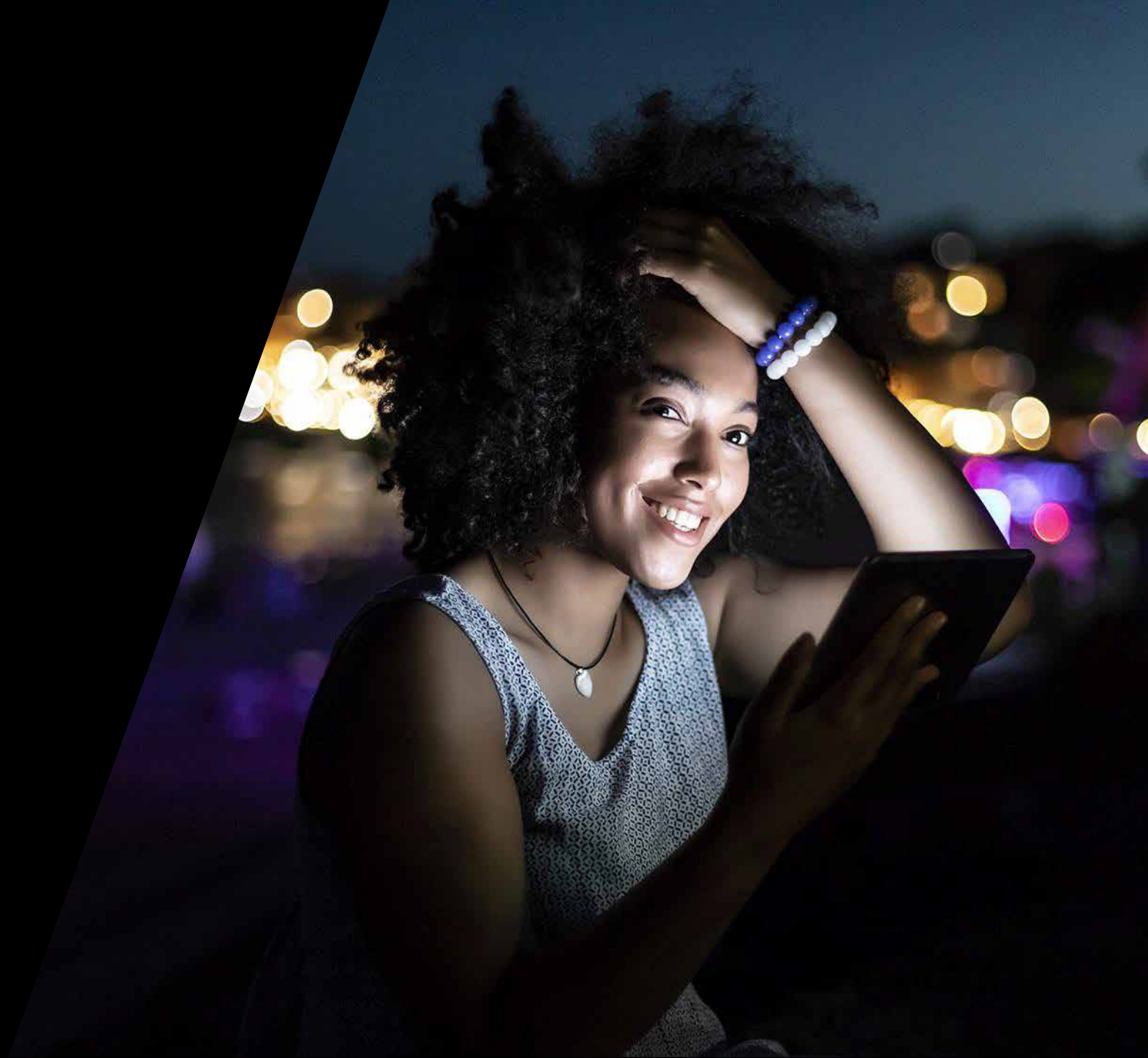




Contact+ TV

Direct TV

2026





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

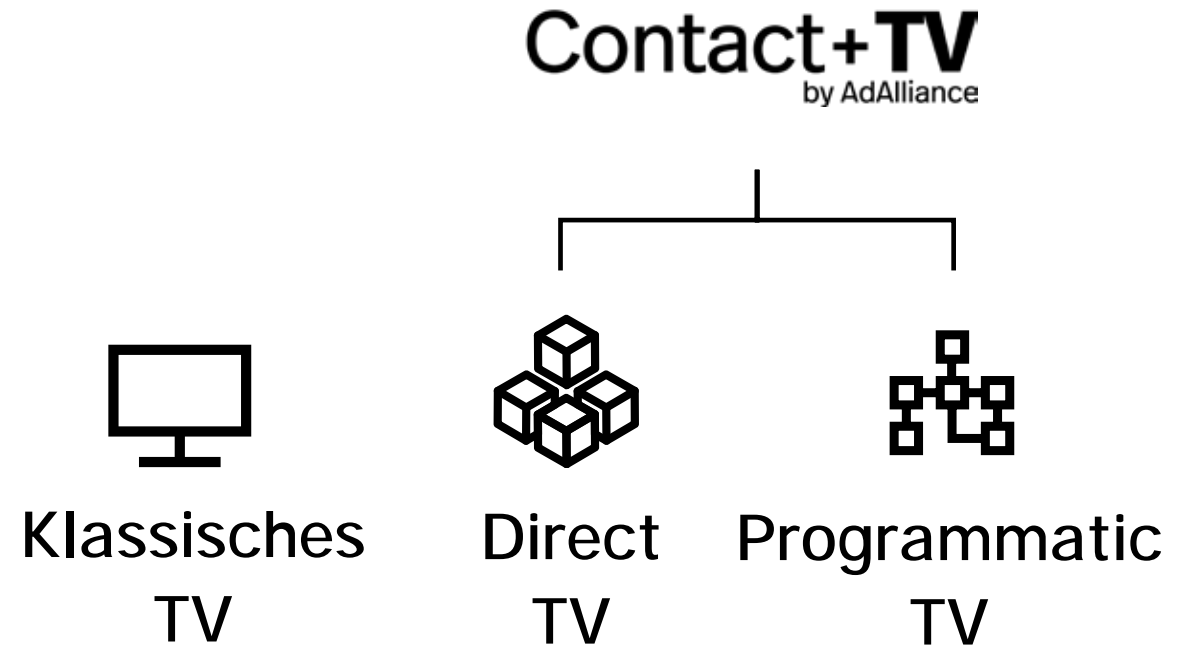
3

Garantierter Zielgruppen-TKP

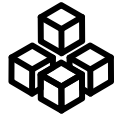


Zugang zum BigScreen

über
unterschiedliche
TV-Angebots-
modelle



Contact+ TV bietet für jedes Kundenbedürfnis den optimalen Einkaufsweg

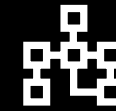


Direct TV

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

TKP

basierter
Einkauf



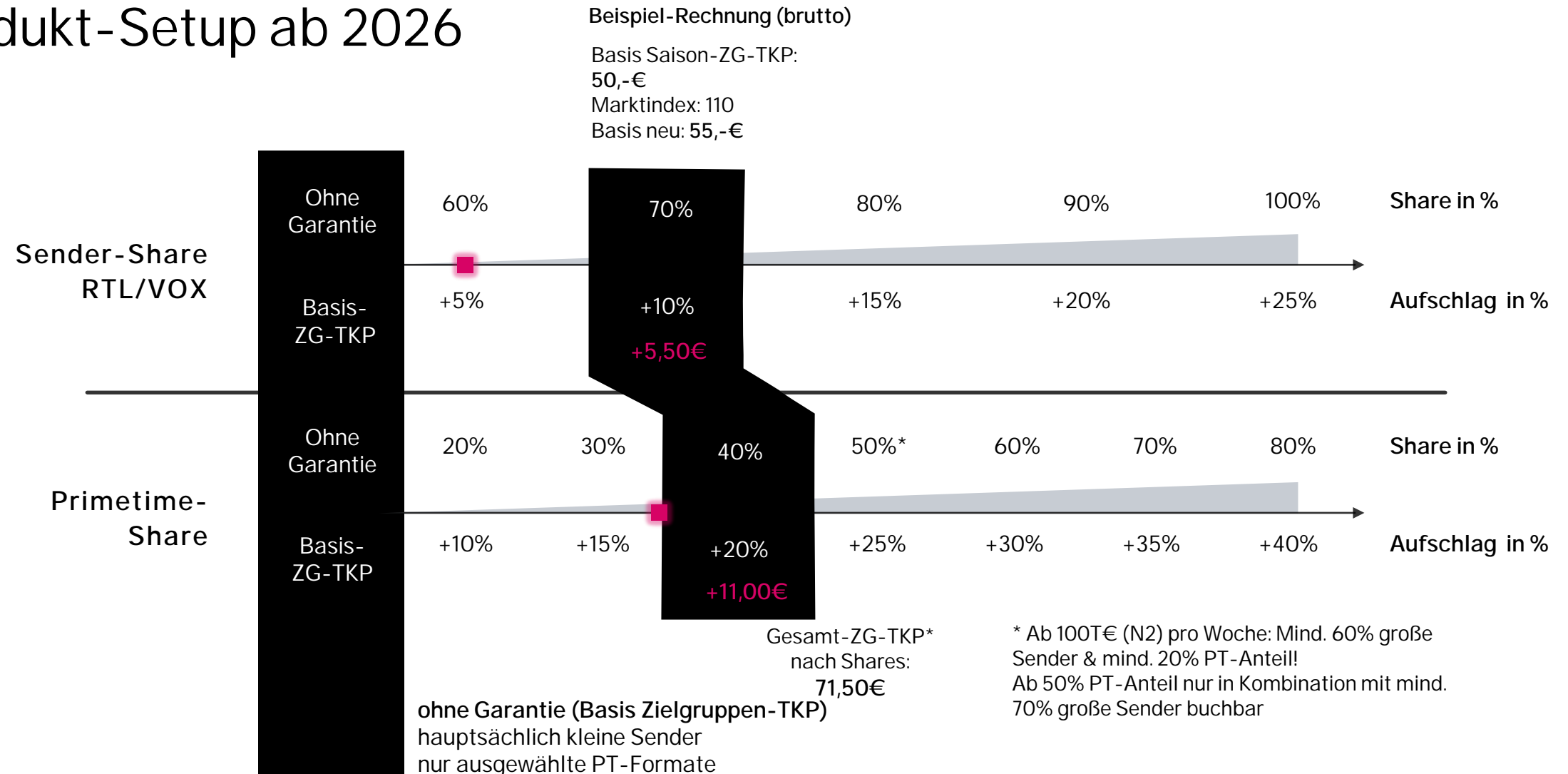
Programmatic TV

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



Direct TV

Contact+: Run of TV Produkt-Setup ab 2026





Direct TV: buchbare Zielgruppen

Ab 2026

12 neue
Zielgruppen



Grundabdeckung über Auswahl
sozio-demografischer Zielgruppen:
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 18-39	F 18-39	M 18-39	HHF 18-39
E 18-49	F 18-49	M 18-49	HHF 18-49
E 18-59	F 18-59	M 18-59	HHF 18-59
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.


DTV Reporting – ab 2026 mit erweiterten KPIs

Neu in
2026



Neues Reporting enthält mehr TV-Planungs KPIs*, u.a.:

 Bruttoreichweite in der gebuchten Zielgruppe

 Nettoreichweite* in der gebuchten Zielgruppe
sowie Z3+

 OTS* („Opportunity to See“)

 GRP* („Gross Rating Point“)



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 DTV

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
- Anteil große Sender & Primetime und ggf. Ausschlüsse
- 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 Sender- und Primetime-anteile.

Fall 2: Zusätzliche BBV oder Max3

Zu verhandelnder einheitlicher Konsekutivrabatt.



Abrechnungsrelevantes Leistungsreporting

Scribble

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
Gesamt								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%



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.