



# TECHNISCHE DATEN PROGRAMMATIC

## GESTALTUNGSHINWEISE

### DIGITAL CITY NET (DCN) UND DIGITAL DELUXE NET (DDN)

Langsame Grafikanimationen sind erlaubt, Realfilmsequenzen hingegen sind nicht gestattet.

### DIGITAL POSTER GALLERY (DPG) UND DIGITAL UNDERGROUND BERLIN (DUB)

Grafikanimationen und Realfilmsequenzen sind erlaubt.

### DIGITAL CITY LIGHT BOARD (DCLB)

Langsame Grafikanimationen sind erlaubt, Realfilmsequenzen hingegen sind nicht gestattet.

## CREATIVE-APPROVAL-PROZESS WALLDECAUX

1. Laden Sie das gewünschte Motiv vor dem Start der Kampagne in die DSP Ihrer Wahl hoch.
2. Bitte senden Sie vor Beginn der Kampagne jeweils ein Default-Motiv (JPG oder MP4) pro Deal ID an [programmatic@wall.de](mailto:programmatic@wall.de), dieses Motiv sollte für den gesamten Kampagnenzeitraum gültig sein. Wir laden dieses jeweils als Default-Motiv in die SSP VIOOH.
3. Die Freigabe der Motive erfolgt normalerweise innerhalb von 24 Stunden, sofern Ihre DSP über einen API-Approval-Prozess verfügt. Sollte Ihre DSP über einen VAST-Bid-Response-Approval-Prozess verfügen, können wir das Motiv erst nach der ersten Bid Response, sobald die Kampagne live ist, freigeben. Bitte wenden Sie sich an Ihre DSP, um zu überprüfen, wie die Motive freigegeben werden.
4. Damit die Motiv Freigabe ausgeführt werden kann, aktivieren Sie bitte vor dem Kampagnenstart die Line Items in Ihrer DSP. Dies dient der Übermittlung der Werbemittel und deren Freigabe. Die Kampagne beginnt weiterhin am zuvor definierten Zeitpunkt.
5. Sobald alle Motive freigegeben sind und die Kampagne live in der DSP ist, können Sie einen Report in der DSP einsehen.
6. Wenn Sie nicht sicher sind, ob Ihre Motive von WallDecaux freigegeben werden, oder wenn Sie eine Kampagne mit sensiblen Inhalten wie z. B. Politik, Tabak oder Glücksspiel planen, wenden Sie sich gern an uns, um Ihre Fragen zu klären.

## HINWEISE ZUR DYNAMISCHEN KREATION

Unsere Dynamische Kreation, auch bekannt als Dynamic Creative Optimization (DCO), erfordert auf dem programmatischen Weg spezifische Anpassungen.

Bitte kontaktieren Sie WallDecaux unter [programmatic@wall.de](mailto:programmatic@wall.de), wenn Sie eine DCO-Kampagne durchführen möchten. WallDecaux kann für Sie die kreative Gestaltung übernehmen und Sie im Hinblick auf die beste Lösung für Ihre Kampagne und Ihre Zielgruppe beraten.

## LINKS

Eine Auswahl gelungener Kreationen und was Sie bei der Gestaltung beachten sollten, erfahren Sie [hier](#).

## KONTAKT

Brauchen Sie Hilfe bei der Erstellung der Motive oder haben Fragen dazu? Wir unterstützen Sie gern – kontaktieren Sie uns.

**WallDecaux Team**  
+49 30 33899-107

[programmatic@wall.de](mailto:programmatic@wall.de)

[www.walldecaux.de/programmatic](http://www.walldecaux.de/programmatic)

---

**PREMIUM  
PROGRAMMATIC**  
by **WallDecaux**

---



TECHNISCHE KENNZAHLEN	DIGITAL CITY NET (DCN)	DIGITAL DELUXE NET (DDN)	DIGITAL UNDERGROUND BERLIN (DUB)	DIGITAL CITY LIGHT BOARD (DCLB)	DIGITAL POSTER GALLERY
<b>Format</b>	MP4, JPG (in München nur JPG erlaubt)	MP4, JPG (in München nur JPG erlaubt)	MP4, JPG	MP4, JPG	MP4, JPG
<b>Auflösung, Bitrate, Farbraum, Farbtiefe</b>	Full HD (1.080 x 1.920 px), 20 Mbit/s, Seitenverhältnis 9:16	Full HD (1.080 x 1.920 px), 20 Mbit/s, Seitenverhältnis 9:16	Full HD (1.080 x 1.920 px), 20 Mbit/s, Seitenverhältnis 9:16	Berlin: 440 x 300 px Hamburg: 528 x 384 10 Mbit/s, Seitenverhältnis 4,4:3 & 11:8	Full HD (1.920 px x 1.080 px), max. 20 Mbit/s, Seitenverhältnis 16:9
<b>Framerate</b>	25 – 30 FPS	25 – 30 FPS	25 – 30 FPS	25 – 30 FPS	25 – 30 FPS
<b>Video-Codec</b>	H.264	H.264	H.264	H.264	H.264
<b>Spotlänge</b>	10 Sekunden	10 Sekunden	10 Sekunden	10 Sekunden	10 Sekunden
<b>Allgemeine Informationen</b>	Die Zielgruppe wird an den frequenzstärksten Standorten einer Stadt erreicht. Dabei ist eine Kundenansprache entlang der Customer-Journey möglich.	Erreicht die Zielgruppe mit hoher Kaufkraft direkt am POS in den exklusivsten Shopping-Straßen.	Erreicht die urbane und mobile Zielgruppe auf dem Weg/unterwegs in den am stärksten frequentierten innerstädtischen U-Bahnhöfen Berlins.	Erreicht die autofahrende Zielgruppe an den frequenzstärksten Hauptverkehrsstraßen in Berlin und Hamburg.	Erreicht die Zielgruppe in einem der meistfrequentierten U-Bahnhöfe Berlins, der Friedrichstraße, direkt in der Wartesituation.
<b>Kontakte/Woche</b>	Über 165 Mio.	Über 195 Mio.	Über 31 Mio.	Über 36 Mio.	Über 2 Mio.
<b>Stadtmöblierung</b>	outdoor	outdoor	indoor	outdoor	indoor
<b>Städte</b>	Berlin, Bremen, Dresden, Düsseldorf, Hamburg, Köln, München	Berlin, Bremen, Dresden, Dortmund, Düsseldorf, Hamburg, Köln, Ludwigshafen, Mannheim, München, Stuttgart, Saarbrücken, Wiesbaden	Berlin	Berlin, Hamburg	Berlin