

Unsere Werbeformen im TV

Sponsoringintegration

TV: Programmankündigungstrailer | Logo-Einblendung



TV: Billboard (Intro) | Sendung | Billboard (Outro)



Radio: Programmankündigungstrailer | Sponsor-Nennung (Outro)



Sponsoring

Langfristige und wiederkehrende Präsenz – bleiben Sie im Gedächtnis!

Promotionstrailer

Bewirbt die gesponserte Sendung im Vorfeld und während der Ausstrahlungsdauer.
Die Sponsoringpräsenz wird in Form einer Promotafel nach dem Trailer angefügt.
Dauer: 5 Sekunden



Billboard

Sponsoring-Nennung in Form eines Billboards vor und nach jeder gesponserten Sendung.
Dauer: Hauptsponsor je 10 Sekunden (Intro/Outro), Co-Sponsor je 7 Sekunden (Intro/Outro)



Insert

Eine Einblendung des Sponsoren-Logos während der gesponserten Sendung (ab 10 Minuten Sendelänge).
Dauer: ca. 4 Sekunden



Titel-Sponsoring

Eine direkte und unzertrennbare Nähe zwischen Marke und Sendungsformat

Titel-Sponsoring

Integration eines Marken- oder Produktnamens in den Titeln des Programms (in Absprache mit der Redaktion)
Durch die damit erzielte ständige Präsenz wird eine hohe Kontaktwirkung für den Sponsor erzielt.



Logo-Integration



Trailer

Titel-Sponsoring mit
Logo

Sendung

Billboard / Werbeblock

Sonderwerbeformen

Erzeugen Sie einen positiven Imagetransfer

Split Screen

Aufteilung des animierten Bildes oder Videos in zwei (oder mehrere) Bereiche, um die Handlung oder Bilder gleichzeitig zu zeigen.

Aufteilung 1/3 des Bildschirms.

Dauer: max. 10 Sekunden



Product Placement

Integration des Produktes in der gesponserten Sendung (in Absprache mit der Redaktion). Die Einbindung darf nicht werblich sein. Erwähnung des Firmennamens im Vorspann und Einblendung des Sponsoren-Logos im Abspann.



Wettbewerb

Integration eines Zuschauer-Wettbewerbs, Gewinnspiels, einer Geschenkübergabe innerhalb des Programms (in Absprache mit der Redaktion). Abbildung des Produktes, der Dienstleistung oder der Marke. Einbindung eines Sponsoren-Trailers.

Dauer: 15 bis 60 Sekunden



Split Screens

LEISTUNGSUMFANG / FACTS

Medium	TeleZüri Tele M1 TeleBärn Tele 1 TVO
Laufzeit	Januar bis Dezember 2024
Sendung	Ab einer Mindest-Sendedauer von 10 Minuten: TalkTäglich SonnTalk SwissDinner LifeStyle etc.
Anzahl	1 bis max. 2 Split Screens pro gebuchte Sendung
Split Screen	Aufteilung 1/3 des Bildschirms Animiertes Bild oder Video mit gewünschter Werbebotschaft à max. 10 Sekunden



KOSTEN

Preis in CHF, pro Sendung	TeleZüri 1'800.-	Tele M1 990.-	TeleBärn 990.-	Tele 1 900.-	TVO 675.-
------------------------------	---------------------	------------------	-------------------	-----------------	--------------

Angebot offen für max. 3 Sponsoren | Branchenexklusivität gewährleistet | Preis- und Programmänderungen vorbehalten | Tarif 2024 exkl. MwSt.

Quelle: Mediapulse TV Data (Instar Analytics), DS, 2022, Total Personen inkl. Gäste, TeleZüri, Tele M1, TeleBärn, Tele 1, TVO, Rt-T, alle Plattformen, Overnight+7 EA inkl. Wdh

Sonderwerbeform: Split Screen

Je nach Sendedauer 1 bis 2 Split Screens möglich.

1 Split Screen pro 10 Sendeminuten.

Split Screen Einblendung à max. 10 Sekunden pro Sendung.

Die exakten Termine werden in Absprache mit dem Programm definiert.

Das Material (Fotos, Firmenlogo und Textvorschlag) wird durch den Kunden angeliefert. Die Produktion des Split Screens wird von CH Media übernommen.

Kosten Split Screen Präsenz: CHF 5'355 pro Sendung auf allen CH Media TV-Regionalsendern



Sonderwerbeform: Product Placement / Geschenkübergabe

Die Produktplatzierung (Product Placement) muss sich dem dramaturgischen Ablauf der Sendung anpassen und darf keine werblichen Hervorhebungen des Produkts sowie keine quantitative Anhäufung von an sich zulässigen Produkteplatzierungen enthalten (**BAKOM**).

Die exakten Termine werden in Absprache mit dem Programm definiert.

Je nach Sendung wird der Sponsor im Vorspann genannt und das Firmenlogo im Abspann gezeigt. Mit dem Programm vorgängig abzuklären.

Das Material (Fotos, Firmenlogo und Textvorschlag) wird durch den Kunden angeliefert. Die Produktion wird von CH Media übernommen.



Sonderwerbeform: Product Placement / Geschenkübergabe

Produktplatzierung mit Kennzeichnungspflicht:

Vom Sponsor zur Verfügung gestellte Waren und Dienstleistungen, die sicht- und hörbar in die Sendung integriert werden (Erkennbarkeit des Sponsors/Produktes/Markenzeichens).

Gesamtwert der Sponsorleistung: über CHF 5'000.00 (Sachwert und Geldleistung).

Kennzeichnung: Hinweis auf Produktplatzierung und Sponsornennung.

Produktplatzierung ohne Kennzeichnungspflicht:

Deklaration als Sponsor ausreichend.

Vom Sponsor zur Verfügung gestellte Waren und Dienstleistungen, die sicht- und hörbar in die Sendung integriert werden (Erkennbarkeit des Sponsors/Produktes/Markenzeichens).

Gesamtwert der Sponsorleistung: unter CHF 5'000.00 (Sachwert und Geldleistung).

Kennzeichnung: Sponsornennung.

Sonderwerbform: Wettbewerb

Mindestbuchung von 3 Sendungen. Die exakte Termine werden in Absprache mit dem Programm definiert.

Mindestens 3 Wettbewerbspreise à je CHF 1'500.00.

Wettbewerb Einblendung à ca. 15 bis 20 Sekunden.

Der Sponsor wird im Vorspann schriftlich genannt und das Firmenlogo im Abspann gezeigt. Mit dem Programm vorgängig abzuklären.

Das Material (mind. 10 Fotos, Firmenlogo und Textvorschlag) wird durch den Kunden angeliefert. Die Produktion des Wettbewerbs wird von CH Media übernommen.



TV-Spots

Premium Spot-Platzierung im Werbeblock

Spot-Platzierung

Eine exklusive Platzierung vor und nach der Sendung generiert eine hohe Aufmerksamkeit.

Erstplatzierung: ohne Rahmen, da exklusive Position im Vollbild.

Letztplatzierung: mit Rahmen und Text «und jetzt nur noch 1 Spot mit Countdown».



Zeitcountdown

Läuft als Werbetrenner direkt vor einer Sendung. Es werden rückwärts laufende Sekunden eingeblendet, die anzeigen, wann das Programm fortgeführt wird. Vermerk: Werbung.

Dauer: 20 bis 30 Sekunden Werbezeit

Werbeblock: Erstplatzierung

Sendung

Werbeblock: Letztplatzierung

Weitere Präsenz-Möglichkeiten

Steigern Sie die Bekanntheit Ihrer Marke oder Ihres Produktes

Rubrik / Eigene Sendung

Rubrik innerhalb der Sendung:
Sponsoring von Sendungen zum
entsprechenden Thema oder eigens
produzierte Sendungen (in Absprache
mit der Redaktion).



Publireportage

Präsentation des Produktes als
redaktionellen Inhalt in einer 2- bis 3-
minütigen Informationssendung.
Täglich buchbar ab 18.55 Uhr.



Werbeblock



Sendung

Werbeblock