

KAMPAGNENBAUSTEINE #ADDRESSABLE TV #CONNECTED TV

SWITCH DICH REIN

ÜBER ADDRESSABLE TV & CONNECTED TV

- # Addressable TV: Alle Switch-In Werbemittel auf dem TV-Gerät im linearen TV-Programm.
- # Connected TV: Alle sonstigen Digital Ads auf dem TV-Gerät.
- # Addressable und Connected TV ergeben gemeinsam eine ideale Big-Screen-Kombination.

DIGITAL ADS IM TV

RTLZWEI

► ÜBERBLICK | BIG SCREEN KOMBINATION

*Quelle: SmartX, durchschnittlich pro Monat, Zeitraum: 01. Januar - 31. August 2022

NUTZUNG

Lineares TV-Programm

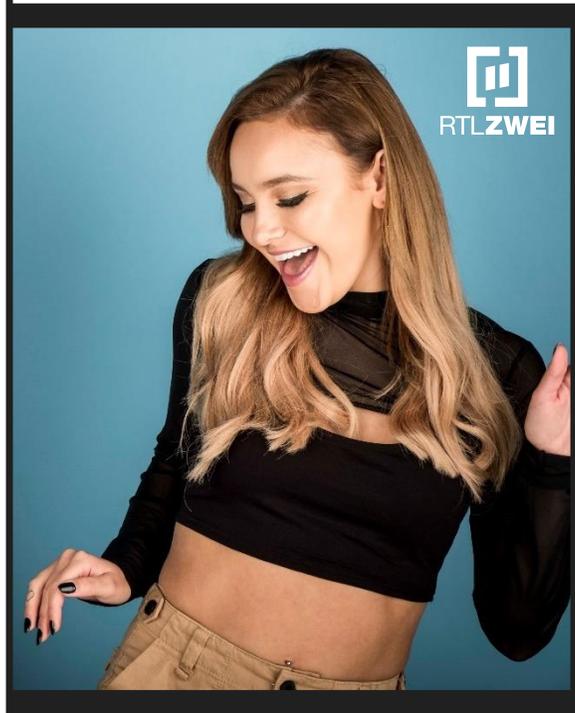
WERBEFORMEN

Switch-In-Variationen

DSP

Active Agent

ADDRESSABLE TV



CONNECTED TV

NUTZUNG

VOD - RTL+
VOD - RTLZWEI.de
LiveStream RTL+
TV-Live-Signal
YouTube RTLZWEI

WERBEFORMEN

Klassische Rolls

DSP

Diverse

ÜBER BIG SCREEN & MULTI SCREEN

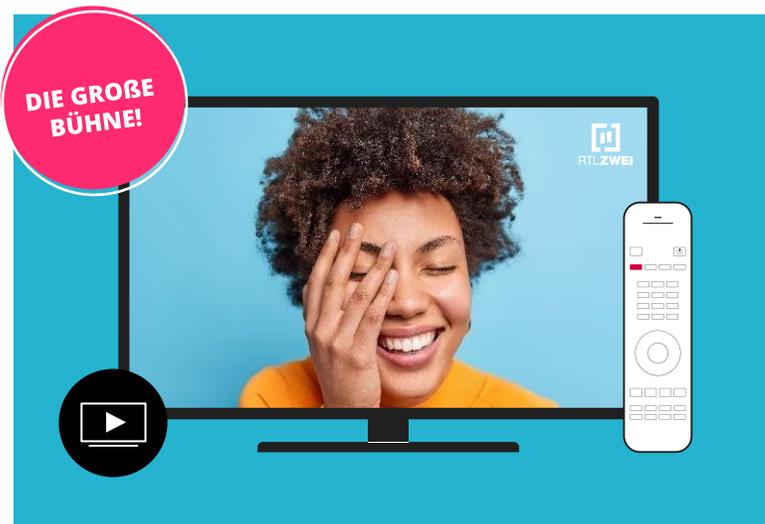
- # Die Verbindung aus TV- und Digital-Werbung sorgt für höchste Medienqualität und Awareness.
- # CrossContact: Bruttoreichweite, Zeitraum, Zielgruppe und nur EIN Spot – den Rest übernimmt EL CARTEL
- # CrossDevice: Optimierung Ihrer Kampagne auf allen verfügbaren Screens innerhalb eines Haushalts.

DIGITAL ADS IM TV

RTLZWEI

► ÜBERBLICK | BIG SCREEN & MULTISCREEN

BIG SCREEN



Kombination aus ATV & CTV ermöglicht **Digital Ads** im linearen und non-linearen TV-Programm

MULTI SCREEN

CROSSCONTACT



Mit nur **EINEM Spot** effizient und umfangreich auf vielen Bewegtbildkanälen des RTLZWEI Kosmos werben

CROSSDEVICE



Mit **vielfältigen Targeting-Optionen** geräteübergreifend die gewünschte Zielgruppe **reichweitenoptimiert** ansprechen

ÜBER ADDRESSABLE TV & CONNECTED TV

- # Werbebotschaften bestmöglich aussteuern und effizient einsetzen.
- # Dabei greifen die unterschiedlichsten Targeting-Optionen.
- # Durch zunehmend fragmentierte Nutzung erfolgt Reichweiten-Optimierung.

TARGETING-OPTIONEN

RTLZWEI

NEU!
Dynamische
Daten- & Motiv-
Aussteuerung

► ÜBERBLICK | GEZIELTE ZIELGRUPPENANSPRACHE

AUDIENCE	RE-TARGETING	GEO	CROSSDEVICE	TECHNIK
----------	--------------	-----	-------------	---------

BASIS
AGF-GFK-PANEL
z.B. Alter, Geschlecht



BASIS
DEVICE-ID
z.B. Kontaktoptimierung
innerhalb einer Gattung

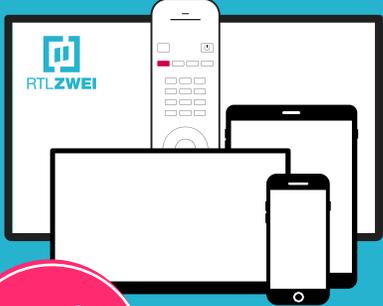


Mehr Infos
Auf den
folgenden
Folien

BASIS
IP-ADRESSE
z.B. Bundesländer, Städte, PLZ

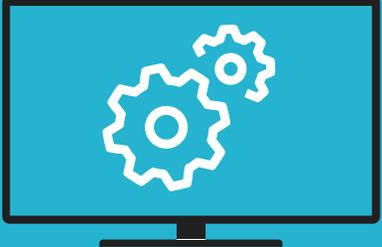


BASIS
DEVICE-ID
z.B. unterschiedliche Gattungen /
Devices



Mehr Infos
Auf den
folgenden
Folien

BASIS
TECHN. MERKMALE
z.B. TV-Modell / -Signal, Provider



ÜBER REMINDER

- # Erneute Ansprache auf einem Device, bei dem bereits ein Erstkontakt der Referenzkampagne ausgespielt wurde.
- # So können Kontaktklassen ideal angesteuert werden.
- # Der Reminder eignet sich für einen effizienten Zweitkontakt.

RTLZWEI | PORTFOLIO | ADDRESSABLE TV & CONNECTED TV | DETAILS

TARGETING-OPTIONEN

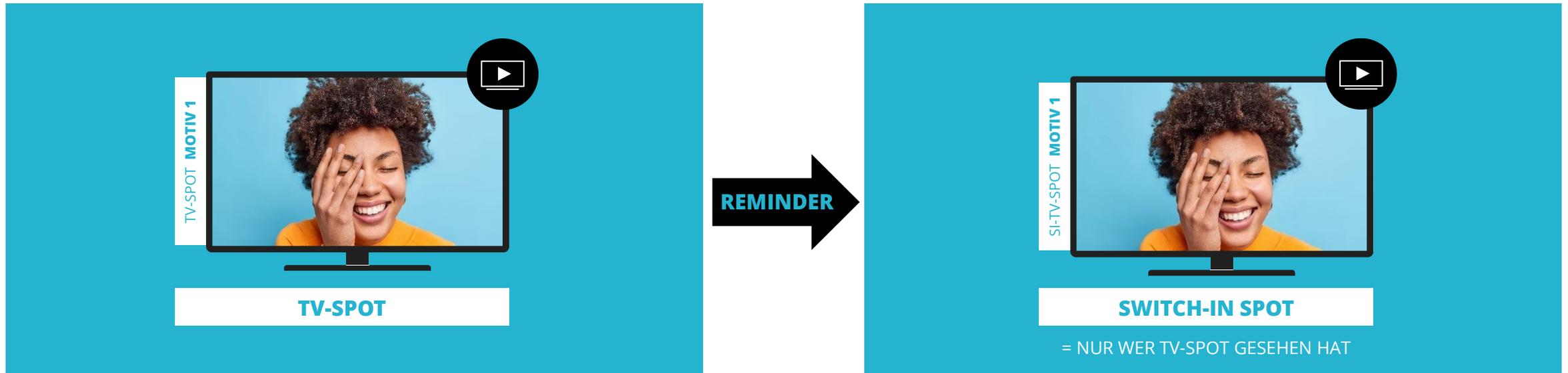
RE-TARGETING - REMINDER

► REMINDER | EINFACH ERKLÄRT

✉ IHRE SPEZIALISTIN BEI FRAGEN

Barbara Renner

Crossmedia & Kooperationen



BEISPIEL

Es werden SI-Spots an Devices ausgespielt, die bereits das erste Werbemotiv auf dem TV-Gerät gesehen haben.

ZIEL

Kontaktklassenoptimierung & ideal für Storytelling und verschiedene Werbebotschaften.

ÜBER INCREMENTAL

- # Ausspielung auf dem gleichen Device, bei dem kein Erstkontakt der Referenzkampagne ausgespielt wurde.
- # So können Kontaktklassen ideal angesteuert werden.
- # Der Incremental eignet sich zur Reichweitenoptimierung bei Kampagnenplanungen.

TARGETING-OPTIONEN

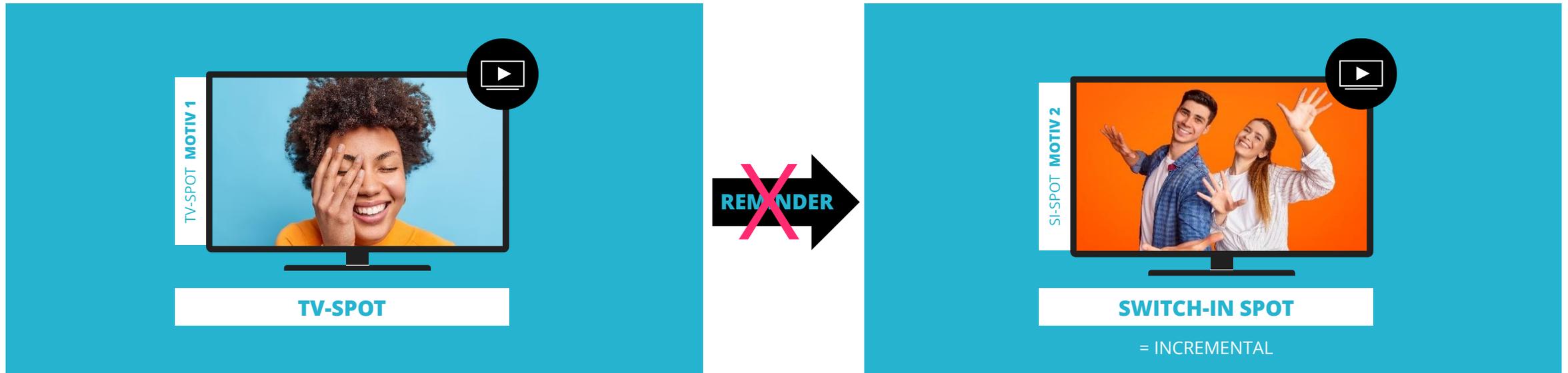
RE-TARGETING - INCREMENTAL

► INCREMENTAL | EINFACH ERKLÄRT

✉ IHRE SPEZIALISTIN BEI FRAGEN

Barbara Renner

Crossmedia & Kooperationen



BEISPIEL

Es werden SI-Spots an Devices ausgespielt, die das Werbemotiv auf dem TV-Gerät NICHT gesehen haben.

ZIEL

Messbare Nettoreichweitensteigerung.

ÜBER CROSSDEVICE

- # Zielgruppentransfer zwischen unterschiedlichen Gattungen schaffen.
- # Digitale Segmente können bei ATV angesteuert werden.
- # Oder TV-Sehverhalten kann für digitale Auspielungen genutzt werden.

TARGETING-OPTIONEN

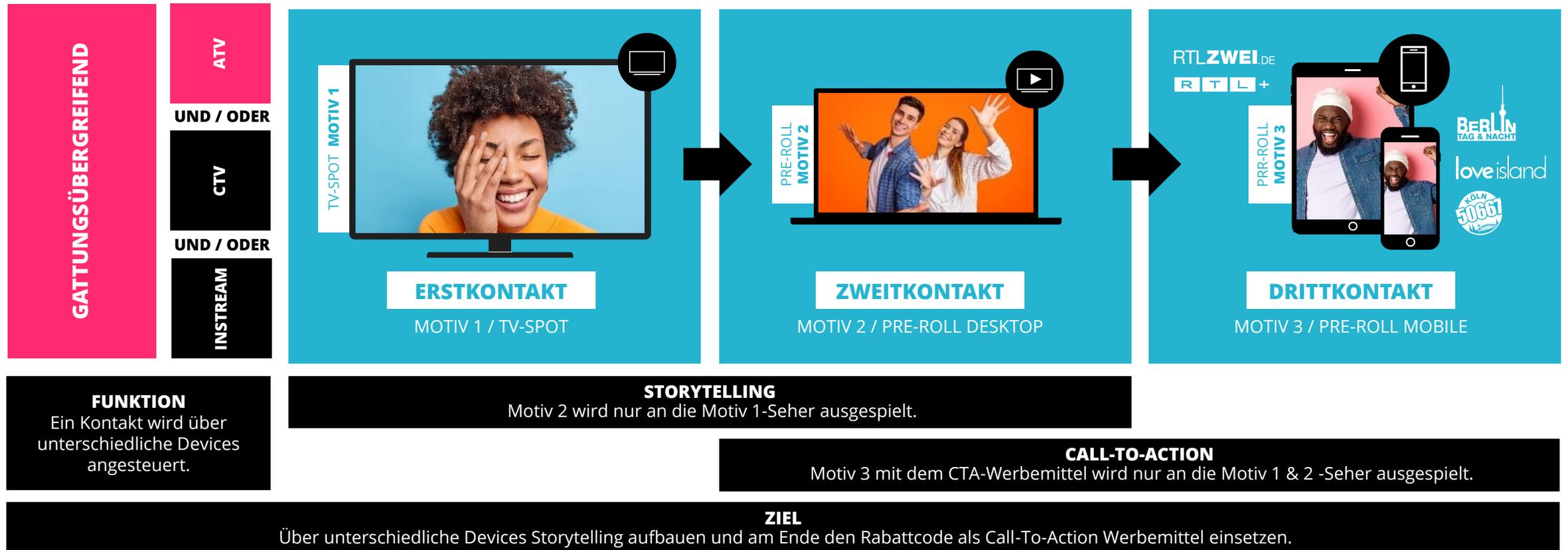
CROSSDEVICE - REMINDER

► STORYTELLING | EINFACH ERKLÄRT

✉ IHRE SPEZIALISTIN BEI FRAGEN

Barbara Renner

Crossmedia & Kooperationen



ÜBER DIE CROSSDEVICE-KAMPAGNE

- # Unique User können über alle Smart-TV-Geräte erreicht werden.
- # Gezielter Reichweitenaufbau über verschiedene Devices.
- # Inkrementeller Bewegtbildansatz.

TARGETING-OPTIONEN

CROSSDEVICE - INCREMENTAL

► INKREMENTELLER REICHWEITENAUFBAU | EINFACH ERKLÄRT

✉ IHRE SPEZIALISTIN BEI FRAGEN

Barbara Renner

Crossmedia & Kooperationen



TV KAMPAGNE
TV-SPOT

VER SICHERUNGSKAMMER BAYERN

ERSTKONTAKTE MIT DER ZIELGRUPPE ÜBER KLASSISCHEN TV-SPOT

ERFASSUNG CTV DEVICES

Zuschauer/innen, die den TV-Spot nicht gesehen haben, werden im nächsten Schritt per ATV Ads erreicht

REGIO-TARGETING
BAYERN & BAYRISCHE PFALZ

ADDRESSABLE TV KAMPAGNE
SWITCH-IN XXL

DEN CONNECTED TVS WERDEN ADDRESSABLE TV ADS AUSGESPIELT

ERFASSUNG DIGITALE DEVICES

Zuschauer/innen, die ATV Ads nicht gesehen haben, werden im letzten Schritt per Digital Ads erreicht

REGIO-TARGETING
BAYERN & BAYRISCHE PFALZ

RTLZWEI.DE
RTL+

IN STREAM KAMPAGNE
PRE- / MID- / POSTROLL

BERLIN TAG & NACHT
love island
KÖLN 50667

DEN MOBILE / DESKTOP DEVICES WERDEN DIGITALE ADS AUSGESPIELT

Alle Zuschauer/innen wurden über diverse Geräte mittels verschiedener Werbemittel erreicht



KAMPAGNENBAUSTEIN **#ADDRESSABLE TV**

ADDRESSABLE TV

ÜBER ADDRESSABLE TV

- # Hohe Aufmerksamkeit durch exklusive Platzierung im Programmumfeld.
- # Zusätzliche Reichweite bei Kampagnenplanung auf Kontaktklassenbasis.
- # Effizienz aufgrund Targeting und Aussteuerung durch Ad-Server-Technologie.

RTLZWEI | PORTFOLIO | ADDRESSABLE TV

ADDRESSABLE TV

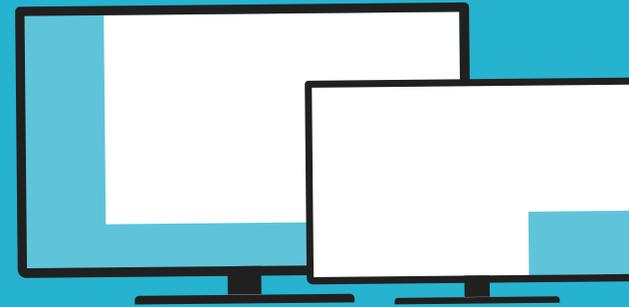
RTLZWEI

▶ ALLE SWITCH-IN WERBEFORMEN AUF DEM TV-GERÄT IM LINEAREN TV-PROGRAMM

*Smartclip, Ø Monat Unique Devices, 01.10.2022-31.12.2022
**die medienanstalten, Video Trends 2022, Stand: Oktober 2022
*** Smartclip-Tool SAM Q4 2022 Durchschnitt pro Monat



- # 01 Switch-In Bumper Ad (6")
- # 02 Switch-In Spot (10")
- # 03 Switch-In Sponsoring (7")



- # 01 Switch-In Classic
- # 02 Switch-In XXL
- # 03 Switch-In Zoom
- # 04 Switch-In Masthead
- # 05 Switch-In Cut In



ADDRESSABLE TV
VIDEO

ADDRESSABLE TV
DISPLAY

PROGRAMMATISCH BUCHBAR

smartX
PLATFORM

via Smartclip-SSP SmartX / Unterstützte DSP: ActiveAgent

PREISMODELL CPM

Programmatische Dealtypes:
Preferred Deal, Guaranteed Deal

5,9 Mio.

UNIQUE
DEVICES*

über **66** %

DEUTSCHE HH
MIT SMART-TV **

143 Mio.

SESSIONS***

ADDRESSABLE TV / WERBEMITTEL & -FORMEN

#VIDEO ADS #DISPLAY ADS

1 / SWITCH-IN BUMPER | 2 / SWITCH-IN SPOT | 3 / SWITCH-IN SPONSORING

4 / SWITCH-IN CLASSIC | 5 / SWITCH-IN XXL | 6 / SWITCH-IN ZOOM

7 / SWITCH-IN MASTHEAD | 8 / SWITCH-IN CUT IN

ÜBER ADDRESSABLE TV

- # Hohe Aufmerksamkeit durch exklusive Platzierung im Programmumfeld
- # Effizienz aufgrund Targeting und Aussteuerung durch Ad-Server-Technologie
- # Markeninszenierung über Addressable TV und weitere Werbeformen ohne Medienbruch

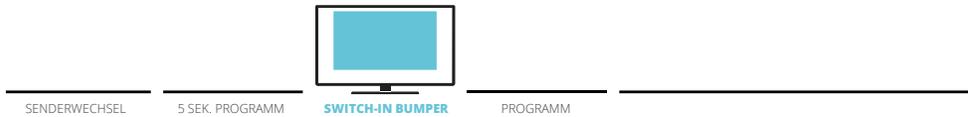
ADDRESSABLE TV

RTLZWEI

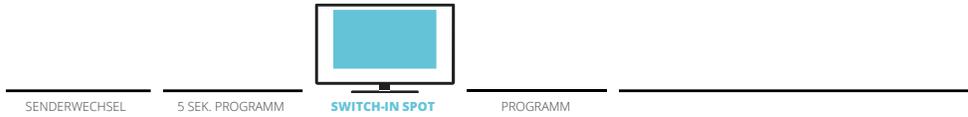
► ÜBERBLICK | WERBEFORMEN

WB = Werbeblock

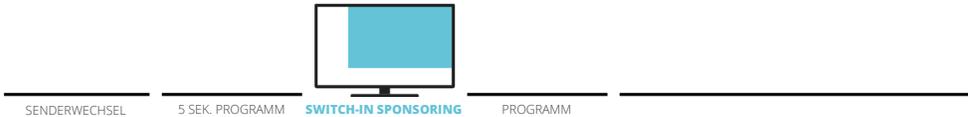
01



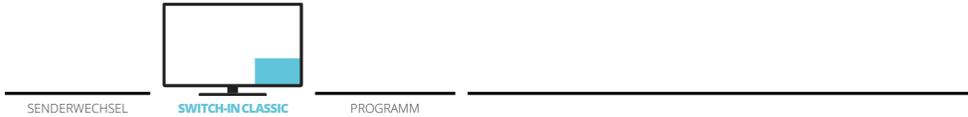
02



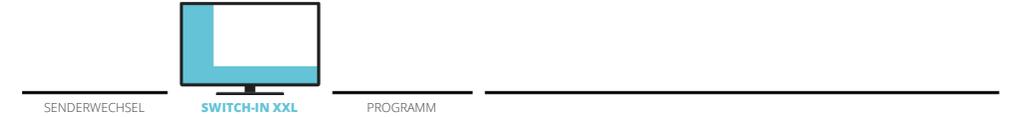
03



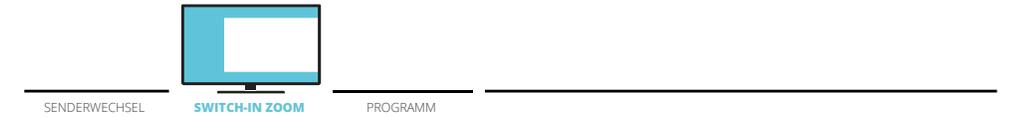
04



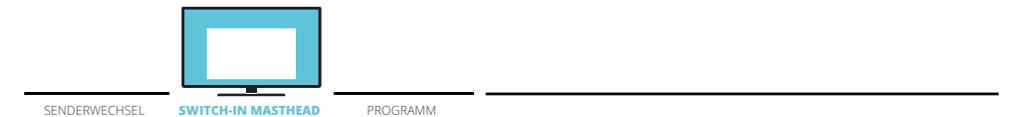
05



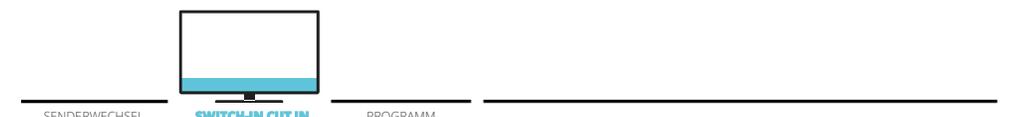
06



07



08



SWITCH-IN BUMPER

ADDRESSABLE TV

VORTEILE

- # Zielgruppenspezifisch ausgelieferte First-Screen-Platzierung
- # Individuelles Targeting (Region, Zeitschiene, Umfeld, Kontaktklassen)
- # Spot-Platzierung im RTLZWEI-Programmumfeld

▶ **HIER BEISPIEL SEHEN**
SWITCH-IN BUMPER



▶ INFORMATIONEN

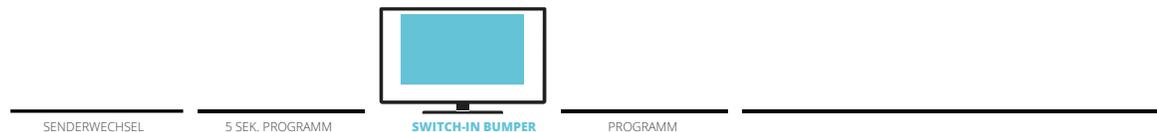
Wird RTLZWEI über einen Smart-TV angewählt, unterbricht der Switch-In Bumper nach 5 Sekunden das laufende Programm für einen exklusiven Spot mit einer Maximallänge von 6 Sekunden. Die Kriterien für die Ausspielung innerhalb einer bestimmten Zielgruppe werden vorab definiert.

▶ IHRE WERBUNG

Durch die automatische Einblendung bietet der Switch-In Bumper uneingeschränkte Aufmerksamkeit sowohl für die TV-Kampagne als auch den Spot. Die zusätzlich individuell definierbare Zielgruppe macht die Aussteuerung des Spots besonders effektiv.

- # **PLATZIERUNG** Kunden-Spot im Split-Rahmen direkt nach dem Senderwechsel
- # **CHANNEL** Lineares TV-Programm RTLZWEI
- # **SPECIAL** maximale Spot-Länge 6 Sek.
- # **BUCHUNG** Vorlaufzeit mind. 5 Werktage
- # **KONDITIONEN** Mindestbuchungsvolumen: 5.000 € netto (Agentur-Netto/MN2)
- # **UMSETZUNG** vorbehaltlich redaktioneller und rechtlicher Freigaben
- # **DATEIFORMAT** MP4, H.264, 1920 x 1080px

INFO
BOX



SWITCH-IN SPOT

ADDRESSABLE TV

VORTEILE

- # Zielgruppenspezifisch ausgelieferte First-Screen-Platzierung
- # Individuelles Targeting (Region, Zeitschiene, Umfeld, Kontaktklassen)
- # Spot-Platzierung im RTLZWEI-Programmumfeld

▶ **HIER BEISPIEL SEHEN**
SWITCH-IN SPOT



▶ INFORMATIONEN

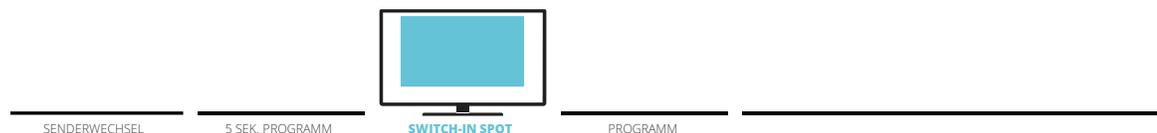
Wird RTLZWEI über einen Smart-TV angewählt, unterbricht der Switch-In Spot nach 5 Sekunden das laufende Programm für einen exklusiven Spot – maximal 10 Sekunden. Die Kriterien für die Ausspielung innerhalb einer bestimmten Zielgruppe werden vorab definiert. Optional ist über den „Yellow Button“ eine individuelle Kunden-Microsite direkt erreichbar.

▶ IHRE WERBUNG

Durch die automatische Einblendung bietet der Switch-In Spot uneingeschränkte Aufmerksamkeit sowohl für die TV-Kampagne als auch den Spot. Die zusätzlich individuell definierbare Zielgruppe macht die Aussteuerung des Spots besonders effektiv.

- # **PLATZIERUNG** Kunden-Spot im Split-Rahmen direkt nach dem Senderwechsel
- # **CHANNEL** Lineares TV-Programm RTLZWEI
- # **SPECIAL** maximale Spot-Länge 10 Sek.
- # **BUCHUNG** Vorlaufzeit mind. 5 Werktage
- # **KONDITIONEN** Mindestbuchungsvolumen: 5.000 € netto (Agentur-Netto/MN2)
- # **UMSETZUNG** vorbehaltlich redaktioneller und rechtlicher Freigaben
- # **DATEIFORMAT** MP4, H.264, 1920 x 1080px

INFO
BOX



VORTEILE

- # Zielgruppenspezifisch ausgelieferte First-Screen-Platzierung
- # Individuelles Targeting ((Region, Zeitschiene, Umfeld, Kontaktklassen)
- # Sponsoring-Platzierung im RTLZWEI-Programmumfeld

SWITCH-IN SPONSORING

ADDRESSABLE TV

▶ **HIER BEISPIEL SEHEN**
SWITCH-IN SPONSORING



▶ INFORMATIONEN

Wird RTLZWEI über einen Smart-TV angewählt, unterbricht das Switch-In Sponsoring nach 5 Sekunden das laufende Programm für einen exklusiven Kunden-Spot, der auf das Format als Sponsor hinweist. Die Kriterien für die Ausspielung werden innerhalb eines bestimmten Formates vorab definiert.

▶ IHRE WERBUNG

Durch die automatische Einblendung bietet das Switch-In Sponsoring uneingeschränkte Aufmerksamkeit sowohl für die TV-Kampagne als auch den Spot. Die zusätzlich individuell definierbare Zielgruppe macht die Aussteuerung des Spots besonders effektiv.

- # **PLATZIERUNG** Kunden-Spot mit Presenting-Hinweis im Split-Rahmen direkt nach dem Senderwechsel
- # **CHANNEL** Lineares TV-Programm RTLZWEI
- # **SPECIAL** maximale Spot-Länge 7-10 Sek.
- # **BUCHUNG** Vorlaufzeit mind. 5 Werktage
- # **KONDITIONEN** Mindestbuchungsvolumen: 5.000 € netto (Agentur-Netto/MN2)
- # **UMSETZUNG** vorbehaltlich redaktioneller und rechtlicher Freigaben
- # **DATEIFORMAT** MP4, H.264, 1920 x 1080px

INFO
BOX

SENDERWECHSEL 5 SEK. PROGRAMM SWITCH-IN SPONSORING PROGRAMM

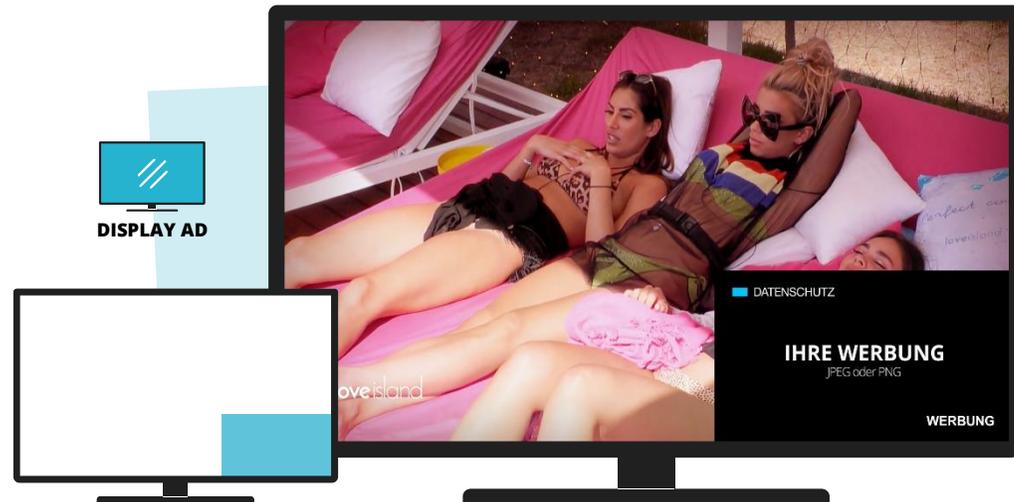
SWITCH-IN CLASSIC

ADDRESSABLE TV

VORTEILE

- # Corner Branding mit Targeting (Region, Umfeld etc.)
- # Produkt- oder Markendarstellung im Werbeelement
- # Platziert im laufenden Programm sowie beim Zappen zu RTLZWEI

▶ **HIER BEISPIEL SEHEN**
SWITCH-IN CLASSIC



▶ INFORMATIONEN

Der Switch-In Classic fungiert als digitale Einblendung im laufenden Programm. Es wird eine Eckfläche mit kundenindividuellem Branding gemäß der zuvor ausgewählten und durch Targeting definierten Zielgruppe ausgespielt. Optional ist über den „Yellow Button“ eine individuelle Kunden-Microsite direkt erreichbar.

▶ IHRE WERBUNG

Durch die automatische Einblendung bietet der Switch-In Classic uneingeschränkte Aufmerksamkeit für die Werbebotschaft. Die zusätzlich individuell definierbare Zielgruppe macht die Aussteuerung des Werbemittels besonders effektiv.

- # **PLATZIERUNG** adressierbare Corner-Platzierung auf dem großen TV-Screen
- # **CHANNEL** Lineares TV-Programm RTLZWEI
- # **SPECIAL** kann auf kundenindividuelle Microsite verlinken (optional)
- # **BUCHUNG** Vorlaufzeit mind. 5 Werktage
- # **KONDITIONEN** Mindestbuchungsvolumen: 5.000 € netto (Agentur-Netto/MN2)
- # **UMSETZUNG** vorbehaltlich redaktioneller und rechtlicher Freigaben
- # **DATEIFORMAT** JPG, PNG (420x240 px, davon 420x217 px frei gestaltbar)

INFO
BOX

SENDERWECHSEL

SWITCH-IN CLASSIC

PROGRAMM

SWITCH-IN XXL

ADDRESSABLE TV

VORTEILE

- # Zielgruppenspezifisch ausgelieferte First-Screen-Platzierung
- # Individuelles Targeting (Region, Zeitschiene, Umfeld, Kontaktklassen)
- # Deutlich geringere Streuverluste durch Frequency Capping

▶ **HIER BEISPIEL SEHEN**
SWITCH-IN XXL



▶ INFORMATIONEN

Wird RTLZWEI über einen Smart-TV angewählt, wird das laufende TV-Bild skaliert. Die Werbung findet in einem großflächigen L-Frame statt. Das TV-Programm läuft parallel weiter und sichert dadurch die gesamte Programmreichweite. Das ist das klassische Display-Werbemittel im ATV-Bereich, welches den Framesplit aus der TV-Welt widerspiegelt.

▶ IHRE WERBUNG

Durch die automatische Einblendung bietet der Switch-In XXL uneingeschränkte Aufmerksamkeit sowohl für die TV-Inhalte als auch das Werbemittel. Die zusätzlich individuell definierbare Zielgruppe macht die Aussteuerung des Spots besonders effektiv.

- # **PLATZIERUNG** adressierbarer Framesplit auf dem großen TV-Screen
- # **CHANNEL** Lineares TV-Programm RTLZWEI
- # **SPECIAL** kann auf kundenindividuelle Microsite verlinken (optional)
- # **BUCHUNG** Vorlaufzeit mind. 5 Werktage
- # **KONDITIONEN** Mindestbuchungsvolumen: 5.000 € netto (Agentur-Netto/MN2)
- # **UMSETZUNG** vorbehaltlich redaktioneller und rechtlicher Freigaben
- # **DATEIFORMAT** JPG, PNG (284x720 px und 996x160 px), auch animiertes GIF möglich, als eine Grafik anliefern

INFO
BOX

SENDERWECHSEL

SWITCH-IN XXL

PROGRAMM

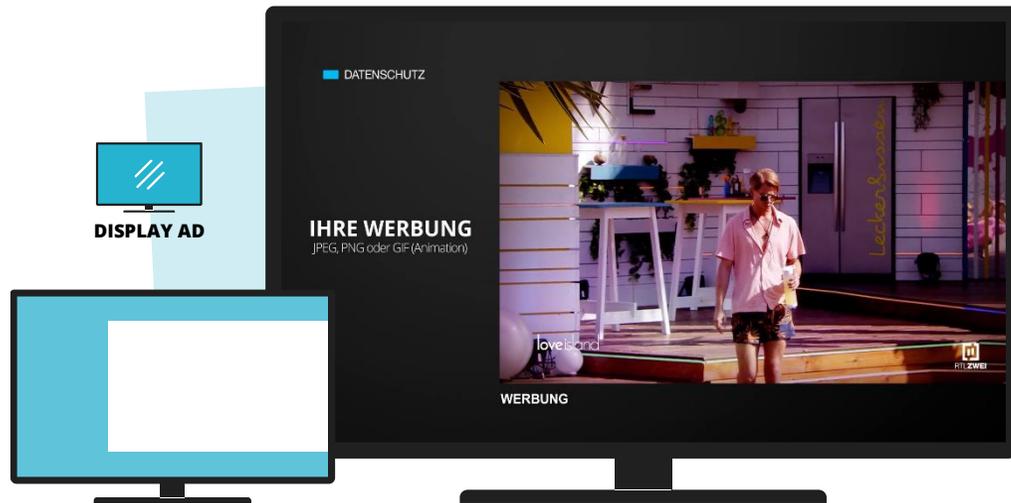
VORTEILE

- # Zielgruppenspezifisch ausgelieferte First-Screen-Platzierung
- # Individuelles Targeting (Region, Zeitschiene, Umfeld, Kontaktklassen)
- # Deutlich geringeren Streuverluste durch Frequency Capping

SWITCH-IN ZOOM

ADDRESSABLE TV

▶ **HIER BEISPIEL SEHEN**
SWITCH-IN ZOOM



▶ INFORMATIONEN

Wird RTLZWEI über einen Smart-TV angewählt, wird das laufende TV-Bild skaliert. Die Werbung findet in einem noch großflächigeren C-Frame statt. Das TV-Programm läuft parallel weiter und sichert dadurch die gesamte Programmreichweite. Der Switch-In Zoom bietet im Vergleich zum Switch-In XXL eine größere Branding-Fläche an und sorgt somit für mehr Awareness beim Zuschauer.

▶ IHRE WERBUNG

Durch die automatische Einblendung bietet der Switch-In Zoom uneingeschränkte Aufmerksamkeit sowohl für die TV-Inhalte als auch das Werbemittel. Die zusätzlich individuell definierbare Zielgruppe macht die Aussteuerung des Spots besonders effektiv.

- # **PLATZIERUNG** adressierbarer Framesplit auf dem großen TV-Screen
- # **CHANNEL** Lineares TV-Programm RTLZWEI
- # **SPECIAL** kann auf kundenindividuelle Microsite verlinken (optional)
- # **BUCHUNG** Vorlaufzeit mind. 5 Werktage
- # **KONDITIONEN** Mindestbuchungsvolumen: 5.000 € netto (Agentur-Netto/MN2)
- # **UMSETZUNG** vorbehaltlich redaktioneller und rechtlicher Freigaben
- # **DATEIFORMAT** JPG, PNG (1280x720 px und 896x504 px), auch animiertes GIF möglich, als eine Grafik anliefern

INFO
BOX



VORTEILE

- # Zielgruppenspezifisch ausgelieferte First-Screen-Platzierung
- # Individuelles Targeting (Region, Zeitschiene, Umfeld, Kontaktklassen)
- # Deutlich geringeren Streuverluste durch Frequency Capping

SWITCH-IN MASTHEAD

ADDRESSABLE TV

▶ **HIER BEISPIEL SEHEN**
SWITCH-IN MASTHEAD



▶ INFORMATIONEN

Wird RTLZWEI über einen Smart-TV angewählt, wird das laufende TV-Bild skaliert. Die Werbung findet in einem umgedrehten U-Frame statt. Das TV-Programm läuft parallel weiter und sichert dadurch die gesamte Programmreichweite. Der Switch-In Masthead bietet im Vergleich zu allen ATV-Display-Werbemitteln die größte Branding-Fläche und ist somit qualitativ am hochwertigsten einzustufen.

▶ IHRE WERBUNG

Durch die automatische Einblendung bietet der Switch-In Masthead uneingeschränkte Aufmerksamkeit sowohl für die TV-Inhalte als auch das Werbemittel. Die zusätzlich individuell definierbare Zielgruppe macht die Aussteuerung des Werbemittels besonders effektiv.

- # **PLATZIERUNG** adressierbarer Framesplit auf dem großen TV-Screen
- # **CHANNEL** Lineares TV-Programm RTLZWEI
- # **SPECIAL** kann auf kundenindividuelle Microsite verlinken (optional)
- # **BUCHUNG** Vorlaufzeit mind. 5 Werktage
- # **KONDITIONEN** Mindestbuchungsvolumen: 5.000 € netto (Agentur-Netto/MN2)
- # **UMSETZUNG** vorbehaltlich redaktioneller und rechtlicher Freigaben
- # **DATEIFORMAT** JPG, PNG (1280x720 px und 896x504 px), auch animiertes GIF möglich, als eine Grafik anliefern

INFO
BOX

SENDERWECHSEL

SWITCH-IN MASTHEAD

PROGRAMM

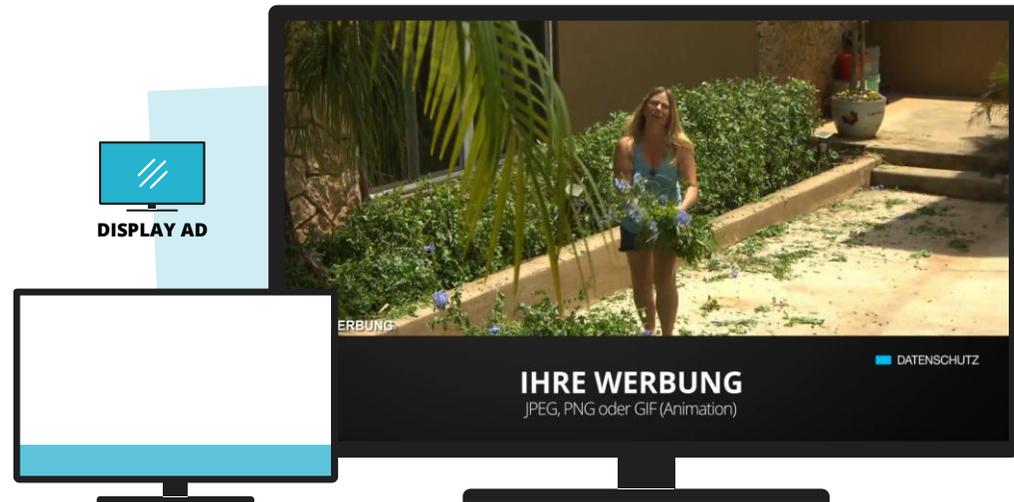
SWITCH-IN CUT IN

ADDRESSABLE TV

VORTEILE

- # Zielgruppenspezifisch ausgelieferte First-Screen-Platzierung
- # Individuelles Targeting (Region, Zeitschiene, Umfeld, Kontaktklassen)
- # Deutlich geringere Streuverluste durch Frequency Capping

▶ **HIER BEISPIEL SEHEN**
SWITCH-IN CUT IN



▶ INFORMATIONEN

Wird RTLZWEI über einen Smart-TV angewählt, wird das laufende TV-Bild skaliert. Die Werbung findet in einem horizontalen Frame am unteren Bildschirmrand statt. Das TV-Programm läuft parallel weiter und sichert dadurch die gesamte Programmreichweite. Das ist das klassische Display-Werbemittel im ATV-Bereich, welches den Cut In aus der TV-Welt widerspiegelt.

▶ IHRE WERBUNG

Durch die automatische Einblendung bietet der Switch-In Cut In uneingeschränkte Aufmerksamkeit sowohl für die TV-Inhalte als auch das Werbemittel. Die zusätzlich individuell definierbare Zielgruppe macht die Aussteuerung des Spots besonders effektiv.

- # **PLATZIERUNG** adressierbarer Cut In auf dem großen TV-Screen
- # **CHANNEL** Lineares TV-Programm RTLZWEI
- # **SPECIAL** kann auf kundenindividuelle Microsite verlinken (optional)
- # **BUCHUNG** Vorlaufzeit mind. 5 Werktage
- # **KONDITIONEN** Mindestbuchungsvolumen: 5.000 € netto (Agentur-Netto/MN2)
- # **UMSETZUNG** vorbehaltlich redaktioneller und rechtlicher Freigaben
- # **DATEIFORMAT** JPG, PNG (1280 x 160 px), auch animiertes GIF möglich, als eine Grafik anliefern

INFO
BOX

SENDERWECHSEL SWITCH-IN CUT IN PROGRAMM

KAMPAGNENBAUSTEIN **#CONNECTED TV**

CONNECTED TV

UNTERSTÜTZTE DSPS

Die Bespielung der Connected TV-Inhalte bei RTLZWEI sind über diverse DSPs ansteuerbar:

Für InStream: Active Agent, Adform, Adobe, Amobee, DataXu, MediaMath, The Trade Desk, Verizon DSP, Xandr (AppNexus)

Für YouTube: Beeswax, Infectious Media, Display & Video 360

RTLZWEI | PORTFOLIO | CONNECTED TV

CONNECTED TV

RTLZWEI

▶ ALLE SONSTIGEN DIGITAL ADS AUF DEM TV-GERÄT

*die medienanstalten, Video Trends 2022, Stand: Oktober 2022
**Smartclip, SmartX AdServer Q1 2022 Durchschnitt pro Monat



- # 01 Pre-Roll VOD App RTL+
- # 02 Pre-Roll Live Stream App RTL+
- # 03 Pre-Roll RTLZWEI.de
- # 04 YouTube Werbemittel
- # 05 Programmatic TV-Spot

CONNECTED TV
VIDEO

PROGRAMMATISCH BUCHBAR

smartX
PLATFORM Google

Unterstützte DSP (ausgenommen YouTube):
ActiveAgent, Adform, Adobe, Amobee, DataXu,
MediaMath, The Trade Desk, Verizon DSP,
Xandr (AppNexus)

PREISMODELL CPM & CPCV

Programmatische Dealtypes: Guaranteed,
Preferred Deals auf Kundenbasis bei YT /
Kunden- und Agenturdeals bei InStream

CONNECTED TV / WERBEMITTEL & -FORMEN

#INSTREAM #VIDEO ADS

1 / PRE-ROLL / BUMPER AD

2 / PROGRAMMATIC TV-SPOT

VORTEILE

- # Klassische Spots vor der Wiedergabe von Video-Content – bei RTL+, RTLZWEI und YouTube.
- # Addressierbare 6-30" PreRolls im LiveStream in der RTL+ App.
- # Individuelle Zielgruppenansprache durch Targeting auf dem Big Screen.

PRE-ROLL / BUMPER AD

CONNECTED TV

▶ **HIER BEISPIEL SEHEN**
PRE-ROLL / BUMPER AD



▶ INFORMATIONEN

Klassische TV-Spots von bis zu 30 Sekunden bauen Markenbekanntheit auf und stärken diese durch die Positionierung vor der Wiedergabe von Video-Content auf dem Big Screen. Optional ist die Werbebotschaft auf diverse digitale RTLZWEI-Channels erweiterbar.

▶ IHRE WERBUNG

Pre-Rolls / Bumper Ads werden vor der Wiedergabe eines On Demand-Inhaltes bei RTLZWEI, in der RTL+ App, YouTube oder im Live Stream der RTL+ App geschaltet. Die geringe Ausstrahlung an Spots pro Wiedergabe erhöht zudem die Wahrnehmung der Werbebotschaft. Die Wiedergabe erfolgt auf dem TV-Gerät, sodass eine bestmögliche Awareness gegeben ist.



VIDEO-AUSWAHL



PRE-ROLLS / BUMPER AD

CONTENT

- # **PLATZIERUNG** Spot-Integration vor der Wiedergabe von Video-Content / Live Stream in der RTL+ App / YouTube
- # **CHANNEL** Connected TV
- # **SPECIAL** crossmedial erweiterbar auf weitere digitale RTLZWEI-Channels
- # **BUCHUNG** Vorlaufzeit mind. 5 Werktage
- # **KONDITIONEN** Mindestbuchungsvolumen: 5.000 € netto (Agentur-Netto/MN2)
- # **UMSETZUNG** vorbehaltlich redaktioneller und rechtlicher Freigaben
- # **DATEIFORMAT** MOV, MXF, MP4 im Seitenverhältnis 16:9, physische Anlieferung oder Redirect

INFO
BOX

PROGRAMMATIC TV-SPOT

CONNECTED TV

VORTEILE

- # Austausch von 10"-30" Programm-Trailern bzw. Eigenwerbung in der Werbeinsel durch einen Kunden-Spot
- # Kunden-Spot im Vollbild inkl. Targeting
- # Spot-Platzierung im Promo-Block bzw. im Werbeblock

HIER BEISPIEL SEHEN
PROGRAMMATIC TV-SPOT

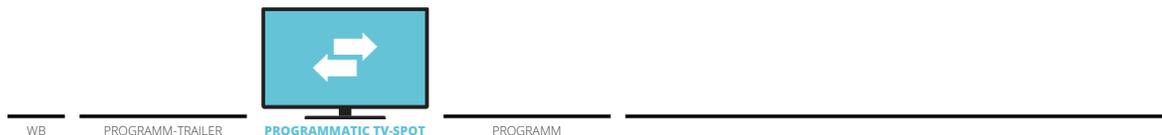


▷ **INFORMATIONEN**

Beim Programmatic TV-Spot wird ein 10"-30" RTLZWEI-Programm-Trailer im Promo-Block bzw. 10"-30" Eigenwerbung im Werbeblock durch einen 10"-30" Kunden-Spot überblendet. Der Spot wird im Vollbild an zuvor durch Targeting definierte Zielgruppen ausgespielt.

▷ **IHRE WERBUNG**

Der Programmatic TV-Spot bietet ein hohes Maß an Aufmerksamkeit für das 10"-30" Werbemittel. Die individuell definierbare Zielgruppe, Regio-Targeting und Frequency Capping machen diese Adserver-basierte Aussteuerung des Spots besonders effektiv.



- # **PLATZIERUNG** Im Promo-Block als Target-Spot, im Werbeblock als Target-Break
- # **CHANNEL** Lineares TV-Programm RTLZWEI
- # **SPECIAL** Spot-Länge 10-30 Sek.
- # **BUCHUNG** Vorlaufzeit mind. 5 Werktage
- # **KONDITIONEN** Mindestbuchungsvolumen: 5.000 € netto (Agentur-Netto/MN2)
- # **UMSETZUNG** vorbehaltlich redaktioneller und rechtlicher Freigaben
- # **DATEIFORMAT** MP4, H.264, 1920 x 1080px

INFO
BOX

FRAGEN?
EINFACH MELDEN

VERKAUF &
DISPOSITION

sales@elcartelmedia.de

CROSSMEDIA &
KOOPERATIONEN

crossmedia@elcartelmedia.de



BARBARA RENNER

Crossmedia & Kooperationen
Team Lead Digital Media & Business Strategy

barbara.renner@elcartelmedia.de
+49 (0)89 64185-7216



JOHANNA LOSKE

Crossmedia & Kooperationen
Crossmedia-Managerin

johanna.loske@elcartelmedia.de
+49 (0)89 64185-7808



MAXIMILIAN VOGL

Crossmedia & Kooperationen
Senior Crossmedia-Manager

maximilian.vogl@elcartelmedia.de
+49 (0)89 64185-7806



TOBIAS SCHULZE

Crossmedia & Kooperationen
Crossmedia-Manager

tobias.schulze@elcartelmedia.de
+49 (0)89 64185- 7807