

TV-Wartezimmer

Herbst/Winter 2011





beebop healthcare unit

Die beebop media ag ist eine unabhängige, inhabergeführte Agentur, gegründet im Jahr 2007.

Mit unserer Healthcare Unit haben wir uns auf Medien im Healthcare Bereich spezialisiert. Wir betreuen und vermarkten Medienformate, die sich erfolgreich im Healthcare Bereich etabliert haben.

1. TV Wartezimmer- Fernsehen bis der Arzt kommt
2. babilu-Geschenktaschen: Zielgruppe Schwangere und junge Mütter

Wir haben uns für die Vermarktung dieser exklusiven Healthcare-Umfelder entschieden, da wir von dieser Zukunftsbranche überzeugt sind.

Markenartikler treffen im Healthcare-Umfeld genau auf ihre Zielgruppe. Es gibt wenig Streuverluste und die Werbung wird eher als Empfehlung des selbst ausgewählten Arztes, der Klinik oder der Hebamme angesehen.

TV-Wartezimmer

- TV-Wartezimmer kombiniert Spots und redaktionelle Inhalte
- Sensibilisierung des Zuschauers auf Ihr Themenumfeld
- Programm wird via DSL übertragen
- jeder Bildschirm wird einzeln angesteuert
- Wartezeit wird verkürzt
- Glaubwürdiges Umfeld
- Max. 15% Werbung
- keine Werbeblöcke



Patientengerechtes Programm



tagesaktuelles, bundeseinheitliches Rahmenprogramm

- Tier-, Naturfilme
- News
- Wetter
- Gesundheits-Tipps
- medizinische Infos
- Magazine

praxisindividuelles Programm

- IGeL-, Selbstzahler-Filme
- Selbstdarstellungen
- Imagefilme

Reichweite

3.600 TV-Wartezimmer Screens sind bundesweit für Werbekunden belegbar (Stand: Sep. 2011)

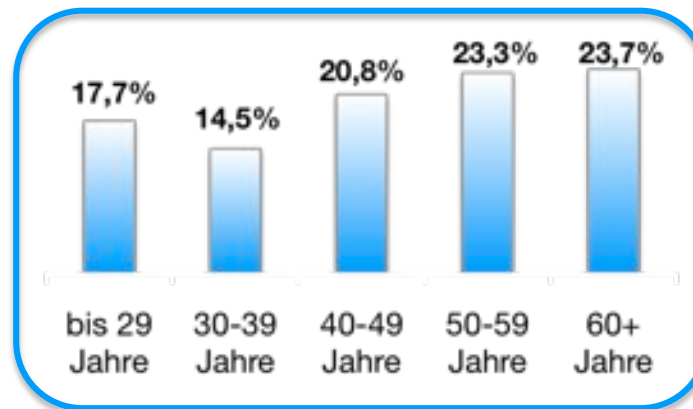
Verteilung in% nach Bundesländern

Baden-Württemberg	6,0%
Bayern	15,0%
Berlin	4,2%
Brandenburg	4,3%
Bremen	0,8%
Hamburg	2,4%
Hessen	4,2%
Mecklenburg-Vorpommern	4,3%
Niedersachsen	7,8%
Nordrhein-Westfalen	28,4%
Rheinland-Pfalz	4,1%
Saarland	1,5%
Sachsen	7,8%
Sachsen-Anhalt	2,9%
Schleswig-Holstein	3,7%
Thüringen	2,5%

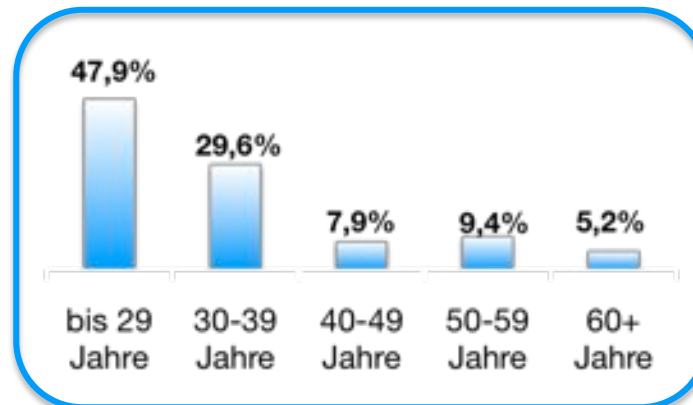


TV-Wartezimmer Zielgruppen

Altersverteilung der Patienten bei **Allgemeinmedizinern**



Altersverteilung der Patienten bei **Gynäkologen**



Selektion nach Fachärzten

3.600 Praxen mit TV-Wartezimmer (Stand: September 2011)

- Zahnärzte 1.150
- Allgemeinärzte 825
- Orthopäden 534
- Gynäkologen 282
- Chirurgie 176
- Urologen 146
- Augenärzte 139
- Dermatologen 82
- HNO 75
- Sonstige 202



Hohe Akzeptanz bei Patienten



- TV-Wartezimmer verkürzt die gefühlte Wartezeit (durchschnittlich 45 Minuten)
- bietet Informationen und Unterhaltung



Vorteile für den Arzt:

- Patientenbindung
- Imageaufbau

Vorteile für Werbetreibende

- Authentisches Umfeld
- Modernes Medium
- Aufmerksame Zielgruppe
- Hohe Akzeptanz in der Zielgruppe
- Hohe Reichweite: durchschnittlich 1.000 Patienten/Monat/Praxis
- Faire Konditionen
- Keine Stornofristen
- Keine Mindestbelegung
- Sendeprotokolle der Werbeschaltungen



TV-Werbeformate

- Werbespots (mit und ohne Ton)
- Infomercials
- Animationen
- Banner
- Standbild



Bildschirmformat: 16:9
(42" Plasma und 32" LCD Bildschirme)

Auflösung: 848 x 480 Pixel



Preiskalkulation

Abrechnungsbasis: 0,07 Euro pro Sekunde/Tag/Praxis

Beispielkalkulation

30 Sek., 1.000 Standorte, 4 Wochen (20 Praxistage)

0,07 Euro x 30 x 1.000 x 20

= **42.000 Euro**

Reichweite: 1 Mio. Kontakte (bei einer durchschnittlichen
Frequenz von 50 Patienten pro Tag/Praxis)

= **TKP 42,- Euro**

GfK-Studie

Frage:

Wenn Sie einmal Werbung in TV-Wartezimmer mit Werbung im Fernsehen vergleichen, ist die Werbung in TV-Wartezimmer...



Knapp 40% der Patienten empfinden Produktwerbung im Wartezimmer als glaubwürdiger im Vergleich zu Fernsehwerbung.

GfK-Studie

Frage:

Wie wahrscheinlich werden Sie in Zukunft eine (oder mehrere) dieser Produkte persönlich nutzen?



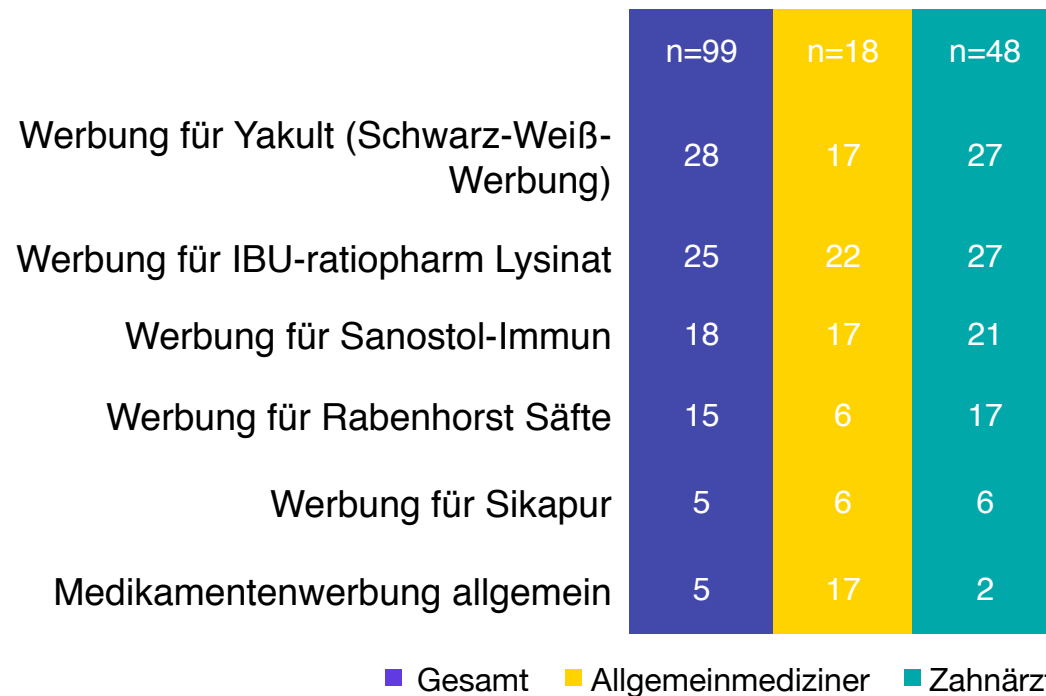
■ Bestimmt ■ Wahrscheinlich ■ Eventuell ■ Wahrscheinlich nicht ■ Bestimmt nicht

Gut 40% der Patienten würden die beworbenen Produkte bei Bedarf in Zukunft nutzen wollen.

GfK-Studie

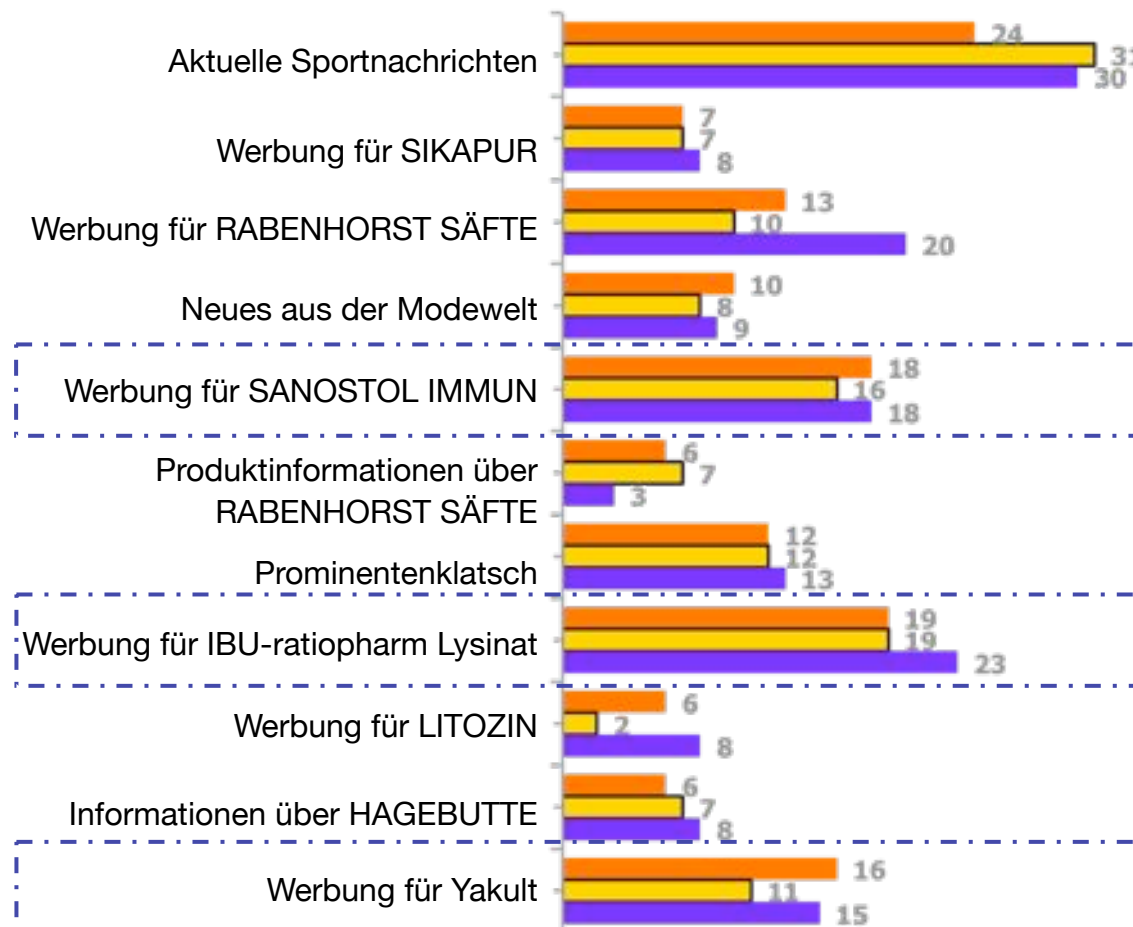
Frage:

Können Sie sich auch an spezielle Produktinformationen erinnern? An welche?



Gut ¼ der Patienten erinnern Produktinformationen

GfK-Studie - Recallwerte (gestützt)



IBU-ratiopharm Lysinat, Sanostol Immun und Yakult führen das Ranking der erinnerten Produktwerbung an.

- Gesamt
- Allgemeinmediziner
- Zahnärzte





Kontakt

rico schmid

beebop media ag
lippmannstraße 59
22769 hamburg

fon: 040-284 09 28-12
fax: 040-284 09 28-29

mail: tv-wartezimmer@beebop.de
web: www.beebop.de

facebook.com/beebopmedia
twitter.com/beebopmedia
