

Sponsoring im Ersten

Treffsicher – ganz nah am Konsumenten



Das Erste

Starke Plattform für Sponsoren

Fernsehen ist heute das Unterhaltungs- und Informationsmedium Nummer 1. Es gehört zum Alltag, gilt als glaubwürdig und schafft Vertrauen. Mit Sponsoring von Fernsehsendungen sind auch Werbepartner ganz nah am Zuschauer, und TV-Sponsoring genießt bei ihm hohe Akzeptanz. Mit seinem einmaligen Programm-Mix aus Unterhaltung und Information bietet Das Erste für Sponsoren ein hochwertiges Programmumfeld und das Potenzial, vom guten Image eines nationalen Senders zu profitieren. Das Erste gilt bei den Zuschauern als das glaubwürdigste Fernsehprogramm. Es ist die Adresse für alle Serienliebhaber und Krimifans und bei den Zuschauern unangefochtener Spitzenreiter im Bereich der Informationskompetenzen Nachrichten, Politik, Wirtschaft, Wetter und beim Sport.* All diese Faktoren ermöglichen einen positiven Imagetransfer vom gesponserten Format auf die Marke. Denn das Umfeld eines Sponsoring-Trailers ist ganz entscheidend.

*Quelle: ARD Trend 2004.

Gute Gründe für TV-Sponsoring im Ersten

- Alleinstellung im werbefreien Umfeld
- Imageprofilierung und positiver Imagetransfer vom Format zur Marke
- Emotionale Aufladung der Marke
- Hohe Aufmerksamkeit und sehr gute Erinnerungswerte
- Zuschauer empfinden Sponsoring als deutlich weniger störend als klassische Werbeblöcke
- Exklusiver Auftritt unterstützt und ergänzt die klassische Kampagne





ARD
morgenmagazin ¹

Zwei, die zueinander passen

Die Hermes Logistik Gruppe sponsert Programmteile des ARD-Morgenmagazins. Der Götterbote macht vor, wie es geht. Immer vor und nach dem gesponserten Programmteil läuft er durch das Bild und verweist auf die Hermes Logistik Gruppe.

TV-Sponsoring im Ersten – die Keyfacts

- Im Ersten stehen Spielfilm-Highlights, emotionale Fernsehfilme, erfolgreiche Serien, großes Entertainment, Talk-Formate und vieles mehr für Sponsoring zur Verfügung.
- Beim Programmsponsoring wird zu Beginn und am Ende der Sendung ein Sponsoring-Trailer von bis zu sieben Sekunden Länge eingeblendet.
- Die Preisgestaltung wird im Einzelfall nach Berücksichtigung von Reichweite und Zielgruppe ausgehandelt.
- Die Sponsorfähigkeit von Sendungen wird im Einzelfall mit dem zuständigen Sender und der Redaktion abgestimmt. Nachrichten, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen und Kinderformate dürfen nicht gesponsert werden.



TV-Sponsoring ist immer individuell

Die aktuellen Gestaltungsrichtlinien für das Sponsoring von ARD-Formaten zeigen, was generell zu beachten ist. Seit Januar 2006 gelten einige Neuerungen. Gerne informieren wir Sie in einem persönlichen Gespräch über die kreativen und rechtlichen Gestaltungsmöglichkeiten Ihres Sponsoring-Trailers. Sprechen Sie uns an:

WDR mediagroup GmbH
Marketing, Strategie & Service

Barbara Wiewer, Direktorin Fon 0221 2035-282
barbara.wiewer@wdr-mediagroup.com

Nadja Heimann, Sponsoring Fon 0221 2035-279
nadja.heimann@wdr-mediagroup.com

WDR mediagroup GmbH
Ludwigstraße 11 50667 Köln
info@wdr-mediagroup.com

www.wdr-mediagroup.com

- **marketing**
- program
- dialog
- licensing
- audio
- webservice