

# Sonderwerbformen

Wilmaa & Teleboy



# WILMAA UND TELEBOY

Teleboy und Wilmaa sind Pioniere im Bereich WebTV und stehen für digitales Fernsehen auf allen Screens - ob unterwegs über Smartphone, über Tablet und Computer bis hin zum Grossbildschirm zu Hause.

Die Plattformen erreichen monatlich 505'000 Unique Clients (NET-Metrix-Profil 2020-2) und sind dank stetiger Innovationskraft bei den Digital Natives besonders beliebt. Neben hochwertigen In-Stream Platzierungen bieten Wilmaa und Teleboy grossformatige Sonderwerbformen sowie Content Marketing Channels für Unternehmen an.

# FACTS & FIGURES

## WILMAA & TELEBOY

---

### TV SENDER

Es sind über 260 TV-Sender aus Entertainment, Sport und Culture verfügbar



### UNIQUE USER

Monatlich werden 505 000 Unique User erreicht



### ALTER

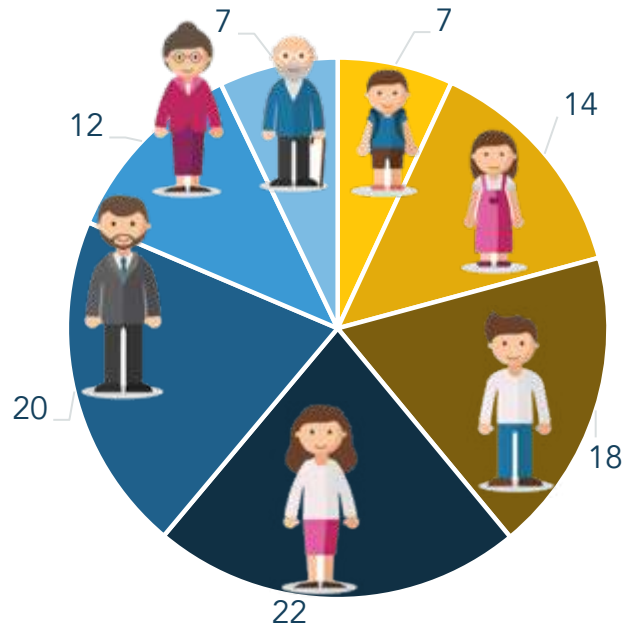
Knapp 55% der User sind zwischen 20 und 49 Jahre alt



Quelle: NET-Matrix Profile 2020-2

# USER-VERTEILUNG

NACH %



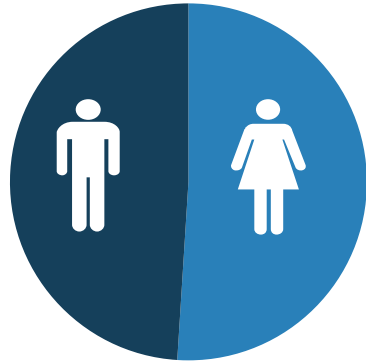
■ 14-19 ■ 20-29 ■ 30-39 ■ 40-49 ■ 50-59 ■ 60-69 ■ 70+

# ONLINE-TV AUDIENCE

---

## GESCHLECHT

Die Audience besteht zu  
51% aus weiblichen Usern  
und 49% männlichen  
Usern



## EINKOMMEN

Rund 35% der User haben  
ein Brutto-  
Haushaltseinkommen von  
über CHF 8000.-



Quelle: NET-Matrix Profile 2019-2

# BRAND SAFETY

ONLINE-TV

---

Online-TV garantiert **maximale Brand Safety** - die Werbung und der Branded Content befindet sich in einem **qualitativ hochstehenden Umfeld** und bietet keinen Raum für Shitstorms oder anstössige Videos.



# Special Ads

Wilmaa & Teleboy



# LOADING AD

Jedes Mal, wenn Wilmaa oder Teleboy auf Desktop oder Mobile gestartet wird, erscheint bei allen Free Usern ein Loader mit einer **persönlichen Begrüssung\***.

\*Persönliche Ansprache möglich bei Usern, deren Vornamen bekannt sind (circa 50%)





# VORTEILE

## LOADING AD

---

### EIN LOADING AD ERMÖGLICHT

- Grossflächiges Branding zur Awareness-Steigerung
- Persönliche Useransprache auf dem Startscreen
- Gestalterischen Freiraum für eine authentische User-Ansprache



# LOADING AD

## Beispiele



## SUMMARY // FACTSHEET LOADING AD

THEMA	FACT	KOMMENTAR / QUELLE
Reichweite - Potential	505'000 Unique User pro Monat / 205'000 Unique User pro Woche	NET-Metrix Profile 2020-2
Plattformen	Wilmaa und Teleboy: html5 Webbrowser, iOS, Android Mobile	
Platzierung	Zum Start jedes Besuchs der Free User	
Format	Full Screen Image klickbar mit persönlicher Ansprache, 1920x1080	
Sprachen	DE, FR, EN	
Leistungen	Ad Impressions: ca. 350'000 pro Woche* CTR: ca. 2-5%	Google Datastudio
Reporting	1x wöchentlich: Ad Impressions, Klicks	Google Datastudio Tracking durch Kunde/Agentur möglich
Kosten	CHF 30'000 pro Woche (TKP CHF 85.70)	Inkl. Setup
Neukunden-Angebot (n/n/n)	2 Wochen für CHF 30'000 (TKP CHF 42.25)	Inkl. Setup

\*Anzahl Impressions/Angebot kann je nach Jahreszeit variieren

# BRANDED CHANNEL

---

Eigener TV Kanal mit **Branded Content** auf Wilmaa und Teleboy.  
Über alle Screens - TV, Computer, Smartphone und Tablet.



# BRANDED CHANNEL

---

Das Angebot beinhaltet die **Integration eines eigenen TV-Kanals** auf sämtlichen Devices von **Wilmaa und Teleboy**.

Der **Name des TV-Kanals kann frei gewählt werden** und erscheint top platziert oberhalb der Senderliste. Die Videos können auf verschiedene Arten ausgespielt werden (Simulated Live, Continue Watching oder Liste).

Innerhalb des Channels können unterschiedliche **Subchannels** integriert werden (zum Beispiel „How-To“ oder „Rezepte“). Der User kann die einzelnen (Sub-)Channels und Videos nach Belieben abspielen.



# VORTEILE

## BRANDED CHANNEL

---

Der Kanal ist online und über alle Geräte abrufbar, dennoch verschmilzt er mit dem qualitativ hochwertigem Content aus dem traditionellen TV. Durch das TV-Umfeld kann zudem maximale Brand Safety garantiert werden.

Durch die prominente Platzierung in der Senderliste und den flankierenden Werbemaßnahmen wird sichergestellt, dass alle User auf den Content aufmerksam werden.

Jeder User der WebTV-Plattformen wird mindestens gelegentlich in Kontakt mit dem platzierten Brand oder Channel kommen.



# VORTEILE

## BRANDED CHANNEL

---

### EIN BRANDED CHANNEL ERMÖGLICHT

- Den **Kontakt zur Zielgruppe** permanent aufrechtzuerhalten
- Ein **Story-Universum** rund um das Produkt zu bilden
- Grossen **Kreationsfreiraum** um eine reibungslose & **relevante Customer Journey** zu gestalten

### CONTENT MARKETING

Als Ergebnis erreicht Content Marketing ein **tiefergehendes Branding** sowie **Loyalität** gegenüber der Marke.



# BRANDED CHANNEL

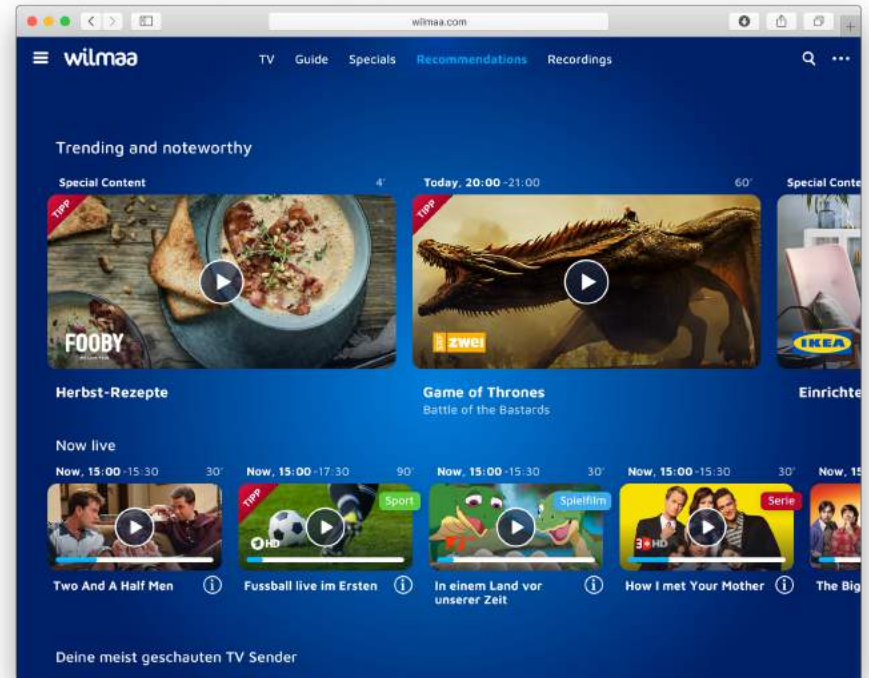
Integration bei den Wilmaa Specials  
und auf dem Teleboy Home Screen.





# BRANDED CHANNEL

Integration bei den TV- Empfehlungen.



# BRANDED CHANNEL

## CHANNEL PROMOTION

- Top 5 Platzierung in der Channel List
- Channel List Ads / Display Ads
- Social Media
- Newsletter
- Push Notifications
- On Screen Messages
- Start-Kanal Promotionen



## SUMMARY // FACTSHEET BRANDED CHANNELS

THEMA	FACT	KOMMENTAR / QUELLE
Reichweite - Potential	505'000 Unique User pro Monat / 205'000 Unique User pro Woche	NET-Metrix Profile 2020-2
Plattformen	Wilmaa und Teleboy: tvOS, Android TV, html5 Webbrowser, iOS, Android Mobile	
Platzierung	Top 5 in der Senderliste, Recommendations, Wilmaa Specials, Teleboy Home Screen	
Sprachen	DE, FR, EN	
Leistung	10'000 User pro Woche auf dem Channel (Erfahrungswert)	Google Analytics
Video Ausspielung	3 Ausspielmöglichkeiten: Simulated Live, Continue Watching, Liste	
Video Upload / Handling	Durch das Wilmaa Team inkl. Redaktionsplanung	
Zusätzliche Channel Promotion	Push Notifications, Start-Kanal Promotions, On Screen Messages, Newsletter, Channel List Ads / Display Ads, Social Media - durch das Wilmaa Team abgestimmt mit der Aufschaltplanung	
Reporting	1x wöchentlich / automatisch: Total Users, User per (sub)Channel, Background Impressions und Interactions, Total Pageviews, Average Watch Time per (Sub-)Channel, Total Watch Time per (Sub-)Channel	Google Analytics Tracking durch Kunde/Agentur möglich
Kosten	CHF 100'000 pro Quartal 1 Branded Channel mit möglichen Subchannels	Inkl. Setup und Channel

# INTERAKTIVE SPONSORING UMFELDER

ISU ist ein „Brand Takeover“ auf dem Wilmaa Web Player und wird z.B. während einem Sportereignis angezeigt.



# INTERAKTIVE SPONSORING UMFELDER

Die individuellen Sponsorings können zum Beispiel bei **Sportevents** oder sonstigen **grossen TV-Ereignissen** eingesetzt werden und ein Tippspiel beinhalten oder generell eine Plattform sein, **welche den User animiert interaktiv** am Event teilzunehmen.

Das Interaktive Sponsoring wird zusammen mit dem Kunden erarbeitet und **massgeschneidert** offeriert.



The screenshot shows the wilmaa website interface. At the top, there is a navigation bar with the wilmaa logo, links for 'wilmaa', 'TV-Program', 'Sendungs', and 'Account', a search bar, and a 'Filter' dropdown. The main content area features a central soccer match video player. To the left of the video is a McDonald's fries container, and to the right is a Burger King burger with a 'NEW' badge. Below the video, the text 'Jetzt mittippen und gewinnen!' is displayed. Underneath, there are three player cards for 'Rafael van der Vaart', 'Gilbert Gress', and 'Christo Rigozzi', each with a 'Mein Tipp' section showing a score and flags. The final card is a 'Wie endet die Partie?' section with a 'Mein Tipp' section showing '?:?' and a 'Jetzt teilnehmen' button.

# Interessiert?

Roman Reimann  
Director Wilmaa

**Wilmaa**  
**Sunrise Communications AG**  
Thurgauerstrasse 101b  
8152 Glattpark (Opfikon)

Tel.: 078 626 09 18  
Email: [roman.reimann@wilmaa.com](mailto:roman.reimann@wilmaa.com)



**TELEBOY**



# DEINE CHANCE ZU WIRKEN, ROMAN

