

PREISFAKTOREN

Der Preis für die Ausstrahlung eines TV-Spots hängt von mehreren Faktoren ab. Dank linearer Sekundenpreise lassen sich die Preise der verschiedenen Spottlängen rasch und einfach berechnen. Massgebend sind Dauer des TV-Spots, Anzahl Zuschauer, die den Werbeblock voraussichtlich sehen werden, Tausend-Kontakte-Preis (TKP), Zeitschiene und saisonale Faktoren.

MINDESTPREISE/ZUSCHLÄGE

Für SF und TSR gilt ein Mindestpreis von 100 Franken netto. Für TSI beträgt er 75 Franken. Diese Mindestpreise gelten pro Ausstrahlung, unabhängig von Spottdauer oder Werbeauftraggeber. Der Mindestpreis gilt auch für die gemeinnützige Werbung. Über Preiszuschläge informiert Sie gerne Ihr Key Account Manager und gibt Ihnen konkrete Informationen zu den einzelnen Angeboten.

LEISTUNGSGARANTIE

Die geplanten Werte und effektiven Leistungen der Kampagnen weichen generell nur geringfügig voneinander ab. Dafür gibt es zwei Gründe: Einerseits verfügt publisuisse über ein langjähriges Know-how in Sachen Prognosen und andererseits sind die Zuschauerleistungen der SRG SSR Programme im Durchschnitt sehr stabil. Das Verhalten der Zuschauer wird jedoch von Faktoren beeinflusst, die sich nicht voraussehen lassen. Programmände-

rungen, politische Ereignisse oder das Wetter usw. können zu Abweichungen führen. Falls prognostizierte Kampagnenleistungen nicht erreicht werden, gewährt publisuisse eine Leistungskompensation. publisuisse verzichtet aber auf eine Verrechnung der Mehrleistungen, falls die Leistungen übertroffen werden.

LEISTUNGS AUSGLEICH

Bei jeder Kampagne wird je nach Zielgruppe und Sprachregion die Kampagnenleistung, die unter dem geplanten Wert liegt, von publisuisse entsprechend ausgeglichen. Auf der Zielgruppe 15–59 Jahre und HHF 20–59 Jahre gewährt publisuisse 100 Prozent Leistungsgarantie. Bei Buchungen ab 3 Sinus-Milieus und 3–14 Jahre in Kinderumfeldern (Ausnahme RSI) bestehen 90 Prozent Leistungsgarantie. Auf der Zielgruppe 15–49 Jahre und bei allen anderen publiplan-Zielgruppen bestehen 80 Prozent. Um die Leistungskompensation sicherzustellen, kontrollieren die Mediaplaner von publisuisse laufend alle Kampagnen in den SRG SSR Programmen und gleichen die Abweichungen während der Kampagne aus.

BUCHUNGEN

Seit 2007 gibt es bei publisuisse noch zwei Angebotsperioden. In allen Programmen stehen dieselben Zeiträume zur Verfügung und nationale Kampagnen können in allen Sprachregionen auf einmal gebucht werden.

KLEINE BUDGETS MIT GROSSER WERBELEISTUNG

Mit einer TV-Kampagne lassen sich schnell grosse Reichweiten erzielen und Erinnerungswerte aufbauen. Daher eignet sich eine TV-Kampagne auch besonders für die Markteinführung. Wie das folgende Kampagnenbeispiel zeigt, kann bereits mit einem Budget von 375000 Franken eine erfolgreiche Burst-Strategie umgesetzt werden. In dem gewählten Zeitraum von 4 Wochen werden wöchentlich rund 70 GRP in allen 3 Sprachregionen gene-

riert. Der Spot wird national insgesamt 600 Mal ausgestrahlt. 64% aller Personen zwischen 15 und 59 Jahren sehen den Spot mehr als 4 Mal. Der Tausend-Kontakte-Preis liegt bei nur gerade 31 Franken. Das Kampagnenbeispiel basiert auf der Zielgruppe der 15- bis 59-Jährigen. Der Zeitschiemenmix liegt bei 50% Primetime und 50% Non-Primetime. Die Ausstrahlungskosten gelten für einen 20-Sekunden-Spot. Die Beraterkommission ist bereits abgezogen. Alle Werte in den Totalzeilen beinhalten ebenfalls die ausserregionale Nutzung (z.B. TSR 1 in der D-CH).

GEPLANTE KAMPAGNENLEISTUNG FÜR 375 000 FRANKEN (NETTO/NETTO) IM NOVEMBER 2009

Region/ Programme	Anzahl Blöcke	Einschalt- kosten	Zielgruppe: Personen 15–59-jährig					Preis GRP
			Rating kumuliert	Kontakt- summe	GRP	OTS	TKP	
Total CH, 6 974 900 (4160) Personen			4 454 100 (2657) Personen					
Total CH	600	375 076.–	64,2	12 102 000	271,7	4,2	31.–	1 380.–
D-CH, 5 033 100 (2254) Personen			3 231 500 (1447) Personen					
Total D-CH	297	273 122.–	63,9	8 774 600	271,5	4,2	31.–	1 006.–
SF 1	138	113 710.–	37,3	3 763 800	116,5	3,1	30.–	976.–
SF zwei	11	26 943.–	18,9	731 800	22,6	1,2	37.–	1 190.–
3+	50	24 073.–	10,1	927 800	28,7	2,8	26.–	838.–
ProSieben	35	28 662.–	9,3	772 400	23,9	2,6	37.–	1 199.–
RTL	22	28 152.–	12,9	732 500	22,7	1,8	38.–	1 242.–
Sat.1	36	25 572.–	11,6	931 400	28,8	2,5	27.–	887.–
TNC	5	26 010.–	12,9	782 200	24,2	1,9	33.–	1 075.–
F-CH, 1 633 800 (1317) Personen			1 029 600 (830) Personen					
Total F-CH	201	87 213.–	65,7	2 795 800	271,5	4,1	31.–	321.–
TSR1	72	51 007.–	51,5	1 572 300	152,7	3,0	32.–	334.–
TSR2	54	18 220.–	25,8	515 500	50,1	1,9	35.–	364.–
M6	75	17 986.–	21,0	657 500	63,9	3,0	27.–	282.–
I-CH, 308 000 (589) Personen			193 000 (369) Personen					
Total I-CH	102	14 741.–	59,5	531 600	275,4	4,6	28.–	54.–
RSI LA 1	58	10 288.–	50,4	355 700	184,3	3,7	29.–	56.–
RSI LA 2	44	4 453.–	28,9	137 600	71,3	2,5	32.–	62.–