



SPEZIFIKATIONEN

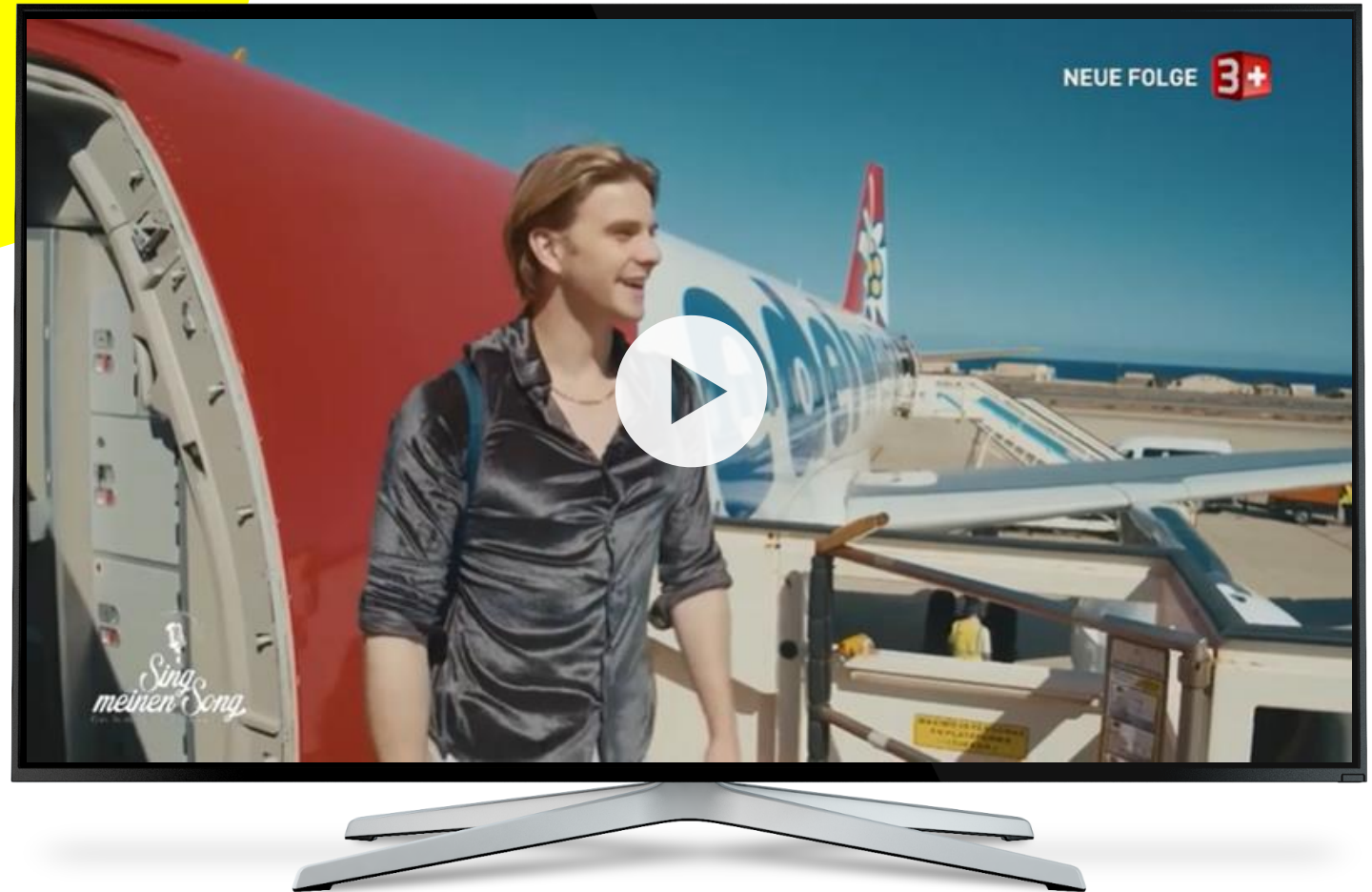
TV-SPONSORING

Technische Spezifikationen

Productmanagement TVN

PRODUCT PLACEMENT

Das Produkt wird in kurzen Sequenzen (z.B. 10 Sek.) auf natürliche Weise in den Handlungsablauf der Sendung integriert. Der redaktionelle Kontext fördert das positive Image der Marke und erhöht die Vertrauenswürdigkeit. Langfristig ist eine Steigerung der Bekanntheit zu erwarten.



Ansichtsbeispiel: Sing meinen Song, Staffel 05

SPEZIFIKATIONEN PRODUCT-PLACEMENT



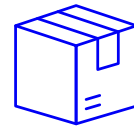
Konzept

Die redaktionelle Ausgestaltung des Integrationskonzeptes erfolgt in enger Absprache mit dem Sender unter Berücksichtigung der Richtlinien des BAKOMs.



Produktspezifika

Die für das Product-Placement vorgesehenen Produkte müssen im Handel verfügbar sein und dürfen nicht extra für den Markenauftritt produziert werden.



Anlieferung

Die fristgerechte Lieferung der Produkte sowie die damit verbundenen Kosten liegen in Verantwortung des Sponsors.



Lieferfrist

Die Produkte müssen bis spätestens zwei Wochen vor Drehbeginn ans Filmset geliefert werden.

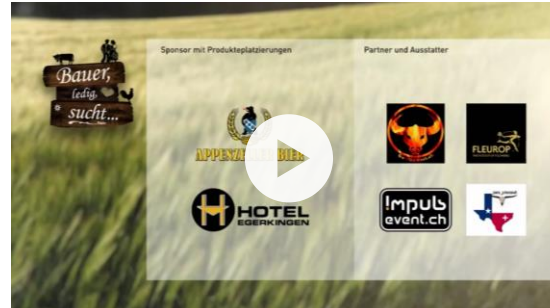
LOGOINTEGRATION (INSERTS UND PARTNERTAFEL)



First Dates, Staffel 03

Insert -Logo

Ein Insert-Logo ermöglicht die direkte Einbindung der Marke in das Programm und wird häufig in Kombination mit einem Product Placement eingesetzt.



Bauer, ledig, sucht ... Staffel 20

Partnertafel

Sponsoren mit einem Product-Placement finden zu Beginn der Sendung mit dem Markenlogo Erwähnung.



Abenteuerlustig, Staffel 05

Promo-Cut In

Das Element wird in weiteren Sendungen ausgestrahlt und bewirbt die Ausstrahlung des gesponserten Formats. Das Markenlogo wird in das Promo-Cut In integriert.



Format

Das Logo muss als vektorisierte Grafikdatei in den Formaten .EPS, .AI, .SVG oder .PDF vorliegen.



Versionen

Das Logo in allen verfügbaren Varianten bereitstellen, einschließlich der positiven, negativen und farbigen Version.



Platzierung

Um die rechtlichen Anforderungen zu erfüllen, obliegt die exakte Platzierung des Logos bei einem Product-Placement dem Sender.

BILLBOARD

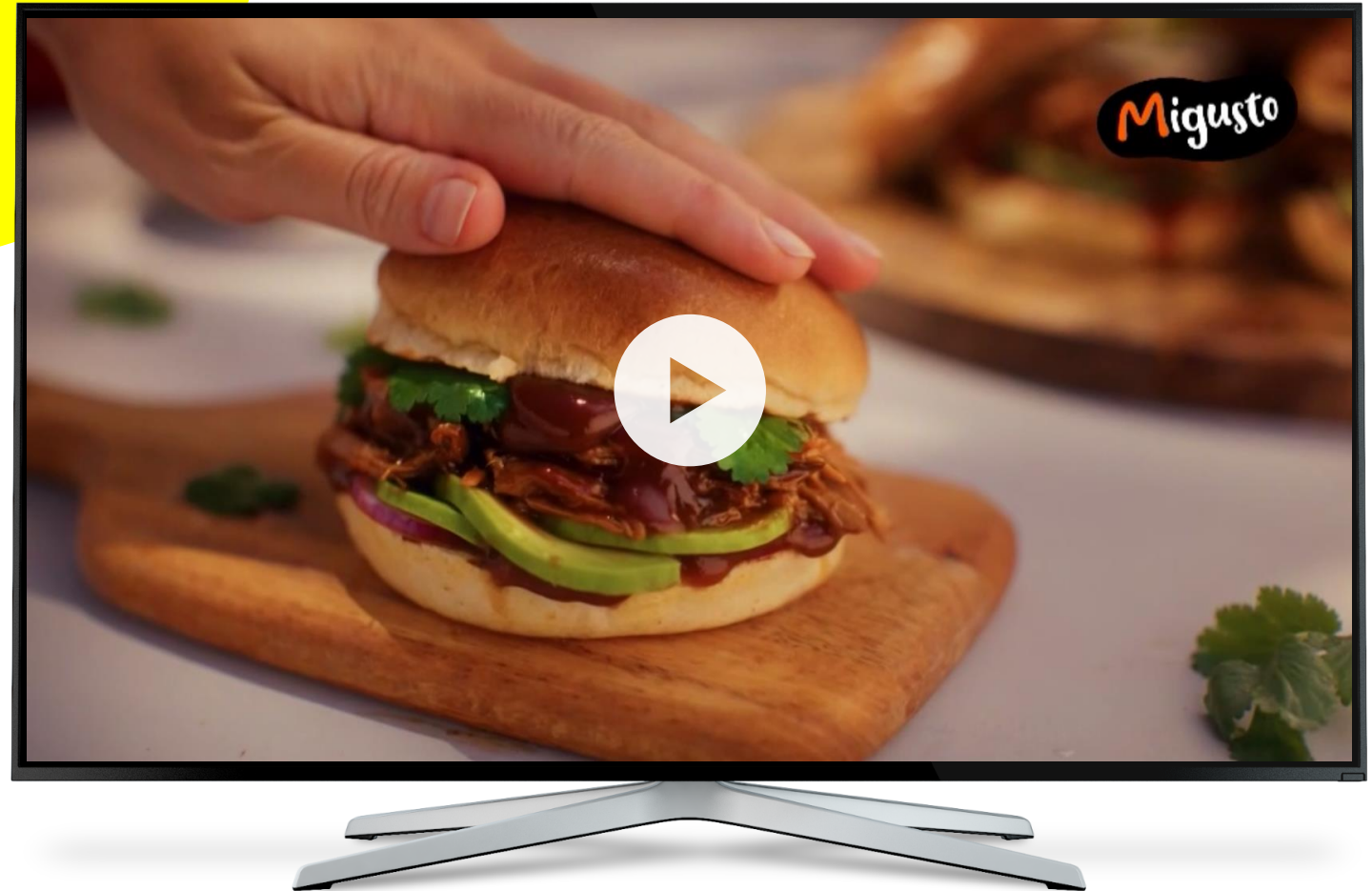
Mit dem Billboard präsentiert der Sponsor die Sendung oder den zugehörigen Trailer. Der Opener eröffnet zu Beginn und der Reminder nach den Werbeblöcken. Die Sendung schliesst mit dem Closer am Ende.

Zu Beginn des Billboards spricht CH Media den folgenden Text (mit einer separaten Presenter-Tafel) ein:

- Opener/Reminder:
«[Sendung] wird präsentiert von...»
- Closer:
«[Sendung] wurde präsentiert von...»

Im Anschluss wird das Video des Sponsors eingeblendet.

Ansichtsbeispiel: MasterChef Schweiz, Staffel 03



SPEZIFIKATIONEN BILLBOARD

Anlieferung von Bild und Ton mit Hauseigener Musik und Voice Over. Ton über CH Media auf Anfrage.

Voice Over in Sendungssprache: (Schweizer-) Deutsch

Voice Over enthält Markennennung und Slogan
Reihenfolge : 1) Brand 2) Slogan

Musikrechte zur Tonspur sind vom Sponsor zu klären

Die Sponsornennung darf nicht unmittelbar zum Abschluss von Rechtsgeschäften anregen*:

- keine Preisangaben
- keinen Aufruf zum Abschluss von Rechtsgeschäften: z.B. Kauf, Miete, Versicherung
- keinen Aufruf zum Besuch

*Sponsoringrichtlinien 2019 / BAKOM

Format
MOV / MXF

Dauer
5 Sekunden

Scan type
Interlaced

Scan Order
Upper Field First

Auflösung
HD 1920 x 1080

Videocodec
Quicktime ProRes 422 /
MXF 422

Frame rate
25fps

Bit depth
16 bit

Bit rate
50MBit / sec

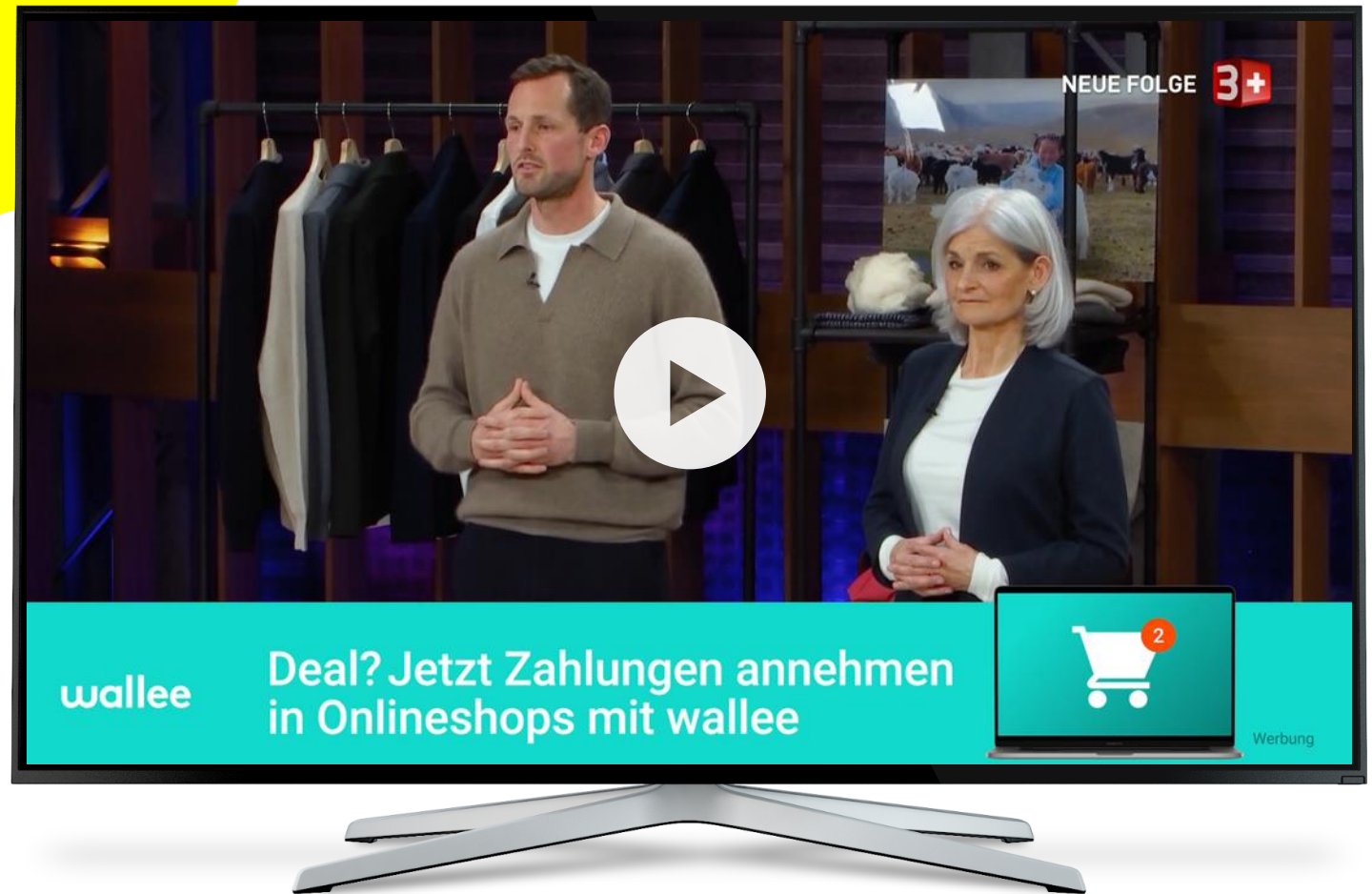
Loudness
EBU R128 / -23 LUFS (± 1 LU)

Title Safe

Alle Schrifteinblendungen müssen innerhalb der Title Safe
deutlich erkennbar stehen

INSERT CUT-IN

Das Cut-In verbindet die gezeigte Sendung direkt mit der Werbebotschaft. Diese Werbeform ist besonders effektiv, da das Element im passenden, redaktionellen Kontext platziert wird. Dadurch entsteht ein klarer Bezug zwischen der Handlung und dem Produktnutzen, was die Werbebotschaft nachhaltiger und einprägsamer macht.



Ansichtsbeispiel: Die Höhle der Löwen Schweiz, Staffel 06

SPEZIFIKATIONEN INSERT-CUT IN

Die exakte Platzierung des Cut-Ins obliegt dem Sender. CH Media bemüht sich Platzierungswünsche umzusetzen, kann jedoch keine Garantie übernehmen.

Höhe max. 540 px | Breite 3840 px

Ein leerer Frame am Anfang und am Schluss muss gewährleistet sein.

CH Media bevorzugt horizontale Cut-Ins.

WERBUNG muss innerhalb der Title Safety stehen:
Siehe Schablone auf der folgenden Folie

Format
Quicktime Movie (.MOV)

Dauer
5 Sekunden

Scan type
Progressiv

Auflösung
UHD 3840 x 2160

Grösse
Max. ¼ des unteren
Bildbereichs

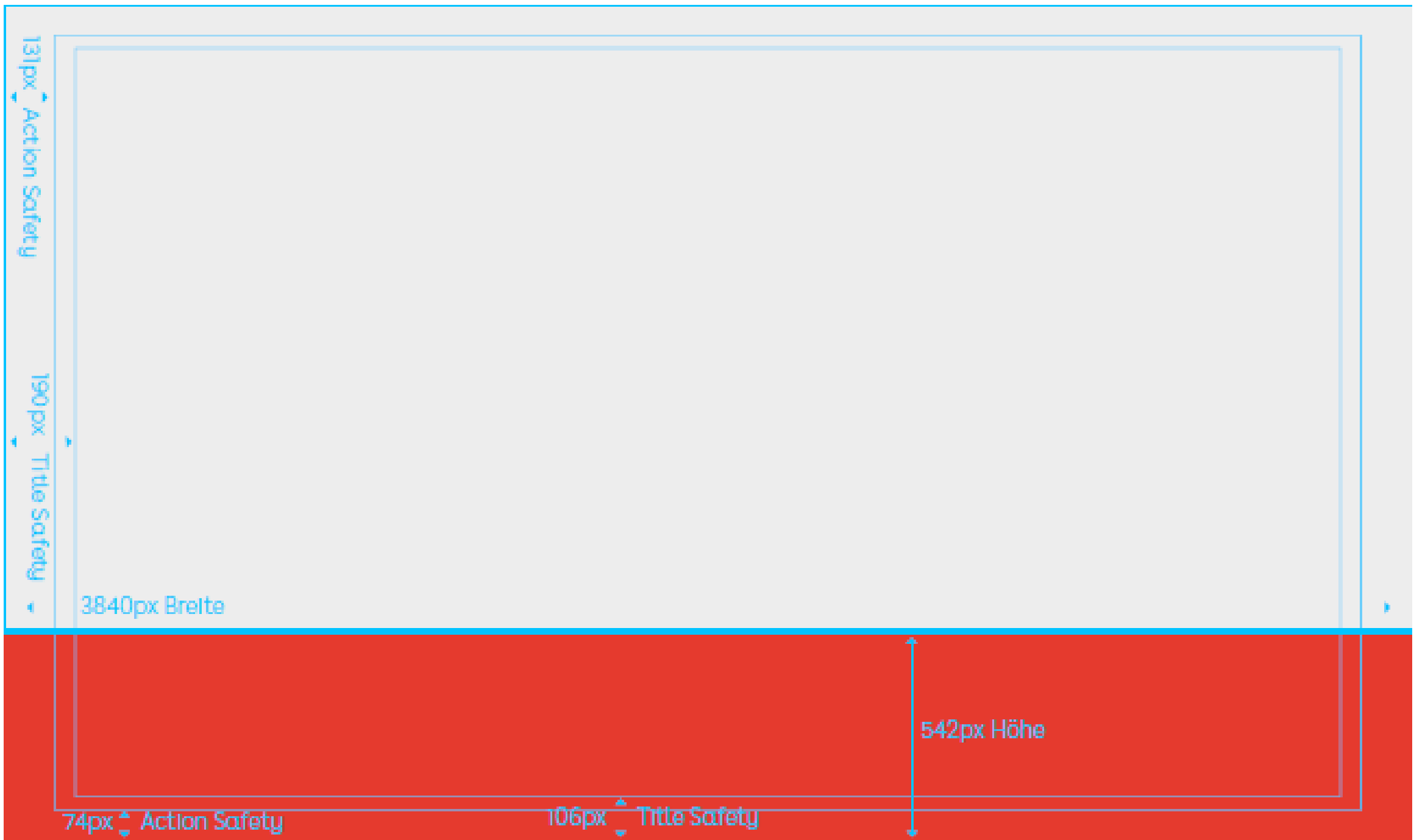
Videocodec
Quicktime ProRes 422 /
MXF 422

Frame rate
50p

Alphakanal
RGB mit Alpha

Bit rate
Quicktime ProRes ProRes 444 mit Alphakanal oder Quicktime
GoPro CineForm Codec mit Alphakanal

Title Safe
„WERBUNG“ sowie alle anderen Schrifteinblendungen müssen
innerhalb der Title Safety deutlich erkennbar sein.



131px Action Safety

190px Title Safety

3840px Breite

542px Höhe

74px Action Safety

106px Title Safety

CUT IN-ZOOM

Ein Cut-In-Zoom sorgt für eine starke Markenpräsenz. Durch die Laufzeit von 10 Sekunden wird eine hohe Sichtbarkeit erzielt. Die großzügige Fläche bietet zahlreiche kreative Gestaltungsmöglichkeiten. Da das Element im redaktionell passendsten Kontext integriert ist, verbinden die Zuschauer das Produkt direkt mit der Sendung und übertragen das positive Image der Sendung auf die Marke.



Ansichtsbeispiel: Abenteuerlustig, Staffel 05

SPEZIFIKATIONEN CUT IN-ZOOM

Die exakte Platzierung des Cut-Ins Zoom obliegt dem Sender. CH Media bemüht sich Platzierungswünsche umzusetzen, kann jedoch keine Garantie übernehmen.

Ein leerer Frame am Anfang und am Schluss muss gewährleistet sein.

Bei Live-Sportevents können die Vorgaben abweichen.

WERBUNG muss innerhalb der Title Safety stehen:
Siehe Schablone auf der folgenden Folie

Audioformat
ohne Ton

Format
MXF / MOV ProRes
ohne Alpha Kanal

Dauer
10 Sekunden

Framerate
50p

Auflösung
UHD (3840 x 2160 Pixel) Die Fläche des Programmfensters entspricht 65% (3102 x 1744) der Fläche des Vollbildes und wird in der Action Safe Area platziert.

Title Safe
Alle Schrifteinblendungen müssen innerhalb die Title Safe:

TITLE SAFE: 5% der Bildhöhe bzw. Bildbreite, vom Seitenrand aus gesehen. Abstand in Pixeln: links und rechts jeweils 192px, oben und unten jeweils 108px

ACTION SAFE: misst 3.5% der Bildhöhe bzw. Bildbreite vom Seitenrand aus gesehen. Abstand in Pixeln: links und rechts jeweils 134px, oben und unten jeweils 76px

WERBUNG

TITLE SAFE

H. 76px

ACTION SAFE

B. 3840px

TITLE SAFE

B. 600px

PROGRAMMFENSTER

Dieser Bereich liegt unter dem Programm. Muss also kein transparenter Bereich sein und nicht mit Alpha angeliefert werden. Ist aber während dem Spot nicht sichtbar.

H. 2160px

TITLE SAFE

B. 136px

ACTION SAFE

TITLE SAFE

WERBUNG

B. 3840px

H. 338px

H. 108px

TITLE SAFE

ACTION SAFE

TITLE SAFE

GEWINNSPIEL

Im Gewinnspiel wird die Marke auf eine besonders einprägsame Weise präsentiert. Die Zuschauer werden aktiv in das Gewinnspiel eingebunden, was das Involvement erheblich steigert. Da sich die Zuschauer intensiv mit der Marke auseinandersetzen, kann eine stärkere Kundenbindung erwartet werden. Zudem wird die Wahrnehmung der Marke gesteigert, da das Produkt als Hauptpreis des Gewinnspiels hervorgehoben wird.



Ansichtsbeispiel: Bauer, ledig, sucht ..., Staffel 20

SPEZIFIKATIONEN GEWINNSPIEL

Anlieferung von regulärem Video ohne Ton. Voice Over und die Gewinnspiel-Maske erfolgen durch CH Media.

Der Text für das Voice-Over und die Gewinnspieltafel wird in enger Absprache mit CH Media konzipiert.

Das Logo des Sponsors muss bereitgestellt werden. Die Auswahl des Logos obliegt CH Media.

Der zu verlosende Preis wird vom Sponsoren bereitgestellt und findet im Voice Over Erwähnung.

Ein Hinweis zu den Teilnahmebedingungen ist im Gewinnspiel-Trailer zu implementieren.

Informationen zur Musik für Copy-Rights sowie Angaben Suisa-Nummer müssen vom Sponsoren bereitgestellt werden.

Format
MOV / MXF

Dauer
25-30 Sekunden (5" kürzer als vertraglich vereinbart)

Scan type
Interlaced

Scan Order
Upper Field First

Auflösung
HD 1920 x 1080

Videocodec
Quicktime ProRes 422 /
MXF 422

Frame rate
25fps

Bit depth
16 bit

Bit rate
50MBit / sec

Loudness
EBU R128 / -23 LUFS (± 1 LU)

Title Safe

Alle Schrifteinblendungen müssen innerhalb der Title Safe deutlich erkennbar stehen

VORLAGE TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Teilnahmeberechtigt am Gewinnspiel sind alle natürlichen Personen, wohnhaft in der Schweiz oder Liechtenstein mit bis zum **TT.MM.JJJJ** vollendeten 18. Lebensjahr. Die Teilnahme von Mitarbeitern CH Media TV AG und **SPONSOR** sowie deren Werbe-/Sponsoringpartner ist ausgeschlossen.

Die Teilnahme kann gratis Online über **URL** erfolgen.

Der Teilnahmezeitraum ist vom **TT.MM.JJJJ** bis **TT.MM.JJJJ**. Der Gewinner wird am Schluss des Teilnahmezeitraums ermittelt. Bei Wiederholungen der Sendung ausserhalb des Teilnahmezeitraums ist keine Teilnahme möglich. Die Auslosung erfolgt durch **SPONSOR** und unter sämtlichen Teilnehmern innerhalb des Teilnahmezeitraums.

Der Gewinner wird schriftlich und persönlich benachrichtigt. Die schriftliche Benachrichtigung des Gewinners erfolgt über **SPONSOR**.

Eine Auszahlung oder Barabgeltung des Preises ist nicht möglich. Die Ziehung des Gewinners erfolgt durch **SPONSOR**. Kann ein Gewinner nicht innert 5 Tage ab erstem Kontaktversuch erfolgreich kontaktiert werden, behält sich **SPONSOR** die Ziehung eines Ersatzgewinners vor.

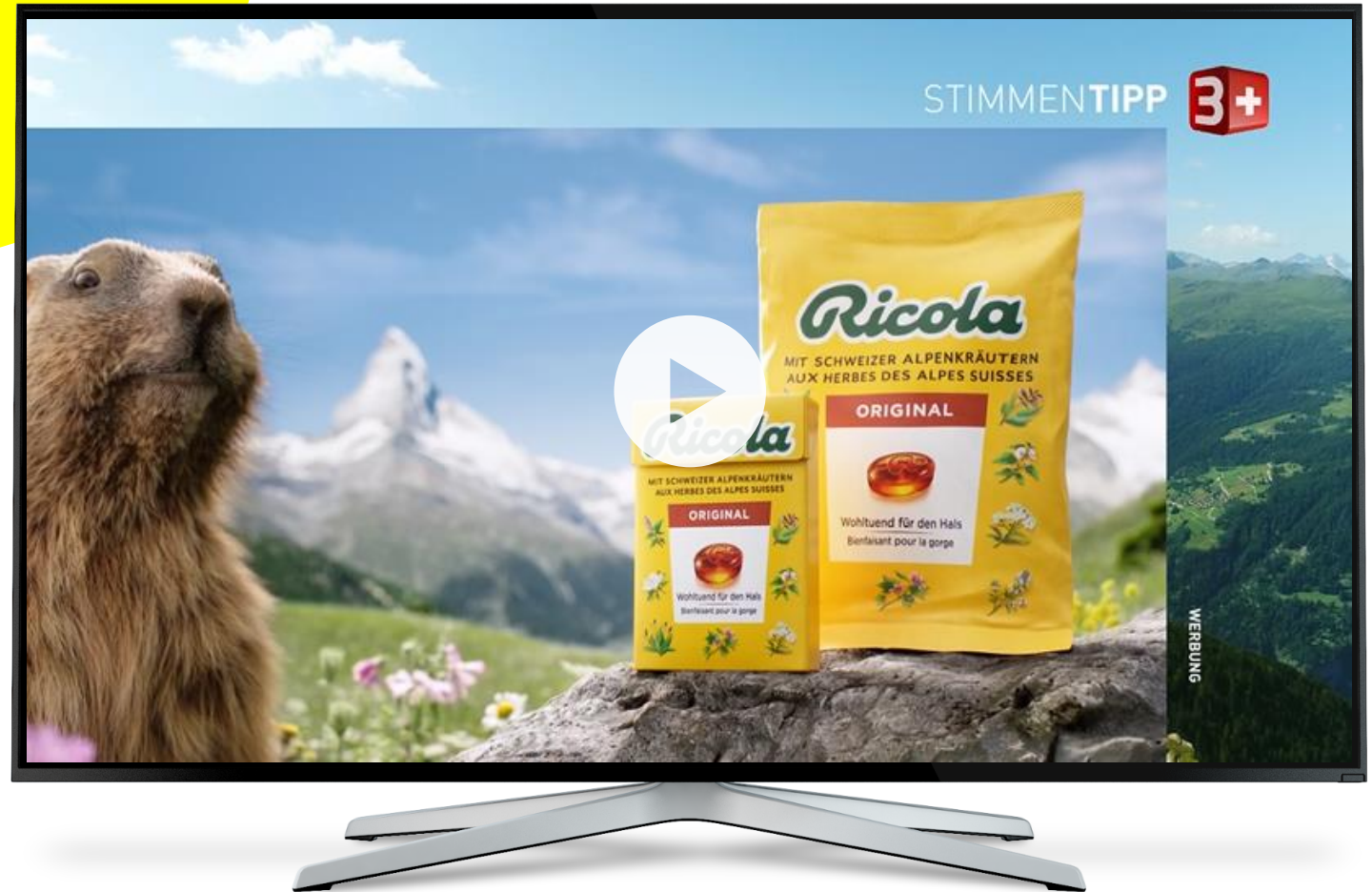
Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Die Teilnehmerdaten können von **SPONSOR** zu eigenen Marketingzwecken verwendet werden. Die Adressen werden vertraulich behandelt und ohne explizite Einwilligung nicht an Dritte weitergegeben. Der Gewinner erklärt sich einverstanden, dass ihr/sein Foto, Vor-, Nachnamen sowie der Wohnort von **SPONSOR** digital publiziert werden, z.B. auf der Webseite von **SPONSOR**. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt.

Preis: **GEWINN** im Wert von **CHF**.

STATION-TIPP

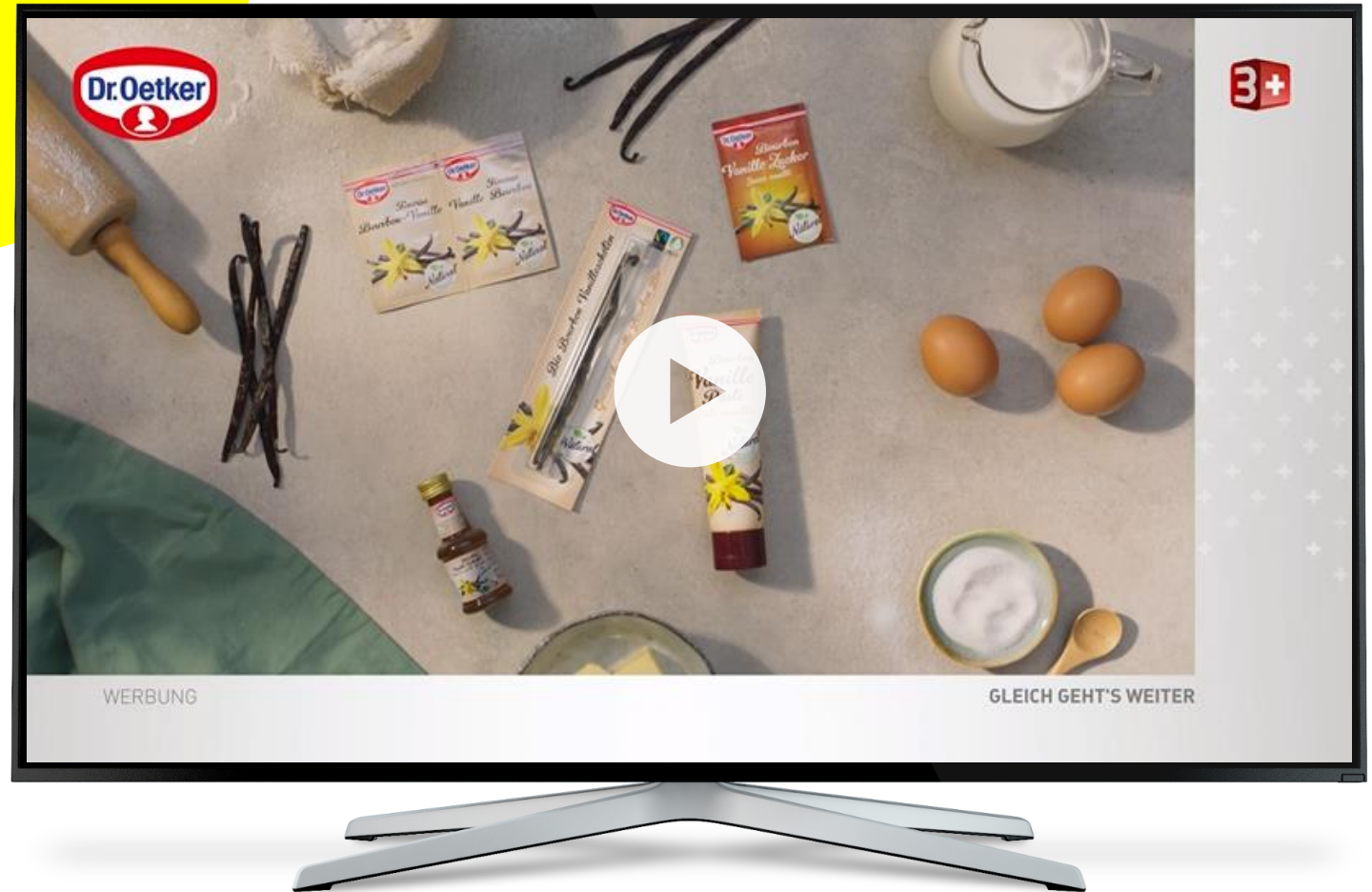
Mit einem Station-Tipp präsentiert der Sender ein Produkt oder eine Dienstleistung in einer speziellen Werbeform, die visuell nahtlos in das Erscheinungsbild des Senders integriert ist. Es entsteht der Eindruck, dass der Sender redaktionell einen Tipp gibt, was einen besonders hohen Imagetransfer zur Folge hat.



Ansichtsbeispiel: Station-Tipp «Ricola», Sender 3+

PRE-/POST-SPLIT

Der Pre-Split wird exklusiv vor dem klassischen Werbeblock platziert, der Post-Split danach. Durch den Rahmen des Senders wird der Spot zusätzlich hervorgehoben. Diese spezielle Platzierung, kombiniert mit dem Rahmen, sorgt für eine deutlich höhere Aufmerksamkeit der Zuschauer, da der Spot dadurch stärker ins Auge fällt als im traditionellen Werbeblock.



Ansichtsbeispiel: Pre-Split «Dr. Oetker», Sender 3+

SPEZIFIKATIONEN STATION-TIPP & PRE/POST-SPLIT

Spezifikationen Sonderwerbformen

Regulärer Spot wird an das Product-Management TV National gesendet: tvn_productmanagement@chmedia.ch

Die Spotlänge muss exakt auf die Sekunde (z.B. 00:00:20:00) hinterlegt sein.

Überlänge in Frames (z.B. 00:00:20:03) wird nicht akzeptiert.

SUISA-Rechte sind vorausgesetzt: <https://www.suisa.ch>

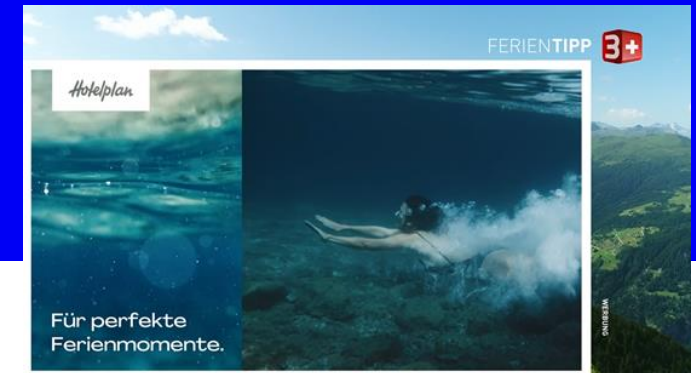
Die Bereitstellung der SUISA-Nummer an CH Media ist zwingend.

Sonderregelung Station-Tipp

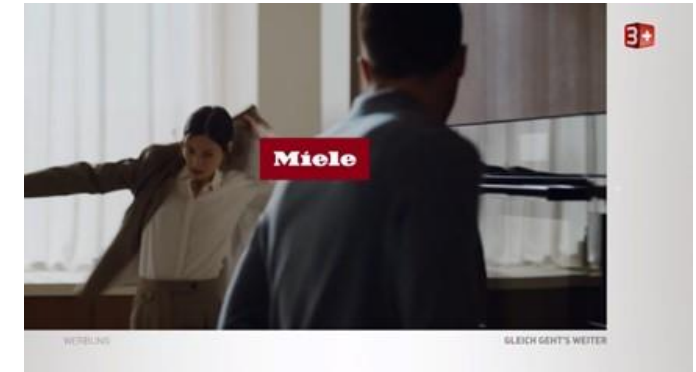
Die Vertonung des Voice-Over für die Tipp-Ankündigung und Tipp-Bezeichnung der Maske erfolgt über CH Media

Die Wunsch-Bezeichnung ist beim Product Management anzugeben: z.B. „Haarpflege Tipp“

Der Spot muss 5 Sekunden kürzer als die vertraglich vereinbart Länge angeliefert werden, da die Ankündigungsmaske im Layout des Senders nachträglich zu integrieren ist.



Station-Tipp «Hotelplan», Sender 3+



Pre-Split «Miele», Sender 3+

Technische Spezifikationen TV-Spot

Facts	Variante 1	Variante 2	Variante 3
Container			
Format	MXF (OP1a)	MOV (QuickTime)	MP4 (HD MPEG-4)
Timecode	Start 00:00:00:00	Start 00:00:00:00	Start 00:00:00:00
Video Essence			
Codec	MPEG-2	ProRes 422 HQ	AVC/H264
Resolution	HD 1920x1080	HD 1920x1080	HD 1920x1080
Frame rate	25 fps	25 fps	25 fps
Aspect ratio	16/9	16/9	16/9
Profile@Level	422@High / High@High	High Quality (HQ)	High 4.2
Scan type	Interlaced only	Interlaced only	Interlaced only
Scan Order	Top Field First	Top Field First	Top Field First
GOP structure	frame only		
Bit rate mode	CBR		
Bit rate	50 Mbps	185 Mbps	20 Mbps
Audio Essence			
Codec	PCM	PCM	AAC
Channels	2	2	2
Configuration	1x Stereo	1x Stereo	1x Stereo
Sample rate	48 khz	48 khz	48 khz
Bit depth	24 bits	24 bits	24 bits
Loudness	EBU R128 / -23 LUFS (± 1 LU)	EBU R128 / -23 LUFS (± 1 LU)	EBU R128 / -23 LUFS (± 1 LU)

Die Mediendatei darf nur aus dem vollständigen Hauptinhalt bestehen; ein vorangestellter Clip und ein nachgestellter Clip sind nicht zulässig. Der erste Frame muss das sichtbare Bild oder der erste hörbare Ton sein. Der letzte Frame muss das letzte sichtbare Bild oder der letzte hörbare Ton sein (d. h. keine umgebende Medienbeschreibung oder Schwarz-Bild usw.).