



Ratecard 2024

In-Stream (Kids)



Portfolio – Kinder

ZG 3-13 Jahre

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.



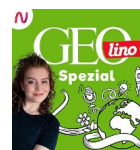
PRINT



TV



AUDIO





DIGITAL







Kids In-Stream Preise

Standard Werbeformen


| | Brutto-TKP in € | | |
|--|---------------------|---------------------|------------------|
| | Kids Run of Network | Kids Run of Channel | Kids Run of Site |
| In-Stream | | | |
| Pre- UND Mid-Roll | 70 | 75 | 85 |
| Pre- ODER Mid-Roll  | 75 | 80 | 90 |
| CTV Spot (Pre- UND Mid-Roll)  | 90 | 95 | 105 |
| Bumper Ad (Pre- UND Mid-Roll) ¹ | 60 | 65 | 75 |



➤ In einer Buchung mit unseren beliebten Plattformen oder standalone

| | Brutto-TKP in € | |
|--|---|--|
| | TOGGO Youtube + Umfeldauswahl (Alter o. Geschlecht) | TOGGO Universe + Umfeldauswahl (Alter o. Geschlecht) |
| In-Stream | | |
| Pre- UND Mid-Roll (bis 20")  | 70 | 75 |
| Pre- ODER Mid-Roll (bis 20")  | 75 | 80 |
| Bumper Ad ¹ (Pre- UND Mid-Roll; bis 6") | 60 | 65 |

¹ Werbeformen sind nicht auf dem CTV verfügbar

 **Hinweise:**

- Preise beziehen sich immer auf den Multiscreen Preis – Ausspielung auf allen technisch verfügbaren Devices (CTV, Desktop, Tablet, Mobile). Optional: Individuelle Zusammenstellung der Devices + 10€, CTV-Ausschluss: gratis
- Bei individueller Zusammenstellung von Rubriken/Formaten innerhalb einer Site fallen +5€ Brutto TKP-Aufschlag auf den RoS TKP an.
- Die o.a. Preise gelten bis zu einer Spotlänge von 30 Sekunden (Ausnahme: TOGGO Youtube, TOGGO Universe und Bumper Ad bis 9"). Pro 5 Sekunden zusätzlicher Spotlänge fallen je 5€ Brutto TKP-Aufschlag an.
- Multiscreen und RoC Buchungen: Auslieferung nach Verfügbarkeit –kein Anspruch auf Auslieferung auf bestimmten Devices oder Inventaren.



Kids Channels

Kinder verantwortungsvoll begeistern – Dies schaffen nicht nur die starken TV und Gaming Umfelder in unserem Video Kids Portfolio, sondern dies ist auch unser Angebot an Ihre Produktmarke.

Unser vielseitiges und reichweitenstarkes Kids Portfolio ermöglicht Ihnen eine Datenschutz-konforme kontextuelle Ansprache Ihrer Zielgruppe. Die Redaktionen unserer Publisher beraten uns mit ihrer Zielgruppen-Expertise bei der granularen Zusammenstellung der Kids Channels.



Mädchen

Mädchen-affine Umfelder



Jungen

Jungen-affine Umfelder



6-13 Jahre

Umfelder für Kinder 6-13 Jahre





Datenschutz- und Gestaltungsrichtlinien für Kids-Umfelder

Datenschutzrichtlinie

1. Rechtliche Aspekte

Unter den Regelungen der Datenschutzgrundverordnung ist gerade die Verarbeitung von Daten von Kindern im Zusammenhang mit Onlinewerbung stark eingeschränkt und sehr sensibel. Selbstverständlich beachten wir daher in Kinderumfeldern die entsprechenden Vorgaben. Kampagnen sind wie nachfolgend beschrieben eingeschränkt:

2. Einschränkungen bei Kampagnen

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

Umfeld-Targeting wird angeboten. 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 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) wird angeboten; auf regionaler Ebene (z.B. HH, SH, B) muss dies 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.

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.

Cookies werden nur bei Vorliegen der gesetzlichen Voraussetzungen gesetzt.

3. Anlieferung und Prüfung

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

Die Ad Alliance 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.

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, 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.



Allgemeine Buchungsbedingungen

- Alle Preise in Euro und vorbehaltlich unterjähriger Preisanpassungen.
- Das Mindestbuchungsvolumen beträgt 5.000 € Kundennetto
- Es sind nicht alle Formate auf allen Sites bzw. in jeder Preiskategorie buchbar.
- Multiscreen und Run of Channel Buchungen: Auslieferung nach Verfügbarkeit – kein Anspruch auf Auslieferung auf bestimmten Devices oder Inventaren
- 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 Mitte

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

Verkaufsbuero.Frankfurt@ad-alliance.de

Verkaufsbüro West

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

Verkaufsbuero.Duesseldorf@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 die Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG sowie BAUER ADVANCE KG handelt die Ad Alliance GmbH als Dienstleister:
Für Media Impact agiert die Ad Alliance GmbH im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG,
für BAUER ADVANCE im Namen und für Rechnung der BAUER ADVANCE KG.

Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der betreffenden Gesellschaft, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb respektive www.baueradvance.com/agb/, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.