



# QUALITÄT, DIE SICH AUSZAHLT.

Werbung im Ersten

FOLLOW US ON

LinkedIn



ARD  MEDIA



# ERSTKLASSIGER QUALITÄTSVORSPRUNG

Studie zur Programmqualität und Glaubwürdigkeit



**Das Erste** – die Nummer Eins  
unter den TV-Sendern



Höchste  
Programmqualität

Frage: "Welcher Sender bietet Ihrer Meinung nach insgesamt die qualitativ besten Programme an?"

**>35%**

**Qualitätsvorsprung**  
gegenüber dem Wettbewerb

Frage: "Welcher Sender bietet Ihrer Meinung nach insgesamt die qualitativ besten Programme an?"

Inhalte im Ersten  
Höchste  
Glaubwürdigkeit  
**62%**

Privatsender  
bis zu **26%**

Frage: "Sender ist glaubwürdig:  
Wie sehr stimmen Sie dieser Aussagen zu?" (Top-2-Werte)

**Positive  
Auswirkung**

auf die Botschaften von  
Werbekunden im Ersten  
durch Programmqualität  
und Glaubwürdigkeit

Höchste Umfeldqualität mit positivem Abstrahlereffekt

# ERSTKLASSIGE PROGRAMMQUALITÄT

Studie zur Programmkompetenz



In allen werberelevanten Genres

## Marktführer

in Sachen Programmqualität



NACHRICHTEN

# 74%

Bewertung der Nachrichtenkompetenz im Ersten als die Beste im gesamten TV-Markt



SPORT

# 72%

QUIZ  
**Rang 1**

Das Erste selbst in der RTL-Domäne Quiz vorne

# 63%

Höchste Quizkompetenz



SERIEN

# 59%

 Arztserien

# 61%

 Krimiserien



# STARKEN MARKEN FÜR IHRE MARKE

tagesschau<sup>1</sup>

Rote  
ROSEN<sup>1</sup>

SPORTSCHAU<sup>1</sup>

Hubert und Staller<sup>1</sup>  
*ohne*

WER  
WEISS DENN  
SOWAS?<sup>1</sup>

WISSEN<sup>1</sup>  
vor acht

Sturm  
der Liebe<sup>1</sup>

W A P O<sup>1</sup>  
BODENSEE

Verrückt  
nach Meer

Großstadtrevier<sup>1</sup>

WETTER<sup>1</sup>  
vor acht

W A P O<sup>1</sup>  
BERLIN

WATZMANN<sup>1</sup>  
ERMITTELT

BRISANT<sup>1</sup>

Quizduell<sup>1</sup>  
Olymp

WIRTSCHAFT<sup>1</sup>  
vor acht

GEFRAGT  
GEJAGT<sup>1</sup>

MORDEN IM NORDEN<sup>1</sup>

In aller  
FREUND  
SCHAFT<sup>1</sup>  
Die jungen Ärzte

SPORTSCHAU<sup>1</sup>  
vor acht

# 100% BRAND SAFETY FÜR IHRE KAMPAGNE



Kontextuale Platzierung von Marken  
und Botschaften immer wichtiger

**BRAND SAFETY**

= einer der  
wichtigsten KPI



**Das Erste**

100% Brand Safety  
für Ihre Kampagne

100% Eigenproduktionen und  
höchste Umfeldqualität garantiert  
**ausschließlich Platzierungen,  
die absolut brandsafe sind**





# ABSTRAHL- EFFEKTE MIT MEHRWERT.

Werbung im Ersten

FOLLOW US ON

LinkedIn

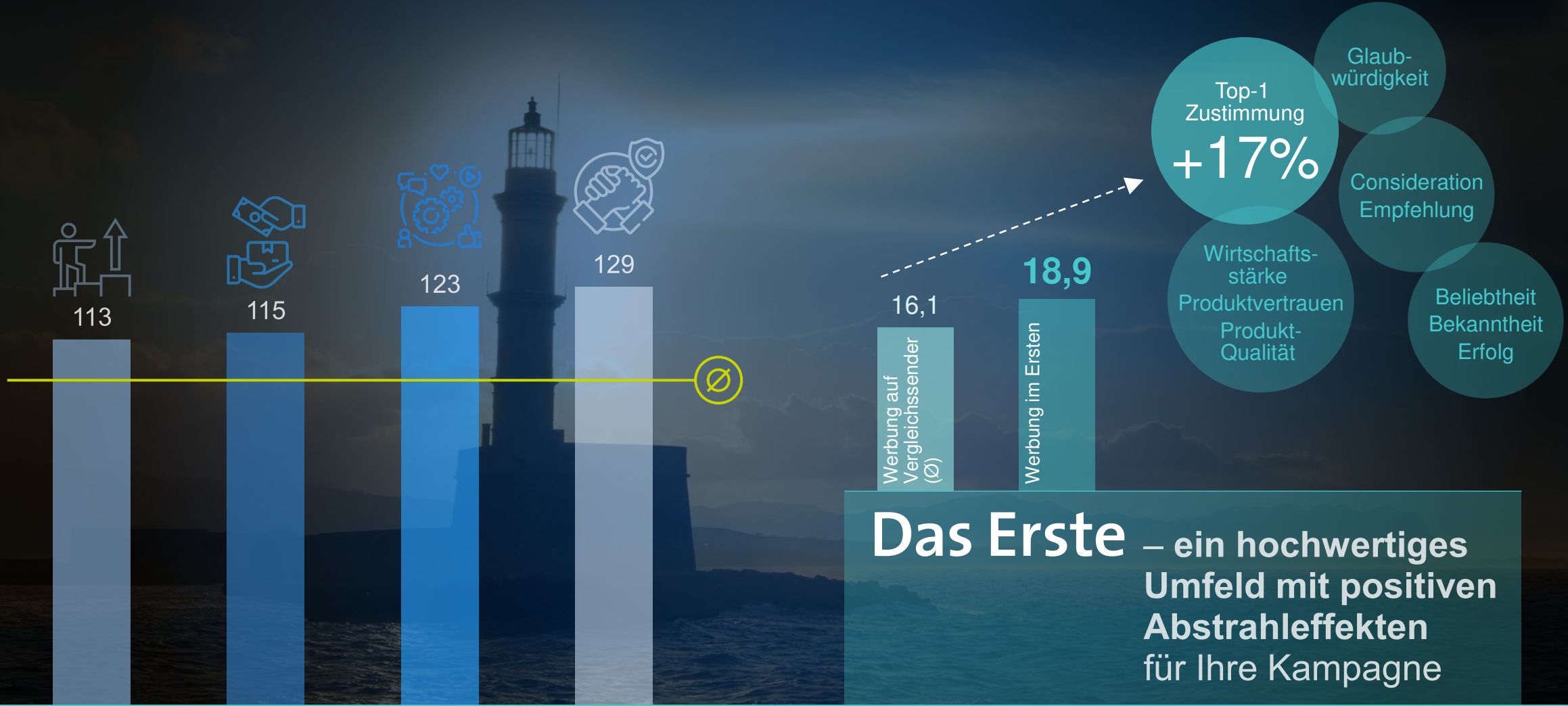


ARD  MEDIA



# POSITIVE ABSTRAHLEFFEKTE FÜR IHRE MARKE

Aktuelle Studie zur Signalwirkung



**Das Erste** – ein hochwertiges Umfeld mit positiven Abstrahleffekten für Ihre Kampagne

Höchste Umfeldqualität mit positivem Abstrahleffekt

Quelle: mindline | Online-Befragung, rund 12.000 Interviews quotiert | Personen 18-69 Jahre | Basis gesteuerte Privatsender: RTL, SAT.1, ProSieben, RTLZWEI, Kabel Eins, VOX

Signale der Leistungsstärke   Kaufneigung   Soziale Signale   Vertrauens-Signal

# VERTRAUEN & GLAUBWÜRDIGKEIT ERSTER KLASSE



Studie zur Umfeldwirkung der Tagesschau

## Top-1 Zustimmung

Index Tagesschau vs. Newsformate Privat-TV



Besonders ausgeprägt ist dieser **Wirkungsmehrwert im Bereich Vertrauen**

**+49%**

vs. Umfeld anderer TV-Newsformate

Ganz **besonders wertvoll**  
→ Platzierung direkt vor der Tagesschau

**3 von 4**

Zuschauer bestätigen, dass hier platzierte Marken imagemäßig davon profitieren

Soziale Signale

Leistungsstärke

Kaufneigung

Vertrauen

Quelle: mindline | Online-Befragung | Basis: Personen 18-59 Jahre mit Produktinteresse, n = 542 & 523; getestete Privatsender: RTL, SAT.1, ProSieben, RTLZWEI, Kabel Eins, VOX  
Quelle: TV-Trend 2023, Basis: Personen ab 14, die an mindestens einem Tag in der Woche fernsehen und mind. gelegentlich die Tagesschau um 20 Uhr sehen, Angaben in %  
Frage: "Was meinen Sie, können Unternehmen in ihrer Wahrnehmung davon profitieren, wenn Sie mit ihrer Marke oder Ihrem Produkt kurz vor der Hauptausgabe der Tagesschau um 20:00 Uhr zu sehen sind?"



# POSITIVE ABSTRAHLEFFEKTE AUF PARTNER

Marken und Produkte profitieren von positiven Abstrahleffekten des Programmumfelds Sportschau

#1



## Qualitäts- und Wertorientierung



Durch eine Platzierung wird **Renommee, Bedeutung, Stärke und Vertrauenswürdigkeit** kommuniziert.

### Werte werden geteilt:

Qualitäts- und Werteorientierung, exzellente Kompetenz, Offenheit und Respekt für alle, Beständigkeit und Tradition, dabei modern und mit Führungsanspruch.

#2



## Dynamisch-offene Lockerheit



Es entstehen Anregungen, sich auf **Lustvolles, Leidenschaften, Luxus oder Genuss** einzulassen.

**Inspiration, Neugier und Lust auf Neues** kann in diesem Umfeld ebenso kommuniziert werden.

„**Werbung für alle**“. Die Botschaften der Werbungtreibenden gehen an ein **breites Publikum**

#3



## Vermittelnde Bändigungskompetenz



Anregenden **Genuss in gesellschaftlich akzeptierter Form**. Marken bzw. Produkte wirken **zugänglich und absichernd**.

**Lockerheit kippt nicht** in Abstürze, Süchte oder Unfälle.

Marken versprechen: **Abgesicherte Erregung und Lebendigkeit!**

