



---

# ADDRESSABLE TV

DIGITALE WERBUNG IM LINEAREN TV

---

# ADDRESSABLE TV: DAS BESTE AUS ZWEI WELTEN

## WAS IST ADDRESSABLE TV?

**Addressable TV bedeutet „adressierbare Werbung“** und ist möglich **durch die Verknüpfung von linearem Fernsehen und der gezielten Aussteuerbarkeit der Online-Welt**. In über 60 % der deutschen Haushalte steht inzwischen mindestens ein Smart TV, der mit dem Internet verbunden ist und Nutzerdaten an die TV-Sender liefert. ATV nutzt diese Daten und ist somit Adserver-gesteuerter Technologie in der Lage, den Zuschauern **über ihr internetfähiges Smart-TV und dem HbbTV-Standard** individuelle, auf ihre Interessen und Sehgewohnheiten zugeschnittene Werbung anzuzeigen. So bekommen verschiedene Haushalte unterschiedliche Werbung ausgespielt, während sie dieselbe Sendung anschauen.

## WIE FUNKTIONIERT ADDRESSABLE TV?

**Ihre Werbung wird in Form von Bannern** über das laufende TV-Programm gelegt, so dass Sie keinen aufwändigen und teuren Werbespot drehen müssen. **Wenn ein Zuschauer** im laufenden TV-Programm **auf einen anderen Sender umschaltet**, wird erst 3 Sekunden gewartet, ob er bei diesem Sender bleibt und dann wird der Werbebanner **für 10 Sekunden über die nun laufende Sendung gelegt**. Ihre Werbung hat so die volle Aufmerksamkeit des Zuschauers und geht nicht im üblichen Werbeblock unter.

## FÜR WEN IST ADDRESSABLE TV INTERESSANT?

**Diese Werbeform ist ganz besonders für lokale Unternehmen spannend, da die Ausspielung zielgruppengenau** nach geographischen, soziodemographischen, thematischen oder zeitlichen Aspekten **gesteuert werden kann**. Sie können z. B. eine bestimmte Alters- und Einkommensgruppen definieren, Interessenbereiche (Channel) wählen, in deren Sendungsumfeld Sie gezeigt werden möchten oder die Ausspielung der Werbung auf bestimmte Postleitzahlenbereiche (5-stellig genau) begrenzen. Das Fernsehen wird dadurch von einem „one to many“ zu einem „one to one“ Medium.

# DIE DIGITALE REVOLUTION IM TV

Mit Addressable TV erreichen Sie Ihre Kunden dort, wo sie sich in entspannter Atmosphäre gerne aufhalten: vor dem Fernseher – und das zielgruppengenau, einfach, reichweitenstark, mit hoher Qualität und bezahlbar. Möglich ist dies bei allen Smart-TVs, die mit dem Internet verbunden sind.

## IHRE VORTEILE:

- **Einfacher Einstieg in TV-Werbung**, da kein eigener TV-Spot benötigt wird
- **individuelle und zielgruppengenaue Werbeansprache** durch verschiedene Targeting Ansätze, wie z.B. ein 5-stelliges PLZ
- **Volle Aufmerksamkeit** durch 10 Sek. Ausspielung im laufenden Programm/Senderwechsel
- **Exklusivplatzierung innerhalb qualitativ hochwertiger Umfelder** mit großer Reichweite in einem Senderumfeld mit hohem Bekanntheitsgrad

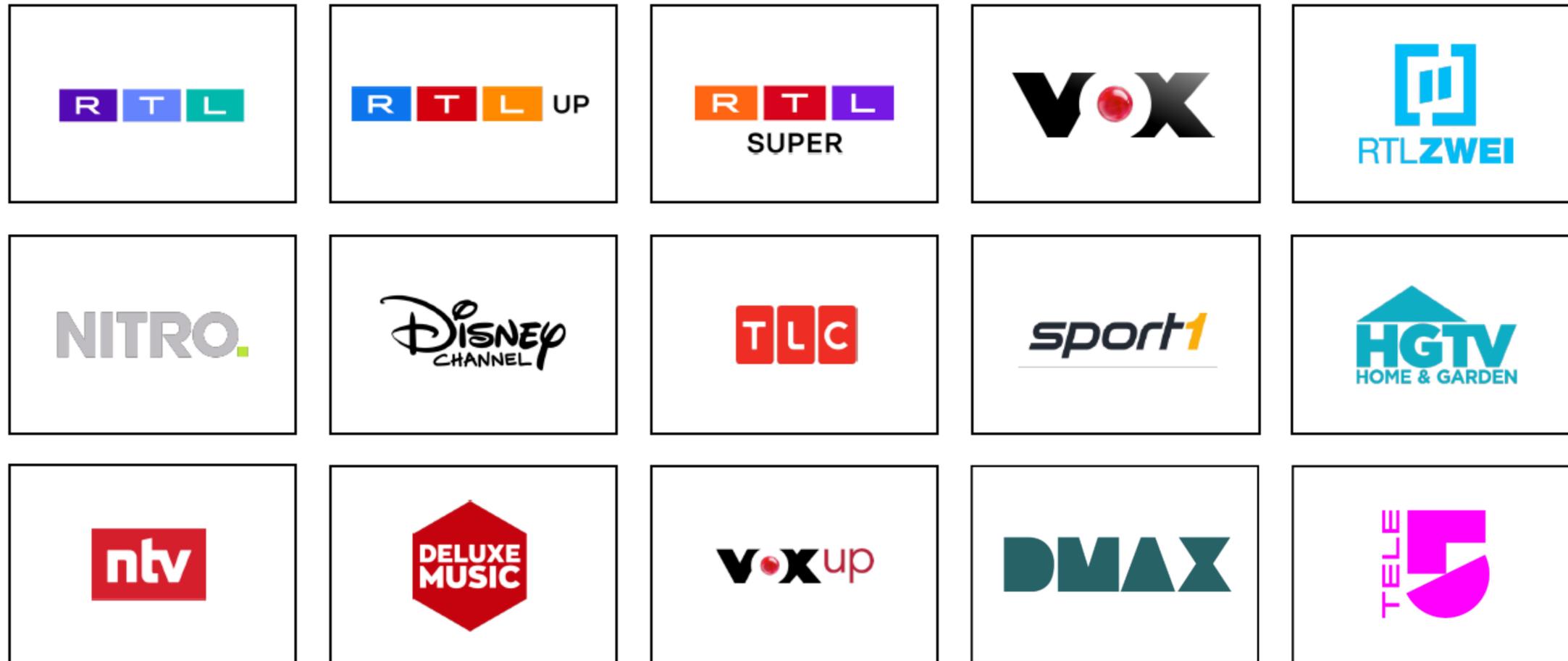


WERBUNG  
OHNE  
ÜBERSEHEN  
ZU WERDEN!

UND OHNE  
ZU TEILEN IN  
LAUFENDER  
SENDUNG!

NACH  
UMSCHALT-  
VORGANG!

# DEUTSCHLANDS GRÖßTES SENDERPORTFOLIO!



Die volle  
**AUFMERKSAMKEIT**  
mit Werbung

# VIELFÄLTIGE TARGETING-MÖGLICHKEITEN

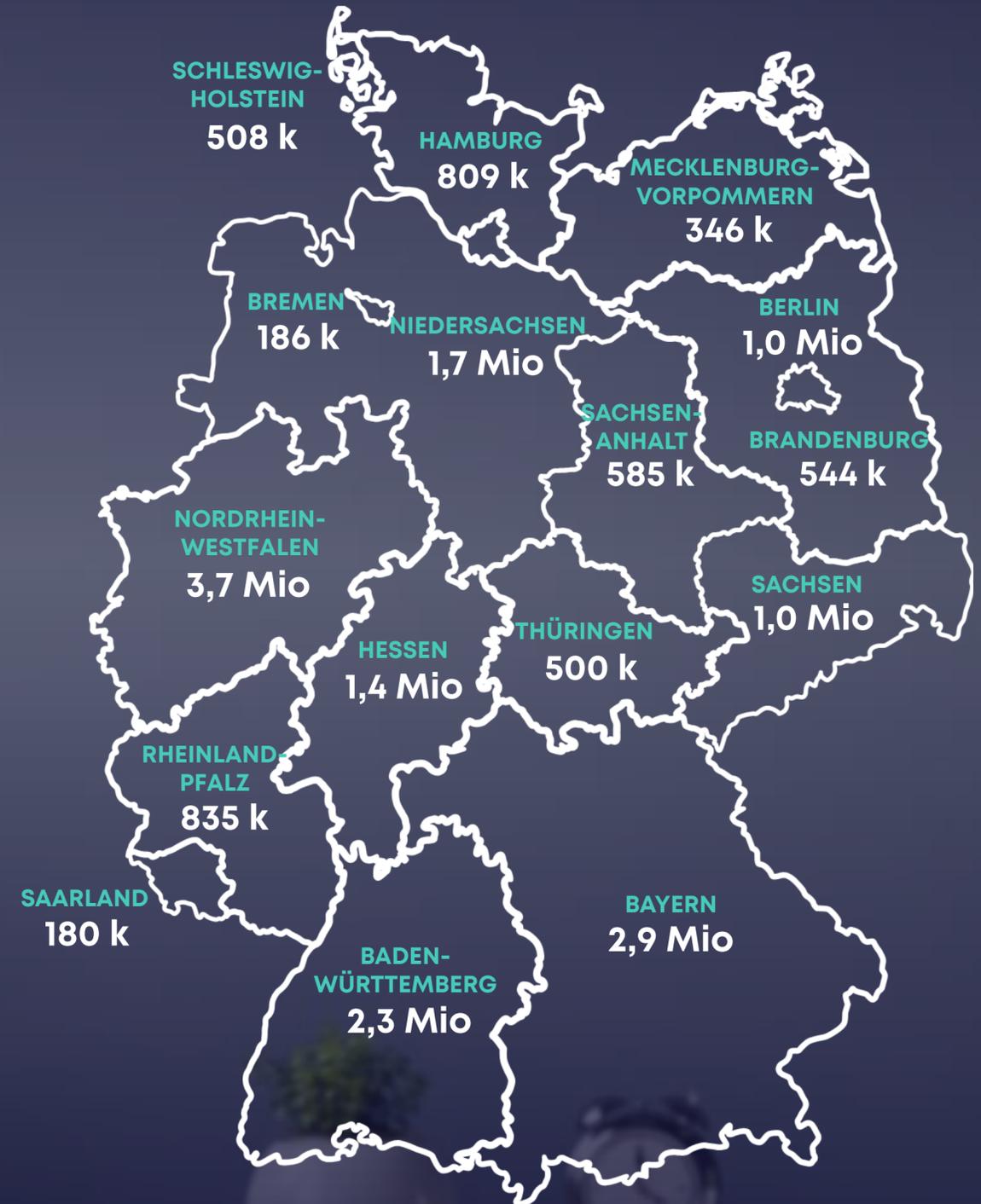
Themen-Channel

Geo-Targeting

Bis auf die 5. PLZ genau!

Sozio-Targeting  
(AGF)

Uhrzeit-Targeting



Quelle: smartx - Zahlen beziehen sich auf die möglichen ansteuerbaren TV-Geräte (Unique Devices)  
Die Targetings können wie folgt kombiniert werden: Entweder Geo-, Sozio- und Uhrzeittargeting oder Channel (Anzahl Channel frei wählbar) mit Geo-Targeting.

# HÄNDLER- MARKETING TOOL

Das neue Händlermarketing-Tool ermöglicht die Umsetzung einer **ATV-Werbekampagne mit individuellen Budgets, Informationen und Rechnungsstellungen für mehrere Standorte** – egal ob für einzelne Händler, Niederlassungen oder Franchisenehmer!\*

## IHRE VORTEILE:

- **Vollautomatische Werbemittelanpassung** auf Filial- und/oder Angebotsebene (Name, Anschrift, URL, Streichpreis, Produktdaten, Aktionen etc.)
- **Unkomplizierte Händlerdaten-Anlieferung** (ab ca. 20 Filialen) via Excel-Liste
- Übergreifend: gleiches Start- und Enddatum; Zielgruppentargeting/Interessen-Channel
- **Individuell: Filial-/Händlerbudget, Impressionziel oder PLZ-Gebiet(e)**

EINE  
KAMPAGNE MIT  
INDIVIDUELLEN  
MOTIVEN  
FÜR MEHRERE  
STANDORTE

INDIVIDUELLE  
RECHNUNGEN  
FÜR WKZ  
MÖGLICH

Händler ID	Name	Adresse	URL	Budget
873743	Cheetah Autohaus Schmidt GmbH	Schillerstraße 7, 72893 Heidhe	<a href="http://autohauschmidt.de">http://autohauschmidt.de</a>	250,00 €
23423	Cheetah Autohaus Müller GmbH	An der Rampe 10, 22376 Lin	<a href="http://autohausmueller.de">http://autohausmueller.de</a>	370,00 €
23345	Cheetah Autohandel Berenzen GmbH	Pickforder Landstraße 96, 12	<a href="http://autohandelberenzen.de">http://autohandelberenzen.de</a>	834,00 €
453453	Cheetah Autohaus Höller GmbH	Am Hof 9, 98464 Brundau	<a href="http://autohaushoeller.de">http://autohaushoeller.de</a>	420,00 € ...



KEIN  
ZUSÄTZLICHER  
AUFWAND

\* Handlingskosten pro Kampagne 1.500 Euro (ab 337.000 AI Buchungsvolumen, welches Mindestbuchungsvolumen sein sollte, kostenlos), nicht rabatt- oder AE-fähig, zzgl. gesetzlicher MwSt. Vorlaufzeit mindestens 5 Werkstage.

ADDRESSABLE TV

# WERBEFORMAT SWITCH IN XXL

**Volle Aufmerksamkeit** durch **großflächige Werbepplatzierung** beim Umschalten.

**Ihre Werbebotschaft fügt sich** kurzzeitig (10 sek.) **um das Bild der laufenden Sendung**, welches hierfür skaliert wird.

ANZEIGE  
DATENSCHUTZ

axel springer...  
**regio**  
**HIN GUCK ER!**

RTL HD

VH

**VOLLE AUFMERKSAMKEIT FÜR IHRE WERBUNG!**

ZIELGRUPPENGNAU, EINFACH, EXKLUSIV  
UND BEZAHLBAR IM LINEAREN TV AUSGESPIELT

**Emotionale Zielgruppenansprache**, wenn der **Zuschauer involviert, aufmerksam und aufnahmebereit** ist.

axel springer...  
**regio**

ADDRESSABLE TV

# VORAUSSETZUNGEN + NUTZUNGSMÖGLICHKEITEN

HbbTV-  
fähiger  
Fernseher

Internet –  
Anschluss  
DSL ab  
ca. 2 MBit/s

Werbemittel  
erscheint beim  
Senderwechsel  
(„Switch“)

Anschluss  
via WLAN oder  
LAN-Kabel  
(geräte-  
abhängig)

Alle TV  
Empfangswege  
DVB-S, DVB-T  
oder DVB-C

# VIelfÄLTIGE THEMENCHANNEL

In einem Themenchannel werden die passenden Sendungen und damit die passenden Umfelder für Ihre Werbung gebündelt. Die Auswahl der Sendungen basiert auf AGF-Daten<sup>1</sup> und die entsprechende Affinität der jeweiligen Sendung.

Beispiel: Ihre Kfz-Werbung läuft mit dem gebuchten Channel Auto in der Sendung „GRIP – das Motormagazin“, da dieses Format in der Zielgruppe „Interesse an Autos“ eine überdurchschnittliche Affinität aufweist.

## THEMENCHANNEL ÜBERSICHT:

- AUTO
- BEAUTY & FASHION
- WIRTSCHAFT, FINANZEN & NEWS
- FOOD
- GESUNDHEIT
- LIFESTYLE
- LIVING
- ENTERTAINMENT
- REISE
- SPORT
- TECHNIK

<sup>1</sup> nicht alle Sendungen in der AGF enthalten

<sup>2</sup> kein weiteres Sozio- oder Uhrzeittargeting möglich

<sup>3</sup> ab 255.000 AdImpressions

ANZAHL DER  
CHANNEL FREI  
WÄHLBAR



MIT GEO-  
TARGETING  
KOMBINIER-  
BAR<sup>2</sup>

INDIVIDUELLER  
THEMEN-  
CHANNEL  
MÖGLICH<sup>3</sup>

# SUMMER BIG SCREEN-AKTION

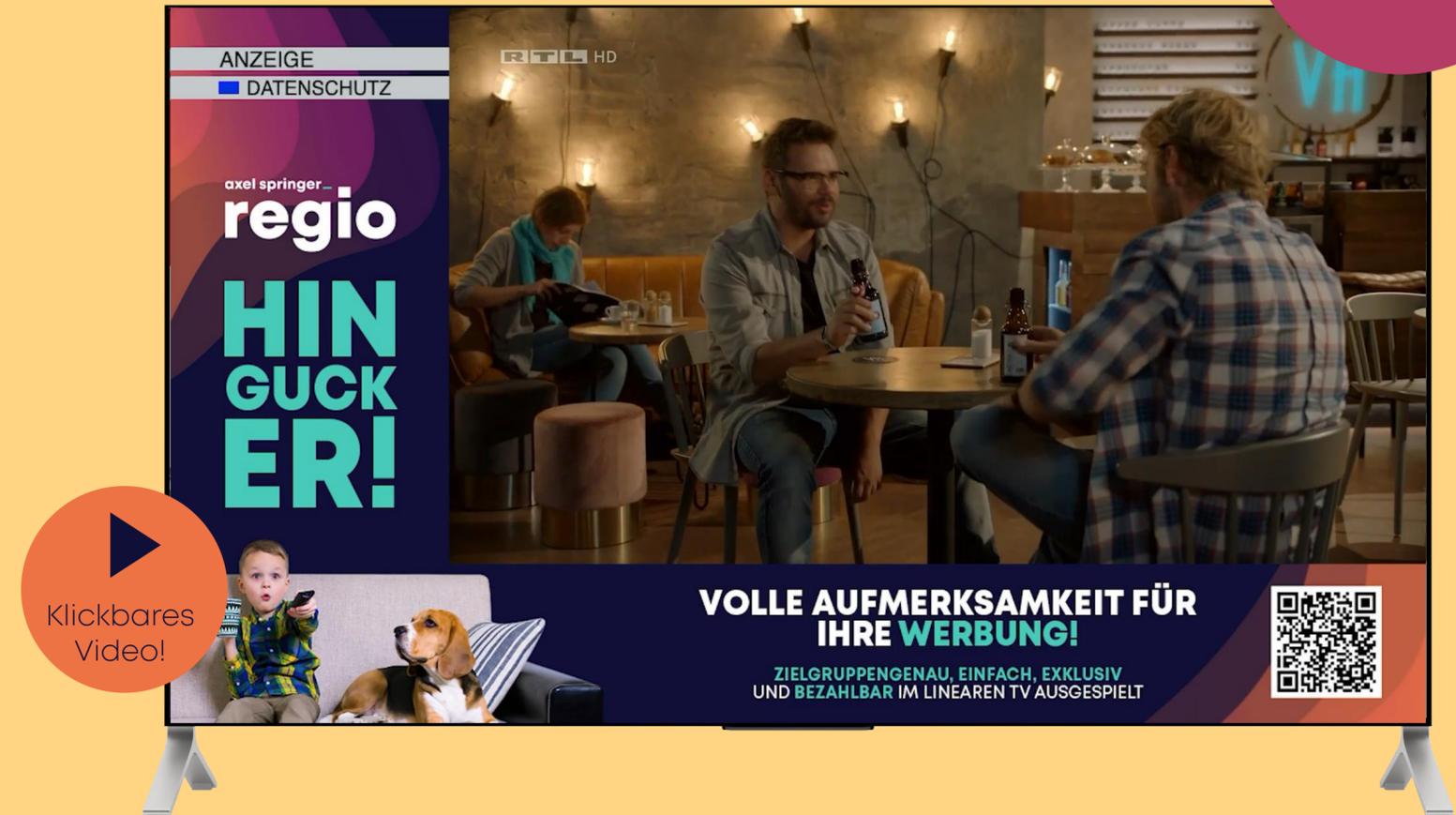
Sichern Sie sich mit unserer unschlagbaren BIG SCREEN Aktion Ihren aufmerksamkeitsstarken Werbeplatz im Wohnzimmer Ihrer Kunden. Profitieren Sie von dieser Top-Kondition für Ihre Werbebotschaft.

## ÜBERSICHT SOMMER-AKTION:

- Buchungsvolumen: **ab 50.000 Ad Impression<sup>1</sup>**
- Buch- und abnehmbar: vom 01. Juni bis 31. August 2024
- Ausspielzeitraum: vom 01. Juni bis 31. August 2024
- Wunschtargeting inklusive, z.B. 5-stellige PLZ, Themenchannel, Uhrzeit oder Sozio

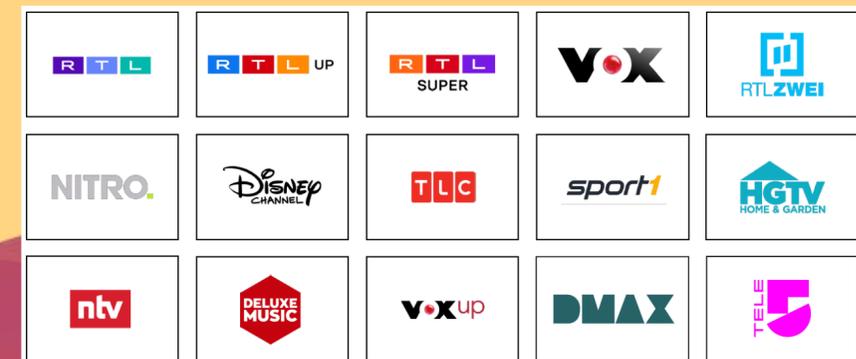
ab 5.000,- €  
**ab 2.945,- €<sup>2</sup>**

**41%  
Rabatt**



Klickbares Video!

Switch in XXL  
(L-Banner)  
Werbemittel



<sup>1</sup>Mindestbuchungsvolumen für die Sommeraktion: 50.000 Ad Impression; <sup>2</sup>Angebotspreise sind nicht weiter rabattfähig, aber AE-fähig; zzgl. MwSt. Dieses Angebot ist buchbar ab 01.06.2024 und abnehmbar bis 31.08.2024

# KONTAKT

**Jessika Guerrero**  
**Marketing Managerin**

Axel Springer Deutschland GmbH  
Axel-Springer-Straße 65  
10888 Berlin  
M +49 170 37 537 01  
[jessika.guerrera@axelspringer.com](mailto:jessika.guerrera@axelspringer.com)

**Anja Bommer**  
**Marketing Managerin**

Axel Springer Deutschland GmbH  
Axel-Springer-Straße 65  
10888 Berlin  
M +49 151 54 32 72 33  
[anja.bommer@axelspringer.com](mailto:anja.bommer@axelspringer.com)