

ADDRES SABLE TV

Ratecard
2023



Vermarktung 2023

Content meets Data und AdTech: Markenkommunikation mit Herz und Kopf

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 es macht einfach Spaß, die Vielfalt der Möglichkeiten im Portfolio des Vermarkters zu entdecken, 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 sowohl im Rahmen von RTL Deutschland als auch des Mutterkonzerns Bertelsmann und darüber hinaus.

Ganzheitliche crossmediale Inszenierung

Was Ad Alliance attraktiv macht, ist nicht allein die Größe des Portfolios, mit dem sich Monat für Monat über 99% der deutschen Bevölkerung erreichen lässt. Es ist auch die Qualität seiner Umfeldler, basierend auf professionellem, brandsafem Content mit hochwertigem Entertainment und Journalismus. Und es ist die Leidenschaft der Kampagnenexperten, die dafür brennen, Marken kreativ und wirkungsstark in all diese Inhalte zu integrieren – und im Sinne der jeweiligen Kundenzielsetzung zu ganzheitlich abgestimmten Lösungen zu formen.



Das Zusammenwachsen von RTL mit G+J und die Entwicklung zum vollintegrierten Medienhaus der Zukunft erweitert dabei die Spielmöglichkeiten nochmal deutlich: Es schöpft die Potenziale wertvoller Medienmarken voll aus und sorgt für noch mehr inspirierende Themenwelten, was passgenaue Einbettungen und medienübergreifende Konzepte angeht.

Innovative Werbeprodukte ohne Grenzen

Die Kernmission der Ad Alliance besteht in der Maximierung der Kampagnenwirkung für die Werbungtreibenden ohne Limitierung der herkömmlichen Gattungsgrenzen. State-of-the-art AdTech und Data-Kompetenz sind hierzu genauso unabdingbar wie skalierbare Produkte – darunter auch neuartige Ausspieloptionen, die in einer Buchung die Reichweite mehrerer Medienkanäle bündeln.



Mit der CrossOver Evolution hat Ad Alliance im Sommer 2022 eine langfristige Innovationsoffensive gestartet, die das gattungsübergreifende und technologische Commitment besonders unterstreicht: Sie bildet den Rahmen, crossmediale Reichweiten zu bündeln und Kampagnen gattungsübergreifend auszuspielen. Nachweisbarkeit ist dabei besonders wichtig: Innovative Leistungs- und Wirkungsnachweise sorgen für maximale Transparenz.



Portfolio

Marken lieben Marken – besonders wenn es die stärksten Medien-brands 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 Umfelder.

Die hier aufgeführten Marken 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

stern essen & trinken **BARBARA** Capital

GEO **DER SPIEGEL** **Brigitte**

manager magazin **SCHÖNER WOHNEN**

GUIDO Landlust

Eltern **Gala**



TV

VOX

RTL

NITRO. **TOGGO plus**

RTL UP **ntv**

SUPER RTL

VOX up



AUDIO

GEO **ntv**

Business Punk **NEON**

Eltern **Capital**

stern manager magazin **Brigitte**

DER SPIEGEL essen & trinken



DIGITAL

RTL NEWS

Bild **stern** pluto

RTL + **DER SPIEGEL**

CHEFKOCH **Gala** **WELT** Microsoft Casual Games

ntv **TOGGO** **Eltern**

Brigitte



ATV

RTL

sport1 **ntv** **NITRO.**

RTL + **VOX** **RTLZWEI**

SUPER RTL

DMAX





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 Video-On-Demand-Inventare auf dem CTV

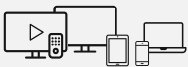




ATV-Inventare

	Run of Network	Run of Channel	Custom
	ATV-Netzwerk	ATV-Themen-channel	Kundenindividuell aufgesetzte ATV-Channel
<p>ATV-Spot</p>	<ul style="list-style-type: none"> Maximale Reichweite durch Ausspielung im gesamten ATV-Netzwerk der Ad Alliance Intelligente und geräteübergreifende Aussteuerung des ATV-Spots 	<ul style="list-style-type: none"> Reichweitenstarke Zielgruppenansprache mit minimierten Streuverlusten durch Bündelung relevanter Umfeldler zu ausgewählten Themenchannel Unsere etablierten und kuratierten ATV-Themenchannel umfassen z. B. Beauty&Fashion, Gesundheit, Finanzen und Food 	<ul style="list-style-type: none"> kundenindividuelle soziodemografische Zielgruppen kundenindividuelle Themenchannel Umfangreiche Ausschlüsse von Umfeldern, Sendern o. ä. Individuelle Zeitsegmente für die Ausspielung (Zeittargeting)
<p>Switch In</p>	<ul style="list-style-type: none"> Maximale Reichweite durch Ausspielung im gesamten linearen TV-Senderportfolio der Ad Alliance 	<ul style="list-style-type: none"> Reichweitenstarke Zielgruppenansprache mit minimierten Streuverlusten durch Bündelung relevanter Umfeldler zu ausgewählten Themenchannel Unsere etablierten und kuratierten ATV-Themenchannel umfassen z. B. Beauty&Fashion, Gesundheit, Finanzen und Food 	<ul style="list-style-type: none"> Individuelle Zielgruppen- oder Themenchannel Individuelle Auswahl gewünschter Umfeldler/Formate nach Genre oder mindestens 10 Einzelumfelder Individuelle Senderauswahl bzw. -kombination individuelle Zeitsegmente für die Ausspielung (Zeittargeting) Umfangreiche Ausschlüsse von Umfeldern, Sendern o. ä.
<p>TV Add On</p>			<ul style="list-style-type: none"> Individueller Einsatz der Add Ons auf Basis von einer TV-Kampagne bzw. gebuchten TV-Werbemitteln



ATV-Werbeformen

<p>ATV Spot</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Überblendung von Spots im linearen Fernsehen und in linearen Streams sowie Ausspielung auf Pre-Roll-Platzierungen (vor Stream-Start) ➤ Ausspielung auf Pre-Roll-Platzierungen in ausgewählten Video on Demand-Inventaren (CTV) ➤ Ausspielung im Vollbild mit standardisierte Spotlängen
<p>Switch In</p>  <p>Switch In XXL * Switch In XXL Extended *</p> <p>Switch In Zoom *</p> <p>Switch In Masthead *</p> <p>Switch In Bumper Switch In Spot</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Exklusive Ausspielung im laufenden TV-Programm nach dem Ein- oder Umschaltvorgang ➤ Werbliche Umrahmung oder Überblendung des linearen TV-Bildes ➤ Erlaubt Werbung ohne Spot * ➤ Animierbar, dynamisierbar und interaktionsfähig * <ul style="list-style-type: none"> ▪ Legt sich für 10 bzw. 15 Sekunden als L-förmiger Rahmen um das skalierte TV-Bild ▪ Großflächige, 10-sekündige dreiseitige Umrahmung des TV-Bildes (ca. 50 %) ▪ Tagesfestplatzierung mit maximaler Tages-Netto-RW (Erstkontakt auf TV-Gerät) ▪ Komplette, ca. 10-sekündige Umrahmung des TV-Bildes (ca. 50 %) ▪ Spot in redaktionellem Rahmen überblendet das lineare TV-Programm für 6 bzw. 10 Sekunden
<p>TV Add On</p>  <p>Spot Overlay (Video)</p> <p>Spot Frame Spot Overlay (Display)</p> <p>Add On auf TV Cut In und TV Framesplit</p> <p>Sponsor-Switch In</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Differenzierte ZG-Ansprache basierend auf dem linear eingesetzten TV Werbemittel ➤ Smarte Extras zur Anreicherung der linearen TV-Kampagne <ul style="list-style-type: none"> ▪ Der lineare TV-Spot des Kunden wird via HbbTV durch einen kundeneigenen Spot überblendet ▪ Optimierung der TV-Kampagne nach soziodemografischen Merkmalen oder regionalen Zielgruppengebieten ▪ Via HbbTV legt sich ein Banner auf bzw. ein Rahmen mit ergänzenden Informationen um den linearen TV-Spot ▪ Banner und Rahmen enthalten werbliche – auf Wunsch auch lokal aussteuerbare – Zusatzinfos zum national ausgestrahlten Spot ▪ Im linearen TV ausgestrahlte Ad Specials „Cut In“ und „Framesplit“ erhalten ein via HbbTV ausgespieltes Interaktions- oder Dynamisierungsfeature, z. B. Regio-, Shopping- oder Gewinnspielhinweise ▪ Ergänzung eines TV-Sponsorings via Switch In

Technische Spezifikationen für unsere ATV-Werbeformen, Vorlaufzeiten, Infos zu Interaktionsmöglichkeiten und Dynamisierungsoptionen u. ä. sowie besondere Hinweise für OTC-Kunden & Casino- und Wettanbieter finden Sie unter [Spezifikationen - Ad Alliance \(ad-alliance.de\)](https://ad-alliance.de)



ATV-Preise

	Spotlänge	Brutto-TKP in €		
		Run of Network	Run of Channel	Custom
ATV-Spot ¹ 	10"	60	70	80
	15"	60	70	80
	20"	60	70	80
	25"	75	85	95
	30"	90	100	110

¹ Für nachfolgende Optionen fallen beim ATV-Spot TKP-Aufschläge auf den Basispreis an:
 Ausschluss von „Mobile“ +10 € | Auswahl „Big Screen Only“ +25 € | Buchungsoption „Linear Only“ +10 €.

		Einblendezeit	Run of Network	Run of Channel	Custom
Switch In 	Switch in XXL	10"	40	50	60
	Switch In XXL Extended	15"	55	65	75
	Switch In Zoom	10"	55	65	75
	Switch In Masthead ²	10"	Tagesfestpreis	-	-
	Switch In Bumper	6"	45	55	65
	Switch In Spot	10"	60	70	80

² Der Switch In Masthead ist nur „Run of Network“ buchbar, ohne weitere ZG-Einschränkungen.

		Einblendezeit	Run of Network	Run of Channel	Custom
TV Add On 	Spot Overlay (Video)		-	-	20
	Spot Frame ³		-	-	10
	Spot Overlay (Display) ³		-	-	10
	Add On auf TV-Framesplit/-Cut In ³		-	-	10
	Sponsor-Switch In ⁴	10"	-	-	60

³ auch mit Interaktionsmöglichkeit buchbar, z. B. als Shopping Ad.

⁴ Sponsor-Switch In ist exklusiv nur in Kombination bzw. ergänzend zu einem Sponsoring im linearen TV buchbar.

Hinweis:

Die vorgenannten ATV-Preise 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 oben aufgeführten Preisen.



ATV-Targeting

	Brutto-TKP Aufschläge in €
Profilbasiertes Targeting	
Soziodemografie / Interesse	10
Smart Group / Behaviour Group	15
Custom Targeting (u. a. Viewing-Segmente ¹⁾)	Auf Anfrage

Umfeldaffine Zielgruppenansprache	
Soziodemografie	10

Sequentielles Targeting		
ATV	Sequencing	Kein Aufschlag
TV-Spot → ATV	Reminder / Incremental	10
TV-Spot → ATV	Frequency	15
Cross Device ²	Reminder / Incremental	20

Technisches Targeting	
Geo Bundesland, Stadt, PLZ-Gebiet ^{3,4}	5
Geo Dynamische Daten ⁵	5
Situativ Dynamische Motivausspielung ⁶	5

¹ Ausspielung an TV-Geräte, die aufgrund ihres Sehverhaltens (bestimmter Sendungen/Genre) spezifische Interessenmuster zeigen.

² 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 2023“. (<https://www.ad-alliance.de/cms/portfolio/digital/preise.html>)

³ Beim Switch In Masthead ist Geo-Targeting nur nach Rücksprache und maximal auf Bundeslandebene möglich.

⁴ Beim ATV-Spot ist eine lokalisierte Ausspielung von Motiven nur in Kombination mit „Soziodemografie“ bzw. Nutzung eines Themen-Channels buchbar.

⁵ Geo-basierte Zielgruppen über Dienstleister wie AZ Direct (z. B. Milieus, KBA-Daten).

⁶ Dynamische Motivaussteuerung auf Basis situativer Daten (z. B. Wetter, Benzinpreise, Wettquoten).

Hinweise:

- Die oben aufgeführten Aufschläge verstehen sich additiv zu den ATV-Preisen.
- Der Aufschlag innerhalb einer thematischen Targeting-Kategorie (bspw. Profilbasiertes Targeting) bemisst sich nach der Targeting-Art mit dem höheren Aufschlag. Aufschläge verschiedener Targeting-Kategorien sind additiv anzurechnen.
- Die Kombination von mehreren Targeting-Kategorien führt zur Reduzierung der Kampagnen-Reichweite. Wir empfehlen, insgesamt nicht mehr als zwei Kriterien zu kombinieren.



Ad Alliance xMedia

Einfach Crossmedial

- > Unsere xMedia Werbeformen **bieten maximale crossmediale Reichweite** durch die Kombination der Gattungen ATV, In-Stream & Out-Stream.
- > **Einfache Buchung & Umsetzung**
 - > EIN Volumen
 - > EIN Preis
 - > EIN Auftrag
 - > EIN Werbemittel
 - > EIN Reporting
 - > EINE Abrechnung
- > **Einheitliche Aussteuerung**
 - > Crossmediale Targetings & Channel
 - > Übergreifende Optimierung



xMedia Preise

Standard Werbeformen

		Brutto-TKP in €				
		Spotlänge/ Einblendezeit	Fokus- Gattung	Run of Network	Run of Channel	Custom
ATV & In-Stream & Out-Stream	xMedia Spot	10", 15", 20"	ATV	62	73	86
			In-Stream	54	65	79
			Out-Stream	48	58	73
		25"	ATV	72	82	95
			In-Stream	57	68	82
			Out-Stream	51	61	76
		30"	ATV	81	92	104
			In-Stream	60	71	86
			Out-Stream	54	65	79
ATV & In-Stream	xMedia Frame	10"	ATV	42	53	63

Hinweise:

- Der Anteil der Fokus-Gattung liegt bei mind. 50%
- Preise beziehen sich immer auf den Multiscreen Preis – Ausspielung auf allen technisch verfügbaren Devices (ATV, CTV, Desktop, Tablet, Phone). Optional bei xMedia Spot: Device-Ausschluss Mobile + 10€, Device-Selektion Big Screen + 25€ (nur verfügbar beim xMedia Spot)
- Bei Gattungs-Ausschluss (In-Stream oder Out-Stream) ist die Preisklasse Custom Fokus-Gattung „ATV“ preisgebend. Kein Ausschluss von ATV möglich – Buchung via Spot Bundle.



Targeting xMedia

		Brutto-TKP Aufschläge in €
Profilbasiertes Targeting		
Soziodemografie / Interesse		10
Smart Group / Behaviour Group		15
Custom Targeting		Auf Anfrage
Sequentielles Targeting		
Cross Device	Reminder / Incremental	20
Cross Device ¹	Frequency	25
Technisches Targeting		
Geo	Bundesland, Stadt, PLZ-Gebiet ²	5

¹ Die hier aufgeführten Aufschläge und Spezifizierungen für Cross Device gelten ausschließlich für eine gattungsübergreifende Verlängerung ausgehend von linearem TV in Richtung xMedia.

² Nicht In-App möglich, aber auf Desktop und MEWs.

Hinweise:

- Aufschläge gelten vorbehaltlich unterjähriger Preisanpassungen.
- Der Aufschlag innerhalb einer thematischen Targeting-Kategorie (bspw. Profilbasiertes Targeting) bemisst sich nach der Targeting-Art mit dem höheren Aufschlag. Aufschläge verschiedener Targeting-Kategorien sind additiv anzurechnen.
- Die Kombination von mehreren Targeting-Kategorien führt zur Reduzierung der Kampagnen-Reichweite. Wir empfehlen, insgesamt nicht mehr als zwei Kriterien zu kombinieren



Allgemeine Buchungsbedingungen

- Alle Preise in Euro und vorbehaltlich unterjähriger Preisanpassungen.
- Das Mindestbuchungsvolumen beträgt für
 - ATV: 20.000 € Kundennetto (nationale Kampagnen)
5.000 € Kundennetto (regionale Kampagnen)
 - xMedia: 15.000 € Kundennetto (nationale Kampagnen)
7.500 € Kundennetto (regionale Kampagnen)
- Es sind nicht alle Werbeformen auf allen Sender bzw. in allen Umfeldern in jeder Preiskategorie buchbar.
- Run of Channel- und Custom-Buchungen: Auslieferung nach Verfügbarkeit – kein Anspruch auf Auslieferung auf bestimmten Inventaren.
- Für Add On-Werbeformen gelten separate, von den vorgenannten Buchungsbedingungen abweichende Rahmenbedingungen.
- Die AGBs finden Sie unter 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
www.ad-alliance.de

Ad Alliance – Verkaufsbüros

Verkaufsbüro Nord

Überseeallee 10
20457 Hamburg
Telefon: +49 40 286686-282

Verkaufsbuero.Hamburg@ad-alliance.de

Verkaufsbüro West

c/o Design Offices GmbH
Kaisstraße 5
40221 Düsseldorf
Telefon: +49 211 90168-0

Verkaufsbuero.Duesseldorf@ad-alliance.de

Verkaufsbüro Mitte

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

Verkaufsbuero.Frankfurt@ad-alliance.de

Verkaufsbüro Süd

Balanstraße 73 (Haus 31 E)
81541 München
Telefon: +49 89 380153-282

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.