

PROGRAMMATIC TV

August 2023

PROGRAMMATIC TV SETZT NEUE MAßSTÄBE FÜR IHRE KAMPAGNE



PROGRAMMATIC TV (PTV)

ist das Buchbarmachen von **linearen TV-Werbeflächen** über eine digitale programmatische Plattform (**DSP**) und Ad-Playout an **alle TV Haushalte**.

PROGRAMMATIC TV LIEFERT ALLE STÄRKEN VON TV

REICHWEITE

Massive Reichweite,
v.a. in mittleren / älteren
Zielgruppen

AWARENESS

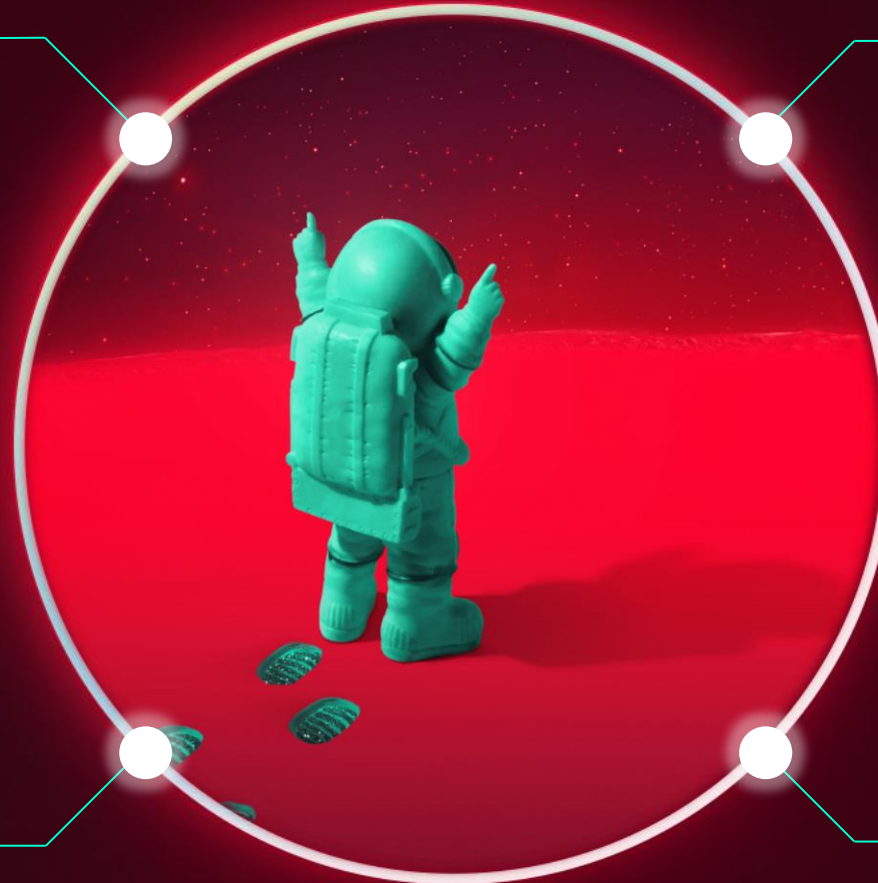
Bekanntheits- und Sympathie
Treiber mit bester Mediaqualität*

BIG SCREEN PRÄSENZ

Leanback, Brand-safety,
Strahlkraft TV-Präsenz,
„Halo-Effekt“

EFFIZIENZ

Attraktive TKPs in der Zielgruppe
+ wertvolle Streukontakte



PROGRAMMATIC TV FORCIERT DIE TRANSFORMATION VON TV UND NUTZT STÄRKEN VON DIGITAL



FIXER PREIS UND GARANTIERTE KONTAKTE

- Fixer netto TKP in der Zielgruppe
- Garantierte Zielgruppenkontakte
- Streukontakte on top

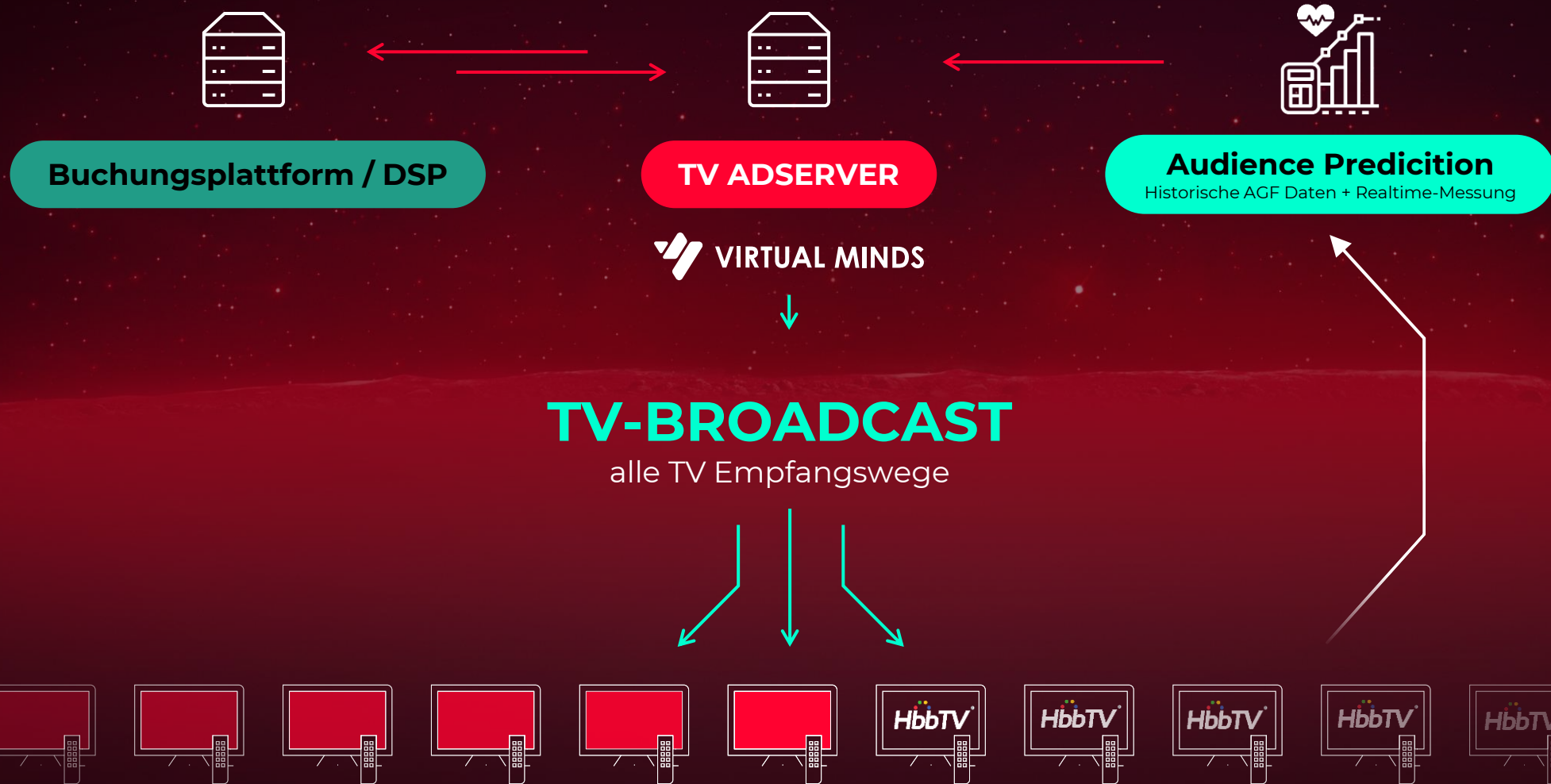
DSP ZUGRIFF UND DIGITALE ABWICKLUNG

- AdServer gesteuerte Auslieferung im TV
- Monitoring in der DSP
- Transparentes Reporting in der DSP

TV EINSTIEG AUCH MIT KLEINEN BUDGETS

- Einfacher erster Zugang zu TV
- Weiterer Kanal im digitalen Set
- Kampagnen im linearen TV auch mit kleineren Budgets

DURCH REALTIME PREDICTION UND ADSERVING WIRD IHRE KAMPAGNE IM LINEAREN TV BESTENS PLATZIERT



ERREICHEN SIE AWARENESS, REICHWEITE UND BRANDING VIA DSP



Ava Decker, Senior Manager Programmatic,
PIA Media

”

Programmatic TV ist **ideal** für Kampagnen mit Fokus auf **Awareness, Reichweite** und **Branding**.

Ein großer **Vorteil** ist dabei die Steuerung aller Bewegtbildmaßnahmen aus einer Hand, durch die **Anbindung** an eine **Demand Side Platform**, wodurch unsere Kampagne mit **Vorwerk ein voller Erfolg** wurde.



”

Referenzen



bonprix. servicenow.

ZAHLREICHE AUDIENCE-BASED ZIELGRUPPEN UND CONTENT-BASED TOPICS STEHEN IHNEN ZUR VERFÜGUNG

Audience-Based		Content-Based		
<h3>Run of TV Brands Large</h3> <p>38,7 MIO. RW Z18+</p> <p>Inventar 06:00 – 20:00 & 23:00 – 01:00 06:00 – 01:00 >60% Kernsender Kontaktanteil*</p> <p></p>	<h3>Run of TV Brands Medium</h3> <p>20,9 MIO. RW Z18+</p> <p>Inventar 06:00 – 01:00</p> <p></p>	<h3>Run of Topics</h3> <p>Inventar Format-Bundling nach IAB Kategorien 6:00 – 01:00 h inkl. Prime Time Kernsender</p> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;"> Pets</div> <div style="text-align: center;"> Home & Garden</div> <div style="text-align: center;"> Sports</div> <div style="text-align: center;"> Entertainment & Shows</div> <div style="text-align: center;"> Wissen & Doku</div> <div style="text-align: center;"> Style & Fashion</div> <div style="text-align: center;"> Food & Drink</div> </div> <p></p>		
<p> </p>		<p>18-39 18-49 18-59 18-64</p> <p>25-49 30-59 40-64</p>		
DSP: Active Agent		Programmatic Guranteed		
		Spotlängen: 10" 15" 20" 25" 30"		
		Pricing auf Netto TKP Basis		

DIE 3 WICHTIGSTEN PUNKTE ZU PROGRAMMATIC TV

1

**Programmatischer
Zugang via DSP
zu Linear TV**

2

**Attraktives
Netto TKP
Preismodell**

3

**Garantierte
Kontakte in der
Zielgruppe**

