

Wo Zielgruppen zu Treffergruppen werden.

Addressable TV Ratecard 2021



Vermarktung 2021

Markeninszenierung auf höchstem Niveau

Ad Alliance bündelt die Kompetenzen starker Medienpartner und bietet Ihnen crossmediale Buchungsmöglichkeiten über alle Gattungen hinweg. Mit der Vermarktung des Werbeinventars von IP Deutschland, G+J e|MS, smartclip, SPIEGEL MEDIA, rtv media group und als Dienstleister für Media Impact bietet Ad Alliance ein einzigartiges Qualitätsportfolio. Seinem Anspruch als Local Hero im deutschen Markt 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-, 93 Print-, 69 Audio-Marken sowie 339 Digitalangeboten.

TV



DIGITAL



PRINT



ATV



AUDIO





Produkt-Beschreibungen

Addressable TV (ATV) verknüpft die Reichweitenstärke des linearen Fernsehens mit der gezielten Aussteuerbarkeit der Online-Welt. Dies geschieht über den sog. HbbTV-Standard (Hybrid broadcasting broadband TV).

ATV-basierte Werbeformen steuern Werbebotschaften im linearen Programm über Adserver-Technologie zielgerichtet aus.

Fast die Hälfte der deutschen TV-Haushalte verfügt schon über ans Internet angeschlossene Smart TVs, so dass Addressable TV zu einer sinnvollen Ergänzung im Mediaplan geworden ist.

Ad Alliance bietet die folgenden Standard-ATV-Werbeformen an:



ATV Spot

- Wird unabhängig vom Umschaltvorgang im linearen Programmablauf platziert.
- Überblendet dabei sowohl Exklusivplatzierungen (Promotrailer/Post-Splits) als auch Spots im Werbeblock
- Anzeigedauer: 20 Sekunden
- Adressierbares Bewegtbild im Vollbild
- Nach verschiedenen Targeting-Kriterien aussteuerbar
- Erlaubt Kontaktklassenmanagement

Produkt-Beschreibungen

Switch In Formate:



Switch In XXL Switch In XXL Extended (15")

- Wird nach dem Ein- oder Umschaltvorgang, während des laufenden Programms ausgespielt.
- Legt sich kurzzeitig um das Bild der laufenden Sendung, welches hierfür skaliert wird.
- Animierbare Werbeeinblendung ohne Spot
- Interaktiv gestaltbar (Click-2-Video, Microsite)
- Nach verschiedenen Targeting-Kriterien aussteuerbar
- Erlaubt Kontaktklassenmanagement
- Anzeigedauer Switch In XXL Extended: 15 sek. statt 10 sek.



Switch In Zoom

- Wird nach dem Ein- oder Umschaltvorgang, während des laufenden Programms ausgespielt.
- Umrahmt das TV-Bild auf drei Stellen
- Nimmt rund 50% der Bildfläche ein
- Animierbare Werbeeinblendung ohne Spot
- Interaktiv gestaltbar (Click-2-Video, Microsite)
- Nach verschiedenen Targeting-Kriterien aussteuerbar
- Erlaubt Kontaktklassenmanagement



Switch In Masthead

- Tagesfestplatzierung mit maximaler Tagesnetto Reichweite
- Wird priorisiert beim Einschalten oder Umschalten am Tag auf einen Sender im Ad Alliance Portfolio ausgespielt
- Umrahmt den kompletten Bildschirm; nimmt rund 50% der Bildfläche ein
- Animierbare Werbeeinblendung ohne Spot
- Interaktiv gestaltbar (Click-2-Video, Microsite)
- Layout durch Echtzeitdaten dynamisierbar



Switch In Spot (10") Switch In Bumper (6")

- Werden nach dem Ein- oder Umschaltvorgang, während des laufenden Programms ausgespielt.
- Der in einen redaktionellen Rahmen gebettete Kundenspot legt sich für kurze Zeit über das lineare Programm.
- Individuell adressierbares Bewegtbild im Splitscreen
- Interaktiv gestaltbar (Click-2-Video, Microsite)
- Nach verschiedenen Targeting-Kriterien aussteuerbar
- Erlaubt Kontaktklassenmanagement



ATV Media

Switch In Formate

	ATV Stand Alone	ATV Incremental & Connect
Switch In XXL	50	60
Switch In XXL Extended	65	75
Switch In Zoom	65	75
Switch In Bumper à 6" ¹	50	60
Switch In Spot à 10" ¹	60	70
Switch In Masthead	Tagesfestpreis	-

Targetingaufschläge und Zusatzleistungen

Brutto-Aufschläge in Euro

	Switch In XXL Switch In XXL Extended Switch In Zoom	Switch In Bumper Switch In Spot	Switch In Masthead
Situatives Targeting			
Technisches Targeting ²	5	5	5
Geo & -enriched (Wetter ³ , etc.)	5	5	5 ⁴
Profilbasiertes Targeting			
Soziodemografie	10	10	-
Interessen (Behavioral Targeting) ⁵	10	10	-
Individuelles Targeting	Auf Anfrage	Auf Anfrage	-
Sequentielles Targeting			
Sequencing (Storytelling)	Keine Aufschlag	Kein Aufschlag	-
Zusatzleistungen ATV			
Soziodemografie (umfeldbasiert)	5	5	-
Exklusives Sendertargeting ⁶	5	5	-
Definierte Zeitschiene	10	10	-
Custom Channel ⁷	10	10	-

1 Produkt auf ausgewählten Sendern buchbar.

2 Stützt sich auf techn. Informationen, z. B. Gerätehersteller, Verbreitungsweg, SD/HD etc.

3 Dynamisches Wettertargeting mit nationaler Ausspielung, kein Aufschlag auf den TKP, aber Setup-Fee pro Kampagne. Bei regionaler Wetterkomponente fällt der Aufschlag für Geo-Targeting an.

4 Beim Switch In Masthead ist die regionale Ausspielung nur nach Absprache max. auf Bundeslandebene möglich

5 Interessenauspielung an Zielgruppensegmente von z. B. Sportinteressierte, Koch-/Food-Interessierte, Auto-/Motorinteressierte etc.

6 Definition eines einzelnen Senders, nur auf Sendern der Mediengruppe RTL Deutschland möglich.

7 Custom Channel = Umfeldauswahl nach Genre oder Auswahl mindesten 10 Umfelder.



ATV Media

ATV Spot

Zielgruppe (Soziodemographie, profilbasiert)		ATV Stand Alone	ATV Incremental & Connect
14+	E14+	80	90
	M14+	90	100
	F14+	85	95
	HHF14+	85	95
18-29	E18-29	120	130
	M18-29	160	170
	F18-29	135	145
	HHF18-29	135	145
30-49	E30-49	95	105
	M30-49	105	115
	F30-49	100	110
	HHF30-49	100	110
50+	E50+	90	100
	M50+	95	105
	F50+	95	105
	HHF50+	95	105

Targetingaufschläge und Zusatzleistungen

Brutto-Aufschläge in Euro

	ATV Spot
Situatives Targeting	
Technisches Targeting ¹	5
Geo-Targeting	5
Profilbasiertes Targeting	
Interessen (Behavioral Targeting) ²	10
Individuelles Targeting	Auf Anfrage
Sequentielles Targeting	
Sequencing (Storytelling)	Keine Aufschlag
Zusatzleistungen ATV	
Soziodemografie (umfeldbasiert)	-
Exklusives Sendertargeting	-
Definierte Zeitschiene	10
Custom Channel	-

1 Stützt sich auf techn. Informationen, z. B. Gerätehersteller, Verbreitungsweg, SD/HD etc.

2 Interessenaussspielung an Zielgruppensegmente, z. B. Sportinteressierte, Koch-/Food-Interessierte, Auto-/Motorinteressierte etc.



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.