

SPEZIFIKATIONEN

MOBILE

UNDERSTITIAL



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	4
7. Technische Anforderungen	5

1. Fact Sheet

Sehr gute Sichtbarkeit und damit Wahrnehmung für Ihre Werbebotschaft durch die Positionierung direkt am Point-of-Interest. Das Mobile Understitial ist ein aufmerksamkeitsstarkes und responsives Branding-Format, welches beim Nutzern - durch seine native Einbettung unterhalb des Contents – kaum zu Reaktanz führt, unabhängig davon in welcher Nutzungssituation er sich gerade befindet.


Der Nutzer legt das Werbemittel auf natürliche Weise nach und nach beim Scrollen frei.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an:

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

Stand: 06.12.2022

2. Datenblatt

Screen ⁽¹⁾	Werbeform	Abmessung	Dateigewicht	Dateiformat
	Understital ⁽²⁾	640 x 960 px	100 kB	Bild, HTML ⁽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⁾ Responsive Format, welches sich dynamisch je nach Viewport immer optimal anpasst. Es passt sich dynamisch der zur Verfügung stehenden Contentbreite an und skaliert die Höhe des Werbemittels automatisch.

⁽³⁾ 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/>

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 Werbemittelbestandteile (siehe Punkt 2. Datenblatt) an United Internet Media kann ausschließlich physisch erfolgen.
- 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. Werbemittel unterliegen grundsätzlich einer internen Prüfung.

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. 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.
- 5.4. 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.
- 5.5. 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.** 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.** Tracking, Cookies und ähnliche Technologien, welche personenbezogene Daten verarbeiten, müssen den geltenden Datenschutzvorgaben entsprechen.
- 6.4.** 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. Technische Anforderungen

- 7.1.** Für alle Werbemittel von United Internet Media vermarkteten Portalen ist https unbedingt erforderlich. Dies betrifft auch 3rd-Party-Redirects/-Ressourcen.
- 7.2.** 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.
- 7.3.** 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.
- 7.4.** 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/>).

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

