

The background is a dark field filled with a grid of small red and cyan dots. These dots are arranged to create a 3D perspective, forming a large, rounded rectangular shape that recedes into the distance. The text is overlaid on this background.

TV IST NOCH IMMER DAS BESTE.

Vergleich zwischen TV und Social Media im Werbemarkt

TV **garantiert** Reichweiten

Reichweite der kumulierten Seher (TV Gesamt)



Basis: E 14+ (Pot. Stichtag 01.01.2023: 68,43 Mio.); Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, Marktstandard: TV, 01.01.2023-31.12.2023; Daten endgültig gewichtet | Seven.One Media - Media Insights & Analytics

TV ist das **bedeutendste** Werbemittel

Nettoreichweite



Basis: E 14+ J. (70,08 Mio.) / „Fernsehen/Websites/Soziale Netzwerke ist/sind nützlich, kaufanregend oder informativ.“ Quelle: b4p 20231 / Seven.One Media - Media Insights & Analytics

TV hat die **höchste** Wahrnehmungschance

Wahrnehmungschance: Zuwendung verrechnet mit Bildschirmabdeckung



Basis: Wahrnehmungschance: Mittelwert der Zuwendung zum Screen während der Werbekontakte auf den Plattformen, sowie anteilig an der Durchschnittslänge der Werbespots, verrechnet mit der jeweiligen Bildschirmabdeckung des Werbekontaktes und der Darstellung im Fullscreen Modus (in %) Quelle: EyeSquare



Werbung wirkt in TV und BVOD **besser** als auf sozialen Plattformen.

Quelle: Medienäquivalenzstudie, Facit



TV gilt täglich als **Agenda-Setter** für andere Medien.

Seit mehr als **35 JAHREN** ist TV die **beliebteste** Freizeitbeschäftigung in Deutschland

Quelle: Stiftung für Zukunftsfragen Freizeit-Monitor 2021 / Seven.One Media - Media Insights & Analytics

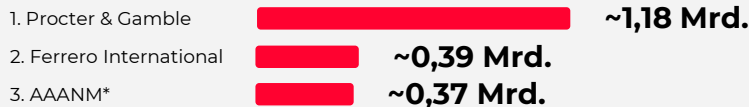
TV verfestigt Marken **langfristig** im Gedächtnis der Verbraucher und stimuliert kurzfristig Sales bei Personen, die gerade „im Markt“ sind.



Quelle: Research Flash No.58 - It's (not) all about ROI

American Tech Giants setzen auf **TV-Werbung** und belegen 3. Platz

Brutto-Investitionen in TV-Werbung



Quelle: Nielsen, Brutto-Werbeinvestitionen YTD Januar-Oktober 2023, * Summe aus Amazon, Alphabet, Apple, Netflix, Meta

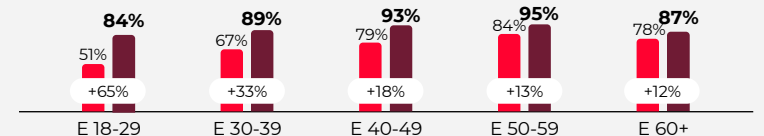


Sie erreichen mehr als **44 Prozent** aller YouTube User:innen in unserem Netzwerk in Deutschland.

Quelle: Comscore 10/2023

TV + Digital erreicht jede Generation

Inkrementelle kum. Nettoreichweite pro Monat | ■ TV ■ TV+Digital



Basis: E 18+ (Pot. 67,09 Mio.); Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.4; Marktstandard: TV, 01.01.2023-31.12.2023; TA 1-30; Seven.One Media Core Audience Run of Network InStream: b4p 2023 I; Comscore 0-monatlichen UU, 2022/11-2023/10; Reach Bewegtbild: Own Estimate / Media Insights & Analytics

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

TV/BVOD SETZT MAßSTÄBE IN SICHERHEIT, VIELFALT UND WIRKUNG

KATEGORIE

TV/BVOD SICHT

YOUTUBE SICHT

UMFELD

Brand Safety¹⁾

100% Premium,
höchste Brand Safety

Geringe Brand Safety,
Risiko für Marken

ZIELGRUPPEN- UND NUTZUNGSVERHALTEN

Zielgruppen-
reichweite²⁾

Erreicht breite Zielgruppe,
auch die wichtigen Light-Buyer

Begrenzt auf jüngere, weniger
diverse Gruppen

Nutzungsdauer³⁾

Höchste Nutzungsdauer aller
Medien: Über 203 Minuten am Tag
(E 14-69)

Kurze und fragmentierte Nutzung
Ø 30 Minuten am Tag (E 14-69)

Zielgruppen-
präferenzen³⁾

Beliebt bei älteren Zielgruppen,
für Marken wichtige Gruppen

Weniger beliebt bei älteren
Zielgruppen

WERBEWIRKUNG UND -ERINNERUNG

Werbewirkung und
-erinnerung²⁾

Hohe Werbeaufmerksamkeit und
-erinnerung

Schwächere Werbeerinnerung und
-aufmerksamkeit

Nachhaltigkeit der
Werbewirkung²⁾

Stärkere, lang anhaltende
Werbewirkung

Oberflächliche und kurzfristige
Werbewirkung

WHY TV?

- > **Vertrauenswürdige Qualität:**
TV/BVoD steht für kontrollierte und hochwertige Inhalte, die eine vertrauenswürdige Plattform für Markenwerbung bieten.
- > **Zielgerichtete Reichweite:**
Die breite und vielfältige Zuschauerschaft von TV/BVoD ermöglicht es, alle Altersgruppen zu erreichen.
- > **Günstiges Umfeld für Werbebearbeitung:**
TV/BVoD-Werbung profitiert vom entspannten Lean-Back-Modus der Zuschauer:innen und ermöglicht eine harmonische Einbettung in das Seherlebnis.
- > **Nachhaltige Markenwirkung:**
Werbung in TV/BVoD-Umfeldern hat eine stärkere und längerfristige Wirkung auf das Markenimage.

STUDIO71 SETZT NEUE STANDARDS IN DIGITALER WERBEQUALITÄT UND EFFIZIENZ

ARGUMENT

ERLÄUTERUNG

PREMIUM NETWORK UND QUALITÄT

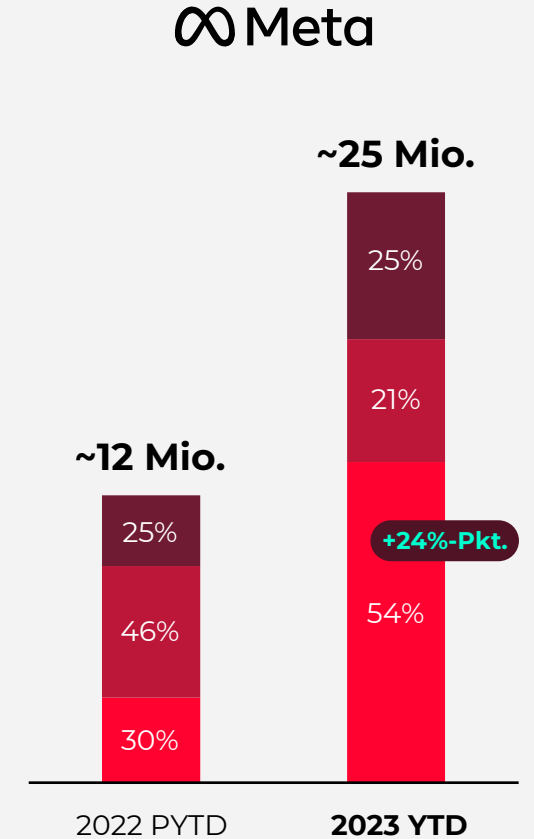
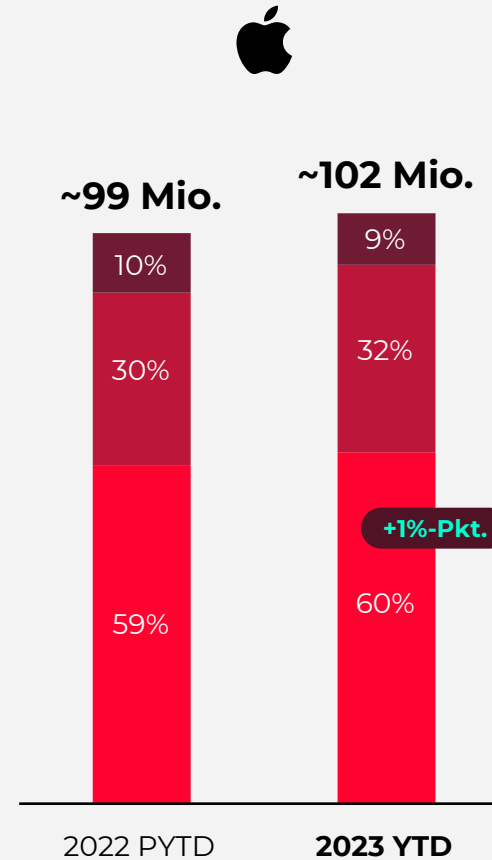
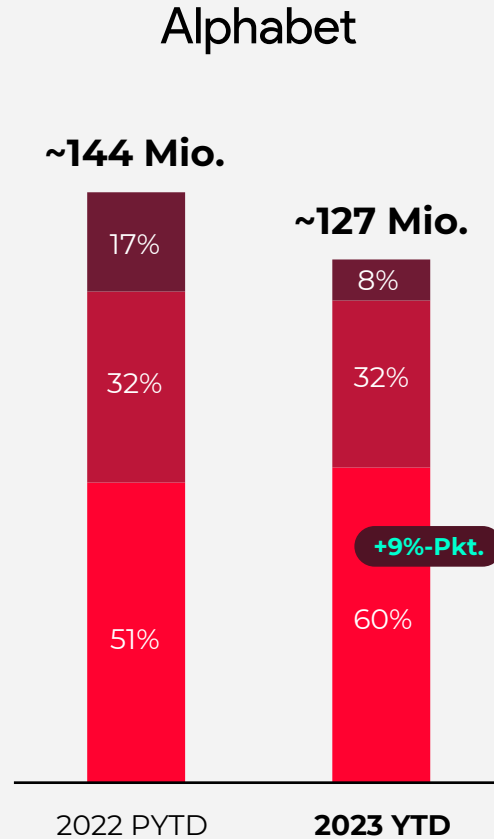
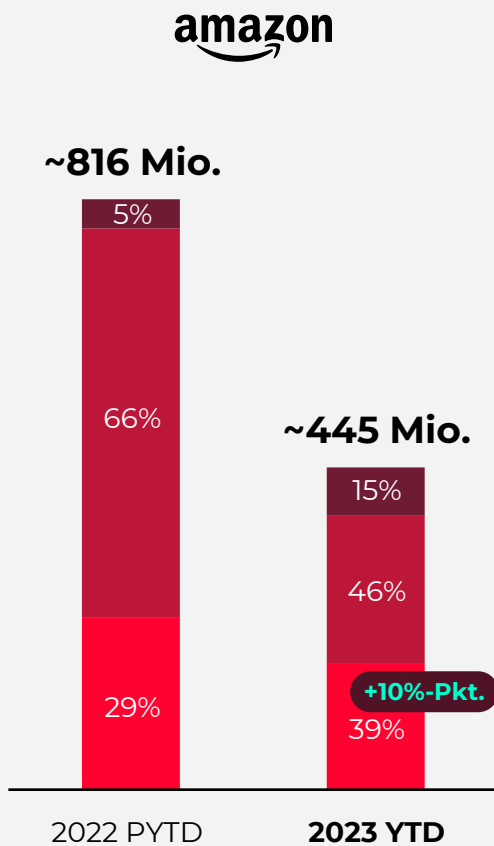
All-In-One Solution	Über Studio71 Reserved jederzeit Zugang zu allen bestehenden und neuen Kanälen von ProSiebenSat.1 und zugehörigen Creators (TV-Contents nicht in Broadcaster- und TV-Select Bundles von YouTube enthalten)
Brand Safety	Sicheres Markenumfeld mit stetig geprüften Inhalten (brandsafe, fraud free) auf über 300 kuratierten Channels
Top Content Quality	Kombination von professionell produzierten Top-Formaten und Inhalten von erfahrenen Creators, ohne Amateur- oder Musik-Content
Ausschließlich Premium-Umfeld	Hohe Qualitäts-Sicherungs-Standards durch konstante Überprüfung der Kanäle und Inhalte
Hohe Planungssicherheit	Garantierte Auslieferung mit reservierten non-skip Inventaren für zuverlässige Werbepräsenz
Zielgruppenansprache und Spezialisierung	Spezifische, digitalaffine Zielgruppen durch enge Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Content-Ersteller:innen (Micro- & Macro-Influencern) inkl. umfangreichen Targeting-Möglichkeiten

KUNDENSERVICE

Kundenindividuelle Anpassungen	Die Channel-Auswahl analog der Kundenbedürfnisse ist jederzeit möglich
Managed Services	Management und Optimierung von Kampagnen nach Kundenzielen, in von Kunden definiertem Budgetrahmen durch Expert:innen von Studio71, über Produktlinie Studio71 Engage
Analyse und Tracking	Detaillierte Analyse- und Tracking-Optionen für effizientere Werbestrategien mit optimaler Zielgruppenansprache

TV IST AUCH FÜR DIE GIANTS DAS BESTE WERBEPRODUKT!

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





Auch für deutsche E-Commerce Unternehmen ist TV eine **effektive und performancestarke Werbelösung**, wie Snocks-Gründer Johannes Kliesch bei Philipp Westermeyer im OMR Podcast bestätigt.

„TV IST FÜR UNS DER NEUE HEIßE SCHEIß. (...)“

„DIE GROßEN E-COMMERCE PLAYER WURDEN ALLE ÜBER TV AUFGEBAUT. (...)“

„TV BIETET UNS EINFACH MEHR BEKANNTHEIT UND MEHR IN-DIE-BREITE-MASSE-KOMMEN.“

DISCLAIMER

This presentation contains "forward-looking statements" regarding ProSiebenSat.1 Media SE ("ProSiebenSat.1") or ProSiebenSat.1 Group, including opinions, estimates and projections regarding ProSiebenSat.1's or ProSiebenSat.1 Group's financial position, business strategy, plans and objectives of management and future operations. Such forward-looking statements involve known and unknown risks, uncertainties and other important factors that could cause the actual results, performance or achievements of ProSiebenSat.1 or ProSiebenSat.1 Group to be materially different from future results, performance or achievements expressed or implied by such forward-looking statements. These forward-looking statements speak only as of the date of this presentation and are based on numerous assumptions which may or may not prove to be correct.

No representation or warranty, expressed or implied, is made by ProSiebenSat.1 with respect to the fairness, completeness, correctness, reasonableness or accuracy of any information and opinions contained herein. The information in this presentation is subject to change without notice, it may be incomplete or condensed, and it may not contain all material information concerning ProSiebenSat.1 or ProSiebenSat.1 Group. ProSiebenSat.1 undertakes no obligation to publicly update or revise any forward-looking statements or other information stated herein, whether as a result of new information, future events or otherwise.

