

Gute Zeiten, schlechte Zeiten

Deep Dive | TV Special Creations



Köln, September 2020

Kirsten Rottmann

Gute Zeiten, schlechte Zeiten

Über 27 Jahre packende Stories, starke Charaktere und modernes Großstadt-Feeling – seit 1992 sorgt GZSZ täglich für bestes Entertainment und setzt Trends, die die Zuschauer*innen sehen wollen: jung, stylisch, authentisch.

Die Fans begleiten die Clique aus Friends und Family rund um den Berliner Kollplatz durch das tägliche Leben und gehen mit ihnen durch Höhen und Tiefen, Freundschaft und Verrat, Liebe und Schmerz.





Reason why



01 | REACH

GZSZ erreicht täglich bis zu 3,6 Mio. Menschen und sichert sich damit einen Marktanteil von bis zu 22,1% (E14-59).

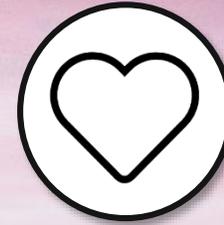


02 | IMPACT

In den sozialen Netzwerken begeistert GZSZ die stetig wachsende Fanbase.

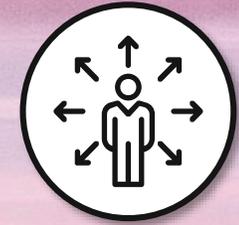
 1,5 Mio. Fans

 674K Follower



03 | EMOTION

GZSZ erzählt moderne Geschichten, die dem Lebensgefühl der Zuschauer*innen entsprechen – und das seit mehr als 28 Jahren!



04 | TALENTS

Unsere Schauspieler*innen sind echte Opinion Leader und verfügen über starken Influencer Impact.

We love stories!



Geschichten haben die Kraft, **Emotionen** zu wecken, **Identifikation** zu stiften und Menschen zu **fesseln**.

100%
individuelle
Konzepte

Variable Budget-
& Kampagnen-
größen

GZSZ als
Ankerpunkt

Direkt ins
Relevant Set
der Fans

Special Creations

Auffällig, kreativ und maßgeschneidert.

Special Creations bieten eine Vielzahl an **individuellen** Inszenierungsmöglichkeiten und zahlen damit nachhaltig auf **Image** und **Brand Recognition** ein.

Das macht sie zum zuverlässigen Stand-alone-Erfolgsgarant sowie zur idealen Ergänzung für jede Kampagne.



Brand Partnership Spot

Wir entwickeln und produzieren individuelle Spotkonzepte in Anlehnung an die Formatwelt von Gute Zeiten, schlechte Zeiten.

Durch die Einbindung von Darsteller*innen und/oder Locations der beliebten Daily und dank der hohen Produktions-Expertise wird die Kundenmarke authentisch und aufmerksamkeitsstark mit GZSZ verbunden.

Die Abwicklung erfolgt im Full Service.

The television screen displays a brand partnership spot for s.Oliver perfume. On the left side of the screen, two perfume bottles are shown: a black bottle for 's.Oliver MEN' and a white bottle for 's.Oliver WOMEN'. Below the bottles, the text reads: 'WARENPROBE UND GEWINNSPIEL BEI RTL.DE/BLACKLABEL'. On the right side of the screen, a woman with blonde hair wearing a white top and a black choker stands next to a man with a beard wearing a black jacket over a white t-shirt. At the bottom of the screen, there is a purple banner with the 'GUTE ZEITEN SCHLECHTE ZEITEN' logo on the left, the text 'GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN MO-FR 19:40' in the center, and the word 'WERBUNG' on the right.

Influencer Contentsplit

Unsere GZSZ-Stars sind wahre Opinion Leader und versammeln eine treue Fanbase hinter sich.

Wir positionieren die Schauspieler*innen als Expert*in für ein Themenfeld, das zum Kundenprodukt passt, und machen sie zum Fürsprecher der Brand.

Die Originalvertonung der anschließenden Empfehlungssequenz garantiert höchste Recognition und Awareness bei den Zuschauer*innen.

Mit & ohne
Spot
buchbar

amazon
echo

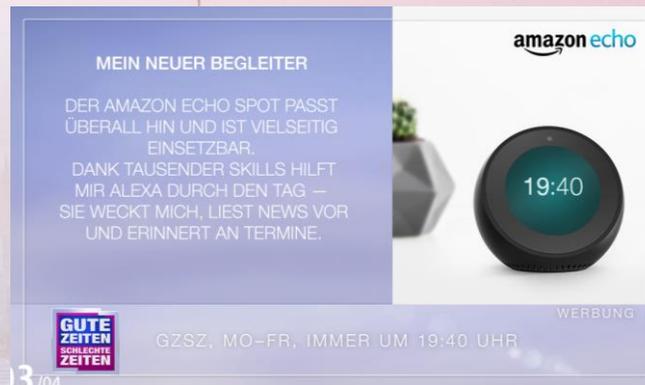
Jörn
FOR LIFESTYLE

GUTE
ZEITEN
SCHLECHTE
ZEITEN

GZSZ, MO-FR, IMMER UM 19:40 UHR

WERBUNG

Influencer Contentsplit – Beispielhafter Ablauf



Vorbehaltlich Zustimmung und finaler Abstimmung mit dem Sender und dem jeweiligen Sendergesicht. Beispielhafte Schauspielerauswahl. Zzgl. Lizenz- und Honorarkosten.

Contentsplit Scene Select

Hier spricht Deutschlands beliebteste tägliche Serie für die Brand und unterstreicht die Kundenbotschaft mit hochwertigem Content.

Je nach Kommunikationsziel werden passende GZSZ-Szenen ausgewählt und im Splitfenster ausgestrahlt, während die Marke im unteren Teil des Rahmens präsent ist.

Optional tauschen anschließend redaktioneller und werblicher Teil die Plätze. Im Split wird der TVC oder eine Tafel ausgestrahlt.

Mit & ohne
Spot
buchbar



Contentsplit Scene Select – Beispielhafter Ablauf



Vorbehaltlich redaktioneller Abstimmung und der Verfügbarkeit passender Szenen. Beispielhafte Visualisierung.
Zzgl. Lizenzkosten.

InfluencerPlus Split

Mit dieser flexiblen Kreation übersetzen wir die Kampagnen-Message in ein maßgeschneidertes Spot-Design.

Die Zusammenstellung von affinem Bild- und/oder Bewegtbildmaterial – z.B. aus Social Media oder von Events – in einer kunden- & formataffinen Designwelt garantiert on point Kommunikation.

Die Originalvertonung durch die bekannten GZSZ Schauspieler*innen sorgt für die Aufmerksamkeit der Fans.

Mit & ohne
Spot
buchbar



InfluencerPlus Split – Beispielhafter Ablauf

01 7/06

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN
MO-FR 19:40 UHR

WERBUNG

02 7/06

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN
MO-FR 19:40 UHR

WERBUNG

03 7/06

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN
MO-FR 19:40 UHR

WERBUNG

04 7/06

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN
MO-FR 19:40 UHR

WERBUNG

05 7/06

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN
MO-FR 19:40 UHR

WERBUNG

06 7/06

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN
MO-FR 19:40 UHR

WERBUNG

Vorbehaltlich Zustimmung und finaler Abstimmung mit dem Sender und dem jeweiligen Sendergesicht. Beispielhafte Umsetzung. Zzgl. Lizenz- und ggf. Honorarkosten.

Indikativmove

Wir nutzen den bekannten GZSZ Vorspann inkl. Jingle als emotionalisierenden Teaser für Kundenbotschaft und Spot.

Die individuelle Textbegleitung kann auf die Kunden-URL verweisen und auf Wunsch von den GZSZ-Schauspieler*innen vertont werden.

Der hohe Wiedererkennungswert verspricht Awareness und positiven Imagetransfer für die Brand.



Indikativmove – Beispielhafter Ablauf



WERBUNG

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GZSZ, MO-FR, IMMER UM 19:40 UHR



WERBUNG

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GZSZ, MO-FR, IMMER UM 19:40 UHR



WERBUNG

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GZSZ, MO-FR, IMMER UM 19:40 UHR



WERBUNG

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GZSZ, MO-FR, IMMER UM 19:40 UHR



WERBUNG

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GZSZ, MO-FR, IMMER UM 19:40 UHR



GUTE ZEITEN MIT TASSIMO!

ERLEBT DIE VIELFALT VON TASSIMO GANZ EINFACH AUF KNOPFDRUCK. SCHNAPPT EUCH DAS ANGEBOT UND GEWINNT EIN MEET & GREET MIT UNS:

JETZT AUF [TASSIMO.DE/GZSZ](https://tassimo.de/gzsz)



WERBUNG

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GZSZ, MO-FR, IMMER UM 19:40 UHR

Vorbehaltlich Zustimmung und finaler Abstimmung mit dem Sender und dem jeweiligen Sendergesicht. Beispielhafte Umsetzung. Zzgl. Lizenz- und ggf. Honorarkosten.

Logomove

Wir schaffen eine einzigartige Verbindung von GZSZ Logo(-Sequenz) und Kundenkommunikation.

Nach dem bekannten GZSZ Intro und dem individualisierten Teil folgt der nahtlose Übergang in den TVC und garantiert die perfekte Symbiose der Marke mit der #1 Daily.



Vorbehaltlich redaktioneller Abstimmung. Beispielhafte Visualisierung. Zzgl. Lizenzkosten.

Logomove – Beispielhafter Ablauf



Vorbehaltlich redaktioneller Abstimmung. Beispielhafte Visualisierung.
Zzgl. Lizenzkosten.

(Situativer) Cut In

Hier kommt die Kundenbotschaft in die erste Reihe.

Während der laufenden GZSZ-Folge wird der horizontale Balken im Look & Feel der Brand am unteren Bildschirmrand eingeblendet.

Optional ist die Ausspielung in inhaltlich passenden Situationen sowie auf Wunsch mit variierenden Cut In Motiven möglich.



Plakatmove

Wir inszenieren das OoH-Motiv der Brand authentisch als großflächige Plakatfläche im GZSZ-Kiez.

Die Einbindung in die bekannte Lebenswelt garantiert die Aufmerksamkeit der Fans.

Anschließend erfolgt der Übergang in den klassischen Spot.



Plakatmove – Beispielhafter Ablauf



Vorbehaltlich redaktioneller Abstimmung. Beispielhafte Visualisierung.
Zzgl. Lizenzkosten.

Chatmove

Wie wir alle nutzen auch unsere GZSZ-Charaktere Messenger-Dienste, um in Kontakt zu bleiben.

Wir nutzen diese alltägliche Situation und lassen zwei ausgewählte Rollen über das Kundenprodukt sprechen. Am Ende der Unterhaltung steht ein Bild oder Video, über das der Übergang zu einer kundenindividuellen Tafel oder in den Werbespot erfolgt.

L'ORÉAL PARIS

SUNNY So um 21:00 Uhr? Ich will mir vorher noch die neue **bambi eye Mascara Extra Black** holen!

Oh, die kenn ich noch gar nicht!

LILLY

SUNNY

GUTE ZEITEN SCHLECHTE ZEITEN

GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN
MO-FR 19:40 UHR

WERBUNG

Mit & ohne Spot buchbar

Chatmove – Beispielhafter Ablauf

L'ORÉAL PARIS

Wann wollen wir heute los zur Party?

LILLY

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN
MO-FR 19:40 UHR

WERBUNG

L'ORÉAL PARIS

Wann wollen wir heute los zur Party?

LILLY

So um 21:00 Uhr? Ich will mir vorher noch die neue **bambi eye Mascara Extra Black** holen!

SUNNY

Oh, die kenn ich noch gar nicht!

LILLY

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN
MO-FR 19:40 UHR

WERBUNG

L'ORÉAL PARIS

So um 21:00 Uhr? Ich will mir vorher noch die neue **bambi eye Mascara Extra Black** holen!

SUNNY

Oh, die kenn ich noch gar nicht!

LILLY

SUNNY

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN
MO-FR 19:40 UHR

WERBUNG

L'ORÉAL PARIS

So um 21:00 Uhr? Ich will mir vorher noch die neue **bambi eye Mascara Extra Black** holen!

SUNNY

Oh, die kenn ich noch gar nicht!

LILLY

SUNNY

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN
MO-FR 19:40 UHR

WERBUNG

L'ORÉAL PARIS

So um 21:00 Uhr? Ich will mir vorher noch die neue **bambi eye Mascara Extra Black** holen!

bambi eye
FALSE LASH

L'ORÉAL PARIS

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN
MO-FR 19:40 UHR

WERBUNG

L'ORÉAL PARIS

bambi eye
FALSE LASH EXTRA BLACK

L'ORÉAL PARIS

GUTE ZEITEN
SCHLECHTE ZEITEN

GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN
MO-FR 19:40 UHR

WERBUNG

Vorbehaltlich redaktioneller Abstimmung. Beispielhafte Visualisierung.
Zzgl. Lizenzkosten.

Individuelle Spotkreation – Ausgewählte Beispiele



Basierend auf den individuellen Needs und Bedürfnissen unserer Kund*innen kreieren wir laufend neue Spot-Arten und Kreationen, um die jeweilige Kampagnenbotschaft optimal zu unterstreichen.

Vorbehaltlich redaktioneller Abstimmung. Beispielhafte Visualisierungen und Umsetzungen.
 Ggf. zzgl. Lizenz- und Honorarkosten.

Ihre Ansprechpartnerin



Kirsten Rottmann
Ad + Concept Studio

Picassoplatz 1
50679 Köln

Tel.: +49 221 456 22746
kirsten.rottmann@ad-alliance.de

Wichtige Hinweise



Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

Nutzungsrechte

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH. Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor,
die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.

© Ad Alliance GmbH | 2019



Die Ad Alliance GmbH handelt im eigenen Namen und auf Rechnung des jeweiligen Vermarkters
IP Deutschland GmbH | Gruner + Jahr GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH | smartclip Deutschland GmbH und/oder
SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.