

rt(457)

## NIEUWSBRIEF

APRIL/MEI 2007



DANCING WITH THE STARS  
PAGINA 02



HERMAN ZOEKT HELDEN  
PAGINA 03



NIEUW BIJ RTL  
PAGINA 04

SUCCESSVOLLE BRAND PROMOTIONS CAMPAGNE:

# EDET TOILET MAKE-OVER



Eind 2006 is een nieuw initiatief gestart vanuit de afdeling Special Advertising: Brand Promotions. Bij Brand Promotions is er sprake van een koppeling tussen de content van de adverteerder en de RTL-omgeving (programma's, thema-avonden, onderwerpen). Samen met de adverteerder wordt een promotionele actie gestart om een uniek multimediaal platform te creëren, waarbij de consument optimaal wordt bereikt. De inzet van uiteenlopende mediumtypen wordt gebaseerd op de doelstellingen van de campagne.

Een van de eerste succesvolle acties was de Edet Toilet Make-over. Kijkers konden een totale toilet make-over geheel naar eigen smaak winnen ter waarde van € 5.000,-. Op een speciaal door RTL ontwikkelde actiesite konden kijkers een foto van hun eigen toilet plaatsen, samen met een motivatie waarom zij zouden moeten winnen. Voor de campagne is gebruik gemaakt van een crossmediale inzet: promo's op TV, abri's,

spectaculars (zie foto), print en internet. De ruim 400.000 pageviews leidden tot 7.241 aanmeldingen voor de actie. Uit onderzoek bleek 94% het een sympathieke actie te vinden die goed bij Edet past (voor RTL Nederland 70%). De top of mind awareness nam gedurende de campagne enorm toe van 27% naar 42% en de deelnemers hadden een duidelijk jonger profiel, waarmee de doelstelling van Edet werd behaald.

■ HEB JIJ IDEEËN VOOR JOUW PRODUCT/MERK EN WIL JE DAAR GRAAG EENS MET ONS OVER BRAINSTORMEN? NEEM DAN CONTACT OP MET KJELD OUWERKERK, SENIOR ACCOUNTMANAGER SPECIAL ADVERTISING, TEL: 035 - 711 39 68.

Nieuwe RTL 4-gameshow gestart

## 'BANKGIRO LOTERIJ VOOR DE REST VAN JE LEVEN'

Stel je voor, je doet mee aan een gameshow en wanneer je de studio verlaat, is de rest van je leven financieel gezien ineens een stuk makkelijker. Elke maand wordt een vast bedrag op je bankrekening gestort. Dit kan zijn voor zes maanden, voor een jaar, voor vijf jaar of zelfs voor de rest van je leven!

In de nieuwe RTL 4-gameshow 'BankGiro Loterij Voor De Rest Van Je Leven' draait het niet om kennis en kunde, maar puur om lef en geluk in het spel. De kandidaat hoeft niet te

weten wat de hoofdstad van Bolivia is of wie de nieuwe staatssecretaris van Economische Zaken is. Hij of zij hoeft eigenlijk maar één ding te weten: wanneer te stoppen.

**Nieuwe RTL-presentator**

Bij een nieuwe gameshow hoort een nieuwe presentator. De nieuwe presentator is de acteur Daan Schuurmans, bekend van o.a. de tv-series 'Westenwind' en 'Keyzer & De Boer' en de speelfilms 'Costa!' en 'Phileine Zegt Sorry'. In 'BankGiro Loterij Voor



De Rest Van Je Leven' begeleidt Daan de kandidaten bij hun moeilijke keuzes op weg naar een maandelijks cheque voor misschien wel de rest van hun leven. "Een show van Amerikaanse allure, vol spanning en verrassende wendingen. Ook voor mij. Ik beschouw de presentatie van deze gameshow als een

heel bijzonder en spannend uitstapje van mijn werk als acteur", aldus Daan.

■ 'BANKGIRO LOTERIJ VOOR DE REST VAN JE LEVEN' IS NOG TE ZIEN TOT EN MET 11 MEI 2007, 20.30 UUR BIJ RTL 4

'Wie Wordt De Man Van Froukje?'

# GOEDE MATCH RTL NEDERLAND EN LYMIC.NL

Het romantische moderne sprookje, waarin de vrijgezelle presentatrice/actrice Froukje de Both een zoektocht aflegt naar haar prins op het witte paard, is half maart van start gegaan. 'Wie Wordt De Man Van Froukje' wordt op televisie, internet en TEXT geheel omarmd door hoofdsponsor Lymic.nl. Door middel van herkenbare billboards en een interessante prijsvraag, maakt Nederland kennis met de nieuwe doe & date site. Lymic.nl is de eerste site in Nederland die de mogelijkheid biedt om online te speeddaten. Via een promo op televisie en een in-programa vermelding worden alle single vrouwen van Nederland aangespoord

om naar de site te gaan en een online speeddate met alle mannen van Froukje te winnen. De logische en natuurlijke synergie tussen de sfeer van het programma, de



content van de programmasite en de unieke dienst van Lymic.nl vormen de basis voor een succesvolle samenwerking. Alle uitingen sluiten naadloos op elkaar aan. Voor RTL betekent dat een interactieve toevoeging aan de beleving van het programma, voor Lymic.nl is het een methode om nieuwe (vooral vrouwelijke) leden te werven én bekendheid te krijgen voor zijn nieuwe dienst.



■ 'WIE WORDT DE MAN VAN FROUKJE':  
DINSDAG, 20.30 UUR BIJ RTL 4

# DANCING WITH THE STARS

Een nieuwe reeks van 'Dancing With The Stars' is van start gegaan bij RTL 4. Deze serie wordt wederom gesponsord door Dance Masters, de landelijke vereniging van dansscholen in Nederland. Voor Dance Masters is dit het derde seizoen dat zij 'Dancing With The Stars' sponsoren en niet zonder resultaat. De aanmeldingen bij de dansscholen in Nederland zijn sinds de eerste start van het programma explosief gestegen.

De tv-hit, gepresenteerd door Sylvana Simons en Ron Brandsteder, startte in 2005 en was de eerste grote amusementsshow waarbij bekende Nederlanders de kijkers thuis verrasten met het vertonen van een compleet nieuw talent. De succesformule bleef zeker niet onopgemerkt, gezien de vele spin-offs van het programma. Deze reeks behoren RTL 4-weervrouw Helga van Leur, 'Onderweg Naar Morgen'-actrice/TMF VJ Nikkie Plessen, RTL-presentatrice Fabienne de Vries en actrice Aukje van Ginneken tot de vier 'dancing queens'. De vijf mannelijke



deelnemers zijn RTL-presentator Martijn Krabbé, 'Eigen Huis & Tuin'-tuintman Lodewijk Hoekstra, schrijver/dichter Bart Chabot, 'GTST'-acteur Christophe Haddad en schaatser Bob de Jong.

Na afloop van elke show zijn alle dansen nogmaals terug te zien op:  
[www.dancingwiththestars.nl](http://www.dancingwiththestars.nl)

■ DANCING WITH THE STARS:  
ZATERDAG, 20.00 UUR BIJ RTL 4.  
UITSLAG: ZONDAG, 21.00 UUR BIJ RTL 4



# RTL GP MAGAZINE



Met de aankoop van de uitzendrechten van de Formule 1 en MotoGP vorig jaar heeft RTL Nederland, dat al A1 Grand Prix, Dakar, DTM, Superbikes en Le Mans in huis had, alle relevante auto- en motorsport gebundeld in RTL GP. Dit multimediale platform is met uitzendingen op RTL 7, de website [www.rtlgp.nl](http://www.rtlgp.nl) en TEXT het verzamelpunt voor de vele honderdduizenden auto- en motorsportliefhebbers. Maar RTL GP is meer. Naast onder andere RTL GP Club, RTL GP Reizen, RTL GP Shop, telefonie en een RTL GP-kledinglijn heeft het platform sinds 27 maart jl. een eigen magazine: RTL GP Magazine.

"Aan het RTL GP platform mocht een magazine niet ontbreken", aldus Michel van der Voort, directeur Marketing Verkoop RTL Nederland Sales en initiator van het RTL GP Magazine. "Een magazine vormt naast televisie en internet een perfecte pijler, waarmee we de adverteerder een compleet geheel kunnen bieden."

## SLIMMER MAKEN

RTL GP Magazine onderscheidt zich van andere bladen door zich te richten op het 'waarom'. Het wil haar lezers slimmer maken en brengt achtergronden, opmerkelijke opinies, exclusieve interviews, unieke tests, grondige analyses en historie. Het is bovendien het enige blad in Nederland dat aandacht besteedt aan alle belangrijke auto- én motorraces en kampioenschappen van de wereld. En het oog wil ook wat. Door het formaat en de glossy uitstraling heeft het blad een hoog bewaargehalte.

# UNIEKE RUBRIEK: 50PLUSTEXT

TEXT heeft twee krachtige eigenschappen: een hoog bereik en actualiteit. RTL 4 TEXT trekt wekelijks ruim vijf miljoen unieke kijkers. Daarnaast is TEXT ook handig en gebruiksvriendelijk; de TEXT-kijker vindt 24 uur per dag, 7 dagen per week een veelheid van informatie. Dit alles maakt TEXT een uitermate effectief medium, zowel voor consument als adverteerder.

RTL blijft continu innoveren en zoeken naar nieuwe mogelijkheden die aansluiten bij zijn doelgroepen. De nieuwe rubriek 50plusTEXT richt zich specifiek op de actieve 50plusser die vol in het leven staat. Juist de 50plusser is zeer bekend met teletekst, is er mee opgegroeid

en vindt teletekst vaak gemakkelijker te gebruiken dan internet. 50plusTEXT is te vinden op pagina 760 bij RTL 4.

De rubriek 50plus is opgezet in samenwerking met ANBO, een belangenvereniging voor 50plussers. ANBO verzorgt wekelijks redactionele stukken over uiteenlopende onderwerpen als wonen, geld & recht en gezondheid. In de 50plus rubriek is eveneens ruimte voor commerciële partijen die hun producten/diensten graag onder de aandacht willen brengen bij deze doelgroep. Iets voor jou?

■ VOOR MEER INFORMATIE KUN  
JE CONTACT OPNEMEN MET TEXT  
SALES SUPPORT, TEL.: 035 - 711 38 98.



## 50plusTEXT aanbieding

Exposure:

1 Hoofdpagina inclusief subpagina's in de rubriek 50plusTEXT bij RTL 4 voor 13 weken. 1 wisselbalk in te zetten in een interessante rubriek.

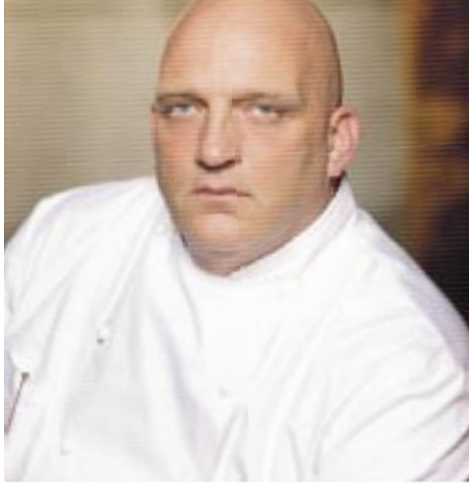
Aanbieding geldig van  
18 april t/m 16 mei 2007  
Tarief: € 4.000,--

# HERMAN ZOEKT HELDEN

Herman den Blijker, de man achter verschillende succesvolle RTL 5-programma's en mede-eigenaar van een scala aan gerenommeerde restaurants in Rotterdam, Amsterdam en Ouderkerk aan de Amstel, heeft een nieuwe missie: het openen van het grootste visrestaurant van Nederland. Aankomende zomer moet op de Kop van Zuid in Rotterdam het etablissement haar deuren openen en Den Blijker zoekt voor 'zijn winkeltje' een professionele chef.

In 'Hermans Helden' wordt deze zoektocht en de onderlinge strijd tussen de profs op de voet gevolgd. Over de schouder van Den Blijker en compagnon David Crowel wordt meegekeken naar de race om de spifunctie die zich voornamelijk kenmerkt door kwaliteit en persoonlijkheid. De basistechnieken moet een prof namelijk allang onder de knie hebben. Welke held benadert het beste Hermans smaak, heeft neus voor kwaliteit en gevoel voor de zaak?

■ HERMANS HELDEN, VANAF DINSDAG  
8 MEI, 21.30 UUR BIJ RTL 5



## TREFZEKER INZETTEN MET BILLBOARDS BIJ 'HERMAN'S HELDEN'

Hermans programma's staan garant voor hoge kijkcijfers en een groot bereik. Het is mogelijk om rondom en in het nieuwe programma 'Herman's Helden' te billboards. Je ontvangt voor en na het programma een sponsorvermelding van vijf seconden en een korte breakbumper in het programma. Daarmee kun je optimaal profiteren van de binding die is opgebouwd met de kijker, het Umfeld, de populariteit en het imago van het programma. Zeer interessant om je naamsbekendheid in korte tijd te verhogen. Geïnteresseerd? Neem dan contact op met Marike Muselaers, Accountmanager Sponsoring, tel: 035 - 711 38 91.



## 'WHO'S NEXT' BEREIKT UW DOELGROEP MULTIMEDIAAL

'Who's Next', het enige dagelijkse tv-programma uitgebracht door een krant, gaat weer van start! Presentatoren Robert van de Roer en Monique Snoeijen bespreken dagelijks het nieuws uit nrc.next aan de ontbijttafel met bekende Nederlanders.

Who's Next is de kruisbestuiving van krant, televisie en internet. Een aantrekkelijk programma dat vanaf maandag 16 april 2007 dagelijks te zien is in de programmering van RTL Z (13.45 en 17.45 uur), in de avond op RTL 7 (23.45 uur) en permanent via:

- [www.nrc.nl/whosnext](http://www.nrc.nl/whosnext) en
- [www.rtl.nl/actueel/whosnext](http://www.rtl.nl/actueel/whosnext).

Met de krant bereikt nrc.next inmiddels 218.000 mensen. Ook 'Who's Next' laat een groei in bereik zien. In 2006 keken gemiddeld 150.000 mensen per dag. In totaal hebben 5,4 miljoen mensen het programma eens gezien. Gemiddeld hebben ze bijna 4 afleveringen gezien. Het hoogste bereik werd gerealiseerd in de doelgroep welstandige mannen van 20-49 jaar (44,6%). nrc.next en RTL

Nederland bieden met Who's Next een multimediaal platform, waarin je de jong hoogopgeleide nieuwsconsument nog beter bereikt.

■ GEÏNTERESSEERD IN HET MULTIMEDIALE SPONSORPAKKET? VOOR MEER INFORMATIE BEL MET LAURENS PENNINKS, ACCOUNTMANAGER RTL Z (035 - 711 39 20) OF LODEWIJK MENGELBERG, SALESMANAGER RTL Z (035 - 711 38 25).

Who's Next is een initiatief van nrc.next, de krant voor de jonge hoogopgeleide nieuwsconsument. Een generatie die alles wil weten en niets wil missen, maar weinig tijd heeft. nrc.next brengt het nieuws op toegankelijke en overzichtelijke wijze via krant, internet, magazine en televisie.

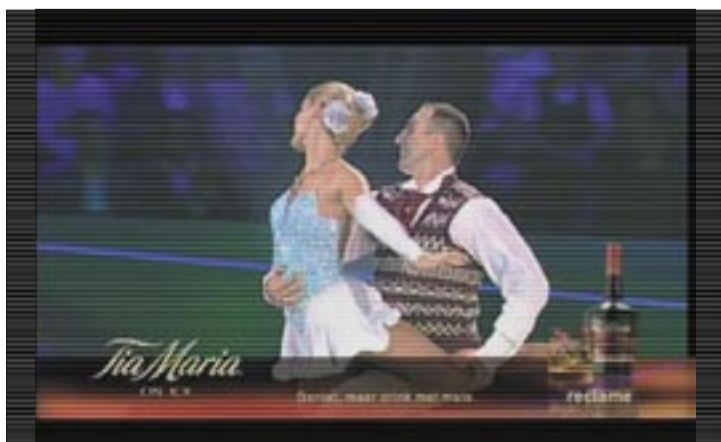


**Quote uitgever Willem Jan Makkinga:**  
"De samenwerking tussen nrc.next en RTL blijkt zeer succesvol. Eind december trok 'The Best of Who's Next' meer dan een miljoen kijkers. Ik verwacht dat de uitbreiding naar de avond het bereik binnen de doelgroep verder zal opstuwten."

## SPLITSREENBANNERS VALLEN OP EN BLIJVEN HANGEN!

De afdeling Special Advertising heeft de laatste jaren op het gebied van productontwikkeling niet stil gezeten. Eén van de nieuwe vormen van inprogram advertising 'de splitscreenbanner' komt steeds vaker voorbij in de diverse RTL-programma's (bijvoorbeeld Tia Maria in Dancing On Ice, Pickwick in De Weg Naar Fame, Tom Tom in A1GP). Hierbij wordt tijdens een programma een commerciële uiting getoond. Door de positie onderin het scherm blijft het programma goed zichtbaar. We hebben deze nieuwe vorm van advertising eens tegen het licht gehouden.

Het onderzoeksbureau ActiveReaction heeft in opdracht van RTL Nederland in december 2006 onderzoek gedaan naar de mate van involvement\* tijdens een splitscreenbanner moment, ten opzichte van de involvement gedurende een reclameblok in een programma. Vervolgens is getoetst in hoeverre een verschil in involvement leidt tot een verschil in herinnering van de commerciële uitingen die in het programma of in het reclameblok zaten.



### DE BELANGRIJKSTE RESULTATEN ZIJN:

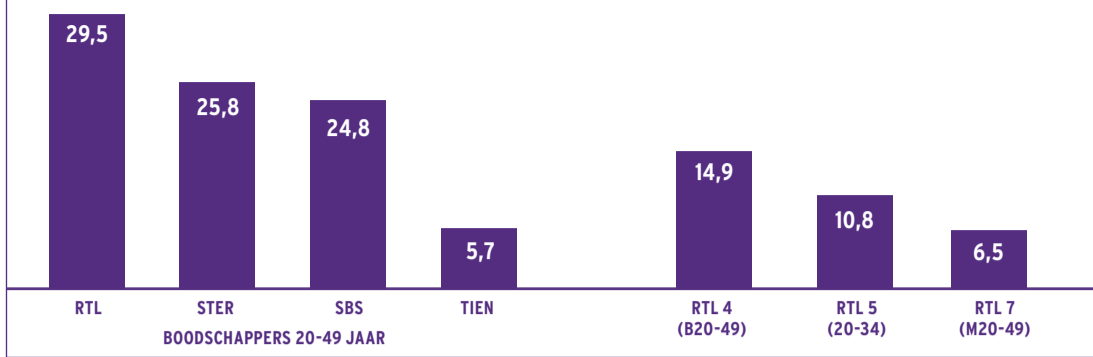
- Involvement gedurende een splitscreenbanner moment is gemiddeld 39% hoger dan tijdens een reclameblok.
- Top of mind reclameherinnering van de adverteerder van een splitscreenbanner is 29% ten opzichte van 4% van een adverteerder in het reguliere reclameblok. Voor de totale spontane herinnering is dit respectievelijk 45% versus 24%.
- De splitscreenbanner scoort hoog op opvallendheid in vergelijking tot de reguliere spot.

Kortom: door een hoge involvement gedurende een programma valt een splitscreenbanner erg op en hierdoor blijft de afzender relatief goed hangen in het geheugen van de kijker.

\* involvement: de mate waarin een persoon betrokken is bij het gebruik van een bepaald medium

■ BEL VOOR MEER INFORMATIE RALPH SLUIS, PROJECTLEIDER RESEARCH & INTELLIGENCE, TEL: 035 - 711 39 38.

# ZENDERAANDELEN



Bron: SKO, februari t/m maart 2007, 18.00 - 24.00 uur

JE BEREIKT MEER BIJ RTL

RTL NEDERLAND SALES B.V.  
POSTBUS 15016  
1200 TV HILVERSUM  
SUMATRALAAN 47  
1217 GP HILVERSUM

TEL: +31(0)35-6718711  
FAX: +31(0)35-6236892

WWW.RTLNEDERLAND.NL

Mocht u geen prijs stellen op het ontvangen van de nieuwsbrief, laat het ons dan weten via [naw@rtl.nl](mailto:naw@rtl.nl) onder vermelding van 'Afmelding Nieuwsbrief TV'. Zijn de adresgegevens onjuist of wilt u zichzelf (of een collega) ook opgeven voor de nieuwsbrief, stuur dan een mail naar [naw@rtl.nl](mailto:naw@rtl.nl) met vermelding van de juiste en/of nieuwe adresgegevens.

## NIEUW BIJ RTL



### LOOKINGGOOD

Vanaf woensdag 4 april, 21.30 uur

In de nieuwe reeks van dit succesvolle modeprogramma gaan haarstyliste Mariëlle Bastiaansen en visagist Thijs Willekes op pad met hun nieuwe collega, stylist Philip de Liever om verschillende Nederlanders van een nieuwe, frisse look te voorzien. Naast de metamorfoses krijgt de kijker uiteraard ook weer veel informatie over de laatste trends op het gebied van mode, haar en make-up.

rt(4)



### BROTHERS & SISTERS

Vanaf woensdag 4 april, 20.30 uur

Deze Amerikaanse kwaliteitsserie volgt de familie Walker op hun zoektocht door het doolhof van het leven. De volwassen broers en zussen navigeren op de golven van verleiding, misleiding en verdriet, met als einddoel de door hun ouders bereikte perfectie. De cast van deze in de VS zeer populaire serie bestaat uit een aantal bekende namen als Sally Field, Calista Flockhart en Rob Lowe.

rt(4)



### NEDERLAND FIETST!

Vanaf zondag 15 april, 16.15 uur

Dertiendelige serie waarin presentatoren PASCALLE van Egeraat en RUBEN Dingemans op de fiets stappen en Nederland ontdekken. Wekelijks trekken zij er met een stel Bekende Nederlanders op uit voor een fietstocht door hun leven, vertellen de BN'ers over hun fietsbeleving en komen de mooiste plekken om te fietsen in Nederland aan bod. Uiteraard ontbreken de fietstips en fietsevenementenkalender niet.

rt(4)



### PRISON BREAK

Vanaf donderdag 19 april, 21.30 uur

In april gaat het tweede seizoen van deze spannende serie verder waar het in januari geëindigd is. Zal het Michael en Lincoln lukken uit de handen te blijven van hun vijanden?

rt(5)



### VOETBAL BIJ RTL 7

Ook voor voetbal moet je in april en mei bij RTL 7 zijn!

Donderdag 3 mei, 19.50 uur, UEFA Cup Halve Finale.

rt(7)

## FAVORIETEN FEBRUARI-MAART



### DANCING WITH THE STARS

Zaterdag 31 maart werd de eerste show van een nieuw seizoen Dancing With The Stars uitgezonden. Het danstalent van bekend Nederland werd door meer dan 1 miljoen mensen gadeslagen.

> 1.221.000 kijkers (6+)

> 7,1% kijkdichtheid (B20-49)

> 17,0% zenderaandeel (B20-49)

rt(4)



### X FACTOR - DE FINALE

De succesvolle livenesshows werden op zaterdag 24 februari afgesloten met een spetterende finale, waarin bijna 2 miljoen mensen Sharon zagen winnen.

> 1.830.000 kijkers (6+)

> 15,0% kijkdichtheid (B20-49)

> 33,3% zenderaandeel (B20-49)

rt(4)



### CSI MIAMI

Dat de Nederlandse kijker de spannende afleveringen van CSI Miami nog steeds weet te waarderen blijkt wel uit de hoge kijkcijfers.

> 1.059.000 kijkers (6+)

> 8,2% kijkdichtheid (20-34)

> 20,7% zenderaandeel (20-34)

rt(5)



### MIJN TENT IS TOP

De strijd tussen de vier koppels, met allen de droom een restaurant te beginnen, leidt tot een spannende ontknopning. Het Nederlandse publiek smult ervan.

> 728.000 kijkers (6+)

> 7,6% kijkdichtheid (20-34)

> 19,2% zenderaandeel (20-34)

rt(5)



### FORMULE 1 AUSTRALIË

In maart is de Formule 1 spectaculair van start gegaan. De eerste wedstrijd van het nieuwe seizoen vond plaats in Australië en leverde mooie kijkcijfers op.

> 840.000 kijkers (6+)

> 11,4% kijkdichtheid (M20-49)

> 48,9% zenderaandeel (M20-49)

rt(7)