

ELCARTEL[®]

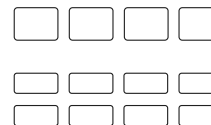
ATV & CTV-PORTFOLIO 2025

RTLZWEI MEETS EL CARTEL MEDIA

- # Addressable TV: Alle Switch-In Werbemittel auf dem TV-Gerät im linearen TV-Programm.
- # Connected TV: Alle sonstigen Digital Ads auf dem TV-Gerät.
- # Addressable und Connected TV ergeben gemeinsam eine ideale Big-Screen-Kombination.

*Quelle: Smartclip, Ø Monat Impressions, 01.10.2024-31.12.2024

ADDRESSABLETV



Diverse

ÜBER BIG SCREEN & MULTI SCREEN

- # Die Verbindung aus TV- und Digital-Werbung sorgt für höchste Medienqualität und Awareness.
- # CrossContact: Bruttoreichweite, Zeitraum, Zielgruppe und nur EIN Spot – den Rest übernimmt EL CARTEL
- # CrossDevice: Optimierung Ihrer Kampagne auf allen verfügbaren Screens innerhalb eines Haushalts.

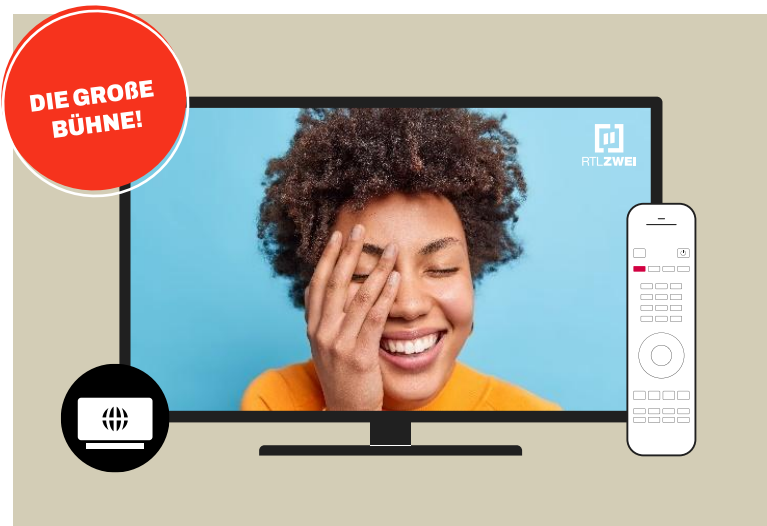
RTLZWEI | PORTFOLIO | ADDRESSABLE TV & CONNECTED TV | ÜBERSICHT

DIGITAL ADS IM TV

RTLZWEI

ÜBERBLICK | BIG SCREEN & MULTISCREEN

BIG SCREEN



Kombination aus ATV & CTV **ermöglicht Digital Ads** im linearen und non-linearen TV-Programm

MULTI SCREEN

CROSSCONTACT



Mit nur **EINEM Spot** effizient und umfangreich auf vielen Bewegtbildkanälen des RTLZWEI Kosmos werben

CROSSDEVICE



Mit vielfältigen **Targeting-Optionen** geräteübergreifend die gewünschte Zielgruppe **reichweitenoptimiert** ansprechen

ÜBER ADDRESSABLE TV & CONNECTED TV

- # Werbebotschaften bestmöglich aussteuern und effizient einsetzen.
- # Dabei greifen die unterschiedlichsten Targeting-Optionen.
- # Durch zunehmend fragmentierte Nutzung erfolgt Reichweiten-Optimierung.

RTLZWEI | PORTFOLIO | ADDRESSABLE TV & CONNECTED TV | TARGETING

TARGETING-OPTIONEN

RTLZWEI

ÜBERBLICK | STRATEGISCHE ZIELGRUPPENANSPRACHE



AUDIENCE

RE-TARGETING

GEO

CROSSDEVICE

TECHNIK

BASIS AGF-GFK-PANEL*

z.B. Alter, Geschlecht



*Das Targeting nach soziodemographischen Zielgruppen erfolgt anhand eines umfeldbasierten Targetings auf Basis der AGF-Daten (Affinität der Zielgruppe > 99).

BASIS DEVICE-ID

z.B. Kontaktoptimierung innerhalb einer Gattung



Mehr Infos
Auf den
folgenden
Folien

BASIS IP-ADRESSE

z.B. Bundesländer, Städte, PLZ



BASIS DEVICE-ID

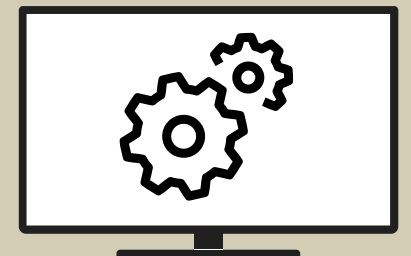
z.B. unterschiedliche Gattungen / Devices



Mehr Infos
Auf den
folgenden
Folien

BASIS TECHN. MERKMALE

z.B. TV-Modell / -Signal, Provider



ÜBER REMINDER

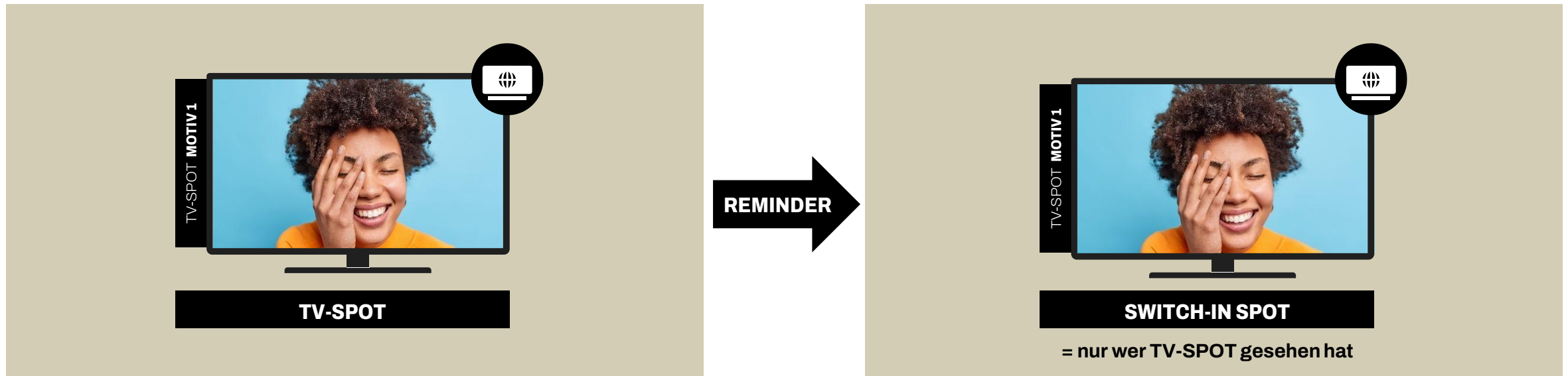
- # Erneute Ansprache auf einem Device, bei dem bereits ein Erstkontakt der Referenzkampagne ausgespielt wurde.
- # So können Kontaktklassen ideal angesteuert werden.
- # Der Reminder eignet sich für einen effizienten Zweitkontakt.

RTLZWEI | PORTFOLIO | ADDRESSABLE TV & CONNECTED TV | DETAILS

TARGETING-OPTIONEN

RE-TARGETING - REMINDER

REMINDER | EINFACH ERKLÄRT



BEISPIEL

Es werden SI-Spots an Devices ausgespielt, die bereits das erste Werbemotiv auf dem TV-Gerät gesehen haben.

ZIEL

Kontaktklassenoptimierung & ideal für Storytelling und verschiedene Werbebotschaften.

ÜBER INCREMENTAL

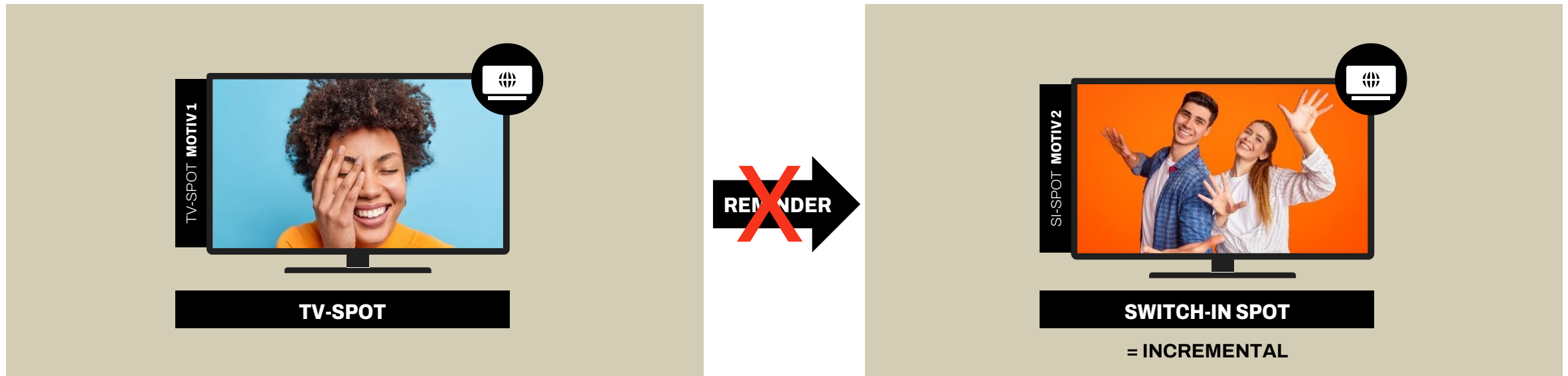
- # Ausspielung auf dem gleichen Device, bei dem kein Erstkontakt der Referenzkampagne ausgespielt wurde.
- # So können Kontaktklassen ideal angesteuert werden.
- # Der Incremental eignet sich zur Reichweitenoptimierung bei Kampagnenplanungen.

RTLZWEI | PORTFOLIO | ADDRESSABLE TV & CONNECTED TV | DETAILS

TARGETING-OPTIONEN

RE-TARGETING - INCREMENTAL

INCREMENTAL | EINFACH ERKLÄRT



BEISPIEL

Es werden SI-Spots an Devices ausgespielt, die das Werbemotiv auf dem TV-Gerät NICHT gesehen haben.

ZIEL

Messbare Nettoreichweitensteigerung.

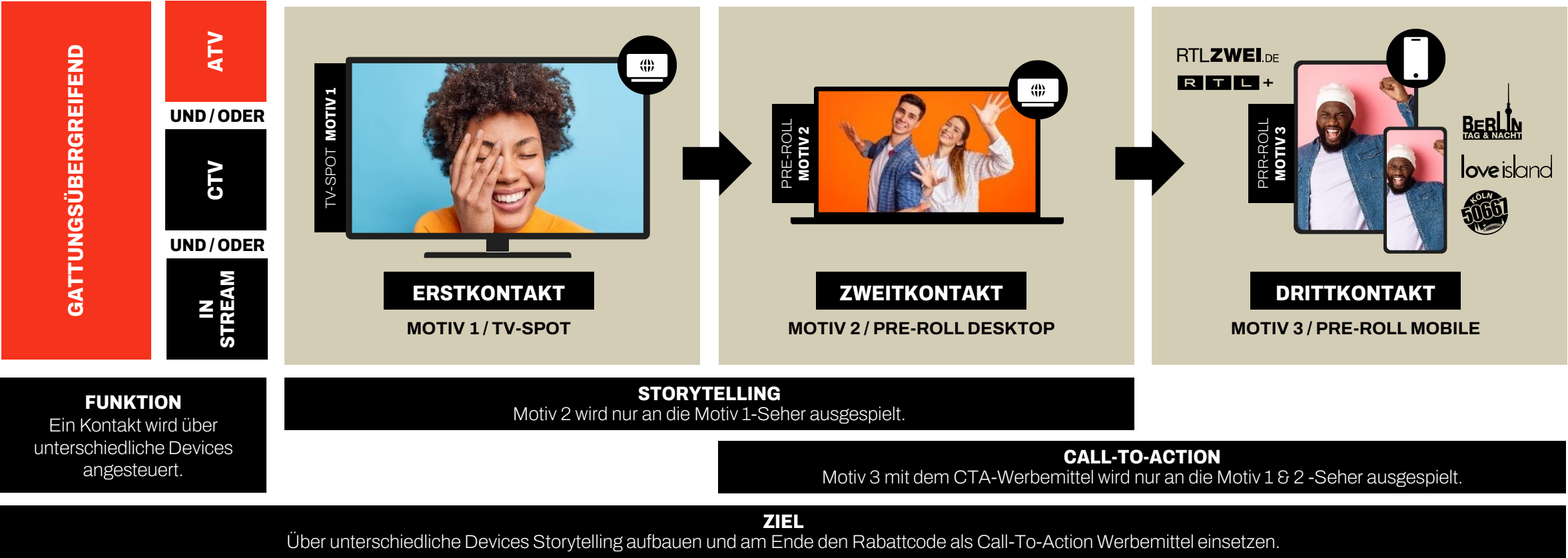
ÜBER CROSSDEVICE

- # Zielgruppentransfer zwischen unterschiedlichen Gattungen schaffen.
- # Digitale Segmente können bei ATV ausgesteuert werden.
- # Oder TV-Sehverhalten kann für digitale Ausspielungen genutzt werden.

TARGETING-OPTIONEN

CROSSDEVICE - REMINDER

STORYTELLING | EINFACH ERKLÄRT



ÜBER DIE CROSSDEVICE-KAMPAGNE

- # Unique User können über alle Smart-TV-Geräte erreicht werden.
- # Gezielter Reichweitenaufbau über verschiedene Devices.
- # Inkrementeller Bewegtbildansatz.

RTLZWEI | PORTFOLIO | ADDRESSABLE TV & CONNECTED TV | DETAILS

TARGETING-OPTIONEN

CROSSDEVICE – INCREMENTAL

INKREMENTELLER REICHWEITENAUFBAU | EINFACH ERKLÄRT



Zuschauer/innen, die den TV-Spot nicht gesehen haben, werden im nächsten Schritt per ATV Ads erreicht

ERFASSUNG CTV DEVICES



Zuschauer/innen, die ATV Ads nicht gesehen haben, werden im letzten Schritt per Digital Ads erreicht

ERFASSUNG DIGITALE DEVICES



Alle Zuschauer/innen wurden über diverse Geräte mittels verschiedener Werbemittel erreicht