

EFFIZIENTER PLANEN.

Werbung im Ersten

FOLLOW US ON

LinkedIn



ARD  MEDIA

WERBUNG IM ERSTEN EFFIZIENT UND FAIR

TKP-Entwicklung der Sender



Hohe und verlässliche Mediaperformance

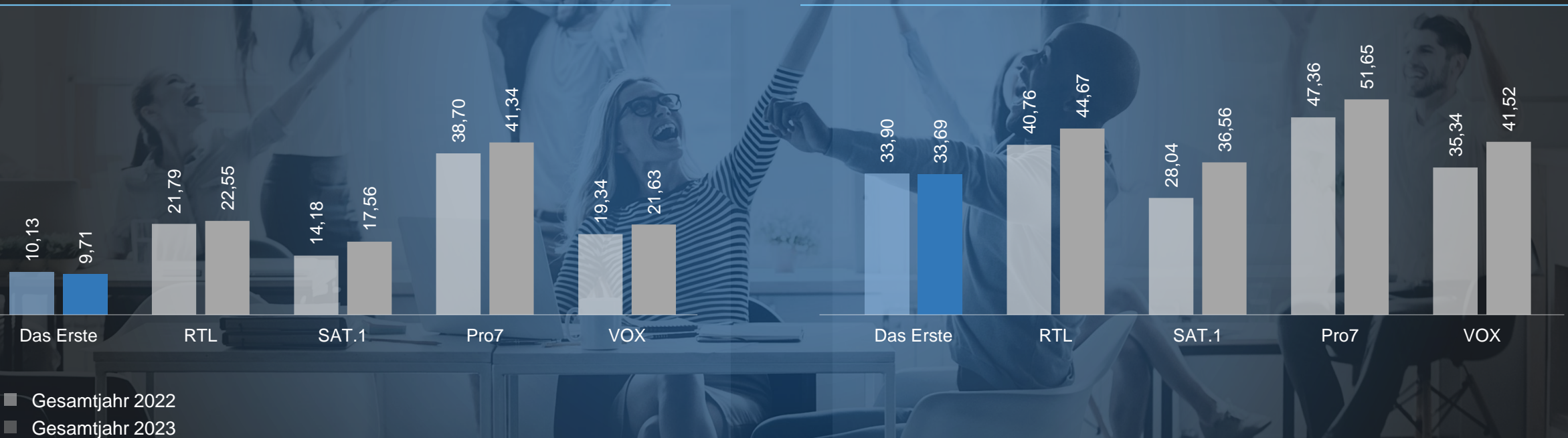
Montag bis Freitag / 17:00-20:00 Uhr

Basis TA 01-30

Angaben in €

Erwachsene 14+ Jahre

Erwachsene 20/59 Jahre



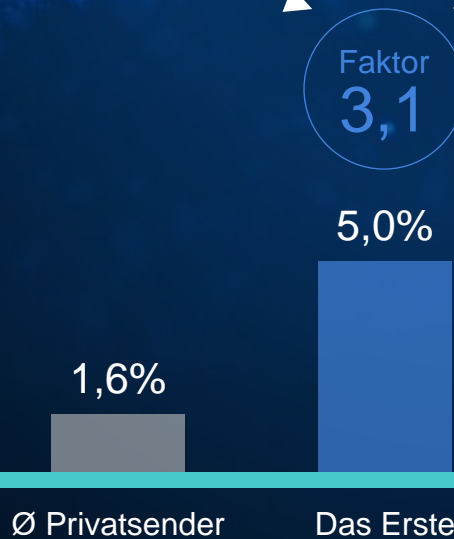
Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.4; 01.01.2022-31.12.2023; Marktstandard: TV; Auswertungstyp: TV; produktbezogen;

WERBUNG MIT HOHER KONSUMRELEVANZ

Studie zur Konsumkraft der Zuschauer



In 1 Sekunde
erreicht der Vorabend im Ersten
5% der FMCG-Kaufkraft



**Kaufkraft am Vorabend
18:00 bis 20:00 Uhr**

Lesebeispiel: Erreichte HHF sind
verantwortlich für x% der jährlichen
FMCG-Ausgaben



**Dreifache
Kaufkraft
im Ersten**

gegenüber der Zuschauer
der großen Privatsender

Basis: HHF, Gesamtjahr 2019 | Quelle: GfK Consumer Panel; Fusionierte und kalibrierte Nutzungsdaten aus dem AGF Fernsehpanel | Ø Sekunde = Basierend auf Sehbeteiligung; Ø Tag = Basierend auf Seher pro Tag; kumuliert über ein Jahr = Basierend auf KFA (0/1-Verfahren)

Basis: HHF/HHB; Gesamtjahr 2019 / Quelle: GfK Consumer Panel; Fusionierte und kalibrierte Nutzungsdaten aus dem AGF Fernsehpanel; Fact: Sehbeteiligung; Betrachtete Privatsender: RTL, RTL II, Pro 7, Sat 1, Kabel 1, Vox

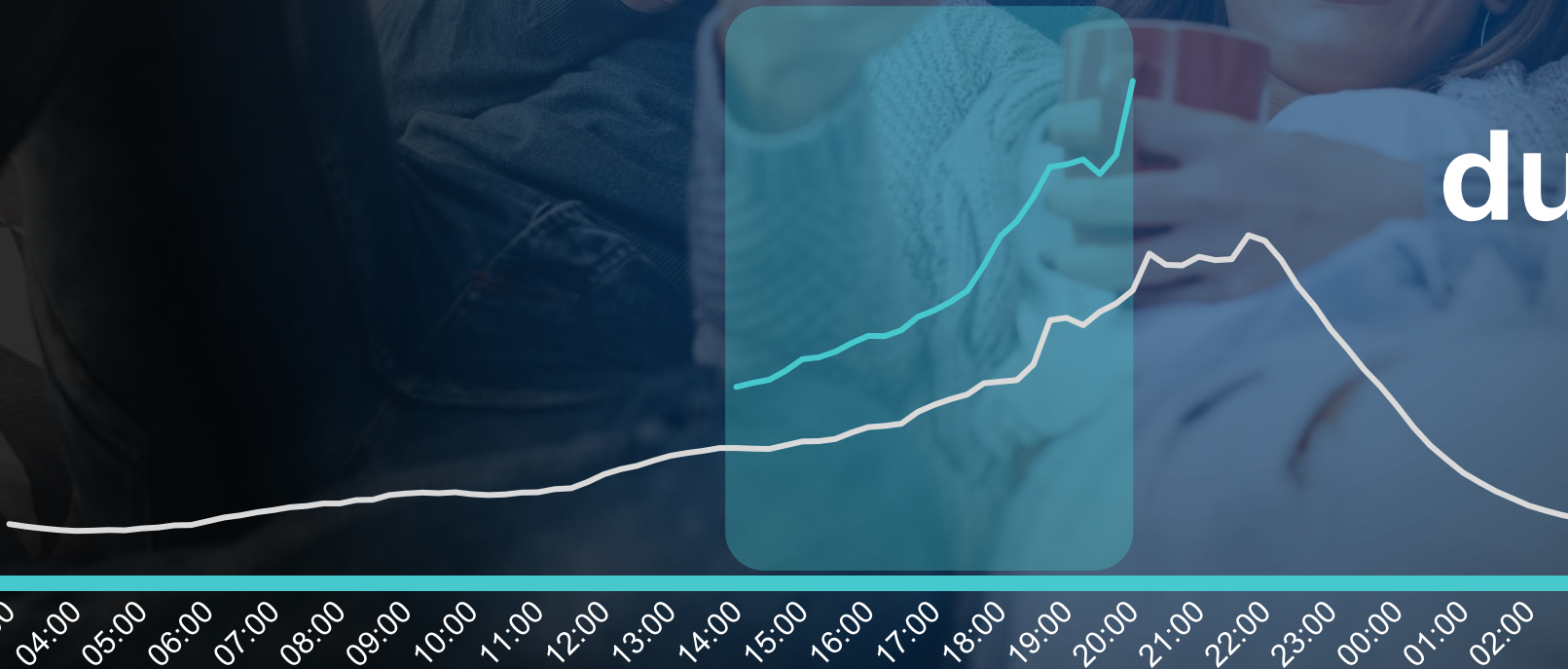
DIE WAHRE PRIMETIME

Erwachsene ab 14 Jahre

TV-Nutzung im Tagesverlauf

Seher in %

- TV Gesamt ohne Das Erste / ZDF
- TV Gesamt mit Das Erste / ZDF



**Vor 20 Uhr
werden die
meisten
Zuschauer
durch Werbung
erreicht**

MIT WERBUNG IM ERSTEN EFFIZIENTER WERBEN

Vergleich von Planvarianten / Erwachsene 20-59 Jahre



Netto-Reichweite

Durch einen 100%-Shift des Budgets in die Umfelder im Ersten lässt sich Netto-Reichweite um 20% steigern

PLUS 20%

Brutto-TKP
-16%

	Privatsender Ex-Post-Analyse KW 36-37/2022	Das Erste Vergleichsplanung KW 36-37	Index Das Erste vs. Private
Basisinformationen			
Bruttokosten lt. Standardtarif (T€)	201,204	21	
Frequenz	15	15	200
Format	6,371	12,713	200
Netto-Sehbeteiligung (Mo.)	9,4	18,8	252
Netto-Sehbeteiligung (%)	13,538	34,084	252
Kontaktsumme (Mo.)	20,0	2,7	129
GRP (%)	2,1	5,95	40
OTS	14,86	10,81	38
TKP (€)	28,32	4,027,20	40
30" TKP (€)	10,058,64	4,912	121
CPG (€)	4,051	12,0	121
Erwachsene ab 14 Jahre			
Netto-Sehbeteiligung (Mo.)	9,9	10,094	120
Netto-Sehbeteiligung (%)	8,422	24,7	120
Kontaktsumme (Mo.)	20,6	2,1	100
GRP (%)	2,1	20,08	84
OTS	23,89	36,52	80
TKP (€)	45,53	8,192,92	84
30" TKP (€)	9,758,54		
CPG (€)			
Erwachsene 20-59 Jahre			

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE - Marktstandard: TV, TV Control 6.5, 01.09.2022 - 30.09.2022