

**TV**

**SPECIAL ADS**

**SPECIAL CREATIONS**

Beschreibung, Handling & Produktionsanforderungen  
2022

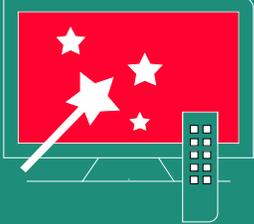
# TV SPECIAL ADS PRODUKTFAMILIEN

MIT KLICK  
AUF DAS  
PRODUKT



**SPECIAL POSITIONS**

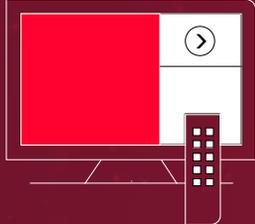
	<b>SPLITS</b>	<b>SPOTS</b>
<b>BOOKIT und I/O</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pre Split</li> <li>• Trailer Split</li> <li>• Single Split*</li> <li>• Double Split</li> <li>• Abspann Split</li> <li>• Program Split</li> <li>• Cut In Standard**</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Single Spot</li> <li>• Spotpremiere Light / Roadblocking</li> </ul>
<b>ADF</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cut In Individuell</li> <li>• Individuelle Splits</li> <li>• Move Split</li> <li>• Sender Tipp Split</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sender Tipp Spot</li> <li>• ID Spot</li> </ul>



**SPECIAL CREATIONS**

**ADF**

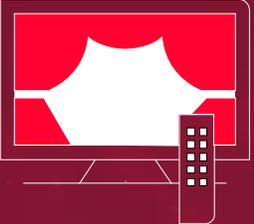
- Product Placement
- Redaktionelles Gewinnspiel
- Trailerbasiertes Gewinnspiel
- TV Advertorial
- Branded Entertainment Format
- Spotpremiere



**SPECIAL AD BREAKS**

**BOOKIT und I/O**

- Split Break
- Short Break
- Topic Break
- Topic Break Exclusive



**SPONSORING**

**ADF**

- Program Sponsoring
- Rubriken Sponsoring
- Title Sponsoring
- Trailer Sponsoring
- Grafik Sponsoring
- Label Sponsoring



# **SPECIAL CREATIONS**

# PRODUCT PLACEMENT

„MITTEN DRIN IM FORMAT“



## Beschreibung

- Platzierung des Kundenproduktes direkt im laufenden Format
- Je nach Format möglich als on-set, in-use oder in-story Platzierung
- TV und Online

## Details

- On-set: Produkt ist sichtbar, Verwendung wird nicht garantiert
- In-use: Produkt ist sichtbar, Verwendung wird garantiert
- In-story: Produkt ist sichtbar, Verwendung wird garantiert, inhaltlicher Schwerpunkt liegt auf dem Produkt

## Wirkung

- Reichweite auf Programmniveau
- Hohe Awareness und glaubwürdiges Involvement
- Imagetransfer zwischen Format und Kundenprodukt
- Subtiler Transport von Produktinformation
- Stark abverkaufsfördernd

# PRODUCT PLACEMENT

## DETAILINFORMATIONEN

### Umfelder:

- Möglich in Eigenproduktionen der Genre: Entertainment, Fiction, Reality und Sport
- Nicht möglich in den Genres: Kindersendungen und Factual (News, Magazin, Dokumentation)

### Lizenz:

- Optional möglich auf Anfrage
- Sinnvolle Ergänzung zur umfassenden Aktivierung der Placements

### Produktionskosten:

- Individuell auf Anfrage

### Buchungshinweis:

- Außerhalb Commitment
- Keine AE, kein Skonto, keine Rabatte
- Stornierung oder Umbuchung nicht möglich
- Keine Reservierung möglich

### Vorlaufzeiten:

- Individuell, abhängig vom Umfang des Projektes (mind. 3 Monate im Voraus)
- Anlieferung Produkt am Produktionsort mind. 5 WT vor Drehtermin

### Produktionsanforderungen:

Produktionskoordination durch die SevenOne AdFactory  
[siehe Produktionsanforderungen SevenOne AdFactory](#)

### Senderseitige Aspekte:

- Vorbehaltlich redaktioneller und juristischer Freigabe
- Enge Abstimmung mit Sender und Redaktion
- Es muss ein natürlicher Zusammenhang und Fit von Programminhalt und Produktnutzen gegeben sein

### Juristische Aspekte:

- Redaktionelle Nachvollziehbarkeit muss gegeben sein
- Redaktionelle Unabhängigkeit muss gewahrt bleiben
- Kennzeichnungspflicht „P“ für Product Placement
- Keine werblichen, kauffördernden Aussagen über das Produkt
- Kein Kaufaufruf
- Keine zu starke Herausstellung
- Themenplacements, d.h. bezahlte redaktionelle Beiträge, sind nicht erlaubt
- Nicht werberelevant

# REDAKTIONELLES GEWINNSPIEL

„GEWINNEN SIE MIT ETWAS GLÜCK ...“



## Beschreibung

- Verlosung eines Gewinnspielpreises im Rahmen einer Preispartnerschaft mit einer Formatmarke
- Kunde / Produkt ist Preis oder Preisbeisteller
- Präsentation des Preises direkt im Anschluss an einen Programmteil entweder live im Studio oder per Zuspeler

## Details

- Ausgewogene Integration von Sender- und Kundenelementen erforderlich
- keine werbliche Präsentation von Preis oder Partner, ausschließlich beschreibende Darstellung zur Information der Zuschauer

## Wirkung

- Reichweite auf Programmniveau; Imagetransfer zwischen Formatmarke und Kunde
- Oft hohe Relevanz für das Publikum durch Attraktivität des Preises
- Interaktion mit dem Publikum

# REDAKTIONELLES GEWINNSPIEL

## DETAILINFORMATIONEN

### Umfelder:

- Show/Sport: Einbindung entweder im Format (Beispiel Raab-Shows) oder am Format (mit oder ohne Anmoderation: ran, GNT) Magazin: taff, Galileo, red! (und nach Anfrage)

### Sender:

- Alle

### Produktionskosten:

- Individuell, abhängig von Konzept und Format

### Buchungshinweis:

- Stornierung 6 Wochen vor Ausstrahlung
- Keine Reservierung und Umbuchung möglich

### Vorlaufzeiten:

- Inhaltliche und juristische Prüfung des Storyboards vor
- Produktion der Gewinnspiel Elemente
- individuell abhängig von Konzept und Format:
  - 20 Werktage vor Ausstrahlung, finale juristische Abnahme
  - 15 Werktage vor Ausstrahlung, Anlieferung sendefähiger Gewinnspiel Elemente

### Produktionsanforderungen:

Bei Produktion durch die SevenOne AdFactory:

[siehe Produktionsanforderungen SevenOne AdFactory](#)

### Senderseitige Aspekte:

- Zustimmung und Freigabe des Senders erforderlich

### Juristische Aspekte:

- Deutlicher Sender-/Formatbezug, verbal und optisch
- Senderverpackung: individuell (Opener, Closer, Bauchbinde, Fragetafel)
- Responsemöglichkeit nur auf Senderseiten. Medienrechtlich ist kein Verweis zur Teilnahme auf die Kundenseite möglich!
- Es gelten Teilnahmebedingungen des Senders / der Plattform
- Keine Einblendung der werblichen Kundenseite. Kundenlogo kann ohne werblichen Inhalt eingebunden werden
- Integration des Partners: keine werbliche Präsentation von Preisen oder Partnern, sondern ausschließlich beschreibende Darstellung zur Information der Zuschauer
- Maximal zweimalige Nennung des Partners
- Optische Integration nur so lange, wie der Preis/Partner textlich erwähnt wird
- Die Bereitstellung und der Versand der Preise an die Gewinner obliegt dem Kunden.
- Nicht werberelevant

# REDAKTIONELLES GEWINNSPIEL

## DETAILINFORMATIONEN

### Hinweise zum redaktionellen Gewinnspiel (Show/Sport)

- Platzierung der Produkte/Kunde im GWS am Format
- Einbindungsanzahl gekoppelt an U-WBs des Formats
- Anzahl Gewinnspiele und Preisbeistellung in Absprache mit der SevenOne AdFactory.
- Umsetzung mit Kundenmaterial oder Dreh vor Ort möglich
- Weder die Gewinnspielfrage, noch die Beschreibung des Preises darf werbliche Aussagen enthalten. Die Gewinnspielfrage darf keinen Bezug zum Gewinnspielpreis/Kunden haben.
- Der Kunde kann per Logo eingebunden und zweimal namentlich genannt werden.
- Die medienrechtliche Prüfung des redaktionellen Gewinnspiels im Format obliegt dem durch das 7.1AdF Projektmanagement.
- Es gelten Teilnahmebedingungen des Senders / der Plattform
- Trailerlänge: 30-40 Sekunden (Kundenanteil 10-15 Sekunden)

### Hinweise zum redaktionellen Gewinnspiel (Magazin)

- Platzierung der Produkte/Kunde am Format
- Am Ende der Sendungsteile A und B weisen die Moderatoren auf das folgende Gewinnspiel hin: „...bleiben Sie dran: Jetzt können Sie noch einen tollen Preis gewinnen.“ Dabei ist kein Hinweis auf Kunde und Preis möglich! Nach einem kurzen Trenner folgt der Gewinnspieltrailer.
- Mediagetriebenes Gewinnspiel
- Online- und/oder Telefonteilnahme möglich
- Anzahl der Gewinnspiele und Preisbeistellung in Absprache mit SevenOne AdFactory.
- Weder die Gewinnspielfrage, noch die Beschreibung des Preises darf werbliche Aussagen enthalten. Die Gewinnspielfrage darf keinen Bezug zum Gewinnspielpreis/Kunden haben.
- Es gelten Teilnahmebedingungen des Senders / der Plattform
- Der Kunde kann per Logo eingebunden und zweimal namentlich genannt werden.
- Trailerlänge: 25-30" (Kundenanteil 10"-15")

# TRAILERBASIERTES GEWINNSPIEL

„GEWINNEN SIE MIT ETWAS GLÜCK ...“



UWB

TRAILER

TRAILER

PROGRAM

## Beschreibung

- Verlosung eines Gewinnspielpreises durch den Kunden in Verbindung mit einer Sender- oder Formatmarke
- Platzierung des vorproduzierten Elements im Trailerblock

## Details

- Ausgewogene Integration von Sender- und Kundenelementen erforderlich
- keine werbliche Präsentation, ausschließlich beschreibende, informative Darstellung

## Wirkung

- Vergleichsweise hohe Reichweite durch programmnahe Platzierung
- Imagetransfer zwischen Sender- oder Formatmarke und Kunde
- Oft hohe Relevanz für das Publikum durch Attraktivität des Preises
- Interaktion mit dem Publikum

# TRAILERBASIERTES GEWINNSPIEL

## DETAILINFORMATIONEN

### Hinweise zum trailerbasierten Gewinnspiel

- Aus medienrechtlicher Sicht ist der jeweilige Sender bzw. die Sender.de Veranstalter und Absender des Gewinnspiels. Daher ist dieses auf Trailerfläche spielbar.
- Die Gewinnspielteilnahme findet grundsätzlich auf der Onlinepräsenz des Senders statt. Es gelten die Teilnahmebedingungen des Senders, der Sender.de
- Die Länge des Kundenanteils darf i.d.R. 50% der Gesamtlänge des Trailers nicht überschreiten. Der Kunde kann höchstens zweimal namentlich genannt werden.
- Weder die Gewinnspielfrage, noch die Beschreibung des Preises darf werbliche Aussagen enthalten.
- Es sind keine Responsekanäle des Kunden möglich.

### Umfelder:

- diverse

### Sender:

- Alle

### Produktionskosten:

- Individuell, abhängig von Konzept und Format

### Buchungshinweis:

- Stornierung 6 Wochen vor Ausstrahlung
- Keine Reservierung und Umbuchung möglich

### Vorlaufzeiten:

- Inhaltliche und juristische Prüfung des Storyboards vor Produktion der Gewinnspiel Elemente
- Finale Freigabe erst nach Fertigstellung des Trailers
- individuell abhängig von Konzept und Format:
  - 20 Werktage vor Ausstrahlung, finale juristische Abnahme
  - 15 Werktage vor Ausstrahlung, Anlieferung der sendefähigen Gewinnspiel Elemente

### Produktionsanforderungen:

Produktion durch die SevenOne AdFactory:

[siehe Produktionsanforderungen SevenOne AdFactory](#)

### Senderseitige Aspekte:

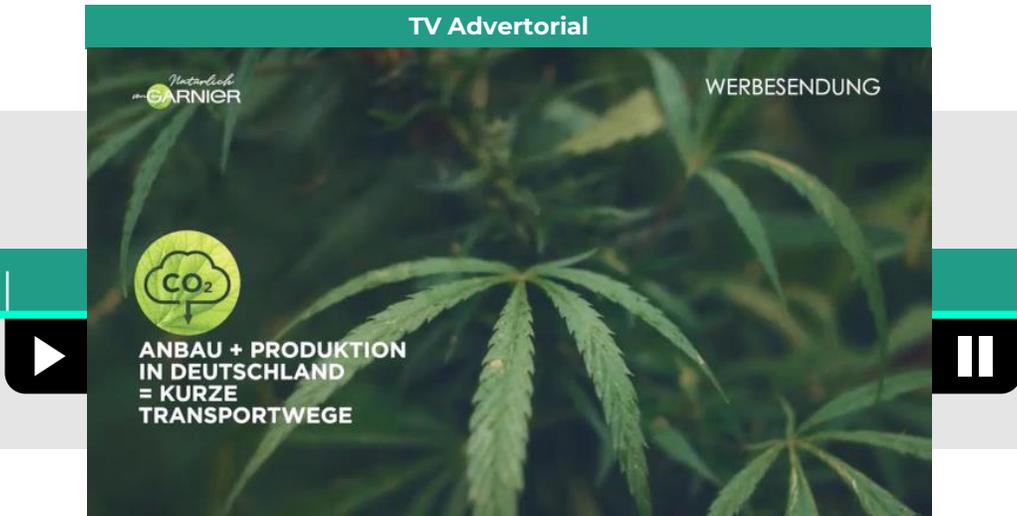
- Zustimmung und Freigabe des Senders erforderlich

### Juristische Aspekte:

- Deutlicher Sender-/Formatbezug, verbal und optisch
- Senderverpackung: individuell (Opener, Closer, Bauchbinde, Fragetafel)
- Onlineverweis nur auf Senderseiten. Medienrechtlich ist kein Verweis zur Teilnahme auf die Kundenseite möglich.
- Keine Einblendung der werblichen Kundenseite. Kundenlogo kann eingebunden werden (ohne werblichen Inhalt)
- Integration des Partners: keine werbliche Präsentation von Preisen oder Partnern, sondern ausschließlich beschreibende Darstellung zur Information der Zuschauer
- Maximal zweimalige Nennung des Partners
- Optische Integration nur so lange, wie der Preis/Partner textlich erwähnt wird
- Nicht werberelevant

# TV ADVERTORIAL

„WERBLICHER CONTENT IM REDAKTIONELEM LOOK“



## Beschreibung

- Bereitstellung von Sendezeit für Ihre Werbung zwischen 90 Sekunden und 06:00 Minuten
- Glaubwürdige Kommunikation durch redaktionelle Anmutung der Inhalte

## Details

- Werbetreibender muss als solcher deutlich erkennbar sein
- Platzierung flankierend zwischen zwei Formaten
- Einleitung des Elements durch mind. 3 sec. Opener (nicht gebranded) und Kennzeichnung als Dauerwerbesendung

## Wirkung

- Nach inhaltlicher Ausgestaltung hoher Unterhaltungs- / Informationswert, zudem Raum für ausführliche, werbliche Informationen
- Hohe Akzeptanz beim Zuschauer
- Guter Audience Flow durch Platzierung im direkten Programmumfeld

# TV ADVERTORIAL

## DETAILINFORMATIONEN

### Umfelder:

- Auf allen Sendern möglich (vgl. Pricing Tool)

### Lizenz:

- Lizenzerwerb bei Nutzung von Format- oder Senderlogos erforderlich

### Produktionskosten:

- Individuell, abhängig von Konzept, Testimonial, Produktionsmitteln und Motivanzahl

### Buchungshinweis:

- Stornierung oder Umbuchung möglich
- Keine Reservierung möglich

### Vorlaufzeiten:

- Inhaltliche und juristische Prüfung des Storyboards vor
- Produktion der Promostory
- 15 Werktage vor Ausstrahlung finale juristische Abnahme
- 10 Werktage vor Ausstrahlung Anlieferung der sendefähigen Promostory
- Bei Produktion durch die SevenOne Ad Factory, individuell abhängig von Konzept, Testimonial, Produktionsmitteln und Motivanzahl

### Produktionsanforderungen:

Bereits fertig produzierte/sendefähige Files: Anlieferung bei Traffic Departement: [Link Motiv Uploader](#)

Bei Produktion durch die SevenOne AdFactory:

[siehe Produktionsanforderungen SevenOne AdFactory](#)

### Senderseitige Aspekte:

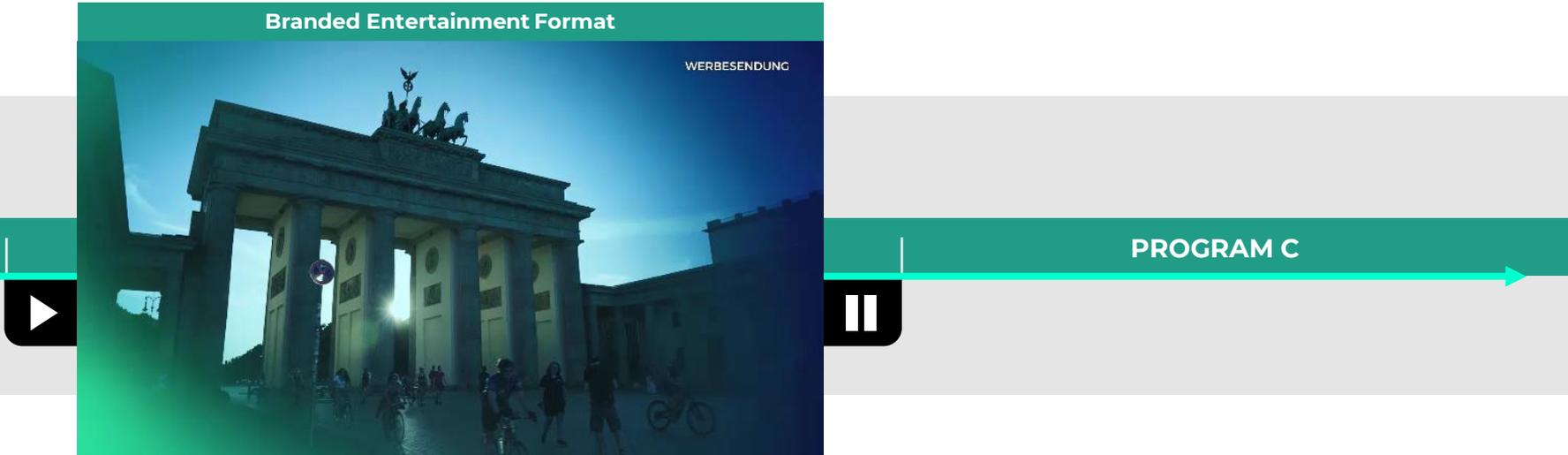
- Abstimmung mit Sender bei redaktioneller Nähe

### Juristische Aspekte:

- Mindestlänge 90 sec., Maximallänge 360 sec.
- Die Werbesendung darf nicht an Kinder gerichtet sein und kein Teleshopping oder TV Fremdlogos enthalten
- Graphischer Werbetrenner / -opener von mind. 3 Sekunden ist vorgeschrieben
- Spezielle Rückfrage bei medizinischen Themen erforderlich.
- Das Wort „Dauerwerbesendung“ ist rechtl. festgelegt und muss im Opener der Verpackung erscheinen.
- „Werbesendung“ oder „Werbebeitrag“ muss im Hauptteil eingeblendet sein
- Nicht werberelevant
- Rückfrage bei redaktioneller Nähe in Verbindung mit Testimonial, Studio und Platzierung

# BRANDED ENTERTAINMENT FORMAT

„STORYTELLING IN FORMATFORM“



## Beschreibung

- Eigenständiges im Programmablauf ausgewiesenes Sendungsformat
- Bereitstellung von Programmfläche (mind. 06:01 Minuten) für den Kunden
- Glaubwürdige Kommunikation durch redaktionelle Anmutung der Inhalte

## Details

- Platzierung im Programm-Grid zwischen zwei redaktionellen Formaten
- Einleitung des Elements durch Sendungs-Opener (mind. 3 sec.)
- Dauerhafte Kennzeichnung als Dauerwerbesendung

## Wirkung

- Unterhaltungs- und/oder Informationswert für Zuschauer schafft hohe Akzeptanz der Marketingmaßnahme
- Sympathisches Markenerlebnis führt zu hoher Markenerinnerung
- Hoher Einfluss auf Interaktion in sozialen Netzwerken

# BRANDED ENTERTAINMENT FORMAT

## DETAILINFORMATIONEN

### Umfelder:

- Auf allen Sendern möglich (auf Anfrage)

### Lizenz:

- Lizenzwerb bei werblicher Nutzung des Senderlogos erforderlich
- Keine Lizenz erforderlich bei optionaler Einblendung des Senderlogos während des Branded Entertainment Formats

### Produktionskosten:

- Individuell, abhängig von Konzept, Testimonial, Produktionsmitteln und Motivanzahl

### Buchungshinweis:

- Außerhalb Commitment, keine AE, kein Skonto, keine Rabatte
- Stornierung oder Umbuchung nicht möglich
- Keine Reservierung möglich

### Vorlaufzeiten:

- Inhaltliche und juristische Prüfung und Abnahme des Storyboards vor Angebotsabgabe bzw. Produktion
- 35 Werktagen vor Ausstrahlung finale juristische und redaktionelle Abnahme (6 Wochenvorlauf Programmkommunikation)
- 10 Werktagen vor Ausstrahlung Anlieferung der sendefähigen Sendung

### Produktionsanforderungen:

- Anlieferung (für Details siehe [techn. Richtlinien P7S1](#)):
- Band-, Disk und Trägerformate: XDCAM, HDCAM, Digital Betacam
- Fileformate: MXF
- Angaben GEMA Rechte für Audiodateien

### Senderseitige Aspekte:

- Abstimmung mit Sendergeschäftsführung zu Konzept, Inhalten, Sendeplätze etc.

### Juristische Aspekte:

- Eigener Sendungsopener von mind. 3 Sekunden ist vorgeschrieben.
- Das Wort „Dauerwerbesendung“ muss im Opener lesbar in Versalien, 32 pt Größe mit einem Schatten unterlegt erscheinen.
- Das Wort „Werbebeitrag“ oder „Werbesendung“ muss im Hauptteil durchgehend eingeblendet sein, an einer anderen Position als im Opener. Der rechte obere Rand ist dabei für das Senderlogo freizuhalten
- Nicht werberelevant
- Die Werbesendung darf nicht an Kinder gerichtet sein oder TV Fremdlogos enthalten
- Sonderprüfung bei redaktioneller Nähe in Verbindung mit Testimonial, Studio und Platzierung

# SPOTPREMIERE - EINZELBELEGUNG / ROADBLOCKING

„ZUM ERSTEN MAL IM FERNSEHEN“



## Beschreibung

- Ausführliche Vorstellung eines neuen TV Spots zum Beispiel in Verbindung mit Making-Of Material
- Platzierung um ca. 20:13 Uhr direkt vor Einstart des Prime Time Programms
- Ausstrahlung auf einem oder mehreren Sendern der Gruppe gleichzeitig (Roadblocking)

## Details

- Einleitung des Elements durch exklusiven Sonder-Werbeopener
- Ausstrahlung von Making Off Sequenzen (ca. 2/3 der Länge) vor Präsentation des finalen Spots
- Länge 90-180 sec., Kennzeichnung als „Dauerwerbesendung“

## Wirkung

- Erhöhung der Akzeptanz und Wiedererkennung des Zuschauers durch Gewährung eines Blicks hinter die Kulissen der Produktion
- Dadurch ideale Eignung als Auftakt einer neuen Kampagne
- Hohe (Netto-) Reichweite durch programmnahe Integration und prominente Sendezeit

# SPOTPREMIERE - EINZELBELEGUNG / ROADBLOCKING

## DETAILINFORMATIONEN

### Umfelder:

- Auf allen Sendern möglich (vgl. Pricing Tool)

### Produktionskosten:

- Spotpremiere mit Making-Of Elementen, je nach Konzeptidee
- Bei sendefertiger Anlieferung keine Handlingkosten

### Buchungshinweis:

- Buchung: Empfohlen mind. 6 Wochen vor Ausstrahlung
- Stornierung bis 6 Wochen vor Ausstrahlung
- Keine Reservierung und Umbuchung möglich
- Platzierung: vorbehaltlich Prüfung durch SevenOne Media
- Pricing bezieht sich auf Gesamtlänge der Spotpremiere (Making-Of + Spot), der Opener wird zeitlich nicht angerechnet
- Nur originär neuer Werbespot, maximal sechs Tage alt (keine neuen Sprach- oder Schnittversionen)

### Vorlaufzeiten:

- 15 Werkzeuge vor Ausstrahlung finale juristische Abnahme
- 10 Werkzeuge vor Ausstrahlung Anlieferung des sendefähigen Spots
- Bei Produktion durch die SevenOne Ad Factory, individuell abhängig von Konzept und Produktionsmitteln

### Produktionsanforderungen:

Bei Produktion durch die SevenOne AdFactory:  
[siehe Produktionsanforderungen SevenOne AdFactory](#)

### Senderseitige Aspekte:

- In Abstimmung mit dem Sender

### Juristische Aspekte:

- Bei Ausstrahlung mit Making-Of Sequenzen und einer Länge über 90 sec. muss das Wort „Dauerwerbesendung“ dauerhaft sichtbar vom ersten bis zum letzten Frame eingeblendet sein
- Als redaktionell anmutende DWS (inkl. Making-Of) ist die Spotpremiere nicht werberelevant
- Ohne Making-Of gilt die Spotpremiere als werberelevant! (-> Spotpremiere light)



# BUCHUNGS- BEDINGUNGEN

# BUCHUNGSBEDINGUNGEN – SPECIAL CREATION

2021/22

Für Special Creations\* (nachfolgend „Special Ads“) gelten die AGB der SevenOne Media, soweit vertraglich nichts anderes vereinbart ist. Die AGB können Sie sich unter <http://www.sevenonemedia.de/agb> herunterladen.

Zusätzlich zu den Mediakosten entstehende Produktionskosten für Special Ads trägt der Kunde. Änderungen der Programmplanung sind vorbehalten. Der Vertrag wird vorbehaltlich der Zustimmung durch den Sender geschlossen. Das produzierte Sendematerial der Special Ads bedürfen der juristischen und redaktionellen Freigabe durch den Sender und / oder der SevenOne Media.

Motivwechsel sind wöchentlich möglich. Zur verbindlichen Buchung der Special Ads ist eine konkrete Nennung des zu platzierenden Produktes erforderlich. Eine Umbuchung durch den Kunden ist bis zehn Werktage vor Ausstrahlung unter Berücksichtigung des Wettbewerbsausschlusses nach The Nielsen Company (Germany) „FAMILIE“ im Falle von vorhandenen Co-Sponsoren möglich. Die Anlieferung des sendefähigen Materials muss mindestens fünf Werktage vor Ausstrahlung erfolgen.

Eine Reservierung und ein Erstverhandlungsrecht können grundsätzlich nicht gewährt werden. Gültig ist ausschließlich die schriftliche Buchung. Es gelten die Stornoregelungen gemäß den AGB (6 Wochen).

Bei Buchung der Special Ads mit einem größeren Vorlauf als 6 Wochen steht der Vertragsschluss unter dem Vorbehalt von Programmänderungen.

Bei Buchung der Special Ads Abspann Split, Program Split und Cut In (i) außerhalb des 6-Wochen-Vorlaufs und / oder (ii) innerhalb des 6-Wochen-Vorlaufs in vom Sender kurzfristig eingeplanten, in der Programmplanung kommunizierten Umfeldern (d.h. wenn das Format erst innerhalb des 6-Wochen-Vorlaufs vor Ausstrahlung von SevenOne Media kommuniziert wurde) steht der Vertragsschluss unter dem Vorbehalt des Wettbewerbsausschlusses nach The Nielsen Company (Germany) „FAMILIE“ zu Gunsten möglicher Sponsoringkunden.



The background consists of a black field densely populated with small, semi-transparent dots. The dots are primarily a dark red color, but there are several scattered dots in a bright teal or cyan color. The overall effect is a textured, bokeh-like pattern.

# PRODUKTIONS- ANFORDERUNGEN

# PRODUKTIONSANFORDERUNGEN

## **Bewegtbild (allgemein):**

Anlieferung auf DigiBeta oder als uncompressed Quicktime via FTP-Download-Link, DVD, CD oder auf mobilem Datenträger

MPEG-2 mit 30-50 Mbits/s; I-frame-only 4:2:2P@ML

Eine Anlieferung von MXF-Container Dateien in SD und in HD ist nicht möglich.

Genaue Motivbezeichnung des Spots mit zu verwendender Spotlänge

Getrennte Tonspuren (siehe Musik/Ton/Sound)

Technische Richtlinien Bewegtbild

## **Musik / Ton / Sound (allgemein):**

Getrennte Tonspuren entweder auf Digi Beta oder als extra Audiodateien in mindestens 192 KBit/s als .wav, .mp3, .aif oder als DAT-Band. Angaben GEMA Rechte (Label, Künstler, Titel ...) für Audiodateien

## **Grafiken / Bilder / Schriften / Logos (allgemein):**

Datenformate: psd; eps; tif; tga; ai

Bildmaterial hochauflösend (300dpi) oder als Vektorgrafik

Logo der zu bewerbenden Marke als EPS

Zu verwendene Schriftarten im PC Format

Farbangaben in RGB (bei CI notwendigen Farabbildungen)

← ZURÜCK ZUR ÜBERSICHT



# KONTAKT



## Sales Region Düsseldorf

Zollhof 11  
D-40221 Düsseldorf  
Tel. +49 (0)2 11/4 96 94 – 0  
Fax +49 (0)2 11/4 96 94 – 20



## Sales Region Hamburg

An der Alster 47  
D-20099 Hamburg  
Tel. +49 (0) 40/44 11 16 – 0  
Fax +49 (0) 40/44 11 16 – 66



## Sales Region Frankfurt

Rotfeder-Ring 11  
D-60327 Frankfurt/Main  
Tel. +49 (0) 69/27 40 01 – 0  
Fax +49 (0) 69/27 40 01 – 30



## Sales Region München

Medienallee 4  
D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 (0) 89/95 07 – 40  
Fax +49 (0) 89/95 07 – 43 99

