

# Sonderwerbformen bei EL CARTEL MEDIA

Aufmerksamkeitsstark – kreativ – individuell

# Product Placement

# Product Placement



## Definition

- Mit Inkrafttreten des 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrags im April 2010 besteht die Möglichkeit, Product Placement (PP) in Form von Integration von Namen, Marken, Produkten, Dienstleistungen etc. in ein redaktionell gestaltetes Angebot gegen Bezahlung umzusetzen.

## Vorteile

- Die Markeninszenierung wird harmonisch, sinnstiftend und nicht werblich in das redaktionelle Geschehen integriert.
- Die redaktionelle Einbindung präsentiert die Marke unaufdringlich und glaubwürdig.
- Die konzeptionelle Gestaltung von PP macht die Inszenierung über einen längeren Zeitraum wiederholbar und erhöht so Aufmerksamkeit und Glaubwürdigkeit.

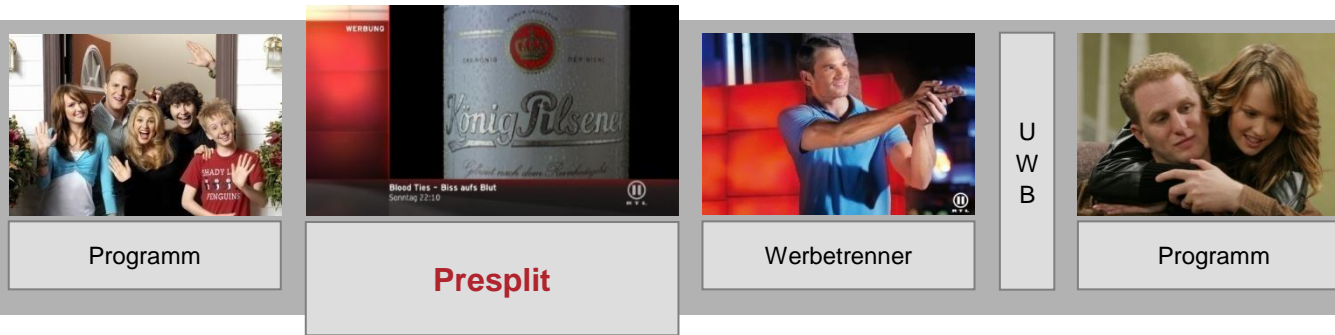
## Fakten

- Die Marke wird redaktionell in den Handlungsablauf integriert.
- Die Inszenierung erfolgt aufmerksamkeitsstark aber nicht werblich.
- PP wird als eigene Werbeform über Mydas gebucht
- Die Bewertung richtet sich nach Länge und Tiefe der Platzierung.
- Die Bezahlung erfolgt als Festpreis.
- Sendungen mit PP werden am Anfang, am Ende und nach jeder UWI neutral gekennzeichnet.

## Exclusive Position

Presplit – Postsplit – Abspannsplit – Scharniersplit – Programmsplit – Diary  
Teasersplit – Singlespot – Spotpremiere – News Countdown – Wettersplit

# Exclusive Position: Presplit



## Definition

- Ganz na dran! Im **Presplit** wird ein klassischer Werbespot ohne Werbetrenner in exklusiver Position direkt nach dem Programm und vor dem nachfolgenden Werbetrenner und -block platziert.

## Vorteile

- Der **Presplit** profitiert von der Nähe zur Zielgruppe und der Alleinstellung des Spots direkt **nach** dem **Ausstieg** aus dem Programm.

## Fakten

- Unterteiltes Fernsehbild, kein Werbetrenner
- Werbebotschaft mit Bild und Ton im Hauptfenster
- Programmhinweis ohne Ton im Rahmen
- Online über MYDAS buchbar
- Länge ab 15 Sekunden
- Werbekennzeichnung
- Materialanlieferung drei Werkstage vor Ausstrahlung

# Exclusive Position: Postsplit



Programm



Werbetrenner

U  
W  
B



Programmtrailer



**Postsplit**



Programm

Ablauf

## Definition

- Minimaler Streuverlust! Der **Postsplit** zeigt einen klassischen Werbespot ohne Werbetrenner in exklusiver Position direkt nach dem Programmtrailer und direkt vor dem Wiedereinstieg ins Programm.

## Vorteile

- Der **Postsplit** profitiert von der Nähe zur Zielgruppe und der Alleinstellung des Spots **vor** dem direkten **Wiedereinstieg** in das Programm.

## Fakten

- Unterteiltes Fernsehbild, kein Werbetrenner
- Werbebotschaft mit Bild und Ton im Hauptfenster
- Programmhinweis ohne Ton im Rahmen
- Integrierter Countdown
- Online über MYDAS buchbar
- Länge ab 15 Sekunden
- Werbekennzeichnung
- Materialanlieferung drei Werktage vor Ausstrahlung

# Exclusive Position: Abspanssplit



## Definition

- Hollywood hautnah! Der **Abspanssplit** wird unmittelbar in den Abspann eines Spielfilms oder einer Serie eingebunden. Während im Hauptfenster der Spot präsentiert wird, laufen im Rahmen die Credits des beendeten Formats.

## Vorteile

- Durch die unmittelbare Anbindung an das Programm erhält der Werbespot, der im **Abspanssplit** mit Bild und Ton im Hauptfenster läuft, die volle Aufmerksamkeit der Zuschauer.

## Fakten

- Unterteiltes Fernsehbild, kein Werbetrenner
- Werbebotschaft mit Bild und Ton im Hauptfenster
- Programmcredits ohne Ton im Rahmen
- Länge ab 15 Sekunden
- Werbekennzeichnung
- Materialanlieferung drei Werktage vor Ausstrahlung

# Exclusive Position: Scharniersplit



Laufendes Programm



Programmende



**Scharniersplit**



Neues Programm

## Ablauf

### Definition

- Hohe Aufmerksamkeit garantiert! Der **Scharniersplit** wird ohne Werbetrenner zwischen zwei Sendungen platziert. Während im Rahmen ein Programmhinweis mit Countdown eingeblendet wird, läuft der klassische Werbespot mit Bild und Ton im Hauptfenster.

### Vorteile

- Der Scharniersplit profitiert sowohl von der Sonderplatzierung zwischen zwei Formaten als auch vom Hinweis auf Fortsetzung des Programms und erweist sich dadurch als zapping-resistente Werbeform.

### Fakten

- Unterteiltes Fernsehbild, kein Werbetrenner
- Werbebotschaft mit Bild und Ton im Hauptfenster
- Programmhinweis ohne Ton im Rahmen mit Countdown
- Länge ab 15 Sekunden
- Werbekennzeichnung
- Materialanlieferung drei Werktage vor Ausstrahlung

# Exclusive Position: Diary



## Definition

- Der Druck machts! Im **Diary** werden kurze Splits in hoher Ausstrahlungsfrequenz in exklusiver Positionierung direkt nach, vor oder zwischen dem Programm platziert.

## Vorteile

- Durch die hohe Schaltungsfrequenz generiert der Diary einen **hohen Werbedruck** und steigert dadurch die Kontaktwahrscheinlichkeit mit der Zielgruppe.
- Der Diary ist die ideale Kommunikationslösung für die Bewerbung **kurzfristiger** Events, Markenlaunches, und aktueller Preiskommunikation für Handelsunternehmen.
- Die zahlreichen Platzierungsoptionen versprechen eine **hohe Buchungsflexibilität**.

## Fakten

- Unterteiltes Fernsehbild, kein Werbetrenner
- Werbebotschaft mit Bild und Ton im Hauptfenster
- Zahlreiche Schaltungen über Sendetag
- Länge ab 7 Sekunden
- Programmhinweis ohne Ton im Rahmen
- Werbekennzeichnung
- Materialanlieferung drei Werkstage vor Ausstrahlung

# Exclusive Position: Programmsplit



## Definition

- Zielgruppennah und zapping-resistent! Der **Programmsplit** ist eine Splitscreen-Variante, die exklusiv zwischen zwei Programmelementen innerhalb einer Sendung platziert wird. Während der Werbespot mit Bild und Ton im Hauptfenster abläuft, wird im Rahmen ein Programmhinweis mit Countdown und ein redaktioneller Teaser eingeblendet.

## Vorteile

- Der **Programmsplit** wird in exklusiver Alleinstellung direkt in ein zielgruppenaffines Umfeld integriert. .

## Fakten

- Unterteiltes Fernsehbild, kein Werbetrenner
- Werbebotschaft mit Bild und Ton im Hauptfenster
- Programmhinweis ohne Ton im Rahmen mit Countdown und redaktioneller Teaser
- Länge ab 10 Sekunden
- Werbekennzeichnung
- Materialanlieferung drei Werktage vor Ausstrahlung

# Exclusive Position: Teasersplit



Laufendes Programm



Programmende



**Teasersplit**



Vorschautrailer

Ablauf

## Definition

- Spannende Inszenierung! Der **Teasersplit** zeigt einen klassischen Werbespot in exklusiver Position direkt am Ende einer Sendung. Währenddessen läuft im Rahmen ein Countdown, der auf den folgenden Programm-Teaser hinweist: „Und so geht es nächste Woche weiter...“!

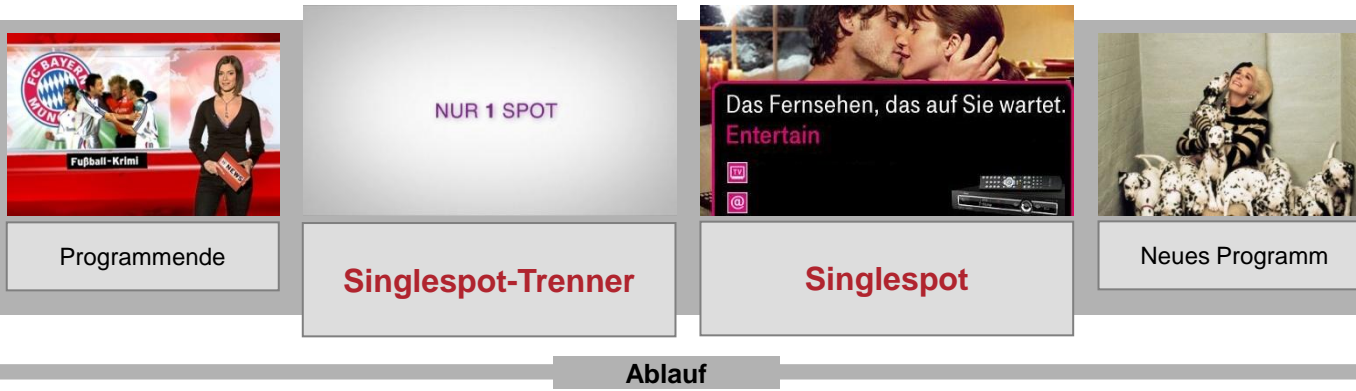
## Vorteile

- Der **Teasersplit** profitiert von der Nähe zur Zielgruppe, der Alleinstellung des Spots und der dramaturgisch spannenden Platzierung direkt nach dem Programm und vor dem Trailer zur nächsten Episode.

## Fakten

- Unterteiltes Fernsehbild, kein Werbetrenner
- Werbebotschaft mit Bild und Ton im Hauptfenster
- Hinweis auf folgenden Programmteaser durch Countdown ohne Ton im Rahmen
- Länge ab 15 Sekunden
- Materialanlieferung drei Werktage vor Ausstrahlung

# Exclusive Position: Singlespot



## Definition

- Klassischer Auftritt in exklusivem Gewand! Der **Singlespot** ist ein einzelner klassischer Werbespot im Vollbild, der durch einen speziellen Werbetrenner vom Programm getrennt wird. Die Zuschauer werden in diesem Werbetrenner explizit auf die Fortsetzung des Programms nach nur einem Spot hingewiesen.

## Vorteile

- Die werbliche Botschaft wird im Vollbild und in exklusiver Alleinstellung präsentiert.

## Fakten

- Klassischer Werbespot mit Vollbild in Alleinstellung
- Die Trennung von Programm erfolgt durch einen speziellen Werbetrenner mit Hinweis auf die Fortsetzung des Programms nach 15 Sekunden.
- Länge ab 15 Sekunden
- Materialanlieferung drei Werktage vor Ausstrahlung

# Exclusive Position: Spotpremiere



## Definition

- Ihr Spot auf dem roten Teppich! Die **Spotpremiere** präsentiert einen klassischen Werbespot zum ersten Mal im deutschen Fernsehen – und das in hochwertigen Primetime-Umfeldern.

## Vorteile

- Die Alleinstellung der **Spotpremiere** mit dem redaktionellen Hinweis auf die Erstausstrahlung im Werbetrenner und die reichweitenstarke Platzierung in der Primetime bieten einen optimalen Start für Ihre neue Kampagne.

## Fakten

- Werbespot im Vollbild
- Wird erstmals im deutschen Fernsehen ausgestrahlt.
- Hinweis auf Spotpremiere erfolgt durch speziellen Werbetrenner
- Integration von Making-Of-Sequenzen möglich
- Länge 30 – 150 Sekunden
- Werbekennzeichnung
- Materialanlieferung drei Werktage vor Ausstrahlung

# Exclusive Position: News Countdown



## Ablauf

### Definition

- Seriös und im idealen Audience-Flow! Im **News Countdown** wird unmittelbar vor den *RTL II News* ein klassischer Werbespot ohne Werbetrenner exklusiv platziert.

### Vorteile

- Diese Sonderplatzierung im *RTL II-News-Design* bietet in Kombination mit einem Countdown zu den *RTL II News* einen optimalen Audience Flow.

### Fakten

- Unterteiltes Fernsehbild, kein Werbetrenner
- Werbebotschaft mit Bild und Ton im Hauptfenster
- Redaktionelles Programmelement im Rahmen (z. B. News-Schlagzeilen) mit oder ohne Countdown
- Länge ab 15 Sekunden
- Werbekennzeichnung
- Materialanlieferung drei Werkstage vor Ausstrahlung auf Digi-Beta

# Exclusive Position: Wettersplit



## Definition

- Flexibilität und hoher Fit! Der **Wettersplit** zeigt einen klassischen Werbespot in Alleinstellung direkt nach den *RTL II News*-Schlagzeilen und vor dem Programmtrailer. Im Rahmen werden die tagesaktuellen, kundenindividuellen Wetteranzeigen integriert.

## Vorteile

- Durch die hohe redaktionelle Flexibilität (z. B. Grillwetter, Reisewetter, Biowetter u. v. m.) ist der Wettersplit das ideale Umfeld für alle wetterabhängigen Kampagnen.
- Der Wettersplit bietet eine optimale Ergänzung zum Wettersponsoring um 20:14 Uhr.
- Durch mehrere zeitnahe Platzierungen an einem Sendetag wird ein hoher Werbedruck erzeugt.

## Fakten

- Unterteiltes Fernsehbild, kein Werbetrenner
- Werbebotschaft mit Bild und Ton im Hauptfenster
- Redaktioneller Wetterhinweis ohne Ton im Rahmen
- Mehrere Platzierungen direkt nach den *RTL II News*-Schlagzeilen um ca. 18:15, 18:45, 19:20 und 19:50 Uhr möglich
- Länge ab 15 Sekunden
- Werbekennzeichnung
- Materialanlieferung drei Werktage vor Ausstrahlung

# Special Creation

Framesplit – Promosplit – Skyscraper – Cut In - Promostory

# Special Creation: Framesplit



Ablauf

## Definition

- Individuality at it's best! Der **Framesplit** ist eine vorproduzierte, animierte Werbemaske, die in das mit Bild und Ton weiterlaufende Programm integriert wird. Framesplits werden individuell konzipiert und genau an die Kommunikationsanforderungen Ihrer Kampagne angepasst.

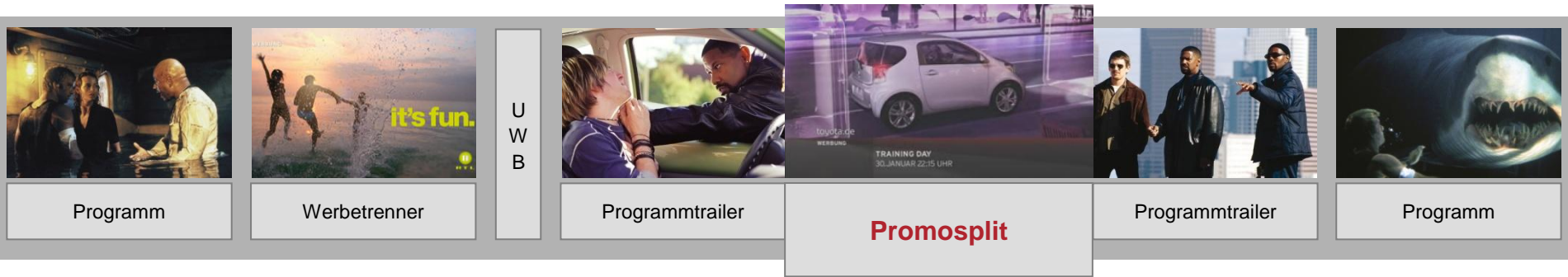
## Vorteile

- Werbliche Aussagen werden in einem individuell gestalteten Rahmen in das laufende Programm eingebunden. Der **Framesplit** zeichnet sich durch eine besondere Programmnähe und die exklusive Alleinstellung aus.

## Fakten

- Unterteiltes Fernsehbild, kein Werbetrenner
- Werbebotschaft im individuell gestalteten Rahmen
- Platzierung direkt im laufenden Programm
- Programm läuft mit Bild und Ton weiter
- Länge ab 20 Sekunden
- Werbekennzeichnung
- Materialanlieferung zehn Werktage vor Ausstrahlung als TGA-Sequenz

# Special Creation: Promosplit



## Definition

- Der fließende Übergang. Die Platzierung der Werbebotschaft im **Promosplit** erfolgt direkt während einem oder zwischen zwei Programmtrailern. Sowohl die inhaltliche als auch die visuelle Integration der Werbebotschaft kann sich auf den Trailerinhalt beziehen und individuell gestaltet werden.

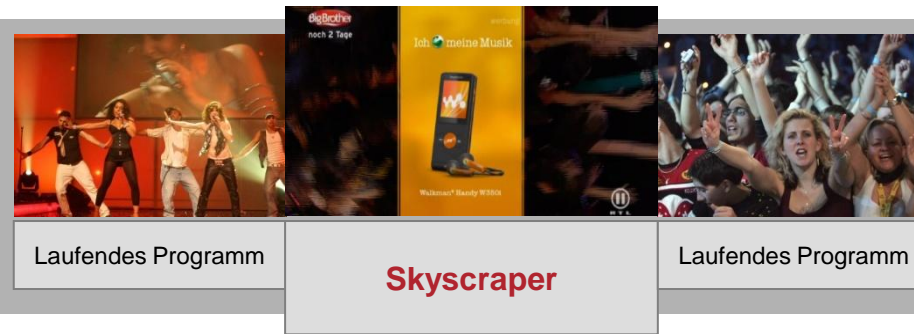
## Vorteile

- Der dynamische Übergang von der Senderpromotion zum Werbespot bietet höchste Aufmerksamkeit in exklusiver Alleinstellung im Promotionblock des Senders.

## Fakten

- Unterteiltes Fernsehbild, kein Werbetrenner
- Individuell gestaltbare Integration der Werbebotschaft in die Programmpromotion des Senders
- Programmtrailer wird von der Werbebotschaft unterbrochen
- Promotionhinweis im Rahmen
- Individuelle Länge
- Werbekennzeichnung
- Materialanlieferung zehn Werktagen vor Ausstrahlung als TGA-Sequenz

# Special Creation: Skyscraper



## Ablauf

### Definition

- Ihr kommunikativer Leuchtturm! Der **Skyscraper** wird als transparenter, animierter und individuell gestaltbarer Werbebanner über das laufende Programm gelegt. Wir haben den Skyscraper so weiterentwickelt, dass das Programm dem Splitscreen weicht. So werden ungewollte Bildüberschneidungen vermieden.

### Vorteile

- Der **Skyscraper** garantiert die volle Aufmerksamkeit der Zielgruppe sowie den unmittelbaren Imagetransfer durch die dynamische Einblendung der werblichen Botschaft in das redaktionelle Umfeld. Die Aufmerksamkeit der Zuschauer lässt sich zusätzlich durch eine individuelle Audiokennung auf die Werbebotschaft lenken.

### Fakten

- Unterteiltes Fernsehbild oder transparenter, vertikaler Werbebanner über dem laufenden Programm
- kein Werbetrenner
- Grafisch animiert und individuell gestaltbar, Audiokennung teilweise möglich
- Programm läuft im Hauptfenster mit Bild und Ton weiter
- Länge 10 – 15 Sekunden
- Werbekennzeichnung
- Materialanlieferung zehn Werkstage vor Ausstrahlung als TGA-Sequenz

# Special Creation: Cut In



Ablauf

## Definition

- Die maßgeschneiderte Punktlandung! **Der Cut In** ist eine animierte, individuell gestaltete Maske, die in das mit Bild und Ton weiterlaufende Programm eingeblendet wird.

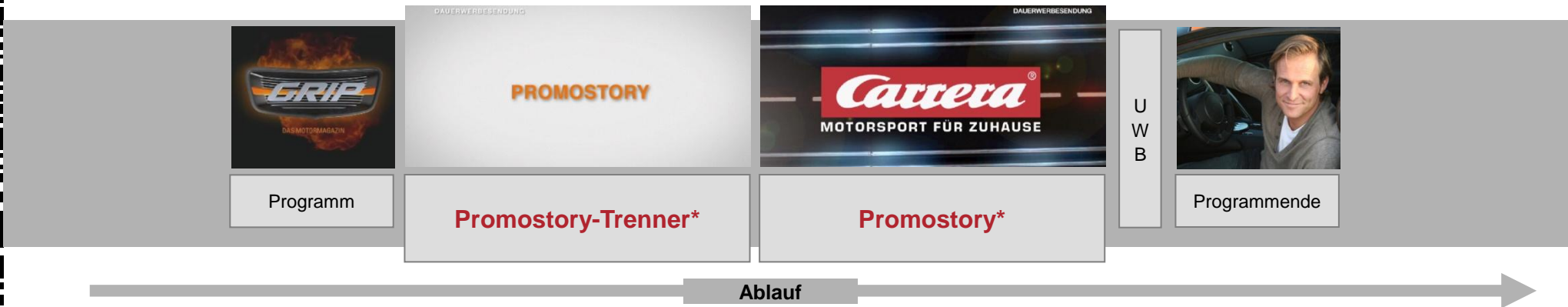
## Vorteile

- Eingebettet in das direkte Programmumfeld bietet der **Cut In** die Möglichkeit, kurze, prägnante Werbebotschaften in exklusiver Platzierung zu kommunizieren und profitiert so von einer erhöhten Aufmerksamkeit.

## Fakten

- Unterteiltes Fernsehbild, kein Werbetrenner
- horizontale Einblendung während des redaktionellen Programms
- Grafisch animiert und individuell gestaltbar
- Audiokennung möglich
- Programm läuft mit Bild und Ton weiter
- Länge 10 – 20 Sekunden
- Werbekennzeichnung
- Materialanlieferung zehn Werkstage vor Ausstrahlung als TGA-Sequenz

# Special Creation: Promostory



## Definition

- Markeninszenierung leicht gemacht! Bei der **Promostory** wird ein Werbespot in exklusiver Position zwischen zwei Programmelementen platziert.

## Vorteile Promostory

- Bei der Promostory können sämtliche Werbebotschaften integriert werden. Egal ob emotional oder informativ – sie ist ideal bei der Kommunikation erklärungsbedürftiger Produkte.
- Durch die Platzierung und das Design im Look & Feel des direkten Programmfelds wird der Audience Flow optimal genutzt.
- Wird ein Moderator als Testimonial eingesetzt, erhöht sich die Akzeptanz und Glaubwürdigkeit der Promostory.

## Fakten Promostory

- Werbebotschaft mit Bild und Ton im Vollbild
- Mindestlänge 60 Sekunden, ab 90 Sekunden ist eine Kennzeichnung als Dauerwerbesendung notwendig
- Materialanlieferung zehn Werkzeuge vor Ausstrahlung

\*Platzierungsbeispiel, weitere Alternativen auf Anfrage möglich

# Sponsoring

Programm-Sponsoring – Label-Sponsoring – Rubriken-Sponsoring – Titel-Sponsoring

# Sponsoring: Programm-Sponsoring



## Definition

- Der Awareness-Magnet! Beim klassischen **Programm-Sponsoring** kann der Werbekunde als exklusiver Presenter einer Sendung auftreten. Die Marke wird zu Beginn der Sendung im Opener, in den Remindern nach den Unterbrecherinseln, im Closer am Ende der Sendung sowie im Anschluss an die Promotiontrailer platziert. Die Sponsoringelemente können individuell gestaltet sein, ein Produkt zeigen und einen imageprägenden Slogan nennen.

## Vorteile

- Das **Programm-Sponsoring** bietet einen unverwechselbaren und einzigartigen Auftritt im programmlichen Umfeld. So wird neben einer Bekanntheitssteigerung der beworbenen Produkte eine intensive Verknüpfung zwischen Image und Inhalt der Sendung und Ihrer Markenwelt realisiert.

## Fakten

- Präsentation der Sendung durch den Programm-Sponsor mit Opener, Reminder, Closer sowie Programmtrailer (Trailer-Sponsoring), wobei ein Trailer-Sponsoring nur in Verbindung mit einem Programm-Sponsoring möglich ist.
- Länge je Element 7 Sekunden
- Materialanlieferung zehn Werkstage vor Ausstrahlung

# Sponsoring: Label-Sponsoring



## Definition

- Maximale Präsenz auf großer Fläche! Beim **Label-sponsoring** können Sie mit Opener, Reminder und Closer, sowie in den Promotiontrailern als Presenter eines bestimmten RTL II-Labels auftreten.

## Vorteile

- Durch die thematische Verknüpfung des beworbenen Produkts mit dem Programm sowie einem positiven Imagetransfer auf das Produkt wird eine hohe Awareness generiert.

## Fakten

- Präsentation aller Sendungen eines Senderlabels durch den Label-Sponsor mit Opener, Reminder, Closer sowie optional Promotiontrailer
- Unmittelbar am Programm und an den Promotiontrailern
- Länge pro Element 7 Sekunden
- Materialanlieferung zehn Werktage vor Ausstrahlung auf Digi-Beta

# Sponsoring: Rubriken-Sponsoring



Ablauf

## Definition

- Maßgeschneiderte Produktkommunikation ohne Streuverluste! Beim **Rubriken-Sponsoring** tritt der Werbetreibende als exklusiver Presenter einer redaktionellen, in sich abgeschlossenen Rubrik, auf. Die Platzierung der Rubrik in der laufenden Sendung ermöglicht eine extrem hohe Verbindung zwischen Format und Sponsor.

## Vorteile

- Durch die exklusive Integration des Werbetreibenden in das laufende Programm wird eine extrem starke Identifikation der Marke mit dem Format hergestellt, die der Kunde auch als solche wahrnimmt.

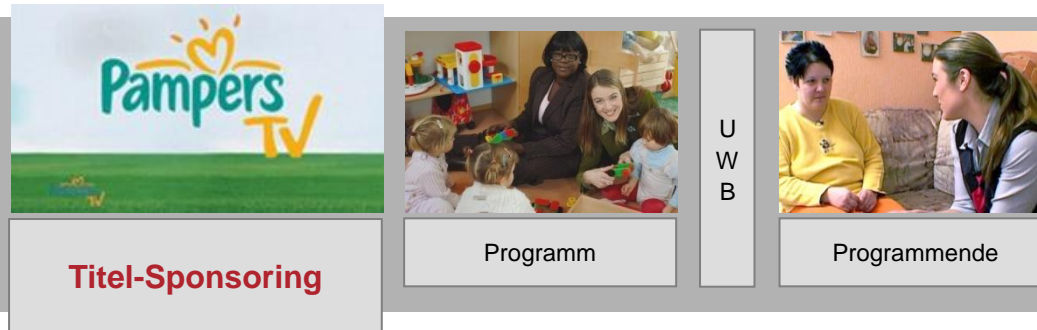
## Vorteile

- Es findet nahezu kein Zuschauerverlust statt, da die Rubrik inklusive des Rubriken-Sponsorings als Bestandteil der Sendung eingebettet ist.
- Eine hohe Affinität zwischen Produktmarke und Rubrik sorgt für eine starke Markenallianz.

## Fakten

- Exklusive Integration einer Marke als Presenter eines abgeschlossenen Sendungs-Bestandteils
- zahlreiche Möglichkeiten zum crossmedialen Markenauftritt
- Sponsoring-Elemente jeweils 7 Sekunden
- Materialanlieferung zehn Werkzeuge vor Ausstrahlung

# Sponsoring: Titel-Sponsoring



## Definition

- Hier ist Ihr Name Programm! Beim **Titel-Sponsoring** wird der Sponsor durch die Nennung im Formattitel vollständig in das Sendungsumfeld sowie in sämtliche Kommunikationsmaßnahmen zum Format integriert. Dies bietet eine extrem hohe Verbindung zwischen Format und Sponsor und eine einzigartige Awareness beim Zuschauer.

## Vorteile

- Die Integration des Werbetreibenden in den Formattitel bietet eine besondere Exklusivität durch die Alleinstellung im Sendungstitel, einen positiven Imagetransfer auf die Marke sowie zahlreiche Möglichkeiten zum crossmedialen Markenauftritt.

## Vorteile

- Individuell entwickelte Sendungskonzepte von RTL II ermöglichen einer Marke oder einem Produkt, einen individuellen und exponierten Kommunikationsauftritt.

## Fakten

- Integration einer Marke in Titel und Artwork der Sendung
- Eingliederung in sämtliche Kommunikationsmaßnahmen (Trailer, Anzeigen, Format)