

SPEZIFIKATIONEN

MULTI SCREEN

AD BUNDLE



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

1. Fact Sheet

Das Ad Bundle (Multi Screen) stellt keine eigene Werbeform dar, sondern definiert sich durch seine festgelegte Kombinationsbuchung. Eine Ad Bundle Buchung besteht aus drei Desktop- und zwei Mobile-Formate der folgenden Standardwerbeformen:

- Desktop: Leaderboard, Medium Rectangle und Skyscraper / Wide Skyscraper
- Mobile: Mobile Banner 6:1 / 4:1 und Mobile Medium Rectangle.





Die Spezifikationen der einzelnen Werbeformen behalten dabei unverändert ihre Gültigkeit. Die Auslieferung von Werbemitteln eines Ad Bundles müssen nicht innerhalb derselben Page Impression zu sehen sein, teilen sich jedoch vom gleichen Werbungtreibenden ein gemeinsames Volumen.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an:

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

Stand: 05.02.2019

2. Datenblatt

Screen ⁽¹⁾	Werbeform	Abmessung (Pixel)	Dateigewicht (kB) ⁽²⁾	Dateiformat
	Leaderboard	728 x 90	40	Bild, Video ⁽³⁾ , HTML ⁽⁴⁾
	Skyscraper	120 x 600	40	Bild, Video ⁽³⁾ , HTML ⁽⁴⁾
	Wide Skyscraper	160/200 x 600	40	Bild, Video ⁽³⁾ , HTML ⁽⁴⁾
	Medium Rectangle	300 x 250	40	Bild, Video ⁽³⁾ , HTML ⁽⁴⁾
	Mobile Banner 6:1 ⁽⁵⁾	300/320 x 50	15	Bild, HTML ⁽⁴⁾
		Mit hoher Auflösung: 600/640 x 100	Mit hoher Auflösung: 30	
	Mobile Banner 4:1 ⁽⁵⁾	300/320 x 75	15	Bild, HTML ⁽⁴⁾
		Mit hoher Auflösung: 600/640 x 150	Mit hoher Auflösung: 30	
	Mobile Medium Rectangle	300 x 250	25	Bild, Video ⁽³⁾ , HTML ⁽⁴⁾
		Mit hoher Auflösung: 600 x 500	Mit hoher Auflösung: 50	

⁽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⁾ Das initiale Dateigewicht entspricht den Restriktionen der zugrundeliegenden Trägerwerbeform. Mittels Polite Download dürfen bis zu 10 MB nachgeladen werden (s. Punkt 8.5.)

⁽³⁾ 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/>

⁽⁴⁾ 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/>

⁽⁵⁾ Für den Mobile Banner 6:1/4:1 wird nur ein Werbemittel nach Wahl angeliefert. Unsere Empfehlung ist der Mobile Banner 4:1.

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 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. Werbeformen unterliegen grundsätzlich einer internen Prüfung.

4.4. 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 den User zu verdeutlichen, dass es sich um Werbung und nicht um redaktionelle Beiträge handelt:

-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.

4.5. 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. So sollte zum Beispiel ein Mobile Banner 4:1 in 600 x 150 Pixel angelegt und als Image Size mit 300 x 75 Pixel angegeben werden.

```
<a href="url" target="_blank">  
    
</a>
```

Auf diese Art wird ein Bild in hoher Auflösung eingebunden. Dabei ist die Größenangabe im style die tatsächlich darzustellende Größe (die Hälfte).

Gleiches gilt für die Anlieferung von Redirects.

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. Werbemittelleigenschaften (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. Die Anlieferung von Redirects mit Rich Media Templates, die eine Modifikation an der Seite vornehmen, ist nicht möglich, da es zu einem Fehlverhalten führen kann.
- 5.4. 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.
- 5.5. 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.
- 5.6. United Internet Media behält sich vor, für die Auslieferung von Werbemitteln ein Frequency Capping festzulegen und einzusetzen.
- 5.7. Cross-Device-/ Cross-Browser-Kompatibilität liegt in der Verantwortung des Kunden.

6. Ad Serving

- 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/Visibility oder der Einsatz anderer erweiterter Tracking-Verfahren durch Skripteneinsatz, müssen United Internet Media im Vorfeld mitgeteilt und abgestimmt werden. United Internet Media behält sich vor, diese Art von Tracking abzulehnen.
- 6.3. Die Anlieferung von Redirects ist möglich. Um die Darstellung von Weißflächen bzw. Auslieferung von Leerflächen zu vermeiden, muss ein Fallback im Redirect hinterlegt sein.

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 (Zählpixel | Video).
- 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. Polite Download (Initial Load / Subload)
 - Bei Polite Download handelt es sich um eine Technik, zuerst eine kleinere Initial-Datei zu laden (s. o. Punkt 2. Datenblatt), die nach dem vollständigen Laden der Seite eine größere Datei nachlädt (z.B. Video).
 - Bitte beachten Sie auch hier die „OVK Richtlinie“ (<https://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/spezifikationen/>)
 - Bei Anlieferung als 3rd Party Redirect sind die o. g. Vorgaben ebenfalls einzuhalten.

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