

# Süße Versuchung für anspruchsvolle Marken

Addressable TV Ratecard 2022



## Vermarktung 2022

# Unser New Normal der Markenkommunikation

Ad Alliance ist erster Ansprechpartner für Werbekunden und Mediaagenturen in Deutschland, wenn es um die wirkungsvolle Kommunikation und einzigartige Inszenierung von Marken geht. Und das aus gutem Grund: Denn die Möglichkeiten sind beinahe unerschöpflich im Portfolio des Vermarkters, der gleichzeitig Vorreiter in Sachen Allianzen im deutschen Mediabusiness ist. Bereits seit 2016 bündelt Ad Alliance die Kompetenzen starker Medienpartner und vermarktet die Sender und Angebote von 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 und profitiert von zahlreichen weiteren Partnerschaften im Rahmen von RTL Deutschland und von Bertelsmann, wie etwa dem Zugriff auf die Inhalte der Bertelsmann Content Alliance.





## Der All-in-One Solution Provider

Was Ad Alliance attraktiv macht, ist nicht allein die schiere Größe des Portfolios und die namhaften Medienmarken, die als Werbeträger zur Verfügung stehen – es ist vielmehr das, was mit viel partnerschaftlicher Leidenschaft daraus entstehen kann: nämlich Werbung mit Wumms!

Aufbauend auf professionellem Qualitätscontent, verstärkt durch kreative Spielfreude der Kampagnenexperten, angereichert mit state-of-the-art Data-Kompetenz und vollendet mit führender Ad Tech findet sich für jede Zielsetzung und für Budgets von klein bis groß die passende Lösung. Auf wievielen und welchen Medienkanälen diese letztlich stattfindet, ist genauso individuell wie die Botschaft, um die es geht: Das gebündelte Know-How macht Ad Alliance zum universellen Solution Provider.

## Deutschlands Content- und Data-Powerhouse

Content ist nicht alles, aber ohne Content ist alles nichts: So könnte das Credo der Ad Alliance lauten. Starke, durchweg brandsafe Inhalte als unverzichtbare Basis, gleichzeitig aber modernste Dateninfrastruktur zur Veredelung der Kontakte mit Insights aus den eigenen Data Lakes, KI-gestützte Tools und Machine Learning-Verfahren zur Optimierung der User Experience, zur Wirkungsanalyse und zur dynamischen Aussteuerung von Botschaften.

Nicht ganz zufällig leben viele der zahlreichen prämierten Kampagnen der letzten Zeit von technologiebasierten Konzepten. Sie zeigen: Data ist bereits heute integraler Bestandteil der Ad Alliance. Kein Wunder, hat man sich doch allem verschrieben, mit dem sich mehr Wirkung für Marken herausholen lässt.



# Portfolio

Marken lieben Marken – besonders wenn es die stärksten Medienbrands des Landes sind, die für Qualität und Haltung stehen und bei den Konsumenten Sympathie und Vertrauen genießen. Kampagnen profitieren dabei von Brand Safety und erhalten einen zusätzlichen Wirkungsschub über die Strahlkraft der Umfeldler.

Die hier aufgeführten Plattformen stehen nur stellvertretend fürs gesamte Ad Alliance-Portfolio mit seinen insgesamt über 500 Angeboten. Hier gibt's für jede Zielgruppe und jeden Reichweitenbedarf die richtige Bühne.



## PRINT



## TV



## AUDIO



## DIGITAL



## ATV





# Ad Alliance Addressable TV

Relevant, intelligent,  
zukunftsweisend

Addressable TV kombiniert die Stärken von TV und der Online-Welt. Reichweite, Emotionalisierbarkeit und Glaubwürdigkeit treffen auf personalisierte Ansprache und exakte Aussteuerbarkeit des Werbedrucks.

Setzen Sie auf Addressable TV bei Ad Alliance:

- **Größtes ATV-Portfolio in Deutschland** mit einer umfassenden Bandbreite an Reichweiten- und Zielgruppen-Sendern
- **Intelligente und zukunftsweisende Vermarktungsprodukte** zur optimalen und effizienten Erreichung von Kampagnen-Zielen für große und kleine Budgets, für Kampagnen mit oder ohne Spot
- **Datenbasierte Zielgruppen-Ansprache** mit der Option einer gattungsübergreifenden Userverknüpfung via Cross Device
- **Relevante Reichweiten** durch kontinuierlichen Ausbau von Kooperationen und Distributionskanälen sowie Weiterentwicklung der Platzierungsmöglichkeiten
- **Neue und spannende Werbemöglichkeiten** durch lineare Streams und On-Demand-Inventare auf dem CTV



# ATV-Inventare

## ATV Advanced

- Maximale Reichweite
- Zielgruppenansprache via ATV-Profiltargeting

### ATV-Spot



- Intelligente und geräteübergreifende Aussteuerung des ATV-Spots im gesamten ATV-Netzwerk

### Switch In



- Intelligente Aussteuerung der ATV Switch Ins im gesamten linearen TV-Senderportfolio der Ad Alliance

## ATV Select

- Vorkonfektionierte Zielgruppen- und Themen-Channels

- Zielgruppenchannel: Multiscreen-Ausspielung in linearen und non-linearen Umfeldern mit hoher Affinität<sup>1)</sup> in der Zielgruppe (z. B. Alter, Geschlecht, HHNE)
- Themenchannel: Multiscreen-Ausspielung in linearen und non-linearen Umfeldern mit hoher Affinität<sup>1)</sup> in der Zielgruppe für ausgewählte Themengebiete (z. B. Auto, Gesundheit, Sport)

- Zielgruppenchannel: Ausspielung in linearen TV-Umfeldern mit hoher Affinität<sup>1)</sup> in der Zielgruppe (z. B. Alter, Geschlecht, HHNE)
- Themenchannel: Ausspielung in linearen TV-Umfeldern mit hoher Affinität<sup>1)</sup> in der Zielgruppe für ausgewählte Themengebiete (z. B. Auto, Gesundheit, Sport)

## ATV Custom

- Kundenindividuell aufgesetzte Channel

- Individuelle Auswahl gewünschter Umfeldler/ Formate nach Genre (z. B. Kochsendungen)
- Individuelle Zeitsegmente für die Ausspielung
- Umfangreiche Ausschlüsse von Umfeldern, Sendern o. ä.

- Individuelle Auswahl gewünschter Umfeldler/ Formate nach Genre (z. B. Kochsendungen) oder mindestens 10 Einzelumfelder
- Individuelle Senderauswahl bzw. -kombination oder individuelle Zeitsegmente für die Ausspielung
- Umfangreiche Ausschlüsse von Umfeldern, Sendern o. ä.

1) Basis für die Ermittlung der Affinität der Umfeldler auf bestimmten Zielgruppen bzw. des zugrundeliegenden Affinitätsindex sind die Daten der AGF Videoforschung bzw. der Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF)



# ATV-Werbeformen

## ATV-Spot



- Überblendung von Spots im linearen Fernsehen und in linearen Streams (Werbeinsel- und Post-Split-Platzierungen) sowie Ausspielung auf Pre-Roll-Platzierungen (vor Stream-Start)
- Ausspielung auf Pre-Roll- und Mid-Roll-Platzierungen in ausgewählten on Demand-Inventaren (CTV)
- Alle Ausspielungen finden im Vollbild statt
- Standardisierte Spotlängen mit 10 und 20 Sekunden

## Switch In-Varianten



- Exklusive Ausspielung während des laufenden TV-Programms nach dem Ein- oder Umschaltvorgang
- Werbliche Umrahmung des skalierten TV-Bildes
- animierbar, dynamisierbar (durch Echtzeitdaten) und interaktionsfähig (Microsite, Click-2-Video)

### Switch In XXL / Extended

- Legt sich in L-Form um das skalierte TV-Bild
- Einblendezeit XXL ca. 10 Sekunden
- Einblendezeit Extended ca. 15 Sekunden

### Switch In Zoom

- Umrahmt das TV-Bild großflächig (ca. 50% der Bildfläche)
- Einblendezeit ca. 10 Sekunden

### Switch In Masthead

- Ausspielung als Tagesfestplatzierung (Erstkontakt auf TV-Gerät)
- Umrahmt das TV-Bild großflächig (ca. 50% der Bildfläche)
- Einblendezeit ca. 10 Sekunden

### Switch In Bumper / Spot

- Spot in redaktionellem Rahmen überblendet das lineare TV-Programm
- Einblendezeit Bumper ca. 6 Sekunden
- Einblendezeit Spot ca. 10 Sekunden

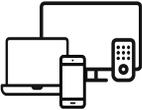
### Sponsor-Switch In

- Ergänzung eines TV-Sponsorings via Switch In
- Einblendezeit ca. 10 Sekunden



# Produkt-Basispreise

Preise Brutto-TKP in €

Werbemittel	Spotlänge/ Einblendzeit	ATV Advanced	ATV Select ZG/Themen	ATV Custom	
<b>ATV-Spot</b> 	10"	40	50	65	
	20"	70	80	95	
<b>Switch In</b> 	<b>XXL</b>	45	50	60	
	<b>Extended</b>	15"	60	65	75
	<b>Zoom</b>	10"	60	65	75
	<b>Masthead<sup>1)</sup></b>	10"	Tagesfestpreis	-	-
	<b>Bumper</b>	6"	45	50	60
	<b>Spot</b>	10"	55	60	70
	<b>Sponsor Switch In<sup>2)</sup></b>	10"	-	-	60

1) Der Switch In Masthead ist nicht in einem ZG- oder Themen-Channel buchbar und auch nicht profilbasiert targetbar.  
 2) Sponsor Switch In ist exklusiv nur in Kombination bzw. ergänzend zu einem Sponsoring im linearen TV buchbar.



**Hinweis:**

Die oben aufgeführten Basispreise verstehen sich als Bruttopreis ohne Berücksichtigung etwaig gewählter ergänzender Targetings oder Zusatzleistungen sowie sonstiger Spezifizierungen. Anfallende Aufschläge und Zusatzkosten verstehen sich stets additiv zu den aufgeführten Preisen.



# Targeting-Preise

Aufschlag Brutto-TKP in €

	ATV Advanced	ATV Select ZG/Themen	ATV Custom <sup>5)</sup>
<b>Profilbasiertes Targeting</b>			
Soziodemografie	15	-	-
Interesse	15	-	-
TV-Wenigseher, TV-Vielseher	20	-	-
Smart Group	20	-	-
Custom Targeting	Auf Anfrage	-	-
<b>Situatives Targeting</b>			
Geo-Targeting <sup>1) 2)</sup>	5	5	5
Dynamische Daten <sup>3)</sup>	5	5	5
<b>Sequentielles Targeting</b>			
ATV	Sequencing	Kein Aufschlag	Kein Aufschlag
TV-Spot → ATV	(A)TV Reminder / (A)TV Incremental	10	10
Cross Device <sup>4)</sup>	Reminder / Incremental	20	20

- 1) Beim Switch In Masthead ist Geo-Targeting nur nach Rücksprache und maximal auf Bundeslandebene möglich.
- 2) Beim ATV-Spot ist eine lokalisierte Ausspielung von Motiven nur in Kombination mit ZG-Targeting bzw. Nutzung eines ZG-Channels/Themen-Channels buchbar.
- 3) Der Aufschlag für „dynamische Daten“ gilt sowohl für geo-basierte Zielgruppensegmente über Dienstleister wie AZ Direct (z. B. Milieus, KBA-Daten) als auch für die dynamische Motivaussteuerung auf Basis situativer Daten (z. B. Wetter, Benzinpreise, Wettquoten)
- 4) Die hier aufgeführten Aufschläge und Spezifizierungen für Cross Device gelten ausschließlich für eine gattungsübergreifende Verlängerung ausgehend von digitalen Werbemitteln in Richtung ATV. Spezifizierungen und Preise für eine gattungsübergreifende Verlängerung ausgehend von (A)TV nach Digital finden sie in der „Digital Ratecard 2022“ (<https://www.ad-alliance.de/cms/portfolio/digital/preise.html>)
- 5) Ab dem Buchungsjahr 2022 erfolgt die Belegung der Targeting-Optionen „Zeittargeting“ und „Exklusive Senderauswahl“ via Custom Channel. Werbe- und medienrechtliche bzw. senderseitige zeitlichen Einschränkungen (z. B. zeitliche Vorgaben für Alkoholwerbung in Kinder- und Jugendumfeldern) werden nicht als Custom Channel abgerechnet. Beim ATV Spot kann es inventarbedingt zu Einschränkungen bei den buchbaren Zeitschienen kommen. Die Auswahl eines einzelnen Senders im Rahmen eines Custom Channels ist nur auf Sendern von RTL Deutschland möglich.



**Hinweise:**

- Die oben aufgeführten Aufschläge verstehen sich additiv zu den ATV-Basispreisen.
- Mit einem „-“ gekennzeichneten Zellen bzw. Targeting-Optionen stehen aktuell nicht zur Verfügung.
- Bei der Wahl mehrerer Targeting-Kriterien fallen die spezifischen Einzelaufschläge in voller Höhe an und werden zum jeweiligen Basispreis addiert.
- Bitte beachten Sie, dass die Kombination von mehreren Targeting-Kategorien zur Reduzierung der Kampagnen-Reichweite führt. Wir empfehlen, insgesamt nicht mehr als zwei Kriterien zu kombinieren.



# Allgemeine Buchungsbedingungen



- Alle Preise in Euro und vorbehaltlich unterjähriger Preisanpassungen.
- Das Mindestbuchungsvolumen beträgt bei nationalen Kampagnen 20.000 € Kundennetto, bei regionalen Kampagnen 5.000 € Kundennetto.
- Es sind nicht alle Werbeformate auf allen Sender bzw. in allen Umfeldern in jeder Preiskategorie buchbar.
- ATV Select- und ATV Custom-Buchungen: Auslieferung nach Verfügbarkeit – kein Anspruch auf Auslieferung auf bestimmten Inventaren.
- Die AGBs finden Sie unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb)

## Zahlungsbedingungen:

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



# 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](mailto:info@ad-alliance.de)  
[www.ad-alliance.de](http://www.ad-alliance.de)

## Ad Alliance – Verkaufsbüros

### Verkaufsbüro Nord

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

[Verkaufsbuero.Hamburg@ad-alliance.de](mailto:Verkaufsbuero.Hamburg@ad-alliance.de)

### Verkaufsbüro Mitte

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

[Verkaufsbuero.Frankfurt@ad-alliance.de](mailto:Verkaufsbuero.Frankfurt@ad-alliance.de)

### Verkaufsbüro West

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

[Verkaufsbuero.Duesseldorf@ad-alliance.de](mailto:Verkaufsbuero.Duesseldorf@ad-alliance.de)

### Verkaufsbüro Süd

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

[Verkaufsbuero.Muenchen@ad-alliance.de](mailto:Verkaufsbuero.Muenchen@ad-alliance.de)



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,  
abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://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](http://www.mediaimpact.de/de/agb), es sei denn es ist anders gekennzeichnet.