

Beschreibung



Im Rahmen eines Public Video Advertorials im Tippformat wird eine erklärungsbedürftige Werbebotschaft im Look & Feel eines redaktionellen Beitrags auf Public Video ausgestrahlt.

Angeliefert werden müssen Artikeltext, Bild/Video & Logo.

Standardspotlänge 10 Sekunden

© Ströer

Hinweise

- Zur Auswahl stehen Public Video Infoscreen, Public Video Station und Public Video Mall (weitere auf Anfrage)
- Branding mittels Kundenlogo
- Verpflichtende Anzeigenkennzeichnung

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

- Infoscreen: 16:9
- Station: 9:16
- Mall: 16:9 & 9:16

Artikeltext

- Wir empfehlen grundsätzlich möglichst kurze und prägnante Texte - je kürzer desto besser & einfacher rezipierbar. Hier die maximal mögliche Textlänge:
- Headline: max. 45 Zeichen (inkl. Leerzeichen)
- Fließtext: max. 150 Zeichen (inkl. Leerzeichen)

Artikelbild / -video

- **Wir empfehlen ein Standbild oder nur leichte Bewegungen bzw. wenig Animationen innerhalb des Videos.**
- Im Rohformat (RGB-kein CMYK)
- sRGB, 72 dp
- Bild: .jpg // Video: *.avi oder *.mp4, ohne Codec oder H.264, 25fps oder 30fps
- **Bildgröße bzw. Videogröße:**
- PV Format 16:9: 1.920 x ca. 720px

- PV Format 9:16: 1.080 x ca. 1.080px

Logo

- Fläche: 300 x 300px
- Farbprofil sRGB
- Optimal: Vektorgrafik

Hinweise zur inhaltlichen & formalen Gestaltung

- Die einzelnen Elemente (Text, Bild, Logo) werden entsprechend des vordefinierten Layouts durch Ströer zusammengesetzt
- Einzelne Elemente und deren Anordnung sind nicht zu verändern - keine Abwandlung möglich (Position des Logos kann bspw. nicht verschoben werden etc.)
- 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

Werbemittellanlieferung

Vorlaufzeit und Anlieferungsadresse

- Public Video Werbemittel werden bei Buchung bei der Ströer Media Solutions immer wie folgt behandelt:
- Alle Public Video Werbemittel müssen mindestens **zehn Werkstage** vor Kampagnenstart zur technischen und inhaltlichen Prüfung an Ströer geschickt werden.
Die Werbemittellanlieferung 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