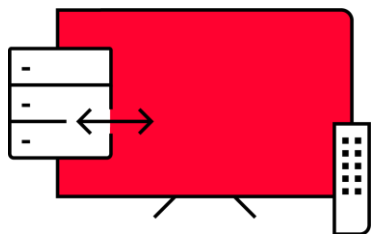


PROGRAMMATIC TV

LINEARE TV-WERBUNG EINFACH PROGRAMMATISCH BUCHEN



WAS IST PROGRAMMATIC TV?

Programmatic TV ist das Buchbarmachen von **linearen TV** Werbeflächen über eine **digitale, programmatische Plattform (DSP)** und **Realtime Ad Payout**.

IHRE VORTEILE

- Digitales Audience oder Contenttargeting im TV: **Fixer Preis und garantierte Kontakte**.
- Voller Zugriff auf die **gesamte brandsafe TV-Reichweite** mit bekannter **Strahlkraft von TV**.
- Volle **Echtzeittransparenz** durch programmatischen Zugriff mittels **Demand Side Plattform**.

WELCHE TARGETINGOPTIONEN GIBT ES?

AUDIENCE-BASED

Buchung nach 21 soziodemografischen Zielgruppen

Run of TV Brands Large

Inventar:

06:00 – 20:00 & 23:00 – 01:00

06:00 – 01:00

>60% Kernsender Kontaktanteil



Run of TV Brands Medium

Inventar:

06:00 – 01:00



CONTENT-BASED

Buchung nach Themenclustern

Run of Topics

Inventar: Format-Bundling nach IAB

Kategorien z.B. Pets, Sports, Style & Fashion oder Food & Drink

6:00 – 01:00 inkl. Prime Time Kernsender



BUCHUNG

- Programmatic TV ist aktuell unter dem Dealtype **Programmatic Guaranteed** buchbar.
- Ihre Buchung erfolgt über die **Demand Side Plattform „Active Agent“** von Virtual Minds
- **Spotlängen:** 10" | 15" | 20" | 25" | 30" (weitere Spotlängen auf Anfrage)

FÜR WEN IST PTV GEEIGNET?

- **TV Einstieg über PTV** einfachster Zugang zu Linear TV.
- **Digital affine Kunden** Linear TV als weiteren Kanal im Programmatic Set.
- **PTV ergänzt Big Screen Lösungen** Kombination von PTV mit digitalen Big Screen Inventaren.

RW: Ø monatliche Nettowreichweite Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, Marktstandard: TV, 01.01.2022-31.12.2022, Daten endgültig gewichtet | Seven.One Media - Media Insights & Analytics; Keine Kombination von Audience Targeting & Contextual Topics möglich.