



## WAS IST ADDRESSABLE TV (ATV)?

### TV-WERBUNG NATIONAL ODER REGIONAL AUSSTEUERN

Fernsehwerbung kann nun erstmals auf Regionen, Bundesländer, Städte oder sogar auf PLZ-Basis ausgesteuert werden. Damit eignet sich dieses TV-Werbeformat vor allem für regionale Händlerkampagnen und Marken mit geografisch begrenzten Einzugsgebieten. Möglich sind auch zahlreiche Interessentargetings.

- ATV verknüpft die Reichweite des Massenmediums Fernsehen mit der gezielten Ansteuerbarkeit der Online-Welt über einen Adserver.
- TV-Werbung national oder regional aussteuern
- **Personalisierte** und damit unterschiedliche **Werbung** möglich
- Auf **vordefinierte Zielgruppenmerkmale wie auch Regionen** aussteuerbar
- **Aufmerksamkeitsstarke Platzierung** im Umschaltmoment
- Technische Voraussetzung **Smart-TV mit HbbTV, Set-Top-Boxen oder IPTV** (1&1, Vodafone)
- Werbemittel „**Switch In XXL**“ funktioniert ähnlich wie ein **animierter L-förmiger Werbebanner**

### WIE FUNKTIONIERT ATV?

Dank eines **internetfähigen Smart-TV** ist die **Kombinationsfähigkeit** des Übertragungswegs **Fernsehsignal und Internet** möglich:

#### ABRUFEN VON NEUEN INFORMATIONEN

**Genauer Standort** ermittelbar

Feststellen gängiger **Zielgruppenmerkmale**  
(vergleichbar mit Online-Targeting-Möglichkeiten)

**Tatsächliche Reichweite** messbar

#### ANBIETEN VON NEUEN SERVICES

**Zielgenaue Ansprache** im nationalen TV

Aufmerksamkeitsstarke und **unumgängliche Werbung** direkt **nach dem Umschaltmoment**  
(und nicht während der regulären Werbeunterbrechung)

Ausspielung in einem **gewünschten, vordefinierten** Umfeld möglich

## UNSERE KAMPAGNENPAKETE



Die **Ausspielung erfolgt gleichmäßig** über die Kampagnenlaufzeit auf die Tagesbasis verteilt, z.B. **Paket A** mit 48.000 Einblendungen/Impressions auf 3 Monate (= 90 Tage) Kampagnenlaufzeit entsprechen **533,33 Einblendungen täglich**.

## IHRE VORTEILE IM ÜBERBLICK

- Starke Präsenz im nationalen TV zum kleinen Preis
- Exklusiv-Platzierung in das laufende TV-Programm direkt nach dem Umschalten
- Aktive Wahrnehmung der Werbung
- Definition des Zielpublikums durch Targeting-Möglichkeiten
- Angepasstes Mindestbuchungsvolumen  
Ideales Setup für kleinere und mittelständische Kunden (SME's)
- Geringe Einstiegshürden für TV-Werbung  
„Switch In XXL“ ermöglicht TV-Werbung ohne Spot
- Hohe Reichweite
- Durch großes Senderportfolio mit 16 Sendern im nationalen TV
- Marktanteil von Smart-TVs liegt bei 90%  
(Quelle: GfK 2020)
- Tägliche TV Nutzung wächst und liegt weiter über der Streamingdauer  
(Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE, 2021)
- Erfolgsversprechende Werbeform  
(Quelle: ATV Forschungsergebnisse mit der Mediengruppe RTL Deutschland)
- Steigerung der Bekanntheit und Markeneigenschaften
- Steigerung der Werbeerinnerung und der Kaufabsicht

## TARGETINGS PRO7 / SAT.1

### WELCHE TARGETINGS SIND MÖGLICH?

- Soziodemografische Merkmale
- Eingrenzung der Region
- Einbezug von Affinitäten und Interessen
- Gewünschtes Sendeumfeld
- Time-Targeting

### PORTFOLIO ADDRESSABLE TV

SAT.1 | ProSieben | Kabel Eins | sixx | Sat.1 Gold | ProSieben MAXX | Kabel Eins Doku

### INTERESSENTARGETINGS

50plus, Auto, Family, Elektromobilität, Entscheider, Fussball, Fast Food, Gartenbesitzer, gesunde-Ernährung, Haustier, Luxury, Online-Shopping, Outlet-Käufer, Selektivseher-TV, Kunst & Kultur, Single, Möbel

### BEISPIEL ADRESSABLE TV AUF PRO7 / SAT.1

ANZEIGE  
■ DATENSCHUTZ

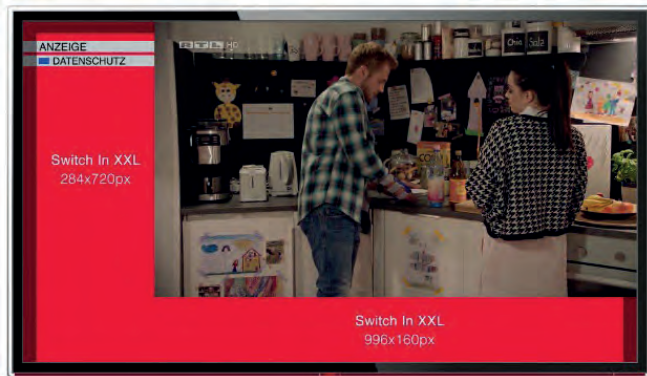
Mehr als 60 Ziele nonstop!

MEIN LOKAL  
DEIN LOKAL

**RAUS AUS DEM ALLTAG, REIN IN DEN FLIEGER!**  
Jetzt Urlaub oder Städtetrip buchen und entspannt abheben.  
[airport-nuernberg.de/flugplan](http://airport-nuernberg.de/flugplan)

ALBRECHT DÜRER  
AIRPORT NÜRNBERG

## TARGETINGS RTL



Nach dem **Umschaltmoment** wird der Werbebanner **während des laufenden Programms** (nicht in den Werbepausen) **aktiv** in einem redaktionellen, **hochwertigen Umfeld** und **garantierter Brand Safety** wahrgenommen.

**Einmaliges und reichweitenstarkes Senderportfolio ermöglicht treffsichere Zielgruppenansprache.**



## THEMEN ALS BUCHUNGSOPTION

Wählen Sie bei Addressable TV aus buchbaren Themenumfeldern aus und sprechen Sie damit Ihre Zielgruppe anhand Ihrer **Affinität zu bestimmten Formatumfeldern** an.

Das entsprechende Formatportfolio wurde auf Basis von Forschungsdaten der AGF (Arbeitsgemeinschaft Videoforschung) erstellt. Diese untersucht im Wesentlichen die Nutzung von Bewegtbildinhalten in Deutschland. Über die gewonnenen Daten kann unter anderem festgestellt werden, welche Zielgruppe wie affin für bestimmte Formatumfelder ist.

Die **Ausspielung** des Werbemittels erfolgt somit **nur auf thematisch passende Sendungen**, die von der entsprechenden Zielgruppe konsumiert werden.

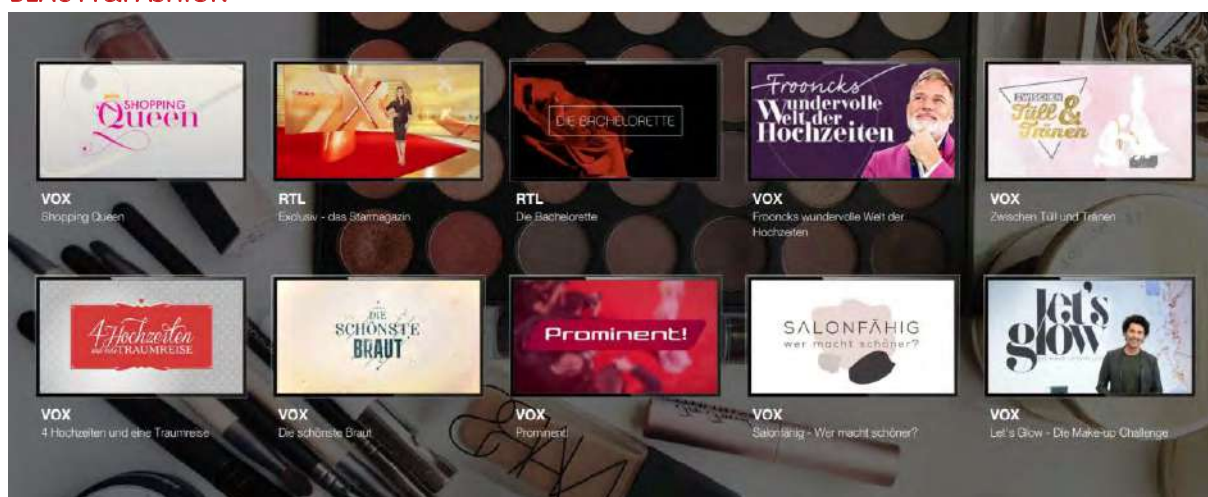
## Themenchannel

### Auto



## Themenchannel

### BEAUTY&FASHION



## Themenchannel

### FOOD



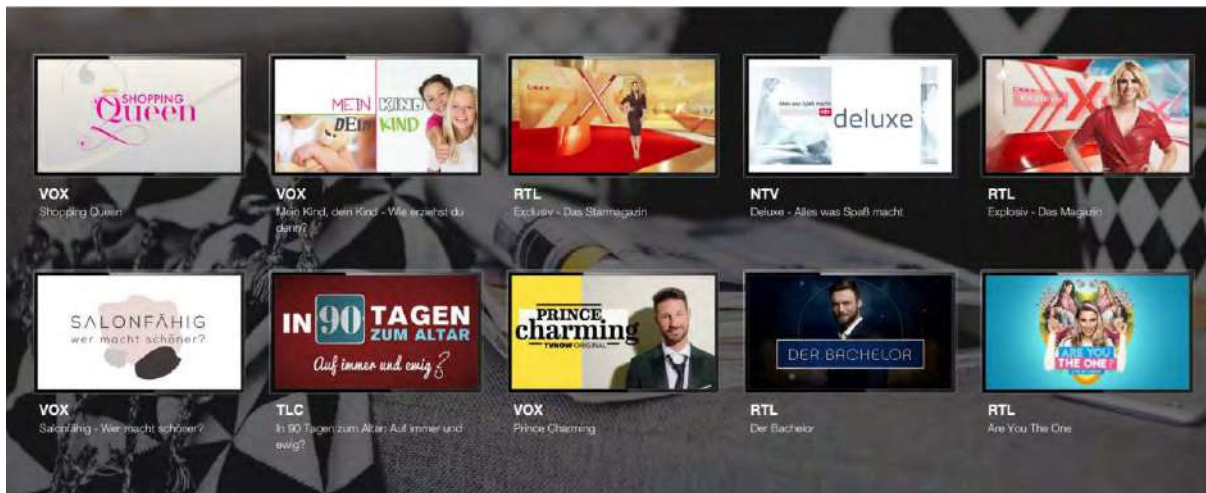
## Themenchannel

### GESUNDHEIT



## Themenchannel

### LIFESTYLE



## Themenchannel

### WIRTSCHAFT, FINANZEN & NEWS



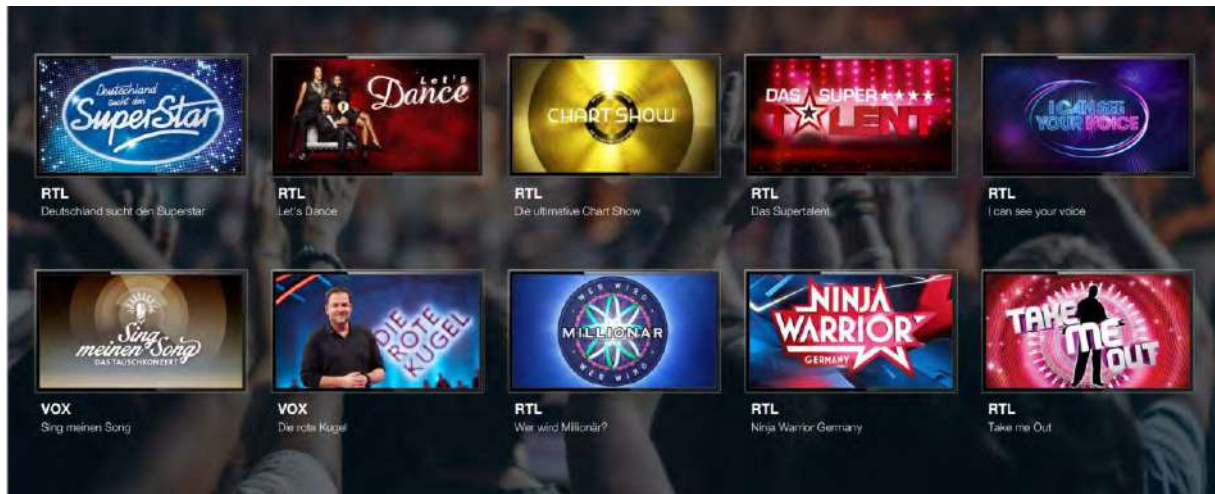
## Themenchannel

### LIVING



## Themenchannel

### ENTERTAINMENT



## Themenchannel

### REISE



Themenchannel  
SPORT



Themenchannel  
TECHNIK

