



2026

Pause Ad

Produktspezifische Informationen



Pause Ad

In-Stream



Mit der Pause Ad erreichen Sie Ihre Zielgruppe genau in dem Moment, in dem sie kurz durchatmet – ohne den Flow des Lieblingsinhalts zu stören. Ihre Marke nutzt die natürliche Sehpause, um mit einer aufmerksamkeitsstarken Botschaft präsent zu sein. So verbinden Sie Ihren Brand-Moment nahtlos mit dem Seherlebnis und schaffen ein positives, userzentriertes Werbeumfeld.

Vorteile:

- Höhere Akzeptanz, da Werbung nur im aktiven Pausenmoment erscheint
- Starke Branding-Wirkung durch großflächige, statische Inszenierung
- QR-Code Integration ermöglicht Interaktion auch auf dem CTV



Pause Ad

Buchungsinformationen

Werbeform	
Devices	Multiscreen (Big Screen, Desktop, Mobile, Tablet)
Preisklassen	ROS (RTL+, HBO Max), ROF (RTL+ bis 10/26: <u>Nur</u> Targeting auf Einzelformaten oder Ausschluss konkreter Formate - max. 20 Ausschlüsse/20 Titel)
Buchungswege	IO only (Programmatic für RTL+ ab 2027)
Targeting	RTL+: Targeting möglich analog InPage. HBO Max: Kein Sozio-Targeting, Geo-Targeting möglich.
FC	Möglich, Standardeinstellung 2/Tag
Details	Ausspielung 3 Sekunden nach Initiierung der Pause durch User. Bleibt angezeigt, bis die Anzeige durch eine Nutzerinteraktion geschlossen wird (Stream wird fortgeführt/geschlossen).
Buchungshinweise	
MBV	Standard MBV der Ad Alliance
Vorlaufzeiten	5 Werktage, 10 Werktage bei Kreation durch AdA
Abrechnungsform	TKP
Full Service	Optional
Spezifikationen	Video Spezifikationen



Pause Ad

Produktspezifische Informationen

Anforderungen physische Lieferung	Es gelten die Richtlinien der Ad Alliance für Werbematerialien, branchenbezogene Einschränkungen und sensible Inhalte. Die Anforderungen hinsichtlich Kontrast, rechtlicher Hinweise und Produktdarstellung müssen eingehalten werden. Nur statische Bilder. Das Key Visual, der Text und das Logo können innerhalb des Werbemittels frei positioniert werden. Bitte verwenden Sie ein zentrales Key Visual. Kein weißer Hintergrund. Die Einbindung eines QR-Codes ist zulässig. Werbemittel dürfen nicht wie redaktionelle Inhalte oder Produktplatzierungen aussehen. Keine UI-Elemente wie Schaltflächen nachahmen. Rechtliche Hinweise dürfen in das Werbemittel integriert werden und können auch an den Bildrändern platziert werden. Bitte beachten Sie die Sicherheitszonen: Vermeiden Sie Botschaften oder Markenlogos in der oberen rechten Ecke. Die Steuerelemente des Players können den unteren Bereich des Bildschirms überlagern; daher sollten in diesem Bereich keine wichtigen Informationen platziert werden.
Format	JPG PNG, 16:9
Gewicht	max. 800 MB
Abmessungen und Layout	1920x1080px
Werbekennzeichnung	Eine Werbekennzeichnung ("Werbung", schwarzer Text auf signalgelb) muss in die Anzeige integriert werden. Wir stellen das Template zur Verfügung.
Interaktion	RTL+: CTV keine Verlinkung. Desktop, Tablet, Mobile – klickbare Linkfläche. HBO Max: Keine Verlinkung.
Vorlaufzeiten	5 Arbeitstage , 10 Arbeitstage bei Kreation durch Ad Alliance. Kontakt: das-visualisierungen@ad-alliance.de
Kontakt	display-campaign@ad-alliance.de

Pause Ad

Creative Guideline

- **Werbekennzeichnung:** Ist Teil des Creatives ("Werbung", schwarzer Text auf gelb). Wir stellen das Template zur Verfügung. Bei Bedarf kann das Label auch durch uns eingefügt werden.
- **Bild:**
 - Statisches Bildmaterial, keine Animation oder Video. Das Key Visual, sowie Text und Logo können frei auf dem Creative angeordnet werden. Bitte ein zentrales Key Visual, keine Collage aus mehreren Produktbildern. Kein weißer Hintergrund. QR-Code-Einbindung in die Gestaltung möglich.
 - Creatives dürfen nicht wie Content oder Produktplatzierungen wirken (z.B. Serien-, Senderlogos, Format-Designs).
 - Keine UI-Elemente, wie Buttons oder Klickflächen, keine Player-Imitation.
- **Text:**
 - max. 1–2 Zeilen Headline, kurze Subline. Wir empfehlen kontextbezogene Nachrichten, die mit dem Erlebnis des Betrachters verbunden sind. Halten Sie die Schlagzeilen konversationell und vermeiden Sie eine direkte Antwortsprache.
 - Rechtliche Hinweise können Teil des Creatives sein und auch am Bildrand umgesetzt werden.
- **Sicherheitszone** einhalten: Vermeiden Sie Mitteilungen/Markenlogos oben rechts auf dem Bildschirm, dort befindet sich die Werbekennzeichnung. Einen kleinen Rand freihalten. Player Controls am unteren Bildrand können das Creative überlagern.





Wichtige Hinweise

Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH.

Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Sofern Teile des durch Ad Alliance geschuldeten Leistungsumfanges auch die technische Veranstaltung eines Gewinnspiels oder die Durchführung eines Events ist, ist der Vertragspartner dazu berechtigt, diesen Teil der Leistung unter Beachtung der Vertragsbedingungen Gewinnspiele der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb) an Dritte weiterzuverkaufen.

Es gelten die Vertragsbedingungen Gewinnspiele und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb).

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor, die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.

© Ad Alliance GmbH | 2026



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH, abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Ad Alliance ist die Vermarktungseinheit von RTL Deutschland und verantwortlich für die Vermarktung der Sender und Angebote von RTL Deutschland, der Bauer Media Group sowie des Video- und Addressable TV-Netzwerk von RTL AdAlliance. Als Dienstleister vermarktet Ad Alliance Printmarken sowie Digital-InPage-Marken von Media Impact und als Eigenhändler die Digital-InStream-Marken von Media Impact, ausgewählte Print- und Digitalmarken der FUNKE Mediengruppe sowie das Streamingangebot HBO Max von Warner Bros. Discovery.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter: www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.