

# POSITIONIERUNG

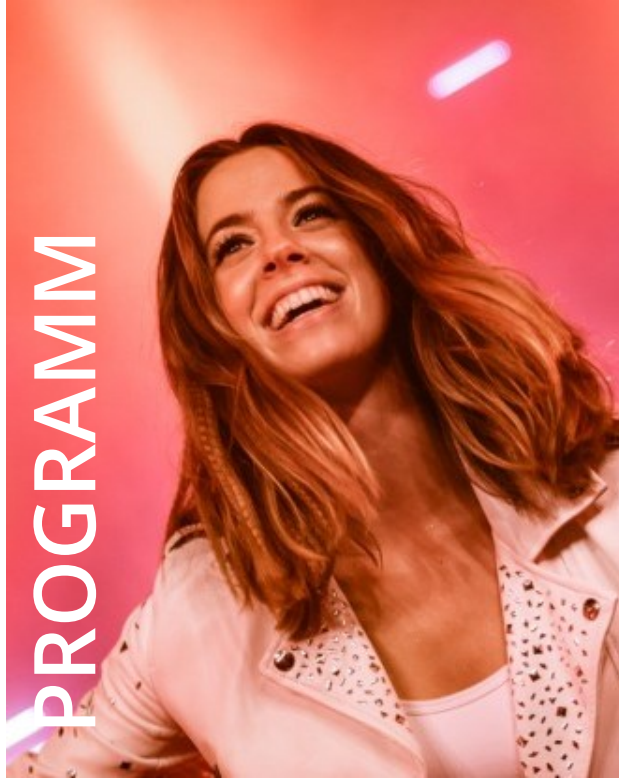


DAS Zuhause für Schlager im  
TV, Radio, SoMe, App, Web

Inszeniert zeitgemäß modernen Schlager mit  
100% Qualität, 100% Musik, 100% Emotion

Die Entertainmentplattform und -marke für alle  
Schlagerfans

# PROGRAMM



Das beliebte Genre  
für große Gefühle

Der Kern des Programms ist aktueller Schlager

Von aktuellen Hits, über Kultschlager und  
Partyschlager bis hin zu DeutschPop für jeden  
Schlagerfan das richtige Programm

# KERNZIELGRUPPE



Über 15 Mio. Schlagerfans  
in Deutschland

Durchschnittsalter: Ø 57 Jahre,

Im Kern Erwachsene 35-59 Jahre 65% (AFF 177)  
und 65% männlich

78% der 14-29-jährigen hören heute gerne Schlager  
Schlager & Entertainer wie Helene Fischer &  
Vanessa Mai begeistern auch die junge Zielgruppe

# PERFORMANCE



Ø E14-59: 0,1% MA  
Ø 0,3 Mio. Seher / Tag

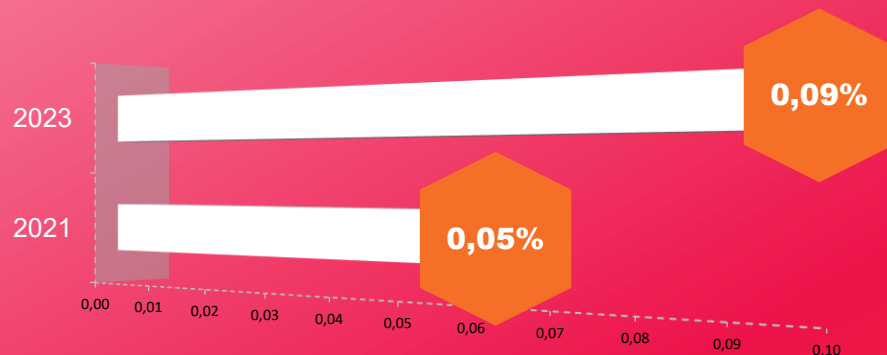
TV Marktanteil Ø F14-49: 0,1%  
Frei empfangbar über Astra in ca. 46% der TV  
Haushalte. Zudem in ausgewählten Kabelnetzen  
sowie über Telekom, 1&1, waipu.tv und Pyur.  
Kontinuierlicher Ausbau von Programm und  
Verbreitung und damit von Quote.

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.3; 01.01.2022-31.03.2023; Basis Affinität Zuschauer gesamt.

# SCHLAGER DELUXE SUCCESS STORY



## DYNAMISCHES WACHSTUM E14-59

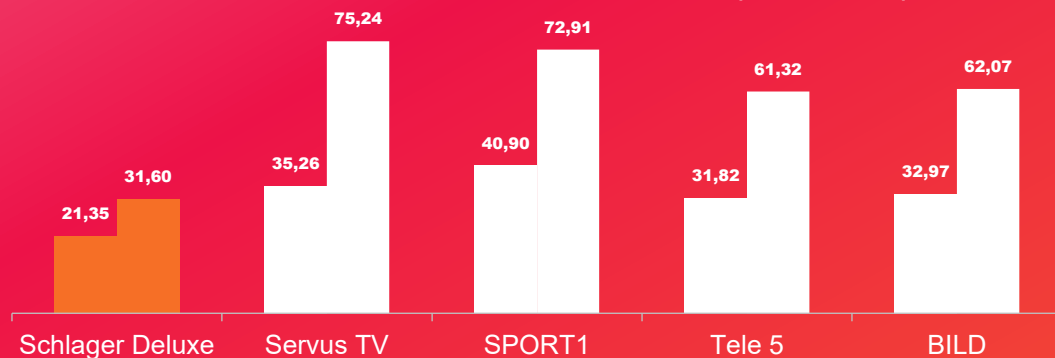


Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.3, 01.01.2023 - 31.03.2023

## TOP WERTE:

- Die Verweildauer über den Tag liegt bei E35-59 bei 29 Minuten (vgl. MTV 12 Minuten) und bei M40-59 bei 38 Minuten (vgl. MTV 16 Minuten).
- Seher pro Tag bis zu 842.000 (E3+)
- Tagesmarktanteile bis zu 0,8% (F40-49), 0,6% (E18-34), 0,5% (E 35-49)

## EFFIZIENT BEI E 14-59 und M 40-59 (TKP 30")



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.3, 01.01.2023 - 31.03.2023

## Ø Alter 57 Jahre

### TOP ZIELGRUPPEN

#### Strukturanteil% (AFFIndex)

Männer 65% (143)

E 35-59 65% (177)

M 40-59 44% (277)

HHF 14-59 60% (211)

Markenaffin 44% (183)

Luxusorientiert 36% (146)

Finanzprodukte 60% (113)

Reisen 72% (129)

Kochen 59% (169)

Haustiere 58% (147)

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.3, 01.01.2023 - 31.03.2023

HIGH VIEW

MEDIA | MARKETING