

## Beschreibung



© Ströer

Das Splitscreen Ad sorgt für maximale Sichtbarkeit im direkten Umfeld von stark nachgefragten Ergebnissen wie Wetter oder Bundesliga.

Durch die nahtlose Integration der Werbebotschaft in den redaktionellen Content entsteht eine hohe Relevanz und emotionale Aufladung. Der Ausspielungstrigger wird dabei visuell mit der Werbebotschaft verknüpft, was für zusätzliche Aufmerksamkeit sorgt.

Dank der hochwertigen redaktionellen Umfeldern profitieren Marken von einem starken Brand Trust und effektivem Imagetransfer. Weitere attraktive Umfeldern sind auf Anfrage verfügbar.

## Hinweise

Initial ist 5 Sekunden Fullscreen redaktioneller Content zu sehen. Dieser zieht sich nach unten und rechts in einen Hockeystick und macht Platz für die Werbefläche.

Die freigelegte Werbefläche kann ein Video enthalten, statisch, oder eine der Anzeigenlänge entsprechende Animation beinhalten.

## Spezifikationen

### Spotlänge

- Die Spotlänge entnehmen Sie bitte der Auftragsbestätigung
- Keine Title Slates oder Blank Frames
- ACHTUNG: exakte gebuchte Spotlänge, d.h. bei 10 Sekunden = 10 s 00 ms (es dürfen keine Millisekunden mehr oder weniger sein)

### Auflösung

- 1920 x 1080 Pixel, sRGB für Infoscreen und Mall Video (quer)
- 1080 x 1920 Pixel, sRGB für Station Video und Mall Video (hoch)
- Die Auflösung und erlaubte Kreation ist abhängig von der Stadt und Location. Bitte die Formatvorgaben berücksichtigen.

### Seitenverhältnis

- 16:9
- 9:16

### Bewegungsgrad

Keine Einschränkungen

## Dateiformat

### Managed Service

#### Video

MP4 oder MOV, 25, 29,97 und 30 fps , ohne Tonspur

Codec: unkomprimiert oder h.264 (Bitrate mind. 30 Mbit/s)

keine Halbbilder (progressiv)

#### Standbild

.psd / .jpeg / .bmp / .tif / .pdf / .png / .eps

PowerPoint, InDesign und Flash-Dateien können nicht  
angenommen werden

## Hinweise zur inhaltlichen & formalen Gestaltung

- Inhalte sollten in der gebuchten Zeit rezipierbar sein
- Inhalte müssen den Jugendschutzrichtlinien entsprechen
- Spots müssen exakt in der Auflösung des gebuchten Werbeträgers angelegt werden
- Spotlängen müssen framegenau der gebuchten Zeit entsprechen

# Werbemittelanlieferung

## Vorlaufzeit und Anlieferungsadresse

- DOOH Werbemittel werden bei Buchung bei der Ströer Media Solutions immer wie folgt behandelt:
- Alle DOOH Werbemittel müssen mindestens **15 Werktage** vor Kampagnenstart zur technischen und inhaltlichen Prüfung an Ströer geschickt werden.  
Die Werbemittelanlieferung erfolgt per E-Mail an die folgenden Adressen:

Name	E-Mail
Spezialmittler (Weischer, PosterSelect, Contrast Media, outmaxx Media etc.)	ops-ppv-spezialmittler@stroeer.de
Omnicom	ops-ppv-omnicom@stroeer.de
Unabhängige Agenturen (Zanatta, Overmedia, NetzwerkReklame etc.) + Crossmedia + Add2 + Havas + DSPs	ops-ppv-agenturen@stroeer.de
Dentsu + ItWorks/ WestWorks	ops-ppv-dentsu-itworks@stroeer.de
MGMP + Kinesso + Planus + UM	ops-ppv-mgmp@stroeer.de
Publicis	ops-ppv-publicis@stroeer.de
GroupM, Emetriq	ops-ppv-groupm@stroeer.de
Direct Clients	ops-ppv-client@stroeer.de
Pilot	ops-ppv-pilot@stroeer.de
UMLs	ops-ppv-umls@stroeer.de

Inkludieren Sie immer folgende Informationen in Ihrer Email (auch bei Nachfragen und/oder nachträglichen Änderungen an

Werbemitteln):

- Name des Werbetreibenden
- Name der Marketing Kampagne gemäß Auftrag
- Zeitraum der Kampagne
- Werbeträger/ Medium
- Motivanweisung/Schaltungszeiträume der einzelnen Werbemittel, falls manche Werbemittel nicht die komplette Kampagnenlaufzeit ausgeliefert werden sollen.

## Programmatic Creative Approval and Caching

[ppv-creative-approval-stroeer-deutsch.pdf](#)

---

Die Spezifikationen werden fortlaufend aktualisiert. Bitte verwenden Sie stets den neuesten Download.

Verantwortlich für den Inhalt:

Ströer Media Solutions GmbH | Kehrwieder 8-9 | 20457 Hamburg