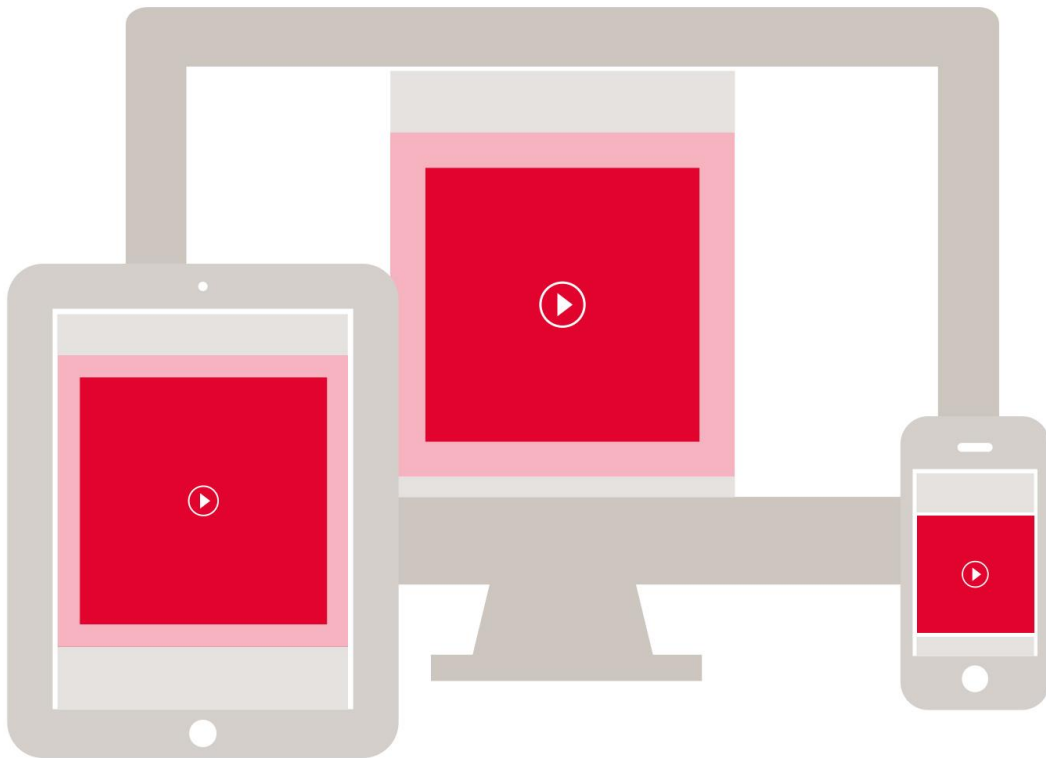


SPEZIFIKATIONEN

MULTI SCREEN

FLEX AD 1:1



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

Die Flex Ads sind angelehnt am IAB New Ad Portfolio und werden als Seitenverhältnis definiert und ausgespielt.

Das Flex Ad 1:1 ermöglicht - dank seines responsiven Designs - höchste Qualität auf allen Devices, ohne Verzerrungen oder Verpixelungen. Die multi-screen-fähige Werbeform garantiert hohe Branding-Effekte und ist die optimale Werbebühne; insbesondere für Videos in unserem exklusiven Logout-Bereich.

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
	Flex Ad 1:1	Dynamisch je nach Viewport ⁽⁵⁾	150 kB	300 kB	Bild, Video ⁽³⁾ , HTML ⁽⁴⁾

- ⁽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⁾ Im Small Screen-Einsatz gilt für Initialload und Subload jeweils die Hälfte der angegebenen Werte. Bitte beachten Sie die weiterführenden Informationen unter 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⁾ Responsive Format, welches sich dynamisch je nach Viewport immer optimal anpasst. Es passt sich dynamisch der zur Verfügung stehenden Content-Breite an und skaliert die Höhe automatisch nach festgesetztem Seitenverhältnis.



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. Das Flex Ad ist eine responsive Werbeform, die sich – bei gleichbleibendem Seitenverhältnis – dynamisch der gesamten, frei zur Verfügung stehenden Werbefläche anpasst. Eine feste Größe ist daher nicht notwendig. Das Flex Ad kann, je nach Auflösung, aufgrund der automatischen Skalierung, auf 300 x 300 Pixel runterskalieren. Empfohlenes Größenverhältnis zur Orientierung für die Kreation 1:1, z.B. 600 x 600 Pixel.
- 4.2. Wir empfehlen das Werbemittel so zu erstellen, dass es auch nach dem initialen Laden auf mögliche Größenänderungen des Werbeplatz-Containers reagieren kann. Dadurch wird – beim asynchronen Laden der Seite – die saubere Darstellung des Werbemittels gewährleistet.
- 4.3. Bitte beachten, dass Expandable- und Sticky-Optionen für dieses Produkt nicht verfügbar sind.
- 4.4. 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.
- 4.5. Alle Anzeigen müssen den Spezifikationen entsprechen. Elemente, die den Spezifikationen nicht entsprechen, werden nicht eingesetzt und nicht durch United Internet Media korrigiert.
- 4.6. Werbemittel unterliegen grundsätzlich einer internen Prüfung.
- 4.7. 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. Die Banner werden im Verhältnis 1:1 dem jeweiligen Device angepasst und automatisch auf folgende Formatgrößen skaliert:
 - Minimum: 300 x 300 Pixel
 - Maximum: 600 x 600 Pixel

- 5.2. 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.
- 5.3. 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 / Tracking

- 6.1. Die Anlieferung von Redirects ist möglich. Um die Darstellung von Weißflächen bzw. Auslieferung von Leerflächen zu vermeiden, muss ein Fallback im Redirect hinterlegt sein.
- 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

