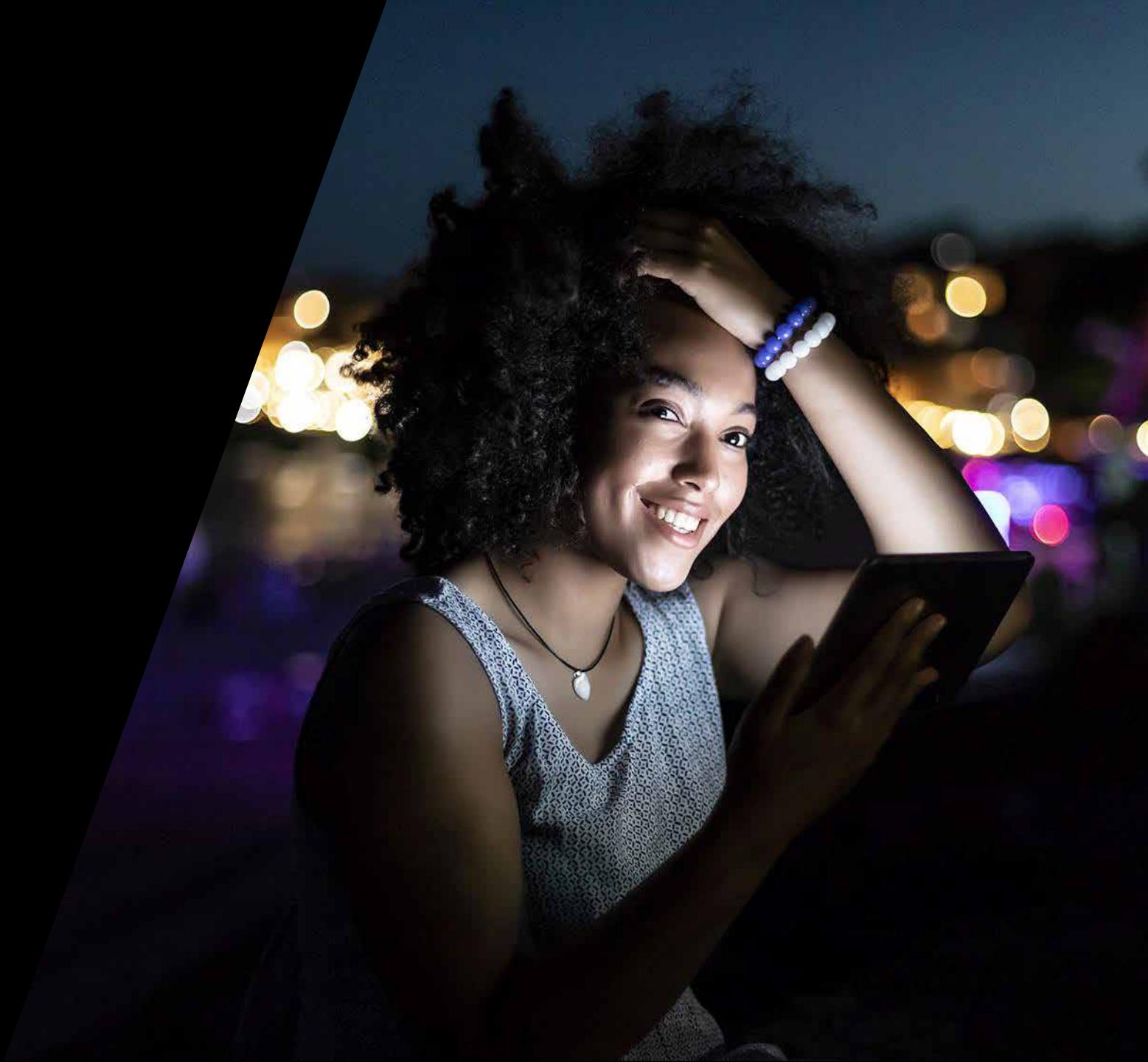




Contact+ TV

Direct TV

2026





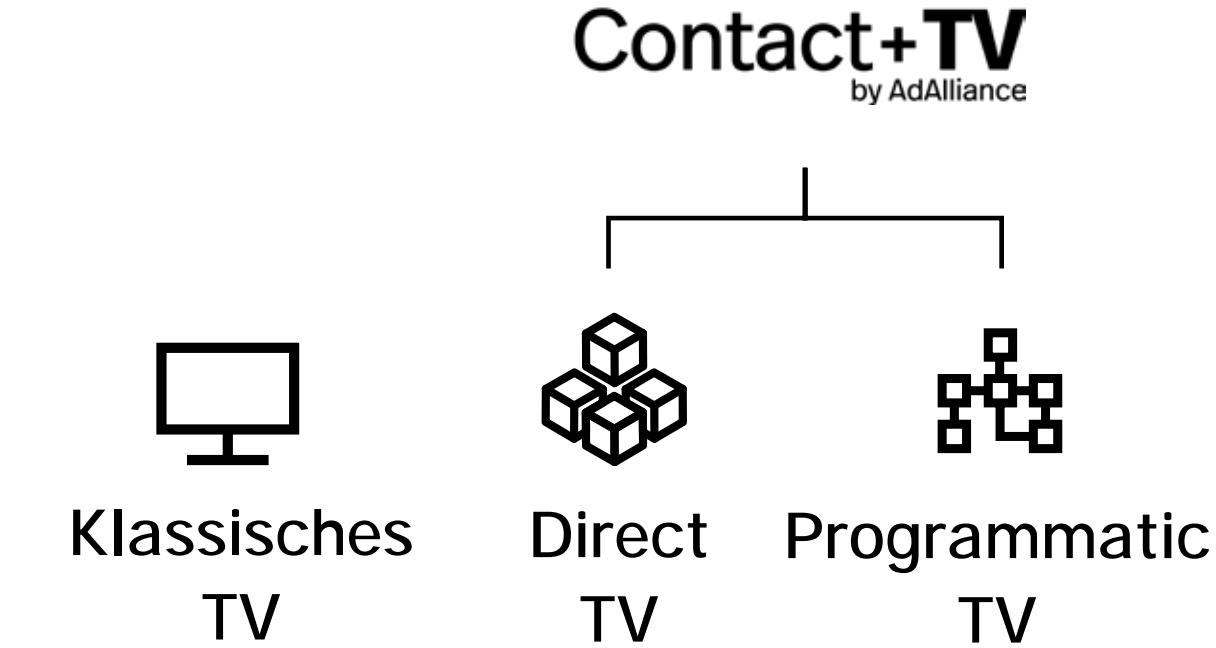
Wir machen Komplexes einfach



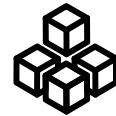
-  Mit Contact+ TV transformieren wir TV und nutzen dabei die Stärken von Digital
-  Contact+ TV macht planbare Zielgruppen-Kontakte im linearen TV buchbar
-  Damit bietet Contact+ TV zentrale Vorteile für den Kunden
 - 1 Effiziente Mediaplanung
 - 2 Optimale Planbarkeit
 - 3 Garantierter Zielgruppen-TKP

Zugang zum BigScreen

über
unterschiedliche
TV-Angebots-
modelle



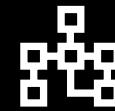
Contact+ TV bietet für jedes Kundenbedürfnis den optimalen Einkaufsweg



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



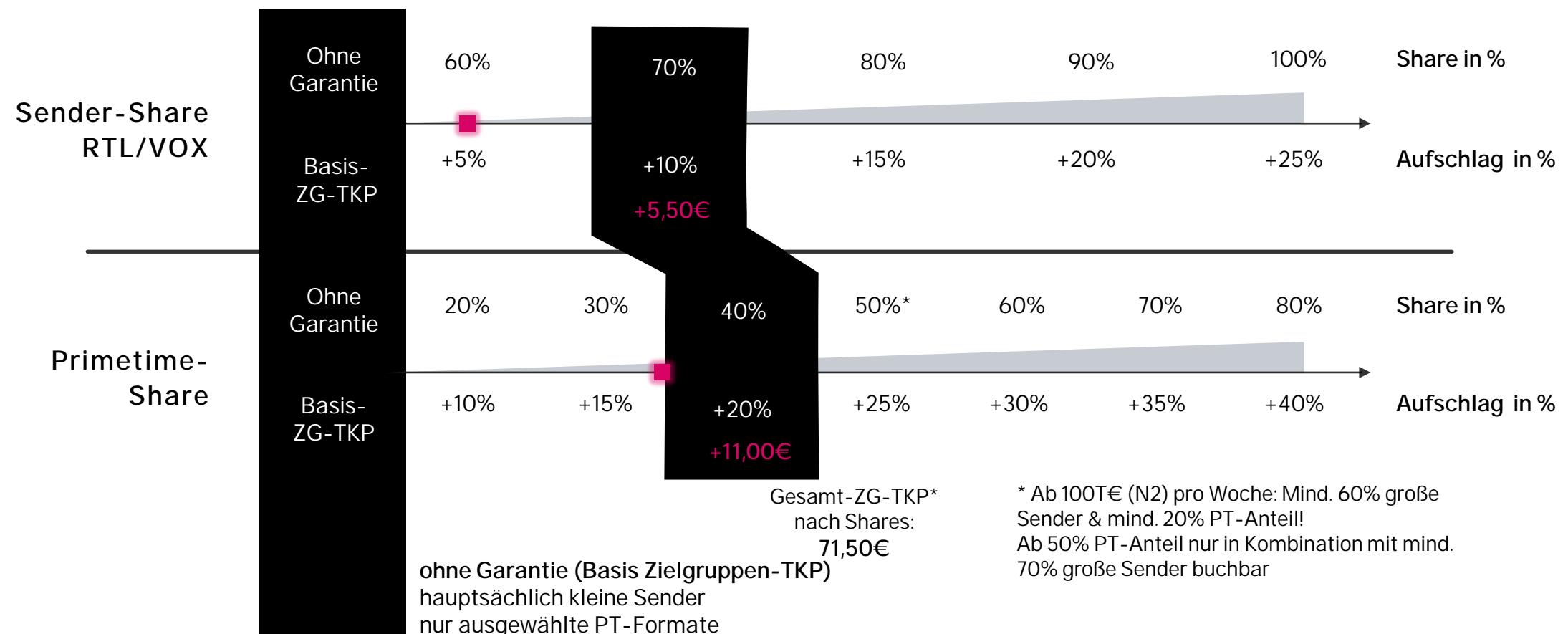
Direct TV

Contact+: Run of TV

Produkt-Setup ab 2026

Beispiel-Rechnung (brutto)

Basis Saison-ZG-TKP:
50,-€
Marktindex: 110
Basis neu: 55,-€



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“)

Gründe für DTV

5



- 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 Primetimeanteile.

Fall 2: Zusätzliche BBV oder Max3

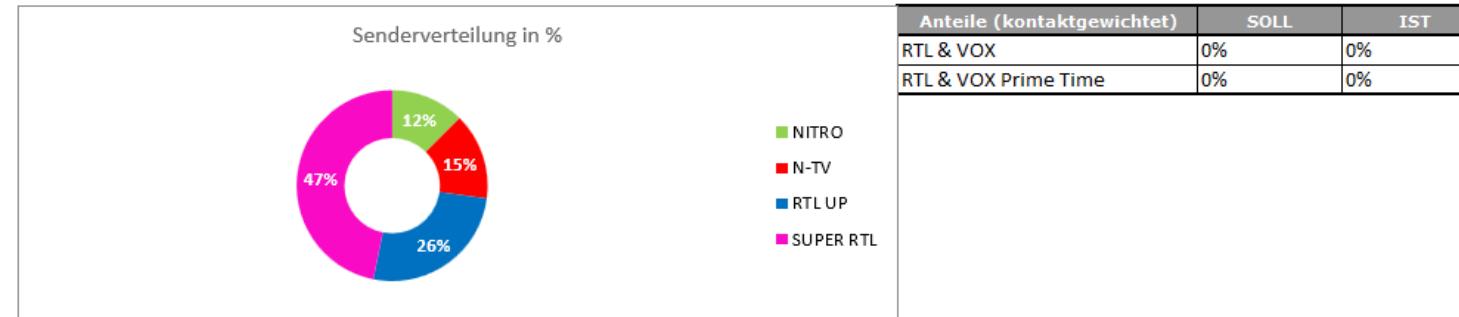
Zu verhandelnder einheitlicher Konsekutivrabatt.

Abrechnungsrelevantes Leistungsreporting

Kunde: Firma Mustermann GmbH
Agentur: Musterfrau GmbH
ID: 1234
Kampagnenname: TV_TKP_Mustermann_GmbH_Auftrag Nr.: 1234/0
Gesamtaufzeit: 01.09.2024 - 13.09.2024
Reportingzeitraum: 01.09.2024 - 13.09.2024
Stand: 05.11.2024

Scribble

Pos.	Site	Platzierung	Werbemittel	Start	Ende	Art	Gattung	Einheiten gebucht	Einheiten geliefert	Einheiten abrechnungs-relevant
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





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.