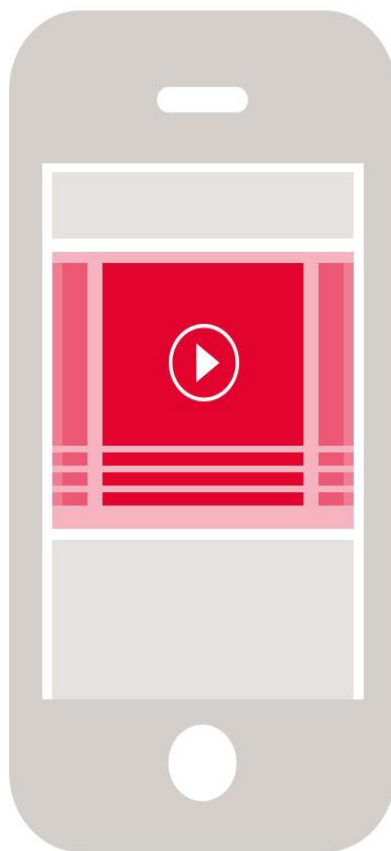


SPEZIFIKATIONEN

# MOBILE CAROUSEL 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 oder Redirect-Anlieferung) .....	5
8. Technische Anforderungen.....	5

### 1. Fact Sheet


Mit dem Mobile Carousel Ad haben Sie zahlreiche Möglichkeiten Ihre Botschaft zu übermitteln. Innerhalb der Platzierung bieten wir Ihnen bis zu sechs per Swipe-Funktion bedienbare Werbemittel an, welche hintereinander dargestellt werden und durch welche die Nutzer selbstständig navigieren können.

Je Produkt und Werbebotschaft lassen sich diese mit unterschiedlichen Texten, Images und Videobotschaften gestalten und auf verschiedene Ziel-URLs weiterleiten. So haben Sie mit nur einem Format vielfältige Möglichkeiten für die Gestaltung Ihrer Botschaft(en)!

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an:  
E-Mail: [ads@united-internet-media.de](mailto:ads@united-internet-media.de)

Stand: 01.09.2020

## 2. Datenblatt

Screen <sup>(1)</sup>	Werbeform	Abmessung (Pixel)	Dateigewicht (kB)	Dateiformat
	Mobile Carousel Ad	Pro Modul, je nach Variante:  <b>Variante 1)</b> <b>Bild mit Text:</b> Bild: 230 x 230 oder höhere Auflösung im Seitenverhältnis 1:1 (Empfohlen mind. 460 x 460)  Text: Headline: Max. 30 Zeichen (inkl. Leerzeichen) Subline: Ohne CTA-Button max. 75 Zeichen (inkl. Leerzeichen) Einschließlich CTA-Button insgesamt max. 55 Zeichen (inkl. Leerzeichen)	30 Mit hoher Auflösungsqualität:	Bild, Text, Video <sup>(2)</sup>
		<b>Variante 2)</b> <b>Nur Bild:</b> 230 x 300 oder höhere Auflösung im entsprechenden Seitenverhältnis (Empfohlen mind. 460 x 600)	60	
		<b>Variante 3)</b> <b>Video<sup>(2)</sup>:</b> (Auf dem ersten Modul kann auf Wunsch ein Video platziert werden, für die restlichen Module gilt Variante 1 oder 2)  230 x 300 (230 x 230 falls Text auf dem Video Modul gewünscht ist; Textlänge vgl. Variante 1) oder höhere Auflösung im entsprechenden Seitenverhältnis (Empfohlen 460 x 600 bzw. 460 x 460).		

<sup>(1)</sup> 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.

<sup>(2)</sup> 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. 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 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. Innerhalb der Werbefläche können mindestens drei und bis zu sechs verschiedene Werbemittel dargestellt werden. Der Nutzer agiert mittels swipen durch die verschiedenen Werbemittel.
- 4.5. Gestaltungshinweise und -empfehlungen:
  - Variante Bild-Text:  
Damit eine eindeutige Zuordnung gewährleistet ist, bitte bei der Anlieferung darauf achten, dass die Texte zu den Werbemitteln eindeutig benannt sind. Beispielsweise Bild1 - Text1; Bild2 – Text2, etc.
  - Variante Bild:  
Wir empfehlen einen Call-to-Action-Button in mindestens einem der einzelnen Elemente zu integrieren.
- 4.6. Wir empfehlen die Werbemittel in hoher Auflösungsqualität anzuliefern.
- 4.7. Hohe Auflösungsqualität:
  - Um eine hochwertige Darstellung der Werbemittel zu gewährleisten, empfehlen wir die Bilder in doppelter Größe anzuliefern. Ist das nicht möglich, reicht weiterhin auch die Anlieferung in der tatsächlichen Endgröße.

### 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 Web-Entwicklungs-Bibliotheken vor.
- 5.2. 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.
- 5.3. 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.
- 5.4. 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. Tracking, Cookies und ähnliche Technologien, welche personenbezogene Daten verarbeiten, müssen den geltenden Datenschutzvorgaben entsprechen.
- 6.3. 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.

# 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](mailto:info@united-internet-media.de)

[www.united-internet-media.de](http://www.united-internet-media.de)

Bei Fragen steht Ihnen unser Team zur Verfügung:

**Media Campaign Management**

✉ E-Mail: [ads@united-internet-media.de](mailto:ads@united-internet-media.de)