

Die wichtigsten Facts auf einen Blick

Seit April 2014 ist TLC, die weltweit größte Entertainment-Marke für Frauen, im deutschsprachigen Raum über digitales Kabel, Satellit, Web TV und IPTV zu empfangen. Das Programm des Non-Fiction Senders umfasst eine bunte Mischung aus internationalen Produktionen, deutschen Sendungen und Reversionings mit bekannten Deutschen Hosts und richtet sich an eine weibliche Zielgruppe.

TLC – Web, Mobile & Connected TV

- Einfache Usability für grenzenlose Unterhaltung – die aktuellen TV-Shows als ganze Folgen
- Fullscreen Playerintegration
- Große Auswahl an „Click-2-Play“-Inhalten und vieles mehr

TLC – On Air Profil

TLC steht für 100 Prozent Real-Life-Entertainment und zeigt das wahre Leben in all seinen Facetten. Überraschend und anders gewährt der Sender Einblicke in unterschiedliche Lebenswelten und Lebensweisen.

Bewegende Schicksale, außergewöhnliche Lebensentwürfe, spannende True-Crime-Serien, Familiengeschichten, schaurige Mystery-Fälle oder die besten Lifestyle-Sendungen zu den Themen Haus und Garten, Renovierungen sowie Koch- und Back-Shows – TLC zeigt das pure Leben: echt und unverfälscht.

| | |
|-----------------|----------------------------------|
| 1,0 % | Ø Marktanteil (E14-49) |
| 1,5 Mio. | Ø Tägliche Seher (E14+)* |
| 37 Min. | Ø Tägliche Verweildauer (E14-49) |
| 69% | Strukturanteil (F14+) |
| 60% | Markenbekanntheit (F20-49) |

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; Scope, 01.01.-30.06.2023; Basis des Strukturanteils: Erwachsene ab 14
 Markenbekanntheit: Juni 2023, n=700 (A16-59), gestützte Markenbekanntheit, Mindline GmbH; *Sehkriterium: 1 Min konsequentiv



Die wichtigsten Digital Facts auf einen Blick

TLC – Digital & Social

- Das digitale Entertainment-Portal für Frauen.
- Nahezu alle TLC TV Shows online abrufbar, jederzeit und kostenlos plus exklusive Webisodes.
- Optimale mobile Darstellung durch responsives Design.
- Klar definierte Zielgruppe: Frauen.
- Brand-Safety garantiert.
- Werbewirksame Umfeldler: Neben „Beauty“, „Lifestyle“, „Fashion“, „Food“ und „Familie“ finden sich auch Bereiche wie „Rezepte“, „Music“ und „Games“.
- Top-Formate: .Alle Meine Frauen, Dating ohne Grenzen: In 90 Tagen zum Altar, 72 Stunden im Geisterhaus, Mein Leben mit 300kg, Mädels-Alarm! Sechs Töchter im Haus u.v.m.

| | |
|----------|--------------------|
| 345 k | Ø Unique User |
| 2,9 Mio. | Ø Page Views |
| 1,1 Mio. | Ø Visits |
| 1,4 Mio. | Ø Video Views |
| 144 K | Facebook Fans |
| 18 K | Instagram Follower |
| 233 K | YouTube Abonnenten |

Quelle: Unique User, Page Impressions, Visits & Video Views: Adobe, 01.01.-30.06.2023; Facebook Insights, Instagram, Youtube: Juni 2023 Mobile, App und Web zusammen betrachtet, Video Views exklusive Smart TV

