



RTL AdAlliance

Technische Spezifikationen Video

Inhalt

3	Video Pre-/Midroll (Produkte: Video Instream/YouTube Broadcast/Kinderwelten)
4	• Tracking
4	• Technische Anforderungen physische Anlieferung
5	• Technische Anforderungen VAST Redirect
6	Video InRead/Outstream
6	• Technische Anforderungen
7	YouTube Broadcast Bumper
8	• Tracking
8	• Technische Anforderungen physische Anlieferung
9	• Technische Anforderungen VAST Redirect
10	Branded Player
11	• Allgemeine Informationen Anlieferung Video
11	• Allgemeine Informationen Anlieferung Rahmen
11	• Full Service
12	Choose Ad (Interactive Ad)
13	• Full Service
13	• Technische Anforderungen
14	Shop-it Ad (Interactive Ad)
15	• Allgemeine Informationen Anlieferung
15	• Full Service
15	• Technische Anforderungen
16	Extended Video Ad
17	• Full Service
17	• Technische Anforderungen

Wenn die Produktion der Werbemittel über die RTL AdAlliance erfolgt, sind alle dafür benötigten Materialien (z.B. Bilder/Videos) für die Erstellung anzuliefern (rtladalliance_adops5_at@rtl.com). Bei Eigenproduktion sind die technischen Spezifikationen auf den nächsten Seiten zu finden.

Video Pre-/Midroll

(Produkte: Video Instream/YouTube Broadcast/Kinderwelten)

Beschreibung	<p>Preroll / Midroll sind klassische Werbespots, die vor bzw. während Videoinhalten im Internet geschaltet werden können.</p> <p>Mit der Schaltung von Preroll / Midroll können in passenden Umfeldern oder Formaten wertvolle Kontakte erzielt werden. Die Verbindung der Werbebotschaft mit dem vom User selbst gewählten Videoinhalt wirkt sich positiv auf das beworbene Produkt aus.</p>
IAB Transparency & Consent Framework	<p>Alle URL-basierten Komponenten eines Werbemittels (z.B. VAST Redirect, Pixeltracker) müssen zur Verarbeitung des TC Strings das IAB Makro <code>gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_XXX}&gpd=\${GDPR}</code> enthalten, wobei XXX die numerische Vendor ID lt. Globaler Vendorenliste des IAB darstellt.</p> <p>Beispiel: Pixeltracker ohne IAB Makro eines Vendor mit ID 123: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2</code> Dieser Pixeltracker inkl. IAB Makro: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2&gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_123}&gpd=\${GDPR}</code></p> <p>Weitere Infos: hier</p>
Motive	<p>Standard ist 1 Motiv pro gebuchter Platzierung. Bei Motiv-Split ist eine Begrenzung von max. 3 Motiven pro Platzierung zu berücksichtigen und 1 Motivwechsel pro Woche bei physischer Anlieferung.</p> <p>Ad Alliance behält sich vor, jedes Motiv in einer Einzelfallentscheidung freizugeben. Werbemittel die zu starke Reaktanzen hervorrufen oder die Nutzung der Seiten zu stark beeinträchtigen, können abgelehnt werden.</p> <p>Ab 5 Positionen pro Kampagne sind maximal 1 Motiv/Tag/Redirect pro Position möglich. Wir empfehlen deshalb mehrere Motive hinter einem Redirect anzuliefern.</p>
Vorlaufzeit	YouTube Broadcast: 10 Werkstage / Alle anderen: 5 Werkstage
Anlieferung	<code>rtladalliance_adops5_at@rtl.com</code>
Ansprechpartner	<code>rtladalliance_adops5_at@rtl.com</code>
VPAID erlaubt?	NEIN, es dürfen keine VPAID Ads angeliefert werden.
SSL benötigt?	Ja, verbindlich.
SSL Info	<p>Ausnahmslos alle Komponenten eines Werbemittels (Adtags, Trackingpixel, Skripte, etc.) müssen SSL-fähig sein, da es ansonsten zu Anzeige- und Messfehlern kommen kann. Alle Server müssen Zugriffe aus sicheren (https) Umgebungen erlauben.</p> <p>Bei Nichteinhaltung der SSL-Kompatibilität übernimmt die Ad Alliance keine Haftung für Unterlieferungen oder Zählerdifferenzen.</p>

Tracking

HTML5 (http und https)	<p>Voraussetzung: Der 3rd-Party-Server muss korrekte CORS Header senden. Dafür muss die „Origin“ des Request-Headers in den "Access-Control-Allow-Origin" des Response-Headers übernommen werden. Außerdem müssen "Credentials" auf "true" gesetzt werden. Beispiel für einen korrekten CORS Header einer Server-Response: Access-Control-Allow-Origin: http(s)://www.rtl.de Access-Control-Allow-Credentials: true Bitte kontaktieren Sie Ihren 3rd-Party-Adserver-Anbieter, um die nötigen Konfigurationen vornehmen zu lassen.</p>
Hinweis zu Weiterleitungen	<p>Alle Ressourcen, die wiederum auf weitere Ressourcen weiterleiten (301-/302-Redirects), müssen die oben genannte Anforderung an CORS Header (HTML5) ebenfalls erfüllen.</p>
Allgemeine Hinweise	<p>Bei der physischen Anlieferung von Werbemittel und Trackings ist darauf zu achten, dass nur 1 Set an VTR Pixeln (Startpixel, 25%, 50%, 75%, 100%) möglich ist. Bei CTV/Smart TV Buchungen benötigen wir für Smart TV den Spot in TV Qualität. Wir können diesen Spot dann noch zusätzlich konvertieren und für Online einsetzen aber nicht umgekehrt.</p>

Technische Anforderungen physische Anlieferung

Lautheit	Bitte beachten Sie die Lautheitsnorm EBU R 128, siehe https://www.ad-alliance.de/download/3218324
Formate	MOV, MXF, MP4
Seitenverhältnis	16:9 Vollformat
Videocodes	Uncompressed, XDCAM HD 422, Apple ProRes 422, IMX30/50 oder H.264 (mind. 6 Mbit/s)
Videogrößen	bis 1920x1080
Framerate	25 oder 30 fps
Spotlänge	Bei YouTube Broadcast max. 20 Sekunden (bei den restlichen Video Pre-/Midroll Werbeformen gibt es keine Begrenzung)
Audioeigenschaften	48 oder 44,1 kHz, 16- oder 24-Bit, Stereo
Gewicht	max. 200 MB
Bitrate	max. 30.000 kbps

Technische Anforderungen VAST Redirect

Anlieferung	Für www.toggo.de ist eine Anlieferung per Redirect nicht möglich.
Protokoll	Bitte VAST 3 oder VAST 4 Adtags anliefern.
Video Settings	<p>Um eine sichere Ausspielung über alle Endgeräte zu gewährleisten, müssen alle drei u.g. Dateiformate geliefert werden. Die Reihenfolge der Dateien lt. u.g. Tabelle ist innerhalb des VAST zwingend einzuhalten.</p> <p>Alle drei Mediafiles müssen innerhalb desselben < Creative > Knotens geliefert werden.</p> <p>Format / Codec / Profile / Level Max. Bitrate Auflösung/FrameRate Bitrate Video/Audio</p> <p>=====</p> <p>MP4 / H.264 / Baseline / Level 3.0 750 kbps 640x360 (25fps) 600k Video + 128k Audio</p> <p>MP4 / H.264 / Main / Level 3.1 1500 kbps 960x540 (25fps) 1350k Video + 128k Audio</p> <p>MP4 / H.264 / Main / Level 3.1 2500 kbps 960x540 (25fps) 2350k Video + 128k Audio</p> <p>Bei einem Redirect im Format VAST 4.0 oder höher, kann dem XML ein zusätzlicher "Mezzanine"-Knoten, mit einem hochauflösendem Mediafile hinzugefügt werden. Dieses besonders große Mediafile findet allerdings nur Anwendung im Falle sog. serverbasierter Werbeimplementierungen (Server Side Ad Insertion).</p> <p>MP4 / H.264 / Main or High / - 30 Mbps 1920x1080 (25fps) 30Mbps</p> <p>weitere Voraussetzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - MP4 Dateien müssen im MP4 File Format nach ISO/IEC 14496-14 vorliegen. Das QuickTime File Format wird nicht unterstützt. - MP4 Dateien sollen für die Übertragung im Progressive Download Verfahren geeignet sein. Das MOOV Atom der MP4 Datei muss dazu am Anfang der Datei stehen.
Mediafiles	Bitte beachten Sie die Lautheitsnorm EBU R 128 https://www.ad-alliance.de/download/3218324
Audioeigenschaften	48,0 oder 44,1 kHz, Stereo
Audioformat	AAC (LC)
Bitraten-Modus	konstant

Video InRead/Outstream

Beschreibung	Dieses Videoanzeigenformat ist in den natürlichen Lesefluss innerhalb von Artikelseiten integriert und kann auch auf anderen Unterseiten mit hoher Verweilzeit positioniert werden, z. B. auf Download- oder Ergebnisseiten. Die Videoanzeige startet bei 50% Sichtbarkeit. Nach Beendigung des Videos verschwindet der Player. Dieses nicht aufdringliche Format sorgt für hohe Aufmerksamkeit und eignet sich perfekt für eine Kombination mit In-Stream-Video-Anzeigen zur Erhöhung der Reichweite.
IAB Transparency & Consent Framework	Alle URL-basierten Komponenten eines Werbemittels (z.B. VAST Redirect, Pixeltracker) müssen zur Verarbeitung des TC Strings das IAB Makro <code>gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_XXX}&gpd=\${GDPR}</code> enthalten, wobei XXX die numerische Vendor ID lt. Globaler Vendorenliste des IAB darstellt. Beispiel: Pixeltracker ohne IAB Makro eines Vendor mit ID 123: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2</code> Dieser Pixeltracker inkl. IAB Makro: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2&gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_123}&gpd=\${GDPR}</code> Weitere Infos: hier
Vorlaufzeit	5 Werktage
Anlieferung	<code>rtladalliance_adops5_at@rtl.com</code>
Ansprechpartner	<code>rtladalliance_adops5_at@rtl.com</code>

Technische Anforderungen physische Anlieferung

Formate	MOV, MP4, MPG
Seitenverhältnis	16:9 Vollformat
Framerate	24 - 30 fps
Audioeigenschaften	min. 128 Kbps, 44 kHz, Stereo, ACC or MP3 (bevorzugt)
Gewicht	max. 200 MB
Bitrate	min. 2000 Kbps (VAST Redirects max. 1500 Kbps, 800 Kbps recommended); SSL, wrapper.
Skippable	nicht erlaubt, bitte keinen Skip Offset hinterlegen
Spotlänge	max. 60 Sekunden

YouTube Broadcast Bumper

Beschreibung	Der YouTube Broadcast Bumper ist ein Kurzspot mit einer Höchstlänge von 6 Sekunden im YouTube Portfolio der RTL AdAlliance. Der gebuchte Spot wird dabei als Preroll ausgespielt. Der YouTube Broadcast Bumper zeichnet sich durch seine hohe VTR und Nutzerfreundlichkeit aus. Durch seine kurzen und prägnanten Inhalte ist es besonders gut als Kampagnenergänzung einsetzbar.
IAB Transparency & Consent Framework	Alle URL-basierten Komponenten eines Werbemittels (z.B. VAST Redirect, Pixeltracker) müssen zur Verarbeitung des TC Strings das IAB Makro <code>gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_XXX}&gdr=\${GDPR}</code> enthalten, wobei XXX die numerische Vendor ID lt. Globaler Vendorenliste des IAB darstellt. Beispiel: Pixeltracker ohne IAB Makro eines Vendor mit ID 123: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2</code> Dieser Pixeltracker inkl. IAB Makro: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2&gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_123}&gdr=\${GDPR}</code> Weitere Infos: hier
Motive	Standard ist 1 Motiv pro gebuchter Platzierung. Bei Motiv-Split ist eine Begrenzung von max. 3 Motiven pro Platzierung zu berücksichtigen und 1 Motivwechsel pro Woche bei physischer Anlieferung. RTL AdAlliance behält sich vor, jedes Motiv in einer Einzelfallentscheidung freizugeben. Werbemittel die zu starke Reaktanzen hervorrufen oder die Nutzung der Seiten zu stark beeinträchtigen, können abgelehnt werden. Ab 5 Positionen pro Kampagne sind maximal 1 Motiv/Tag/Redirect pro Position möglich. Wir empfehlen deshalb mehrere Motive hinter einem Redirect anzuliefern.
Vorlaufzeit	10 Werktage
Anlieferung	<code>rtladalliance_adops5_at@rtl.com</code>
Ansprechpartner	<code>rtladalliance_adops5_at@rtl.com</code>
VPAID erlaubt?	NEIN, es dürfen keine VPAID Ads angeliefert werden.
SSL benötigt?	Ja, verbindlich.
SSL Info	Ausnahmslos alle Komponenten eines Werbemittels (Adtags, Trackingpixel, Skripte, etc.) müssen SSL-fähig sein, da es ansonsten zu Anzeige- und Messfehlern kommen kann. Alle Server müssen Zugriffe aus sicheren (https) Umgebungen erlauben. Bei Nichteinhaltung der SSL-Kompatibilität übernimmt die RTL AdAlliance keine Haftung für Unterlieferungen oder Zählerdifferenzen.

Tracking

HTML5 (http und https)	Voraussetzung: Der 3rd-Party-Server muss korrekte CORS Header senden. Dafür muss die „Origin“ des Request-Headers in den "Access-Control-Allow-Origin" des Response-Headers übernommen werden. Außerdem müssen "Credentials" auf "true" gesetzt werden. Beispiel für einen korrekten CORS Header einer Server-Response: Access-Control-Allow-Origin: http(s)://www.rtl.de Access-Control-Allow-Credentials: true Bitte kontaktieren Sie Ihren 3rd-Party-Adserver-Anbieter, um die nötigen Konfigurationen vornehmen zu lassen.
Hinweis zu Weiterleitungen	Alle Ressourcen, die wiederum auf weitere Ressourcen weiterleiten (301-/302-Redirects), müssen die oben genannte Anforderung an CORS Header (HTML5) ebenfalls erfüllen.
Allgemeine Hinweise	Bei der physischen Anlieferung von Werbemittel und Trackings ist darauf zu achten, dass nur 1 Set an VTR Pixeln (Startpixel, 25%, 50%, 75%, 100%) möglich ist.

Technische Anforderungen physische Anlieferung

Lautheit	Bitte beachten Sie die Lautheitsnorm EBU R 128, siehe https://www.ad-alliance.de/download/3218324
Formate	MOV, MXF, MP4
Seitenverhältnis	16:9 Vollformat
Videocodes	Uncompressed, XDCAM HD 422, Apple ProRes 422, IMX30/50 oder H.264 (mind. 6 Mbit/s)
Videogrößen	bis 1920x1080
Framerate	25 oder 30 fps
Spotlänge	max. 6 Sekunden
Audioeigenschaften	48 oder 44,1 kHz, 16- oder 24-Bit, Stereo
Gewicht	max. 200 MB
Bitrate	max. 30.000 kbps

Technische Anforderungen VAST Redirect

Anlieferung	Für www.toggo.de ist eine Anlieferung per Redirect nicht möglich.
Protokoll	Bitte VAST 3 oder VAST 4 Adtags anliefern.
Video Settings	<p>Um eine sichere Ausspielung über alle Endgeräte zu gewährleisten, müssen alle drei u.g. Dateiformate geliefert werden. Die Reihenfolge der Dateien lt. u.g. Tabelle ist innerhalb des VAST zwingend einzuhalten.</p> <p>Alle drei Mediafiles müssen innerhalb desselben < Creative > Knotens geliefert werden.</p> <p>Format / Codec / Profile / Level Max. Bitrate Auflösung/FrameRate Bitrate Video/Audio</p> <p>=====</p> <p>MP4 / H.264 / Baseline / Level 3.0 750 kbps 640x360 (25fps) 600k Video + 128k Audio</p> <p>MP4 / H.264 / Main / Level 3.1 1500 kbps 960x540 (25fps) 1350k Video + 128k Audio</p> <p>MP4 / H.264 / Main / Level 3.1 2500 kbps 960x540 (25fps) 2350k Video + 128k Audio</p> <p>Bei einem Redirect im Format VAST 4.0 oder höher, kann dem XML ein zusätzlicher "Mezzanine"-Knoten, mit einem hochauflösendem Mediafile hinzugefügt werden. Dieses besonders große Mediafile findet allerdings nur Anwendung im Falle sog. serverbasierter Werbeimplementierungen (Server Side Ad Insertion).</p> <p>MP4 / H.264 / Main or High / - 30 Mbps 1920x1080 (25fps) 30Mbps</p> <p>weitere Voraussetzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - MP4 Dateien müssen im MP4 File Format nach ISO/IEC 14496-14 vorliegen. Das QuickTime File Format wird nicht unterstützt. - MP4 Dateien sollen für die Übertragung im Progressive Download Verfahren geeignet sein. Das MOOV Atom der MP4 Datei muss dazu am Anfang der Datei stehen.
Mediafiles	Bitte beachten Sie die Lautheitsnorm EBU R 128 https://www.ad-alliance.de/download/3218324
Audioeigenschaften	48,0 oder 44,1 kHz, Stereo
Audioformat	AAC (LC)
Bitraten-Modus	konstant

Branded Player

Beschreibung	<p>Der Branded Player verbindet die Branding-Elemente des Spots mit Performance Elementen des Rahmens.</p> <p>Die zusätzlichen Grafikelemente sorgen für eine erhöhte Aktivierung des Users. Die Anreicherung ihres Spots mit den Call-to-Action Elementen kann auch über unseren Full Service erfolgen.</p>
IAB Transparency & Consent Framework	<p>Alle URL-basierten Komponenten eines Werbemittels (z.B. VAST Redirect, Pixeltracker) müssen zur Verarbeitung des TC Strings das IAB Makro <code>gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_XXX}&gpdr=\${GDPR}</code> enthalten, wobei XXX die numerische Vendor ID lt. Globaler Vendorenliste des IAB darstellt.</p> <p>Beispiel:</p> <p>Pixeltracker ohne IAB Makro eines Vendor mit ID 123: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2</code></p> <p>Dieser Pixeltracker inkl. IAB Makro: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2&gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_123}&gpdr=\${GDPR}</code></p> <p>Weitere Infos: hier</p>
Motive	<p>Standard ist 1 Motiv pro gebuchter Platzierung. Bei Motiv-Split ist eine Begrenzung von max. 3 Motiven pro Platzierung zu berücksichtigen und 1 Motivwechsel pro Woche bei physischer Anlieferung.</p>
Vorlaufzeit	10 Werktage
Anlieferung	rtladalliance_adops5_at@rtl.com
Ansprechpartner	rtladalliance_adops5_at@rtl.com
VPAID erlaubt?	NEIN, es dürfen keine VPAID Ads angeliefert werden.

Allgemeine Informationen Anlieferung Video

Lautheit	Bitte beachten Sie die Lautheitsnorm EBU R 128, siehe https://www.ad-alliance.de/download/3218324
Formate	MOV, MXF, MP4
Seitenverhältnis	16:9 Vollformat
Videocodes	Uncompressed, XDCAM HD 422, Apple ProRes 422, IMX30/50 oder H.264 (mind. 6 Mbit/s)
Videogrößen	bis 1920x1080
Framerate	25 oder 30 fps
Audioeigenschaften	48 oder 44,1 kHz, 16- oder 24-Bit, Stereo
Gewicht	max. 200 MB
Bitrate	max. 30.000 kbps

Allgemeine Informationen Anlieferung Rahmen

Videogrößen	640 x 360
Gewicht	max. 5 MB oder 100KB (HTML5)

Full Service

Allgemeine Informationen	<p>Diese Werbeform kann zudem über den Full Service der RTL AdAlliance gebucht werden. Um Werbemittel für Sie zu erstellen, benötigen wir folgende Materialien:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Video gemäß Video-Specs* – am besten MP4 oder MOV mit H.264 Codec • L-Frame links und unten um das Video, Videogröße beträgt abzgl. L-Frame 1507 x 848 Pixel • Logo (als Vektor); Produkt-/Kampagnen-Claim/Headline • ProductShots / Visuals (freigestellt, .psd/.png) • Typo-Dateien (.ttf, .otf); Texte • Bestehende Kampagnenmotive, als offene Grafikdateien (.psd) oder offene HTML5-Banner-Dateien • Video (falls Integration vorgesehen) • Aktueller Styleguide + Infos zu CI • Anlieferung des L-Frames entweder als offene PSD-Datei (Composings möglichst als Smartobjects einbetten und nicht geflattet) oder Erstellung über die RTL AdAlliance möglich
---------------------------------	---

Choose Ad (Interactive Ad)

Beschreibung	<p>Durch seine einzigartige Auswahlmechanik sorgt das Choose Ad für höchste Akzeptanz beim Nutzer.</p> <p>Bevor das Video startet hat der User die Wahl, einen von maximal vier möglichen Werbespots des gleichen Kunden auszusuchen, der ihm als Preroll präsentiert wird. Somit ist nicht nur eine maximale Aufmerksamkeit garantiert, sondern die Wirkung der Werbung wird deutlich gesteigert.</p> <p>Wird nach sieben Sekunden kein Spot aktiv ausgewählt, startet ein zufälliger oder vom Kunden vorher festgelegter Spot.</p>
IAB Transparency & Consent Framework	<p>Alle URL-basierten Komponenten eines Werbemittels (z.B. VAST Redirect, Pixeltracker) müssen zur Verarbeitung des TC Strings das IAB Makro <code>gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_XXX}&gpd=\${GDPR}</code> enthalten, wobei XXX die numerische Vendor ID lt. Globaler Vendorenliste des IAB darstellt.</p> <p>Beispiel:</p> <p>Pixeltracker ohne IAB Makro eines Vendor mit ID 123: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2</code></p> <p>Dieser Pixeltracker inkl. IAB Makro: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2&gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_123}&gpd=\${GDPR}</code></p> <p>Weitere Infos: hier</p>
Motive	<p>Standard ist 1 Motiv pro gebuchter Platzierung. Bei Motiv-Split ist eine Begrenzung von max. 3 Motiven pro Platzierung zu berücksichtigen und 1 Motivwechsel pro Woche bei physischer Anlieferung.</p> <p>RTL AdAlliance behält sich vor, jedes Motiv in einer Einzelfallentscheidung freizugeben. Werbemittel die zu starke Reaktanzen hervorrufen oder die Nutzung der Seiten zu stark beeinträchtigen, können abgelehnt werden.</p> <p>Ab 5 Positionen pro Kampagne sind maximal 1 Motiv/Tag/Redirect pro Position möglich. Wir empfehlen deshalb mehrere Motive hinter einem Redirect anzuliefern.</p>
Vorlaufzeit	10 Werktage
Anlieferung	<code>rtladalliance_adops5_at@rtl.com</code>
Ansprechpartner	<code>rtladalliance_adops5_at@rtl.com</code>
VPAID erlaubt?	VPAID JS erforderlich

Full Service

Allgemeine Informationen

Diese Werbeform kann zudem über den Full Service der RTL AdAlliance gebucht werden. Um Werbemittel für Sie zu erstellen, benötigen wir folgende Materialien:

- 2 - 4 Videos, Länge: Maximal 30 Sekunden
→ Ein Video muss als Hauptvideo festgelegt werden, das automatisch startet, falls der User keine Auswahl trifft
- Das Ad muss für die Playergröße 1280 x 720 px optimiert sein.
- Video gemäß Video-Specs* – am besten MP4 oder MOV mit H.264 Codec

Technische Anforderungen

Hinweis

Im Ad muss eine Werbekennzeichnung ("Werbung") integriert werden, die in der oberen rechten oder oberen linken Ecke platziert ist und sich gut sichtbar vom Inhalt abhebt.

Shop-it Ad (Interactive Ad)

Beschreibung	Das Shop-it Ad bietet Freiheit zur flexiblen Präsentation eines Produkt- oder Warenangebots. Täglich können die Informationen, die um den Spot herum platziert sind, ausgetauscht werden. Eine direkte Verlinkung auf das Produkt im Shop oder in den Warenkorb ist möglich. Auf Wunsch können die Informationen nach ortsbezogenen Targetgroups variieren.
IAB Transparency & Consent Framework	Alle URL-basierten Komponenten eines Werbemittels (z.B. VAST Redirect, Pixeltracker) müssen zur Verarbeitung des TC Strings das IAB Makro <code>gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_XXX}&gpd=\${GDPR}</code> enthalten, wobei XXX die numerische Vendor ID lt. Globaler Vendorenliste des IAB darstellt. Beispiel: Pixeltracker ohne IAB Makro eines Vendor mit ID 123: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2</code> Dieser Pixeltracker inkl. IAB Makro: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2&gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_123}&gpd=\${GDPR}</code> Weitere Infos: hier
Motive	Standard ist 1 Motiv pro gebuchter Platzierung. Bei Motiv-Split ist eine Begrenzung von max. 3 Motiven pro Platzierung zu berücksichtigen und 1 Motivwechsel pro Woche bei physischer Anlieferung. RTL AdAlliance behält sich vor, jedes Motiv in einer Einzelfallentscheidung freizugeben. Werbemittel die zu starke Reaktanzen hervorrufen oder die Nutzung der Seiten zu stark beeinträchtigen, können abgelehnt werden. Ab 5 Positionen pro Kampagne sind maximal 1 Motiv/Tag/Redirect pro Position möglich. Wir empfehlen deshalb mehrere Motive hinter einem Redirect anzuliefern.
Vorlaufzeit	15 Werktage
Anlieferung	<code>rtladalliance_adops5_at@rtl.com</code>
Ansprechpartner	<code>rtladalliance_adops5_at@rtl.com</code>

Allgemeine Informationen Anlieferung

Lautheit	Bitte beachten Sie die Lautheitsnorm EBU R 128, siehe https://www.ad-alliance.de/download/3218324
Formate	MOV, MXF, MP4
Seitenverhältnis	16:9 Vollformat
Videocodes	Uncompressed, XDCAM HD 422, Apple ProRes 422, IMX30/50 oder H.264 (mind. 6 Mbit/s)
Videogrößen	bis 1920x1080
Framerate	25 oder 30 fps
Audioeigenschaften	48 oder 44,1 kHz, 16- oder 24-Bit, Stereo
Gewicht	max. 200 MB
Bitrate	max. 30.000 kbps

Full Service

Allgemeine Informationen	<p>Diese Werbeform kann zudem über den Full Service der RTL AdAlliance gebucht werden. Um Werbemittel für Sie zu erstellen, benötigen wir folgende Materialien:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Logo (möglichst als Vektor) • Product Shots / Visuals (möglichst freigestellt, .psd/.png) • Typo-Dateien (.ttf, .otf) • bestehende Kampagnenmotive, möglichst offene Grafikdateien (.psd) oder offene Flash-Dateien (.fla) • Produkt-/Kampagnen-Claim • Texte • Ziel-URL (wohin soll verlinkt werden?) • Video (falls Integration vorgesehen), Anlieferung gemäß Spezifikationen für online/mobile Bewegtbild
---------------------------------	--

Technische Anforderungen

Hinweis	Im Ad muss eine Werbekennzeichnung ("Werbung") integriert werden, die in der oberen rechten oder oberen linken Ecke platziert ist und sich gut sichtbar vom Inhalt abhebt.
----------------	--

Extended Video Ad

Beschreibung	Das Extended Video bietet Raum und Aufmerksamkeit für längere Videoinhalte. Direkt im Spot wird der Zielgruppe die Fortsetzung angeboten – sei es eine Promostory, Making-of oder sonstige längere Spot-Versionen.
IAB Transparency & Consent Framework	<p>Alle URL-basierten Komponenten eines Werbemittels (z.B. VAST Redirect, Pixeltracker) müssen zur Verarbeitung des TC Strings das IAB Makro <code>gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_XXX}&gpd=\${GDPR}</code> enthalten, wobei XXX die numerische Vendor ID lt. Globaler Vendorenliste des IAB darstellt.</p> <p>Beispiel:</p> <p>Pixeltracker ohne IAB Makro eines Vendor mit ID 123: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2</code></p> <p>Dieser Pixeltracker inkl. IAB Makro: <code>https://vendor-a.com/key1=val1&key2=val2&gdpr_consent=\${GDPR_CONSENT_123}&gpd=\${GDPR}</code></p> <p>Weitere Infos: hier</p>
Motive	<p>Standard ist 1 Motiv pro gebuchter Platzierung. Bei Motiv-Split ist eine Begrenzung von max. 3 Motiven pro Platzierung zu berücksichtigen und 1 Motivwechsel pro Woche bei physischer Anlieferung.</p> <p>RTL AdAlliance behält sich vor, jedes Motiv in einer Einzelfallentscheidung freizugeben. Werbemittel die zu starke Reaktanzen hervorrufen oder die Nutzung der Seiten zu stark beeinträchtigen, können abgelehnt werden.</p> <p>Ab 5 Positionen pro Kampagne sind maximal 1 Motiv/Tag/Redirect pro Position möglich. Wir empfehlen deshalb mehrere Motive hinter einem Redirect anzuliefern.</p>
Vorlaufzeit	10 Werkstage
Anlieferung	<code>rtladalliance_adops5_at@rtl.com</code>
Ansprechpartner	<code>rtladalliance_adops5_at@rtl.com</code>

Full Service

Allgemeine Informationen

Diese Werbeform kann zudem über den Full Service der RTL AdAlliance gebucht werden. Um Werbemittel für Sie zu erstellen, benötigen wir folgende Materialien:

1. Hinter der Extended PreRoll liegt ein physisches Video
 - Das Video setzt sich zusammen aus den ersten 30 Sekunden (Teaservideo), direkt dahinter gerendert wird der lange 3 Minuten Spot.
 - Also hat das Gesamtvideo eine Länge von 3 Minuten 30 Sekunden.
 - Im besten Fall ist der 30Sekünder ein Intro/Trailer für den langen Spot
2. Klickt der User innerhalb der ersten 30 Sekunden auf den CTA, dann läuft das Video normal weiter bis entweder das Ende (3:30) erreicht ist oder der User das Ad über den Closebutton schließt. ACHTUNG: Der 3-Minüter spielt NUR nach Interaktion ab, nicht automatisch. Und nur der 3-Minüter lässt sich schließen.
3. Bei dem Werbemittel können keine VTR Pixel hinterlegt werden.

Materialanforderungen

- Video gemäß Videospecs* anlieferbar als:
 - Ein vollständiges Video mit 30 Sek. Intro und 3 Min. Spot
 - Zwei Videos separiert (30 Sek. Trailer und 3-Minüter)
- Logo (möglichst als Vektor)
- Product Shots / Visuals (möglichst freigestellt, .psd/.png)
- Typo-Dateien (.ttf, .otf)
- bestehende Kampagnenmotive, möglichst offene Grafikdateien (.psd) oder offene Flash-Dateien (.fla)
- Produkt-/Kampagnen-Claim
- Texte
- Ziel-URL (wohin soll verlinkt werden?)

Technische Anforderungen

Hinweis

Im Ad muss eine Werbekennzeichnung ("Werbung") integriert werden, die in der oberen rechten oder oberen linken Ecke platziert ist und sich gut sichtbar vom Inhalt abhebt.

Kontakt

RTL AdAlliance

Stella-Klein-Löw-Weg 11-17, Haus C
1020 Wien

Tel.: +43 1 3678040

E-Mail: rtladalliance_office_at@rtl.com

www.rtl-adalliance.at



Multichannel Sales

E-Mail: rtladalliance_multichannelsales_at@rtl.com

AGB

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der RTL AdAlliance GesmbH, abrufbar unter <https://www.rtl-adalliance.at/agbs>

Nutzungsrechte

Das in dieser Unterlage gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters RTL AdAlliance GesmbH.

Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Der Vermarkter RTL AdAlliance GesmbH behält sich vor, die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.

© RTL AdAlliance GesmbH | 2025