

rt(457)

NIEUWSBRIEF

FEBRUARI/MAART 2007



TWEDE FILM VOOR
RTL ENTERTAINMENT
PAGINA 02



BOEK LODEWIJK EN HET
BUITENLEVEN UIT
PAGINA 03



NIEUW BIJ RTL
PAGINA 04

NIEUW SEIZOEN FORMULE 1



Het weekend van 17 en 18 maart barst een nieuw seizoen los van de F1. Miljoenen kijkers over de hele wereld - jaarlijks 850 miljoen mensen - stemmen hun televisie af op het spektakel dat in het Australische Melbourne van start gaat. Tussen de elf F1 teams debuteert het team van de Nederlandse sportautofabrikant Spyker, met als rijder o.a. Christijan Albers. Daarnaast rijden er ook twee Nederlandse testrijders in de F1: Robert Doornbos en Giedo van der Garde. Nu het racecircuit weer terug is bij RTL, beleven de fans bovendien de hereniging van het enthousiaste duo Olav Mol & Allard Kalff.

RTL Nederland heeft in ING een perfecte hoofdsponsor gevonden, die rondom alle uitzendingen op billboards en breakbumpers te zien zal zijn, maar ook zorg zal dragen voor de prizemarketing en zichtbaar is via www.rtlgp.nl. ING sponsort het team van Renault en is daarnaast ook 'track-sponsor', waardoor het logo van ING niet alleen te zien zal zijn op de Renault-bolides, maar ook op de reclameborden langs de baan.



SPLIT BREAKS IN F1

Alle commercials worden tijdens de live race en in de herhaling in de vorm van split breaks uitgezonden. De split break is een vorm van 'picture in picture' split screen. Tijdens de race wordt in een vlak de commercial getoond. Op deze manier hoeft de kijker niets te missen van de spannende race en kun je een duidelijke productlink maken met de F1. Een uniek moment om een groot bereik en hoge attentiewaarde

te genereren. Wil je breder inzetten dan de F1, kies dan voor het RTL GP Pakket. Hierbij worden je spots ingedeeld bij de verschillende RTL GP programma's.

Kijk voor een overzicht op www.rtlnederland.nl of neem voor meer informatie contact met ons op: 035 - 711 39 01.

■ UITZENDING F1:

AUSTRALIË KWALIFICATIE
(17 MAART), RTL 7,
03.55 - 05.10 UUR (HERH
TUSSEN 13.55 EN 15.10 UUR)
AUSTRALIË RACE (18 MAART),
RTL 7, 03.00 EN 06.30 UUR
(HERH TUSSEN 13.00
EN 17.30 UUR)

KIJK VOOR ALLE F1-RACES OP
WWW.RTLGP.NL

ModelMasters: Holland's Next Top Model 2007

WIE VOLGT SANNE OP?

Vanaf 19 maart start de tweede serie van ModelMasters: Holland's Next Top Model. Uit de duizenden inschrijvingen zullen ook deze keer een tiental meiden hun best doen voor de hoofdprijs: een modellencontract bij het gerenommeerde fashion bureau Max Models. Daarnaast zal de winnares Nederland vertegenwoordigen tijdens The Ford Model Of The World Contest 2008 in New York. Supermodel Yfke Sturm zal ook deze keer het programma presenteren.

Deelname aan de eerste serie heeft winnares Sanne Nijhof geen windeieren gelegd. Zij versloeg in januari 49 deelnemers en won The Ford Model Of The World Contest! Naast de aanzienlijke geldprijs van een kwart miljoen dollar, krijgt Sanne ook een contract bij Ford Model, dat hoog aangeschreven staat.

Dat de Nederlandse versies van buitenlandse concepten aanslaan, blijkt wel uit de kijkcijfers. Zo behaalde onze eigen Yfke met ModelMasters: Hollands Next Top Model (2006) een gemiddelde kijkdichtheid van 9,1%, terwijl Tyra Banks gemiddeld 6,8% behaalde met America's Next Top Model (doelgroep 20-34 jaar).



TWEEDE FILM VOOR RTL ENTERTAINMENT: ERNST, BOBBIE EN DE GESLEPEN ONIX

RTL Entertainment en filmproducent M4all presenteren half februari de bioscoopfilm 'Ernst, Bobbie en de geslepen Onix'. Dit is na 'Wild Romance', die eind 2006 uitkwam, het tweede filmproduct voor beide partners.

RTL Entertainment is onderdeel van RTL Nederland en investeert in het maken van nieuwe Nederlandse speelfilms. De unit houdt zich bezig met zowel de acquisitie als exploitatie van filmrechten. Momenteel is RTL Entertainment druk bezig met diverse licentieproducten die in 2007 verschijnen rondom de film 'Ernst, Bobbie en de geslepen Onix', waaronder een single, DVD, popcorn en superbubbel badschuim. Adverteerders zoals Attractiepark Slagharen, Disky en Jimmy's Popcorn hebben hun naam aan dit filmproject gekoppeld.

LEGIO MOGELIJKHEDEN

Een filmproject biedt talrijke commerciële mogelijkheden voor sponsors. Naast de exploitatie van licentieproducten kan een product ook met inscript branding, interactieve momenten of productplacement op een creatieve manier in beeld worden gebracht. Heb jij ideeën voor jouw product/merk en wil je graag betrokken worden bij toekomstige projecten van RTL Entertainment? Neem dan contact op met Maartje Rood, Accountmanager Licensing, tel: 035 - 711 39 74.



De film wordt het langverwachte bioscoopdebuut van de twee kinderhelden uit Ernst, Bobbie en de Rest. In de film Ernst, Bobbie en de geslepen Onix krijgen Ernst en Bobbie te horen dat een prachtig bos in de buurt gekapt gaat worden. Op deze plek wil de gemene Wolter Onix (een rol van Hidde Maas) een asfaltfabriek bouwen en heel Nederland asfalteren. Ernst en Bobbie gaan hier een stokje voor steken! Ze maken een afspraak met Onix: als het ze lukt een groot popconcert te organiseren in de Kuip met de gouden microfoon wordt het bos gered. Met hulp van de mooie tv-reporter Suzy (gespeeld door Nadja Hüpscher) gaan ze de uitdaging aan. Maar zal het ze lukken om dit allemaal op tijd voor elkaar te krijgen?

02 Een nieuw event, gebaseerd op een succesvolle tv-formule:

EIGEN HUIS & TUIN EVENT 7 T/M 10 JUNI 2007

Al vele jaren is het tv-programma Eigen Huis & Tuin een groot succes. Het is zelfs uitgegroeid tot het best bekeken woonprogramma op tv. Met wekelijks 1,3 miljoen kijkers is het zelfs uitgegroeid tot het best bekeken woonprogramma op tv. Aansluitend aan het tv-seizoen, de laatste aflevering van Eigen Huis & Tuin is op 2 juni, wordt het event neergezet in de Jaarbeurs te Utrecht.

NIET ALLEEN KIJKEN, MAAR OOK DOEN

Het tv-format vormt de basis van het Eigen Huis & Tuin Event. De drie thema's huis, tuin en sfeer staan centraal. Daar komt tijdens het live event nog een belangrijke dimensie bij. Alles draait om het 'zelf doen'. Bezoekers krijgen de kans om iets te leren of uit te proberen (metselen van een muurtje, snoeien van een heg, opknappen oude tafel etc.). Juist hierin schuilt de kracht van het event. De bezoeker wordt een enorme diversiteit geboden aan belevenissen, ontdekkingen en ervaringen. Hiervoor is een deelnameconcept ontwikkeld waarin je merk en product optimale exposure en interactiviteit genereren: de activiteitenpleinen. En nog makkelijker, de standbouw wordt geheel verzorgd. Op de activiteitenpleinen zullen de presentatoren van het RTL 4-programma Eigen Huis & Tuin Thomas, Lodewijk en Corine vier dagen lang workshops en demonstraties geven. Natuurlijk is het ook mogelijk een eigen stand neer te zetten.

PROFITEREN ÉN DEELNEMEN

Je kunt op vele manieren aan de beurs deelnemen. De mogelijkheden staan overzichtelijk weergegeven op de site www.eigenhuisentuinevent.nl. Ongeveer zes weken voor het event zal een uitgebreide campagne van start gaan. Hierbij wordt meegelift op het succes van het tv-programma, in de vorm van redactionele aandacht in en commercials rondom de uitzendingen. Ook internet en e-mailings worden ingezet en er worden diverse mediapakketten aangeboden.

■ VOOR MEER INFORMATIE: WWW.EIGENHUISENTUINEVENT.NL
VNU EXHIBITIONS EUROPE, 030 - 295 28 78.



'WONEN IN DE WOLKEN' WINT PRIJS

Op vrijdag 22 december heeft burgemeester Margreet Horselenberg de Promotie Award Lelystad 2006 uitgereikt aan het RTL 4-programma 'Wonen In De Wolken'. De overige twee genomineerden waren Lelystedeling en atletiek meerkampster Karin Ruckstuhl en Team Heiner van de Volvo Ocean Race.

In het programma Wonen In De Wolken stond 16 weken lang de bouw van bijzondere woningen in Lelystad op basis van welstandsvrij bouwen en particulier opdrachtgeverschap centraal. Vier families mochten hun droomhuis - geheel naar eigen ontwerp - in de nieuwe woonwijk De Landerijen bouwen. De

wekelijkse afleveringen lieten diverse elementen zien die bij het proces aan de orde kwamen, omlijst met aantrekkelijke beelden van de stad. "Een creatief en tegelijkertijd commercieel initiatief dat afstraalt op de stad en voor free publicity heeft gezorgd voor de woon- en leefkwaliteit van Lelystad", aldus de gemeente. Het programma werd o.a. gesponsord door Van Bruggen Adviesgroep, Latei projectontwikkeling en KOW architectuur.



HEEFT DE DIGITALE REVOLUTIE IMPACT OP TV-BELEVING?

Verkoopcijfers bewijzen het: TV kijken is hot en dan met name digitale TV! Niet alleen LCD- en plasma-schermen gaan als zoete broodjes over de toonbank (in Nederland naar schatting¹ in 2006 916.000 versus 110.000 in 2002), ook digitale ontvangst in Nederlandse huishoudens maakt een grote sprong; van 17% in de tweede helft van 2005 naar bijna 24% in de eerste helft in 2006!²

Reden genoeg om ons af te vragen wat de aanschaf van deze digitale producten en diensten doen met het kijkgedrag.

In november 2006 heeft TNS NIPO in opdracht van RTL Nederland onderzoek gedaan naar tv-beleving onder vier verschillende typen tv-kijkers. De resultaten van dit onderzoek geven een duidelijk beeld: door digitale televisie wordt tv-beleving positiever!

Ter illustratie:

- Digitale TV geeft meer kijkplezier (65%)
- Digitale TV levert betere beeldkwaliteit (87%)
- Digitale TV is value for money (63%)



1 bron: GfK Panelmarket 2 bron: SKO, juli 2006

Bovendien blijkt de digitale honger niet te stillen. Zo zijn consumenten met digitale ontvangst vaker van plan een plasma- of LCD-scherm te kopen dan consumenten met analoge ontvangst. Opvallend is verder dat zij hun plasma of LCD-scherm kopen terwijl de oude televisie nog niet aan vervanging toe is.

De opmars van digitale TV zal zich in 2007 verder doorzetten.

■ BEL VOOR MEER INFORMATIE EMILIE VAN DEN BERGE, AFDELING RESEARCH & INTELLIGENCE: 035 -711 38 49.

RTL GP, HET GROOTSTE MULTIMEDIALE AUTO- EN MOTORSPORTPLATFORM

RTL Nederland heeft met RTL GP alle relevante auto- en motorsport in huis: de MotoGP, met o.m. het grootste motorsportevenement van Nederland: de TT van Assen, de A1 Grand Prix, de Dakar rally, de 24 uur van Le Mans en natuurlijk ook de Formule 1 (F1).

De succesvolle F1-coureur Christijan Albers heeft zich voor drie jaar als ambassadeur aan RTL GP verbonden en zal zijn medewerking verlenen aan de verschillende RTL-programma's. "We



zijn buitengewoon content dat we gebruik kunnen maken van de expertise van deze Nederlandse F1-coureur van Spyker. Ik denk dat RTL en haar autosportfans heel veel plezier aan onze samenwerking beleven", aldus adjunct-directeur televisie Jaap Hofman.

TELEVISIE, TEXT EN INTERNET

Naast het live verslag en de samenvattingen van de diverse races bij RTL 7, staan alle uitslagen ook op TEXT (pagina 630) en kunnen fans op www.rtlgp.nl terecht voor o.m. videochats, forum, live streams en exclusieve videocontent. En vanaf 11 maart zendt RTL 7 iedere zondagavond het autosportmagazine RTL GP uit.

RTL GP is een sterk merk en biedt unieke mogelijkheden om auto- en motorsportliefhebbers te bereiken. Wij hebben een zeer compleet aanbod aan commerciële mogelijkheden voor televisie, internet en TEXT. Wil je weten welke mogelijkheden RTL GP biedt? Neem dan contact op met een van onze accountmanagers.

GOEDE PROMO'S POSITIEF VOOR ADVERTEERDER EN TV-ZENDER!

Vorig jaar heeft RTL - in samenwerking met Universal Media - een onderzoek* gepresenteerd waaruit onder meer bleek dat mensen die langer naar een programma kijken, met meer aandacht naar het programma en het daaropvolgende blok kijken. De reclameherinnering bij deze groep is maar liefst 33% hoger dan bij kijkers die met minder aandacht kijken!

Inmiddels zijn de resultaten bekend geworden van een vervolgstudie naar de effecten van promo's in reclameblokken.

De belangrijkste zijn:

- Hogere waardering van promo's leidt tot hogere aandacht van promo's.
- Wie meer aandacht voor de promo's heeft, heeft ook meer aandacht voor het gehele reclameblok.
- Goedgevaardeerde promo's aan het begin van het blok (positie 1 t/m 5) zorgen voor een verhoogde waardering van dat (gehele) blok. En verhoogde waardering leidt vervolgens weer tot een verhoogde aandacht voor het reclameblok.

Ook voor programmamakers levert de vervolgstudie interessante resultaten op. Tot de best gewaardeerde promo's behoorden creaties voor Las Vegas, CSI, en Dancing With The Stars. De laagste kijkintentie scoren promo's waarin een kandidatenoproep voor een nieuw programma plaatst vindt. Verder is aangetoond dat een goedgevaardeerde promo de kijkintentie van het desbetreffende programma verhoogt. Al met al is de conclusie gerechtvaardigd dat goedgevaardeerde promo's een positieve uitwerking voor zowel de adverteerder als de zender hebben.

Geïnteresseerd? Neem dan contact op met Andy Santegoeds, afdeling Research & Intelligence: 035 - 671 84 57.

* "Nettofractie. Nieuwe dimensie voor effectief TV-plannen" - voorjaar 2006



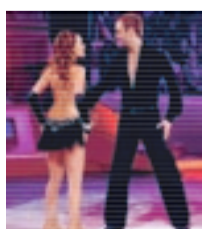
BOEK LODEWIJK EN HET BUITENLEVEN UIT

We kennen hem allemaal van het succesvolle RTL 4-programma Eigen Huis&Tuin, tuinexpert en presentator Lodewijk. In februari komt zijn boek 'Lodewijk en het buitenleven' uit. Een boek vol praktische tips over tuinen en tuinieren. Wil je een exemplaar winnen? Mail 'Boek Lodewijk en het buitenleven' naar hanneke.dingerdis@rtl.nl. Onder de inzendingen worden 4 exemplaren verloot.



WIN FINALE-KAARTEN 'DANCING ON ICE'

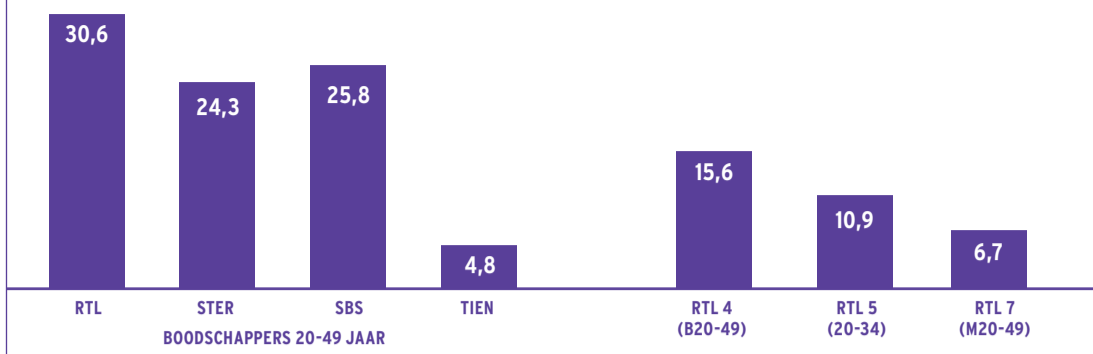
Elke vrijdagavond wordt bij RTL 4 een zinderende strijd geleverd op het ijs. Wie krijgen de meeste stemmen van de jury en het publiek en gaan strijden om de winnaars titel in de grote finale van Dancing on Ice op zaterdag 31 maart? Jij kunt bij deze finale van het ijsdanssspektakel aanwezig zijn! Mail 'Finale Dancing On Ice' naar hanneke.dingerdis@rtl.nl. Onder de inzendingen wordt 1 x twee finalekaarten voor 'Dancing On Ice: De Finale' verloot. De winnaar krijgt persoonlijk bericht.



■ DE OPNAMEN VINDEN PLAATS IN BAARN.

ZENDERAANDELEN

WINTERSEIZOEN



Bron: SKO, december 2006 t/m januari 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 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 met vermelding van de juiste en/of nieuwe adresgegevens.

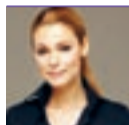
NIEUW BIJ RTL



STANDOFF

Elke maandag, 21.30 uur
Nieuwe serie rondom de FBI Negotiation Unit in LA.

rt(4)



WIE WORDT DE MAN VAN FROUKJE?

Vanaf 20 maart, dinsdag, 20.30 uur
Froukje gaat op zoek naar haar ideale man.

rt(4)



VOOR DE REST VAN JE LEVEN

Vanaf 20 maart, dinsdag, 21.30 uur
Nieuwe gameshow: twee spelers, veel geld en een dosis lef.

rt(4)



DE WEG NAAR FAME

Vanaf 8 maart, donderdag, 20.30 uur
Auditie voor vier hoofdrollen in de Nederlands musical Fame

rt(4)



MODELMASTERS: HOLLAND'S NEXT TOP MODEL

Vanaf 19 maart, maandag 20.30 uur
Wie volgt Sanne op?

rt(5)



EX WIVES CLUB

Vanaf 19 maart, maandag 21.30 uur
Beroemde vrouwen helpen lotgenoten over scheidingsleed heen.

rt(5)



DE NATIONALE CARRIÈRETEST

21 maart, woensdag, 20.30 uur
Hoe blij ben je met je baan? Liveshow gepresenteerd door Daphne Bunschoek.

rt(5)



JENSEN!

Vanaf 5 maart, maandag t/m vrijdag, 22.30 uur
Meest spraakmakende talkshow gaat weer van start.

rt(5)



FORMULE 1, AUSTRALIË

Zaterdag 17 maart kwalificatie:
Live 03.55 - 05.10 uur. Herhaling 13.55 - 15.10 uur

rt(7)

Zondag 18 maart, race:
Live 03.00 - 06.30 uur. Herhaling 13.00 - 16.30 uur

FAVORIETEN DECEMBER-JANUARI



ALL YOU NEED IS LOVE KERSTSPECIAL

De kerstdagen werden romantisch ingeluid bij RTL 4. Op zondag 24 december trakteerde de zender haar kijkers op een twee uur durende **kerstspecial van All You Need Is Love**. Uiteraard gepresenteerd door Robert ten Brink.

> 2.105.000 kijkers (6+)
> 14,5% Kijkdichtheid (B20-49)
> 31,2% Zenderaandeel (B20-49)

rt(4)

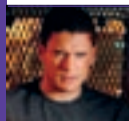


GOEDE TIJDEN, SLECHTE TIJDEN

De langstlopende dagelijkse Nederlandse soap scoort nog steeds een miljoenenpubliek.

> 1.428.000 kijkers (6+)
> 10,7% kijkdichtheid (B20-49)
> 25,3% Zenderaandeel (B20-49)

rt(4)

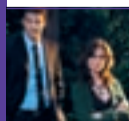


PRISON BREAK

Donderdag 18 januari was de spannende finale van het tweede seizoen van **Prison Break**. Meer dan een half miljoen mensen zagen hoe Michael en Lincoln wederom wisten te ontsnappen.

> 686.000 kijkers (6+)
> 8,1% kijkdichtheid (20-34)
> 16% Zenderaandeel (20-34)

rt(5)



BONES

Zondagavond is dé serie avond van RTL 5 met **CSI** gevolgd door de succesvolle forensische serie **Bones**. RTL 5 is inmiddels gestart met het tweede seizoen van deze serie waarin een cynische antropoloog en een eigenwijze FBI-agent samenwerken om langlopende moordzaken op te lossen.

> 965.000 kijkers (6+)
> 7,9% kijkdichtheid (20-34)
> 16,8% Zenderaandeel (20-34)

rt(5)



DAKAR

Op 6 januari is vanuit Lissabon een recordaantal Nederlandse avonturiers vertrokken: 26 motorrijders, 6 rallywagens en 15 trucks. De motorische slijtageslag door de Afrikaanse woestijn leverde mooie kijkcijfers op.

> 420.000 kijkers (6+)
> 5% Kijkdichtheid (M20-49)
> 14% Zenderaandeel (M20-49)

rt(7)