Addressable TV

© 2024

WARNER BROS. DISCOVERY

ADDRESSABLE TV KOMBINIERT DAS BESTE AUS TV & ONLINE

DURCH INTERAKTIVITÄT
MAXIMALE REICHWEITE & AWARENESS
DETAILLIERTES TARGETING

© 2024

ADDRESSABLE TV

Begriffe und Definitionen

- Addressable TV ermöglicht digitale Werbeaus-lieferung in traditionellen linearen Fernseh-programmen über Adserver-Technologien, basierend auf dem HbbTV-Standard (Hybrid broadcast broadband TV).

- Hybrid broadcast broadband TV (HbbTV) ist ein europäischer Standard, der die Verbindung von TV- und Internetangeboten in Fernsehempfangs-geräten mit Internetanschluss regelt. Zentrales Merkmal ist die Aktivierung des Angebotes über die rote Farbtaste auf der TV-Fernbedienung (Red/Yellow Button-Funktion).

- Durch die rückkanalfähige Werbung eröffnen sich innovative Möglichkeiten, Werbebotschaften kreativ zu transportieren und gezielt auf passende und attraktive Zielgruppen auszusteuern.

ADDRESSABLE TV

Begriffe und Definitionen

- Addressable TV verknüpft das reichweitenstarke lineare Fernsehprogramm mit digitalen Werbewirkungs- und Aussteuerungstechniken.
- Addressable TV bietet individuelle und zielgruppengenaue Ansprache durch vielfältige Targeting-Möglichkeiten.
- Addressable TV bietet die Möglichkeit von der zusätzlichen Reichweite außerhalb der Standard-Werbeblöcke im Fernsehen zu profitieren. Darüber hinaus kann Addressable TV auch zur Ergänzung bzw. Verlängerung des eigenen TV-Spots dienen.

Targetingmöglichkeiten

Audience
z.B. Alter, Geschlecht, HHNE

Geo
z.B. Bundesland, Stadt, PLZ, Wetter

TV-Umfeld
z.B. Sendung, Themenumfeld

Spot Retargeting
z.B. Geräte, die einen bestimmten Spot gesehen bzw. nicht gesehen haben

Technisch
z.B. Gerätemodell oder Provider / TV-Signal

VORTEILE

Für Werbetreibende

Gezielte Mediasteuerung
Durch Frequency Capping & vielfältige Targeting-Möglichkeiten auf z.B. Ort, Wetter, Demographie oder Inhalte.

Hohe Aufmerksamkeit
Durch Einblendung direkt nach dem Umschaltvorgang und bewusste Initiierung durch User.

Visibility
Exklusive Platzierung in aufgeräumter Umgebung (keine Platzierung im Werbeblock).

Engagement
Interaktivität und Möglichkeit zum Aufbau von Markenwelten (Microsites, Apps, Trailer, ...) Yellow & Red Button.

Effizienz
Individuelle Performance-Auswertung und Ausweisung relevanter Messgrößen, wie Impressions, Sessions und Unique Devices.

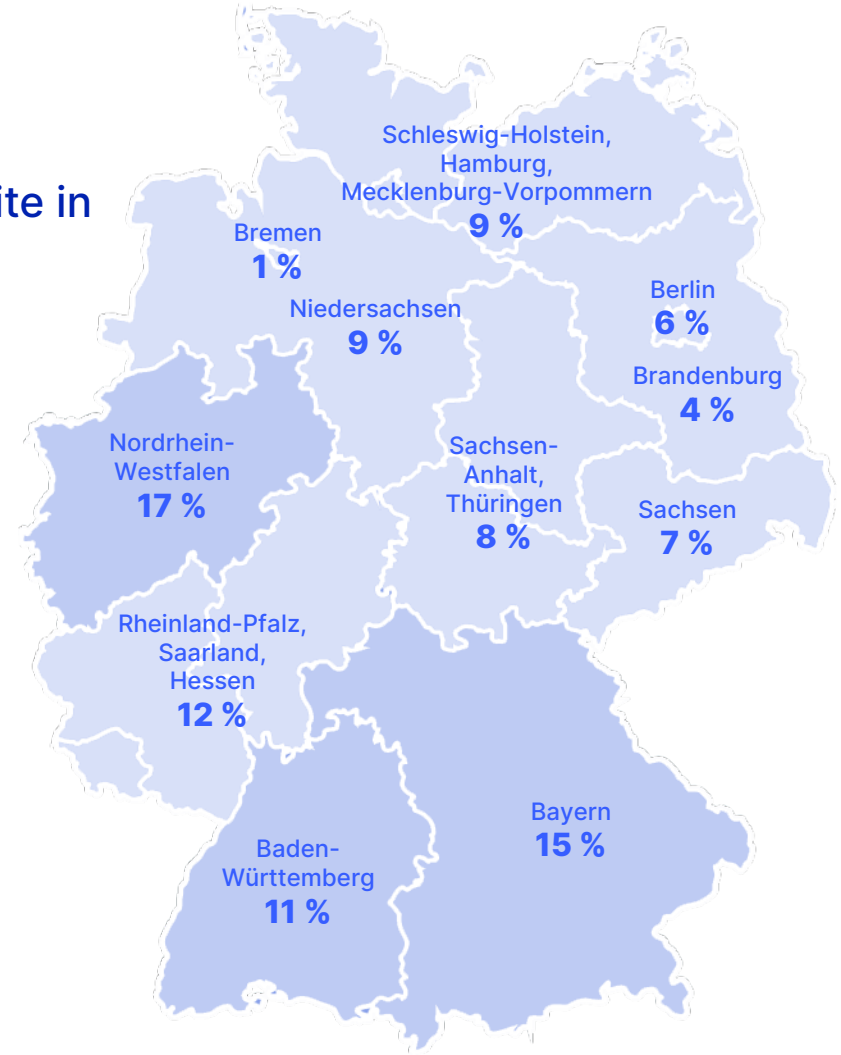
FACTS & FIGURES

Smart TV Nutzung in Deutschland

71 % Der deutschen Haushalte nutzen einen Smart TV

DMAX	Ø 1.1 Mio Unique Devices/TAG Ø 2.7 Mio Sessions/TAG
TLC	Ø 296 K Unique Devices/TAG Ø 690 K Sessions/TAG
HGTV HOME & GARDEN	Ø 100 K Unique Devices/TAG Ø 268 K Sessions/TAG
TELE 5	Ø 976 K Unique Devices/TAG Ø 2.2 Mio Sessions/TAG

ATV Reichweite in Deutschland



Quelle: Smart-TV-Verbreitung in Deutschland: Digitalisierungsbericht Video 2023, die medienanstalten – ALM GbR, Oktober 2023; Reichweiten pro Tag & % pro Bundesland: smartclip, Jan - Dez 2023

Werbeformen

SWITCH-IN CLASSIC/XXL (SPLITSCREEN AD)

Display

- Dieses klickbare Werbeformat wird 10 Sekunden lang nach dem Umschaltvorgang auf dem jeweiligen Sender eingeblendet.
- Optional kann eine Microsite in Fullscreen-Ansicht oder ein Video hinterlegt werden, die sich nach Klick auf das Werbemittel öffnen, während das lineare TV-Programm im Hintergrund oder skaliert im L-Frame ununterbrochen weiterläuft.

Senderwechsel → **5 Sek. Programm** → **Switch-In Classic/XXL** (10 Sek.) → **Programm**

Facts

- Microsite Hinterlegung in Fullscreen-Ansicht & Click-To-Video möglich
- Interaktionsmöglichkeiten mit Hilfe des Yellow Buttons optional
- Vielfältige Targeting-Möglichkeiten
- Performance-Auswertung und Ausweisung relevanter Messgrößen

SWITCH-IN XXL EXTENDED

Display

- Im Vergleich zum klassischen Switch-In wird dieses klickbare Werbeformat 5 Sekunden länger, also 15 Sekunden lang nach dem Umschaltvorgang auf dem jeweiligen Sender eingeblendet.
- Optional kann eine Microsite in Fullscreen-Ansicht oder ein Video hinterlegt werden, die sich nach Klick auf das Werbemittel öffnen, während das lineare TV-Programm im Hintergrund oder skaliert im L-Frame ununterbrochen weiterläuft.

Senderwechsel → **5 Sek. Programm** → **Switch-In XXL Extended** (15 Sek.) → **Programm**

Facts

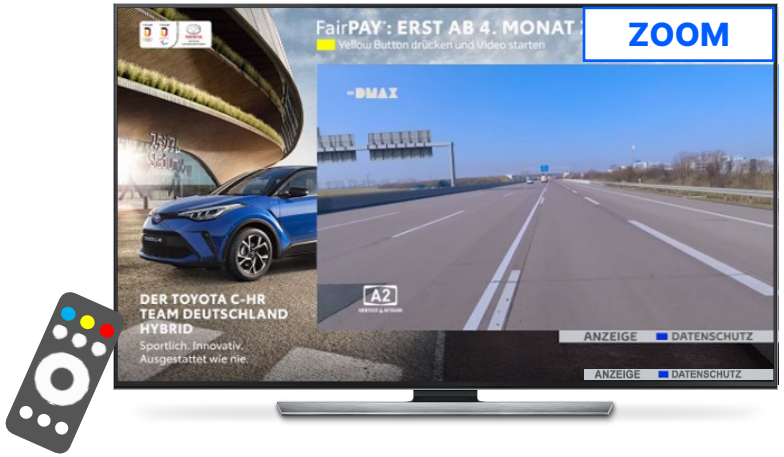
- Einblendungsdauer 15", optimal für animierte Produktintegration
- Microsite Hinterlegung in Fullscreen-Ansicht & Click-To-Video möglich
- Interaktionsmöglichkeiten mit Hilfe des Yellow Buttons optional
- Performance-Auswertung und Ausweisung relevanter Messgrößen

SWITCH-IN ZOOM

Display

- Analog zum Switch-In XXL ist das Switch-In Zoom ebenfalls ein klickbares Werbeformat, jedoch mit 50% mehr Bannerfläche.
- Dieses Werbeformat wird 10 Sekunden lang nach dem Umschaltvorgang auf dem jeweiligen Sender eingeblendet.
- Optional kann eine Microsite in Fullscreen-Ansicht oder ein Video hinterlegt werden, die sich nach Klick auf das Werbemittel öffnen, während das lineare TV-Programm im Hintergrund oder skaliert im Frame ununterbrochen weiterläuft.

Senderwechsel → **5 Sek. Programm** → **Switch-In Zoom** (10 Sek.) → **Programm**



Facts

- 50% mehr Banner-Fläche im Vergleich zum Switch-In XXL
- Microsite Hinterlegung in Fullscreen-Ansicht & Click-To-Video möglich
- Interaktionsmöglichkeiten mit Hilfe des Yellow Buttons optional
- Vielfältige Targeting-Möglichkeiten & Performance-Auswertung

SWITCH-IN SPOT/-BUMPER

Video

- Diese aufmerksamkeitsstarke Werbeform wird beim Einschalten/ Umschalten eines TV-Programms ausgelöst.
- Das TV-Programm wird nach wenigen Sekunden mit einem TV-Spot im Split-Rahmen überblendet.
- Ein Countdown weist den Zuschauer darauf, wann das Programm weiter geht.
- Das Switch-In-Spot fungiert wie ein Pre-Roll, direkt im linearen TV.

Senderwechsel	1 – 3 Sek. Programm	**Switch-In Spot** (Spot: Bis zu 10 Sek. Bumper: 6 – 8 Sek.)	Programm

Facts

- Exklusive Plazierung des Spots, im Programm-umfeld außerhalb der Standard-Werbeblöcke
- Höhere Akzeptanz durch kürzere Spotlänge und Countdown
- Interaktionsmöglichkeiten mit Hilfe des Yellow Buttons optional, Microsite & Click-To-Video möglich
- Vielfältige Targeting-Möglichkeiten

TARGET SPOT

Video

- Dieses aufmerksamkeitsstarke Videoformat wird im Gegensatz zu allen Switch-In-Formaten unabhängig vom Umschaltvorgang ausgelöst.
- Der 20-sekündige Spot überblendet einen Programmtrailer im linearen Feed.
- Er wird in fest definierten attraktiven und reichweitenstarken Zeitslots auf DMAX, TLC und TELE 5 platziert und ist nach verschiedenen Targeting-Kriterien aussteuerbar.

Facts

- Exklusive Plazierung des Spots außerhalb der Standard-Werbeblöcke
- Unabhängig vom Umschaltvorgang im linearen Programmablauf
- Perfekte Erweiterung Ihrer klassischen Spotkampagne (20") auf dem BIG Screen
- Vielfältige Targeting-Möglichkeiten

Unsere Preise

PREISÜBERSICHT

Format	Brutto TKP*	Targeting-Aufschläge	
Switch In Classic (Overlay)	40 €	Frequency Capping	-
Switch In XXL (Splitscreen Ad)	50 €	Geo-Targeting	5 €
Switch In XXL (Extended)	65 €	Soziodemographie-Targeting	5 €
Switch In Zoom	65 €	Sozio- & Geo-Targeting	10 €
Switch In Spot / Switch In Bumper	70 €	Switch In Spot über 10"	15 €
Target Spot	80 €		

Technische Spezifikationen

WERBEFORMATE UND SPEZIFIKATIONEN

Format	Abmessungen	Datei-format	Dateigröße (maximal)	3rd Party Redirect	3rd Party Tracking	Mögliche Interaktion („Yellow Button“)
Switch In XXL (Splitscreen Ad)	284x720 px + 996x160 px Anzuliefern als eine Datei (1280x720 px); Hintergrund schwarz bei JPG	PNG oder JPG	250 kb	nein	Grundsätzlich möglich über Partner Anony-misierungs-Proxy für Impressions und Klicks. Voraussetzung: Der Anonymisierungs-Proxy des Partners darf nicht als „Fraud“ erkannt werden. Hierzu muss auf Seiten des Tracking-Anbieters u.a. der Proxy User-agent („*PARTNER-atv*“) zugelassen werden. Klick-Tracker dürfen keine Weiterleitungen auf Zielseiten enthalten.	• Click-to-Microsite • Click-to-Video* (max. Länge 55s) • Alle Formate können ohne Interaktion als reines Branding-Format genutzt werden.
Switch In XXL Extended	284x720 px + 996x160 px Anzuliefern als eine Datei (1280x720 px); Hintergrund schwarz bei JPG Animation VPAID verpflichtend	PNG oder JPG	250 kb	nein		
Switch In Zoom	1280x108 px (oben + unten) + 384x504 px (seitlich links) Anzuliefern als eine Datei (1280x720 px); Das TV-Bild hat die Größe von 896x504 px Hintergrund schwarz bei JPG	PNG oder JPG	250 kb	nein		
Switch In Classic (Overlay)	420x240 px (420x217 frei gestaltbar)	PNG oder JPG	80 kb	nein		
Switch In Spot & Bumper	192/5000 KBit/s min. a/v Bitrate, optimiert für Web, Lautheit ~-23 LUFS – siehe https://bit.ly/2tLtyat Spotanlieferung auf Basis der C2V-Specs. Videolänge Bumper: max. 6 Sekunden Standardlänge Spot: max. 10 Sekunden	Video		nein		
Target Spot	Video (MP4, H.264, 1920x1080px, 25fps, Profile 4.0 high, 192/5000 KBit/s min. a/v Bitrate, optimiert für Web, Lautheit ~-23 LUFS – siehe https://bit.ly/2tLtyat Spotanlieferung auf Basis der C2V-Specs. Spotlänge: 20 Sekunden	Video		nein		

ÜBERSICHT ANFORDERUNGEN

Für alle Werbeformate

Animationen

Animationen sind bei allen Formaten möglich (GIF-Format, max. 700 kb), jedoch mit maximal 5 fps. Es muss ein nicht-animiertes Fallback Format angeliefert werden, da nicht sichergestellt werden kann, dass die Animation auf allen Geräten einwandfrei funktioniert (abhängig von Bauart und Baujahr).

Zwingende Anforderungen für alle Werbemittel

- Die Kennzeichnung „Anzeige“ & „“Datenschutz“ muss enthalten sein und gut erkennbar/ lesbar sein:
  - Schriftgröße mind. 22 px
  - Hintergrund einfarbig, Schriftfarbe muss sich deutlich von Hintergrundfarbe abheben
  - Elemente in direkter Umgebung (bspw. Yellow Button) dürfen nicht größer sein
- Ein blauer Button mit dem Hinweis „Datenschutz“ muss enthalten sein
- Platzierung für „Anzeige“, „Datenschutz“ ist vorgegeben
- In der „Safe Area“ (45x25 px) dürfen keine relevanten Informationen wie Logos oder Texte plaziert werden

Ergänzende Anforderungen für interaktive Werbemittel

Bei interaktiven Werbemitteln muss zusätzlich ein „Yellow Button“ mit entsprechendem Call-to-Action erhalten sein

*** Click-to-Video:**

- Das Video darf kein aktueller TV-Spot sein (Medienrecht)
- Der klare Texthinweis auf den Start eines Videos muss im Werbemittel enthalten sein, bspw. „Jetzt Video Starten“
- Maximale Länge des Videos 55 Sekunden

SWITCH IN XXL (SPLITSCREEN AD)

Spezifikationen

Dateiformat	PNG oder JPG
Abmessungen	284x720 px + 996x160 px, anzuliefern als eine Datei
Dateigröße	Max. 250 KB
Template	auf Anfrage

Interaktion als Option

- Reines Branding-Format ohne Interaktion
- Click-to-Video* (Full Screen Video - 16:9)
- Click-to-Microsite (Basic oder Customized Microsite)

Zusätzlich sind die zwingenden Anforderungen für alle Werbemittel sowie die ergänzenden Anforderungen für interaktive Werbemittel auf S. 17 zu beachten.

SWITCH IN XXL EXTENDED

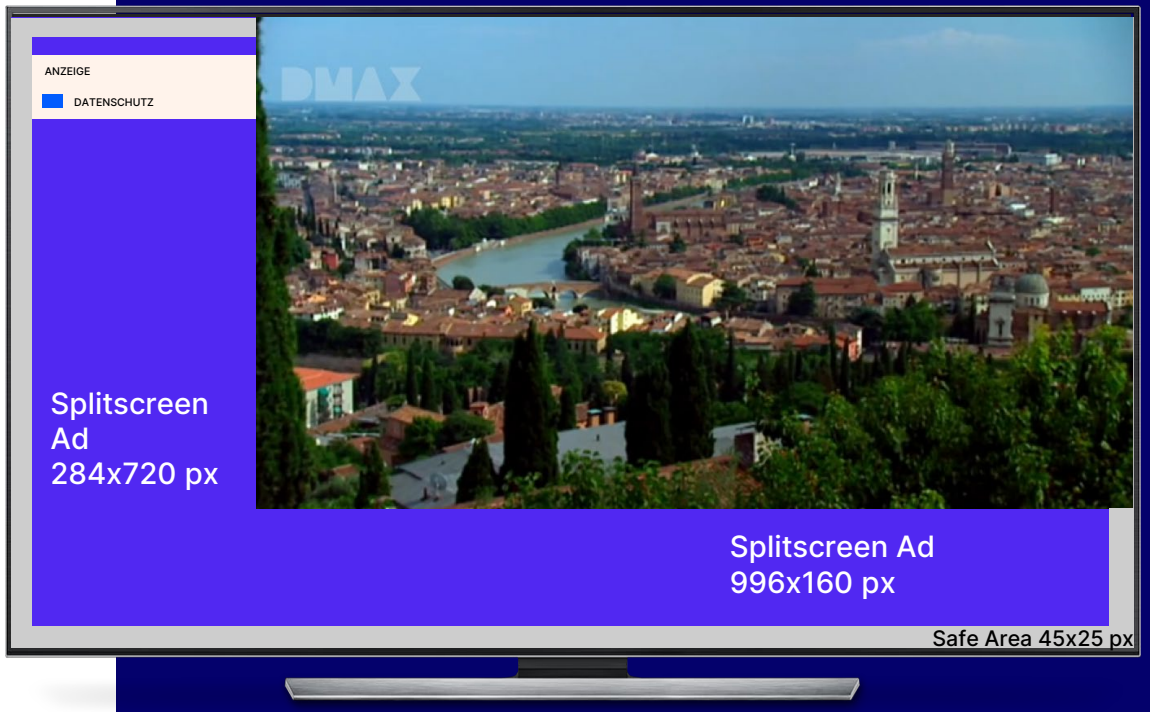
Spezifikationen

Dateiformat	PNG oder JPG
Abmessungen	284x720 px + 996x160 px, anzuliefern als eine Datei
Dateigröße	Max. 250 KB
Template	auf Anfrage
Anzeigedauer	15 Sek. anstatt 10 Sek.

Interaktion als Option

- Reines Branding-Format ohne Interaktion
- Click-to-Video* (Full Screen Video - 16:9)
- Click-to-Microsite (Basic oder Customized Microsite)

Zusätzlich sind die zwingenden Anforderungen für alle Werbemittel sowie die ergänzenden Anforderungen für interaktive Werbemittel auf S. 17 zu beachten.



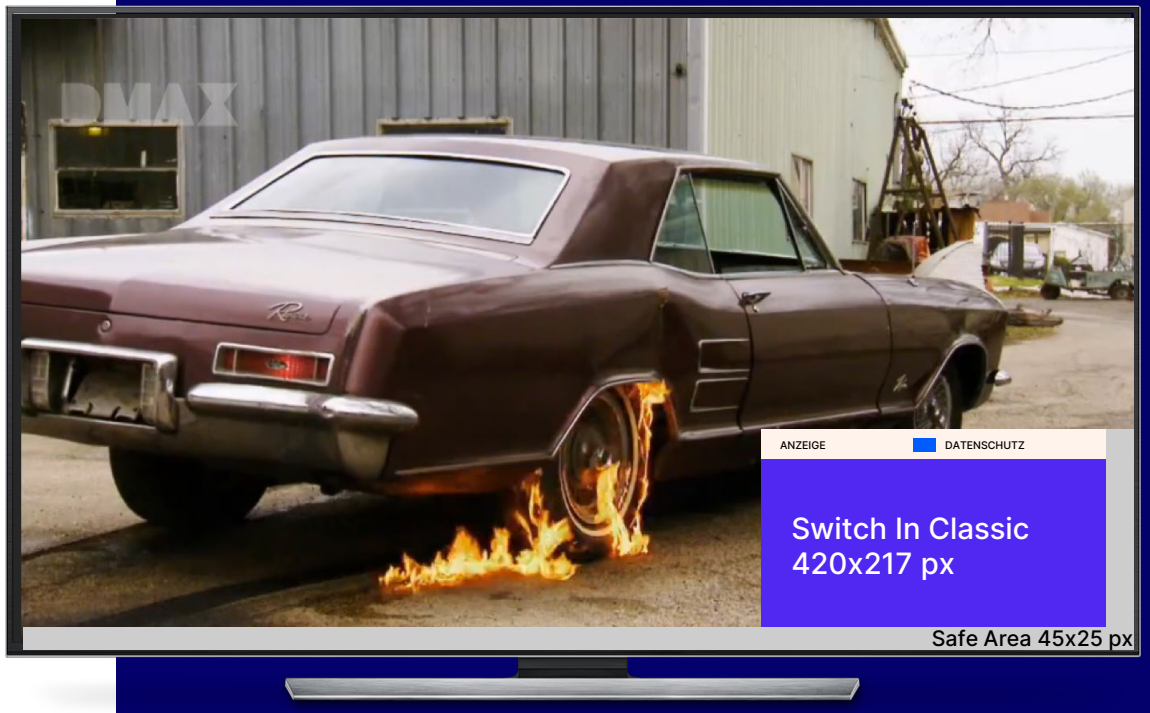
SWITCH IN CLASSIC (OVERLAY)

Spezifikationen

Dateiformat	PNG oder JPG
Abmessungen	420x240 px (420x217 px frei gestaltbar)
Dateigröße	Max. 80 kb
Template	auf Anfrage

Interaktion als Option

- Reines Branding-Format ohne Interaktion
- Click-to-Video* (Full Screen Video - 16:9)
- Click-to-Microsite (Basic oder Customized Microsite)



Zusätzlich sind die zwingenden Anforderungen für alle Werbemittel sowie die ergänzenden Anforderungen für interaktive Werbemittel auf S. 17 zu beachten.

SWITCH IN ZOOM

Spezifikationen

Dateiformat	PNG oder JPG
Abmessungen	1280x720 px; anzuliefern als eine Datei!
Dateigröße	Max. 250 kb
Template	auf Anfrage

Interaktion als Option

- Reines Branding-Format ohne Interaktion
- Click-to-Video* (Full Screen Video - 16:9)
- Click-to-Microsite (Basic oder Customized Microsite)

Zusätzlich sind die zwingenden Anforderungen für alle Werbemittel sowie die ergänzenden Anforderungen für interaktive Werbemittel auf S. 17 zu beachten.

SWITCH IN SPOT & BUMPER

Spezifikationen

Dateiformat:	Video
Spot:	Anlieferung auf Basis der C2V-Specs MP4, H.264, 1920x1080 px, 25fps, Profile 4.0 high, 192/5000 kbit/s min. a/v Bitrate, optimiert für Web, Lautheit ~- 23 LUFS – siehe https://bit.ly/2tLtyat
Videolänge Bumper:	max. 6 Sekunden
Standardlänge Spot:	max. 10 Sekunden

Zusätzlich sind die zwingenden Anforderungen für alle Werbemittel sowie die ergänzenden Anforderungen für interaktive Werbemittel auf S. 17 zu beachten.

Countdown-Bereich:

- Der Countdown befindet sich 45 px vom oberen Rand, rechts zentriert s. roten Bereich. Bitte Safe Area beachten!
- Countdown-Schriftfarbe schwarz, Schriftgröße 65 px.
- Bitte schwarze oder sehr dunkle Farben für diesen Bereich meiden.

TARGET SPOT

Spezifikationen

Dateiformat:	Video
Spot:	Anlieferung auf Basis der C2V-Specs MP4, H.264, 1920x1080 px, 25fps, Profile 4.0 high, 192/5000 kbit/s min. a/v Bitrate, optimiert für Web, Lautheit ~- 23 LUFS – siehe https://bit.ly/2tLtyat
Spotlänge:	20 Sekunden

Zusätzlich sind die zwingenden Anforderungen für alle Werbemittel sowie die ergänzenden Anforderungen für interaktive Werbemittel auf S. 17 zu beachten.

CLICK-TO-VIDEO

Spezifikationen

Videoformat:	MP4, H.264, 1920x1080 px, 25Fps, Profile 4.0 high, 192/5000 kbit/s min. a/v Bitrate, optimiert für Web, Lautheit ~-23 LUFS
Spotlänge:	max. 55 Sekunden Videos mit einer Länge von mehr als 55 Sek. müssen über eine Microsite geschaltet werden.

Infoleiste als Overlay (360x23 px)

- Overlay nicht in Video enthalten, wird automatisch vom techn. Dienstleister integriert
- Overlay blendet nach 5 Sekunden aus, erscheint wieder nach Nutzerinteraktion (über Fernbedienung)
- Kennzeichnung „Werbung“ ist immer sichtbar

HINWEIS:
Das Video darf kein aktuell genutzter TV-Spot sein

MICROSITES

Anforderungen & Workflow

Anforderungen & Workflow

- Addressable TV Microsites müssen dem HbbTV/CE-HTML Standard entsprechen
- Die Entwicklung von HbbTV Microsites erfordert entsprechendes Know-How und Zugriff auf HbbTV-Geräte für Entwicklung und Testing
- Alle Microsits werden auf der Infrastruktur des techn. Dienstleisters gehostet und durchlaufen vor der Live-Stellung eine technische Kontrolle auf verschiedenen TV-Geräten

Empfehlung: Erstellung von Microsites mit Partner-Templates

- Techn. Dienstleister ermöglicht die Produktion von Microsites auf Basis standardisierter Templates
- Die Vorlaufszeit und der Umsetzungsaufwand lassen sich damit auf 5-10 Tage minimieren

Externe Entwicklung von Microsites (Custom Microsites)

- Grundsätzlich ist die Entwicklung von Microsites durch externe Dienstlester möglich
- Techn. Dienstleister prüft alle Microsites auf verschiedenen HbbTV-Geräten, um einen fehlerfreien Betrieb sicherzustellen
- Techn. Dienstleister übernimmt keine Verantwortung für Verzögerungen, die aus fehlerhaft angelieferten Microsites entstehen

MICROSITES

Quick & Easy Templates

Techn. Dienstleister bietet standardisierte Templates für die einfache und schnelle Microsite-Umsetzung

- Template „Basic Microsite“ auf Anfrage
- Templates „Advanced Microsite“: Bildergalerie/ Videogalerie
- Lediglich Grafiken, Videos und Bilder müssen wie spezifiziert angeliefert werden
- Umsetzung, technische Kontrolle und Live-Stellung der Microsite erfolgen durch techn. Dienstleister
- Tracking und Reporting erfolgen durch techn. Dienstleister (mittels „Piwik“)
- 5 – 10 Werktage von Anlieferung bis Live-Stellung

Premium Features

- Integration weiterer dynamischer Elemente nach Rücksprache möglich, z.B. Externe Datenbanken, Händlersuche, Gewinnspiele etc.

MICROSITES UND SPEZIFIKATIONEN

Übersicht

Format	Hintergrundbild	Bilder	Videos	Sonstiges
Basic Microsite	1280x720 px PNG oderJPG Max. 200 kb	x	x	Senderleiste berücksichtigen: 1280x84 px Platz für TV-Signal berücksichtigen: mindestens 320X180 px (Positionierung variabel) Fokus -/Highlight-Farbe
Advanced Microsite (Bildergalerie)		Bildergalerie: PNG/JPG Max. 200 kb Vorschaubilder: PNG/JPG Max. 100 kb	x	
Advanced Microsite (Videogalerie)		Vorschaubilder: PNG/JPG Max. 100 kb	Videos (MP4, H.264, 1920x1080 px, 25fps, Profile 4.0 high, 192/5000 kbit/s min. a/v Bitrate, Optimiert für Web, Lautheit~-23 LUFS –siehe https://bit.ly/2tLtyat	

BASIC MICROSITE

Spezifikationen

Hintergrundbild	1280x720 px, PNG oder JPG, max. 200 kb
Senderleiste zu berücksichtigen	1280x84 px
Platz für TV-Signal zu berücksichtigen	Videos mit einer Länge von mehr als 55 Sek. müssen über eine Microsite geschaltet werden.

Basic Microsite

- Einfache Microsite zur Kommunikation von weiteren Produktinformationen mit Integration von Links, QR-Codes, Hotlines, Kontaktinformationen etc.
- Das TV-Bild ist auf der Microsite integriert, der Zuschauer kann somit das TV-Programm weiter verfolgen
- Download Template: auf Anfrage

ADVANCED MICROSITE

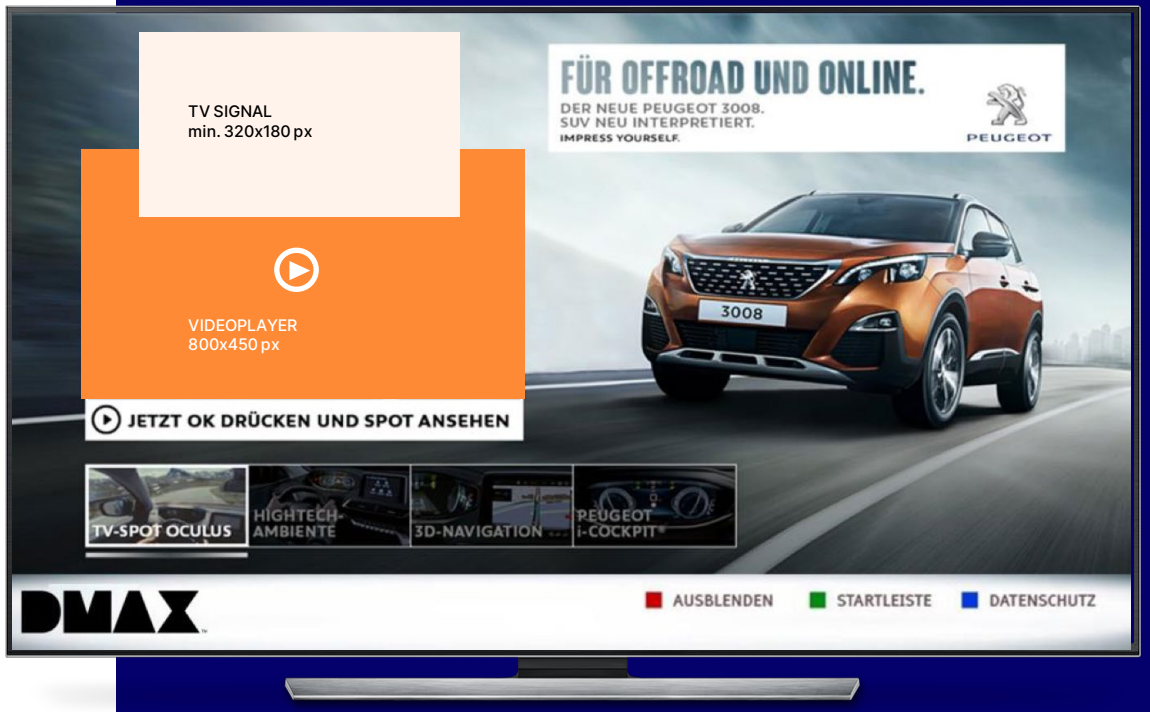
Spezifikationen

Inkl. Bildergalerie:

Hintergrundbild:	1280x720 px, PNG oder JPG, max. 200 kb
Senderleiste zu berücksichtigen:	1280x84 px
Platz für TV-Signal berücksichtigen:	Mind. 320x180 px (Positionierung variabel)
Bilder fürBildergalerie:	PNG oder JPG, max. 200 kb
Vorschaubilder:	PNG oder JPG, max. 100 kb
Fokus-/Highlightfarbe	

Inkl. Videogalerie:

- Flexible Anzahl von Bildern bzw. Videos (1 bis x Videos oder Bilder)
- Vertikale oder horizontale Anordnung der Navigation
- TV-Bild ist auf der Einstiegsseite der Microsite integriert, der Zuschauer kann somit das TV-Programm weiterverfolgen.
- Videos (MP4, H.264, 1280x720 px, 25Fps, Profile 4.0 high, 192/1800 kbit/s max. a/v bitrate, web optimized)
- Download Template: auf Anfrage



Advanced Microsite inkl. Videogalerie

ADVANCED MICROSITE

Spezifikationen

Advanced Microsite

- Bei der Erstellung von Microsites durch externe Entwickler und Agenturen ist eine Vorlaufzeit von mindestens 10 Werktagen von Übergabe an Warner Bros. Discovery bis Live-Stellung zu beachten.
- Hosting erfolgt ausschließlich in der Infrastruktur des techn. Dienstleisters
- Verwendung eines Anonymisierungs-Proxy zur Nutzung von externen Ressourcen nach Absprache möglich
- Microsite muss HbbTV/CE-HTML kompatibel sein und entsprechend auf HbbTV-Geräten getestet werden
- Freigabe und Live-Stellung der Microsite erfolgt nach technischer Abnahme durch techn. Dienstleister
- HbbTV-Testgeräte für technische Kontrolle:
  Samsung 2012+, Sony 2012+, Philips 2012+, Panasonic 2012+, LG 2012+, Grundig 2013+

Weitere Informationen und Anforderungen für Custom Microsites auf Anfrage

Informationen & Tools für die Entwicklung von HbbTV Microsites,
Allgemeine HbbTV Spezifikationen

http://www.hbbtv.org
http://www.hbbtv-developer.com/site/wiki/index.php/How_to
http://www.hbbtv-developer.com/site/wiki/index.php/Hello_world
http://www.hbbtv-developer.com/site/blog/
http://www.etsi.org/deliver/etsi_ts/102700_102799/102796/01.03.01_60/ts_102796v010301p.pdf

FIREFOX HBBTV PLUGIN
https://addons.mozilla.org/de/firefox/addon/firehbbtv/

VALIDATOREN
http://validator.digitaltv-labs.com/
http://hbbtv-live.irt.de/validator/

ZERTIFIZIERTE 3RD PARTY DIENSTLEISTER

3rd Party Tracking Impression wird unterstützt

- Nur image tags
- Keine script tags
- Keine iframe tags
- Bitte beachten: Aufgrund der rechtlichen Datenschutzbestimmungen können die Impression Tracker nicht direkt durch die TV User ausgelöst werden, sondern werden über einen anonymisierten Tracking Server ausgelöst. Dies kann zu einem Block des Triggers führen oder wird auf der 3rd Party Seite als Fraud deklariert.

Allgemeiner Hinweis

Warner Bros. Discovery behält sich das Recht vor, die Auslieferung von Werbemitteln oder Microsites zu stoppen, wenn:

- es nach Kampagnenstart zu Beschwerden von Seiten der Zuschauer/User kommt
- sich nachträglich herausstellt, dass die Werbemittel oder die Microsites die Performance oder Nutzung des TV-Angebots stört oder beeinträchtigt
- die Werbemittel oder die Microsite den Zuschauer/User irreführen
- die Werbemittel oder die Microsite nicht den Regularien oder geltendem Recht entsprechen
- In jedem Fall erfolgt eine Abstimmung mit Kunde/Agentur, mit dem Ziele, die Auslieferung der Kampagne schnellstmöglich fortzusetzen

LIEFERFRISTEN UND VORLAUFSZEITEN

Werbemittel

- Mind. 5 Werktage vor Kampagnenstart
- Mind. 10 Werktage vor Kampagnenstart bei dynamischen Werbemitteln (Bsp. Wettertargeting, regionalisierte Werbemittelaussteuerung anhand externer Datenquellen)

Microsites

Interne Erstellung

- Anlieferung aller Assets (Videos, Bilder) mind. 10 Tage vor Kampagnenstart
- Produktion auf Basis des Templates, technische Kontrolle und Live-Stellung erfolgt durch unseren tech. Dienstleister

Externe Erstellung

- Übergabe der finalen Microsite mind. 10 Werktage vor Kampagnenstart
- Technische Kontrolle und Live-Stellung erfolgt durch unseren tech. Dienstleister

Bitte senden Sie alle Materialien wie spezifiziert an: tanya.cherneva@wbd.com, katrin.hoffmann@wbd.com

BESONDERE HINWEISE FÜR OTC-KUNDEN & CASINO-/WETTANBIETER

OTC-Kunden (Over-The-Counter-Produkte)

= Medikamente bzw. Arzneimittel, welche rezeptfrei erworben werden können

- Der Apotheker-Hinweis muss auf jeden Fall im Werbemittel auftauchen und sichtbar sein!
- In welcher kreativer Form, ob dauerhaft oder am Ende eingeblendet, ist dem Werbekunden selber überlassen

Casino- und Wettkunden

Folgende Hinweise müssen im Werbemittel des Kunden dauerhaft zu sehen sein:

- Suchthinweis
- Schleswig-Holstein-Hinweis
- Alterhinweis

AGB

Online

Angebot freibleibend und 2 Wochen gültig! Auslieferung der Werbemittel nur nach Freigabe durch Warner Bros. Discovery, kein Anspruch auf Exklusivplatzierungen sowie auf weitere Rabatte. Das Angebot stellt keine Präjudiz für Folgebuchungen dar. Die Anlieferung der Werbemittel muss technisch korrekt entsprechend der jeweiligen Vorlaufzeiten an auftragsanlage@discovery.com erfolgen.

Reporting-Reklamationen können nur bis spätestens 1 Monat nach Abschluss einer Kampagne und Erhalt des Endreportings gemacht werden, jedoch nicht über das Jahr hinaus. Spätere Reklamationen können abrechnungs- und kompensationstechnisch nicht mehr berücksichtigt werden.

Der Abwicklung dieses Auftrags liegen die zum Erscheinungstermin gültige Anzeigenpreisliste sowie unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen zu Grunde. Das Angebot versteht sich exklusive möglicher Produktionskosten! Es gelten die AGB der Discovery Communications Deutschland GmbH & Co. KG. https://wbd-deutschland.de/terms/. Weitere Infos immer aktuell unter www.wbd-deutschland.de.

Alle Preise verstehen sich zzgl. der jeweiligen gesetzlichen Mehrwertsteuer.

On Air

Eventuelle Kosten für Trailerproduktionen oder sonstige Produktionskosten sind im Preis nicht mit inbegriffen. Programmausstrahlung vorbehaltlich juristischer Freigabe seitens Warner Bros. Discovery.

Angebot freibleibend und nach aktuellem Programmschema; Änderungen vorbehalten. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für die Vermarktung von Werbezeiten für die von Discovery Communicatons Deutschland GmbH & Co. KG vermarkteten Sender https://wbd-deutschland.de/terms/

Allgemeine Informationen:

Stornobedingungen: Eine kostenfreie Stornierung gewährt der Vermarkter bis zu vier Wochen vor Beginn der vereinbarten Leistungserbringung. Maßgeblich für den Zeitpunkt ist der Zugang des Schreibens beim Vermarkter.

Vorlaufzeiten: Standard-Werbeformen: 5 Werktage vor Kampagnen-start. Nicht standardisierte Werbeform: 7 Werktage vor Kampagnenstart.

Verfügbarkeiten: Verfügbarkeiten zum Zeitpunkt der Anfrage und können zu einem späteren Zeitpunkt nicht gewährleistet werden.

Reporting: Wöchentlicher Reportingversand per E-Mail.

Gestaltungskosten: Werden gesondert berechnet, sind nicht rabatt- oder AE-fähig und auch nicht rabattbildend.

Abrechnung: Bei langfristigen Kampagnen wird eine monatliche Ist-Abrechnung vorgenommen; dies gilt auch im Falle einer Unterlieferung. Grundlage für die Abrechnung von Kampagnen ist das Reporting des Warner Bros. Discovery-AdServers.

Vielen Dank

WARNER BROS.
DISCOVERY

DMAX TLC HGTV HOME & GARDEN TELE 5 EUROSPORT Discovery animal planet WB TV COMEDY WB TV SERIE WB TV FILM