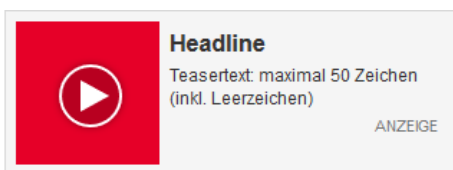
⁽²⁾ Das angegebene Dateigewicht schließt auch alle Ressourcen ein, die begleitend mit dem Werbemittel über das Internet übertragen werden (z. B. Messskripte).

⁽³⁾ Animierte GIF-Dateien sind nicht möglich.

⁽⁴⁾ Bitte beachten Sie die weiterführenden Informationen unter Punkt 6.

⁽⁵⁾ Inklusive Leerzeichen. Keine Sonderzeichen, keine Ausrufezeichen.

Mobile Video Native Teaser initiale Darstellung



Mobile Video Native Teaser expandierte Darstellung



3. Details zur Anlieferung

- 3.1. Bitte achten Sie bei Ihrer Kreation auf folgende Punkte:
- Verwenden Sie ein statisches Bild, welches Emotionen ausdrückt oder Menschen darstellt.
 - Verzichten Sie auf eine textbasierte Grafik und reinen Fließtext im Bildelement sowie ein gerahmtes Bildlayout.
 - Im Bildelement dürfen Logos nur innerhalb des Bildlayouts und mit einem Abstand zu den Rändern von mind. 25 Pixel platziert werden.
 - Reißerische Ansprachen oder stark redaktionell anmutende Formulierungen sind nicht gestattet.
 - Texte in Versalform sowie Emojis oder andere Bildelemente im Text sind nicht erlaubt.
 - Bitte verwenden Sie für die Nutzeransprache die Anredeform mit Sie.
 - Die Anlieferung aller unter Punkt 2 genannten Elemente (Bild, Headline, Teaser-Text, Partnername) ist obligatorisch.
- 3.2. Die Anlieferung der Werbemittelbestandteile an United Internet Media kann ausschließlich physisch erfolgen.
- 3.3. Die Anlieferung der Werbemittel 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.
- 3.4. Alle Anzeigen müssen den Spezifikationen entsprechen. Elemente, die den Spezifikationen nicht entsprechen, werden nicht eingesetzt und nicht durch United Internet Media korrigiert.
- 3.5. Werbeformen unterliegen grundsätzlich einer internen Prüfung.

4. Details zur Auslieferung

- 4.1. Werbemittel werden auf den von United Internet Media vermarkteten Portalen immer im unfriendly IFrame ausgespielt. Eine Modifikation an der Seite oder an Seiteninhalten ist daher nicht möglich.
- 4.2. Werbemittelleigenschaften (z. B. Sticky) oder auch feste Bestandteile einer Werbeform (z. B. Close-Button) werden durch die United Internet Media zur Verfügung gestellt und dürfen nicht im Werbemittel selbst implementiert sein.
- 4.3. 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.
- 4.4. 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.
- 4.5. United Internet Media behält sich vor, für die Auslieferung von Werbemitteln ein Frequency Capping festzulegen und einzusetzen.
- 4.6. Um dem User zu verdeutlichen, dass es sich um Werbung und nicht um redaktionelle Beiträge handelt, wird eine Anzeige-Kennzeichnung von United Internet Media eingeblendet.

5. Ad Serving

- 5.1. 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.
- 5.2. Messungen von Viewtime/Visibilty oder der Einsatz anderer erweiterter Tracking-Verfahren durch Skripteinsatz sind nicht möglich. United Internet Media behält sich vor, diese Art von Tracking abzulehnen.
- 5.3. Alle, zur Ausspielung des Werbemittels verwendeten, technischen Dienstleister (Vendoren) müssen im IAB Transparency and Consent Framework (TCF) registriert sein und auf dessen Signalisierung reagieren können. Bitte beachten Sie diesbezüglich die „TCF-Hinweise“ (<https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/spezifikationen/>).
- 5.4. Tracking, Cookies und ähnliche Technologien, welche personenbezogene Daten verarbeiten, müssen den geltenden Datenschutzvorgaben entsprechen.

6. Video (Physisch oder 3rd-Party-Tag)

- 6.1. Die Länge des Videos muss mindestens 5- und maximal 30 Sekunden betragen. Wir empfehlen eine Länge von 15 Sekunden.
- 6.2. Das Dateigewicht des Videos zzgl. der weiteren Werbemittelbestandteile (bspw. Grafiken oder Tracking) darf insgesamt 4 MB nicht überschreiten, da Anzeigen ab dieser Dateigröße im Chrome Webbrowser nicht korrekt ausgespielt werden.
- 6.3. 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.
- 6.4. Ein automatisches Loopen des Werbespots ist nicht gestattet.
- 6.5. Bitte beachten sie die weiterführenden Informationen in den United Internet Media Video-Spezifikationen. (<https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/spezifikationen/>)

7. Technische Anforderungen

Für alle Werbemittel von United Internet Media vermarkteten Portalen ist https unbedingt erforderlich. Dies betrifft auch 3rd-Party-Tags/-Ressourcen.

8. 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.

9. Ökologische Nachhaltigkeit von Online-Werbung

Um bei der Auslieferung digitaler Werbung die CO₂-Emissionen zu verringern, verfolgen wir als Publisher, im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie, verschiedene Ansätze. Dies betrifft u.a. Maßnahmen hinsichtlich der Energieeffizienz in der Server-Nutzung oder Optimierungen unserer Advertising Technology.

Auch Werbetreibende haben die Möglichkeit, direkten Einfluss auf den Stromverbrauch und somit der CO₂-Emission ihrer digitalen Werbekampagne zu nehmen. In unseren „Empfehlungen für nachhaltigere Werbemittel“ zeigen wir verschiedene Maßnahmen auf, die bei der Werbemittelerstellung zu Emissionseinsparungen führen können.

<https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/nachhaltigkeit/>

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

