



# Contact+ TV

Direct TV

2025





# Wir machen Komplexes einfach



Mit Contact+ TV **transformieren wir TV** und nutzen dabei die Stärken von Digital



Contact+ TV macht **planbare Zielgruppen-Kontakte** im linearen TV buchbar



Damit bietet Contact+ TV **zentrale Vorteile** für den Kunden

**1**

Effiziente Mediaplanung

**2**

Optimale Planbarkeit

**3**

Garantierter Zielgruppen-TKP



# Zugang zum BigScreen

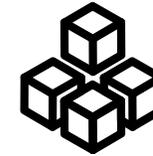
über  
unterschiedliche  
TV-Angebots-  
modelle

**Contact+TV**  
by AdAlliance

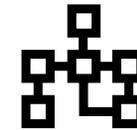
NEU



Klassisches  
TV



Direct  
TV



Programmatic  
TV



# Contact+ TV bietet für jedes Kundenbedürfnis den optimalen Einkaufsweg

## Direct TV

- Direkter Einkauf & Buchung über die Ad Alliance
- Automatisierte Kampagnenplanung- und optimierung mit künstlicher Intelligenz
- Pricing auf Basis Brutto TKPs



## Programmatic TV

- Automatisierter Einkauf & Buchung über die programmatische Strecke (DSP: Active Agent)
- Optimale Kampagnen-Auslieferung mittels Echtzeit-Daten
- Pricing auf Basis Netto TKPs



**Direct TV**



# DTV bietet kontaktbasierten Zugang zum linearen AdA-Portfolio und 21 Zielgruppen

Garantierte Kontaktverteilung	Basic	Basic +	Select	Select +
 TV-Portfolio inkl. RTL/VOX	-	 ohne Garantie	 min. 60%	 min. 70%
 RTL/VOX Primetime	-	-	Primetime min. 15%	Primetime min. 20%
 Timeslot	03 – 03 Uhr	03 – 03 Uhr	06 – 01 Uhr	06 – 01 Uhr
TKP-Index	75	90	100	110

## IO

Klassische Buchung meets automatisierte Auspielung

## Paketierung

4 Paketvarianten zur Auswahl

## Spotlängen

volle Flexibilität

## Pricing

Brutto-TKP nach Preisliste



# TKP Zielgruppen



Grundabdeckung über Auswahl  
sozio-demografischer Zielgruppen:  
fünf Alterscluster in vier Ausprägungen  
E/F/M/HHF



Z3+

E 14-49

F 14-49

M 14-49

HHF 14-49

E 14-59

F 14-59

M 14-59

HHF 14-59

E 20-59

F 20-59

M 20-59

HHF 20-59

E 30-59

F 30-59

M 30-59

HHF 30-59

E 40+

F 40+

M 40+

HHF 40+

# Custom+ Ausschlüsse



15% Aufschlag für bis zu drei Ausschlusskriterien:

Timeslot:

1-6 Uhr

6-9 Uhr

9-13 Uhr

Wochentage:

Mo

Di

Mi

Do

Fr

Sa

So

Sender:

ntv

Jeder Ausschluss gilt für sich in Gänze, nicht in Kombination mit anderen Ausschlüssen.

Bsp.: die Kombination Montag 9-13 Uhr ist nicht möglich. Möglich ist Montag komplett für 24 h und der gesamte Timeslot.



5

# Gründe für DTV

- 1 Planbare Zielgruppen-Kontakte
- 2 Fixer Zielgruppen-TKP
- 3 Direkter Zugang zu Linear TV
- 4 Effiziente Kampagnenauslieferung
- 5 Transparentes Reporting

# Muster Briefing Direct TV



## Briefing-Mail mit folgenden Bestandteilen:

- Vertragspartner: Agentur / Direktkunde
- Kunde (Neukunde oder Bestandskunde)
- Ggf. Produkt des Kunden
- Laufzeit
  - mindestens 7 Tage / Monat
  - maximal 31 Tage
  - nicht jahresübergreifend
- Zielgruppe (Vorgaben beachten)
- Sekundenlänge
- Basic, Basic+, Select, Select+
- Brutto- oder Nettobudget

# Berechnungs- Rabatt



## **Fall 1: Integration in eine bestehende BBV**

Der einheitliche Rabatt ergibt sich aus einer Durchschnittsberechnung der verhandelten Konsekutivrabatte je Sender in der BBV unter Berücksichtigung der Senderanteile je Paket.

## **Fall 2: Zusätzliche BBV oder Max3**

Zu verhandelnder einheitlicher Konsekutivrabatt.



# Abrechnungsrelevantes Leistungsreporting



**Kunde:** Firma Mustermann GmbH  
**Agentur:** Musterfrau GmbH  
**ID:** 1234  
**Kampagnenname:** TV\_TKP\_Mustermann\_GmbH\_Auftrag Nr.: 1234/0  
**Gesamtlaufzeit:** 01.09.2024 - 13.09.2024  
**Reportingzeitraum:** 01.09.2024 - 13.09.2024  
**Stand:** 05.11.2024

Pos.	Site	Platzierung	Werbemittel	Start	Ende	Art	Gattung	Einheiten gebucht	Einheiten geliefert	Einheiten abrechnungsrelevant
1	Ad Alliance Netzwerk	Basic	TV Spot	01.09.2024	16.09.2024	TKP TV	TV	2.170.500	2.239.457	2.170.500
<b>Gesamt</b>								2.170.500	2.239.457	2.170.500

Senderverteilung in %



Anteile (kontaktgewichtet)	SOLL	IST
RTL & VOX	0%	0%
RTL & VOX Prime Time	0%	0%



# AdAlliance

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.