

Kinder begeistern mit Verantwortung.

In-Stream Ratecard Kids 2021



Vermarktung 2021

Markeninszenierung auf höchstem Niveau

Seit 2016 bündelt Ad Alliance die Kompetenzen starker Medienpartner und vermarktet die Sender und Angebote der Mediengruppe RTL Deutschland, von Gruner + Jahr, der SPIEGEL-Gruppe, der rtv media group sowie des Video- und Technologiespezialisten smartclip. Darüber hinaus ist Ad Alliance Dienstleister für Media Impact. Mit seinem Qualitätsportfolio und crossmedialen Buchungsmöglichkeiten über alle Gattungen hinweg ist das Angebot von Ad Alliance einzigartig im deutschen Markt. Seinem Anspruch als Local Hero trägt Ad Alliance Rechnung mit übergreifend integrierten Strukturen und beweist mit vielbeachteten, Award-gekrönten Kampagnen seine Leistungsstärke und Innovationskraft.

Der ganzheitliche Media-Partner

Mit seinem gattungsübergreifenden Instrumentarium versteht sich Ad Alliance als echter Partner, der im Schulterschluss mit dem Kunden die individuell besten Lösungen sucht, kanalunabhängig berät und crossmediale Kampagnen konzipiert sowie orchestriert – ganz egal ob auf Masse oder spitze Ansprache ausgelegt, ob digital oder analog, ob linear oder non-linear. Am liebsten jedoch alles in Kombination, um das Beste aus allen Welten zu vereinen. Neben der inhaltlichen Inszenierung kommen dabei auch technische Ansätze wie Programmatic und Data-Lösungen zum Tragen.

Wirkung und Brand Safety

Bei aller Vielfalt ist Ad Alliance durchweg der Wirkung seiner Angebote als Erfolgsmaßstab verpflichtet. Wesentliches Merkmal sämtlicher Umfeldler – egal welcher Gattung, egal ob im Informations- oder Unterhaltungssektor – ist daher ihre journalistische Qualität und die Tatsache, dass Marken sich uneingeschränkt darin wohl fühlen können. Auch in Zeiten von Verunsicherung heißt es hier: große Emotionen ja, unvorhersehbare Risiken und schädliche Nebenwirkungen hingegen bleiben außen vor.

Portfolio

Gemeinsam erreichen die von Ad Alliance vermarkteten Plattformen 99 Prozent der deutschen Bevölkerung. Zur Reichweite kommt – ganz im Interesse wirkungsvoller Kampagnen – ein Portfolio, das viele der stärksten Medienmarken des Landes enthält.

Die hier aufgeführten Plattformen stehen nur stellvertretend fürs gesamte Ad Alliance-Portfolio mit seinen derzeit 8 TV-, 20 ATV-, 93 Print-, 69 Audio-Marken sowie 339 Digitalangeboten.

TV



DIGITAL



PRINT



ATV



AUDIO



Kids-Portfolio

Inhalte auf allen Screens



Qualitätsmarken aus einer Hand

Gemeinsam erreichen die von Ad Alliance vermarkteten Kids-Plattformen einen großen Teil der Kinder in Deutschland. Die Angebote des Premium-Portfolios richten sich exklusiv an Kinder, sodass Inhalt und Werbung garantiert kindgerecht sind.

Die hier aufgeführten Plattformen stehen stellvertretend für unser vielfältiges Ad Alliance Kids-Portfolio.

Kids-Portfolio

Inhalte auf allen Screens



Qualitätsmarken aus einer Hand

Gemeinsam erreichen die von Ad Alliance vermarkteten Kids-Plattformen einen großen Teil der Kinder in Deutschland. Die Angebote des Premium-Portfolios richten sich exklusiv an Kinder, sodass Inhalt und Werbung garantiert kindgerecht sind.

Die hier aufgeführten Plattformen stehen stellvertretend für unser vielfältiges Ad Alliance Kids-Portfolio.



Werbeformate In-Stream

	Devices	Run of Network Kids	Run of Channel Kids ADA Originals	Custom/ Run of Site Kids
Multiscreen (CTV, Desktop, Tablet, Mobile)				
Pre- UND Mid- UND Post-Roll	✓ ✓ ✓ ✓	-	70	75
Pre- UND Mid-Roll	✓ ✓ ✓ ✓	70	75	80
Pre-Roll ODER Mid-Roll	✓ ✓ ✓ ✓	75	80	85
Bumper Ad (bis 9")	✓ ✓ ✓ ✓	55	60	65
Interactive Ads (Pre- UND Mid-Roll) ^{2 3}	✓ ✓ ✓	-	-	85
Branded Activation Ad (Pre- UND Mid-Roll) ³	✓ ✓ ✓	70	75	80
Optional: individuelle Zusammenstellung der Screens			+5	

Connected TV Desktop Tablet Mobile

Umfeld Targeting-Produkte	Run of Network Kids	Run of Channel Kids ADA Originals	Custom / Run of Site Kids
Umfeld Targeting Optionen¹			
Geschlecht (Jungen/Mädchen)	10	10	10
Alter (Preschool, 3-9, 6-13)	-	10	10

¹ Jungen, Mädchen, Preschool, Kinder 3-9, Kinder 6-13 (nicht kombinierbar)

² Choose Ad, Extended Ad, Multifeature Ad

³ Auch als Pre- ODER Mid-Roll buchbar +5 € TKP

Es sind nicht alle Formate und Umfeld Targeting Optionen auf allen Sites bzw. in jeder Preiskategorie buchbar; vorbehaltlich unterjähriger Preisanpassungen. Mindestbuchungsvolumen 3.000 € Kundennetto. Die Preise gelten bis 30 Sekunden. Der Brutto TKP Aufschlag beträgt 5€ je 5 Sekunden ab einer Spotlänge von 30 Sekunden. Alle Preise in Euro.

Rechnungsfälligkeit innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum. Innerhalb dieser Frist werden 2 % Skonto gewährt, es sei denn, es bestehen noch ältere Forderungen.

Die AGBs finde Sie unter www.ad-alliance.de/agb

Gestaltungsrichtlinien

Werbung auf den von Ad Alliance vermarkteten Plattformen darf nicht unlauter sein, nicht irreführen, den Interessen der Verbraucher nicht schaden und keine Verhaltensweisen fördern, welche die Gesundheit oder Sicherheit der Verbraucher oder die Umwelt gefährden.

Werbung darf Kindern und Jugendlichen nicht schaden, sie weder körperlich noch seelisch beeinträchtigen, ihre Entwicklung zu eigenverantwortlichen und gemeinschaftsfähigen Persönlichkeiten nicht beeinträchtigen und dem Erlernen eines gesunden, aktiven Lebensstils und einer gesunden, ausgewogenen Ernährung nicht entgegenwirken.

Werbung darf die geschäftliche Unerfahrenheit, Leichtgläubigkeit sowie die technische Unbeholfenheit von Kindern und Jugendlichen nicht ausnutzen. An Kinder gerichtete Werbung soll keine direkten Aufforderungen zum Konsum des beworbenen Produkts beinhalten.



Datenschutzrichtlinien

1) Rechtsgrundlage

Seit dem 25. Mai 2018 gilt EU-weit die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Beim Umgang mit **personenbezogenen Daten von Kindern unter 16 Jahren** gelten laut DSGVO deutlich strengere Regeln. Dies schränkt die beiden relevanten Rechtsgrundlagen für die Verwendung von personenbezogenen Daten in Kinderumfeldern stark ein:

Zum einen können unter 16-Jährige **keine gültige „Einwilligung“ (Opt-In)** für die Verwendung ihrer personenbezogenen Daten im Online-Bereich abgeben. Diese müsste über eine nachweisbare Einwilligung des Erziehungsberechtigten erfolgen und ist bei niederschweligen Angeboten wie TOGGO und TOGGOLINO praktisch unmöglich.

Beim sogenannten **„berechtigten Interesse“** des Verantwortlichen oder eines Dritten an der Datenverarbeitung ist die Bewertung und Auslegung bei Kindern deutlich strenger als bei Erwachsenen. Kinder sind schutzbedürftiger und entsprechend kann die Reichweite des „berechtigten Interesses“ gegenüber Kindern nur begrenzt als Rechtsgrundlage dienen.

Einige Datenverarbeitungen sind für den Betrieb eines werbefinanzierten Angebots zwingend erforderlich. Diese werden nach einer sorgfältigen Abwägung auch bei Kinderzielgruppen voraussichtlich durch das „berechtigte Interesse“ getragen. Es muss bei der Abwägung ausreichend berücksichtigt werden, dass es sich um personen-bezogene Daten von Kindern handeln könnte.

2) Einschränkungen bei Kampagnen

Nutzungs- und Nutzer-basiertes Zielgruppen-Targeting ist nicht erlaubt und wird nicht für die Kinderumfelder der Ad Alliance angeboten.

Umfeld-Targeting ist erlaubt. Bei den Kinder-Zielgruppen-Channels werden zum Beispiel Zielgruppenaffinitäten auf Formatebene abgeleitet. Hierbei unterstützen z.B. die Zielgruppeninsides der Redaktion und TV-Daten des AGF/GFK-Panels.

Frequency Capping wird basierend auf dem berechtigten Interesse optional angeboten. Laut aktueller Auslegung stehen hierbei die Interessen des Publishers und Vermarkters (Finanzierung des Angebots ohne FC wesentlich schwieriger) mit den Interessen des Kindes (mehrfache Ausspielung derselben Werbung ist unattraktiv) nicht im Konflikt.

Regio- / Geo-Targeting auf Länder-Ebene (z.B. DEU, A, CH) ist nach der aktuellen Auslegung zulässig; auf regionaler Ebene (z.B. HH, SH, B) muss im Einzelfall durch die Ad Alliance juristisch geprüft und freigegeben werden.

Personenbezogene 3rd Party Trackings dürfen ohne Ausnahme nicht über physisch angelieferte Kampagnen oder Redirects eingebunden werden. Bei Verstoß drohen ohne Vorwarnung Strafzahlungen, die IP an die verantwortlichen Agenturen und Kunden weiterbelasten muss.

Zählmechanismen, die ausschließlich Ad Impressions oder Clicks reporten und nachweislich keine personenbezogene Daten verarbeiten, dürfen in Rücksprache mit der Ad Alliance implementiert werden. Eine wichtige Voraussetzung ist, dass der technische Messdienstleister und die Methodik vom Vermarkter freigegeben ist.

3) Anlieferung und Prüfung

Um die Einhaltung der Regelungen und Tracking-Einschränkungen (siehe oben) durch die DSGVO einzuhalten bzw. zu gewährleisten, ist eine Ausspielung von Werbemitteln über **Redirects** nur noch sehr eingeschränkt möglich.

Die IP Deutschland prüft Kampagnen vorab und während der Kampagnenlaufzeit auf unerlaubte Tracker. Eine Anlieferung der physischen Werbemittel oder des Redirects ist somit zwingend notwendig. Zu noch nicht kategorisierten Zählmechanismen /Dienstleistern, müssen vorab technische Dokumentationen vorgelegt werden.

Programmatische Kampagnen mit Kinderzielgruppen dürfen daher nur noch über sogenannte „Programmatic Guaranteed“-Deals abgewickelt werden.



Kontakt

Ad Alliance – Zentrale

Ad Alliance GmbH
Picassoplatz 1
50679 Köln
Telefon: +49 221 456-20
Fax: +49 221 456-26999

info@ad-alliance.de
www.ad-alliance.de

Ad Alliance – Verkaufsbüros

Verkaufsbüro Nord

Überseeallee 10
20457 Hamburg
Telefon: +49 40 286686-0

Verkaufsbuero.Hamburg@ad-alliance.de

Verkaufsbüro Mitte

Speicherstraße 53
60327 Frankfurt am Main
Telefon: +49 69 219338-282

Verkaufsbuero.Frankfurt@ad-alliance.de

Verkaufsbüro West

Roßstraße 74
40476 Düsseldorf
Telefon: +49 211 90168-0

Verkaufsbuero.Duesseldorf@ad-alliance.de

Verkaufsbüro Mitte

Balanstraße 73 (Haus 31 E)
81541 München
Telefon: +49 89 380153-0

Verkaufsbuero.Muenchen@ad-alliance.de



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.