

2025

# TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN DIGITAL

# ALLGEMEINE INFORMATIONEN

## ANLIEFERUNG

Die Anlieferung der Werbemittel erfolgt ausschließlich über die E-Mail:  
[admanagement.vtl@prosiebensat1puls4.com](mailto:admanagement.vtl@prosiebensat1puls4.com)

Für klassische Werbemittel gilt eine Lieferfrist von 3 Werktagen, für Sonderwerbeformen gilt eine Lieferfrist von 5 Werktagen.

Die Mail für die Werbemittelanlieferung sollte folgende Informationen enthalten:

- Kunde- & Kampagne, Buchungszeitraum, gebuchtes Inventar, Verlinkung
- Hinweise zum Einsatz bei 3rd Party Tracking's
- Hinweise zur gewünschten Rotation bei mehreren Sujets oder Spots

## TECHNISCHE KONTROLLE

Bei Anlieferung werden die Werbemittel einer Kontrolle unterzogen, ob sie den Spezifikationen entsprechen. Dennoch kann es nach dem Start der Kampagne ggf. zu Problemen kommen. Daher behält sich P7S1P4 das Recht vor, Werbemittel teilweise oder ganz zu entfernen, wenn:

- es nach Kampagnenstart zu massiven Beschwerden von Nutzer (User) kommt
- sich nachträglich herausstellt, dass das Werbemittel die Performance der Seite stört oder die des Rechners des Nutzers (Users)
- ein externes Werbemittel nachträglich ohne Absprache geändert wurde und nicht den Spezifikationen entspricht
- ein Werbemittel eingesetzt wird, die den Nutzer (User) irreführt

Bei Nichtbeachtung der Spezifikationen oder bei einer verspäteten/falschen Anlieferung, kann es zu Komplikationen bei der Abwicklung der Kampagne kommen. Ein pünktlicher Kampagnenstart ist nicht mehr gewährleistet und die Kampagnenerfüllung ist unter Umständen gefährdet.

# TECHNISCHE INFORMATIONEN

## HTML5 & ALLGEMEINES

HTML5 Display Werbemittel bestehen aus mehreren Elementen. Diese umfassen HTML-Files, CSS, Libraries (Javascript, JQuery, etc.), Bilder & Videos.

Formate und Größen orientieren sich an den IAB Standards und den von P7S1P4 vorgegebenen Spezifikationen.

Bei der Kreation ist darauf zu achten, dass die einzelnen Elemente so klein wie möglich zu halten sind und Animationen müssen CPU-schonend ablaufen.

Hierbei sind die gängigen Kompilierungsmethoden des Codes und Code-Optimierungen in einer Datei anzuwenden.

Unterverzeichnis-Strukturen sind zu vermeiden.

Videos in HTML5 Werbemitteln werden über den Tag `<video></video>` eingebunden.

Die HTML5-Werbemittel können grundsätzlich physisch, als Redirect-Tag oder als Streaminglink angeliefert werden.

Die Möglichkeit zur Klickzählung muss per „clicktag“ vorhanden sein.

Es dürfen in den HTML5-Ads keine Scripte ausgeliefert werden, die Manipulationen an der ausliefernden Site ermöglichen könnten.

Sollte ein Browser (Chrome, Firefox, etc.) ein spezielles Feature oder eine verwendete Library nicht unterstützen, welches im Werbemittel Anwendung findet, so ist zwingend ein Fallback-Handling mittels eines JPG oder GIF erforderlich.

# TECHNISCHE INFORMATIONEN

## 3RD PARTY INFORMATIONEN

Beim Einsatz von 3rd Party Redirects akzeptieren wir in der Regel AdTags der auf dem Markt gängigen Anbieter, sofern diese auch Aufrufe auf mobilen Endgeräten zählen, den IAB Guidelines und unseren technischen Spezifikationen entsprechen.

Zudem muss eine Erreichbarkeit von 100% des 3rd Party Servers gegeben sein. Größe und Gewicht entsprechen den gleichen Spezifikationen, wie physisch angelieferte Werbemittel. P7S1P4 behält sich vor, 3rd Party Werbemittel aus technischen Gründen abzulehnen.

3rd-Party-Werbemittel dürfen den Container, in den sie geladen werden, nicht verlassen. Sie dürfen sich also nicht in den <body> oder andere HTML-Elemente der Seite einhängen.

Jegliches Tracking im Instream-Bereich darf nur per Imagepixel ausgeliefert werden, Messungen via Javascripts wie VPAID oder OMID sind nicht erlaubt.

Wir unterstützen unsere Kunden zusätzlich auf Wunsch auch mit einer Inhouse Viewtime-Messung. Diese misst die Basis-Informationen der Kampagne mit Start-, Mittel- und Endpunkten (0%, 25%, 50%, 75%, 100%).

Für alle darüber hinausgehenden Auswertungen verweisen wir auf Spezial-Anbieter für diverse Visibility- und Viewtime-Messungen.  
Diese müssen jedoch den IAB-Guidelines und den GDPR-Regeln entsprechen.

# TECHNISCHE INFORMATIONEN

## TCF / Consent

Die ProSieben.Sat1 Puls4 GmbH setzt auf das „GDPR Transparency and Consent Framework (TCF 2.2)“ und unterstützt nur noch IAB gelistete Technologiepartner (Vendoren).

Wir bitten darauf zu achten, die Anlieferung von Trackings für Werbemittel oder Adserver-Redirects nur noch inklusive GDPR Makro vorzunehmen. Ebenfalls bitten wir darum, non-IAB Technologiepartner aus den uns angelieferten Adserver-Redirects zu entfernen.

Alle URL-basierten Komponenten eines Werbemittels (z.B. VAST Redirect, Pixeltracker) müssen zur Verarbeitung des TC Strings das IAB Makro `gdpr_consent=${GDPR_CONSENT_XXX}&gdpr=${GDPR}` enthalten, wobei XXX die numerische Vendor ID lt. globaler Vendorenliste des IAB darstellt.

## IAB GUIDELINES & STANDARDS

Richtlinie, die sich in erster Linie an Kreativ- und Onlineagenturen sowie jene Personen richtet, die HTML5 Werbemittel erstellen.

<https://www.iab-austria.at/werbeformen/technische-spezifikation>

# DISPLAY

# CLASSIC

| Werbeform                           | Abmessungen          | Gewicht     |
|-------------------------------------|----------------------|-------------|
| Superbanner (UAP)                   | 728 x 90 px          | max. 50 KB  |
| Content Ad / Medium Rectangle (UAP) | 300 x 250 px         | max. 50 KB  |
| Skyscraper (UAP)                    | 160 x 600 px         | max. 50 KB  |
| Billboard (BigSize)                 | 800/820/970 x 250 px | max. 100 KB |
| Halfpage Ad (BigSize)               | 300 x 600 px         | max. 100 KB |
| Sidebar (BigSize)                   | 300x600 px+          | max. 150 KB |

## GUIDELINES

|                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| Size:               | siehe Gewicht      |
| Sound:              | Ja, nur Mouseover  |
| Format:             | HTML5, JPG/GIF/PNG |
| 3rd Party Tracking: | Ja                 |
| Streaming:          | Ja                 |



# CLASSIC

## BILLBOARD

Ausspielung gut sichtbar auf der Top-Position oberhalb des Contents

Ein Close-Button ist nicht erforderlich (bzw. nicht möglich)

Das Sujet kann auf Wunsch „sticky“ ausgespielt werden  
(Scrollfunktion für 5 Sekunden)

Folgende Pixelgrößen sind möglich: 820x250, 800x250, 970x250 px

## GUIDELINES

|                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| Size:               | max. 150 KB        |
| Sound:              | Ja, nur Mouseover  |
| Format:             | HTML5, JPG/GIF/PNG |
| 3rd Party Tracking: | Ja                 |
| Streaming:          | Ja                 |



# CLASSIC

## SITEBAR

Die Sitebar platziert sich im Browser großflächig rechts vom Content

Die Werbeform passt sich dynamisch der zur Verfügung stehenden Fläche an

Anlieferungsgröße maximal: 500 x 1.000 px, minimal: 300 x 600 px

Ein Close-Button ist nicht zwingend erforderlich (aber zugelassen)

### Video-Sitebar

- Maximale Abspielzeit sind 30 Sekunden, dabei darf das Video nur 1x loopen
- Das Video im Sujet muss extern gehostet werden und darf nur max. 2,5 MB an Videogröße nachladen

## GUIDELINES

|                     |                                 |
|---------------------|---------------------------------|
| Size:               | max. 150 KB / 300 KB Nachladung |
| Sound:              | Ja, nur Mouseover               |
| Format:             | HTML5, JPG/GIF/PNG              |
| 3rd Party Tracking: | Ja                              |
| Streaming:          | Ja                              |



# MOBILE

| Werbeform                     | Abmessungen             | Gewicht |
|-------------------------------|-------------------------|---------|
| Mobile Leaderboard            | 320 x 50 / 320 x 150 px | 30 KB   |
| Mobile Content Ad (UAP)       | 300 x 250 px            | 50 KB   |
| Mobile Understitial (BigSize) | 300 x 600 px            | 100 KB  |

Plattformen: Mobile (iOS & Android)

Die Verlinkung der Banner auf eine mobile-optimierte Landingpage ist von Vorteil

## GUIDELINES

|                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| Size:               | siehe Gewicht      |
| Sound:              | Ja, nur Mouseover  |
| Format:             | HTML5, JPG/GIF/PNG |
| 3rd Party Tracking: | Ja                 |
| Streaming:          | Ja                 |



# MOBILE

## MOBILE UNDERSTITAL

Das Understitial ist das Äquivalent der Sitebar auf mobilen Endgeräten

Vollflächige Anzeige über einen Großteil des Bildschirms für maximale Sichtbarkeit

Die Anzeigegröße beträgt 300x600 px (keine anderen Formate zulässig)

Kein Close-Button möglich, somit nicht schließbar

Es sind klassische Animationen möglich, es sind jedoch keine Video-Integrationen zugelassen

Maximale Abspielzeit sind 30 Sekunden, dabei darf die Animation nur 1x loopen (keine Dauerschleife)

## GUIDELINES

|                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| Size:               | max. 150 KB        |
| Sound:              | Ja, nur Mouseover  |
| Format:             | HTML5, JPG/GIF/PNG |
| 3rd Party Tracking: | Ja                 |
| Streaming:          | Ja                 |



# VIDEO

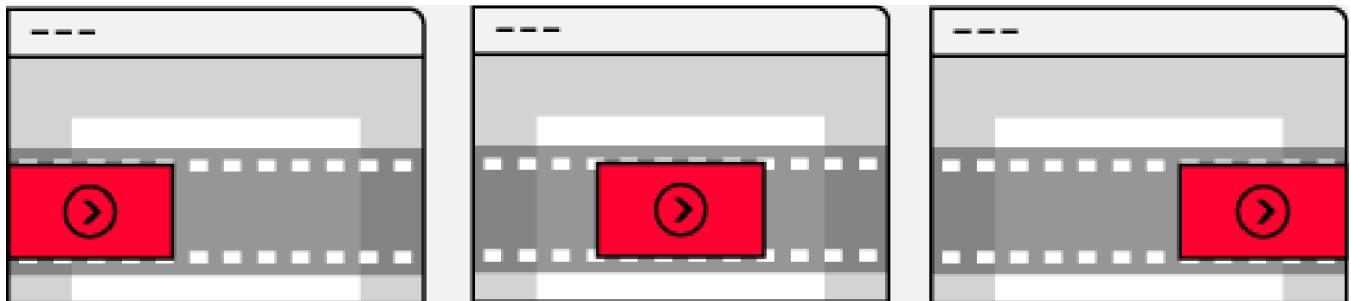
# INSTREAM

## PREROLL / MIDROLL / POSTROLL / BUMPER AD

Exklusive Bewegtbild-Werbeform (InStream)

- Einbindung vor dem abgespielten Content (PreRoll)
- oder während des abgespielten Contents (MidRoll)
- oder nach dem abgespielten Content (PostRoll)
- oder zwischen dem PreRoll und dem Content (Bumper Ad)

**MULTISCREEN** //> Web, Mobile-Web, Mobile-App, Connected TV



## STANDARDS

Click-to-Play + Ton an (Default)

Zu 100% nicht überspringbar

Spot stoppt, sobald User aus dem View-Port scrollt

Fullscreen-Modus ist Standard bei Mobile-Apps + CTV-Geräten

Damit sind hohe Sichtbarkeit und Abspielraten der Spots garantiert

# INSTREAM

## PHYSISCHe SPOT-ANLIEFERUNG

Videoformat: Anlieferung als MP4 bevorzugt  
(AVI, MOV, MPG, MXF ebenfalls möglich)

Seitenverhältnis: 16:9 (kein Hochformat möglich)

Codec: H.264 | Farbmodell: Planar 4:2:0 YUV | Framerate: 25 fps

Das Videomaterial in bestmöglicher HD-Qualität anliefern:

- Pixelgröße: 1920x1080 empfohlen (Full-HD)
- Bitrate: mind. 3500, besser 5000 kbps (oder höher)
- Dateigewicht: bis max. 500 MB

Lautstärke: Tonpegelung nach EBU-R128 (-23,00 LUFS)

Sound: Der Spot muss einen Audio-Track (Stereo-Ton) beinhalten

## GUIDELINES

|                     |                         |
|---------------------|-------------------------|
| 3rd Party Tracking: | Ja                      |
| Streaming:          | Ja                      |
| Protokolle:         | VAST 2.0   3.0   4.0    |
| Ausschlüsse:        | VAST 4.1   VPAID   OMID |



# INSTREAM

## REDIRECT-AUSSPIELUNG //> VAST-WRAPPER

Videoformat: nur MP4-Spots only (andere Mediafiles nicht erlaubt)

Seitenverhältnis: 16:9 Querformat (kein Hochformat möglich)

Codec: H.264 | Farbmodell: Planar 4:2:0 YUV | Framerate: 25 fps

Lautstärke: Tonpegelung nach EBU-R128 (-23,00 LUFS)

Sound: Der Spot muss einen Audio-Track (Stereo-Ton) beinhalten

Es müssen in den Mediafiles mindestens 3 Bitrate-Varianten enthalten sein, um Multiscreen-Devices ein optimales Anzeigenverhalten bieten zu können.

Empfohlene Qualitätsstufen (Bitrate + Auflösung)

- 750 kbps (640x360 px)
- 1500 kbps (854x480 px)
- 2500 kbps (1280x720 px)
- 3500 kbps (1920x1080 px)

Im VAST dürfen keine skip-Tracking Knoten enthalten sein

<Tracking event="skip">

Wrappertiefe: max. 2 VAST-Ebenen

Trackings und Mediafiles Secured (HTTPS) notwendig

## GUIDELINES

|                     |                         |
|---------------------|-------------------------|
| 3rd Party Tracking: | Ja                      |
| Streaming:          | Ja                      |
| Protokolle:         | VAST 2.0   3.0   4.0    |
| Ausschlüsse:        | VAST 4.1   VPAID   OMID |



# INSTREAM

## REDIRECT-AUSSPIELUNG //> VAST-WRAPPER

Aufgrund interner Richtlinien und Player-Kompatibilität ist kein VAST 4.1, VPAID oder OMID erlaubt

Das betrifft größtenteils Visibility-Trackings, diese müssen deaktiviert werden

Es darf nur eine zusätzliche Wrapper-Ebene verwendet werden (keine Mehrfachebenen erlaubt)

### VAST 4.1

```
<VAST version="4.1">
```

### VPAID

```
<MediaFile delivery="progressive" width="640" height="360" type="application/javascript"
apiFramework="VPAID">
<![CDATA[ https://imasdk.googleapis.com/js/sdkloader/vpaid_adapter.js ]]>
</MediaFile>
```

### OMID

```
<Verification vendor="doubleverify.com-omid">
<JavaScriptResource apiFramework="omid" browserOptional="true">
<![CDATA[ https://cdn.doubleverify.com/dvtp_src.js#vendor_key=doubleverify.com-omid ]]>
</JavaScriptResource>
```

## GUIDELINES

|                     |                         |
|---------------------|-------------------------|
| 3rd Party Tracking: | Ja                      |
| Streaming:          | Ja                      |
| Protokolle:         | VAST 2.0   3.0   4.0    |
| Ausschlüsse:        | VAST 4.1   VPAID   OMID |



# INSTREAM

## SKY ÖSTERREICH

Videoformat: nur MP4-Spots only (andere Mediafiles nicht erlaubt)

Seitenverhältnis: 16:9 (mind. 1280 x 720 px) | Spotlänge: max. 30 Sekunden

Codec: H.264 | Bitrate-Empfehlung: ~ 8.000 kbps (Video + Audio)

Lautstärke: Tonpegelung nach EBU-R128 (- 23,00 LUFS)

Sound: Der Spot muss einen Audio-Track (Stereo-Ton) beinhalten

### VAST-Redirects

Bitrate mind. 2.000 kbps + Größe mind. 1280 x 720 px

Der VAST-Tag darf nur ein Creative enthalten, es ist keine Sujet-Rotation erlaubt

Keine gewrappten VAST-Tags zugelassen (nur eine VAST-Ebene erlaubt)

Zugelassene Tracking-Anbieter:

GAM, Adition, Adform, IAS, Sizmek, Flashtalking, Double Verify

Trackings und Mediafiles Secured (HTTPS) notwendig

Kein User-Tracking für Retargeting, Umfragen, DMP's erlaubt (GDPR)

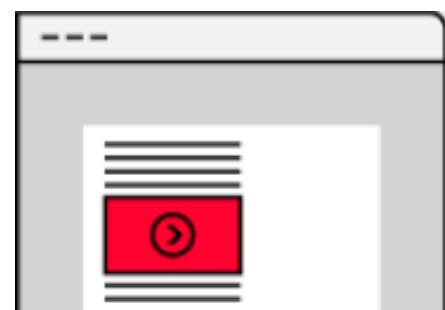
## GUIDELINES

3rd Party Tracking: Ja

Streaming: Ja

Protokolle: VAST 2.0 | 3.0 | 4.0

Ausschlüsse: VAST 4.1 | VPAID | OMID



# INSTREAM

## STUDIO71 AUSTRIA

Videoformat: nur MP4-Spots only (andere Mediafiles nicht erlaubt)

Seitenverhältnis: 16:9 (mind. 1280 x 720 px) | Spotlänge: max. 20 Sekunden

Codec: H.264 | Bitrate-Empfehlung: ~ 1.500 kbps (Video + Audio)

Lautstärke: Tonpegelung nach EBU-R128 (- 23,00 LUFS)

Sound: Der Spot muss einen Audio-Track (Stereo-Ton) beinhalten

Completion: Messung der Quartile möglich (0%, 25%, 50%, 75%, 100%)

Trackings und Mediafiles Secured (HTTPS) notwendig

Zugelassene Tracking-Anbieter:

GAM, Adform, IAS, Double Verify, Flashtalking, Nielsen

Keine gewrappten VAST-Tags erlaubt (nur eine VAST-Ebene erlaubt)

Kein User-Tracking für Retargeting, Umfragen, DMP's erlaubt (GDPR)

## GUIDELINES

3rd Party Tracking: Ja

Streaming: Ja

Protokolle: VAST 2.0 | 3.0 | 4.0

Ausschlüsse: VAST 4.1 | VPAID | OMID



# OUTSTREAM

## INREAD

Anlieferung mittels physischem Spot oder VAST-Redirect möglich

Videoformat: nur MP4-Spots only

Seitenverhältnis: 16:9 Querformat (kein Hochformat möglich)

Es müssen in den Mediafiles mindestens 3 Bitrate-Varianten enthalten sein, um Multiscreen-Devices ein optimales Anzeigenverhalten bieten zu können.

Lautstärke: Tonpegelung nach EBU-R128 (- 23,00 LUFS)

Sound: Der Spot muss einen Audio-Track (Stereo-Ton) beinhalten

Trackings und Mediafiles Secured (HTTPS) notwendig

Completion: Messung der Quartile möglich (0%, 25%, 50%, 75%, 100%)

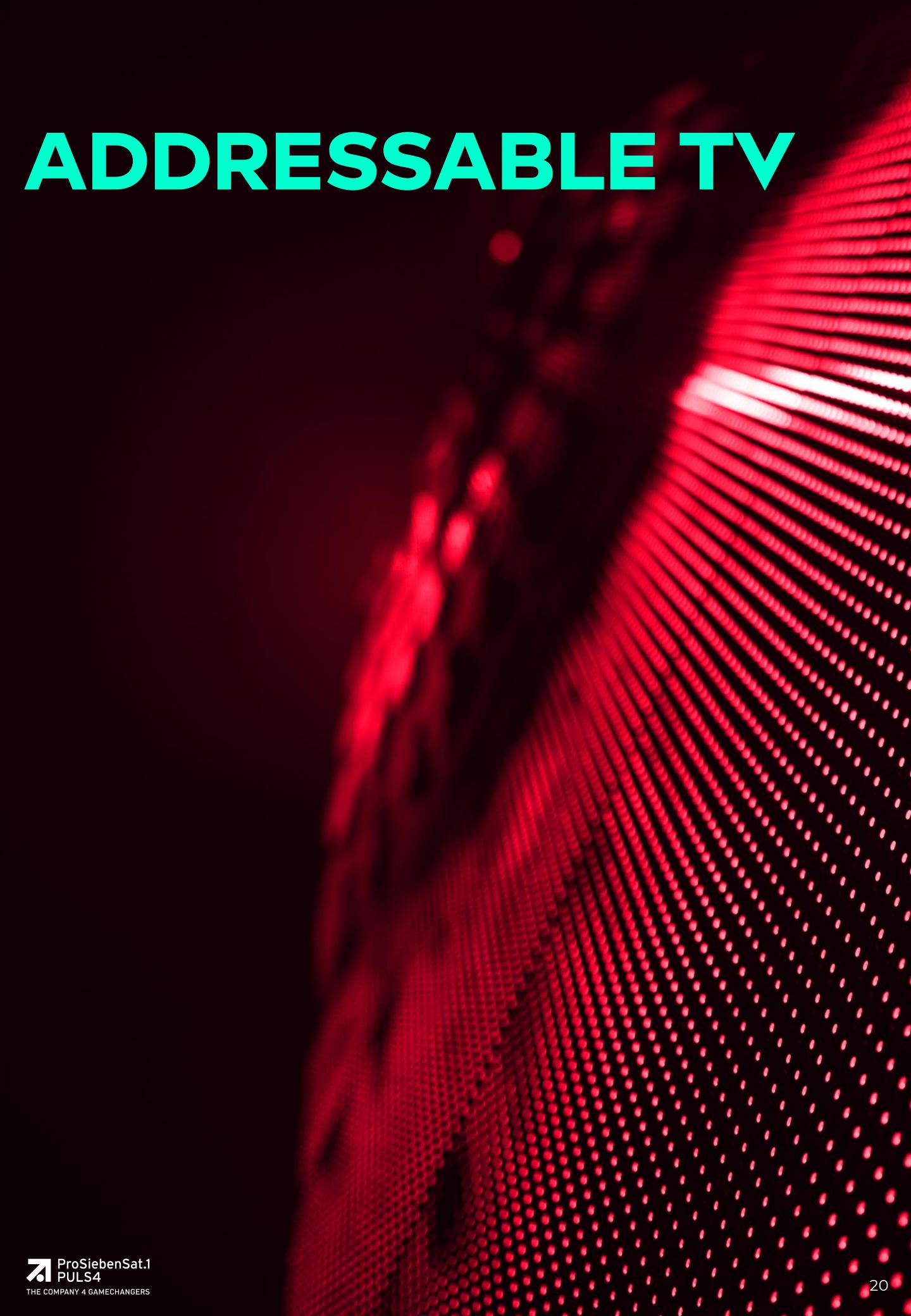
Der Spot startet erst im Viewport und bleibt danach sticky sichtbar

## GUIDELINES

|                     |                         |
|---------------------|-------------------------|
| 3rd Party Tracking: | Ja                      |
| Streaming:          | Ja                      |
| Protokolle:         | VAST 2.0   3.0   4.0    |
| Ausschlüsse:        | VAST 4.1   VPAID   OMID |



# ADDRESSABLE TV



# SWITCHIN XXL

Der **SwitchIn XXL** ist eine Werbeform, die durch den Umschaltvorgang auf TV-Sendern direkt im Programm-Umfeld aktiviert wird

Die automatische Einblendung erfolgt 3 Sekunden nach dem Umschaltvorgang, mit 10 Sekunden Einblendungszeit

Das TV-Bild wird während der Einblendung skaliert, daher werden keine Inhalte mit dem Werbemittel überdeckt

Die werbliche Verlinkung ist bei einer Microsite oder Click-to-Spot mit dem Gelben Button oder der OK-Taste möglich

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Kennzeichnungspflicht | Anzeige + Datenschutz  |
| Abmessung (B x H)     | 284 x 720 Pixel + 996 x 160 px (separat zwei Teile)  |
| Dateiformat           | <p>JPG/PNG</p> <p>Anlieferung eines fertigen Sujets nur statisch möglich, keine gesonderte Produktion nötig</p> <p>Animationen ausschließlich über P7S1P4*</p> |
| Gewicht               | je max. 100 KB   |
| Safe Area             | siehe PSD-Template (auf Anfrage)   |

## GUIDELINES

Kein Ton oder Bewegtbild möglich (= Branding-Werbemittel)  
 Frequency Capping & Targeting via Adserver möglich  
 3rd Party Tracking via Imagepixel + Clickcommand möglich

# SWITCHIN ZOOM

Der **SwitchIn Zoom** ist eine Werbeform, die durch den Umschaltvorgang auf TV-Sendern direkt im Programm-Umfeld aktiviert wird

Die automatische Einblendung erfolgt 3 Sekunden nach dem Umschaltvorgang, mit 10 Sekunden Einblendungszeit

Das TV-Bild wird während der Einblendung skaliert, daher werden keine Inhalte mit dem Werbemittel überdeckt

Die werbliche Verlinkung ist bei einer Microsite oder Click-to-Spot mit dem Gelben Button oder der OK-Taste möglich

|                       |   |
|-----------------------|---|
| Kennzeichnungspflicht | Anzeige + Datenschutz   |
| Abmessung             | 60% der Fläche (TV Bild = Minimum 40%)  |
| Dateiformat           | <p>JPG/PNG</p> <p>Anlieferung eines fertigen Sujets nur statisch möglich, jedoch zusätzlich gesonderte Produktion nötig*</p> <p>Animationen ausschließlich über P7S1P4*</p> |
| Gewicht               | max. 200 KB   |
| Safe Area             | siehe PSD-Template (auf Anfrage)  |

## GUIDELINES

Kein Ton oder Bewegtbild möglich (= Branding-Werbemittel)  
 Frequency Capping & Targeting via Adserver möglich  
 3rd Party Tracking via Imagepixel + Clickcommand möglich

# SWITCHIN MASTHEAD

## DIE TAGESFESTPLATZIERUNG IM TV

Aufmerksamkeitsstarker Erstkontakt mit maximaler Tagesnetto-Reichweite, mit **SwitchIn XXL** oder **SwitchIn Zoom**

Tagesfestplatzierung auf den ersten Kontakt pro Gerät (FC 1)

Buchungsvarianten: Reach (RON) oder Select\*

Spezifikationen: siehe SwitchIn XXL/Zoom



# CUTIN XXL (DIGITAL)

Das **CutIn XXL** ist das „Switchin Ad“ für digitale Player-Umgebungen

Das Werbemittel wird direkt in Video-Contents platziert (nicht in Werbebreaks)

Das Werbemittel wird für 10 Sek. eingeblendet und das Bild des Video-Contents kleiner skaliert

Via Klick auf das Werbemittel kann bei Web + MEW auf die Kunden-Webseite verlinkt werden (Call-to-Action), keine Verlinkung bei InApp + CTV möglich

Das CutIn XXL wird **Multiscreen** ausgeliefert => Web/MEW/InApp/CTV

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Kennzeichnungspflicht | Anzeige  |
| Abmessung (B x H)     | 284 x 720 Pixel + 996 x 160 px (separat zwei Teile)  |
| Dateiformat           | <p>JPG/PNG</p> <p>Anlieferung eines fertigen Sujets nur statisch möglich,<br/>keine gesonderte Produktion nötig</p> <p>Animationen ausschließlich via Animated-GIF möglich</p> |
| Gewicht               | je max. 100 KB   |
| Safe Area             | siehe PSD-Template (auf Anfrage)   |

## GUIDELINES

Kein Ton oder Bewegtbild möglich (= Branding-Werbemittel)  
 Frequency Capping & Targeting via Adserver möglich  
 3rd Party Tracking via Imagepixel + Clickcommand möglich

# XXL-BUNDLE

Ideales Kombi-Produkt für einen digitalen **Reichweiten Boost**

## SwitchIn XXL

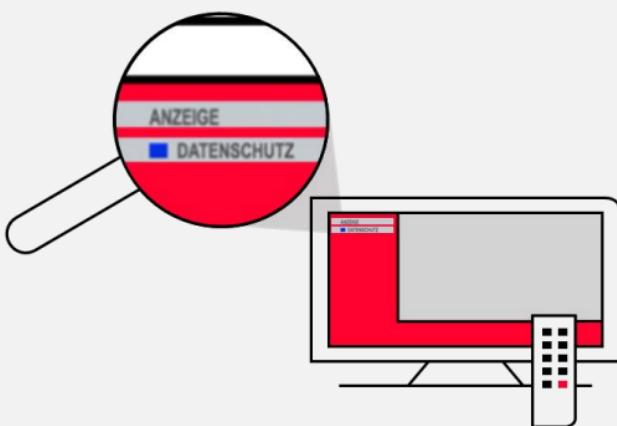
Exklusive L-Banner Ausspielung beim Senderwechsel im TV-Programm  
=> 11 lineare TV-Sender

## CutIn XXL

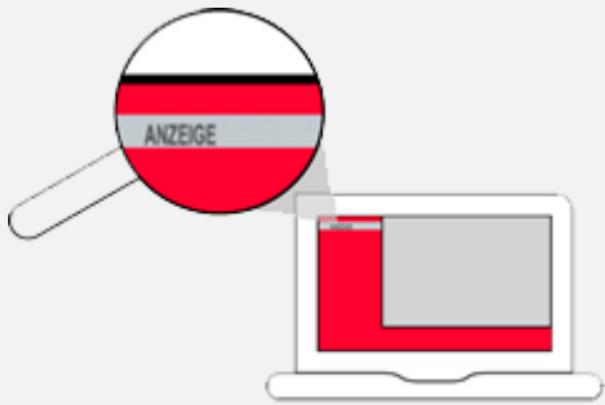
Das SwitchIn Ad für digitale Player-Umgebungen  
=> JOYN, Puls24 + weitere digitale TV-Channels

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Kennzeichnungspflicht | **CutIn XXL: Anzeige<br>*SwitchIn XXL: Anzeige + Datenschutz |
| Abmessung (B x H)     | 284 x 720 Pixel + 996 x 160 px (separat zwei Teile)          |
| Dateiformat + Specs   | siehe CutIn XXL<br>siehe SwitchIn XXL                        |

\*SwitchIn



\*\*CutIn



# ANLIEFERUNG & PRODUKTION

## SWITCHIN XXL (STATIC)

Für die Anlieferung statischer SwitchIn Werbemittel ist eine Vorlaufzeit von 3 Werktagen erforderlich.

## SWITCHIN XXL (ANIMATED)

## SWITCHIN ZOOM (STATIC & ANIMATED)

Die Animation erfolgt in beiden Varianten ausschließlich über P7S1P4\*

\* Zur Sicherstellung der Funktionsweise auf allen TV-Geräten

\* Mit zusätzlichen Produktionskosten, siehe Preisliste

Anlieferung aller Materialien + Werbemittel an:

[admanagement.vtl@prosiebensat1puls4.com](mailto:admanagement.vtl@prosiebensat1puls4.com)

## ANLIEFERUNGSVARIANTEN

Basislayout des SwitchIns bereits kreiert:

- Anlieferung des PSD Templates
- Briefing zur gewünschten Animation (empfohlen)
- Vorlaufzeit: 5 Werkstage

Kreation des SwitchIns durch P7S1P4:

- Anlieferung aller benötigten Grafikelemente (Hintergrundbild, Produktbilder, Logo, Schriftarten, ...)
- Briefing zur Gestaltung des SwitchIns sowie zur gewünschten Animation
- Vorlaufzeit: 10 Werkstage

# ANLIEFERUNG & PRODUKTION

## MICROSITE / CLICK-TO-SPOT

Bei Produktion einer einfachen Microsite (**One-Pager**) oder einem **Click-to-Spot** ist ein Vorlauf von mindestens 5 Werktagen für die Daten-Anlieferung einzuhalten.

Das für die Produktion notwendige Material umfasst in der Regel:

- Briefing und Layout inklusive finalisierter Texte
- Freigestelltes und bearbeitetes Bildmaterial
- Fertig geschnittenes und finalisiertes Videomaterial in HD-Auflösung

Microsites & Click-to-Spot müssen zwingend folgende Punkte enthalten:

**Impressum & Datenschutz** (ggf. mit Opt-Out Möglichkeit für Tracking)

Bei Produktion einer aufwendigeren Microsite (**Multi-Pager**, mit mehreren Unterseiten oder speziellen Programmierungen) ist ein Vorlauf von mindestens 10 Werktagen für die technische Kontrolle und Integration einzuhalten.

P7S1P4 übernimmt keine Verantwortung für Verzögerungen, die aus verspätet angelieferten Werbematerialien resultieren und behält sich das Recht vor, Werbemittel oder die Microsite ganz oder teilweise von der Ausstrahlung auszuschließen.

# GESTALTUNGSHINWEISE

## **SWITCHIN XXL | SWITCHIN ZOOM | CUTIN XXL**

Das Werbemittel sollte so gestaltet werden, dass der Zuseher in der Einblendungszeit von 10“ die Werbebotschaft optimal erfassen kann.

Daher sind kurze und griffige Texte, gut sichtbare Logos und idealerweise auch starke Imagebilder von Vorteil.

Eine Interaktivität beim Werbemittel ist optional zu sehen – falls jedoch eine Verlinkung vorgesehen ist, ist ein prägnanter „Call-to-Action“ unbedingt empfehlenswert und wirkt sich unmittelbar auf die Interaktionsrate aus.

Folgende Punkte sind hierbei zu beachten:

- Im Text: wenige Keywords in großer, sichtbarer Schrift
- Die Vorteile (Gutschein, Rabatte, Aktionen, etc.) sollten für den TV-Zuseher leicht verständlich erklärt werden
- Die Hervorhebung des Buttons signalisiert die Klickbarkeit des Werbemittels

## **MICROSITE & CLICK-TO-SPOT**

Optional //> für den „Klick“ aufs Werbemittel

Je nach Kampagnenziel kann optional zu den SwitchIn-Werbemitteln auch eine Microsite oder Click-to-Spot gebucht werden.

Die Integration von Bild-, Text und Videomaterial ist dabei problemlos möglich

- Microsite: Gesamte Fläche für Multimedia-Inhalte nutzbar
- Click-to-Spot: beliebig langer Bewegtbild-Spot im Vollbildmodus

# KONTAKT

## **PROSIEBENSAT.1 PULS 4 GMBH**

Media Quarter Marx 3.3

Maria-Jacobi-Gasse 1

A-1030 Wien

Tel. +43 / [0]1 / 368 77 66 - 0

## **CAMPAGN MANAGEMENT DIGITAL**

E-Mail: [admanagement.vtl@prosiebensat1puls4.com](mailto:admanagement.vtl@prosiebensat1puls4.com)