



# Ratecard 2024 **ATV & xMedia**





# Vermarktung 2024

## Media ohne Grenzen – für maximale Wirkung

Bei Ad Alliance dreht sich alles um Wirkung: für starke Kampagnen und starke Marken. Welche Register wir dafür ziehen, richtet sich ganz nach der individuellen Zielsetzung unserer Kunden, also Ihnen. Die Palette an Möglichkeiten ist riesig und bietet für jede Situation die richtige Lösung: von klein bis riesengroß, vom standardisierten Produkt bis zum maßgeschneiderten Gesamtkonzept ist hier alles drin. Und vor allem: keine Grenzen – denn Crossmedialität ist genau unser Ding.

### Die Zukunft ist cross

Die im vergangenen Jahr gestartete „CrossOver Evolution“ als groß angelegte Innovationsoffensive für konvergente Vermarktung wird auch 2024 mit Nachdruck weiter fortgeführt: In einer Vielzahl von Initiativen rund um Produkte, Automatisierung und Leistungs- und Wirkungsnachweise erschließen wir crossmediale Potenziale für die Praxis und fügen die Entwicklungen komplementär zusammen.



Nachdem ATV und Online-Video bereits ganzheitlich übergreifend gebucht, ausgespielt und ausgewertet werden können, wird im kommenden Jahr besonders die Integration des linearen TV in die übergreifenden Logiken im Fokus stehen.

### Mehr Vortrieb durch Data & Tech

Benefits im Sinne der Wirkung entstehen auch durch Automatisierung und Individualisierung: Wir setzen auf neueste Technologie, um Ihren Kampagnenalltag einfacher und Prozesse schneller zu machen – und dabei gleichzeitig mehr Transparenz zu bieten.

Mit unserer Datenkompetenz wird Ihre Ausspielung noch treffsicherer, und Ihre Werbemittel werden noch relevanter: So etablieren wir etwa unter der Klammer „Dynamic Creative Ads“ eine neue Generation innovativer, datengetriebener Werbeformen, bei denen automatisiert eine Vielzahl von Datensignalen einfließen können, um jedes Individuum innerhalb der Zielgruppe maximal spezifisch anzusprechen.

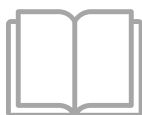
### Das kreative Rundum-Sorglos-Paket

Unverzichtbar für einprägsame Kampagnenkommunikation und nachhaltigen Markenaufbau sind und bleiben besondere Ideen. Mit unserem Ad+Concept Studio als hausinterner Kreativschmiede mit besten Verbindungen zu unseren Publishern haben Sie hierfür den perfekten Partner.



Von aufmerksamkeitsstarken Sonderwerbformen bis zur individuell entworfenen, gattungsübergreifend vernetzten Kampagnenlösung mit Full Service – unsere Experten lieben es, Ihre Marke wirkungstark mit unserem Portfolio zu verbinden.

**Wir sind bereit für Ihre Zielsetzung!**





# Portfolio

Marken lieben Marken – besonders wenn es die stärksten Medienbrands des Landes sind, die für Qualität und Haltung stehen und bei den Konsumenten Sympathie und Vertrauen genießen. Kampagnen profitieren dabei von Brand Safety und erhalten einen zusätzlichen Wirkungsschub über die Strahlkraft der Umfeldler.

Die hier aufgeführten Marken stehen nur stellvertretend fürs gesamte Ad Alliance-Portfolio mit seinen insgesamt über 500 Angeboten. Hier gibt's für jede Zielgruppe und jeden Reichweitenbedarf die richtige Bühne.



## PRINT



## TV



## AUDIO



## DIGITAL



## ATV





# Ad Alliance Addressable TV

Relevant, intelligent,  
zukunftsweisend

Addressable TV kombiniert die Stärken von TV und der Online-Welt. Reichweite, Emotionalisierbarkeit und Glaubwürdigkeit treffen auf personalisierte Ansprache und exakte Aussteuerbarkeit des Werbedrucks.

## Setzen Sie auf Addressable TV bei Ad Alliance:

- **Größtes ATV-Portfolio in Deutschland** mit einer umfassenden Bandbreite an Reichweiten- und Zielgruppen-Sendern
- **Intelligente und zukunftsweisende Vermarktungsprodukte** zur optimalen und effizienten Erreichung von Kampagnen-Zielen für große und kleine Budgets, für Kampagnen mit oder ohne Spot
- **Datenbasierte Zielgruppen-Ansprache** mit der Option einer gattungsübergreifenden Userverknüpfung via Cross Device
- **Enabler von Händlermarketing-Kampagnen auf dem Big Screen** durch intelligente Dynamisierung von ATV-Werbemitteln mit Echtzeitdaten
- **Brücke zum linearen TV** mit der Möglichkeit des Einsatzes von ATV-spezifischen Targetings auch bei linearen TV-Spotkampagnen



# ATV-Inventare

	Run of Network	Run of Channel
<p><b>ATV Spot</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Maximale Reichweite durch Ausspielung im gesamten ATV-Netzwerk der Ad Alliance</li> <li>▪ Intelligente und geräteübergreifende Aussteuerung des ATV Spots</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reichweitenstarke Zielgruppenansprache mit minimierten Streuverlusten durch Bündelung relevanter Umfeldler zu ausgewählten Themenchannel</li> </ul>
<p><b>Switch In</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Maximale Reichweite durch Ausspielung im gesamten linearen TV-Senderportfolio der Ad Alliance</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reichweitenstarke Zielgruppenansprache mit minimierten Streuverlusten durch Bündelung relevanter Umfeldler zu ausgewählten Themenchannel</li> </ul>
<p><b>noch mehr Reichweite?</b></p> <p>➤ Kombinieren Sie ATV Spot oder Switch In mit Online Video. Mehr Details <a href="#">hier</a></p>		
<p><b>Dynamic Creative Ad</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Reichweitenstarke, intelligente Dynamisierung von ATV-Werbemitteln mit Echtzeitdaten</li> <li>▪ Einsatz im situativen Marketing oder Händlermarketing</li> </ul>	
<p><b>TV Add On</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Differenzierte ZG-Ansprache basierend auf dem linear eingesetzten TV-Werbemittel</li> </ul>	

# ATV-Werbeformen

## ATV Spot



- > Überblendung von Spots im linearen Fernsehen und in linearen Streams sowie Ausspielung auf Pre-Roll-Platzierungen (vor Stream-Start)
- > Ausspielung auf Pre-Roll-Platzierungen in ausgewählten Video on Demand-Inventaren (CTV)
- > Ausspielung im Vollbild mit standardisierte Spotlängen

## Switch In



- > Exklusive Ausspielung im laufenden TV-Programm nach dem Ein- oder Umschaltvorgang
- > Werbliche Umrahmung oder Überblendung des linearen TV-Bildes
- > Erlaubt Werbung ohne Spot \*
- > Animierbar und interaktionsfähig \*

### Switch In XXL \*

### Switch In XXL Extended \*

- Legt sich für 10 bzw. 15 Sekunden als L-förmiger Rahmen um das skalierte TV-Bild

### Switch In Zoom \*

- Großflächige, 10-sekündige dreiseitige Umrahmung des TV-Bildes (ca. 50 %)

### Switch In Masthead \*

- Tagesfestplatzierung mit maximaler Tages-Netto-RW (Erstkontakt auf TV-Gerät)
- Komplette, ca. 10-sekündige Umrahmung des TV-Bildes (ca. 50 %)

### Switch In Bumper Switch In Spot

- Spot im redaktionellem Rahmen überblendet das lineare TV-Programm für 6 bzw. 10 Sekunden

**Technische Spezifikationen** für unsere ATV-Werbeformen, Vorlaufzeiten, Infos zu Interaktionsmöglichkeiten und Dynamisierungsoptionen u. ä. sowie besondere Hinweise für OTC-Kunden, Casino- und Wettanbieter und Social Spots finden Sie unter [Spezifikationen - Ad Alliance \(ad-alliance.de\)](https://www.ad-alliance.de)



# ATV-Werbeformen

## Dynamic Creative Ad



- Intelligente Dynamisierung der Werbemittel mit Echtzeitdaten
- Umfangreiches Spektrum an auswählbaren Datenpunkten oder Verknüpfung mit kundeneigenem Datenpool
- Einsatz im situativen Marketing oder Händlermarketing

### Switch In XXL DCA

- Analog Standard Switch In XXL
- Dynamisierungsfläche auf dem L-Banner zur freien Gestaltung

### Switch In Spot DCA

- Analog Standard Switch In Spot
- Der untere Schenkel des Rahmens steht als zusätzliche Werbefläche zur Verfügung und kann für die Dynamisierung genutzt werden

### ATV Spot DCA

- Analog Standard ATV Spot
- Skalierung des ATV Spots und Umrahmung mit einem werblichen L-Banner zur Dynamisierung

## TV Add On



- Differenzierte ZG-Ansprache basierend auf dem linear eingesetzten TV-Werbemittel
- Smarte Extras zur Anreicherung der linearen TV-Kampagne

### Spot Overlay (Video)

- Der lineare TV-Spot des Kunden wird via HbbTV durch einen kundeneigenen Spot überblendet
- Optimierung der TV-Kampagne nach soziodemografischen Merkmalen, regionalen Zielgruppengebieten oder Kontaktclassen

### Spot Frame Spot Overlay (Display)


- Via HbbTV legt sich ein werblicher Rahmen um bzw. ein Banner auf den linearen TV-Spot
- Banner und Rahmen enthalten werbliche – auf Wunsch auch lokal aussteuerbare – Zusatzinfos zum national ausgestrahlten Spot

### Add On auf TV Cut In und TV Framesplit

- Im linearen TV ausgestrahlte Ad Specials „Cut In“ und „Framesplit“ erhalten ein via HbbTV ausgespieltes Interaktions- oder Dynamisierungsfeature, z. B. Regio-, Shopping- oder Gewinnspielhinweise

### Sponsor-Switch In

- Ergänzung eines TV-Sponsorings via Switch In XXL

 **Technische Spezifikationen** für unsere ATV-Werbeformen, Vorlaufzeiten, Infos zu Interaktionsmöglichkeiten und Dynamisierungsoptionen u. ä. sowie besondere Hinweise für OTC-Kunden, Casino- und Wettanbieter und Social Spots finden Sie unter [Spezifikationen - Ad Alliance \(ad-alliance.de\)](https://www.alliance.de)



# ATV-Preise

	Spotlänge / Einblendezeit	Brutto-TKP in €	
		Run of Network	Run of Channel
<b>ATV Spot <sup>1</sup></b>			
	10", 15", 20"	100	110
	30"	150	160

<sup>1</sup> Für folgende Optionen fallen beim ATV Spot TKP-Aufschläge auf den Basispreis an: Ausschluss von „Tablet+Mobile“ +10 € sowie Buchungsoption „Linear Only“ +10 €.

<b>Switch In</b>				
	<b>Switch in XXL</b>	10"	70	80
	<b>Switch In XXL Extended</b>	15"	95	105
	<b>Switch In Zoom</b>	10"	95	105
	<b>Switch In Masthead <sup>2</sup></b>	10"	Tagesfestpreis	-
	<b>Switch In Bumper</b>	6"	75	85
	<b>Switch In Spot</b>	10"	100	110

<sup>2</sup> Der Switch In Masthead ist nur „Run of Network“ buchbar, ohne weitere ZG-Einschränkungen.

<b>Dynamic Creative Ad <sup>3</sup></b>				
	<b>Switch In XXL DCA</b>	10"	80	-
	<b>Switch In Spot DCA</b>	10"	110	-
	<b>ATV Spot DCA <sup>4</sup></b>	20"	110	-

<sup>3</sup> Geo-Targetingaufschlag ist bereits im TKP inkludiert

<sup>4</sup> Ausspielung aktuell noch HbbTV only

<b>TV Add On <sup>5</sup></b>				
	<b>Spot Overlay (Video)</b>	-	25	
	<b>Spot Frame <sup>6</sup></b>	-	15	
	<b>Spot Overlay (Display) <sup>6</sup></b>	-	15	
	<b>Add On auf TV-Framesplit/-Cut In <sup>6</sup></b>	-	15	
	<b>Sponsor-Switch In <sup>7</sup></b>	10"	80	

<sup>5</sup> Für TV Add Ons fallen keine zusätzlichen Kosten für Targeting oder dynamische Motivaussteuerung auf Basis situativer Daten an, diese sind im Preis inkludiert; Ausnahme Sponsor-Switch In, siehe hierzu bitte Ziffer 7.

<sup>6</sup> Auch mit Interaktionsmöglichkeit buchbar, z. B. als Shopping Ad.

<sup>7</sup> Sponsor-Switch In ist exklusiv nur in Kombination bzw. ergänzend zu einem Sponsoring im linearen TV ohne Targeting buchbar.

**Hinweise:**

- Falls nicht anders gekennzeichnet, verstehen sich die vorgenannten Preise für ATV-Werbeformen als Bruttopreise ohne Berücksichtigung etwaig gewählter Targetings oder Zusatzleistungen sowie sonstiger Spezifizierungen.
- Anfallende Aufschläge und Zusatzkosten verstehen sich stets additiv zu den oben aufgeführten Preisen.
- Individualisierte Inventarzusammenstellungen auf Anfrage.





# ATV-Targeting

	Brutto-TKP Aufschläge in €
<b>Profilbasiertes Targeting</b>	
Soziodemografie / Interesse	+10
Smart Group / Behaviour Group	+15
Custom Targeting	Auf Anfrage
<b>Umfeldaffine Zielgruppenansprache (via AGF/GfK-Panel) <sup>1</sup></b>	
Soziodemografie	+10
<b>Sequentielles Targeting</b>	
TV-Spot > ATV Reminder / Incremental	+10
TV-Spot > ATV Frequency	+15
Cross Device <sup>2</sup> Reminder / Incremental	+20
<b>Technisches Targeting</b>	
Geo   Bundesland, Stadt, PLZ-Gebiet <sup>3,4</sup>	+5
Geo   Geo-basierte Zielgruppensegmente <sup>5</sup>	+10

<sup>1</sup> Nur in RoN buchbar.

<sup>2</sup> Die hier aufgeführten Aufschläge und Spezifizierungen für Cross Device gelten ausschließlich für eine gattungsübergreifende Verlängerung ausgehend von digitale Werbemitteln in Richtung ATV. Spezifizierungen und Preise für eine gattungsübergreifende Verlängerung ausgehend von (A)TV nach Digital finden sie in der „Digital Ratecard 2024“. (<https://www.ad-alliance.de/cms/portfolio/digital/preise.html>)

<sup>3</sup> Beim Switch In Masthead ist Geo-Targeting nur nach Rücksprache und maximal auf Bundeslandebene möglich.

<sup>4</sup> Beim ATV Spot ist eine lokalisierte Ausspielung von Motiven nur in Kombination mit „Soziodemografie“ bzw. Nutzung eines Themen-Channels buchbar.

<sup>5</sup> Geo-basierte Zielgruppen über Dienstleister wie AZ Direct (z. B. Milieus, KBA-Daten).



## Hinweise:

- Die oben aufgeführten Targeting-Aufschläge verstehen sich additiv zu den ATV-Preisen.
- Der Aufschlag innerhalb einer thematischen Targeting-Kategorie (bspw. Profilbasiertes Targeting) bemisst sich nach der Targeting-Art mit dem höheren Aufschlag. Aufschläge verschiedener Targeting-Kategorien sind additiv anzurechnen.
- Die Kombination von mehreren Targeting-Kategorien führt zur Reduzierung der Kampagnen-Reichweite. Wir empfehlen, insgesamt nicht mehr als zwei Kriterien zu kombinieren.

# Ad Alliance xMedia

Einfach Crossmedial



Unsere xMedia Ads **bieten maximale crossmediale Reichweite** durch die Kombination der Gattungen ATV und Digital.

## > Einfache Buchung & Umsetzung

- > EIN Volumen
- > EIN Preis
- > EIN Auftrag
- > EIN Werbemittel
- > EIN Reporting
- > EINE Abrechnung

## > Übergreifende Aussteuerung & Optimierung

- > Crossmediale Targetings
- > Gattungsübergreifendes Capping auf Haushalts-Ebene mit dem xMedia FC



# xMedia-Preise

		Spotlänge	Fokus-Gattung <sup>2</sup>	Brutto-TKP in € Run of Network
<b>ATV &amp; In-Stream</b>				
<b>BigScreen Spot</b>		10", 15", 20"	-	100
		30"	-	125
<b>ATV &amp; In-Stream &amp; Out-Stream<sup>1</sup></b>				
<b>xMedia Spot</b>		10", 15", 20"	ATV	76
			OLV	64
		30"	ATV	106
			OLV	84
<b>xMedia Bumper</b>		6"	ATV	57
			OLV	48

<sup>1</sup> Für folgende Optionen fallen TKP-Aufschläge auf den Basispreis an: Gattungs-Ausschluss „Out-Stream“ +10 €, Mobile-Ausschluss +10 €, CTV-Ausschluss: gratis  
<sup>2</sup> Die Fokus-Gattung (Addressable TV vs. Online Video) überwiegt in der Auspielung

- Hinweise:**
- Preise beziehen sich immer auf den Multiscreen Preis – Auspielung auf allen technisch verfügbaren Devices (ATV, CTV, Desktop, Tablet, Mobile).
  - Auslieferung nach Verfügbarkeit – kein Anspruch auf Auslieferung auf bestimmten Devices oder Inventaren
  - Individualisierte Inventarzusammenstellungen auf Anfrage



# xMedia-Targeting

		Brutto-TKP Aufschläge in €
<b>Profilbasiertes Targeting</b>		
Soziodemografie / Interesse		+10
Smart Group / Behaviour Group		+15
Custom Targeting		Auf Anfrage
<b>Sequentielles Targeting</b>		
Cross Device	Reminder / Incremental	+20
Cross Device <sup>1</sup>	Frequency	+25
<b>Technisches Targeting</b>		
Geo	Bundesland, Stadt, PLZ-Gebiet	+5

<sup>1</sup> Die hier aufgeführten Aufschläge und Spezifizierungen für Cross Device gelten ausschließlich für eine gattungsübergreifende Verlängerung ausgehend von linearem TV in Richtung xMedia.



## Hinweise:

- Aufschläge gelten vorbehaltlich unterjähriger Preisanpassungen.
- Der Aufschlag innerhalb einer thematischen Targeting-Kategorie (bspw. Profilbasiertes Targeting) bemisst sich nach der Targeting-Art mit dem höheren Aufschlag. Aufschläge verschiedener Targeting-Kategorien sind additiv anzurechnen.
- Die Kombination von mehreren Targeting-Kategorien führt zur Reduzierung der Kampagnen-Reichweite. Wir empfehlen, insgesamt nicht mehr als zwei Kriterien zu kombinieren



## Allgemeine Buchungsbedingungen

- Alle Preise in Euro und vorbehaltlich unterjähriger Preisanpassungen.
- Das Mindestbuchungsvolumen beträgt für
  - ATV: 15.000 € Kundennetto (nationale Kampagnen)  
5.000 € Kundennetto (regionale Kampagnen)
  - xMedia: 15.000 € Kundennetto (nationale Kampagnen)  
7.500 € Kundennetto (regionale Kampagnen)
- Es sind nicht alle Werbeformen auf allen Sender bzw. in allen Umfeldern in jeder Preiskategorie buchbar.
- Run of Channel-Buchungen: Auslieferung nach Verfügbarkeit – kein Anspruch auf Auslieferung auf bestimmten Inventaren.
- Für Add On-Werbeformen gelten separate, von den vorgenannten Buchungsbedingungen abweichende Rahmenbedingungen.
- Die AGBs finden Sie unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb)

### Zahlungsbedingungen:

Rechnungsfälligkeit innerhalb von 10 Tagen nach Rechnungsdatum.  
Innerhalb dieser Frist werden 2 % Skonto gewährt, es sei denn,  
es bestehen noch ältere Forderungen.



# 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](mailto:info@ad-alliance.de)  
[www.ad-alliance.de](http://www.ad-alliance.de)

## Ad Alliance – Verkaufsbüros

### Verkaufsbüro Nord

Überseeallee 10  
20457 Hamburg  
Telefon: +49 40 286686-282

[Verkaufsbuero.Hamburg@ad-alliance.de](mailto:Verkaufsbuero.Hamburg@ad-alliance.de)

### Verkaufsbüro Mitte

Speicherstraße 53  
60327 Frankfurt am Main  
Telefon: +49 69 219338-282

[Verkaufsbuero.Frankfurt@ad-alliance.de](mailto:Verkaufsbuero.Frankfurt@ad-alliance.de)

### Verkaufsbüro West

c/o Design Offices GmbH  
Kaiserstraße 5  
40221 Düsseldorf  
Telefon: +49 211 90168-0

[Verkaufsbuero.Duesseldorf@ad-alliance.de](mailto:Verkaufsbuero.Duesseldorf@ad-alliance.de)

### Verkaufsbüro Süd

Balanstraße 73 (Haus 31 E)  
81541 München  
Telefon: +49 89 380153-282

[Verkaufsbuero.Muenchen@ad-alliance.de](mailto:Verkaufsbuero.Muenchen@ad-alliance.de)



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,  
abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb).

Für die Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG sowie BAUER ADVANCE KG handelt die Ad Alliance GmbH als Dienstleister:  
Für Media Impact agiert die Ad Alliance GmbH im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG,  
für BAUER ADVANCE im Namen und für Rechnung der BAUER ADVANCE KG.

Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der betreffenden Gesellschaft, abrufbar unter:  
[www.mediaimpact.de/de/agb](http://www.mediaimpact.de/de/agb) respektive [www.baueradvance.com/agb/](http://www.baueradvance.com/agb/), es sei denn es ist anders gekennzeichnet.