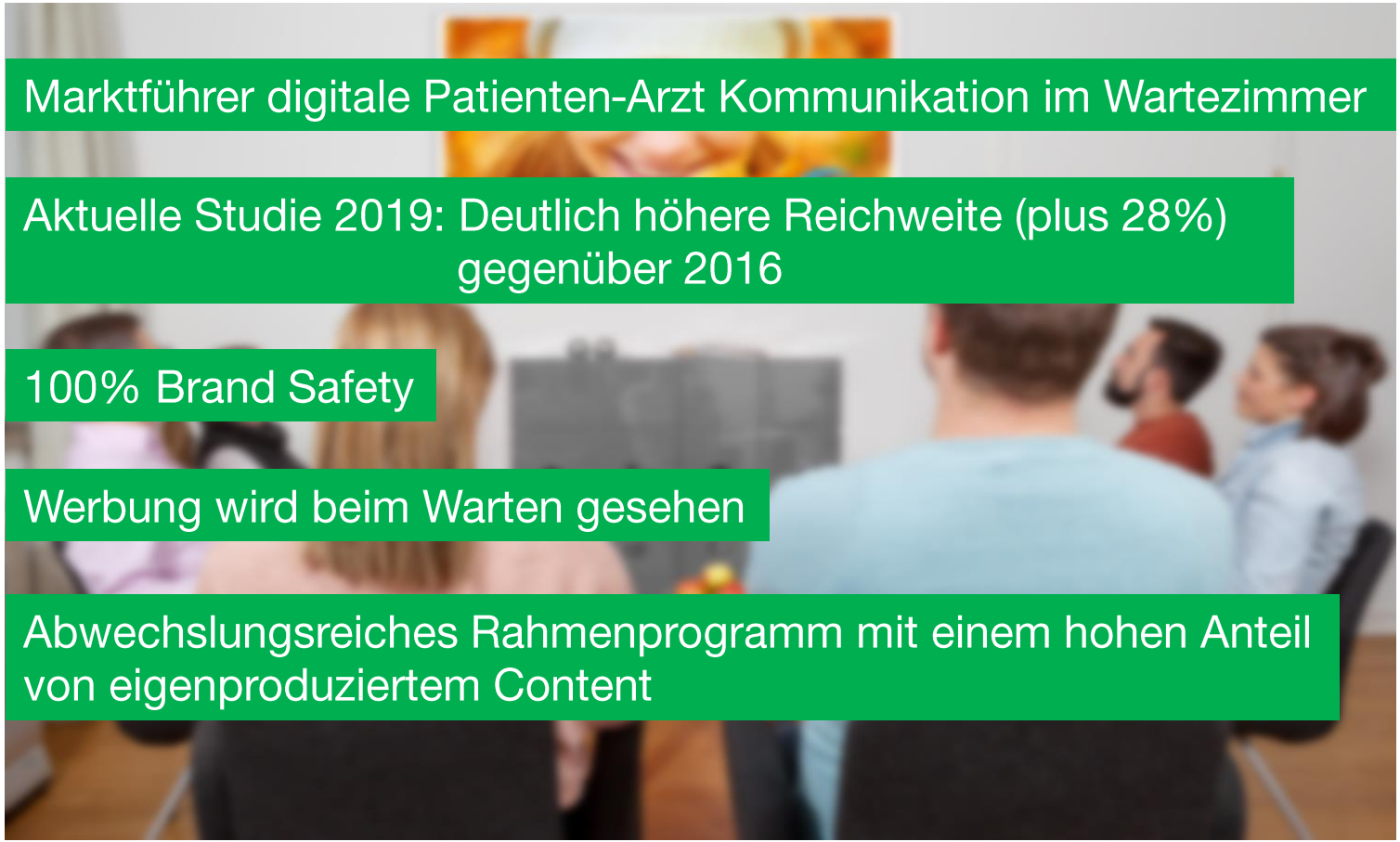
MEDIADATEN 2020

wartezimmer tv

TV WARTEZIMMER HIGHLIGHTS



Marktführer digitale Patienten-Arzt Kommunikation im Wartezimmer

Aktuelle Studie 2019: Deutlich höhere Reichweite (plus 28%) gegenüber 2016

100% Brand Safety

Werbung wird beim Warten gesehen

Abwechslungsreiches Rahmenprogramm mit einem hohen Anteil von eigenproduziertem Content

TV WARTEZIMMER IM KURZPORTRAIT

TV-Wartezimmer ist in deutschsprachigen Arztpraxen Marktführer für modernste digitale Arzt-Patientenkommunikation im Wartebereich.

Das tagesaktuelle Rahmenprogramm des Health-TV-Networks umfasst eine attraktive Mischung aus Patientenfilmen über Vorsorgemöglichkeiten und Therapieformen, Dokumentationen, Nachrichten aus Politik und Gesellschaft sowie Werbung und Unterhaltung. Mehr als sieben Millionen Patienten pro Monat nutzen das vielseitige Angebot und lassen sich so die Wartezeit verkürzen.

Zahlreiche Kooperationen mit namhaften Programmzulieferern, darunter die Tagesschau, Welt, Ehapa-Verlag oder Marco Polo, sorgen für zusätzliche Premiumqualität im Programm und für garantierte Brand Safety. Berufs- und Fachverbände, Kammern und Ärztenetze ebenso wie unabhängige Studien und Zertifizierungen belegen regelmäßig die Kompetenz von TV-Wartezimmer.

UNTERHALTSAMER MIX AUS NEWS, GESUNDHEITS-INFORMATIONEN, WETTER, SPORT, DOKUS UND WERBUNG

wartezimmer tv

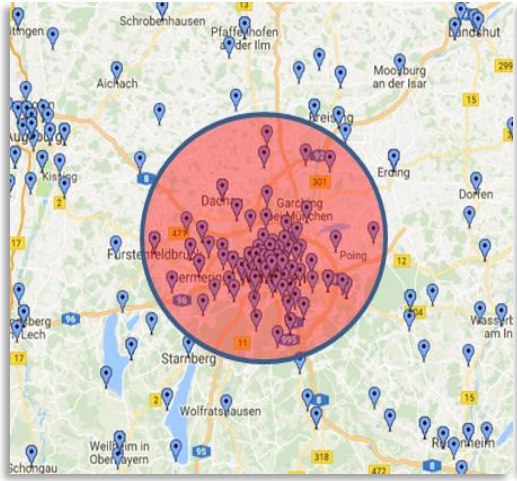
SELEKTIONS-BEISPIELE

national

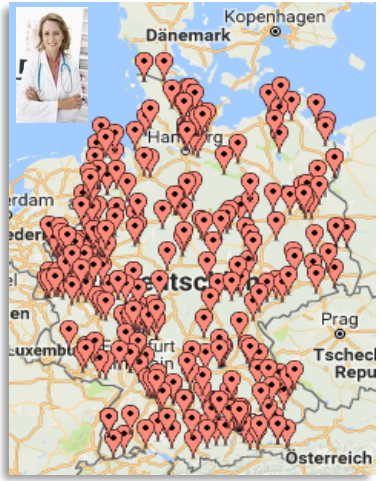
Bundesland

Top 10-Städte

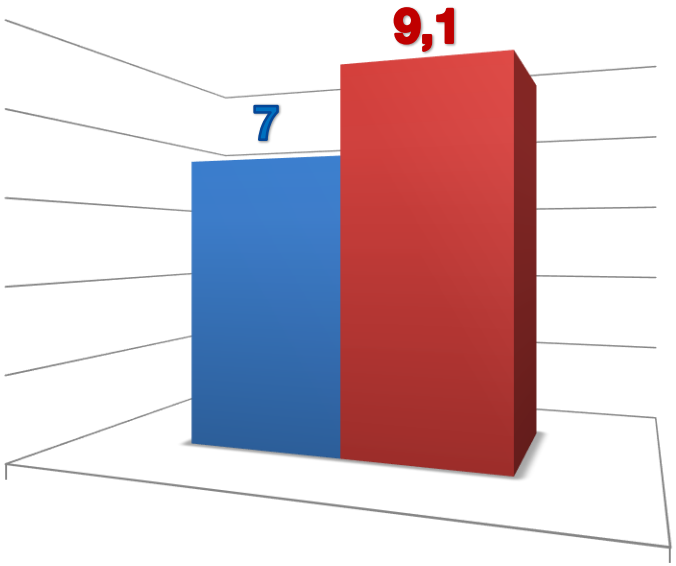
Region, PLZ-Gebiet



Fachrichtung



PLUS 28% REICHWEITE VON 2016 ZU 2019

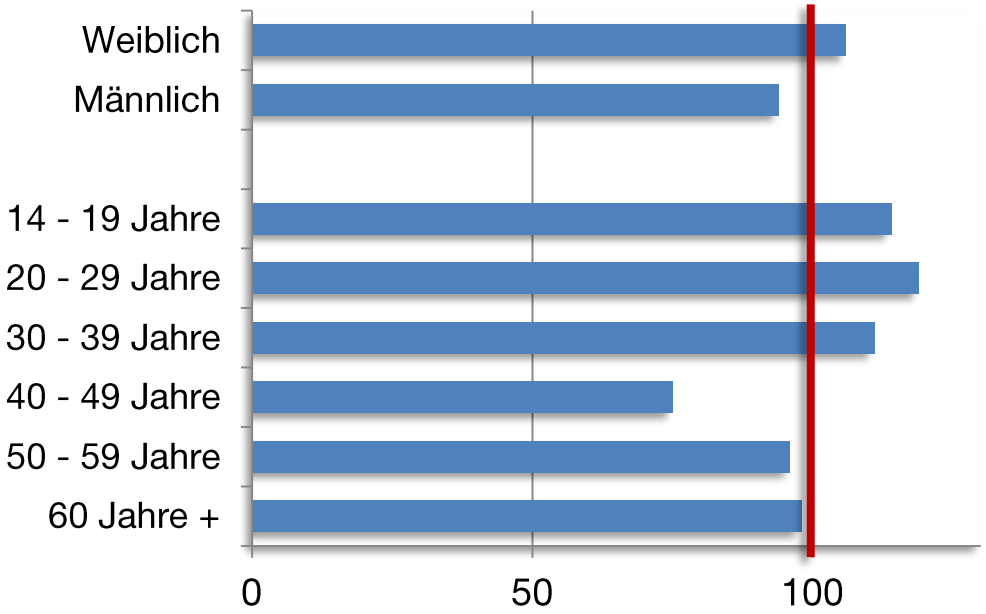


Werbemittel-Kontakte (Mio.)

Neutral gemessen im Rahmen der Studie „Public & Private Screens 2019“ von GIM und DMI,
Standard-Belegung mit 5.400 Wartezimmern, 1 Woche

OB JUNG ODER ALT – JEDER GEHT ZUM ARZT

Demographie TV Wartezimmer
im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (Index = 100)

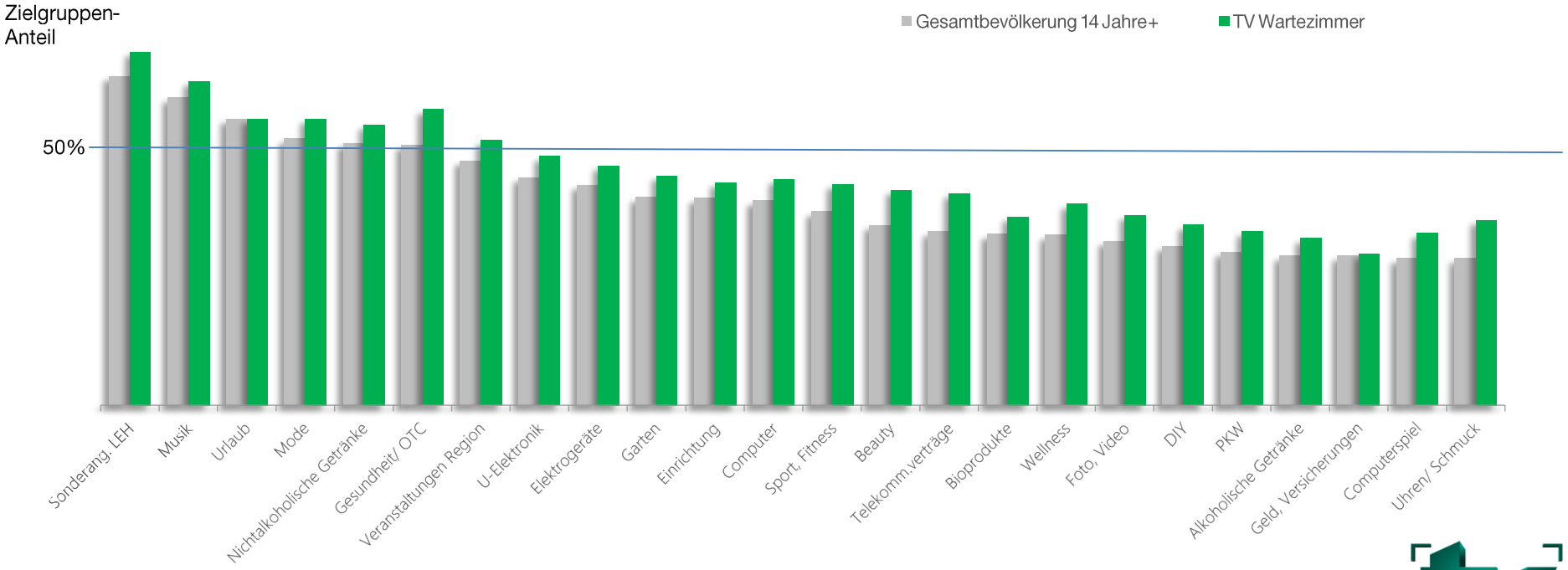


Anteil in %

Weiblich	53,7
Männlich	46,3
14 - 19 Jahre	8,0
20 - 29 Jahre	16,7
30 - 39 Jahre	15,6
40 - 49 Jahre	12,0
50 - 59 Jahre	17,5
60 Jahre +	30,1

Neutral gemessen im Rahmen der Studie „Public & Private Screens 2019“ von GIM und DMI

BREITES SPEKTRUM AN THEMENINTERESSEN



Quelle: Public & Private Screens 2019/20, Vorabergebnisse 2019-10-12. Zielgruppe Gesamt 14Jahre+ (70,445 Mio.) Themeninteresse: Sehr stark/ stark

BELEGUNGS-BEISPIELE

Anzahl Wartezimmer	Sek.	Anzahl Tage	Frequenz pro 60 Min.	Media Brutto	Spot-Kontakte 14+
5.500	10-15	5	4	54.824 €	9.292.247
2.000	10-15	5	4	19.936 €	3.378.999
1.000	10-15	5	4	9.968 €	1.689.499
500	10-15	5	4	4.984 €	844.750
100	10-15	5	4	997 €	168.950

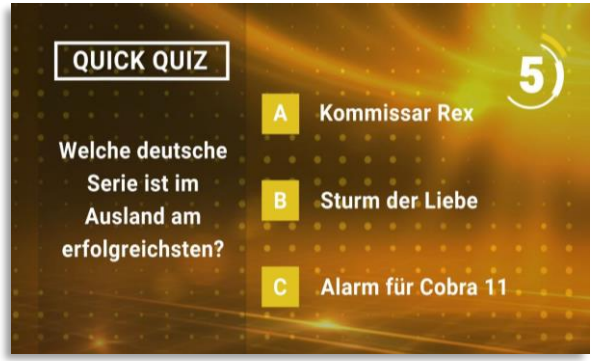
Basis-TKP 5,90 brutto,
Anzahl Wartezimmer, Spotlänge, Anzahl Tage, Frequenz pro 60 Min.
frei wähl-und kombinierbar
Spot-Kontakte = Werbemittel-Kontakte lt. PPS 2019

SPECIALS

Spot wird in regionales Fensterprogramm eingebettet

Ernährungs ABC

Quiz



Weitere Formate können individuell entwickelt und produziert werden.

WETTER PRESENTING

Motiv kann je nach Wetterlage angepasst werden

Wetter wird bis auf die PLZ genau individuell ausgespielt (location based)

REFERENZKUNDEN

NOVARTIS
meridol
HARTMANN
AOK Die Gesundheitskasse.
Unilever
ratiopharm
Bayer HealthCare
Bayer Vital
APOTHEKEN Umschau
ERGO
STADA
gsk GlaxoSmithKline
Tempo
Sparkasse
T
PHILIPS sonicare
KIESER TRAINING
Casper
ProSiebenSat.1 Media AG
REWE
ASKLEPIOS
ARAG
DB
SUZUKI
EDEKA
Spotify

TECHNISCHE SPEZIFIKATIONEN

Bitte liefern Sie Ihre gemafreien Vorlagen in digitaler Form an.

Bilder: jpg, gif oder bmp

Animationen und Filme: mov, mp4 (h.264), wmv oder avi

Der Spot sollte möglichst ohne Ton (evtl. mit Untertitel) sein bzw. auch ohne Ton hinreichend gut funktionieren, da TV-Wartezimmer® überwiegend ohne Ton ausgestrahlt wird.

Format und Auflösung:
Format: 16:9, die Auflösung beträgt 1280 x 720 (HD) oder 1920 x 1080 (Full HD) Pixel.

Anlieferung:
4 Werktage vor Kampagnen-Beginn, kürzer nach Abstimmung möglich

an:
mediateam@tv-wartezimmer.de

KONTAKT

Claudius von Soos
Mail: claudius.vonsoos@tv-wartezimmer.de
Fon: 0162/2666122
Büro Düsseldorf

TV-Wartezimmer®
Gesellschaft für moderne Kommunikation MSM GmbH & Co. KG
Raiffeisenstraße 31
85356 Freising