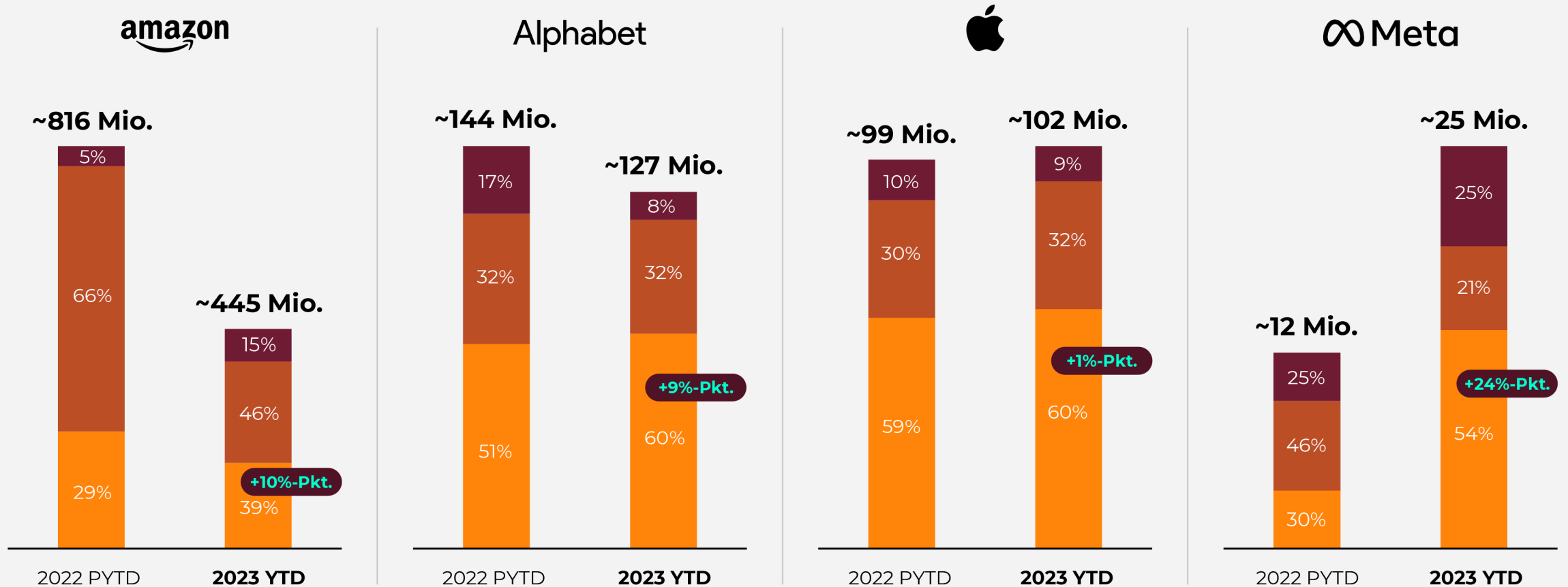


TV IST AUCH FÜR DIE GIANTS DAS BESTE WERBEPRODUKT!

Durchschnittlich 53% TV-Share der Giants 2023 YTD | ■ TV ■ Online* ■ Other**



*Online inkl. Schätzungen für Google (Search, YouTube), Social (Facebook, Insta, Twitter), Amazon
 **Other: Print, Radio, OOH, Direct Mail, Kino
 Quelle: Nielsen, Brutto-Werbeinvestitionen, PYTD Januar-Oktober 2022 vs. YTD Januar-Oktober 2023

Es stimmt, TV hat bei der Zielgruppe **E14-69** über die letzten Jahre an Reichweite verloren,

ABER...

- › **70%** der gesamten Bewegtbildnutzung ist **noch immer TV** in Deutschland.
- › Die **tägliche TV-Nutzung** inkl. Mediatheken beträgt **203 Minuten** – über drei Stunden TV und Streaming täglich.
- › **YouTube** hat eine durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer von **30 Minuten** in dieser Zielgruppe.



YouTube

30 min

vs.

TV

203 min

Reichweite: Gestern bzw. letzte Woche gesehene Sender bzw. TV-Angebote

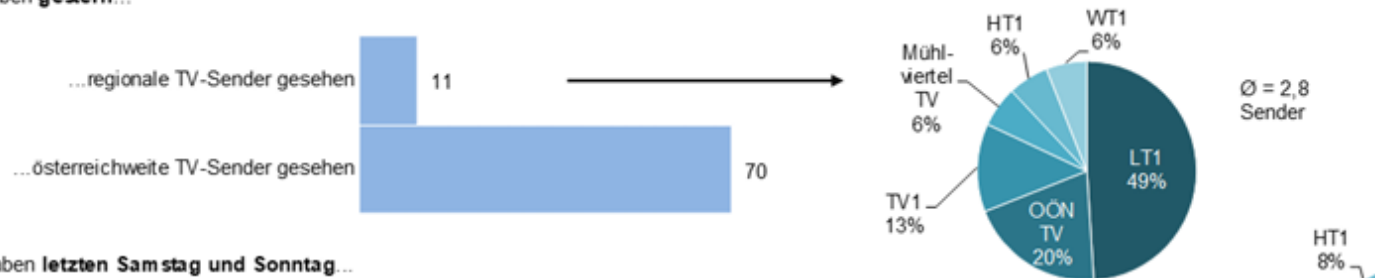
Basis: OÖ Bevölkerung ab 16 Jahren

Frage 5a: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie gestern gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

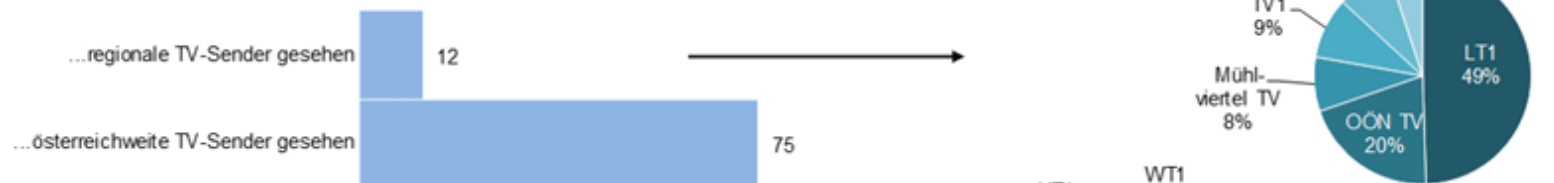
Frage 5c: "Und welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie am letzten Samstag oder Sonntag oder an beiden Tagen gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Frage 5b: "Welche der folgenden TV-Sender oder TV-Angebote haben Sie in der letzten Woche gesehen, wenn auch nur für kurze Zeit?"

Es haben **gestern**...



Es haben **letzten Samstag und Sonntag**...



Es haben **letzte Woche**...



DIE LT1 WELT

Geschichten – Bewegtbild für alle Plattformen

