

Bilag 2

Skøn over indtægtsmuligheder ved 15 minutter TV-reklame pr. dag

Beregningseksempel. Der er ikke ved beregningen foregrebet stillingtagen til de endelige sendetidspunkter.

Sendetid for reklameblokke	Gnsn. antal seere (1000)	Pris pr. 30 sek. spot (1000 kr.)	Antal spot pr. dag	TV-reklameforbrug (= bruttoomsætning)			Salgsomkostninger			TV-reklameindtægt (= nettoomsætning)
				pr. dag (mill. kr.)	pr. uge (mill. kr.)	pr. år (mill. kr.)	Bureau-provision		Faste omkostn. (mill. kr.)	
							(pct.)	(mill. kr.)		(mill. kr.)
<i>Mand.-torsd.</i>										
18.55-19.00....	400	24	10	0,240	0,960	49,920	20,0	9,984		
19.25-19.30....	700	42	10	0,420	1,680	87,360	16,5	14,414		
20.00-20.05....	1000	60	10	0,600	2,400	124,800	16,5	20,592		
<i>Fred.-lørd.</i>										
18.55-19.00....	400	24	10	0,240	0,480	24,960	20,0	4,992		
19.25-19.30....	700	42	10	0,420	0,840	43,680	16,5	7,207		
20.00-20.05....	1200	72	10	0,720	1,440	74,880	16,5	12,355		
<i>Sønd.</i>										
18.55-19.00....	400	24	10	0,240	0,240	12,480	20,0	2,496		
19.25-19.30....	700	42	10	0,420	0,420	21,840	16,5	3,604		
20.00-20.05....	1000	60	10	0,600	0,600	31,200	16,5	5,148		
I alt.....						471,120	80,792	15,000	375,328	

Forudsætninger: (a) 3 reklameblokke á 5 minutter. (b) Regional-TV kl. 19.00-19.25. TV-nyheder kl. 19.30-20.00. (c) Antal seere estimeret på basis af Danmarks Radios seerundersøgelser 1982-1985. (d) Pris pr. 30 sekunder pr. 1000 seere: kr. 60 (kontaktpris).

Kilde: Danske Reklamebureauers Brancheforening (DRB).