

SPEZIFIKATIONEN

MULTI SCREEN NATIVE TEASER



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. Adserving.....	4
7. Technische Anforderungen.....	4

1. Fact Sheet


Der Native Teaser ist das ultimative Multi-Screen-Format. Es werden lediglich ein Bild und ein Text benötigt, um von unserer gesamten digitalen Reichweite zu profitieren.

Durch seine natürliche Integration auf allen Screens erhöhen Sie die Werbeakzeptanz der Nutzer und steigern so deren Involvement. Der streuverlustfreie Traffic direkt von Ihrem Teaser zu Ihrer Webseite ermöglicht ein hohes Abverkaufspotential.

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

Stand: 14.12.2018

2. Datenblatt

Screen ⁽¹⁾	Werbeform	Abmessung (Pixel)	Dateigewicht (kB)	Dateiformat
 Native Teaser		<p>Text: Optional Partnername: max. 25 Zeichen, einzeilig (inkl. Leerzeichen) Headline: max. 25 Zeichen, einzeilig (inkl. Leerzeichen) Teasertext: max. 45 Zeichen, zweizeilig (inkl. Leerzeichen) Keine Sonderzeichen, keine Ausrufezeichen.</p> <p>Bild: 300 x 250 Mit hoher Auflösungsqualität: 600 x 500 Bitte achten Sie darauf, wichtigen Inhalt im Bild mittig zu platzieren und verzichten Sie auf Beschreibungstext innerhalb des Bildes.</p>	40 Mit hoher Auflösungs- qualität: 80	Bild, Text

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

Native Teaser Darstellung: Logout und Homepage

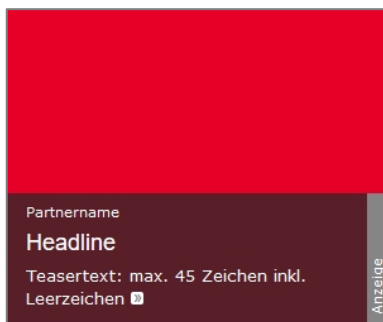


Bild 300 x 250 Pixel wird vollflächig dargestellt.

Bitte beachten Sie bei Ihrer Kreation, dass United Internet Media einen halbttransparenten Overlay mit Ihrem Text-Input über das Bild legt. Dieser nimmt ca. 300x100 Pixel im unteren Bildbereich ein.

Um dem User zu verdeutlichen, dass es sich um Werbung und nicht um redaktionelle Beiträge handelt, wird ein Anzeige-Balken rechts vom Teaser im Overlay eingeblendet.

Optional können Sie uns den Partnernamen nennen, der über der Headline angezeigt werden soll.

Native Teaser Darstellung: Magazine und Mobile



Bild 300 x 250 Pixel wird im Querformat mit einem Seitenverhältnis 3:2 dargestellt.

In der linken Spalte der Magazine und in der Mobile-Ansicht wird das Bildformat des Native Teasers von 3:2 auf 1:1 zugeschnitten. Das Bild wird jeweils rechts und links um 25 Pixel abgeschnitten.

Um dem User zu verdeutlichen, dass es sich um Werbung und nicht um redaktionelle Beiträge handelt, wird ein Promotion-Balken rechts vom Teaser im Overlay eingeblendet.

Optional können Sie uns den Partnernamen nennen, der über der Headline angezeigt werden soll.

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. Bitte achten Sie bei Ihrer Kreation auf folgenden Punkte:

- Logos dürfen nur innerhalb des Bildlayouts und mit einem Abstand zu den Rändern von mind. 25 Pixel platziert werden.
- Verzichten Sie auf gerahmte Bildlayouts, reine textbasierte Grafiken und reinen Fließtext.
- Einbindungen von externen Redirects sind für das Format unzulässig.

4.2. 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.

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

4.4. Werbeformen unterliegen grundsätzlich einer internen Prüfung.

5. Details zur Auslieferung

5.1. 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.

5.2. 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.

5.3. United Internet Media behält sich vor, für die Auslieferung von Werbemitteln ein Frequency Capping festzulegen und einzusetzen.

6. Adserving

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.

7. Technische Anforderungen

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

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

