

# MEDIA TIEDOT 2022

ILMIÖIDEN RAKENTAMISEEN



*Parasta Seuraa*



# Total TV: erikoisratkaisut RBS-ohjelmayhteistyö

Ohjelmayhteistyötunnistenäkyvyys toteutetaan kelluvasti useiden eri ohjelmien yhteydessä, valituilla kanavilla, valittuna ajanjaksona.

RBS-ohy on kustannustehokas tapa brändiviestimiseen. Erinomainen ratkaisu, kun halutaan jatkuvaa näkyvyyttä brändille, toistoa viestille ja tuotenäkyvyydelle, top-of-mindin ylläpitoa ja kasvattamista tai korkeaa tavoittavuutta kohderyhmässä.

## Hinta

Taulukosta löytyvät kanavittain kohderyhmäkohtaiset RBS-ohjelmayhteistyön 30 sekunnin brutto-CPP-hinnat päiväjaon mukaan indeksikaudella 100. Bruttohinnat ovat 20 % kohderyhmäkaupan bruttohintoja edullisempia. Hinta määräytyy tv-mainosten pituuskerrointaulukon mukaan (5 s kerroin 0,3 ja 10 s kerroin 0,5). Kausi-indeksit ovat samat kuin televisiomainonnassa; löydät ne sivulta 6.

## Kontaktitakuu

Kampanjalle myönnetään kontaktitakuu asiakkaan valitsemassa kohderyhmäkaupalla myytävässä kohderyhmässä. Tarkat kontaktitakuun myöntämisperusteet löytyvät myyntiehtoista.

## Ohjelmat

MTV määrittää RBS-ohjelmayhteistyöhön sisällytettävät ohjelmat. Ohjelmat ovat lähtökohtaisesti ulkomaista ja kotimaista draamaa, elokuvia, lifestyle-ohjelmia, komedioita sekä realityä.

Uutis- ja ajankohtaisohjelmia sekä lastenohjelmia ei saa sponsoroida. Tunnisteita ei sijoitella kohderyhmäkaupalta suljettuihin ohjelmiin, urheiluun, mainosrahoitteisiin ohjelmiin (AFP) eikä MTV:n määrittelemiin ilmiöohjelmiin.

MTV määrittää RBS-ohjelmayhteistyössä mukana olevien ohjelmien kumppanimäärän.

## RBS-ohjelmayhteistyön hinnat 2022



### CPT

(cost per thousand)

Kontaktihinta per tuhat katsojaa

### CPP

(cost per point)

Kontaktihinta yhtä TRP-yksikköä kohden

### GRP

(gross rating point)

Kampanjan mainoskatkojen keskikatsojamäärien summa koko väestössä

### TRP

(target rating point)

Kampanjan mainoskatkojen keskikatsojamäärien summa kohderyhmässä. TRP on sama asia kuin kontakti, mutta suhdelukuna ilmaistuna.

| KANAVA      | KOHDERYHMÄ   | KOKO (000) | CPT-HINTA, BRUTTO |         | CPP-HINTA, BRUTTO |         |
|-------------|--------------|------------|-------------------|---------|-------------------|---------|
|             |              |            | OFF PRIME €       | PRIME € | OFF PRIME €       | PRIME € |
| <b>mtv3</b> | 25–54        | 2 074      | 18,90             | 27,24   | 392               | 565     |
|             | naiset 25–54 | 1 011      | 36,70             | 51,53   | 371               | 521     |
|             | 35–64        | 2 090      | 13,44             | 19,28   | 281               | 403     |
|             | 18+          | 4 492      | 5,61              | 8,55    | 252               | 384     |
|             | POP          | 2 752      | 7,52              | 12,75   | 207               | 351     |
| <b>sub.</b> | 25–54        | 2 074      | 13,40             | 25,70   | 278               | 533     |
|             | naiset 25–54 | 1 011      | 31,26             | 59,15   | 316               | 598     |
|             | 35–64        | 2 090      | 11,72             | 21,34   | 245               | 446     |
|             | 18+          | 4 492      | 6,88              | 12,42   | 309               | 558     |
|             | POP          | 2 752      | 10,39             | 20,68   | 286               | 569     |
| <b>avv</b>  | 25–54        | 2 074      | 13,21             | 20,20   | 274               | 419     |
|             | naiset 25–54 | 1011       | 20,67             | 31,16   | 209               | 315     |
|             | 35–64        | 2 090      | 8,18              | 14,26   | 171               | 298     |
|             | 18+          | 4 492      | 3,70              | 7,72    | 166               | 347     |
|             | POP          | 2 752      | 5,38              | 12,17   | 148               | 335     |

Kohderyhmien koot: Tilastokeskus, väestötiedot 31.12.2020

## RBS-ohjelmayhteistyön mediaelementit ja sijoittelupohjat

Ohjelmayhteistyön mediaelementtien sijoittelu ohjelmasisällön välittömässä läheisyydessä mahdollistaa tunnisteille korkean huomioarvon.

Mediaelementit ovat

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

MTV määrittelee käytössä olevat sijoittelupohjat, eli millaista tunnisteyhdistelmää kampanjassa käytetään.

Sijoittelupohjat ovat

1. alkutunniste + jatkuu1 + jatkuu2 + lopputunniste
2. alkutunniste + lopputunniste

Asiakas valitsee kampanjassa käytettävän sijoittelupohjan sekä mitä edellä mainittua 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.

RBS-ohjelmayhteistyökampanjaan voi toimittaa korkeintaan neljä (4) eri aineistoa.



## 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, ostokehotuksia tai muita aktivointeja, hintoja jne. Itse tuotteen tai palvelun voi näyttää.
- Tunnisteessa pitää ilmetä kumppanin liittyminen ohjelmaan (esim. ”yhteistyössä”, ”sponsored by”, ”ohjelman tarjoaa”). Tuotteen tai palvelun saa näyttää.
- Internet-osoitteet ovat sallittuja. Puhelinnumeroita ei saa näyttää.
- Tunniste ei voi olla katkomainonnassa käytettävä televisiomainos. Mikäli tunnisteessa käytetään televisiomainoksesta leikattua tai editoitua materiaalia, on huomiotava, että kyseistä televisiomainosta ei voi ohjelmayhteistyön aikana ajaa mainoskatkokampanjassa.
- Hyväksyttämällä tunnisteen sisältö MTV:llä ennen sen toimitusta (Spotgaten kautta) voidaan varmistaa, että sisältö on lainmukainen. Hyväksyttäminen onnistuu toimittamalla tunnisteen suunnitelma, käsikirjoitus, raakaversio tai valmis tunniste osoitteeseen [rbstrafiikki@mtv.fi](mailto:rbstrafiikki@mtv.fi).



## Myyntikaudet 2022 MTV:n tv-kanavat

(sis. RBS-ohy)

| KAUSI (PVM)       | KAUSI (VKO) | AVATAAN MYyntIIN |
|-------------------|-------------|------------------|
| 1.1.–27.2.2022    | 1–8         | 22.11.2021       |
| 28.2.–1.5.2022    | 9–17        | 24.1.2022        |
| 2.5.–3.7.2022     | 18–26       | 28.3.2022        |
| 4.7.–28.8.2022    | 27–34       | 23.5.2022        |
| 29.8.–30.10.2022  | 35–43       | 25.7.2022        |
| 31.10.–31.12.2022 | 44–52       | 26.9.2022        |

## Kausi-indeksit 2022 MTV:n tv-kanavat

Mainosesityksen  
indeksi määräytyy  
ohjelman esityspäivän  
mukaan

| KAUSI (PVM)       | KAUSI (VKO) | INDEKSI |
|-------------------|-------------|---------|
| 3.–30.1.2022      | 1–4         | 70      |
| 31.1.–3.4.2022    | 5–13        | 100     |
| 4.–24.4.2022      | 14–16       | 105     |
| 25.4.–29.5.2022   | 17–21       | 115     |
| 30.5.–26.6.2022   | 22–25       | 118     |
| 27.6.–17.7.2022   | 26–28       | 85      |
| 18.7.–7.8.2022    | 29–31       | 85      |
| 8.8.–4.9.2022     | 32–35       | 110     |
| 5.9.–2.10.2022    | 36–39       | 113     |
| 3.–30.10.2022     | 40–43       | 107     |
| 31.10.–25.12.2022 | 44–51       | 100     |
| 26.12.–31.12.2022 | 52          | 70      |

## Daypart-jaot kanavittain

MTV3, Sub, AVA  
(ohjeellinen)

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

