



Landesfernsehen

Mediadaten


Stand 2012/13

L-TV wurde 1999 gegründet und begann im Jahr 2000 als lokaler Fernsehsender ein halbstündiges buntes Magazinprogramm mit regionalen Themen für den Rems-Murr-Kreis, die Landkreise Göppingen, Ludwigsburg und den Großraum Stuttgart auszustrahlen.

Heute versorgt L-TV die Region Heilbronn-Franken und Baden-Württemberg mit tagesaktuellen Nachrichten aus der Region und einem sechzigminütigen Wiederholungsformat mit

abwechslungsreichen Magazinbeiträgen. Über den digitalen Astra Satellit (L-TV/TVM) ist das Stundenformat auch landes- und bundesweit zu sehen. Auf der aktiven Homepage www.l-tv.de sind die Produktionen jederzeit abrufbar. Das Themenspektrum der Magazinbeiträge reicht von Lokalpolitik über Sport und Kultur bis hin zu Filmberichten, die – zum Teil mit Werbecharakter – die Vorzüge und Sehenswürdigkeiten der Städte und Gemeinden im Sendegebiet sowie die Leistungsfähigkeit der dort angesiedelten Handwerks- und Industriebetriebe vorstellen.

Hinter L-TV steht ein Team aus professionell arbeitenden Mitarbeitern, die mit hohem Anspruch und Motivation das Ziel verfolgen, die Zuschauer mit möglichst interessanten und aktuellen regionalen Begebenheiten sowie Themen mit lokalem Bezug zu versorgen.



L-TV liefert viele
interessante
Gesprächsthemen!

Hauptformate



L-TV aktuell Nachrichten aus der Region Heilbronn-Franken, Baden-Württemberg und aus aller Welt: informativ, aktuell, unabhängig, überparteilich



Städte und Gemeinden stellen sich vor
Das ganz spezielle Ortsportrait



fanblock Das unkonventionelle Sportmagazin mit den Sporthighlights aus der Region



ImPulze Informatives und Unterhaltendes aus Baden-Württemberg

Werbeformate



Fachgeschäfte stellen sich vor
Die ganz besonderen Firmenportraits als Leistungsschau im Fernsehen



Eventreport Präsentationen über Aktivitäten örtlicher Vereine, des Handels, Handwerks und der Industrie



L-TV Shop Verkaufsplattform für Produkte, hauptsächlich aus Baden-Württemberg



Pfote & Co. Tiere suchen ein Zuhause und tierische Geschichten aus dem Ländle



privat Unternehmer nach Feierabend



Gospel TV Berichte über Begegnungen von Mensch zu Mensch



Finanzen und Wirtschaft Wertvolle Informationen über Kapitalanlagen, Aktienfonds und Versicherungen



Innovationen aus Baden-Württemberg Neues von Tüftlern und Erfindern



Musikparadies Die in Baden-Württemberg erfolgreichste Sendung für volkstümliche Musik und Schlager



Die Schicht Unterwegs zum Beispiel mit dem Rettungswagen, in Fabriken und auf Baustellen - unverfälscht und authentisch



persönlich Der Promitalk mit Regina Meyer




Event Prominent Exklusive Aufnahmen und Berichte prominenter Persönlichkeiten



Unter Nachbarn Das Integrations-Magazin, das Zuwanderer und ihre Traditionen sowie Firmen vorstellt



Lust am Kochen Jürgen Sperber und andere kochen mit Promis

 = **LTV Heilbronn-Franken und Nachbarkreise**

Technische Reichweite:

Kabel analog + digital
Haushalte ca. 680.000
Zuschauer ca. 1,6 Mio.

Sendezeit L-TV HF
täglich 24 Stunden
(WH stündlich)

Web-TV
L-TV Live-Stream
täglich 24 Stunden
auf www.l-tv.de
(WH stündlich)



 = **LTV Deutschland**

Technische Reichweite:

Satellit digital
Haushalte ca. 15,7 Mio.
Zuschauer ca. 36,1 Mio.
Kanal: L-TV/TVM

Sendezeit L-TV DE
24 Stunden täglich

L-TV im Wechsel
mit TVM jeweils zur
vollen Stunde.

Nachrichten und Filmbeiträge im Web-Fernsehen – stets abrufbar. Schauen Sie rein!

Link zu den Werbepartnern

Link zum L-TV Live-Stream

Links zu den aktuellen Beiträgen

aktuelle News zum Nachlesen



www.l-tv.de – Startseite

Rund 75% der deutschen Bevölkerung hat einen Zugang zum Internet. Wir kommen dem entgegen und stellen auf unserer Seite alle aktuellen und bereits gesendeten Beiträge bereit. Auch eine Auflistung aller Werbepartner darf nicht fehlen. Mit einem Klick auf den Button „Werbepartner“ werden gleich die aktuellsten Werbepartner aufgeführt und mit näheren Informationen versehen.

L-TV aktuell - täglich aktuell auf der Startseite

TV-Beitrag suchen

und noch einiges mehr...

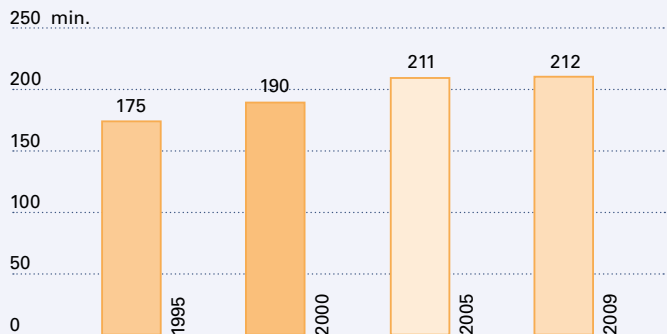
Fernsehen ist ein Massenmedium und hat sich seit den 1950er Jahren in den Industriestaaten zum Leitmedium entwickelt. Inzwischen haben rund 97 Prozent der deutschen Haushalte mindestens ein Fernsehgerät. Für viele Menschen ist es Teil des Alltags geworden und strukturiert oft sogar den Tagesablauf. Es erfährt eine Zuwendung

durch alle Schichten und Altersgruppen und tritt mit einer zuvor nicht gekannten Wirksamkeit an die Stelle aller Institutionen mit publizistischem Anspruch, ohne diese aber vollständig zu ersetzen.

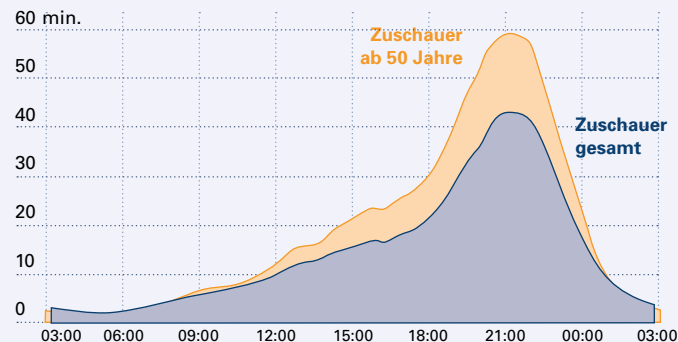
In der Bundesrepublik Deutschland sah im Schnitt jeder Bundesbürger im Jahr 1995 175 Minuten täglich fern. Im Jahr 2005 waren es bereits 211 Minuten, also ca. 3,5 Stunden. Hochgerechnet auf ein Jahr entspräche dies einer Non-Stopp-Fernseh-Dauer von fast zwei Monaten pro Jahr.

Quelle:
 (unten links) AGF/GfK
 Fernsehforschung;
 TV Scope, 2009
 (unten rechts) AGF/GfK
 Fernsehforschung; TV Scope;
 Fernsehpanel D+EU, 2009
 (Fließtext) wikipedia.de, 2010

Tägliche Sehdauer

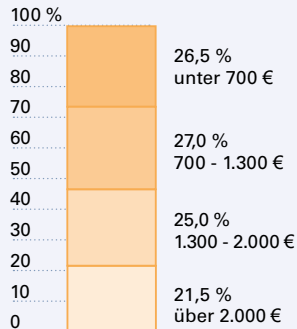


Tägliche Sehbeteiligung

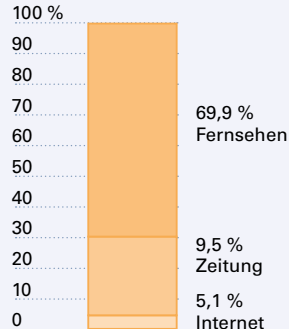


Wir leben in einem Werbedschungel und trotzdem wollen wir von den Konsumenten wahrgenommen werden. Die Parole heißt „durchhalten“. So liegt der ROI (Return on Investment) bei TV-Spots, die über 20 Wochen laufen, um 48% höher als bei Spots mit weniger als 6 Wochen Laufzeit. Konsumenten brauchen offensichtlich eine gewisse Zeit, um die Botschaft zu verstehen und ihr Kaufverhalten entsprechend zu ändern.

Nettoeinkommen in BW

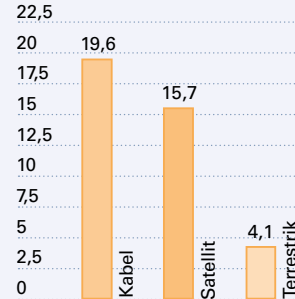


Überzeugenste Werbemittel



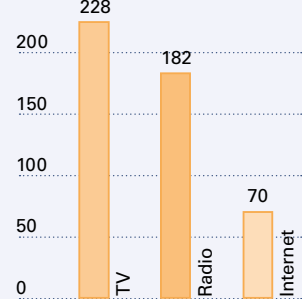
Verbreitungswege DE

25 Haushalte in Mio.



Mediennutzung

250 min.



Bekanntheit von regionalen TV-Programmen in BW

68 % Bekanntheit in Kabelhaushalten

40 % der Empfangshaushalte schauen regionales TV-Programm mindestens einmal innerhalb von 14 Tagen. (Weitester Seherkreis)

➔ private regionale TV-Programme leisten einen tatsächlichen Beitrag zur Meinungsvielfalt

Die beste Werbewirkung wird über das Fernsehen erzielt!

Quelle:
 (oben links) ALM Programmbericht 2008, VISTAS
 (oben rechts) ARD/ZDF-Online Studie 2009
 (unten links) Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2008
 (unten mittig) Nielsen-Umfrage 2008
 (unten rechts) LFK-PM 15/07

Werbung bei L-TV zu attraktiven Preisen.
Preisangaben und Informationen zu Sponsorings
erfahren Sie unter Telefon 0 71 41 / 4 88 88-0.

2,80 € pro Ausstrahlungssek.
auf L-TV Heilbronn-Franken (HF)
techn. Reichweite: ca. 900.000 Zusch.

11,20 € pro Ausstrahlungssek.
auf L-TV Heilbronn-Franken (HF)
und L-TV BW
techn. Reichweite: ca. 9 Mio. Zusch.

Werbeformen	Ausstrahlungen	Dauer	Kosten	Wiederh.
Firmennennung Nennung und Einblendung des Firmennamens	mind. 12 mal auf L-TV HF und L-TV BW	je nach Abspann	300,- €	150,- €
Standbild Einblendung von Firmenbild/Firmenlogo sowie Benennung des Firmennamens	mind. 12 mal auf L-TV HF und L-TV BW	6 Sek.	600,- €	300,- €
30 Sek. Spot Produktion Spot und einfache Internetseite, Bereitstellung Lokales Internet und Web-TV (12 Mon.), Nennung auf Sponsorentafel, Beleg-DVD	mind. 12 mal auf L-TV HF und L-TV BW	30 Sek.	3000,- €	1500,- €
15 Sek. Spot für Magazin Produktion Spot, Bereitstellung Lokales Internet und Web-TV (12 Mon.), Nennung auf Sponsoren- tafel, Beleg-DVD	mind. 12 mal auf L-TV HF und L-TV BW	15 Sek. jede weitere	1490,- € 100,- €	750,- € 50,- €
24+6 Sec Spot für Dauerwerbung Produktion von Werbespot und Reminder	mind. 144 mal (72 mal Werbespot und 72 mal Reminder) auf L-TV HF	24 Sek. 6 Sek.	6000,- €	3000,- €

Allgemeine Geschäftsbedingungen (Stand 1/2010)

1) Gegenstand

Für alle Vertragsbedingungen zwischen L-TV GmbH Landesfernsehen, nachfolgend L-TV genannt, und deren Auftraggeber gelten ausschließlich diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen über Produktion und Ausstrahlung von Werbespots und Sonderwerbformen, nachfolgend Werbebeitrag genannt.

2) Zustandkommen des Vertrages

Ein Vertrag zwischen L-TV und einem Auftraggeber kommt zustande, wenn der Auftraggeber ein Angebot von L-TV über einen Werbebeitrag schriftlich angenommen hat. Nebenabreden bedürfen der Schriftform. Ein Konkurrenzausschluss sowie bestimmte Positionen innerhalb einzelner Werbeblöcke werden nicht garantiert. Bei Aufträgen über Agenturen muss der Werbetreibende und das Produkt/Motiv genannt werden.

3) Preise

Die Einschalt- und Produktionspreise ergeben sich aus der jeweils gültigen Preisliste. Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer, die in den Rechnungen gesondert ausgewiesen ist.

4) Abnahme des Werbespots

Auf Wunsch kann der Werbekunde den fertigen Werbespot im Studio Ludwigsburg, Strombergstr. 21, vor Ausstrahlung abnehmen. Sollte ein solcher Wunsch bis zum Abschluss der Dreharbeiten nicht geäußert worden sein, setzt L-TV das Einverständnis des Werbekunden mit dem produzierten Werbespot voraus.

5) Zahlungsbedingungen

Die Abrechnung der Werbebeiträge erfolgt monatlich im Voraus. Rechnungen sind vor dem ersten Ausstrahlungstermin grundsätzlich ohne Abzug unmittelbar an L-TV zu begleichen. Nicht fristgerechte Zahlung entbindet den Auftraggeber nicht von seiner Zahlungsverpflichtung bei einer auftragsgemäßen Ausstrahlung des Werbebeitrags. Bei Zahlungsverzug ist L-TV berechtigt, die Ausführung des Auftrags auszusetzen oder zu unterlassen. Außerdem hat der Auftraggeber den dadurch entstehenden Schaden zu ersetzen.

6) Zurückweisung von Sendeaufträgen durch L-TV

L-TV behält sich vor, rechtsverbindlich angenommene Aufträge insbesondere wegen ihrer Form, häufiger Wiederholungen oder ihrer technischen Qualität nachträglich abzulehnen. Eine Ablehnung kann auch erfolgen, wenn ihr Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Ausstrahlung L-TV aus sittlichen, politischen, religiösen oder ähnlichen Gründen unzumutbar ist. Die Ablehnung der Ausstrahlung wird dem Auftraggeber mitgeteilt. Im Falle einer Zurückweisung eines Auftrags hat der Auftraggeber lediglich Anspruch auf Rückzahlung etwaiger bereits geleisteter Zahlungen. Weitergehende Schadenersatzansprüche im Zusammenhang mit der Zurückweisung sind ausgeschlossen.

7) Sendeunterlagen

Die vom Auftraggeber zur Verfügung zu stellenden Sendeunterlagen müssen L-TV spätestens 5 Arbeitstage vor dem ersten Ausstrahlungstermin vorliegen. Werden Unterlagen, Texte und/oder Sendekopien nicht rechtzeitig, nicht vollständig oder falsch gekennzeichnet geliefert, übernimmt L-TV keine Gewähr für die ordnungsgemäße Ausstrahlung. Weicht die Sendelänge des gelieferten Sendematerials von der vereinbarten Sendelänge ab, gilt die tatsächliche Sekundenzahl als Verrechnungsgrundlage, wobei L-TV der geänderten Sendelänge zustimmen muss. Terminverschiebungen sind nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung von L-TV zulässig. Bei anerkannten technischen Mängeln einer Ausstrahlung, die von L-TV zu vertreten sind, wird die einmalige kostenfreie Wiederholung in technisch einwandfreier Form

gewährt. Für jedes Motiv liefert der Auftraggeber eine CD. Ist das angelieferte Motiv auf einem anderen Datenträger, verrechnet L-TV die Überspielung zum Selbstkostenpreis.

8) Fernsehnutzungsrecht

Mit Abschluss eines Werbevertrags zwischen L-TV und dem Auftraggeber überträgt der Auftraggeber das Fernsehnutzungsrecht für den Werbebeitrag auf L-TV in dem zeitlich, örtlich und inhaltlich für die Durchführung des Fernsehwerbevertrags erforderlichen Umfang; darin eingeschlossen ist ein für die Ausführung des Auftrags eventuell erforderliches Bearbeitungsrecht. Das Fernsehnutzungsrecht wird in allen Fällen im Rahmen des Sendegebiets unbegrenzt übertragen und berechtigt zur Ausstrahlung mittels aller bekannten technischen Verfahren sowie in allen Formen des Fernsehens. Der Auftraggeber bestätigt L-TV, dass er über sämtliche für die fernsehmäßige Nutzung des Werbebeitrags erforderlichen Urheber-, Leistungsschutz- und sonstigen Rechte verfügt. Wird bei Werbebeiträgen (Spots etc.) Musik von Tonträgern eingesetzt, die GEMA-pflichtig sind, hat der Auftraggeber die für die Abrechnung mit der GEMA notwendigen Angaben (Produzent, Komponist, Titel, Länge der verwendeten Musik) mit den Ausstrahlungszeiten mitzuliefern. Gegenüber rechtlichen Ansprüchen Dritter, die sich aus der Ausstrahlung ableiten, wird L-TV vom Auftraggeber freigestellt. Der Auftraggeber haftet gegenüber L-TV für den aus einer etwaigen Inanspruchnahme entstehenden Schaden.

9) Verschiebung von Werbebeiträgen

Kann ein Werbebeitrag aus Gründen technischer Störung oder anderer von L-TV nicht zu vertretenden Gründen nicht ausgestrahlt werden, so wird die Ausstrahlung nach Möglichkeit auf einen anderen gleichwertigen Zeitpunkt verlegt. Gleiches gilt bei kurzfristigen Programmänderungen. Der Vergütungsanspruch von L-TV bleibt in diesen Fällen ungemindert bestehen.

10) Haftung

L-TV haftet auf Schadenersatz, insbes. wegen Verzugs, Nichterfüllung, Schlechterfüllung oder Delikt nur bei Vorsatz od. grober Fahrlässigkeit. Die Haftung für grobe Fahrlässigkeit ist auf den üblicherweise und typischerweise in derartigen Fällen voraussehbaren Schaden begrenzt. Für Inhalt u. Aufmachung der Werbeaussendungen haftet allein u. ausschließl. der Auftraggeber. Eine rechtliche Prüfung durch L-TV erfolgt nicht.

11) Agenturprovisionen

Werden L-TV Aufträge für Werbebeiträge durch von L-TV anerkannte Werbeagenturen oder Werbemittler erteilt, die nachweislich beratend tätig waren, erhalten diese pro Auftrag eines Werbekunden eine Agenturvergütung in Höhe von 10% der um etwaige Rabatte gekürzten Ausstrahlungspreise (ausschließlich Mehrwertsteuer), sofern keine anders lautenden Abkommen vorliegen. L-TV behält sich einen Vergütungsabschlag für branchenfremde Agenturen oder Werbemittler vor.

12) Kündigung durch den Auftraggeber

Wird der Vertrag aus vom Auftraggeber zu vertretenden Gründen gekündigt, so ist der Auftraggeber verpflichtet, eine Zahlung in Höhe der nachstehenden Staffel zu leisten:

Bei Kündigung des Auftraggebers bis 4 Wochen vor Drehbeginn sind L-TV die Akquisekosten in Höhe von 30% des Netto-Auftragswerts zu bezahlen. Bei Kündigung des Auftraggebers bis 7 Tage vor Drehbeginn sind die Akquisekosten von 30% sowie die Kosten für die mit Vertragsabschluss vorgebuchte und für den Auftraggeber vorgehaltene Werbesendezeit in Höhe von 50% des Netto-Auftragswerts zur Zahlung fällig. Bei Kündigung des Auftraggebers ab 7 Tage vor Drehbeginn ist der volle Auftragswert zu erstatten. Verhindert der Auftraggeber die beauftragten Dreharbeiten mangels aktiver Mitwirkung bei Vereinbarung eines Drehtermins o. ä. ist ebenfalls der volle Auftragswert zu erstatten. Dem Auftraggeber ist im Falle der Kündigung der Nachweis gestattet, daß der im konkreten Fall angemessene Erstattungsbetrag wesentlich niedriger ist, als der aufgrund des zugrunde liegenden Auftrags geltend gemachte pauschalierte Betrag.

13) Gerichtsstand

Erfüllungsort ist Ludwigsburg. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlichrechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen der Gerichtsstand Waiblingen. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers – auch bei Nichtkaufleuten – im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluss seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand Waiblingen vereinbart. Der Vertrag unterliegt dem Recht der Bundesrepublik Deutschland.