

LICENSING / WERBEMITTEL

#BRANDLICENSING #PERSONALITYLICENSING

1 / CO-BRANDED-SPOT | 2 / WORD-OF-MOUTH

3 / REDAKTIONELLES GEWINNSPIEL | 4 / WERBLICHES GEWINNSPIEL

ÜBER LICENSING - MADE BY EL CARTEL

- # Schärfung des Markenprofils und Differenzierung gegenüber der Konkurrenz
- # Kompetente und authentische Markenkommunikation
- # Kommunikation über alle Kanäle

LICENSING

RTLZWEI

► ÜBERBLICK | WERBEFORMEN & WERBEMITTEL

POWERED BY
RTLZWEI



RTLZWEI BRAND LICENSING

▷ (Gemeinsamer) Markenkosmos

Maximale Aufmerksamkeit durch gegenseitiges Co-Branding zweier starker Marken und individueller crossmedialer Konzepte.

- ▷ # 01 Produktentwicklung
- # 02 Branding
- # 03 Werbematerialien
- # 04 PoS-Präsenz
- # 05 Promotion
- # 06 PR



RTLZWEI-FACES PERSONALITY LICENSING

▷ Markenbotschafter

Durch bekannte Personalities und 360°-Konzepte neue Kontakte in der relevanten Zielgruppe generieren.

- ▷ # 01 Kampagnenentwicklung
- # 02 Branding
- # 03 Werbematerialien
- # 04 PoS-Präsenz
- # 05 Promotion
- # 06 PR
- # 07 Events



RTLZWEI-SPECIALS BRANDED PROMOTION

▷ Markeninszenierung

Aufmerksamkeitsstarke Promotions mit starkem Impact zur Kundenbindung und -generierung.

- ▷ # 01 Co-Branded-Spot
- # 02 Word-of-Mouth
- # 03 Gewinnspiel

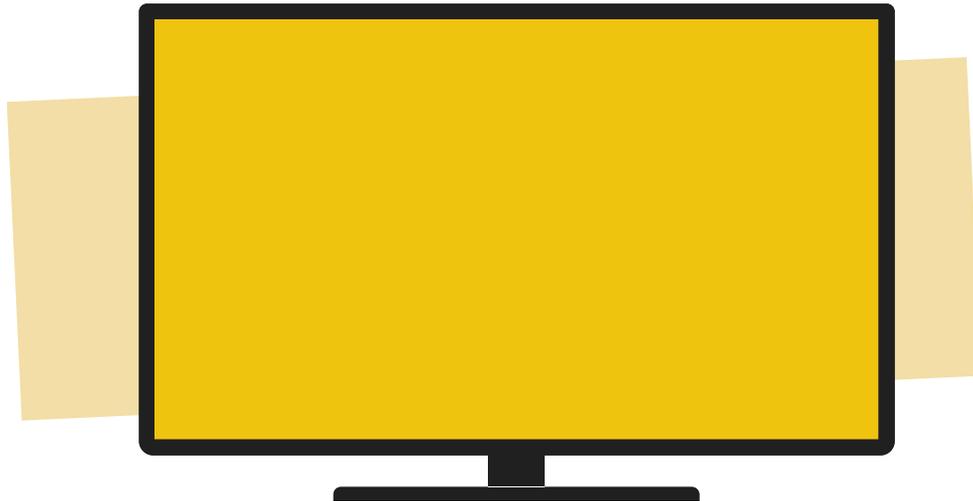
...und viele weitere crossmediale Bausteine aus dem RTLZWEI Kosmos.

VORTEILE

- # Individuell gestalteter Werbespot
- # Content mit Mehrwert
- # Positiver Imagetransfer

CO-BRANDED-SPOT

LICENSING



▷ INFORMATIONEN

Der Co-Branded-Spot verbindet eine Format- oder Sendermarke und eine Marke oder Produkt innerhalb eines Werbespots. Optional ist der Co-Branded-Spot um eine crossmediale Verlängerung in die digitalen RTLZWEI-Kanäle erweiterbar. Zudem können Partnerspecials zur Aktivierung der RTLZWEI Zuschauer integriert werden.

▷ IHRE WERBUNG

Co-Branded-Spots sorgen für hohe Aufmerksamkeit, indem eine Format- oder Sendermarke gemeinsam mit der zu bewerbenden Marke oder dem Produkt innerhalb eines Spots auftreten. Diese Umsetzungsform bietet umfangreiche und individuelle Gestaltungsmöglichkeiten, die Marken bestmöglich in Szene setzen. Durch den positiven Imagetransfer nimmt der Zuschauer den Werbespot als besonders authentisch wahr.

- # **PLATZIERUNG** Im Werbeblock, in exklusiver Positionierung.
- # **UMFELD** Zielgruppenaffine Umfelder, in Absprache mit Kooperationspartner
- # **SPECIAL** Optional crossmediale Verlängerung

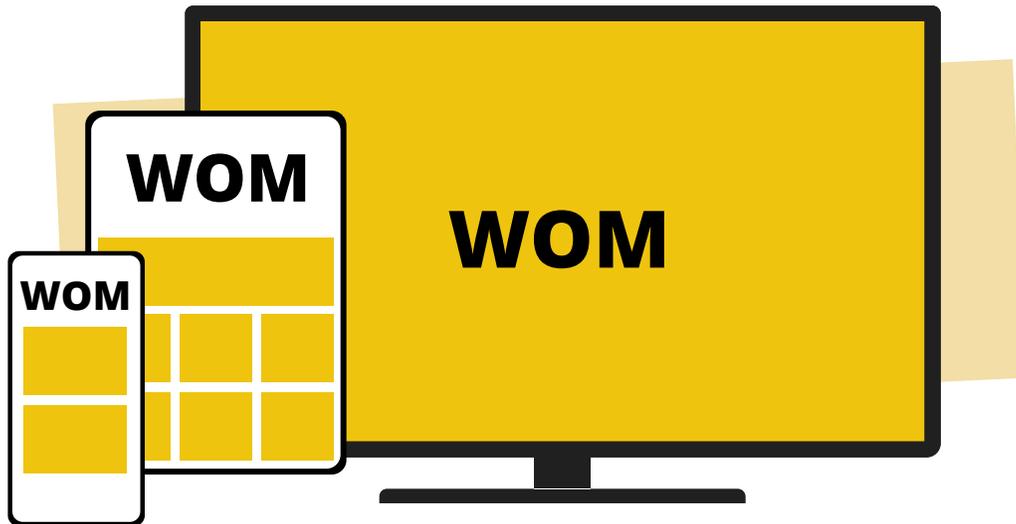
INFO
BOX

VORTEILE

- # Empfehlungen sind das stärkste Kaufargument für Konsumenten
- # Markenbekanntheit, Neukundengewinnung und Absatz werden unmittelbar gefördert
- # Konsument wird zum Markenbotschafter

WORD-OF-MOUTH

LICENSING



▷ INFORMATIONEN

Word-of-Mouth-Kampagnen nutzen den Endkunden, um authentische Werbebotschaften zu generieren und diese per Empfehlung zu verbreiten. Eine Gruppe von Personen erhält das Produkt exklusiv zum Test. Dann berichten sie über ihre Erfahrungen (Geschmack, Verarbeitung etc.) und setzen damit Anreize für weitere potenzielle Kunden.

▷ IHRE WERBUNG

Empfehlungsmarketing-Kampagnen sind ein in höchstem Maß authentisches und interaktives Marketing-Tool, das den Konsumenten motiviert, über seine Erlebnisse mit Produkten zu sprechen und crossmedial davon zu berichten. Eine WOM-Kampagne bietet die glaubwürdigste Form der Markenkommunikation auf Basis einer intensiven Auseinandersetzung der Tester-Community mit dem Produkt.

- # **PLATZIERUNG** Online-Blog
- # **CHANNELS** TV, Online, Social Media
- # **SPECIAL** Gewinnspiel möglich

INFO
BOX

REDAKTIONELLES GEWINNSPIEL

LICENSING

VORTEILE

- # Gewinnspiel-Tafel im Look & Feel des Formates
- # Call-to-Action durch attraktive Gestaltung des Aufruf-Spots
- # Direkter Zielgruppenkontakt durch crossmediale Vernetzungsoptionen



INFORMATIONEN

Der redaktionelle Aufruf zum Gewinnspiel erfolgt über eine Tafel im Look & Feel des jeweiligen RTLZWEI-Formates. Zudem ist eine stärkere Emotionalisierung der Zielgruppe durch RTLZWEI-Sendergesichter oder Testimonials in Verbindung mit dem Gewinnspiel möglich. Platziert wird das Gewinnspiel im Promotion-Umfeld von RTLZWEI.

IHRE WERBUNG

Redaktionelle Gewinnspiele sind interaktiv, indem sie den Zuschauer aktiv in die Teilnahme einbinden. Zudem wecken Gewinnspiele Begehrlichkeiten, die Ihr Produkt zum Must-have bei der Zielgruppe machen. Die redaktionelle Umsetzung ermöglicht einen authentischen, emotionalen und aufmerksamkeitsstarken Kontakt zur Zielgruppe.



REDAKT. GEWINNSPIEL

PROGRAMM

WERBETRENNER

WB

PROGRAMM

- # **PLATZIERUNG** im Promotion-Umfeld von RTLZWEI
- # **UMFELD** auf Anfrage
- # **SPOT** Spot-Produktion erfolgt über RTLZWEI
- # **BUCHUNG** Buchung mind. 10 Werktage vor Ausstrahlung (nach Verfügbarkeit)
Materialanlieferung 10 Werktage vor Ausstrahlung
- # **UMSETZUNG** im Rahmen der rechtlichen Vorgaben und vorbehaltlich redaktioneller & rechtlicher Freigaben
- # **GEWINNPREIS** Beistellung, Handling (insb. Gewinnpreis-Übermittlung) und sonstige Koordination durch Partner
Abführung USt. für Gewinnpreis & Nachweis darüber inkl. Erbringung an RTLZWEI durch Partner

INFO
BOX

WERBLICHES GEWINNSPIEL

LICENSING

VORTEILE

- # Gewinnspiel-Tafel im Look & Feel von Marke und Produkt
- # Call-to-Action-Funktion
- # Crossmediale Vernetzungsoptionen



INFORMATIONEN

Beim werblichen Gewinnspiel wird der Zuschauer zur direkten Teilnahme an dem Gewinnspiel aufgefordert. Die werblichen Spots verweisen direkt auf die Kunden-Website und werden im programmnahen Umfeld an Pre- und Postsplits platziert.

IHRE WERBUNG

Werbliche Gewinnspiele stellen durch unsere crossmediale Vernetzung den direkten Kontakt zu Zielgruppen her. Ihr Gewinnspiel-Aufruf erfolgt dabei in unmittelbarer Programmnähe.



PROGRAMM

WERBLICHES GEWINNSPIEL

WERBETRENNER

WB

PROGRAMM

- # **PLATZIERUNG** Werbespot mit Gewinnspiel-Aufruf auf Pre- und Postsplit-Platzierung auf Anfrage
- # **UMFELD** ab 10 Sek. TV-Spot
- # **SPOT**
- # **BUCHUNG** Buchung mind. 10 Werktage vor Ausstrahlung (nach Verfügbarkeit)
Materialanlieferung 10 Werktage vor Ausstrahlung
- # **UMSETZUNG** vorbehaltlich redaktioneller und rechtlicher Freigaben

INFO
BOX