

BASISPRÄSENTATION

PORTFOLIO



DMAX

TLC

HGTV
HOME & GARDEN

TELE
5

★EUROSPORT


COMEDY

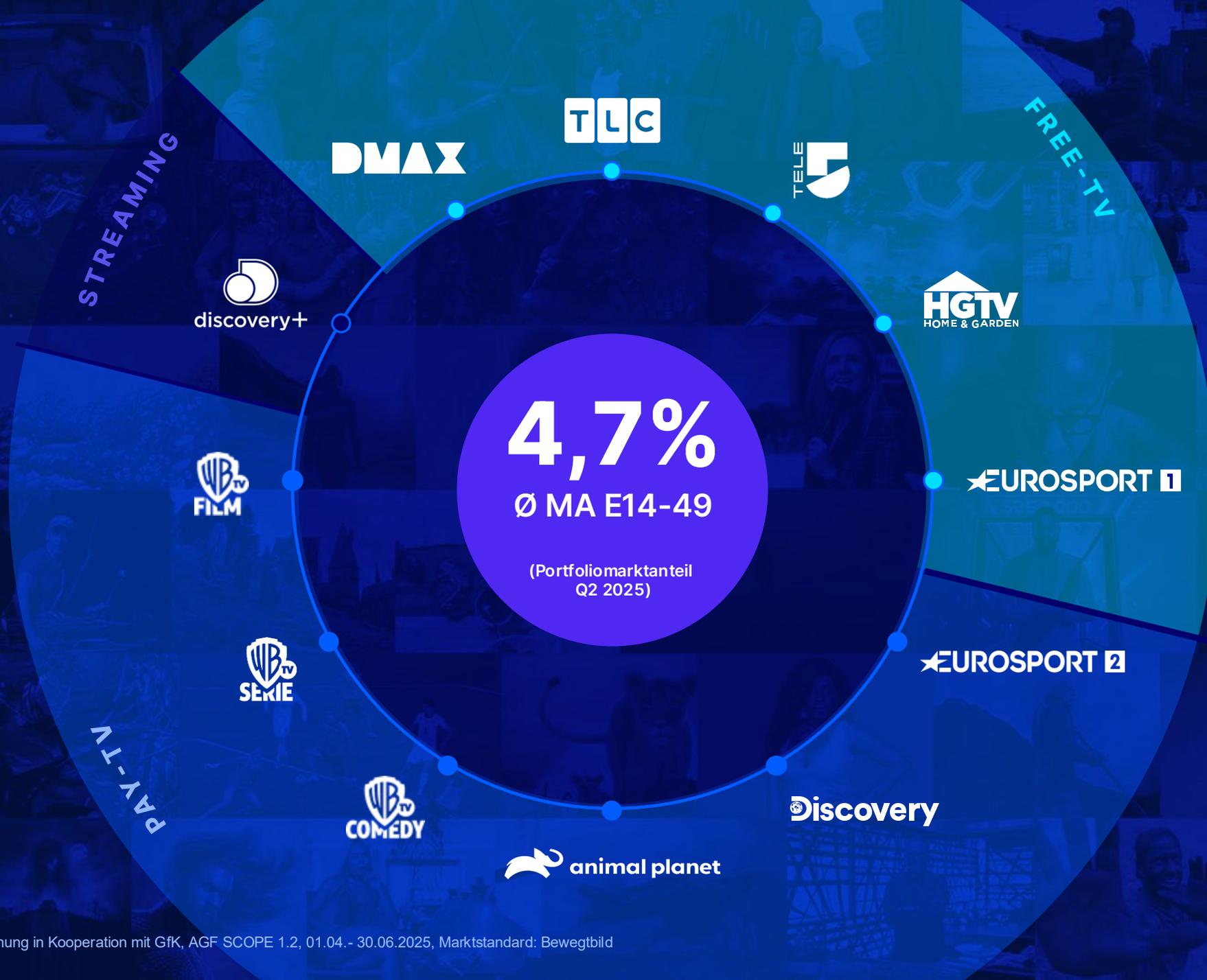

SERIE


FILM

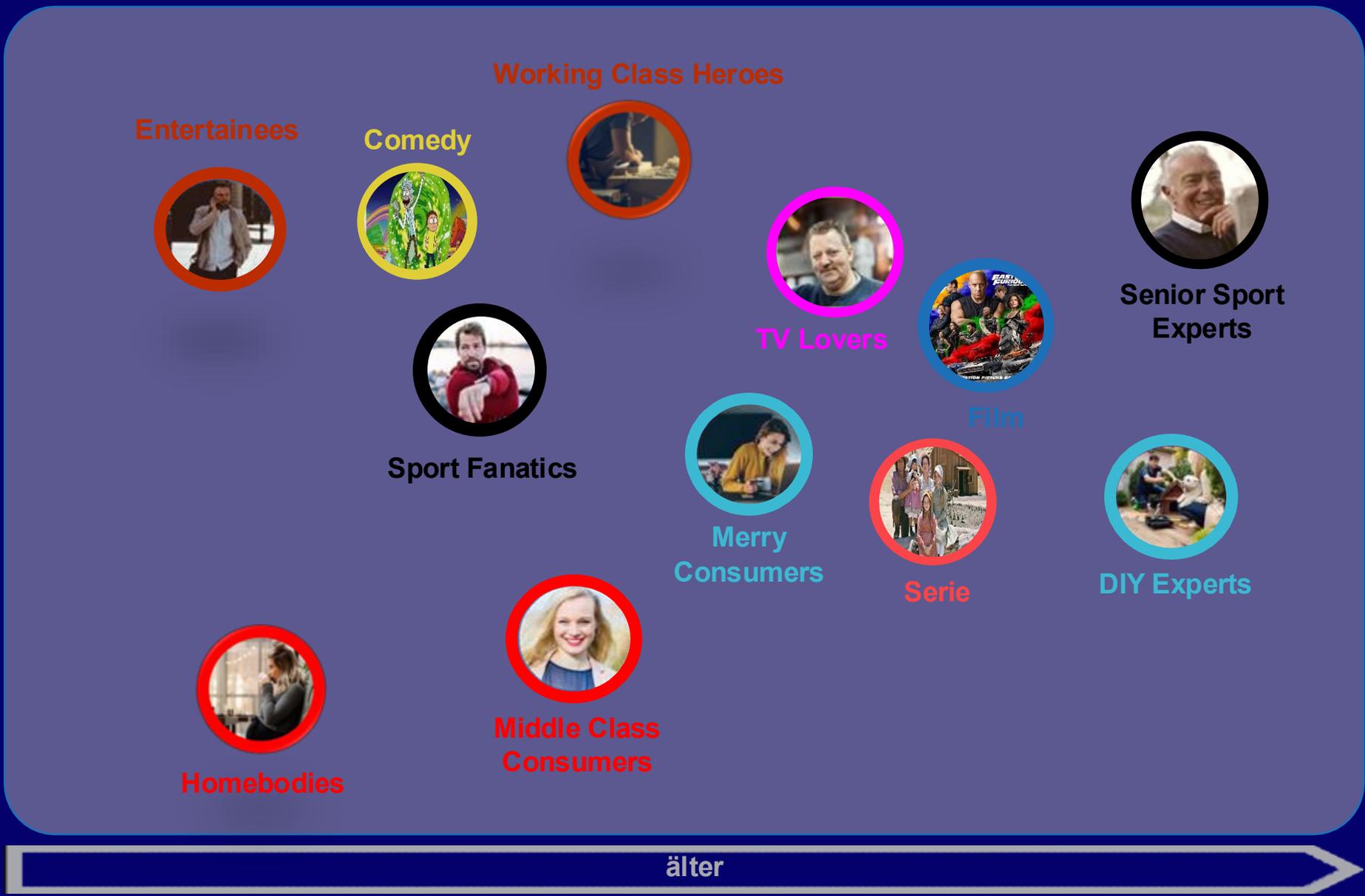
 **Discovery**

 **animal planet**


discovery+



männlicher



-  **DMAX**
-  **TELE 5**
-  **HGTV HOME & GARDEN**
-  **TLC**
-  **EUROSPORT**
-  **WB TV COMEDY**
-  **WB TV FILM**
-  **WB TV SERIE**

DMAX



**WARNER BROS.
DISCOVERY**

5 GRÜNDE FÜR DMAX

SEIT JAHREN KONSTANT

AUCH IM ERSTEN HALBJAHR 2025 WURDE EIN DURCHSCHNITTLICHER MARKTANTEIL VON 1,7% IN DER KOMMERZIELLEN ZIELGRUPPE ERREICHT – EIN KONSTANTES NIVEAU, DAS SEIT ÜBER 10 JAHREN BESTAND HAT

BEKANNTHEIT

81% MARKENBEKANNTHEIT (M20-49). DMAX IST MEHR ALS NUR EIN TV-SENDER. DMAX, DAS ORIGINAL SEIT 18 JAHREN

ATTRAKTIVE ZIELGRUPPE

DMAX IST KLAR IM MARKT POSITIONIERT ALS EINER DER MÄNNLICHSTEN SENDER ÜBERHAUPT MIT EINER 7 JAHRE JÜNGEREN ZUSCHAUERSCHAFT VS. TV GESAMT

TOP LOKALE FORMATE

STARKE MARKTANTEILE FÜR DIE NEUEN STAFFELN UND SERIEN, Z.B. „112: FEUERWEHR IM EINSATZ“ (S11, Ø3,1%), „DER CAMPING CLAN“ (S5, Ø2,9%) ODER „DIE HAUSMEISTER“ (S1, Ø2,6%)

EIGENPRODUKTIONEN

ERNEUTE HOHE ANZAHL AN EPISODEN VON EIGENPRODUKTIONEN FÜR DAS ZWEITE HALBJAHR 2025 GEPLANT, SOWOHL BESTEHENDE LEUCHTTÜRME ALS AUCH NEUE FORMATE

AUF EINEN BLICK

Q2 2025, ON AIR PROFIL

Ø MARKANTEIL		1,8% (E14-49)
Ø MARKANTEIL KERNZIELGRUPPE		2,3% (M20-49)
Ø VERWEILDAUER / TAG		32 Min. (M20-49)
Ø TÄGLICHE SEHER*		2.65 Mio. (E14+)
STRUKTURANTEIL		67% (M14+)
MARKENBEKANNTHEIT		81% (M20-49)

DMAX

WB WARNER BROS.
DISCOVERY



ONLINEPROFIL

Q2 2025

ZAHLEN & FAKTEN / MONAT

Ø 165 K	UNIQUE USER
Ø 1.1 Mio.	PAGE IMPRESSIONS
Ø 474 K	VISITS
Ø 547 K	VIDEO VIEWS

 **374 K SUBSCRIBER**

 **135 K FOLLOWER**

 **1,4 MIO FANS**

Quelle: Durch. Unique User, Page Impressions, Visits & Video Views pro Monat: Adobe, 01.04.-30.06.2025; Facebook Insights, Instagram, YouTube: Juni 2025
Mobile, App und Web zusammen betrachtet

DMAX

WB WARNER BROS.
DISCOVERY



The image shows a smartphone screen displaying the DMAX app interface. At the top, there is a hamburger menu icon on the left, the DMAX logo in the center, and a search icon on the right. Below this is a large promotional image for the show 'GOLDRAUSCH IN ALASKA', featuring a man in a cap and jacket. Underneath the image is the title 'GOLDRAUSCH IN ALASKA' in bold yellow letters. Below the title is a sub-headline 'Neue Folge: "Kampf gegen den Frost"'. This is followed by a paragraph of text: 'Parker Schnabel gibt am Dominion Creek Hunderttausende Dollars mehr aus als erwartet, um an das Schürfgut zu gelangen. Und das gefrorene Material macht den Maschinen des Teams schwer zu schaffen. Der Dozer zeigt erste Verschleißerscheinungen. Deshalb packen die Mechaniker das Schweißgerät aus. Rick Ness setzt derweil große Hoffnungen in eine Neuanschaffung.' Below the text is a red button with white text that says 'Alle Folgen & Clips Ansehen'. At the bottom of the screen, there is a 'TV-PROGRAMM' section with a row of six circular buttons representing the days of the week: DI 24, Mi 25, Do 26, Fr 27, Sa 28, and So 29.

TV-PROGRAMM

DI 24	Mi 25	Do 26	Fr 27	Sa 28	So 29
-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

TLC



WARNER BROS.
DISCOVERY

5 GRÜNDE FÜR TLC

REKORD INNERHALB DER FRAUEN

STÄRKSTER MARKANTEIL IN 2024 AUF JAHRESBASIS SEIT SENDERSTART IN DER KERNZIELGRUPPE DER FRAUEN 20-49 JAHREN MIT Ø1,6%, SOGAR MIT WACHSTUM DER ØSEHBETEILIGUNG

WIRTSCHAFTLICH

WIRTSCHAFTLICHSTER SENDER 2024 MIT FOKUS AUF FRAUEN* INNERHALB DER KOMMERZIELLEN ZIELGRUPPE (Ø63,41€) UND FRAUEN 20-49 JAHRE (Ø85,72€) – IN ALLEN ZEITSCHIENEN! (3-3 UHR)

BEKANNTHEIT

DIE WELTWEIT GRÖSSTE ENTERTAINMENT-MARKE FÜR FRAUEN

SAMSTAGS? TOP!

ERFOLGREICHSTER SAMSTAG AUF HALBJAHRESEBENE IN 2025 SEIT SENDERBESTEHEN MIT Ø1,1% MARKANTEIL

ERFOLGREICH MIT ALLEN PROGRAMMFARBEN

GENRELL STARKE MARKANTEILE FÜR FORMATE IM SCHNITT AUS ALLEN PROGRAMMFARBEN IN DER RELEVANTEN ZEITSCHIENE 09-01 UHR, DATING, MYSTERY UND MEDICAL STECHEN MIT VIEL FLÄCHE DABEI HERAUS



AUF EINEN BLICK

Q2 2025, ON AIR PROFIL

Ø MARKANTEIL		0,9% (E14-49)
Ø MARKANTEIL KERNZIELGRUPPE		1,3% (F20-49)
Ø VERWEILDAUER / TAG		40 Min. (F20-49)
Ø TÄGLICHE SEHER*		1.182 Mio. (E14+)
STRUKTURANTEIL		69% (F14+)
MARKENBEKANNTHEIT		54% (F20-49)

TLC

WB WARNER BROS.
DISCOVERY



ONLINEPROFIL

Q2 2025

ZAHLEN & FAKTEN / MONAT

Ø 87 K	UNIQUE USER
Ø 644 K	PAGE IMPRESSIONS
Ø 250 K	VISITS
Ø 276 K	VIDEO VIEWS



292 K SUBSCRIBER

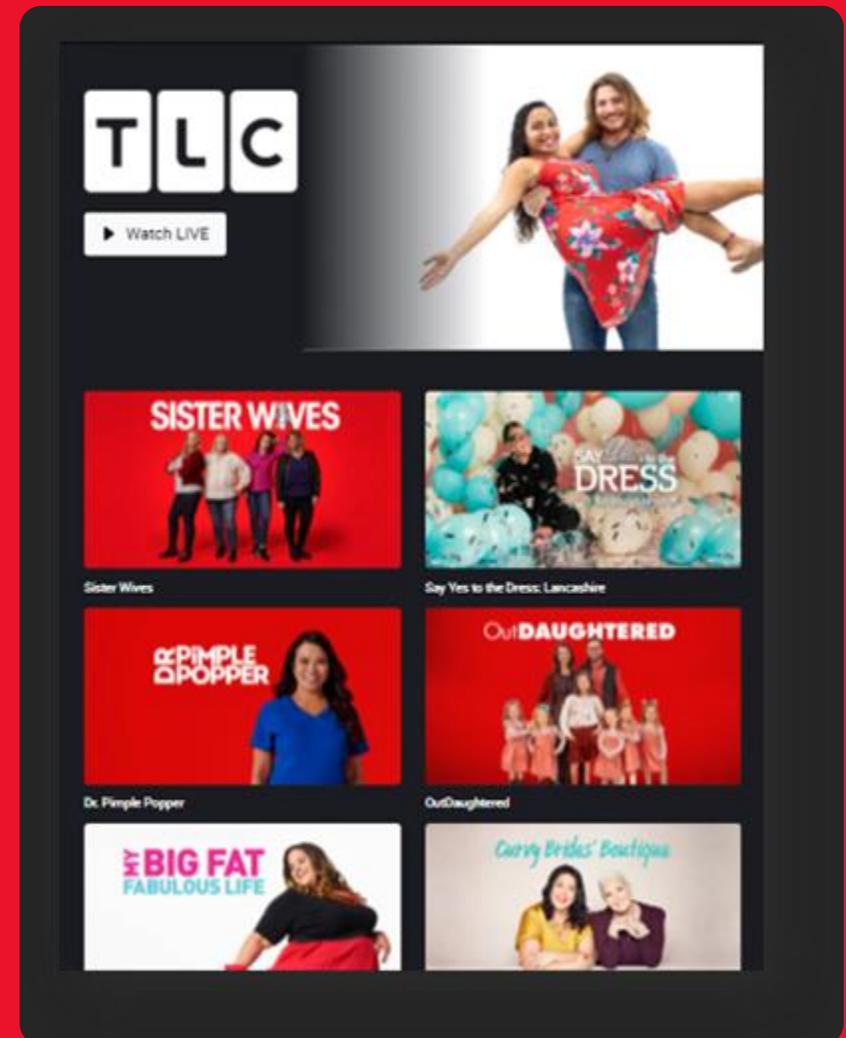


32 K FOLLOWER



180 K FANS

Quelle: Durch. Unique User, Page Impressions, Visits & Video Views pro Monat: Adobe, 01.04.-30.06.2025; Facebook Insights, Instagram, Youtube: Juni 2025 Mobile, App und Web zusammen betrachtet



 **EUROSPORT**



**WARNER BROS.
DISCOVERY**

5 GRÜNDE FÜR EUROSPORT

HOME OF LIVE SPORTS

KNAPP JEDE 2. MINUTE AUF DEM SENDER IST LIVE*

REKORDVERDÄCHTIGER JUNI

MIT Ø0,8% INSGESAMT UND EINEM LIVE-MARKTANTEIL VON Ø1,9% (M14+), WURDE DAS BESTE MONATSERGEBNIS SEIT ÜBER 5 JAHREN ERREICHT MIT VIELEN ERFOLGREICHEN TENNISÜBERTRAGUNGEN

RADSPORT

SOWOHL DIE VUELTA ESPANA 2024 (Ø2,6%, M14+) ALS AUCH GIRO ITALIA 2025 (Ø3,9%, M14+) ERREICHTEN IN IHREN JEWEILIGEN AUSGABEN HÖCHSTWERTE DER LETZTEN JAHRE -> SEHR POSITIVER VORZEICHEN FÜR DIE WEITEREN TOUREN

HANDBALL

DIE WM 2025 WAR DAS ERFOLGREICHSTE HANDBALL-GROSSEREIGNIS DER JÜNGEREN VERGANGENHEIT ÜBER ALLE ZIELGRUPPEN HINWEG, DER FINAL-PEAK** LAG BEI KNAPP 1,4 Mio. (3+)

WIRTSCHAFTLICH

MIT EINEM ØTKP VON 21,07€ FÜR ALLE MÄNNER AB 14 JAHREN (Ø13,58€ bei 3+) ERREICHTE EUROSPORT IN 2024 EINEN TOPWERT FÜR DIE RELEVANTEN LIVERECHTE***

The logo for Eurosport, featuring a stylized star icon to the left of the word "EUROSPORT" in a bold, white, sans-serif font.

AUF EINEN BLICK

Q2 2025, ON AIR PROFIL

Ø MARKTANTEIL LIVE



1,8% (M14+)

Ø TÄGLICHE SEHER*



1,373 Mio. (E14+)

PEAK**



1,038 Mio. (E14+)

STRUKTURANTEIL



69% (M14+)

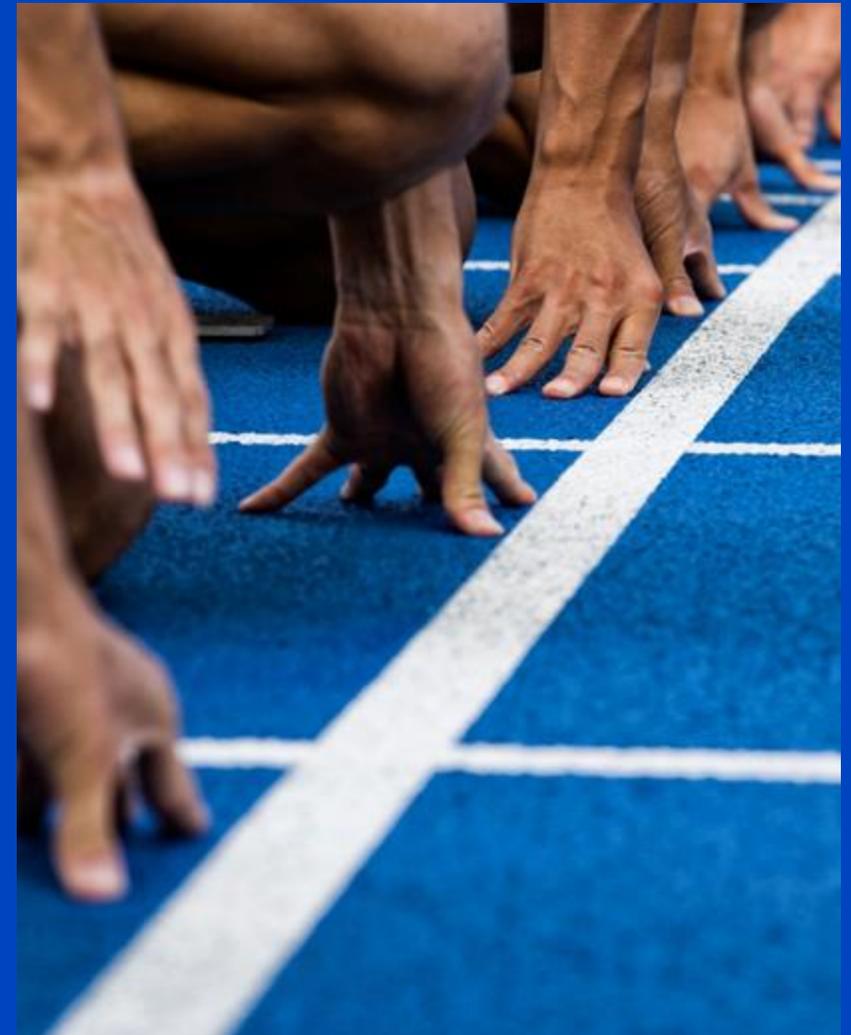
MARKENBEKANNTHEIT



81% (M20-49)



WARNER BROS.
DISCOVERY



Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TechEdge: 01.04.-31.06.2025; Markenbekanntheit: Q2 2025, n=1005 (A 16-59), gestützte Markenbekanntheit, Mindline GmbH; *Sehkriterium: 1 Min konsekutiv; **Bestes 5 Min Intervall einer Übertragung, 08.06.2025, 20:45-20:49 Uhr, Roland Garros Finale Herren

ONLINEPROFIL

Q2 2025

ZAHLEN & FAKTEN / MONAT

Ø 1.5 Mio. UNIQUE USER

Ø 23 Mio. PAGE IMPRESSIONS

Ø 8.2 Mio. VISITS

Ø 3.1 Mio. VIDEO VIEWS



43K FOLLOWER



539 K FOLLOWER



549 K FOLLOWER



682 K FANS

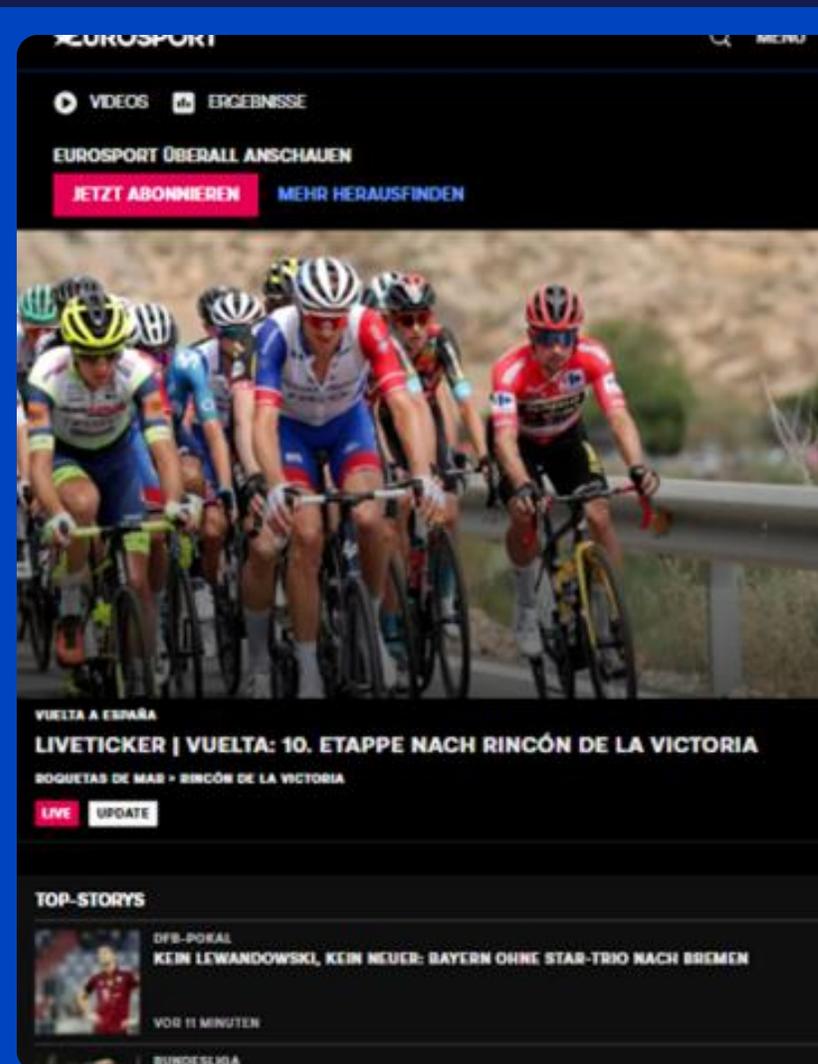
DER GANZE SPORT AUF ALLEN PLATTFORMEN.

- DAS WEB-TV ANGEBOT VON EUROSPOORT
- ALLE EVENTS, ALLES LIVE ODER IN DER VIDEO-SEKTION (VOD)
- OPTIMALE DARSTELLUNG AUF ALLEN MOBILEN ENDGERÄTEN
- ALLE EUROSPOORT- UND BONUSKANÄLE IMMER UND ÜBERALL
- BIS ZU 15 SONDERKANÄLE BEI TOP-EVENTS

Quelle: Durch Unique User, Page Impressions, Visits, Video Views pro Monat:
Adobe, 01.04.-30.06.2025; Facebook Insights, X, Instagram, TikTok: Juni 2025
Mobile, App und Web zusammen betrachtet



WARNER BROS.
DISCOVERY





RUND 46 MILLIONEN HAUSHALTE IM DEUTSCHSPRACHIGEN RAUM

VERBREITUNG EUROSPORT 1 UND EUROSPORT 1 HD

*Eurosport 1 HD wurde in Deutschland bis den 1.12.2016 exklusiv über Sky Deutschland als Bestandteil des "Sky Welt"-Paketes verbreitet.

**Der Begriff Over-the-top content bezeichnet die Übertragung von digitalen TV-Inhalten über das offene Internet – Bsp.: Zattoo

DEUTSCHLAND

38,81 MIO.

HAUSHALTE

= 100% TECHNISCHE REICHWEITE

DIGITAL ZU EMPFANGEN ÜBER:

- KABEL
- SATELLIT
- IPTV
- DVBT-2
- OTT*
- HD Z.B. ÜBER HD+, VODAFONE, PYUR, DEUTSCHE TELEKOM

ÖSTERREICH

3,83 MIO.

HAUSHALTE

= 100% TECHNISCHE REICHWEITE

DIGITAL ZU EMPFANGEN ÜBER:

- KABEL
- SATELLIT
- IPTV
- DVB-T2

SCHWEIZ

3,61 MIO. HAUSHALTE

= 100% TECHNISCHE REICHWEITE

DIGITAL ZU EMPFANGEN ÜBER:

- KABEL
- SATELLIT
- IPTV
- OTT*



5 GRÜNDE FÜR HOME & GARDEN TV

REKORDMARKTANTEIL

DEUTLICH ZWEISTELLIGER ZUWACHS DES MARKTANTEILS IN 2024 BEI ALLEN ZUSCHAUERN AUF \emptyset 0,3%

STARKES Q2 2025

DEUTLICHER ANSTIEG DER MARKTANTEILE IM SCHNITT FÜR ALLE ZIELGRUPPEN VS. Q2 2024. INNERHALB DER KERNZIELGRUPPE FRAUEN 25-54 JAHRE WURDE MIT \emptyset 0,4% EIN DOPPELT SO HOHER WERT ERREICHT WIE IM VORJAHR

DESIGN PUR

FÜR 2 VON 3 FRAUEN IST HOME & GARDEN TV DER SENDER SCHLECHTHIN, WENN ES UM DIE THEMEN WOHNEN & EINRICHTEN GEHT

GARANTIERTE BRAND SAFETY

GARANTIERTE BRAND SAFETY AUF HGTV DURCH AUSSCHLISSLICHES ZEIGEN VON POSITIVEN PROGRAMMINHALTEN RUND UM DAS THEMA WOHNEN, GARTEN & ZUHAUSE

KEINE STREUVERLUSTE BEI DER ZIELGRUPPE

MONOTHEMATISCHER SENDERAUFBAU MIT SENDUNGSÜBERGREIFENDER ZIELGRUPPE



AUF EINEN BLICK

Q2 2025, ON AIR PROFIL

Ø MARKANTEIL		0,2% (E14-49)
Ø VERWEILDAUER / TAG		29 Min. (F25-54)
Ø TÄGLICHER SEHER*		0.65 Mio. (E14+)
STRUKTURANTEIL		65% (F14+)

HOME & GARDEN TV

REKORDE SEIT SENDERBESTEHEN

DAS BESTE QUARTAL: **Q2 2023** (0,3% MA)

DER BESTE MONAT: **Mai 2023** (0,4% MA)

DIE BESTE WOCHE: **KW 32 2022** (0,4% MA)

DER BESTE SENDETAG: **28.05.2023** (1,2% MA)

DIE BESTE EINZELSENDUNG: „**JACKPOT! HAUPTPREIS TRAUMHAUS**“ (SEHB. 202k in A3+)

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, AGF SCOPE, 01.04.-30.06.2025, Marktstandard: Bewegtbild; Basis des Strukturanteils: Erwachsene ab 14; *Sehkriterium: 1 Min konsequent

HGTV
HOME & GARDEN

WB
WARNER BROS.
DISCOVERY



HGTV DIGITAL AUF EINEN BLICK



29K

Ø UNIQUE USER



241K

Ø PAGE VIEWS



102K

Ø VISITS



72K

Ø CONTENT STARTS



18K

SUBSCRIBER



11K

FANS

ADDRESSABLE TV

98K

Ø UNIQUE DEVICES
AM TAG

270K

Ø SESSIONS AM TAG



RUND 46 MILLIONEN HAUSHALTE IM DEUTSCHSPRACHIGEN RAUM

VERBREITUNG HGTV UND HGTV HD

*Der Begriff Over-the-top content bezeichnet die Übertragung von digitalen TV-Inhalten über das offene Internet – Bsp.: Zattoo

DEUTSCHLAND

38,81 MIO.

HAUSHALTE

= 100% TECHNISCHE REICHWEITE

DIGITAL ZU EMPFANGEN ÜBER:

- KABEL
- SATELLIT
- IPTV
- DVBT-2
- OTT*
- HD Z.B. ÜBER HD+, VODAFONE, PYUR, DEUTSCHE TELEKOM

ÖSTERREICH

3,83 MIO.

HAUSHALTE

= 100% TECHNISCHE REICHWEITE

DIGITAL ZU EMPFANGEN ÜBER:

- KABEL
- SATELLIT
- IPTV

SCHWEIZ

3,61 MIO. HAUSHALTE

= 100% TECHNISCHE REICHWEITE

DIGITAL ZU EMPFANGEN ÜBER:

- KABEL
- SATELLIT
- IPTV
- OTT*



5 GRÜNDE FÜR TELE 5

SPIELFILME

TELE 5 ZEIGT MIT ABSTAND DIE MEISTEN FILME IM FREE-TV. PRO JAHR LAUFEN IM SCHNITT 800 FILME

PERFORMANCE

VIELE DIESER FILME ERREICHEN STARKE LEISTUNGSWERTE, ÜBER 65 FILME ERREICHEN IN 2024 EINE SEHBETEILIGUNG IM SCHNITT VON MEHR ALS 450.000 INNERHALB ALLER ZUSCHAUER

ERFOLG AM VORABEND

DER JUNI 2025 LIEFERTE IN DER KERNZIELGRUPPE E20-59 JAHRE DEN HÖCHSTEN MARKANTEIL SEIT ÜBER 1 JAHR, Ø1,8% MARKANTEIL WURDE FÜR DIE UNTERSCHIEDLICHEN SCY-FY FORMATE GEMESSEN INNERHALB DER ACCESS AN WERKTAGEN

EINE ATTRAKTIVE ZIELGRUPPE

JÜNGER ALS DIE DURCHSCHNITTLICHE TV-ZUSCHAUERSCHAFT, STRUKTURANTEIL: 2/3 (MÄNNER) ZU 1/3 (FRAUEN) GESCHLECHTERSPLIT

FICTION-KOMPETENZ

TELE 5 IST UND BLEIBT FICTION. TELE 5 BEHÄLT SICH SOMIT DAS SIEGEL UND BLEIBT DER SENDER MIT DER GRÖSSTEN FICTION-KOMPETENZ.



MEHR ALS
DU DENKST

FACTS & FIGURES

Q2 2025, ON-AIR PROFIL

Ø MARKANTEIL*		0,7% (E14-49)
Ø MARKANTEIL KERN-ZG.*		1,0% (E20-59)
Ø TÄGLICHE SEHER**		2.113 Mio. (E14+)
STRUKTURANTEIL		56% (M14+)
MARKENBEKANNTHEIT		66% (E16-59)
ANZAHL SPIELFILME / JAHR		>800

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, AGF SCOPE, 01.04.-30.06.2025, Marktstandard: Bewegtbild; Basis des Strukturanteils: Erwachsene ab 14; Markenbekanntheit: Q2 2025, n=1005 (Basis A16-59), gestützte Markenbekanntheit, Mindline GmbH, *16-01 Uhr; **Sehkriterium: 1 min konsekutiv;



ONLINEPROFIL

Q2 2025, ZAHLEN & FAKTEN / MONAT



Quelle: Durch. Unique User, Page Impressions, Visits & Video Views pro Monat: Adobe, 01.04.-30.06.2025



Top Formate und Filme

Q2 2025

TOP SPIELFILME PRIME/LATE PRIME	Ø SEHB. (MIO.) 3+	Ø MA (%) E14-49
Hunter Killer	0,472	1,9
Vanguard	0,455	1,8
Eagle Eye - Außer Kontrolle	0,445	1,8
MYTHICA - WEG DER GEFÄHRTEN	0,405	0,7
Karate Tiger - Der letzte Kampf	0,381	1,4

TOP SERIEN, 17-01 Uhr	Ø SEHB. (MIO.) 3+	Ø MA (%) E14-49
STAR TREK: DEEP SPACE NINE	0,163	0,9
BABYLON 5	0,161	0,8
Star Trek: Raumschiff Voyager	0,159	0,9
Relic Hunter - Die Schatzjägerin	0,151	0,7
Doctor Who	0,149	1,2

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK; AGF SCOPE 1.4, 01.04 - 30.06.2025; Marktstandard: Bewegtbild; Serien mit mind. 5 Ausstrahlungen; sortiert nach Sehbeteiligung Zuschauer gesamt





RUND 46 MILLIONEN HAUSHALTE IM DEUTSCHSPRACHIGEN RAUM

VERBREITUNG TELE 5 UND TELE 5 HD

*Der Begriff Over-the-top content bezeichnet die Übertragung von digitalen TV-Inhalten über das offene Internet – Bsp.: Zattoo

DEUTSCHLAND

38,81 MIO.

HAUSHALTE

= 100% TECHNISCHE REICHWEITE

DIGITAL ZU EMPFANGEN ÜBER:

- KABEL
- SATELLIT
- IPTV
- DVBT-2
- OTT*
- HD Z.B. ÜBER HD+, VODAFONE, MEDIA BROADCAST, PYUR, DEUTSCHE TELEKOM, ZATTOO

ÖSTERREICH

3,83 MIO.

HAUSHALTE

= 100% TECHNISCHE REICHWEITE

DIGITAL ZU EMPFANGEN ÜBER:

- KABEL
- SATELLIT
- IPTV

SCHWEIZ

3,61 MIO. HAUSHALTE

= 100% TECHNISCHE REICHWEITE

DIGITAL ZU EMPFANGEN ÜBER:

- KABEL
- SATELLIT
- IPTV
- OTT*



DIE WICHTIGSTEN FACTS

PAY TV SENDER: WARNER TV COMEDY

REKORDMARKTANTEIL

ERFOLGREICHSTES HALBJAHR JEMALS NACH MARKTANTEIL INNERHALB DER KERNZIELGRUPPE E14-49 JAHRE MIT PLATTFORMZUGANG (Ø1,4%)

EINZIGARTIGES POTENTIAL

MIT-GRÖSSTES WERBEPOTENTIAL ALLER PAY-BRANDS (EXKLUSIVE SPORT), INNERHALB DER KOMMERZELLEN ZIELGRUPPE

ZIELGRUPPE

DEUTLICH MÄNNLICHERE ZUSCHAUERSCHAFT ALS TV GESAMT, BEI GLEICHZEITIG ÜBERDURCHSCHNITTLICHEM EINKOMMEN VON 3.500 € UND MEHR



FACTS & FIGURES

Q2 2025, ON-AIR PROFIL

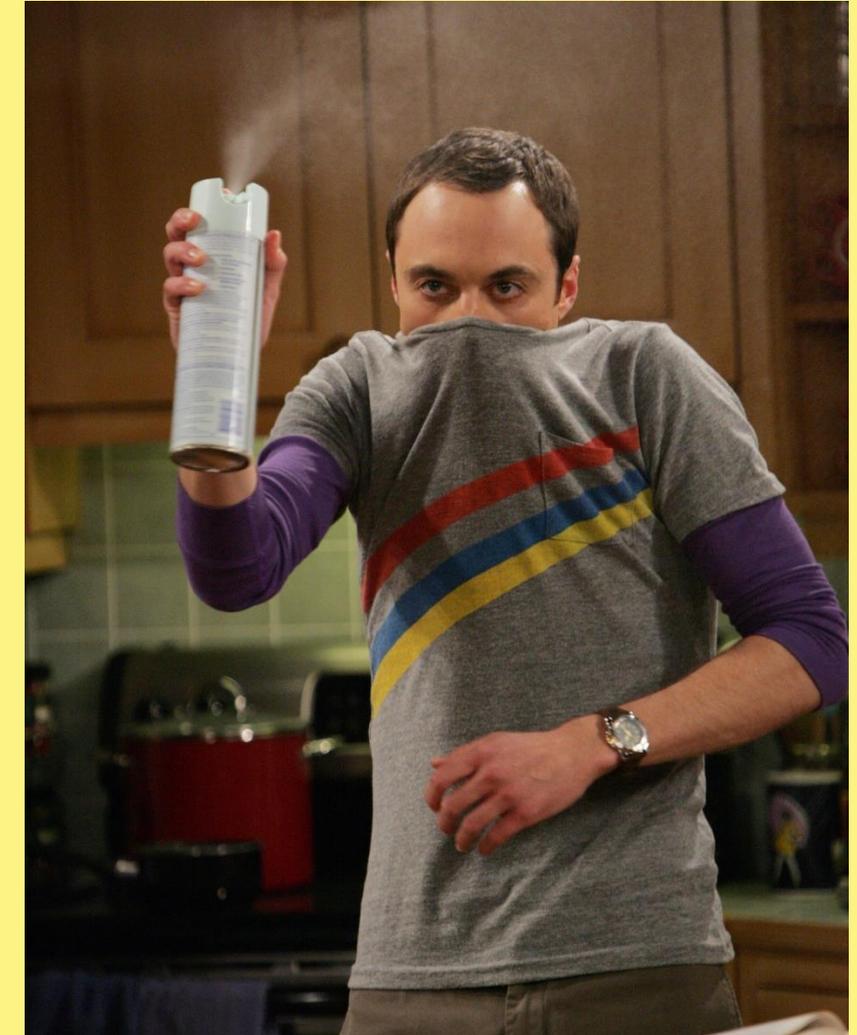
Ø MARKANTEIL KERN-ZG	➤	1,3% (E14-49 MIT PLATTFORMZUGANG)
Ø MARKANTEIL	➤	0,3% (E14-49)
Ø TÄGLICHE SEHER*	➤	213 TSD. (E14+ MIT PLATTFORMZUGANG)
Ø VERWEILDAUER	➤	40 MIN. (E14-49 MIT PLATTFORMZUGANG)
STRUKTURANTEIL	➤	67% (M14+ MIT PLATTFORMZUGANG)
DURCHSCHNITTSSALTER	➤	45 JAHRE (3+)



TOP PROGRAMME

Q2 2025, 17 – 01 Uhr | Ø MARKTANTEIL E14 – 49

1. The Big Bang Theory		2,5%
2. Young Sheldon		1,4%
3. 2 Broke Girls		1,2%
4. St. Denis Medical		1,2%
5. Two and a Half Men		1,2%





DIE WICHTIGSTEN FACTS

PAY TV SENDER: WARNER TV SERIE

WACHSTUM

POSITIVER ENTWICKLUNG DES 1. HJ INNERHALB E14-49 JAHRE MIT PLATTFORMZUGANG, +10% ZUM VORJAHR, Ø0,7% MARKTANTEIL

ZIELGRUPPE

AUSGEGLICHERER MÄNNLICH/WEIBLICH SPLIT INNERHALB EINER ZUSCHAUERSCHAFT IM BESTEN ALTER, WEIT ÜBERDURCHSCHNITTLICH VERTRETEN IM ALTERSBEREICH ZWISCHEN 40-59 JAHRE

PORTFOLIO

DER TOP SENDER FÜR SERIENJUNKIES: VON ERFOLGREICHEN EIGENPRODUKTIONEN WIE 4 BLOCKS UND OH HELL BIS HIN ZU PREISGEKRÖNTEN US TV-FORMATEN WIE DR. HOUSE



FACTS & FIGURES

Q2 2025, ON-AIR PROFIL

Ø MARKANTEIL	➔	0,7% (E14-49 MIT PLATTFORMZUGANG)
Ø MARKANTEIL KERN-ZG.	➔	0,8% (E14-59 MIT PLATTFORMZUGANG)
Ø TÄGLICHE SEHER*	➔	228 TSD. (E14+ MIT PLATTFORMZUGANG)
Ø VERWEILDAUER	➔	44 MIN. (E14-59 MIT PLATTFORMZUGANG)
STRUKTURANTEIL	➔	46% (M14+ MIT PLATTFORMZUGANG)
DURCHSCHNITTSALTER	➔	57 Jahre (3+)



TOP PROGRAMME

Q2 2025, 09 – 01 Uhr | Ø MARKTANTEIL E14 – 49

3. MORD IST IHR HOBBY		4,0%
2. Rescue: HI-Surf		2,5%
2. Fringe		1,2%
4. Hudson & Rex		0,9%
5. Rizzoli and Isles		0,8%

WB TV
SERIE

WB
WARNER BROS.
DISCOVERY





DIE WICHTIGSTEN FACTS

PAY TV SENDER: WARNER TV FILM

STABILITÄT

WEITERHIN EINE DER STÄRKSTEN BRANDS IM PAY-MARKT MIT \varnothing 0,8%
MARKTANTEIL INNERHALB E14-49 JAHRE MIT PLATTFORMZUGANG

EINZIGARTIG

IDEAL FÜR CINEPHILES: EIN 360° FILMERLEBNIS DURCH VIER
GEBRANDETE SLOTS. DAZU GEHÖREN KLASSIKER WIE CASABLANCA UND
BOX OFFICE HITS WIE HANGOVER

ERLEBNIS

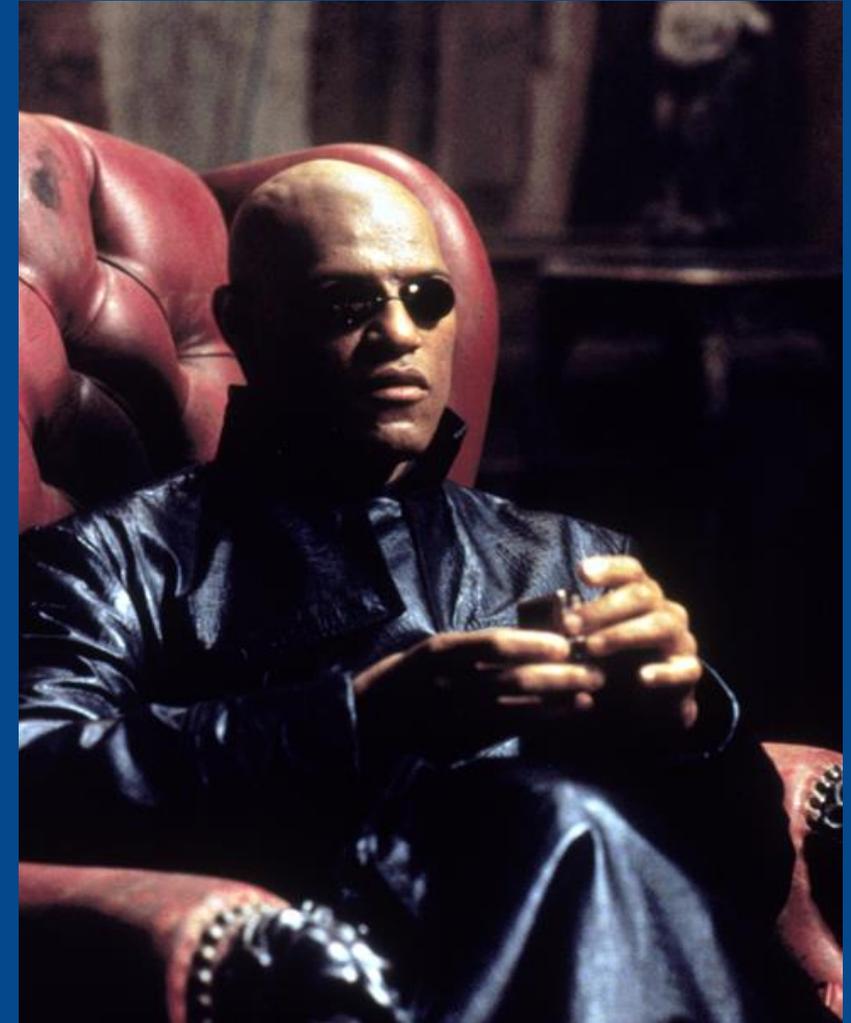
HOCHGRADIG FESSELNDES ZUSCHAUERERLEBNIS: DIE BESTEN
HOLLYWOOD BLOCKBUSTER, VERSCHIEDENSTE GENRES UND KEINE
WERBEUNTERBRECHUNGEN



FACTS & FIGURES

Q2 2025, ON-AIR PROFIL

Ø MARKANTEIL	➔	0,9% (E14-49 MIT PLATTFORMZUGANG)
Ø MARKANTEIL KERN-ZG.	➔	1,0% (E14-59 MIT PLATTFORMZUGANG)
Ø TÄGLICHE SEHER*	➔	292 TSD. (E14+ MIT PLATTFORMZUGANG)
Ø VERWEILDAUER	➔	38 MIN. (E14-59 MIT PLATTFORMZUGANG)
STRUKTURANTEIL	➔	63% (M14+ MIT PLATTFORMZUGANG)
DURCHSCHNITTSALTER	➔	54 Jahre (3+)



TOP FILME

Q2 2025, 17 – 01 Uhr | SORTIERT NACH
SEHBETEILIGUNG 3+

TOP SPIELFILME PRIME/LATE PRIME	ØSEHB. (000) 3+	ØMA (%) E14-49*
Taffe Mädels	0,062	3,7
Resident Evil: Afterlife	0,057	4,8
Jurassic World	0,056	3,8
DIE MUMIE KEHRT ZURÜCK	0,056	2,0
16 Blocks	0,056	3,5



ONLINEPROFIL

Q2 2025, ZAHLEN & FAKTEN / MONAT

ZAHLEN & FAKTEN / MONAT

Ø 4.8 K UNIQUE USER

Ø 21.3 K PAGE IMPRESSIONS

Ø 7.5 K VISITS



77 K SUBSCRIBER



21 K FOLLOWER

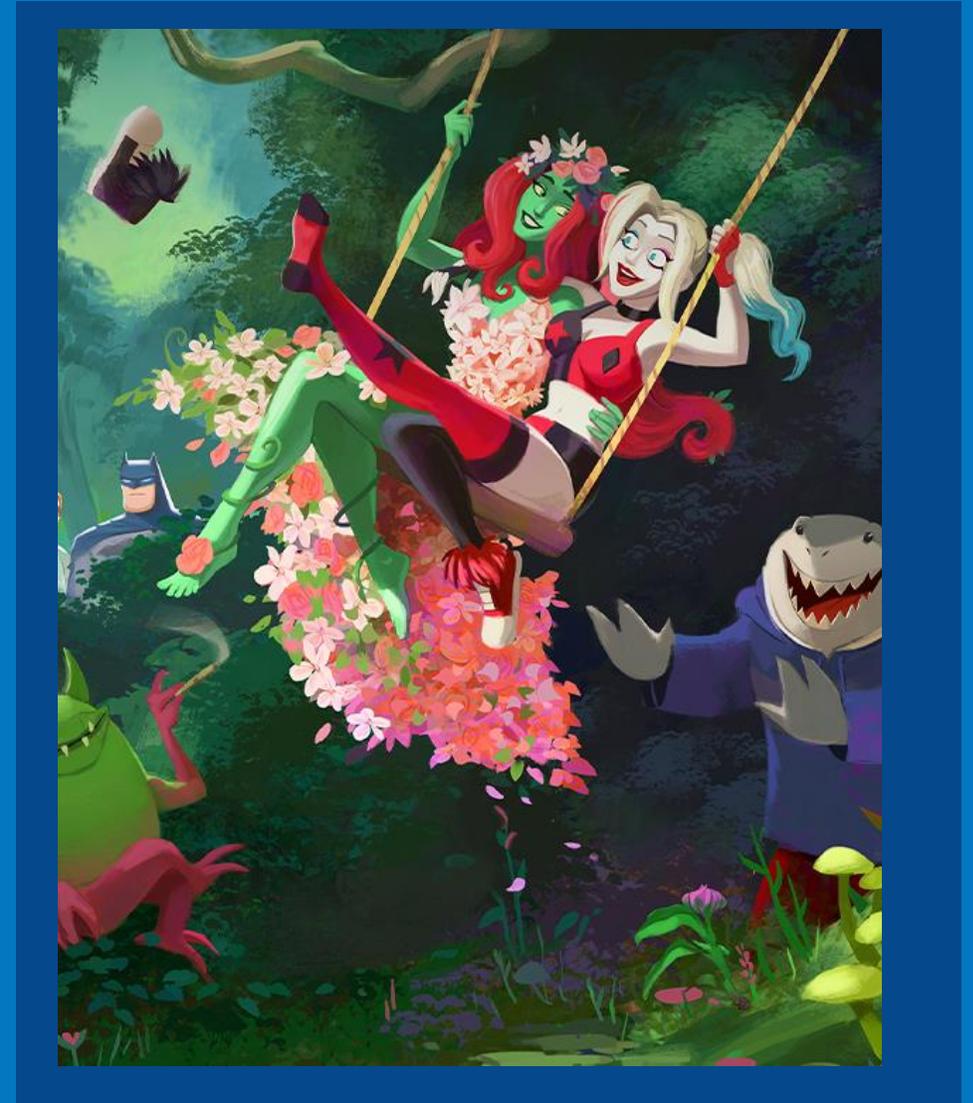


242 K FANS



31 K FANS

Quelle: Durch. Unique User, Page Impressions, Visits & Video Views pro Monat: Adobe, 01.04.-30.06.2025; Facebook Insights, Instagram, Youtube: Juni 2025



DIE WICHTIGSTEN FACTS

DISCOVERY CHANNEL – ES GIBT NOCH VIEL ZU ENTDECKEN

HORIZONT ERWEITERND

WIR LIEFERN ERKLÄRUNGEN UND BEREICHERN DURCH NEUE ERKENNTNISSE UND PERSPEKTIVEN.

FASZINIEREND

TROCKENE FAKTEN SIND UNS ZU WENIG. WIR ERZÄHLEN AUFREGENDE UND FESSELNDE GESCHICHTEN.

FUNDIERT

WIR GEHEN IN DIE TIEFE, ARBEITEN WISSENSCHAFTLICH UND GRÜNDLICH.

VORREITER

WIR SIND ANDEREN EINEN SCHRITT VORAUSS.
WIR SETZEN TRENDS, WAS THEMEN UND TECHNOLOGIEN BETRIFFT.





DIE WICHTIGSTEN FACTS

PAY TV SENDER: ANIMAL PLANET - TIERISCH MENSCHLICH

DER SENDER

STEHT FÜR AUTHENTISCHE, FESSELNDE UND TIEFERGEHENDE GESCHICHTEN. GESCHICHTEN, DIE UNS AN UNSERE URINSTINKTE ERINNERN UND MIT SPANNENDEN CHARAKTEREN FESSELN. ANIMAL PLANET ERFINDET DIE „TIERISCHE“ UNTERHALTUNG IMMER WIEDER NEU UND BIETET ATEMBERAUBENDE PRODUKTIONEN, DIE UNTER DIE HAUT GEHEN UND NIEMANDEN KALT LASSEN.

ANIMAL PLANET SETZT AUF EMOTIONEN

ANIMAL PLANET IST DER EINZIGE TIERDOKUMENTATIONSSENDER, DER DAS GANZE SCHAUSPIEL UND DIE FESSELNDEN CHARAKTERE DES TIERREICHES AUFGREIFT UND ÜBER EINE BANDBREITE VERSCHIEDENSTER UNTERHALTUNGSGENRES ZEIGT.

BAHNBRECHENDE DOKUMENTATIONEN

ZUM THEMA NATURGESCHICHTE UND WILDLIFE, NERVENAUFREIBENDE DRAMEN UND COMEDY. ALL DAS, IST DIE WELT VON ANIMAL PLANET. VOM MUTTER- ZUM KILLERINSTINKT, DAS ALLES IST SPANNENDE UNTERHALTUNG DER WILDESTEN ART.







DIE WICHTIGSTEN FACTS

AD-SUPPORTED OTT PLATTFORM: DISCOVERY+

PLATTFORM

DISCOVERY+ IST DAS ZU HAUSE VON PREMIUM REAL-LIFE ENTERTAINMENT. MEHR ALS 700 VERSCHIEDENE SERIEN UND FILME MIT INSGESAMT RUND 12.000 EPISODEN

ZIELGRUPPE

NUTZER SIND JUNG (38% UNTER 30), FAMILÄR (41% HABEN KINDER) UND GEBILDET (49% HABEN MIND. FACHABITUR). KERNZIELGRUPPE BESTEHT AUS LOVE ADDICTS, CURIOSITY STREAMERS UND ARMCHAIR DETECTIVES

GROßES POTENZIAL

78% DER DEUTSCHEN NUTZEN OTT-ANGEBOTE. JEDER ZWEITE DEUTSCHE AB 14 JAHREN (35 MIO.) NUTZT KOSTENPFLICHTIGE OTT- ANGEBOTE

DISCOVERY+ ZIELGRUPPEN

