

# 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 64 Jahre,

Im Kern Erwachsene 40-64 Jahre 50% (AFF 126)  
und 50% Frauen.

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

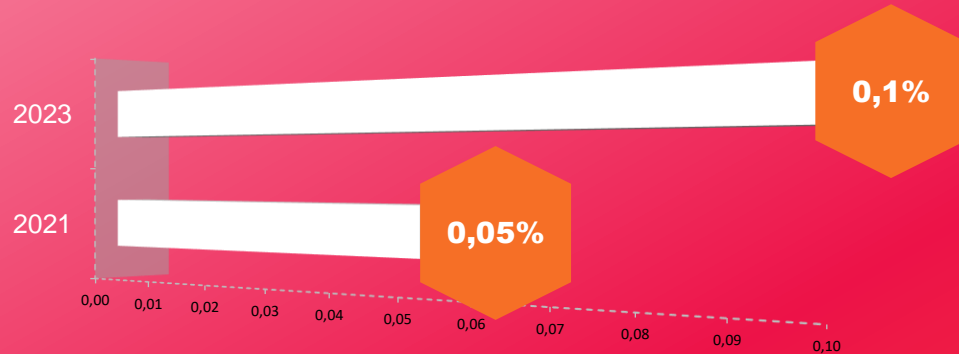
TV Marktanteil Ø F14-49: 0,1%  
Frei empfangbar über Astra in ca. 46% der TV  
Haushalte. Zudem in ausgewählten Kabelnetzen wie  
Vodafone, Netcologne, Pyur, Magenta TV, sowie  
über Zattoo, 1&1, waipu.tv, Ocilion, Quickline,  
Suisse Digital, Sunrise UPC Cablecom, Swisscom.

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, videoSCOPE 1.3, 01.01.2023-30.09.2023; Basis Affinität Zuschauer gesamt.

# SCHLAGER DELUXE SUCCESS STORY

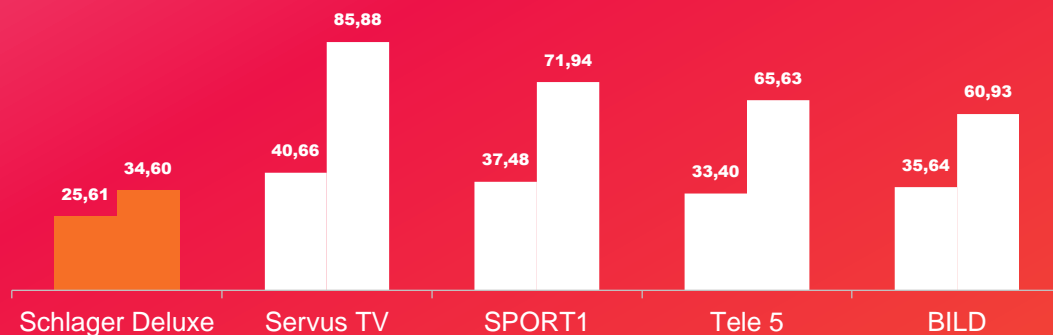


## DYNAMISCHES WACHSTUM E14-59



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.3, 01.01.2023 - 30.09.2023

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



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.3, 01.01.2023 - 30.09.2023

## TOP WERTE:

- Die Verweildauer über den Tag liegt bei E35-59 bei 30 Minuten (vgl. MTV 10 Minuten) und bei M40-59 bei 40 Minuten (vgl. MTV 12 Minuten)
- Seher pro Tag bis zu 842.000 (E3+)
- Tagesmarktanteile bis zu 1,1% (F40-49), 0,8% (M50-59), 0,6% (E18-34)

## Ø Alter 64 Jahre

### TOP ZIELGRUPPEN

#### Strukturanteil% (AFFIndex)

Männer 50% (109)

E 35-59 47% (130)

M 40-59 35% (219)

HHF 14-59 43% (152)

Markenaffin 57% (234)

Luxusorientiert 35% (144)

Finanzprodukte 68% (124)

Reisen 74% (135)

Kochen 44% (126)

Veggie 28% (247)

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.3, 01.01.2023 - 30.09.2023