

# Das perfekte Dinner 2024

VOX Co-Sponsoring Angebot | 2024

## Das Format

Hier wird richtig aufgetischt – und das sehr erfolgreich!

Nach Original-Rezept vom 6. März 2006 schaut die Koch-Doku werktags jeden Vorabend ambitionierten Gastgebern in die Töpfe und ihre eigenen vier Wände.

Das „Dinner“ bringt fünf völlig unterschiedliche Hobbyköche aus einer Stadt oder Region zusammen, die sich gegenseitig bekochen und im Anschluss ihre Drei-Gänge-Menüs und Gastgeberqualitäten mit null bis zehn Punkten bewerten. Der Sieger erhält ein Preisgeld von 3.000 Euro.

Genre	Real-Life
Sendeplatz	Mo-Fr, 19:00 Uhr
Sendezeitraum	02.01.2024 – 30.12.2024
Folgenzahl	254

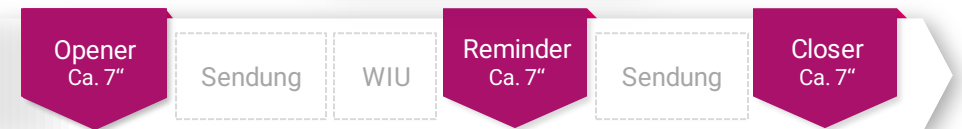




# Sponsoringelemente - TV

## Programmsponsoring

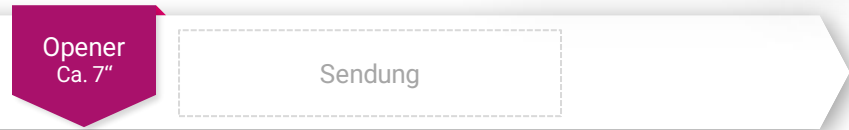
- Ein Opener zu Beginn, ein Reminder nach jeder Werbeinsel und ein Closer am Ende des Formats weisen auf Ihr Presenting hin.
- Zusätzlicher Benefit zur Präsenz und Markenerinnerung ist der positive Image-transfer.



# Sponsoringelemente - Digital

## Programmsponsoring

- Platzieren Sie Ihr Sponsoring ohne weiteren Aufwand auf unseren digitalen Plattformen.
- Das Digital-Sponsoring verspricht den perfekten Auftritt über alle Screens (Desktop, Phone, Tablet & Smart TV) und sorgt für eine stringente Verlängerung Ihrer TV-Kampagne.
- Ein Opener weist auf Ihr Presenting hin.



# Co-Sponsoring Angebot

Plattform	Werbeform	Zeitraum	Leistung	Preis
<b>TV</b>				
VOX	Opener / 2 Reminder / Closer (á 7")	02.01. - 30.12.2024	1016 Spots	8.720.866 €
<b>Digital</b>				
RTL+	Opener (á 7")*		auf Anfrage	

Angebot vorbehaltlich Programm- und Preisänderungen. Zur Kalkulation angewandte Preisgruppen: 69/78. Die Ad Alliance behält sich das Recht vor, das Format an einen 2. Co-Sponsor unter Berücksichtigung des Konkurrenzausschlusses (auf Basis der Nielsen Media Research Familie) zu vermarkten.

**Aufgrund einer bestehenden Buchung gilt ein Konkurrenzausschluss im Januar auf die Produktfamilie Möbel/Einrichtung, im Februar auf die Produktfamilie Online Versandhandel und im Juni auf die Produktfamilie Es sig.**

Bei einem Co-Sponsoring erfolgt die Reihenfolge der Sponsorenennung im Wechsel. Der erstbuchende Co-Sponsor startet als Erstgenannter in der ersten Folge.

Angebot Promotrailer anhand des hier aufgeführten Mediavolumens. Die Trailerplanung obliegt dem Sender.

Die genaue Anzahl der Traileranhänge kann in Abhängigkeit der aktuellen Trailerplanung unter Berücksichtigung des Mediavolumens variieren.

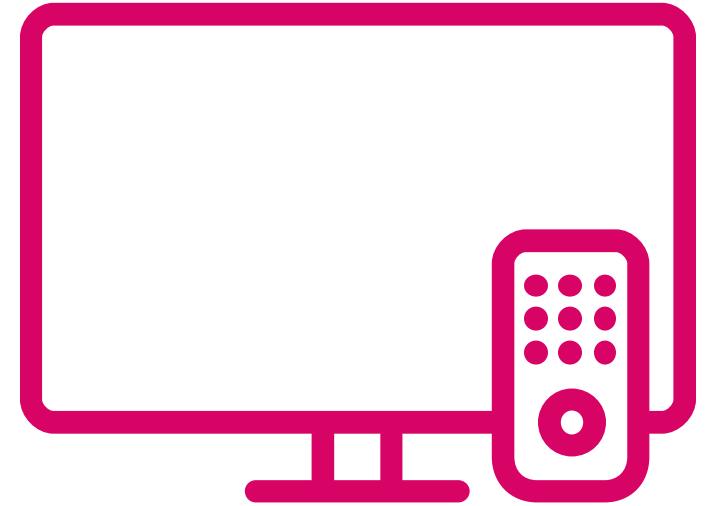
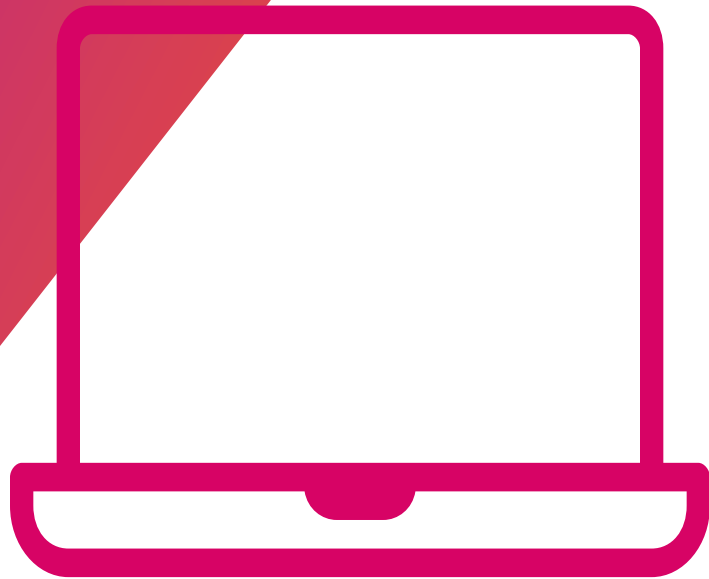
Der Sender behält sich vor, weitere Trailer ohne Sponsorenanhänge auszustrahlen.

\*PC, Smartphone, Tablet und Smart TV. Kostenlose Umwandlung Ihres TV-Sponsoringspots.

AI-Zahlen stellen Prognosewerte dar, keine Garantie. Bei monatsübergreifenden Kampagnen ist die angebotene AI-Summe auf den gesamten Zeitraum zu betrachten, in den einzelnen Monaten kann es zu Schwankungen kommen. Bei abweichendem Buchungszeitraum variieren die Onlinekosten.

# TV Co-Sponsoring Angebot im Detail

Monat	Folgen	Opener/Closer	Reminder	Gesamt
Januar	22	280.896 €	280.896 €	561.792 €
Februar	21	336.924 €	336.924 €	673.848 €
März	20	341.600 €	341.600 €	683.200 €
April	21	347.655 €	347.655 €	695.310 €
Mai	22	402.094 €	402.094 €	804.188 €
Juni	20	279.300 €	279.300 €	558.600 €
Juli	23	273.539 €	273.539 €	547.078 €
August	22	277.046 €	277.046 €	554.092 €
September	21	412.923 €	412.923 €	825.846 €
Oktober	23	507.472 €	507.472 €	1.014.944 €
November	21	506.856 €	506.856 €	1.013.712 €
Dezember	18	394.128 €	394.128 €	788.256 €
<b>Gesamt</b>	<b>254</b>			<b>8.720.866 €</b>



## Optionale Leistungsbausteine

Verstärken Sie Ihre Kampagne und platzieren Sie Ihre werbliche Botschaft

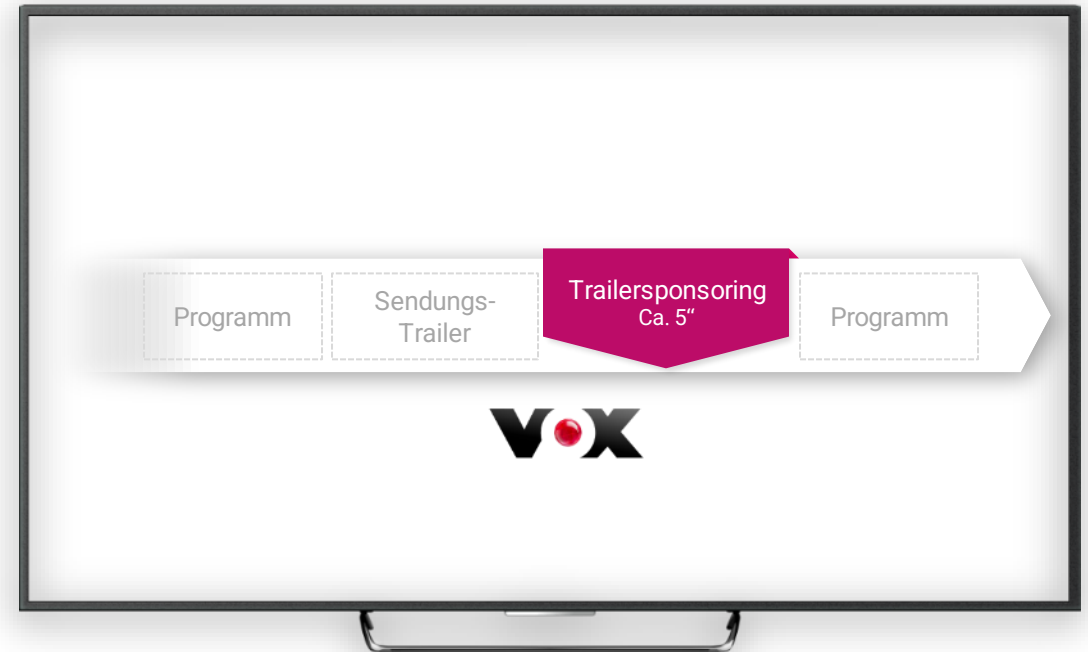
Gerne erstellen wir Ihnen Ihr individuelles Angebot



# TV

## Trailersponsoring

- Platzieren Sie Ihr Sponsoring ohne weiteren Aufwand.
- Bei Programmankündigungen ist Ihre Marke dabei – auch schon vor dem Start der Sendung!
- Die zusätzliche Einbindung in die Promotion der gesponserten Sendung erhöht Frequenz und Reichweite Ihrer Markenbotschaft.





# TV

## Special Creations

- Prominent und integrativ am Bildrand im laufenden Programm: der **Cut In**
- Aufmerksamkeit und Intensivierung Ihrer Kundenmarke durch den **individuellen Pre-Split**: Ein Teil des Rahmen, ist im Look & Feel der Kundenmarke gebrandet.
- Verknüpfung zweier Welten: beim **Movesplit** tauschen Ihr Werbespot und redaktioneller Inhalt ihre Plätze.



Beispiel: Cut In

# TV

## Special Creations: Gewinnspiel

- **Positive Aufladung Ihrer Kundenmarke**  
Ihr Gewinn: Profitieren Sie vom Zuschauerbenefit „Gewinnspiel“ in ‚Formatname‘
- **Prominent und integrativ:**  
nicht nur nah dran, sondern mitten drin - Ihre Markenpräsenz am redaktionellen Umfeld

**Feste Rahmenbedingungen zu einem fairen Preis**

Sendung

Gewinn-  
Spiel  
max. 15"

Pre-  
split

WIU

Sendung

**optional**

Ihre Gewinnchance auf  
**3.000€**  
&  
Staffelpreis Thailand Reise



**Asiamar**  
ASIENREISEN AUS LEIDENSCHAFT

Kennwort: **ROSE**  
**01379 - 70 70 70** 0,50€/Anruf, dt. Festnetz nutzen!  
Mobil viel höher.

Teilnahme & Gewinnmöglichkeit ab 14 J. Infos: RTLtext 835 & RTL.de

Beispiel: Gewinnpräsentation

# ATV

## Switch In Connect

- Erreichen Sie die Zuschauer des von Ihnen gesponserten Formates ein weiteres Mal mit einem werblichen Kontakt zu Ihrem Produkt, mit dem: **Switch In Connect**.
- Gezielte Kontaktaufüllung, gezielte Ansprache.



# ATV

## ATV Switch In Connect

Ermittlung der TV Geräte, die Ihre gesponserte  
Sendung im linearen TV gesehen haben

Ausspielung werblicher Switch Ins an diese Geräte





# Kontakt

## **TV + Crossmedia**

[PFADAAACSTVX@ad-alliance.de](mailto:PFADAAACSTVX@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.

Sofern Teile des durch Ad Alliance geschuldeten Leistungsumfanges auch die technische Veranstaltung eines Gewinnspiels oder die Durchführung eines Events ist, ist der Vertragspartner dazu berechtigt, diesen Teil der Leistung unter Beachtung der Vertragsbedingungen Gewinnspiele der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb)) an Dritte weiterzuverkaufen.

Es gelten die Vertragsbedingungen Gewinnspiele und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb)).

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

© Ad Alliance GmbH | 2023



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,  
abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb).

Für die Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG sowie rtv media group GmbH handelt die Ad Alliance GmbH als Dienstleister:  
Für Media Impact agiert die Ad Alliance GmbH im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG,  
für rtv media group im Namen und für Rechnung der rtv media group GmbH.

Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der betreffenden Gesellschaft, abrufbar unter:  
[www.mediaimpact.de/de/agb](http://www.mediaimpact.de/de/agb) respektive [www.rtv-mediagroup.de/de/agbs](http://www.rtv-mediagroup.de/de/agbs), es sei denn, es ist anders gekennzeichnet.