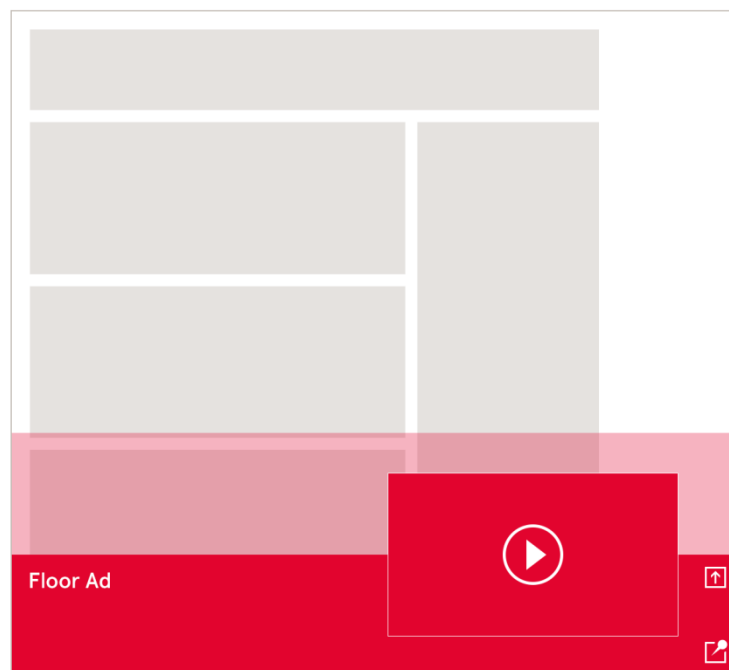


SPEZIFIKATIONEN

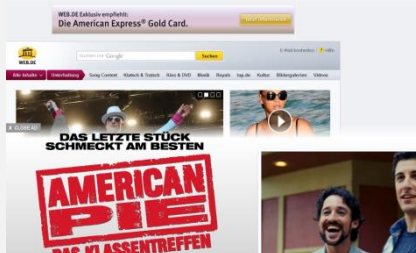
# FLOOR AD



## Inhaltsübersicht Agenda

01. Fact Sheet .....	2
02. Datenblatt .....	3
03. Details zur Anlieferung.....	3
04. Details zur Auslieferung.....	4
05. Adserving.....	4
06. Werbemittelbesonderheiten.....	4
07. Audio .....	5
08. Video (Physikalische Anlieferung) .....	6
09. Video (Redirect Anlieferung) .....	6
10. Technische Anforderungen.....	6
11. Allgemeine Anforderungen der United Internet Media.....	7
Haben Sie noch weitere Fragen? .....	8

## 01. Fact Sheet



Das Floor Ad wird als Content überlagerndes & interaktives Bewegtbild Werbemittel als Fußzeile dynamisch über die gesamte Breite des Browserfensters angezeigt. Die Werbebotschaft bleibt dabei dank „Sticky-Effekt“ stets im Sichtfeld des Nutzers und expandiert bei Mouseover.

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

## 02. Datenblatt

Werbeform	Abmessung (Pixel)	Dateigewicht (kB)*	Dateiformat	Feature	ssl-fähig
Basic / Expanded					
Floor Ad	Max. 1200 x 200 / max. 1200 x 400*	120	HTML5**   SWF + Fallback (JPG/GIF)   Video   GIF   JPG	auto-start Video expanding bei mouse-over	-

\* Das initiale Dateigewicht entspricht den Restriktionen der zugrundeliegenden Trägerwerbeform. Mittels Polite Download dürfen bis zu 10 MB nachgeladen werden (s. Punkt 10.7.)

\*\* Hiermit weisen wir auf die OVK-Richtlinie für HTML5 hin. Weitere Informationen zu der Richtlinie finden Sie hier:  
<http://united-internet-media.de/de/downloadcenter/spezifikationen/>

## 03. Details zur Anlieferung

- 3.1. Die technische Umsetzung erfolgt durch Flashtalking und deren Template. Andere Anbieter bitte auf Anfrage. Flashtalking stellt für diesen Zweck einen Quickstart-Guide für die Erstellung von Floor-Ads, sowie einen Download-Link für die entsprechenden Templates zur Verfügung. Achtung: Der Kunde / die Agentur muss dafür selbst einen schriftlichen Antrag bei Flashtalking einstellen, der alle relevanten Kampagneninformationen enthält.
  - Kontakt: [DE.Studio@flashtalking.com](mailto:DE.Studio@flashtalking.com)
  - Templates: [http://www.flashtalking.com/de/Flashtalking\\_FloorAd\\_Templates.zip](http://www.flashtalking.com/de/Flashtalking_FloorAd_Templates.zip)
- 3.2. Die Anlieferung der Werbemittel bzw. der Redirects muss mind. 5 Arbeitstage vor Kampagnenstart erfolgen. Bei nicht fristgerechter Anlieferung übernimmt United Internet Media keine Garantie für einen fristgerechten Kampagnenstart und die fehlerfreie Einbindung.
- 3.3. Es können bis zu drei Motive maximal eingesetzt werden. UIM muss im Vorfeld über die Anzahl der Motive informiert werden.
- 3.4. Bei mehr als einem Motiv erhöht sich der Aufwand in unserer Qualitätssicherung und die Vorlaufzeit zur Anlieferung verlängert sich um weitere 2 Tage.
- 3.5. Bei 3rd Party Einbindung müssen alle Motive einzeln vorliegen.
- 3.6. Die Anlieferung von Fallback-Grafiken (gif oder jpg) ist notwendig, wenn aus technischen Gründen das Flashwerbemittel in einem Browser nicht angezeigt werden kann. Sollte kein Fallback angeliefert werden, behält sich UIM das Recht vor, einen Screenshot des Flashwerbemittels zu erstellen und als Fallback auszuliefern.
- 3.7. Es können bis zu 5 verschiedene clicktags im Werbemittel eingebaut werden. Dazu benötigt United Internet Media eine genaue Angabe, welcher clicktag zu welcher URL führen soll.
- 3.8. Werbekennzeichnung: Das Werbemittel muss klar als Werbung erkennbar sein und darf Inhalte auf den Seiten nur nach Absprache mit United Internet Media imitieren, kopieren oder verändern. Wenn nötig muss es z.B. durch die Worte "Anzeige" oder "Werbung" gekennzeichnet sein.
- 3.9. Die Verwendung von HTML5 ist nur bei 3rd Party Anlieferung möglich.

## 04. Details zur Auslieferung

- 04.1. Werbemittel werden auf den von United Internet Media vermarkteten Portalen teilweise im IFrame ausgespielt.
- 04.2. Ein Werbemittel- oder Motivtausch während der Kampagnenlaufzeit darf nur mit getesteten Werbemitteln und nach Absprache mit UIM durchgeführt werden.
- 04.3. United Internet Media behält sich vor, jedes Motiv in einer Einzelfallentscheidung freizugeben. Werbemittel, die zu starke Reaktionen hervorrufen oder die Nutzung der Seiten zu stark beeinträchtigen, können abgelehnt werden. Ferner müssen die allgemeinen Bestimmungen zur Anlieferung von Werbemitteln (<http://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/allgemeine-richtlinien/>) eingehalten werden.
- 04.4. 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.
- 04.5. United Internet Media behält sich vor für die Auslieferung von Werbemitteln ein Frequency Capping festzulegen und einzusetzen.

## 05. Adserving

- 05.1. Die Auslieferung erfolgt, wenn nicht anders vereinbart, über den Adserver der United Internet Media.
- 05.2. Externe Zählpixel können integriert werden. Diese müssen unabhängig von den jeweiligen Klick-Commands sein.
- 05.3. Messungen von Viewtime/Visibility, oder der Einsatz anderer erweiterter Trackingverfahren durch Skripteinsatz, müssen UIM im Vorfeld mitgeteilt und abgestimmt werden. UIM behält sich vor diese Art von Tracking abzulehnen.
- 05.4. 3rd Party Adserving von Flashelementen ist beim Hosting der Videodateien über den Adserver der United Internet Media nicht möglich.

## 06. Werbemittelbesonderheiten

- 06.1. Um einen sanfteren Übergang zur darunter liegenden Seite zu erreichen, dürfen im minimierten Ausgangsmodus nur die unteren 150 Pixel mit einer Hintergrundfarbe und einem Verlauf in den transparenten Bereich belegt sein. Die oberen 50 Pixel sollten nur mit freigestellten Objekten gefüllt sein.
- 06.2. Das Floor Ad wird seitenskaliert ausgeliefert, d.h. bei einer Fenster-Breite unter 750 Pixel bzw. einer Höhe unter 550 Pixel muss das Werbemittel ausgeblendet werden.
- 06.3. Im Ausgangszustand darf das Werbemittel nicht ausgeklappt sein und es darf nicht automatisch (ohne Useraktion) ausklappen (kein *Autoexpand*).
- 06.4. Der Aufklapp-Effekt darf nur erfolgen wenn der Mauszeiger vom User in die permanent sichtbaren Bereiche des Werbemittels bewegt wird (Mouse Over). Transparentebereiche dürfen nicht zum expandieren führen.
- 06.5. Der ausgeklappte Bereich muss sich entweder bei Entfernen der Maus vom Werbemittel (Mouse Out) automatisch schließen, oder aber bei Click auf den Schließen Button des ausgeklappten Zustands.
- 06.6. Expanding-Formate: Für die Zustände *expanded* und *not expanded* müssen separate Hintergrundgrafiken angeliefert werden. Es sind außerdem Ad-Size sowie Video-Size für beide Zustände anzugeben.

## 07. Audio

- 07.1.** Ton im Werbemittel darf nicht automatisch starten.  
Die Zuschaltung ist jedoch durch eine Interaktion des Nutzers möglich. Im Ausgangsstadium muss der Ton auf „off“ gestellt werden.  
Als Nutzerinteraktion gelten:
- Klick auf Schaltfläche „Sound an“, „Ton an“ oder Lautsprecher-Symbol.
  - Bei einer Auslieferung auf unseren deutschen Portalen: *Mouse Over* gilt nicht als Nutzerinteraktion!
  - Bei einer Auslieferung auf unseren österreichischen und/oder schweizer Portalen: Bewegung mit dem Mauszeiger in die Fläche des Werbemittels, in der das Video abgespielt wird (*Mouse Over*). Die Audio-Ausgabe muss in diesem Fall nach Verlassen des Werbemittels mit dem Mauszeiger (*Mouse Out*) enden.
- 07.2.** Ton im Werbemittel muss über gut sichtbare Steuerelemente jederzeit vom Nutzer ein- und ausschaltbar sowie regulierbar (Lautstärke) sein.
- 07.3.** Sounds dürfen nicht im Loop integriert werden.
- 07.4.** Die maximale Lautstärkenregelung im Werbemittel muss angemessen sein und darf -9dBFS nicht überschreiten.
- 07.5.** Anforderungen Audiocodecs an unterschiedliche Video Formate:

Videocodec	Audiocodec	Container	Bitrate
H264	AAC oder PCM Little Endian	.mov / .mp4	> 20Mbit/s
MPEG2	MPEG Audio	.mpg	8-10 Mbit/s
Animation, Apple Quick Time RLE	—	.mov	> 20Mbit/s
Apple ProRes	Little Endian	.mov	>120Mbit/s
24bits RGB (RV24)	PCM Little Endian	.avi	> 100Mbit/s
WMV	WMA	.wmv	> 8Mbit/s

## 08. Video (Physikalische Anlieferung)

Siehe Punkt 03.1.

## 09. Video (Redirect Anlieferung)

- 09.1. Videos müssen in jedem Fall https-fähig sein.
- 09.2. Bei Einbindung eines Videos in das Werbemittel muss ein SWF mit eigener Player-Technologie angeliefert werden.
- 09.3. Die Länge des Videos muss mindestens 5 Sekunden und darf maximal 30 Sekunden betragen.
- 09.4. Loopen des Werbespots:
  - Bei einer Auslieferung auf unseren deutschen Portalen: Ein automatisches Loopen des Werbespots ist nicht möglich.
  - Bei einer Auslieferung auf unseren österreichischen und/oder schweizer Portalen: Ein automatisches Loopen des Werbespots ist möglich. Der Werbespot darf maximal dreimal automatisch abgespielt werden.
- 09.5. Das Video-Streaming muss sich zu jeder Zeit terminieren lassen.
- 09.6. Als Steuerelemente muss ein "Ton an/ aus"-Button gut sichtbar sein. Zusätzlich empfehlen wir folgende Schaltflächen: "Stop"-, "Pause/ Play".
- 09.7. Bitte berücksichtigen Sie, dass das Videomaterial ohne vor oder nachgelagerten Leerlauf (z.B. technischer Vorspann, schwarze, weiße oder sonstige leere Frames) angeliefert werden muss. Für einen optimalen Werbeeffect startet und endet der Spot mit Bild und Ton.

## 10. Technische Anforderungen

- 10.1. Für bestimmte Werbemittel von United Internet Media vermarkteten Portalen ist https unbedingt erforderlich (siehe Punkt 2. Daten – SSL-fähig). Dies betrifft auch 3rd-Party-Tags (Zählpixel Video).
- 10.2. Das Werbemittel darf auf einem Standard - PC bzw. Netbook eine Prozessorlaststeigerung von 50% nicht überschreiten.
  - Beispielspezifikation Standard-PC: Intel Pentium IV, 2,2 GHz, 1GB RAM.
  - Beispielspezifikation Netbook: Intel Atom N270, 1,6 GHz, 1GB RAM.
  - Gründe für eine hohe CPU-Last können u.a. zu hohe Frameraten (wir empfehlen max. 24fps), schnelle Farbwechsel bzw. Animationen sein.
- 10.3. Enthält das Werbemittel seitenüberlagernde transparente Bereiche, die den Seitencontent sichtbar erscheinen lassen, so sollten diese Bereiche durchklickbar sein. Wird dies nicht gewährleistet, so darf es aufgrund der Größe dieser Bereiche und der Funktion des Werbemittels nicht zu Nutzerirritationen kommen. United Internet Media behält es sich in diesem Fall vor, einen semitransparenten Hintergrund für das Werbemittel verpflichtend anzufordern, oder das Werbemittel abzulehnen. UIM behält sich weiter vor, einzelne Browser von der Auslieferung auszuschließen.
- 10.4. Für alle klickbaren Bereiche müssen Buttons definiert werden. Einheitlicher Standard für die Übergabe des Redirects zur vermarkterseitigen Klick-Zählung ist die „clicktag“-Methode.
- 10.5. Action Script 2:

```
on (release) {  
    getURL(_root.clicktag, _root.clicktarget);  
}
```

## 10.6. Action Script 3:

```
import flash.external.ExternalInterface;

var clickUrl:String = new String(root.loaderInfo.parameters.clicktag);
var clickTarget:String = new String(root.loaderInfo.parameters.clicktarget);
var clickUrlRequest:URLRequest = new URLRequest(clickUrl);

function clickHandler(event:MouseEvent):void {
    // Prüfen ob externe Schnittstelle vorhanden, wenn nicht navigateToUrl
    if (ExternalInterface.available) {
        // Browser Check
        var isle:Boolean = ExternalInterface.call("function () { return /Trident|Edge/.test(navigator.userAgent) }");
        // Browser = IE?
        if (isle) {
            ExternalInterface.call("window.open", clickUrl, clickTarget);
        } else {
            navigateToURL(clickUrlRequest, clickTarget);
        }
    } else {
        navigateToURL(clickUrlRequest, clickTarget);
    }
};

// ClickHandler der Klickfläche
clickButton.addEventListener(MouseEvent.CLICK, clickHandler);
```

## 10.7. Polite Download:

- Bei Polite Download handelt es sich um eine Technik, zuerst eine kleinere Initial-Datei zu laden (swf, Gewicht gemäß OVK-Spezifikationen), die nach dem vollständigen Laden der Site eine größere Datei (bis zu 10 MB) nachlädt (z.B. .swf, Video, Grafik).
- Alternativ lässt sich dieser Nachlade-Vorgang auch nach 7 sec. nach dem Initial-Laden starten oder auf User-Aktion (Click auf Button, Mouse Over).
- Beim Nachladen sollte auch eine Unterscheidung zwischen Schmal- und Breitbanduser erfolgen (insbesondere für Videos).
- Grundsätzlich gilt aber, das Nachladen darf nicht sofort nach dem Initial-laden stattfinden sondern nach oben genannten Vorgaben.
- Anlieferung über 3rd-Party ist bei Einhaltung der o.g. Vorgaben auch möglich.

## 11. Allgemeine Anforderungen der United Internet Media

Es gelten weiter die Allgemeinen Geschäftsbedingungen <http://www.united-internet-media.de/de/agb/> und die allgemeinen Richtlinien für Werbemittel <http://www.united-internet-media.de/de/downloadcenter/allgemeine-richtlinien/>. Ein Verstoß gegen die oben aufgeführten Punkte, sowie der Verstoß gegen geltendes Recht, führt automatisch zu einer Ablehnung der Werbemittel.

# 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 technischen Fragen:

### **UIM Media & Platform Services**

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

☎ Telefon: +49 721 91374 - 8245