



AUDIENCE PROFILING

NEUE INSIGHTS AUS DER BEWEGTBILD-
STUDIE: DIE TYPOLOGIE IM WANDEL



BAUER ADVANCE

AUDIENCE PROFILING GIBT DETAILLIERTEN EINBLICK IN 12 BEWEGTBILD-ZIELGRUPPEN



SOCIALIZER



TV TIME-SHIFTER



BIG SCREENER



**VOD
AMBASSADOR**



**HYBRIDE
BILDUNGSSEHER**

Beispielhafte 5 Personas

NEUE INSIGHTS

Die Studie und Typologie AUDIENCE PROFILING entwickelt sich weiter!
Ein Datenschatz, der Ihnen vielfältige Analysemöglichkeiten für Ihre Mediaplanung bietet.

Der Bewegtbildmarkt verändert sich stetig. Immer mehr Zielgruppen wandern in zeitunabhängige Bewegtbildnutzung ab. Und das werbliche Invest in TV entwickelt sich für Werbungtreibende inflationär. Hochwertige Umfeldler werden immer knapper und binden immer mehr Etat bei gleichzeitig sinkender Reichweite. Traditionelle Bewegtbild-Formate sinken in der Audience-Relevanz, da es auf anderen Kanälen spannendere Alternativen gibt.

WIR LIEFERN ANTWORTEN

- Brand Safety – welcher Kanal ist sicher?
- Content Preference – welche Inhalte werden auf welchem Kanal konsumiert?
- Reception Moods – welche Funktion besitzen die Kanäle?
- Daily Course – wie intensiv werden die Kanäle im Tagesverlauf genutzt?

Wir bieten eine individuelle Analyse der genutzten Medienkanäle sowie eine detaillierte Auswertung der Typologie für Ihre Marke und Zielgruppen.

- Bei welchen Personas verliert das lineare TV besonders stark?
- Welche Alternativen haben Sie für Ihre Zielgruppe?
- Über welche Kanäle und Umfeldler können Sie relevante Audiences zielgerichtet ansprechen?

Wir freuen uns auf den Austausch mit Ihnen!



Daniela Henning
Head of Magazines | Crossmedia
Marketing TV Magazines & Special Brands
daniela.henning@baueradvance.com
+49 40 30 19 30 85



Lutz Müller
Deputy Head of Magazines | Crossmedia
Marketing TV Magazines
lutz.mueller@baueradvance.com
+49 40 30 19 31 67



TEAMED FOR LEADERSHIP

Durch intensive Markt- und Zielgruppenforschung wie AUDIENCE PROFILING haben wir Trends und Entwicklungen stetig für unsere TV Magazine im Blick. Diese entwickeln sich zunehmend zu Bewegtbild-Navigatoren und haben somit eine hohe Relevanz für TV- und Streaming-Nutzer*innen.

TV MOVIE – First in Entertainment – ist nicht nur eines der reichweitenstärksten Magazine Deutschlands, sondern auch der Reichweitenleader bei jungen Streaming-Fans im Alter von 14-29 Jahren.

UNSERE INNOVATIONEN FÜR DEN NEUEN HYBRIDEN MAINSTREAM

Die größte TV MOVIE aller Zeiten:

TV MOVIE ALL-IN-ONE bedient als Teil der Markenfamilie den wachsenden Trend der Streaming-Nutzung über Pay-TV-Pakete auf Sky, Magenta-TV oder Giga-TV. Klassisches Fernsehen, Pay TV und Streaming-Tipps in einem Heft.

TV14 bietet Mediatheken-Fans in jeder Ausgabe zwei Seiten mit den Highlights des Catch-Up-TVs und ist nach wie vor die unangefochtene Nr. 1 nach verkaufter Auflage am Kiosk. Gemeinsam mit TV MOVIE belegen Sie den Auflagen-Marktführer in der TV MOVIE TV14 KOMBINATION zu besonders wirtschaftlichen Konditionen.

Reichweiten-
Leader



Auflagen-
Leader

