

A man with dark hair and a beard, wearing a purple and white plaid shirt, is pointing directly at the camera with both hands. He has a serious, intense expression. He is wearing a gold watch on his left wrist and a silver ring on his left hand. The background is plain white.

# INKOOP BROCHURE SPOTZENDTIJD 2012

rt nederland

**INKOOP  
BROCHURE  
SPOTZENDTIJD  
2012**

## INHOUDSOPGAVE

<b>INKOOP SPOTZENDTIJD</b>	<b>7</b>	<b>23</b>	<b>OPTIMAAL BEREIK</b>
ADVERTEREN IN RECLAMEBLOKKEN	9	25	VOORKEURSPOSITIE
INKOOP SPOTZENDTIJD RTL-ZENDERS	9	25	BEST SPOT
MAANDINDEX	9	25	AFREKENEN PER FLIGHT
DOELGROEPIINDEX	11	25	LOCAL AD INSERTION
SPOTLENGTE-INDEX	12	25	EEN TELEVISIECAMPAGNE ALS STREAMSPOT OP INTERNET
<b>PRODUCTOVERZICHT &amp; INKOOPMOGELIJKHEDEN</b>	<b>13</b>	<b>27</b>	<b>BILLBOARDING &amp; SPECIAL ADVERTISING</b>
PRODUCTOVERZICHT	15	29	BILLBOARDING
INKOOPMOGELIJKHEDEN	17	29	MOVING BILLBOARDS
<b>PROGRAMMERINGSPAKKETTEN</b>	<b>17</b>	29	SPECIAL ADVERTISING
SPECIFIEK FIXED BUDGET	17	29	IDENTSPOT
SPECIFIEKE GRP	18	29	BLOCKCLOSER
STURING VAST	18	29	BRANDED SPLIT
<b>TIJDVAKPAKKETTEN</b>	<b>18</b>	30	FRAME SPLIT
TOP TIME PAKKET	19	30	CONTENT SPLIT
TOP TIME & RTL XL PAKKET	19	30	OVERLAY BANNER
EARLY & LATE TIME PAKKET	19	<b>31</b>	<b>CONTACTPERSONEN</b>
DAYTIME PAKKET	19	32	TV SPOT
NIGHTTIME PAKKET	19	34	SALES OPTIMISATION
PROMILLAGE PAKKET	20	37	BRANDED CONTENT
<b>THEMAPAKKETTEN</b>	<b>20</b>	<b>39</b>	<b>ALGEMENE VOORWAARDEN</b>
RTL GP PAKKET	20	41	RTL NEDERLAND BIJDT MEER
RTL VOETBAL PAKKET	20	42	VOORWAARDEN
RTL Z & NIEUWS PAKKET	20		
RTL TELEKIDS PAKKET	20		
RTL LOUNGE & DAYTIME PAKKET	21		
RTL CRIME & DAYTIME PAKKET	21		
INKOOPOPTIES RTL Z	21		
<b>INSTAPTARIEVEN</b>	<b>22</b>		



# INKOOP SPOTZENDTIJD



## ADVERTEREN IN RECLAMEBLOKKEN

Miljoenen kijkers stemmen dagelijks voor het laatste nieuws, amusement en sport af op de zenders van RTL. Televisie is dan ook bij uitstek geschikt voor het vergroten van naamsbekendheid, het verbeteren van een imago, het stimuleren van (actie)verkoop en het introduceren van producten. Het grote bereik en de impact maken dat jouw campagne in de reclameblokken van RTL 4, RTL 5, RTL 7, RTL 8 en de digitale zenders RTL Lounge en RTL Crime niet mag ontbreken. En als je kiest voor special advertising valt de commercial nog meer op. Naast adverteren in reclameblokken behoort ook billboardering tot de mogelijkheden. Wij kijken graag samen naar je wensen en doelstellingen om een zo optimaal mogelijk resultaat te behalen.

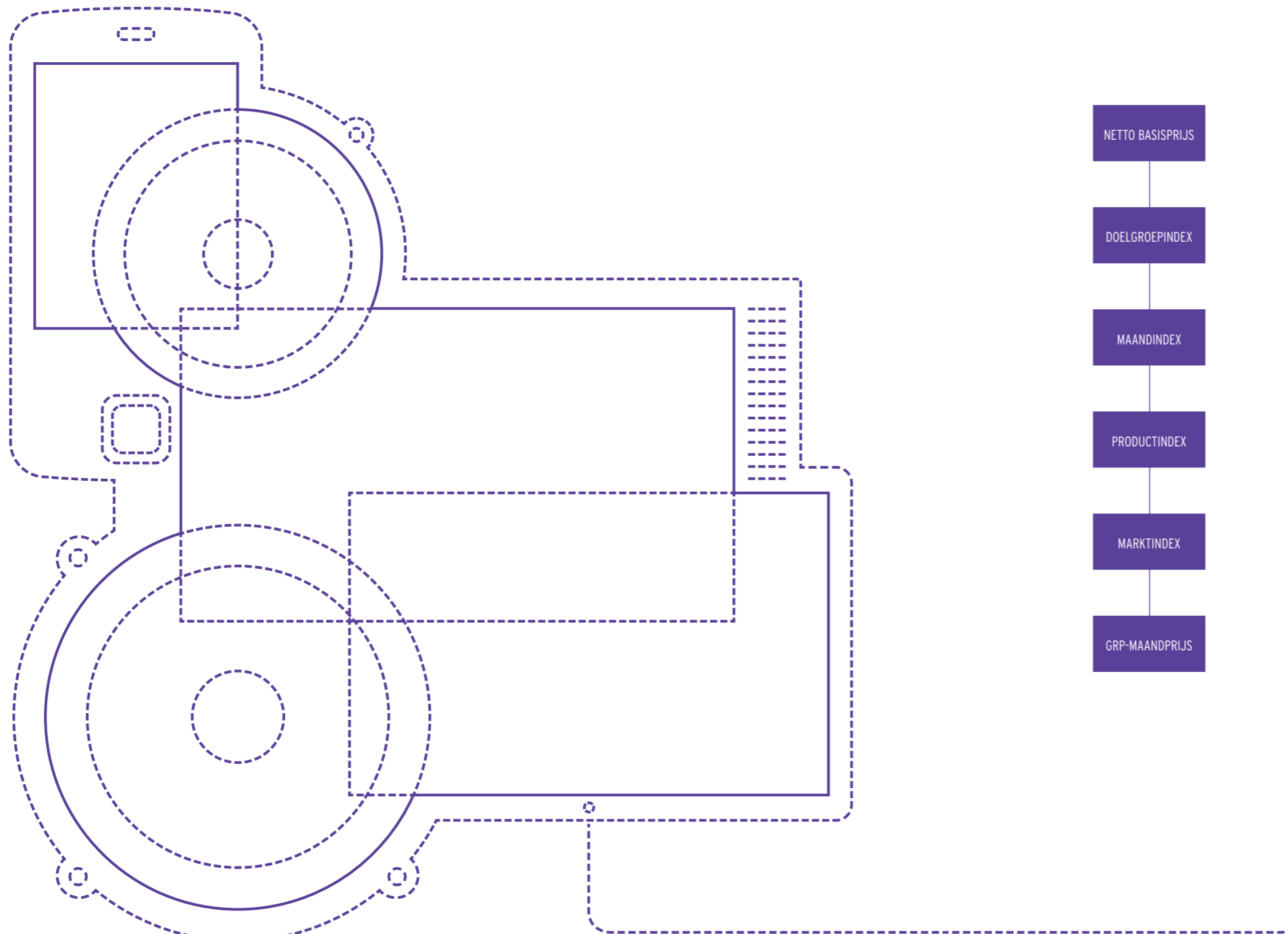
### INKOOP SPOTZENDTIJD RTL ZENDERS

Onze inkoopopties staan voor volledige prijszekerheid in combinatie met diversiteit. Met de flexibele inkoopmogelijkheden kun je alle producten met elkaar combineren en bepaal je zelf de mate van sturing. Je kunt onze zendtijd op verschillende niveaus inkopen: op programma-, thema- en tijdvakniveau. De inkoopsystematiek werkt als volgt: in het concerncontract van de adverteerder wordt een netto basisprijs per GRP afgesproken, op basis van een 30 seconden commercial. Met behulp van de doelgroepindex wordt de prijs voor alle doelgroepen vastgesteld. Om de netto basis maandprijs te berekenen, wordt de basisprijs vermenigvuldigd met de maandindex. Je kunt hierbij kiezen uit diverse inkoopopties met elk een eigen productindex ten opzichte van de netto basis maandprijs. Deze productindex bepaalt de hiërarchie van indeling. Voor een juiste balans in vraag en aanbod publiceren we maandelijks de marktindex (90-110) en kunnen we de productindex uiterlijk de twintigste van de maand voorafgaand aan de inkoopmaand aanpassen met maximaal plus of min 3 indexpunten.

### MAANDINDEX

Voor 2012 gelden de volgende maandindexen:

JAN	FEB	MRT	APR	MEI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEC
59	75	87	111	132	125	78	82	127	133	130	109



**DOELGROEPIINDEX**

De RTL-zenders zijn duidelijk gepositioneerd en vullen elkaar goed aan. Familiezender RTL 4 richt zich op boodschappers 20-49 jaar, RTL 5 heeft de 20-34 jarigen als belangrijkste doelgroep, RTL 7 mannen 20-49 jaar, RTL 8 en RTL Lounge richten zich op vrouwen 20-49 jaar en RTL Crime heeft 20-49 als core-doelgroep.

Voor 2012 gelden de volgende doelgroepindexen. Indien je Specifiek Fixed Budget of Specifieke GRP (zie Programmeringspakketten op pagina 17) inkoop op de core doelgroep van de zender, is de doelgroepindex 2 punten lager.

DOELGROEP	DOELGROEPIINDEX	DOELGROEP	DOELGROEPIINDEX
20-49 jaar	102	Vrouwen 20-49 jaar	88 Specifieke inkoop bij RTL 8: 86
Boodschappers 20-49 jaar	92 Specifieke inkoop bij RTL 4: 90	Mannen 20-49 jaar	106 Specifieke inkoop bij RTL 7: 104
Boodschappers met kind	91	Vrouwen 20-34 jaar	88
20-34 jaar	104 Specifieke inkoop bij RTL 5: 102	Vrouwen 35-49 jaar	87

#### SPOTLENGTE-INDEX

De netto basisprijs uit het concerncontract is gebaseerd op een spotlengte van 30 seconden. Voor commercials met een afwijkende spotlengte hanteren wij onderstaande indexering. Voor alle meerlingspots (basisspot en reminders) geldt een indexcorrectie. De spotlengtes van de basisspot en reminders worden bij elkaar opgeteld en deze totale spotlengte wordt in rekening gebracht. Voor een drieling- en vierlingspot geldt een indexcorrectie met een toeslag van respectievelijk 5% en 10% op het netto GRP-tarief.

SPOTLENGTE IN SECONDEN	SPOTLENGTE-INDEX
5	40
10	50
15	60
20	75
25	85
30	100
35	115
40	130
45	145
50	160
55	170
60	180

Spotlengte > 60 seconden, spotlengte-index naar rato van 60 seconden spot.



# PRODUCTOVERZICHT & INKOOPT- MOGELIJKHEDEN



PROGRAMMERING	BLOKSTURING	PRODUCTINDEX	VAST SCHEMA	INDELING	BLOK-OPTIMALISATIE****	FIXED BUDGET OP CAMPAGNENIVEAU	MINIMAAL AANTAL GRP'S	MINIMALE LOOPTIJD
SPECIFIEK FIXED BUDGET	o.b.v. selectieve blokselectie (150%)	RTL 4 & RTL 5: 123 RTL 7 & RTL 8: 121	Ja	per zender	Ja	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	15	7 dagen
SPECIFIEKE GRP	o.b.v. selectieve blokselectie (150%)	RTL 4 & RTL 5: 120 RTL 7 & RTL 8: 118	Ja	per zender	Ja	Nee, afgerekend op behaalde GRP's	n.v.t.	n.v.t.
STURING VAST PAKKET	o.b.v. selectieve blokselectie (200%)	118	Ja verplaatsbaar voor spec. inkoop	Minimaal 3 RTL-zenders	Nee	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	15	7 dagen
TIJDVAK	TIJDVAKSTURING	PRODUCTINDEX	VAST SCHEMA	INDELING	BLOK-OPTIMALISATIE****	FIXED BUDGET OP CAMPAGNENIVEAU	MINIMAAL AANTAL GRP'S	MINIMALE LOOPTIJD
TOP TIME PAKKET*	19.30-23.00 uur	112	Nee	RTL 4, 5, 7, 8	Nee	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	15	7 dagen
TOP TIME & RTL XL PAKKET*	TV: 19.30-23.00 uur RTL XL: ROC	112	Nee	3 RTL-zenders naar keuze & RTL XL	Nee	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	12	7 dagen
EARLY & LATE TIME PAKKET	16.30-20.00 uur & 22.30-24.30 uur	96	Nee	RTL 4, 5, 7, 8	Nee	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	15	7 dagen
DAYTIME PAKKET	06.30-18.00 uur	74/89	Nee	Combinatie RTL 4, 5, 7, 8, afh. van inkoopdoelgroep	Nee	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	5	7 dagen
NIGHTTIME PAKKET	Tijdvaksturing 24.00-26.00 uur	74	Nee	RTL 4, 5, 7, 8	Nee	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	5	7 dagen
PROMILLAGE PAKKET	Tijdvaksturing 21.00-24.30 uur	107	Nee	RTL 4, 5, 7, 8	Nee	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	15	7 dagen
THEMA	STURING	PRODUCTINDEX	VAST SCHEMA	INDELING	BLOK-OPTIMALISATIE****	FIXED BUDGET OP CAMPAGNENIVEAU	MINIMAAL AANTAL GRP'S	MINIMALE LOOPTIJD
RTL GP PAKKET**	RTL GP-programma's	113	Nee	RTL 7	Nee	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	15	7 dagen
RTL VOETBAL PAKKET**	Voetbalprogramma's	113	Nee	RTL 7	Nee	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	10	7 dagen
RTL Z & NIEUWS PAKKET**	RTL Z, Ochtend en Late Nieuws RTL 4	78	Nee	RTL 4 en RTL Z	Nee	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	5	7 dagen
RTL TELEKIDS PAKKET***	RTL Telekids-programma's	Tarief op internet	Nee	RTL 8	Nee	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	5	7 dagen
RTL LOUNGE & DAYTIME PAKKET	RTL Lounge gehele tijdvak, RTL 4 & RTL 8: 6.30-18.00	74/89	Nee	RTL Lounge & Daytime RTL 4 & 8	Nee	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	5	7 dagen
RTL CRIME & DAYTIME PAKKET	RTL Crime gehele tijdvak, RTL 4, 5, 7, 8: 6.30-18.00	74/89	Nee	RTL Crime & Daytime RTL 4, 5, 7, 8	Nee	Ja, over- en onderscores op campagneniveau verrekend	5	7 dagen

De productindex kan tot uiterlijk de twintigste van de maand voorafgaand aan de inkoopmaand aangepast worden met maximaal plus of min index-3 punten.

- \* Maximaal 30% van het campagnebudget mag ingezet worden in een Top Time of Top Time & RTL XL Pakket. Het opgetelde budget van het Top Time Pakket en het Top Time & RTL XL Pakket mag eveneens maximaal 30% van het campagnebudget zijn.
- \*\* Alleen in te kopen voor mannelijke doelgroepen, B-to-B, 20-49 en 35-49 jaar. Ook mogelijk in combinatie met internet.
- \*\*\* In te kopen voor de doelgroepen 3-8 jaar, 3-5 jaar, 6-8 jaar, boodschappers met kind en boodschappers met kind 0-5 jaar.
- \*\*\*\* O.a. mogelijk via TIP (tipnl.nl) en Mediaview.



## INKOOPMOGELIJKHEDEN

### PROGRAMMERINGSPAKKETTEN

Met onderstaande specifieke inkoopvormen kies je zelf de programma's die het beste passen bij de campagne. De blokken moeten voldoen aan een selectiviteitseis t.o.v. 20-49 jaar. Voor 20-49 jaar geldt een selectiviteitseis t.o.v. de core-doelgroep van de zenders. Na indeling van de campagne wordt het schema vastgezet en niet meer gewijzigd, met uitzondering van wijzigingen op grond van producthiërarchie of prognoses. In dat geval nemen wij contact met je op om samen te kijken naar een goed alternatief.

#### SELECTIVITEITSEIS T.O.V. 20-49 JAAR

DOELGROEPEN	SELECTIVITEIT
Bds + kind, V20-49, V20-34, V35-39	115
Bds 20-49	105
20-34	100
M20-49	90

#### SELECTIVITEITSEIS T.O.V. CORE-DOELGROEP ZENDERS

DOELGROEP	RTL 4 (Bds20-49)	RTL 5 (20-34)	RTL 7 (M20-49)	RTL 8 (V20-49)
20-49	90	85	85	75

#### SPECIFIEK FIXED BUDGET

- Je kiest zelf de zender en daarbinnen de reclameblokken.
- Bij verwachte over- en onderscores boeken wij in overleg blokken bij of af. Onze prognoses zijn hierbij uitgangspunt.
- Voor de initiële indeling is per ingekochte zender een ruime selectieve blokselectie nodig (150%).
- Over- en onderscores van de diverse inkoopvormen worden binnen de campagne met elkaar verrekend.
- Optimalisatie van het uitzendschema is mogelijk, onder andere via TIP en Mediaview.
- Bij inkoop op de core-doelgroep van de zender is de doelgroepindex 2 punten lager.
- Minimaal aantal GRP's: 15.
- Minimale looptijd: 7 dagen.
- Productindex:  
RTL 4 & RTL 5: 123  
RTL 7 & RTL 8: 121

#### SPECIFIEKE GRP

- Je kiest zelf de zender en daarbinnen de reclameblokken.
- Voor de initiële indeling is per ingekochte zender een ruime selectieve blokselectie nodig (150%).
- Het daadwerkelijk aantal behaalde GRP's wordt in rekening gebracht.
- Optimalisatie van het uitzendschema is mogelijk, onder andere via TIP en Mediaview.
- Bij inkoop op de core doelgroep van de zender is de doelgroepindex 2 punten lager.
- Productindex:  
RTL 4 & RTL 5: 120  
RTL 7 & RTL 8: 118

#### STURING VAST

- Je kiest minimaal 3 zenders en daarbinnen de reclameblokken.
- Bij verwachte over- en onderscores boeken wij in overleg blokken bij of af. Onze prognoses zijn hierbij uitgangspunt.
- Voor de initiële indeling is per ingekochte zender een ruime selectieve blokselectie nodig (200%).
- Indien wij 4 dagen voor het einde van de subperiode nog geen blokselectie hebben ontvangen, boeken wij naar eigen inzicht blokken bij.
- De blokselectie moet voldoen aan de budgetverdeling over de RTL-zenders, die maandelijks wordt gepubliceerd op [rtl nederland.nl/adverteren](http://rtl nederland.nl/adverteren).
- Het uitzendschema wordt gefixeerd na initiële indeling, maar blijft verplaatsbaar voor specifiek ingekochte zendtijd.
- Over- en onderscores van de diverse inkoopvormen worden binnen de campagne met elkaar verrekend.
- Optimalisatie van het uitzendschema is niet mogelijk.
- Minimaal aantal GRP's: 15.
- Minimale looptijd: 7 dagen.
- Productindex: 118.

#### TIJDVAKPAKKETTEN

Met een tijdvakpakket bepaal je zelf in welk tijdvak de spots worden geplaatst. Wij zorgen voor de indeling binnen het tijdvak. De campagne wordt, met uitzondering van het Daytime Pakket, bij RTL 4, RTL 5, RTL 7 en RTL 8 ingedeeld. Het uitsluiten van een zender kan tegen een toeslag van 5% op het netto GRP-tarief. Met deze pakketvormen is het niet toegestaan om te optimaliseren, zijn spots door ons verplaatsbaar en worden over- en onderscores met elkaar verrekend. De minimale looptijd van alle campagnes is 7 dagen.



#### TOP TIME PAKKET

- Spots worden uitgezonden tussen 19.30 en 23.00 uur en bij topevenementen of -programming.
- De topevenementen en -programming die onderdeel uitmaken van het Top Time Pakket worden maandelijks op [rtl nederland.nl/adverteren](http://rtl nederland.nl/adverteren) gepubliceerd.
- Het opgetelde budget van het Top Time Pakket en het Top Time & RTL XL Pakket mag maximaal 30% van het campagnebudget zijn.
- Minimaal aantal GRP's: 15.
- Productindex: 112.

#### TOP TIME & RTL XL PAKKET

- Spots worden uitgezonden tussen 19.30 en 23.00 uur en bij topevenementen of -programming bij 3 zenders naar keuze.
- Op RTL XL wordt de uiting in de channel van de inkoopdoelgroep vertoond. Het ROC-tarief uit het contract is hierop van toepassing.
- Het opgetelde budget van het Top Time Pakket en het Top Time & RTL XL Pakket mag maximaal 30% van het campagnebudget zijn.
- Op RTL XL kunnen geen meerlingspots worden ingezet.
- Minimaal aantal GRP's: 12.
- Productindex: 112.

#### EARLY & LATE TIME PAKKET

- Spots worden uitgezonden tussen 16.30 en 20.00 uur en tussen 22.30 en 24.30 uur.
- Minimaal aantal GRP's: 15.
- Productindex: 96.

#### DAYTIME PAKKET

- Spots worden uitgezonden tussen 06.30 en 18.00 uur.
- Bij een DRTV-campagne kan het uitzendschema worden gefixeerd tegen een toeslag van 5%.
- Minimaal aantal GRP's: 5.
- Campagnes ingekocht op vrouwelijke doelgroepen, boodschappers en 50+ worden ingedeeld bij RTL 4, RTL 5 en RTL 8 tegen productindex 74.
- Campagnes ingekocht op mannelijke doelgroepen worden ingedeeld bij RTL 7 en RTL Z tegen productindex 74.
- Campagnes ingekocht op overige doelgroepen worden ingedeeld bij alle RTL-zenders tegen productindex 89.

#### NIGHTTIME PAKKET

- Spots worden uitgezonden tussen 24.00 en 26.00 uur.
- Minimaal aantal GRP's: 5.
- Productindex: 74.

#### PROMILLAGE PAKKET

- Dit pakket kan alleen worden ingekocht voor reclame-uitingen voor alcoholhoudende dranken.
- Spots worden uitgezonden tussen 21.00 en 24.30 uur.
- Minimaal aantal GRP's: 15.
- Productindex: 107.

#### THEMAPAKKETTEN

Wil je aanwezig zijn bij aansprekende thema's zoals auto- en motorsport, lifestyle, kids, nieuws, crime en voetbal? Dat kan met het RTL GP Pakket, het RTL Voetbal Pakket, het RTL Z & Nieuws Pakket, het RTL Telekids Pakket, het RTL Lounge & Daytime Pakket en het RTL Crime & Daytime Pakket. Met deze pakketten is het ook mogelijk om je campagne door te zetten op aan dit thema gerelateerde websites. Bij themapakketten delen wij de spots in en zijn spots door ons verplaatsbaar binnen het desbetreffende thema. Optimalisatie van de uitzendschema's is niet mogelijk. Over- en onderscores worden binnen een campagne met elkaar verrekend. De minimale looptijd van campagnes is 7 dagen.

#### RTL GP PAKKET

- Spots worden uitgezonden bij RTL GP-programma's.
- De RTL GP-programmering wordt maandelijks op [rtlnederland.nl/adverteren](http://rtl nederland.nl/adverteren) gepubliceerd.
- Minimaal aantal GRP's: 15.
- Productindex doelgroep mannen, B-to-B, 20-49, 35-49 jaar: 113.

#### RTL VOETBAL PAKKET

- Spots worden uitgezonden bij voetbalprogramma's zoals Voetbal International, Jupiler League en UEFA Europa League.
- Minimaal aantal GRP's: 10.
- Productindex doelgroep mannen, B-to-B, 20-49, 35-49 jaar: 113.

#### RTL Z & NIEUWS PAKKET

- Spots worden uitgezonden bij RTL Z-programmering (RTL 7) en het Ochtend- en Late Nieuws bij RTL 4.
- Minimaal aantal GRP's: 5.
- Productindex doelgroepen mannen, B-to-B, 20-49, 35-49 jaar: 78.

#### RTL TELEKIDS PAKKET

- Spots gericht op kinderen van 3 tot 8 jaar en/of hun ouders worden uitgezonden bij RTL Telekids programmering bij RTL 8.
- Inkoop van dit pakket is niet mogelijk voor reclame voor voedingsmiddelen.
- Minimaal aantal GRP's: 5.
- Tarieven worden per kwartaal gepubliceerd op [rtlnederland.nl/adverteren](http://rtl nederland.nl/adverteren).



#### RTL LOUNGE & DAYTIME PAKKET

- Spots worden uitgezonden bij RTL Lounge tussen 2.00 en 26.00 uur en bij RTL 4 & RTL 8 tussen 6.30 en 18.00 uur.
- Minimaal aantal GRP's: 5.
- Productindex boodschappers, vrouwelijke en 50+ doelgroepen: 74
- Productindex overige doelgroepen: 89.
- Inkoop op mannelijke doelgroepen is niet mogelijk.

#### RTL CRIME & DAYTIME PAKKET

- Spots worden uitgezonden bij RTL Crime tussen 2.00 en 26.00 uur en bij RTL 4, 5, 7 en 8 tussen 6.30 en 18.00 uur.
- Minimaal aantal GRP's: 5.
- Productindex boodschappers, vrouwelijke en 50+ doelgroepen: 74.
- Productindex overige doelgroepen: 89.

#### INKOOPOPTIES RTL Z: DÉ NIEUWSZENDER VAN NEDERLAND

RTL Z is een autoriteit op het gebied van financieel-economisch en algemeen (wereld)nieuws. De zender biedt met haar zakelijke uitstraling de ideale omgeving om specifieke doelgroepen zoals B-to-B, beleggers in effecten, 20-49 AB1 en 50+ te bereiken. Er zijn diverse inkoopmogelijkheden, zoals het RTL Z Spotpakket en RTL Z Infomercials. Met een maximum van 4 minuten geeft een infomercial veel ruimte om je boodschap onder de aandacht te brengen, bijvoorbeeld voor een bedrijfsfilm of het communiceren van positieve jaarcijfers. Ook billboardage, sponsoring en exposure op [rtlz.nl](http://rtlz.nl) behoren tot de mogelijkheden. In de RTL Z Nieuwsbrief staan alle mogelijkheden en tarieven op een rij. Wil je deze nieuwsbrief ontvangen? Neem dan contact op met je accountmanager of mail naar [naw@rtl.nl](mailto:naw@rtl.nl).

## INSTAPTARIEVEN

Nieuwe adverteerders die nog geen concerncontract hebben, profiteren van gunstige instaptarieven. Met onderstaande instaptarieven kun je volgens onze inkoopstelselmatiek diverse producten en doelgroepen inkopen. Deze netto basisprijzen gelden voor een 30 seconden commercial.

BUDGET	INSTAPTARIEF	BUDGET	INSTAPTARIEF
€ 0 tot € 100.000	€ 1.540	€ 250.000 tot € 500.000	€ 1.320
€ 100.000 tot € 250.000	€ 1.415	Vanaf € 500.000	€ 1.250

### REKENVOORBEELD

Een klant heeft een netto basisprijs van € 1.000. Deze klant wil een Top Time Pakket in de doelgroep boodschappers 20-49 jaar in maart inkopen voor een 20 seconden commercial. De marktindex is voor maart op 100 gesteld.

### REKENSOM:

Netto basisprijs (€ 1.000) x doelgroepindex boodschappers 20-49 jaar (92) x maandindex maart (87) x productindex Top Time Pakket (112) x marktindex maart (100) x spotlengte-index 20 seconden (0.75) = netto GRP-tarief Top Time Pakket in maart (€ 672,34).



# OPTIMAAL BEREIK



## OPTIMAAL BEREIK

### VOORKEURSPOSITIE

Een voorkeurspositie vergroot de effectiviteit van een spotcampagne. In het concerncontract kunnen afspraken worden gemaakt over voorkeursposities in een reclameblok. Hiervoor gelden onderstaande toeslagen. De waarde van voorkeursposities wordt gebaseerd op gerealiseerde GRP's.

VOORKEURSPOSITIE	TOESLAG OP NETTO GRP-TARIEF	VOORKEURSPOSITIE	TOESLAG OP NETTO GRP-TARIEF
Eerste positie	25%	Voorlaatste positie	10%
Tweede positie	15%	Laatste positie	12,5%

### BEST SPOT

Met Best Spot ben je verzekerd van de eerste of laatste positie in een door jou aangegeven reclameblok. De inkoop van Best Spot is alleen mogelijk in combinatie met Specifiek Fixed Budget of Specifieke GRP. Toeslag op het netto GRP-tarief: eerste positie: 25%, laatste positie: 12,5%.

### AFREKENEN PER FLIGHT

Je kunt voor een campagne verschillende flights inkopen die niet met elkaar worden verrekend. Indien je voor de mogelijkheid van afrekenen per flight kiest, dient de looptijd van de flight maandoverschrijdend te zijn. Binnen deze flight worden de behaalde GRP's van de verschillende maanden met elkaar verrekend. Wil je binnen een maand verschillende flights inzetten die niet met elkaar worden verrekend, dan kun je deze inkopen als Specifieke GRP.

### LOCAL AD INSERTION

Met Local Ad Insertion kun je de communicatie-uiting per regio differentiëren. Wij onderscheiden diverse regio's en je kunt zelf de communicatiegebieden samenstellen. Met segmentatie per regio optimaliseer je het campagnebereik en kun je bijvoorbeeld leads naar regionale vestigingen stimuleren.

### EEN TELEVISIECAMPAGNE ALS STREAMSPOT OP INTERNET

Je kunt heel eenvoudig een televisiecampagne als streamspot op het RTL-netwerk doorzetten. Het omzetten van een televisiecommercial naar een streamspot is gratis. Naast tailormade mogelijkheden kun je reguliere streamspotpakketten op doelgroep- en themaniveau inkopen.



# BILLBOARDING & SPECIAL ADVERTISING



## BILLBOARDING EN SPECIAL ADVERTISING

### BILLBOARDING: ADVERTEREN MET IMPACT

Billboarding is een bewezen advertentievorm waarbij je door een relevante koppeling tussen programma en merk, de naams- en merkbekendheid vergroot. Met billboarding plaats je je product of dienst midden in de belevingswereld van jouw doelgroep. Je profiteert van de binding die is opgebouwd met de kijker, het Umfeld, de populariteit en het imago van een programma. Dit levert een hoog bereik en een hoge contactfrequentie op, waardoor billboarding zeer interessant is om in korte tijd de naamsbekendheid te vergroten. Met de inzet van billboards en breakbumpers kan tegen lage productiekosten en in korte tijd een effectieve televisiecampagne gerealiseerd worden. Actuele billboardmogelijkheden en tarieven vind je terug op [rtl nederland.nl/adverteren](http://rtl nederland.nl/adverteren).

### BEREIK MEER MET MOVING BILLBOARDS

Het moving billboard is een advertentievorm waarbij je met meerdere billboards een miniverhaal vertelt. Deze manier van billboarding geeft veel creatieve mogelijkheden om een verhaallijn gedurende een programma te creëren. Met een onderscheidende invulling van een begin-, midden- en eindbillboard valt jouw uiting nog meer op.

### SPECIAL ADVERTISING: OPVALLEND EFFECTIEF

Bij special advertising wordt jouw uiting op een creatieve manier verweven in de vormgeving van de zender of in een programma. De exclusieve uitzendpositie en de creatieve vormgeving zorgen voor een hoge attentiewaarde. Het is niet noodzakelijk een eigen commercial te hebben, wij kunnen de volledige productie van de uiting op ons nemen; van concept tot en met creatieve uitwerking. Er zijn 6 verschillende vormen van special advertising:

#### IDENTSPOT

De commercial wordt verweven met de vormgeving die het reclameblok opent (station ident). Hierna volgt een vloeiende overgang naar de commercial. Productindex: RTL 4: 161, RTL 5 & RTL 7: 158, RTL 8: 155.

#### BLOCKCLOSER

De commercial wordt verweven met de vormgeving die het reclameblok afsluit. De blockcloser wordt ingezet in combinatie met de identspot, zodat je het gehele reclameblok claimt. Productindex: RTL 4: 161, RTL 5 & RTL 7: 158, RTL 8: 155.

#### BRANDED SPLIT

De commercial wordt verweven met het RTL programmaoverzicht, waarna het programma wordt vertoond. Productindex: 166.

#### FRAME SPLIT

De commercial wordt tussen twee programma's geplaatst, in de look & feel van de zender. Onder in beeld is een aftelklok te zien ter aankondiging van het volgende programma. Productindex: 166.

#### CONTENT SPLIT

De commercial wordt tussen twee programma's geplaatst, in de look & feel van de zender. Bovendien wordt de uiting gekoppeld aan actuele content zoals het weer of sportuitslagen. Productindex: 171.

#### OVERLAY BANNER

De commerciële uiting is als banner te zien tijdens een programma. Productindex: 181.

PRODUCT	POSITIE	INDEX
Identspot	Voorafgaand aan reclameblok	RTL 4: 161, RTL 5 & RTL 7: 158 RTL 8: 155
Blockcloser	Na afloop van reclameblok	RTL 4: 161, RTL 5 & RTL 7: 158 RTL 8: 155
Branded split	Geïntegreerd in programma-overzicht	166
Frame split	Tussen twee programma's	166
Content split	Actuele content tijdens het programma	171
Overlay banner	Tijdens het programma	181

Minimale basisprijs is € 640,-

Onderzoek van de Vos & Jansen naar de effecten van de identspot toont aan dat:

- de spontane reclameherinnering van een identspot maar liefst 2 keer zo hoog is als bij een reguliere commercial in het blok.
- het merendeel van de respondenten een identspot een originele (65%) en opvallende (56%) manier vindt om reclame te maken.
- de identspot een duidelijke meerwaarde heeft op de reclameherinnering ten opzichte van de reguliere commercial op de eerste positie: de identspot zorgt voor 32% meer reclameherinnering.
- de productherinnering significant beter is bij een identspot dan bij een reguliere commercial: de spontane productherinnering bij een identspot ligt maar liefst 58% hoger.



# CONTACTPERSONEN

# TV SPOT



Hans Duiverman 035 711 39 00  
Directeur Verkoop TV Spot  
hans.duiverman@rtl.nl



Barry Doodeman 035 711 39 60  
Salesmanager TV Spot  
barry.doodeman@rtl.nl



Rosier te Pas 035 711 38 10  
Salesmanager TV Spot  
rosier.te.pas@rtl.nl



Ronen Wolf 035 711 39 49  
Accountmanager special advertising  
ronen.wolf@rtl.nl



Kim Somers 035 671 85 83  
Projectcoördinator special advertising  
kim.somers@rtl.nl



Lodewijk Mengelberg 035 711 38 25  
Salesmanager RTL Z  
lodewijk.mengelberg@rtl.nl



Hester Westland 035 711 39 41  
Sr. Accountmanager TV Spot  
hester.westland@rtl.nl



Elles van Duijn 035 711 38 19  
Accountmanager TV Spot  
elles.van.duijn@rtl.nl



Jùlia Schoemaker 035 711 39 05  
Accountmanager TV Spot  
julia.schoemaker@rtl.nl



John Wolters 035 711 38 64  
Accountmanager RTL Z  
john.wolters@rtl.nl



Gaby Kuitert 035 711 39 00  
Sr. Secretaresse TV Spot  
gaby.kuitert@rtl.nl



Bianca Dorresteijn 035 711 39 23  
Sales Assistant TV Spot  
bianca.dorresteijn@rtl.nl



Lars Brassem 035 711 38 21  
Accountmanager TV Spot  
lars.brassem@rtl.nl



Michiel van Eekelen 035 711 39 56  
Accountmanager TV Spot  
michiel.van.eekelen@rtl.nl



Barry Pearson 035 711 38 91  
Sr. Accountmanager special advertising  
barry.pearson@rtl.nl



Jacqueline van den Boogert 035 711 38 30  
Sales Assistant TV Spot  
jacqueline.van.den.boogert@rtl.nl

# TV SPOT

# SALES OPTIMISATION



Esther Tromp 035 711 39 19  
Manager Sales Optimisation  
esther.tromp@rtl.nl



Marlous van Eijck 035 711 39 15  
Coördinator TV Planning  
marlous.van.eijck@rtl.nl



Tanja Koomen 035 711 39 09  
TV Planner  
tanja.koomen@rtl.nl



Yvonne van Braak 035 711 38 12  
TV Planner  
yvonne.van.braak@rtl.nl



Sandra Manten 035 711 39 21  
TV Planner  
sandra.manten@rtl.nl



Mirjam Visser 035 711 39 62  
TV Planner  
mirjam.visser@rtl.nl



Ilse Peereboom 035 711 39 17  
TV Planner  
ilse.peereboom@rtl.nl



Laura Vos 035 711 39 24  
TV Planner  
laura.vos@rtl.nl



Michelle Smulders-van Gelder 035 711 39 51  
TV Planner  
michelle.smulders@rtl.nl

# SALES OPTIMISATION



Paola Cecco 035 711 39 16  
Coördinator TV Planning  
paola.cecco@rtl.nl



Monique Hellenberg 035 711 39 18  
TV Planner  
monique.hellenberg@rtl.nl



Monique Doorn 035 711 39 32  
TV Planner  
monique.doorn@rtl.nl



Carolien Looijestijn 035 711 39 14  
TV Planner  
carolien.looijestijn@rtl.nl



Debby Jongerius 035 711 39 13  
TV Planner  
debby.jongerius@rtl.nl



Eline Blom 035 711 39 36  
TV Planner  
eline.blom@rtl.nl



Nicky van Gend 035 711 39 40  
TV Planner  
nicky.van.gend@rtl.nl

# SALES OPTIMISATION



Stephanie Verweij 035 711 38 87  
Coördinator Block Optimisation  
stephanie.verweij@rtl.nl



Patricia van Leuwen 035 711 38 88  
Medewerker Block Optimisation  
patricia.van.leuwen@rtl.nl



Patrick Kasius 035 711 38 86  
Medewerker Block Optimisation  
patrick.kasius@rtl.nl

# BRANDED CONTENT



Joyce Borghardt 035 711 39 31  
Salesmanager Branded Content  
joyce.borghardt@rtl.nl



Sylvia den Blanken 035 711 39 02  
Salesmanager Branded Content  
sylvia.den.blanken@rtl.nl



Daniella Visser 035 711 39 25  
Sr. Accountmanager Branded Content  
daniella.visser@rtl.nl



Simone Mulders 035 711 38 37  
Sr. Accountmanager Branded Content  
simone.mulders@rtl.nl



Steven de Kok 035 711 38 62  
Sr. Accountmanager Branded Content  
steven.de.kok@rtl.nl



Walter van der Schoot 035 711 38 47  
Sr. Accountmanager Branded Content  
walter.van.der.schoot@rtl.nl



Erik van Mourik 035 711 39 73  
Accountmanager Branded Content  
erik.van.mourik@rtl.nl



Geert Esmeijer 035 711 39 26  
Accountmanager Branded Content  
geert.esmeijer@rtl.nl



Jelle van den Berg 035 711 39 06  
Accountmanager Branded Content  
jelle.van.den.berg@rtl.nl

# BRANDED CONTENT



Joyce Kaatee 035 711 38 26  
Accountmanager Branded Content  
joyce.kaatee@rtl.nl



Loes van Alst 035 711 38 68  
Accountmanager Branded Content  
loes.van.alst@rtl.nl



Marie-José Kuiper 035 711 39 89  
Accountmanager Branded Content  
marie.jose.kuiper@rtl.nl



Robert Hasselman 035 711 38 98  
Accountmanager Branded Content  
robert.hasselmann@rtl.nl



Sandra Schijf 035 711 39 04  
Accountmanager Branded Content  
sandra.schijf@rtl.nl



Stephanie Gomperts 035 711 38 29  
Accountmanager Branded Content  
stephanie.gomperts@rtl.nl

# ALGEMENE VOORWAARDEN



## RTL NEDERLAND BIJDT MEER:

- Wij doen al jaren onderzoek naar het crossmediale effect van reclame op onze media. Met deze onderzoeken is inmiddels een grote database met resultaten opgebouwd, waardoor wij veel inzicht hebben in de effectiviteit van campagnes.
- Het reguliere aanvraag- en bevestigingsproces is volledig gedigitaliseerd waardoor digitale aanlevering van een commercial mogelijk is.
- Dankzij de realtime verwerking van contractdata in Mediaview is het mogelijk om op ieder gewenst moment van de dag jouw schema te evalueren, een recente orderbevestiging te printen en programmawijzigingen te bekijken.
- Je kunt via TIP of Mediaview zendtijd en voorkeursposities bij- en afboeken. De wijzigingen worden automatisch afgehandeld in ons zendtijdreserveringssysteem.
- Wij doen altijd ons uiterste best om, naast de campagnedoelstelling, ook de week- en spotlengtedoelstellingen te realiseren.
- Je kunt op de dag vóór uitzending tot 12 uur in de ochtend je digitale commercial aanleveren.
- Je kunt tot 2 werkdagen voor uitzending wijzigingen op je campagne doorgeven.
- Wij nemen binnen 24 uur de aanvragen voor de op dat moment lopende maand in behandeling en binnen 48 uur de aanvragen voor de daaropvolgende maand.
- Wij publiceren op [rtl nederland.nl/adverteren](http://rtl nederland.nl/adverteren) het bruto kosten per GRP tarief waarmee de bruto waardes van campagnes worden berekend.
- Onze prognoses op diverse inkoopdoelgroepen worden voor alle reclameblokken gepubliceerd op TIP en zijn in te lezen in Mediaview.
- Voor charitatieve instellingen gelden speciale tarieven die te vinden zijn op [rtl nederland.nl/adverteren](http://rtl nederland.nl/adverteren).
- In samenwerking met Ad-just kunnen wij een commercial voor je adverteerder maken of van een bestaande commercial regionale versies maken.
- De televisiecommercial kan gratis worden omgezet naar een streamspot.

Op [rtl nederland.nl/adverteren](http://rtl nederland.nl/adverteren) is veel informatie te vinden over onze media, programmering en inkoopmogelijkheden, zoals kijkcijferrapporten, profielen van de zenders, sales promoties en voorbeelden van onze crossmediale cases. Ook voor de laatste nieuwtjes, contactinformatie en noodnummers bij calamiteiten kun je op onze site terecht.

#### VERKORT OVERZICHT VOORWAARDEN INKOOP SPOTZENTIID TELEVISIEZENDERS RTL NEDERLAND 2012\*

- Pakketten ingekocht in bonuszendtijd worden afgerekend op behaalde GRP's.
- Indien bij het aanvragen van een programmeringspakket de blokselectie onvolledig is en/of niet voldoet aan de selectiviteitseis, wordt je pakket niet ingedeeld.
- De minimale looptijd van een pakket is 7 dagen, met uitzondering van Specifieke GRP. Een kortere looptijd is alleen mogelijk door 1 tot 3 dagen uit te sluiten. Hiervoor geldt een toeslag van 5% op het netto GRP-tarief. Pakketten waarbij meer dan 3 dagen worden uitgesloten, kunnen alleen worden ingekocht als Specifieke GRP.
- Indien de looptijd van een pakket langer is dan 8 dagen, bestaat de mogelijkheid om zonder toeslag een weekdag uit te sluiten. Wanneer er 2 of 3 wekdagen worden uitgesloten, geldt een toeslag van 5%. Pakketten waarbij meer dan 3 wekdagen worden uitgesloten, kunnen alleen worden ingekocht als Specifieke GRP.
- Na afloop van de maand worden alle over- en onderscores van de bij ons ingekochte pakketten, met uitzondering van Specifieke GRP, op campagneniveau met elkaar verrekend, echter nooit boven het totaal aangevraagde budget.
- Indien het budget of de looptijd van de oorspronkelijke aanvraag gedurende de maand wordt verlaagd of verkort, wordt het pakket afgerekend op basis van het aantal gerealiseerde GRP's.
- Reeds geboekte pakketspots kunnen niet worden omgeboekt naar een product met een lagere productindex.
- Een tijdvakpakket wordt op al onze tv-zenders ingedeeld. Voor het uitsluiten van een zender geldt een toeslag van 5% op het netto GRP-tarief.
- Pakketten waarbij twee of meer zenders worden uitgesloten, kunnen alleen worden ingekocht als Specifiek Fixed Budget of Specifieke GRP.
- Voor de blokselecties bij Specifiek Fixed Budget, Specifieke GRP en het Sturing Vast Pakket geldt dat meerdere aangevraagde blokken in hetzelfde programma op dezelfde dag als één aangevraagd blok worden beschouwd.
- Per pakket kunnen maximaal 3 verschillende spotlengtes worden aangevraagd. Voor pakketten met meer dan 3 spotlengtes geldt een toeslag van 5% per spotlengte op het netto GRP-tarief van het hele pakket.
- Per pakket kunnen maximaal 4 verschillende subperiodes worden aangevraagd. Voor pakketten met meer dan 4 subperiodes geldt een toeslag van 5% per subperiode op het netto GRP-tarief van het hele pakket.
- In de reclameblokken bij RTL Z, RTL Telekids, RTL Lounge en RTL Crime geldt geen productexclusiviteit.
- De minimale looptijd van een subperiode is 7 dagen.
- Indexcorrectie geldt alleen bij meerlingspots die bestaan uit een basisspot en een reminder. De reminder verwijst naar de basisspot en kan niet los worden uitgezonden.
- Bij meerlingspots gelden de minimale GRP-voorwaarden voor de hoofdspot.
- De minimale GRP-voorwaarden gelden per aangevraagde spotlengte.
- Voor Joint Promotions geldt een toeslag van 10% op het netto GRP-tarief.



- Zowel RTL als het mediabureau is verantwoordelijk voor het inzetten van voorkeursposities uit contract. Posities worden gelijkmatig over het hele tijdvak ingedeeld. Daarbij wordt rekening gehouden met een evenredige verdeling van een eerste, tweede, voorlaatste en laatste positie in het blok. Dit is een best effort afspraak.
- Voor alle genoemde producten geldt: zolang de voorraad strekt.

#### VOORWAARDEN SPECIAL ADVERTISING

- De minimale looptijd van special advertising is 7 dagen. Een kortere looptijd is alleen mogelijk door 1 tot 3 dagen uit te sluiten. Hiervoor geldt een toeslag van 5% op het netto GRP-tarief. Special advertising waarbij meer dan 3 dagen worden uitgesloten, wordt afgerekend op behaalde GRP's.
- Alle vormen van special advertising worden op campagneniveau met elkaar verrekend.

\* Een compleet overzicht van de Algemene Voorwaarden en de Voorwaarden Inkoop Spotzendtijd televisiezenders RTL Nederland 2012 is terug te vinden op [rtl nederland.nl/adverteren](http://rtl nederland.nl/adverteren).

RTL Nederland B.V.  
Postbus 15016  
1200 TV Hilversum  
Sumatralaan 47  
1217 GP Hilversum  
Tel: +31 (0)35 - 671 87 11  
rtl nederland.nl/adverteren

De 'Algemene Voorwaarden van RTL Nederland B.V.' zijn op alle aanbiedingen van en overeenkomsten met RTL Nederland van toepassing. Deze zijn op aanvraag verkrijgbaar en terug te vinden op rtl nederland.nl/adverteren.

**rtlnederland**

JE BEREIKT MEER BIJ RTL



**rt**nederland