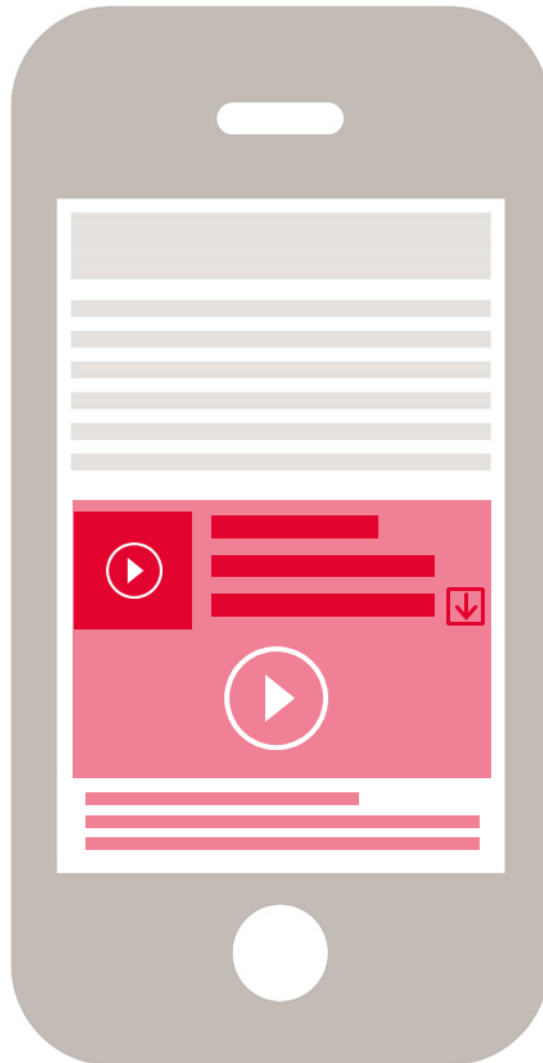


SPEZIFIKATIONEN

# MOBILE VIDEO 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. Ad-serving / Tracking .....	5
7. Audio, Video .....	5
8. Technische Anforderungen.....	6

## 1. Fact Sheet

Der Mobile Video Native Teaser bietet die perfekte Kombination zwischen Native und Mobile Video Advertising.


Das Format wird direkt im themenaffinen Umfeld und somit zielgerichtet im Interessengebiet Ihrer Zielgruppe als Teaser platziert. Das Bildelement ist hierbei mit einem Playbutton ausgestattet. Mit einem Klick auf das Bild kann der Nutzer das Werbemittel zu voller Größe aufschieben und Ihre Videobotschaft empfangen. Mit dem integrierten "Schließen-Button" kehrt das Werbemittel wieder zurück zu seiner Ursprungsgröße.

Bei Fragen wenden Sie sich gerne an:

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

Stand: 01.09.2020

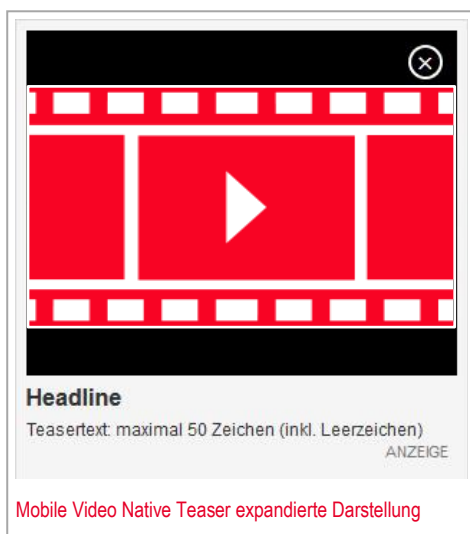
## 2. Datenblatt

Screen <sup>(1)</sup>	Werbeform	Abmessung (Pixel)	Dateigröße / Videolänge	Dateiformat
 Mobile Video Native Teaser		<b>Teaser-Text:</b> Headline: max. 20 Zeichen (inkl. Leerzeichen) Text: max. 50 Zeichen (inkl. Leerzeichen) Keine Sonderzeichen, keine Ausrufezeichen.	-	Text
		<b>Teaser-Bild:</b> 100 x 100 Mit hoher Auflösungsqualität: 200 x 200	10 kB Mit hoher Auflösungsqualität: 20 kB	Bild
		<b>Video</b> 300 x 240	mind. 5 sec bis max. 30 sec <sup>(2)</sup>	Video <sup>(3)</sup>
		<b>Video-Grafik</b> 300 x 240 Mit hoher Auflösungsqualität 600 x 480	25 kB Mit hoher Auflösungsqualität: 50 kB	Bild

<sup>(1)</sup> Bei Tablet wird entsprechend UserAgent 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> Wir empfehlen eine Videolänge von 15 Sekunden.

<sup>(3)</sup> Bitte beachten Sie die Hinweise unter Punkt 7.



### 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. 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 Webentwicklungs-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.

## 6. Adserving / Tracking

- 6.1. Die Anlieferung von Redirects ist nicht möglich.
- 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 Trackingverfahren 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

- 7.1. Die Länge des Videos muss mindestens 5- und maximal 30 Sekunden betragen. Wir empfehlen eine Länge von **15 Sekunden**.
- 7.2. Bitte berücksichtigen Sie, dass das Video ohne vor- oder nachgelagerten Leerlauf (zum Beispiel technischer Vorspann, schwarze, weiße oder sonstige leere Frames) angeliefert werden muss.
- 7.3. United Internet Media bietet die Möglichkeit Videos entweder in roh- oder in encodierter Form anzuliefern. Wir empfehlen das Rohformat, sodass die bestmögliche Qualität des Videos erzielt werden kann.

■ Anlieferung des **Spots als Rohformat**

Im Rahmen unserer One Stop Services (One Stop Video Handling) übernimmt das Encodieren die United Internet Media

Videocodec	DNxHD, ProRes422, XDCAM-HD422 oder Quicktime Uncompressed
Framerate	mindestens 25 Bilder pro Sekunde (FPS)
Auflösung	300 x 240 Pixel
Audiocodec	PCM-Ton (48 kHz / 24 Bit / Little Endian) - Audiospur 1 - Stereo links, Audiospur 2 - Stereo rechts
Maximale Lautstärke	-9 dB

■ Anlieferung des **Spots in bereits encodierter Form**

Bei der Anlieferung eines bereits encodierten Videos werden entsprechend der folgenden Spezifikation alle drei Dateiformate: (**webm, mp4, ogv**) benötigt, um die größtmögliche Cross-Browser-Kompatibilität gewährleisten zu können.

Videocodecs	video/mp4 - avc1.42E01E video/webm - VP8 oder VP9 video/ogg - Theora
Auflösung	300 x 240 Pixel
Dateiformat	*.webm *.mp4 *.ogv
Framerate	25 Bilder pro Sekunde (FPS)
Audiocodecs	video/mp4 - mp4a.40.2 video/webm - Vorbis video/ogg - Vorbis
Maximale Lautstärke	-9 dB

**7.4.** 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).

# 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)

