# Total Video Tariefkaart 2027.

**Zo bouw je jouw Total Video prijs op**

**Basisjaarprijs**
Het vertrekpunt van de prijs. Afhankelijk van het kanaal gebaseerd op GRP of CPM.

X

**1. Digital commitment**
Contract commitment van totaal video spotbudget.

X

**2. Pakket**
Maak een keuze uit de verschillende pakketten.

X

**3. Targeting**
Bepaal je doelgroep en overige targeting.

X

**4. Spotlengte**
Kies de spotlengte en bijbehorende index.

X

**5. Maand**
Seizoensfactor op basis van de maandindex.

X

**6. Markt**
Actuele marktindex volgens Talpa Media.

=

**Tarief**
De uiteindelijke prijs voor je campagne.

## Welke bouwstenen gelden voor mijn kanaal?

Alle kanalen volgen dezelfde prijslogica. Afhankelijk van het gekozen kanaal zijn bepaalde bouwstenen relevant.

| | Basisjaarprijs | 1. Digital comittment | 2. Pakket | 3. Targeting | | | | 4. Spotlengte | 5. Maand | 6. Markt |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Doelgroep | Device/ platform | Context / Thema | Positie | | | |
| TV | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Online Video | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ |
| Pauze ad<br>targeting hetzelfde als bij OLV | ✓ | ✓ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ | ✓ | ✗ |
| Addressable TV | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ |
| Billboarding | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✓ | ✓ | ✓ |
| CPM Pakket (20")<br>80% lineair en 20% digitaal | €10 | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ |

## De belangrijkste indices.

Van basisprijs tot marktindex. Transparant en flexibel, zodat je altijd een plan bouwt dat past bij jouw doelstelling.

### Basisjaarprijs

Op aanvraag bij je contact-persoon van Talpa Media. In het geval er nog geen basisprijs is overeengekomen, geldt hier de voorlopige basisprijs.*

Afhankelijk van het kanaal gebaseerd op GRP of CPM.

** Basisprijs 2026 + 2,5%, correctie wanneer contractvolume 2026 is gerealiseerd (vanaf 1 april 2027 geldt een extra correctie van + 5%).*

| 1. Digital commitment (t.o.v. total budget video spot) | Index |
|---|---|
| 10% | 97 |
| 15% | 93 |
| 20% | 90 |

*Bij het niet realiseren van het digital percentage zal de onterechte index alsnog in rekening gebracht worden met terugwerkende kracht tot 1 januari 2027.*

| 2. Billboarding | Index |
|---|---|
| Floating All Day<br>*Floating inzet gedurende de dag.* | 100 |
| Umfeld<br>*Inzet binnen umfeld* | 115 |
| Fixed<br>*Sturing naar content en tijdvak* | 120 |
| Connect All Day<br>*TV-billboarding en online bumpers* | 96 |

**2. Pakket**

| TV | Index | Groot scherm index** | Min. looptijd |
|---|---|---|---|
| Fixed Budget*<br>*Min. 150% blokselectie per zender.* | 160 | x96 | 7 dagen |
| Prime<br>*17:00 - 24:00 uur* | 128 | | |
| Non-prime<br>*06:00 - 18:30 uur & 23:00 - 02:00 uur* | 88 | | |
| Non-prime Day<br>*06:00 - 18:30 uur* | 90 | | |
| Promillage<br>*21:00 - 02:00 uur* | 128 | | |
| Fixed Priority<br>*Fixed budget met voorrang bij eerste indeling* | Publicatie | | |
| Direct Response | op aanvraag | | |
| Ident | op aanvraag | | |
| Charitatief*** | € 275 | | |

*Maximaal pakketbudget (prime en non-prime) staat vast na deadline inkoop. Bij verhoging van het totale campagnebudget is het mogelijk het pakketbudget naar rato toe te laten nemen indien voorraad beschikbaar is.*

** Verhoging fixed is altijd mogelijk.*
*** Bij een groot scherm campagne wordt 80% van het budget uitgeleverd op TV en 20% op digitaal groot scherm.*
**** Max. 30", doelgroep 25+, floating all day, maand- en marktindex van toepassing. Dient te beschikken over een CBF-keurmerk.*

| 2. Online video (OLV) | Index |
|---|---|
| Talpa Media (S)AVOD & FAST<br>*KIJK, BBC NL+, NLZiet, FAST-Kanalen* | 120 |
| Talpa Media Video Network<br>*(S) AVOD en FAST-Kanalen, Shownieuws, Hart van Nederland, VI, Nieuws van de Dag, radiomerken en het partner netwerk.* | 100 |
| Talpa Media Complete Video Network<br>*Talpa Media Video Network +YouTube Talpa en YouTube Bombers & Lemonade.* | 80 |
| Talpa KIJK - Shorts<br>*vaste CPM, geen verdere targetmogelijkheden* | €11 CPM |

| 2. Addressable TV (ATV) | Index |
|---|---|
| All Day | 100 |
| 18-24 | 128 |

| 3. TV - Doelgroepen | Index |
|---|---|
| Doelgroep | op aanvraag |

| 3. TV - Positie: Meerling Commercial | Toeslag |
|---|---|
| 2-lingspot | geen |
| 3-lingspot | 5% |

| 3. TV - Positie: Voorkeurspositie | Toeslag |
|---|---|
| VKP 1e | 25% |
| VKP 2e | 17,5% |
| VKP VL | 10% |
| VKP L | 12,5% |
| Joint promotion | 10%* |

*excl. VKP toeslag

| 3. Targeting OLV | Index |
|---|---|
| Audience (25-59) | 100 |
| Audience overige | 110 |
| Device (groot scherm) | 120 |
| Contextual | 130 |
| Geo, Time, Excl., VKP'S, Freq** | 120 |
| Uitsluiten van titels (max. 3 per pakket) | 120 |
| Positie targeting | Op aanvraag |

** Index per optie*
*** Freq Cap = alleen van toepassing als cap lager uit moet vallen dan 5 per week*

| 4. Spotlengte TV | Index |
|---|---|
| 5 | 40 |
| 10 | 50 |
| 15 | 60 |
| 20 | 75 |
| 25 | 85 |
| 30 | 100 |
| 35 | 115 |
| 40 | 130 |
| 45 | 145 |
| 50 | 160 |
| 55 | 170 |
| 60 | 180 |
| >60 | Naar rato van 60" |

| 4. Spotlengte OLV | Index |
|---|---|
| Bumper 6" | 60 |
| 10" t/m 20" | 100 |
| 21" t/m 25" | 115 |
| 25" t/m 30" | 130 |
| >30" | N.B. |

| 4. Spotlengte ATV | Index |
|---|---|
| 5" t/m 20" | 75 |
| 25" | 85 |
| 30" | 100 |

| 5. Maand | Index TV/ATV/BB | Index OLV |
|---|---|---|
| jan | 130 | 100 |
| feb | 120 | 100 |
| mrt | 115 | 100 |
| apr | 145 | 100 |
| mei | 155 | 100 |
| jun | 160 | 100 |
| jul | 125 | 100 |
| aug | 125 | 100 |
| sep | 190 | 120 |
| okt | 185 | 120 |
| nov | 185 | 120 |
| dec | 200 | 120 |

### 6. Marktindex 2027

**Bandbreedte 80 - 120**

Voor 2027 geldt een variabele marktindex. Deze wordt maandelijks door Talpa Media gepubliceerd.

Neem contact op met het team van Talpa Media.
Klik hier.

talpamedia.nl

talpa media