

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 35-64 Jahre 52% (AFF 109)
und 51% 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; 01.01.2023-31.12.2023; Basis Affinität Zuschauer Gesamt

SCHLAGER DELUXE SUCCESS STORY



DYNAMISCHES MA%-WACHSTUM E14-59

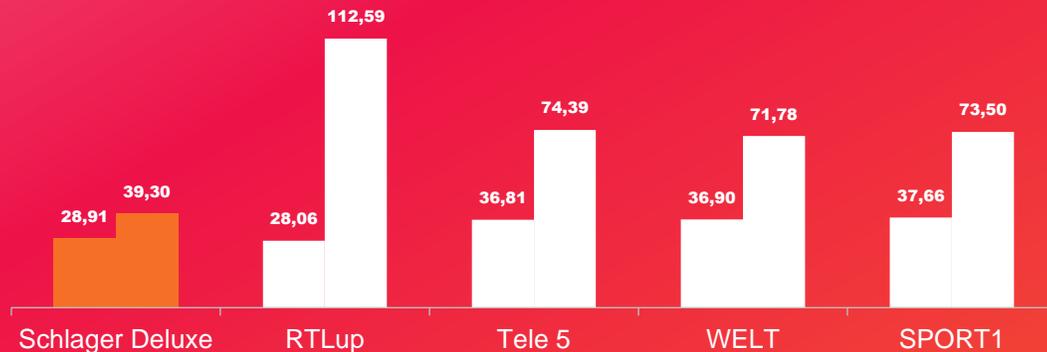


Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.3, 01.01.2023 - 31.12.2023

TOP WERTE:

- Die Verweildauer über den Tag liegt bei E35-59 bei 28 Minuten (vgl. MTV 10 Minuten) und bei M40-59 bei 38 Minuten (vgl. MTV 11 Minuten)
- Seher pro Tag bis zu 842.000 (E3+)
- Tagesmarktanteile bis zu 1,1% (F40-49), 0,8% (M50-59), 0,6% (E18-34)

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



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.3, 01.01.2023 - 31.12.2023

Ø Alter 64 Jahre

TOP ZIELGRUPPEN

Strukturanteil% (AFFIndex)

Männer 49% (109)

E 35-59 45% (124)

M 40-59 33% (208)

HHF 14-59 40% (142)

Markenaffin 55% (226)

Luxusorientiert 28% (114)

Finanzprodukte 66% (121)

Reisen 73% (132)

Kochen 43% (121)

Veggie 26% (235)

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.3, 01.01.2023 - 31.12.2023