



QUALITÄT, DIE SICH AUSZAHLT.

Werbung im Ersten

FOLLOW US ON

LinkedIn



ARD  MEDIA

ERSTKLASSIGER QUALITÄTSVORSPRUNG

Studie zur Programmqualität und Glaubwürdigkeit



Das Erste – die Nummer Eins
unter den TV-Sendern



Höchste
Programmqualität

Frage: "Welcher Sender bietet Ihrer Meinung nach insgesamt die qualitativ besten Programme an?"

>35%

Qualitätsvorsprung
gegenüber dem Wettbewerb

Frage: "Welcher Sender bietet Ihrer Meinung nach insgesamt die qualitativ besten Programme an?"

Inhalte im Ersten
Höchste
Glaubwürdigkeit
62%

Privatsender
bis zu **26%**

Frage: "Sender ist glaubwürdig:
Wie sehr stimmen Sie dieser Aussagen zu?" (Top-2-Werte)

**Positive
Auswirkung**

auf die Botschaften von
Werbekunden im Ersten
durch Programmqualität
und Glaubwürdigkeit

Höchste Umfeldqualität mit positivem Abstrahlereffekt

ERSTKLASSIGE PROGRAMMQUALITÄT

Studie zur Programmkompetenz



In allen werberelevanten Genres

Marktführer

in Sachen Programmqualität



NACHRICHTEN

74%

Bewertung der Nachrichtenkompetenz im Ersten als die Beste im gesamten TV-Markt



SPORT

72%

QUIZ
Rang 1

Das Erste selbst in der RTL-Domäne Quiz vorne

63%

Höchste Quizkompetenz



SERIEN

59%

 Arztserien

61%

 Krimiserien

Quelle: TV-Trend 2023, Basis: Personen ab 14, die an mindestens einem Tag in der Woche fernsehen
Frage: "Welcher Fernsehsender bringt Ihnen persönlich den besten Eindruck nach die besten...?"

Höchste Umfeldqualität mit positivem Abstrahlereffekt

STARKEN MARKEN FÜR IHRE MARKE

tagesschau¹

Rote
ROSEN¹

SPORTSCHAU¹

Hubert und Staller¹
ohne

WER
WEISS DENN
SOWAS?¹

WISSEN¹
vor acht

Sturm
der Liebe¹

W A P O¹
BODENSEE

Verrückt
nach Meer

Großstadtrevier¹

WETTER¹
vor acht

W A P O¹
BERLIN

WATZMANN¹
ERMITTELT

BRISANT¹

Quizduell¹
Olymp

WIRTSCHAFT¹
vor acht

GEFRAGT
GEJAGT¹

MORDEN IM NORDEN¹

In aller
FREUND
SCHAFT¹
Die jungen Ärzte

SPORTSCHAU¹
vor acht

100% BRAND SAFETY FÜR IHRE KAMPAGNE



Kontextuale Platzierung von Marken
und Botschaften immer wichtiger

BRAND SAFETY

= einer der
wichtigsten KPI



Das Erste

100% Brand Safety
für Ihre Kampagne

100% Eigenproduktionen und
höchste Umfeldqualität garantiert
**ausschließlich Platzierungen,
die absolut brandsafe sind**



ABSTRAHL- EFFEKTE MIT MEHRWERT.

Werbung im Ersten

FOLLOW US ON

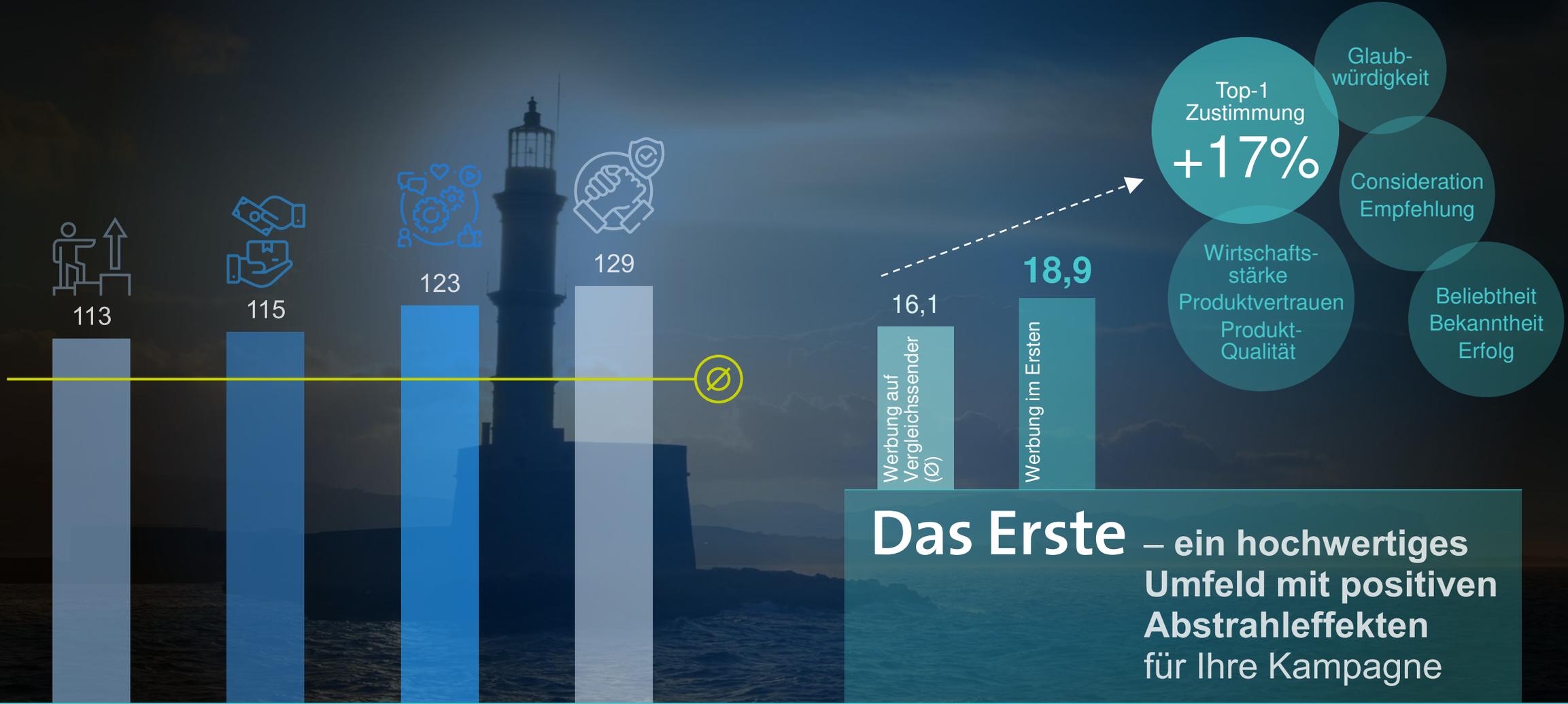
LinkedIn



ARD  MEDIA

POSITIVE ABSTRAHLEFFEKTE FÜR IHRE MARKE

Aktuelle Studie zur Signalwirkung



Das Erste – ein hochwertiges Umfeld mit positiven Abstrahleffekten für Ihre Kampagne

Höchste Umfeldqualität mit positivem Abstrahleffekt

Quelle: mindline | Online-Befragung, rund 12.000 Interviews quotiert | Personen 18-69 Jahre | Basis gesteuerte Privatsender: RTL, SAT.1, ProSieben, RTLZWEI, Kabel Eins, VOX

Signale der Leistungsstärke Kaufneigung Soziale Signale Vertrauens-Signal

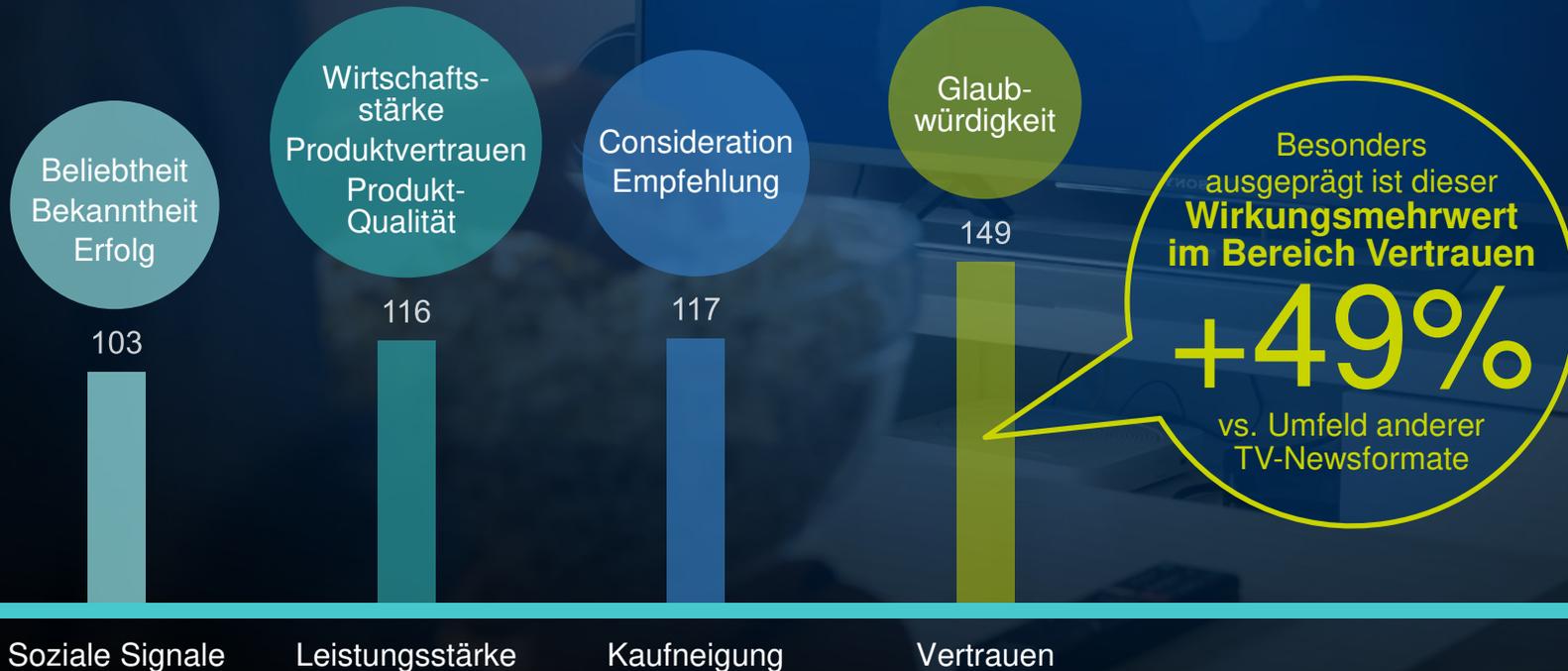
VERTRAUEN & GLAUBWÜRDIGKEIT ERSTER KLASSE



Studie zur Umfeldwirkung der Tagesschau

Top-1 Zustimmung

Index Tagesschau vs. Newsformate Privat-TV



Besonders ausgeprägt ist dieser **Wirkungsmehrwert im Bereich Vertrauen**

+49%

vs. Umfeld anderer TV-Newsformate

Ganz **besonders wertvoll**
→ Platzierung direkt vor der Tagesschau

3 von 4

Zuschauer bestätigen, dass hier platzierte Marken imagemäßig davon profitieren

Quelle: mindline | Online-Befragung | Basis: Personen 18-59 Jahre mit Produktinteresse, n = 542 & 523; getestete Privatsender: RTL, SAT.1, ProSieben, RTLZWEI, Kabel Eins, VOX
Quelle: TV-Trend 2023, Basis: Personen ab 14, die an mindestens einem Tag in der Woche fernsehen und mind. gelegentlich die Tagesschau um 20 Uhr sehen, Angaben in %
Frage: "Was meinen Sie, können Unternehmen in ihrer Wahrnehmung davon profitieren, wenn Sie mit ihrer Marke oder Ihrem Produkt kurz vor der Hauptausgabe der Tagesschau um 20:00 Uhr zu sehen sind?"

POSITIVE ABSTRAHLEFFEKTE AUF PARTNER

Marken und Produkte profitieren von positiven Abstrahleffekten des Programmumfelds Sportschau

#1



Qualitäts- und Wertorientierung



Durch eine Platzierung wird **Renommee, Bedeutung, Stärke und Vertrauenswürdigkeit** kommuniziert.

Werte werden geteilt:

Qualitäts- und Werteorientierung, exzellente Kompetenz, Offenheit und Respekt für alle, Beständigkeit und Tradition, dabei modern und mit Führungsanspruch.

#2



Dynamisch-offene Lockerheit



Es entstehen Anregungen, sich auf **Lustvolles, Leidenschaften, Luxus oder Genuss** einzulassen.

Inspiration, Neugier und Lust auf Neues kann in diesem Umfeld ebenso kommuniziert werden.

„**Werbung für alle**“. Die Botschaften der Werbungtreibenden gehen an ein **breites Publikum**

#3



Vermittelnde Bändigungskompetenz



Anregenden **Genuss in gesellschaftlich akzeptierter Form**. Marken bzw. Produkte wirken **zugänglich und absichernd**.

Lockerheit kippt nicht in Abstürze, Süchte oder Unfälle.

Marken versprechen: **Abgesicherte Erregung und Lebendigkeit!**

