

# TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN

Dyn | August 2023

## INHALTSVERZEICHNIS

|  |    |
|--|----|
| <b>ALLGEMEINE INFORMATIONEN</b> .....      | 3  |
| Anlieferung und technische Kontrolle ..... | 3  |
| Safe Area und Tracking .....               | 4  |
| <b>STANDARDWERBEFORMEN</b> .....           | 6  |
| Werbespot .....                            | 6  |
| Live-Frame .....                           | 7  |
| Super-Frame .....                          | 8  |
| <b>SONDERWERBEFORMEN</b> .....             | 10 |
| Programmsponsoring .....                   | 10 |
| Formatsponsoring .....                     | 11 |
| Rubrikensponsoring .....                   | 12 |
| Trailersponsoring .....                    | 13 |
| <b>KONTAKT</b> .....                       | 15 |
| Kontaktadressen der Sales Büros .....      | 15 |

## ALLGEMEINE INFORMATIONEN

### ANLIEFERUNG UND TECHNISCHE KONTROLLE

#### ANLIEFERUNG

- Die Anlieferung der Werbemittel erfolgt ausschließlich über die E-Mail-Adresse [admanagement@seven.one](mailto:admanagement@seven.one)
- Für alle Werbeformen inklusive Sonderwerbeformen gilt eine Lieferfrist von 10 Werktagen.
- Werktags von 18:00 Uhr bis 23:00 Uhr sowie an Wochenenden und Feiertagen von 10:00 Uhr bis 23:00 Uhr können Sie sich in dringenden Angelegenheiten an unseren **Not-Bereitschaftsdienst** wenden: Telefon 0160 / 47 98 880 oder unter [help@seven.one](mailto:help@seven.one).

**Die Mail für die Werbemittellieferung sollte folgende Informationen enthalten:**  
**Kundenname, Kampagnenname (im E-Mail Betreff) (zu finden auf der Auftragsbestätigung),**  
Auftragsnummer, Buchungszeitraum, Gebuchte Seite, Motiv-Name

#### TECHNISCHE KONTROLLE

Bei Anlieferung werden die Werbemittel einer Kontrolle unterzogen, um sicherzustellen, dass sie den technischen Spezifikationen entsprechen. Trotz Prüfung kann es auch nach Start der Kampagne oder des Flights zu Problemen kommen. Seven.One Media behält sich das Recht vor, Werbemittel ganz oder teilweise von der Ausstrahlung auszuschließen, wenn:

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

# ALLGEMEINE INFORMATIONEN

## SAFE AREA UND TRACKING

### SAFE AREA

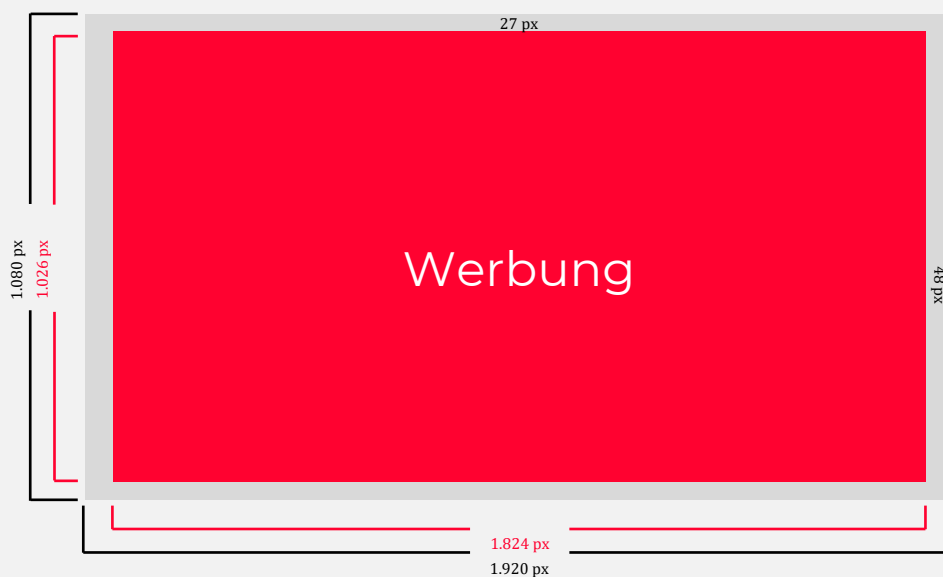
Die Safe Area versteht sich als „Sicherheitsbereich“ und ist bei der Erstellung und Anlieferung der Werbemittel dringend zu beachten. Sie gilt für alle vorliegenden Sonder- und Werbeformen.

Safe Area Maße: 1.824 x 1.026 px (95%)

Alle relevanten Bilder, Logos und Schriftzüge dürfen daher nicht am äußersten Rand, sondern müssen mindestens mit folgendem Abstand platziert werden:

Vertikal: 48 px vom linken und vom rechten Rand

Horizontal: 27 px vom oberen und vom unteren Rand



### TRACKINGS

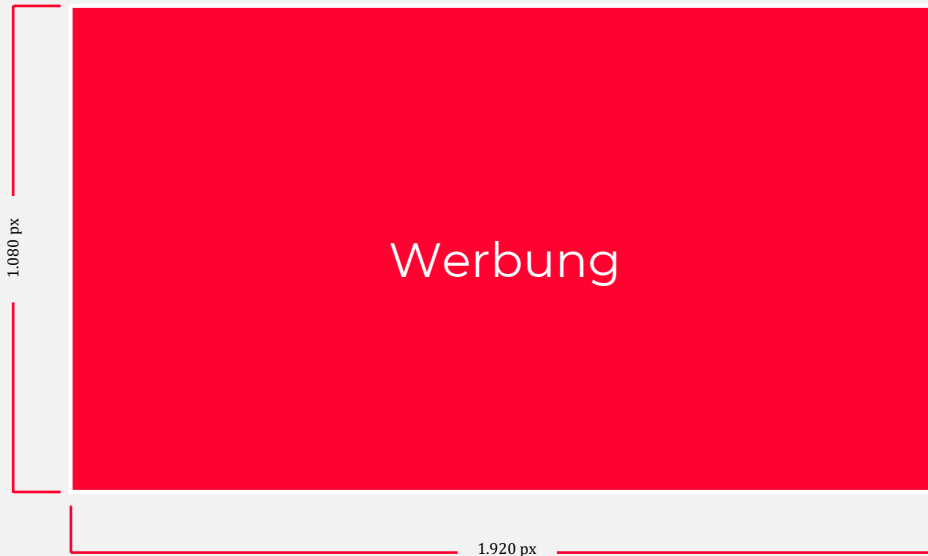
Eine Verlinkung der Werbemittel zum Datentracking ist nicht möglich. Entsprechend müssen die Werbemittel zwingend ohne jegliche Trackingpixel angeliefert werden.

Die Zahlen und Daten der Dyn Media Werbe-Reportings werden durch Global MMK verifiziert.

# STANDARD- WERBEFORMEN

# STANDARDWERBEFORMEN

## WERBESPOT

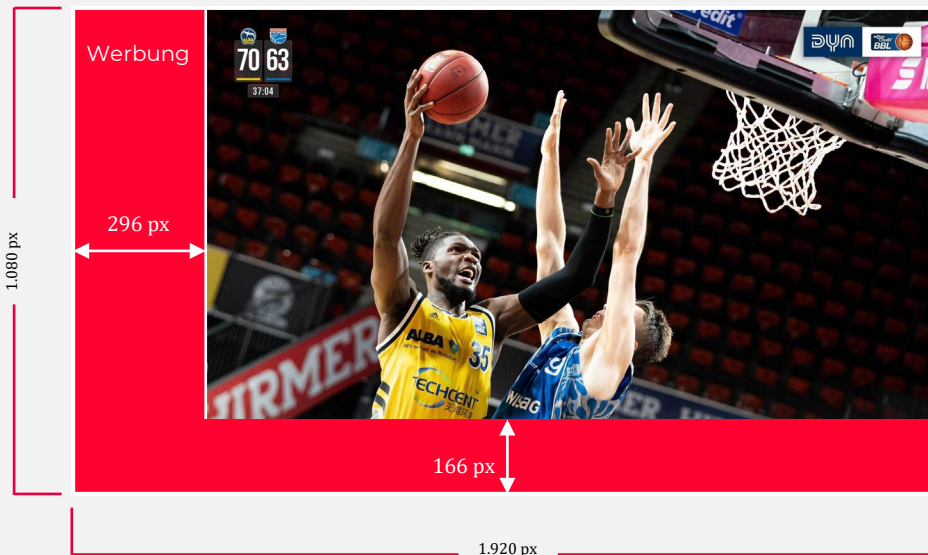


| Werbespot                  |   |
|----------------------------|---|
| <b>Format</b>              | MP4   |
| <b>Verhältnis</b>          | 16:9  |
| <b>Abmessungen</b>         | 1920 x 1080 px  |
| <b>Dauer</b>               | 15, 20 oder 30 Sekunden*  |
| <b>Videocodec</b>          | H.264 (Profil: high)  |
| <b>Framerate</b>           | 50 FPS  |
| <b>Bitrate</b>             | 12 Mbit Video (VBR)   |
| <b>Audio Channels</b>      | 8 Kanäle  |
| <b>Audio Bittiefe</b>      | 16 Bit  |
| <b>Audio Sampling Rate</b> | 48 KHz  |
| <b>Hinweis</b>             | Bitte keine Audiospuren mit Silence anliefern, sondern nur mit Ton (mind. 1-4, idealerweise 1-8)<br>EBU R128 Stereo-Mix |

\*Ausnahmen bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung durch Dyn Media.

# STANDARDWERBEFORMEN

## LIVE-FRAME

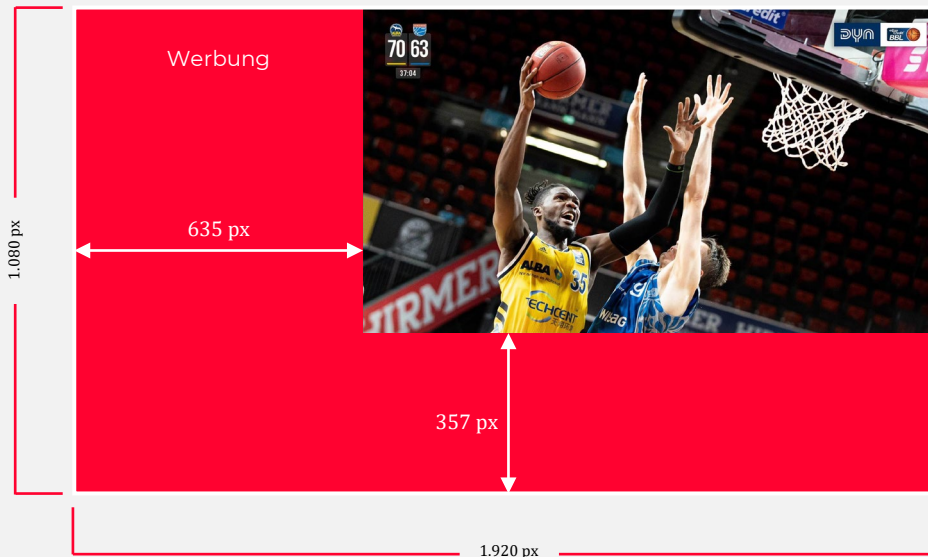


Das Sendebild verkleinert sich nach rechts oben und gibt unten und links eine L-förmige Fläche frei, die mit Grafiken und Videos/Animationen belegt werden kann. Dabei wird das Programm-Bild nicht von der Werbeform verdeckt. Die ursprüngliche Breite des Sendebildes von 1920 Pixeln verkleinert sich auf 1624 Pixel und gibt eine Breite von 296 Pixeln am linken Rand frei und die ursprüngliche Höhe von 1080 Pixeln verkleinert sich auf 914 Pixeln und gibt einen unteren Rand von 166 Pixeln frei. Die Schaltung der grafisch animierten bzw. statischen Werbeform erfolgt direkt im Live-Spiel. Die freigewordene Werbefläche wird mit einem Grafik- oder Video-File hinterlegt. Die Länge beträgt 10 Sekunden.

| Live-Frame                  |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Format Video</b>         | MP4   |
| <b>Abmessungen Video</b>    | 1920 x 1080 px  |
| <b>Dauer Video</b>          | 10 Sekunden   |
| <b>Videocodec</b>           | H.264 (Profil: high)  |
| <b>Framerate Video</b>      | 50 FPS  |
| <b>Bitrate Video</b>        | 12 Mbit Video (VBR)   |
| <b>Format Grafik</b>        | TIFF oder TGA (mit Alpha)   |
| <b>Maße der Werbefläche</b> | Vertikal: 296 x 1080 px<br>Horizontal: 1920 x 166 px<br>Logos, Texte, Grafiken, Animationen, etc. können innerhalb dieser Werbefläche positioniert werden   |
| <b>Hinweis</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Werbefläche bitte als Vollbild (ohne Key) anliefern. Die Animation für die Sendebildverkleinerung beträgt jeweils 10 Frames (bei einer Framerate von 50 FPS).</li> <li><b>Wichtig:</b> Integration einer gut lesbaren Werbekennzeichnung („Werbung“).</li> </ul> |

# STANDARDWERBEFORMEN

## SUPER-FRAME



Das Sendebild verkleinert sich nach rechts oben und gibt unten und links eine L-förmige Fläche im XXL-Format frei, die mit Grafiken und Videos/Animationen belegt werden kann. Dabei wird das Programm-Bild nicht von der Werbeform verdeckt. Die ursprüngliche Breite des Sendebildes von 1920 Pixeln verkleinert sich auf 1285 Pixel und gibt eine Breite von 635 Pixeln am linken Rand frei und die ursprüngliche Höhe von 1080 Pixeln verkleinert sich auf 723 Pixeln und gibt einen unteren Rand von 357 Pixeln frei. Die Schaltung der grafisch animierten bzw. statischen Werbeform erfolgt mitten in die redaktionelle Live-Berichterstattung (Vor-/Nachbericht). Die freigewordene Werbefläche wird mit einem Grafik- oder Video-File hinterlegt. Die Länge beträgt 10 Sekunden.

| Super-Frame                 |   |
|-----------------------------|---|
| <b>Format Video</b>         | MP4   |
| <b>Abmessungen Video</b>    | 1920 x 1080 px  |
| <b>Dauer Video</b>          | 10 Sekunden   |
| <b>Videocodec</b>           | H.264 (Profil: high)  |
| <b>Framerate Video</b>      | 50 FPS  |
| <b>Bitrate Video</b>        | 12 Mbit Video (VBR)   |
| <b>Format Grafik</b>        | TIFF oder TGA (mit Alpha)   |
| <b>Maße der Werbefläche</b> | Vertikal: 635 x 1080 px<br>Horizontal: 1920 x 357 px<br>Logos, Texte, Grafiken, Animationen, etc. können innerhalb dieser Werbefläche positioniert werden   |
| <b>Hinweis</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Werbefläche bitte als Vollbild (ohne Key) anliefern. Die Animation für die Sendebildverkleinerung beträgt jeweils 10 Frames (bei einer Framerate von 50 FPS).</li> <li><b>Wichtig:</b> Integration einer gut lesbaren Werbekennzeichnung („Werbung“).</li> </ul> |





**SONDER-  
WERBEFORMEN**

## SONDERWERBEFORMEN PROGRAMMSPONSORING



Exemplarische Darstellung, insgesamt 8 Sponsoringnennungen im Sendungsverlauf pro Wettbewerb.

Exklusive Sponsoringfläche während der Übertragung aller Einzelspiele (und in der Konferenz). Emotionale und nachhaltige Assoziation mit der Sportart/Liga im Premium-Umfeld von Dyn. Es besteht die Möglichkeit zur Sponsoringverlängerung über Programmtrailer (inkl. Closer).

Es sind bis zu 8 Sponsoring-Nennungen je 7 Sekunden möglich.

### Medienrechtliche Vorgaben (gemäß Werbesatzung - § 14 Sponsoring)

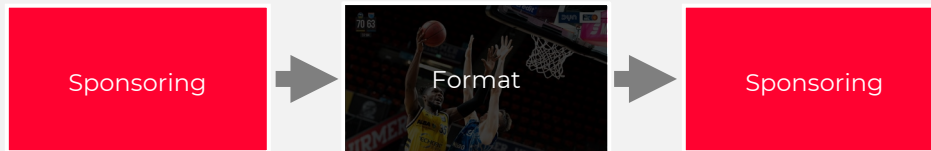
- Auf das Bestehen eines Sponsorings muss eindeutig hingewiesen und ein eindeutiger Bezug zur gesponserten Sendung hergestellt werden (auf der Bild- und/oder Tonebene).  
Beispiel: „Die Handball Bundesliga live bei Dyn wird/wurde präsentiert von (Werbekunde)“
- Zusätzlich besteht die Möglichkeit einer Integration eines imageprägenden Slogans (Subline, welche mit dem Produkt / der Marke verbunden wird).  
Beispiele: „Nike – *Just do it*“ / „BMW – *Freude am Fahren*“
- Im Rahmen von Sponsoringhinweisen ist Werbung, die der Förderung des Absatzes von Produkten dient, unzulässig! Demzufolge darf der Sponsoringhinweis - außer einem imageprägenden Slogan - keine zusätzlichen werblichen Aussagen zu Sponsor, Produkten oder Marken beinhalten (keine Kaufanreize, Produktbeschreibungen oder sonstige Call-To-Action Hinweise).

### Programmsponsoring

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>Format</b>              | MP4   |
| <b>Verhältnis</b>          | 16:9  |
| <b>Abmessungen</b>         | 1920 x 1080 px  |
| <b>Dauer</b>               | 7 Sekunden  |
| <b>Videocodec</b>          | H.264 (Profil: high)  |
| <b>Framerate</b>           | 50 FPS  |
| <b>Bitrate</b>             | 12 Mbit Video (VBR)   |
| <b>Audio Channels</b>      | 8 Kanäle  |
| <b>Audio Bittiefe</b>      | 16 Bit  |
| <b>Audio Sampling Rate</b> | 48 KHz  |
| <b>Hinweis</b>             | Bitte keine Audiospuren mit Silence anliefern, sondern nur mit Ton (mind. 1-4, idealerweise 1-8)<br>EBU R128 Stereo-Mix (mind. Tonspur 1 bis 4) |

# SONDERWERBEFORMEN

## FORMATSPONSORING



Exemplarische Darstellung, insgesamt 2 Sponsoringnennungen im Sendungsverlauf pro Format.

Exklusive Sponsoringfläche vor und nach einer spezifischen redaktionellen Berichterstattung. Emotionale und nachhaltige Platzierung um ein bestimmtes Format im Premium-Umfeld von Dyn. Es besteht die Möglichkeit zur Sponsoringverlängerung über Formattrailer (inkl. Closer).

2 Sponsoring-Nennungen je Format: je 7 Sekunden.

### Medienrechtliche Vorgaben (gemäß Werbesatzung - § 14 Sponsoring)

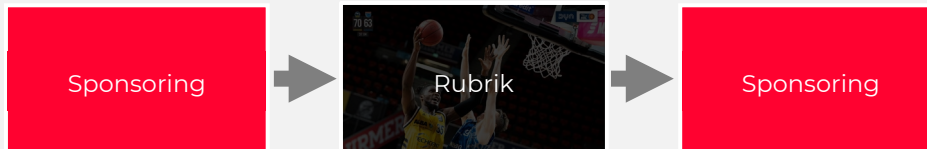
- Auf das Bestehen eines Sponsorings muss eindeutig hingewiesen und ein eindeutiger Bezug zur gesponserten Sendung hergestellt werden (auf der Bild- und/oder Tonebene).  
Beispiel: „Das Handball Magazin bei Dyn wird/wurde präsentiert von (Werbekunde)“
- Zusätzlich besteht die Möglichkeit einer Integration eines imageprägenden Slogans (Subline, welche mit dem Produkt / der Marke verbunden wird).  
Beispiele: „Nike – *Just do it*“ / „BMW – *Freude am Fahren*“
- Im Rahmen von Sponsoringhinweisen ist Werbung, die der Förderung des Absatzes von Produkten dient, unzulässig! Demzufolge darf der Sponsoringhinweis - außer einem imageprägenden Slogan - keine zusätzlichen werblichen Aussagen zu Sponsor, Produkten oder Marken beinhalten (keine Kaufanreize, Produktbeschreibungen oder sonstige Call-To-Action Hinweise).

### Formatsponsoring

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>Format</b>              | MP4   |
| <b>Verhältnis</b>          | 16:9  |
| <b>Abmessungen</b>         | 1920 x 1080 px  |
| <b>Dauer</b>               | 7 Sekunden  |
| <b>Videocodec</b>          | H.264 (Profil: high)  |
| <b>Framerate</b>           | 50 FPS  |
| <b>Bitrate</b>             | 12 Mbit Video (VBR)   |
| <b>Audio Channels</b>      | 8 Kanäle  |
| <b>Audio Bittiefe</b>      | 16 Bit  |
| <b>Audio Sampling Rate</b> | 48 KHz  |
| <b>Hinweis</b>             | Bitte keine Audiospuren mit Silence anliefern, sondern nur mit Ton (mind. 1-4, idealerweise 1-8)<br>EBU R128 Stereo-Mix (mind. Tonspur 1 bis 4) |

# SONDERWERBEFORMEN

## RUBRIKENSponsoring



Exemplarische Darstellung, insgesamt 2 Sponsoringnennungen im Sendungsverlauf pro Rubrik.

Exklusive Sponsoringfläche vor und nach einer spezifischen redaktionellen Berichterstattung. Emotionale und nachhaltige Platzierung um ein bestimmtes Thema im Premium-Umfeld von Dyn. Es besteht die Möglichkeit zur Sponsoringverlängerung über Rubrikentrailer (inkl. Closer).

2 Sponsoring-Nennungen je Rubrik/Format: je 7 Sekunden.

### Medienrechtliche Vorgaben (gemäß Werbesatzung - § 14 Sponsoring)

- Auf das Bestehen eines Sponsorings muss eindeutig hingewiesen und ein eindeutiger Bezug zur gesponserten Sendung hergestellt werden (auf der Bild- und/oder Tonebene).  
Beispiel: „Das Tor der Woche bei Dyn wird/wurde präsentiert von (Werbekunde)“
- Zusätzlich besteht die Möglichkeit einer Integration eines imageprägenden Slogans (Subline, welche mit dem Produkt / der Marke verbunden wird).  
Beispiele: „Nike – *Just do it*“ / „BMW – *Freude am Fahren*“
- Im Rahmen von Sponsoringhinweisen ist Werbung, die der Förderung des Absatzes von Produkten dient, unzulässig! Demzufolge darf der Sponsoringhinweis - außer einem imageprägenden Slogan - keine zusätzlichen werblichen Aussagen zu Sponsor, Produkten oder Marken beinhalten (keine Kaufanreize, Produktbeschreibungen oder sonstige Call-To-Action Hinweise).

### Rubrikensponsoring

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>Format</b>              | MP4   |
| <b>Verhältnis</b>          | 16:9  |
| <b>Abmessungen</b>         | 1920 x 1080 px  |
| <b>Dauer</b>               | 7 Sekunden  |
| <b>Videocodec</b>          | H.264 (Profil: high)  |
| <b>Framerate</b>           | 50 FPS  |
| <b>Bitrate</b>             | 12 Mbit Video (VBR)   |
| <b>Audio Channels</b>      | 8 Kanäle  |
| <b>Audio Bittiefe</b>      | 16 Bit  |
| <b>Audio Sampling Rate</b> | 48 KHz  |
| <b>Hinweis</b>             | Bitte keine Audiospuren mit Silence anliefern, sondern nur mit Ton (mind. 1-4, idealerweise 1-8)<br>EBU R128 Stereo-Mix (mind. Tonspur 1 bis 4) |

# SONDERWERBEFORMEN

## TRAILERSPONSORING



Exemplarische Darstellung, insgesamt 1 Sponsoringnennung im Trailer zum Programm/Format/Rubrik.

Verlängerung des Programm-, Format- und/oder Rubrikensponsorings über einen Trailer zum redaktionellen Inhalt. Emotionale und nachhaltige Assoziation mit der Sportart/Liga im Premium-Umfeld von Dyn. Erhöhung der Aufmerksamkeit und Markenbekanntheit über die Kernseherschaft des gesponserten Umfeldes hinaus.

1 Sponsoring-Nennung: 7 Sekunden.

### Medienrechtliche Vorgaben (gemäß Werbesetzung - § 14 Sponsoring)

- Auf das Bestehen eines Sponsorings muss eindeutig hingewiesen und ein eindeutiger Bezug zur gesponserten Sendung hergestellt werden (auf der Bild- und/oder Tonebene).  
Beispiel: „Die Handball Bundesliga live bei Dyn wird/wurde präsentiert von (Werbekunde)“
- Zusätzlich besteht die Möglichkeit einer Integration eines imageprägenden Slogans (Subline, welche mit dem Produkt / der Marke verbunden wird).  
Beispiele: „Nike – *Just do it*“ / „BMW – *Freude am Fahren*“
- Im Rahmen von Sponsoringhinweisen ist Werbung, die der Förderung des Absatzes von Produkten dient, unzulässig! Demzufolge darf der Sponsoringhinweis - außer einem imageprägenden Slogan - keine zusätzlichen werblichen Aussagen zu Sponsor, Produkten oder Marken beinhalten (keine Kaufanreize, Produktbeschreibungen oder sonstige Call-To-Action Hinweise).

### Trailersponsoring

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>Format</b>              | MP4   |
| <b>Verhältnis</b>          | 16:9  |
| <b>Abmessungen</b>         | 1920 x 1080 px  |
| <b>Dauer</b>               | 7 Sekunden  |
| <b>Videocodec</b>          | H.264 (Profil: high)  |
| <b>Framerate</b>           | 50 FPS  |
| <b>Bitrate</b>             | 12 Mbit Video (VBR)   |
| <b>Audio Channels</b>      | 8 Kanäle  |
| <b>Audio Bittiefe</b>      | 16 Bit  |
| <b>Audio Sampling Rate</b> | 48 KHz  |
| <b>Hinweis</b>             | Bitte keine Audiospuren mit Silence anliefern, sondern nur mit Ton (mind. 1-4, idealerweise 1-8)<br>EBU R128 Stereo-Mix (mind. Tonspur 1 bis 4) |

# KONTAKT

## KONTAKT

### KONTAKTADRESSEN DER SALES BÜROS

#### **Sales Region München**

Medienallee 4  
D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 (0) 89/95 07 – 34 69 3  
Fax +49 (0) 89/95 07 – 43 99

#### **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 Düsseldorf**

Zollhof 11  
D-40221 Düsseldorf  
Tel. +49 (0) 211/4 96 94 – 0  
Fax +49 (0) 211/4 96 94 – 20

#### **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 Berlin**

Rungestr. 22  
D-10179 Berlin  
Tel. +49 (0) 30/3 19 88 08-49 81