



2025

MEDIA- TIEDOT

VAIKUTTAVIIN MAINOSRATKAISUIHIN



Erikoisratkaisut: RBS-ohjelmayhteistyö

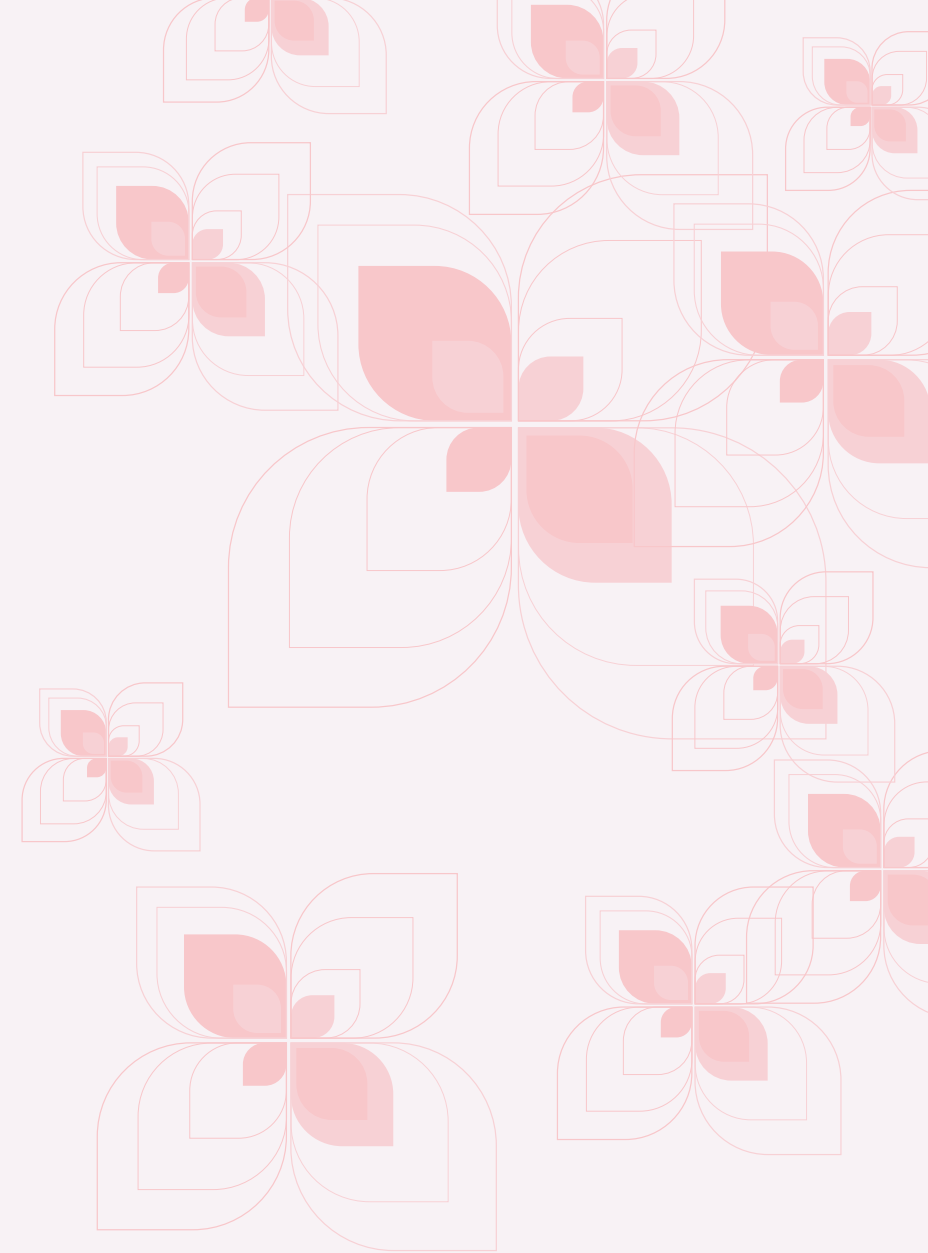
RBS-ohjelmayhteistyö on ohjelmayhteistyötunnistenäkyvyyttä, joka toteutetaan kelluvasti useiden eri ohjelmien yhteydessä, valituilla kanavilla ja valittuna kampanja-aikana. RBS-ohjelmayhteistyö on myynnissä kanavilla: MTV3, MTV Sub, MTV Ava, STAR Channel, National Geographic ja MTV Katsomo. MTV Katsomon osalta toteutus on erilainen kuin lineaarikanavilla.

MTV määrittää RBS-ohjelmayhteistyöhön sisällytettävät ohjelmat. Ohjelmat ovat lähtökohtaisesti ulkomaista ja kotimaista draamaa, elokuvia, lifestyle-ohjelmia, komedioita sekä realitya. Tunnisteita ei sijoitella urheiluun, mainosrahoitteisiin ohjelmiin (AFP) eikä MTV:n määrittelemiin ilmiöohjelmiin. Uutis- ja ajankohtaisohjelmia sekä lastenohjelmia ei saa sponsoroida. MTV määrittää RBS-ohjelmayhteistyöohjelmissa mukana olevien kumppanien lukumäärän.

RBS-ohjelmayhteistyö buukataan kaikkien kanavien osalta samaan kampanjaan käyttäen samaa ostokohderyhmää, mikäli kampanjassa on käytössä sama tunnistemateriaali. Kampanjalle myönnetään yksi yhteinen kontaktitakuu asiakkaan valitsemassa ostokohderyhmässä. Tarkat kontaktitakuun myöntämisperusteet löytyvät myyntiehdosta.






Hinnastosta löytyvät kanavittain kohderyhmäkohtaiset RBS-ohjelmayhteistyön 30 sekunnin brutto-CPP- ja CPT-hinnat eri päivänosille indeksikaudella 100. Hinta määräytyy tv-mainosten pituuskerrointaulukon mukaan (5 s kerroin 0,3 ja 10 s kerroin 0,5).






Valtakunnallisen tv-mainonnan kausi-indeksit ja pituuskerroimet löydät sivulta 9.



Erikoisratkaisut: RBS-ohjelmayhteistyö, hinnasto 2025

30 sekunnin bruttohinnat indeksikaudella 100

RBS-OHJELMAYHTEISTYÖ											
KOHDERYHMÄ	KOKO (000)	CPT-HINTA		CPT-HINTA		CPT-HINTA		CPT-HINTA		CPT-HINTA	
		PRIME €	OFF PRIME €	PRIME €	OFF PRIME €	PRIME €	OFF PRIME €	PRIME €	OFF PRIME €	PRIME €	OFF PRIME €
Koko väestö 3+	5 434	9,5	6,0	11,0	5,3	9,0	4,0	12,4	6,9	9,1	4,1
25-64	2 824	21,4	14,9	20,3	11,2	18,2	10,0	18,2	10,0	18,2	10,0
Naiset 25-64	1 385	38,0	28,4	55,6	30,8	28,9	16,5	42,1	24,9	-	-
Miehet 25-64	1 439	48,5	31,4	31,1	17,2	-	-	32,2	16,6	30,2	15,0

RBS-OHJELMAYHTEISTYÖ											
KOHDERYHMÄ	KOKO (000)	CPP-HINTA		CPP-HINTA		CPP-HINTA		CPP-HINTA		CPP-HINTA	
		PRIME €	OFF PRIME €	PRIME €	OFF PRIME €	PRIME €	OFF PRIME €	PRIME €	OFF PRIME €	PRIME €	OFF PRIME €
Koko väestö 3+	5 434	518	327	599	287	489	219	673	375	496	225
25-64	2 824	604	420	574	316	514	282	514	282	514	282
Naiset 25-64	1 385	526	394	770	427	400	229	583	345	-	-
Miehet 25-64	1 439	698	452	447	248	-	-	464	239	435	216



CPT (cost per thousand) Kontaktihinta per tuhat katsojaa

CPP (cost per point) Kontaktihinta yhtä TRP-yksikköä kohden

TRP (target rating point) Kampanjan mainoskatkojen keskitarjotsumma kohderyhmässä. TRP on sama asia kuin kontakti, mutta suhdelukuna ilmaistuna.

Kohderyhmien koot: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2023

Erikoisratkaisut

RBS-ohjelmayhteistyö

Mediaelementit ja sijoittelupohjat

Ohjelmayhteistyön mediaelementtien sijoittelu ohjelmasisällön välittömässä läheisyydessä mahdollistaa tunnisteille korkean huomioarvon.

MTV määrittelee käytössä olevat sijoittelupohjat, eli millaista tunniste yhdistelmää kampanjassa käytetään.

Asiakas valitsee kampanjassa käytettävän sijoittelupohjan, sekä mitä pituutta kussakin tunnisteessa käytetään. 10 s ja 5 s tunnisteiden välille ei voi määrittää erillistä suhdetta jossa tunnisteita ajetaan, vaan tunnisteita ajetaan kappalemääräisesti samassa suhteessa.

Mediaelementit

- alkutunniste 5 s tai 10 s, sijainti ennen ohjelman alkua
- jatkuu1-tunniste 5 s, sijainti kiinni ohjelmassa juuri ennen katkolle menoa
- jatkuu2-tunniste 5 s, sijainti kiinni ohjelmassa katkolta ohjelmaan palattaessa
- lopputunniste 5 s tai 10 s, sijainti lopputekstien jälkeen ohjelman päättyessä

Sijoittelupohjat

- 1) alkutunniste + jatkuu1 + jatkuu2 + lopputunniste
- 2) alkutunniste + lopputunniste

Erikoisratkaisut: RBS-ohjelmayhteistyö

RBS-ohjelmayhteistyön tunnisteiden sisältöön liittyvät säännöt

Tunnisteen sisältöä koskevat eri ohjeet kuin katkomainontaa, ja tunnisteiden tulee noudattaa ohjelmayhteistyötunnisteille annettuja ohjeita. Pääkohdat näissä ovat:

- Tunnisteissa ei saa käyttää mainonnallisia ilmaisuja, kuten tuotekuvauksia, tuoteominaisuuksien luettelua, myyntiväittämiä, tuotemerkin laatua tai tehokkuutta osoittavia viittauksia, iskulauseita, ostokehoituksia tai muita aktivointeja, hintoja jne. Itse tuotteen tai palvelun voi näyttää.
- Tunnisteessa pitää ilmetä kumppanin liittyminen ohjelmaan (esim. ”yhteistyössä”, ”sponsored by”, ”ohjelman tarjoaa”).
- Internet-osoitteet ovat sallittuja. Puhelinnumeroita ei saa näyttää.
- Tunniste ei voi olla katkomainonnassa käytettävä televisiomainos. Mikäli tunnisteessa käytetään televisiomainoksesta leikattua tai editoitua materiaalia, on huomioitava, että kyseistä televisiomainosta ei voi ohjelmayhteistyön aikana ajaa mainoskatkokampanjassa.

Hyväksyttämällä tunnisteiden sisältö MTV:llä ennen sen toimitusta (Spotgaten kautta) voidaan varmistaa, että sisältö on lainmukainen.

Hyväksyttäminen onnistuu toimittamalla tunnisteiden suunnitelma, käsikirjoitus, raakaversio tai valmis tunniste osoitteeseen video@mtv.fi

Erikoisratkaisut: RBS-ohjelmayhteistyö: MTV Katsomo



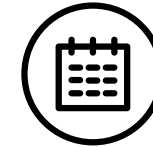
RBS-ohjelmayhteistyö on ohjelmayhteistyötunnistenäkyvyyttä MTV Katsomossa, joka toteutetaan kelluvasti useiden eri ohjelmien yhteydessä tunniste paikalla ilman toistokontrollia. Ohjelmat ovat lähtökohtaisesti ulkomaista ja kotimaista draamaa, elokuvia, lifestyle-ohjelmia, komedioita sekä realitya. Tunniste on suoraan kiinni ohjelmassa MTV Katsomossa pre- ja midroll-mainoskatkoilla.

Kampanjan minimiaika on viikko eli seitsemän päivää, spottipituus on vakio 10 sekuntia ja näyttömäärä on 150 000 viikossa.

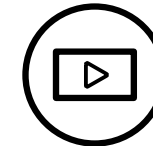
RBS-ohjelmayhteistyö: MTV Katsomo	CPM-HINTA € 10s
ROS	33,6



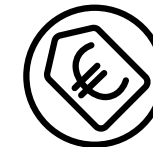
150 000
Näyttöä viikossa



Seitsemän päivää
Kampanjan kesto



Pituus 10”



5 040 € / viikko
Bruttohinta, josta myönnetään
-15 % yhteistoimintapalkkio tai
-12 % suoralaskutuslennus
sekä asiakkaan MTV Katsomon
yhteistyösopimusetu



Kampanjoiden ostaminen

Kampanjamääritys

Televisionmainonnassa kampanjalla tarkoitetaan kokonaisuutta, joka varataan kerralla ja jolla mainostetaan samaa tuotetta tai palvelua. Kampanjan kokonaiskesto voi olla maksimissaan kahdeksan (8) viikkoa. Kampanjan sisällä oleva tauko voi maksimissaan olla seitsemän (7) päivää, ja kokonaisaika ulottua korkeintaan kahdelle myyntikaudelle. Saman mainostajan erilliset kampanjat katsotaan yhdeksi kampanjakokonaisuudeksi, jos kampanjoiden välinen tauko on seitsemän (7) päivää tai vähemmän ja joissa on käytetty samaa mainosta/mainoksia ja/tai kohderyhmää. MTV pidättää itselleen oikeuden yhdistää edellä mainitut erilliset kampanjat yhdeksi kokonaisuudeksi, joka saa kontaktitakuun myyntiehtojen mukaisesti.

Päivänosat

Kanavilla on ohjelmaostamisessa käytössä kaksi päivänosaa: prime time ja off prime time. Päivänosa on ohjeellinen MTV3-, MTV Sub -, MTV Ava -, STAR Channel - ja National Geographic -kanavilla ja määräytyy oheisen taulukon mukaisesti ohjelman alkamisajan mukaan.

DAYPART	MA-SU
Prime	klo 18:00–23:59
Off prime	klo 00:00–17:59

Ostohetkellä MTV Total TV -tuotteella sekä MTV3:n aluemarkinonassa on käytössä vain yksi päivänosaa, koko vuorokausi.

Myyntikaudet

TV-kanavat avataan myyntiin kausittain seuraavasti:

KAUSI (PVM)	VIIKOT	AVATAAN MYYNTIIN
1.1.–2.3.2025	1–9	18.11.2024
3.3.–4.5.2025	10–18	20.1.2025
5.5.–6.7.2025	19–27	17.3.2025
7.7.–31.8.2025	28–35	26.5.2025
1.9.–2.11.2025	36–44	21.7.2025
3.11.–31.12.2025	45–52 (1)	22.9.2025

Kampanjoiden ostaminen

Kontaktitakuu ja kontaktitakuurajat

MTV myöntää kontaktitakuun kampanjoille, jotka täyttävät voimassa olevat myyntiehdot ja määritellyt TRP-takuurajat. Kontaktitakuulla kampanjalle taataan ostohetken ennustettu kontaktimäärä ja kampanjalla on kokonaistakuu. Kampanjalle myönnetään kontaktitakuu asiakkaan valitsemassa ostokohderyhmässä. Takuurajat poikkeavat toisistaan MTV Total TV:ssä, MTV3:n aluemainonnassa, kokonaan ohjelmaostamisella ostetuissa kampanjoissa ja RBS-ohjelmayhteistyössä. Oheisten taulukoiden mukaan sovelletaan kullekin kampanjatyypille erikseen ilmoitettuja kontaktitakuurajoja.

RBS-ohjelmayhteistyössä koko kampanjalla on yksi yhteinen kontaktitakuu kampanjan kohderyhmässä.

PAKETEITTAIN, TRP	
MTV Total TV*	100

ALUEMAINONTA, TRP	
MTV3	50

*) 3–9 v. lapset kohderyhmässä kontaktitakuun minimiraja on 10 TRP

OHJELMAOSTAMISELLA OSTETUT KAMPANJAT, TRP	
MTV3	25
MTV Sub	10
MTV Ava	5
STAR Channel	5
National Geographic	5

RBS-OHJELMAYHTEISTYÖ, TRP	
MTV3	50
MTV Sub	20
MTV Ava	10
STAR Channel	10
National Geographic	10

Tarkat kontaktitakuun myöntämisperusteet löytyvät myyntiehdoista

Kampanjoiden ostaminen

Kausi-indeksit

Mainosesityksen kausi-indeksi määräytyy ohjelman esityspäivän mukaan. Kausi-indeksit koskevat MTV Total TV:tä, MTV3:n aluemainontaa, ohjelmaostamista ja RBS-ohjelmayhteistyöratkaisuja sekä kaikkia kampanjoissa mukana olevia kanavia. Kampanjoihin sovelletaan kausi-indeksejä oheisen taulukon mukaisesti

KAUSI (PVM)	KAUSI (VKO)	INDEKSI
1.1.–26.1.2025	1–4	80
27.1.–30.3.2025	5–13	110
31.3.–25.5.2025	14–21	125
26.5.–22.6.2025	22–25	130
23.6.–3.8.2025	26–31	85
4.8.–2.11.2025	32–44	125
3.11.–21.12.2025	45–51	120
22.12.–31.12.2025	52 (1)	80

MTV Oy pidättää oikeuden kausi-indeksimuutoksiin

Pituuskertoimet

Kaikkien ostotapojen ohjelmille tai kontakteille on määritelty 30 sekunnin valtakunnallinen hinta. Muun pituisten mainosesitysten hinta saadaan kertomalla 30 sekunnin hinta oheisen taulukon pituuskertoimilla.

Mainosesitysten hinta määräytyy viiden sekunnin porrastuksen mukaisesti ja mainoksen pituus tulee olla 5 sekunnilla jaollinen (5 sek, 10 sek, 15 sek jne).

SEKUNTIA	KERROIN	SEKUNTIA	KERROIN	SEKUNTIA	KERROIN
5	0,3	45	1,5	85	2,8
10	0,5	50	1,7	90	3
15	0,7	55	1,8	95	3,2
20	0,8	60	2	100	3,3
25	0,9	65	2,2	105	3,5
30	1	70	2,3	110	3,7
35	1,2	75	2,5	115	3,8
40	1,3	80	2,7	120	4