

TLC auf einen Blick.

Die wichtigsten Facts



Seit April 2014 ist TLC, die weltweit größte Entertainment-Marke für Frauen, im deutschsprachigen Raum über digitales Kabel, Satellit, Web TV und IPTV zu empfangen. Das Programm des Non-Fiction Senders umfasst eine bunte Mischung aus internationalen Produktionen, deutschen Sendungen und Reversionings mit bekannten Deutschen Hosts und richtet sich an eine weibliche Zielgruppe.

TLC – TV

1,2%	Ø Marktanteil
0,995 Mio.	Ø Tägliche Seher* (F14+)
42 Min.	Ø Tägliche Verweildauer
70%	Strukturanteil (F14+)
60%	Markenbekanntheit (E20-49)

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; videoSCOPE 1.3, 01.10.-31.12.2019
Brand Tracking: Juli-Oktober 2019, n=1077, gestützte Markenbekanntheit, Mindline GmbH
Alle Werte beziehen sich auf Frauen 20-49, sofern nicht anders angegeben
*Seherkriterium: 1 Min. konsekutiv

TLC steht für 100 Prozent Real-Life-Entertainment und zeigt das wahre Leben in all seinen Facetten. Überraschend und anders gewährt der Sender Einblicke in unterschiedliche Lebenswelten und Lebensweisen.

Ob bewegende Schicksale, außergewöhnliche Lebensentwürfe, Familiengeschichten, spannende True-Crime-Serien, schaurige Mystery-Fälle oder die besten Lifestyle-Sendungen zu den Themen Haus und Garten, Renovierungen sowie Koch- und Back-Shows – TLC zeigt das pure Leben: echt und unverfälscht

TLC – Mobile & Connected TV

- Einfache Usability für grenzenlose Unterhaltung – die aktuellen TV-Shows als ganze Folgen
- Fullscreen Playerintegration
- Nur „Click-2-Play“-Inhalte
- TV Programm mit Reminderfunktion



TLC IM NETZ: tlc.de / [Facebook](#) / [Instagram](#) / [iTunes Store](#) / [Google Play Store](#)

TLC Digital auf einen Blick.

Die wichtigsten Digital Facts

TLC – Digital & Social

TLC – GUT ZU WISSEN.



- Das digitale Entertainment-Portal für Frauen.
- Nahezu alle TLC TV Shows online abrufbar, jederzeit und kostenlos plus exklusive Webisodes.
- Optimale mobile Darstellung durch responsives Design.
- Klar definierte Zielgruppe: Frauen.
- Brand-Safety garantiert.
- Werbewirksame Umfelder: „Beauty“, „Lifestyle“, „Fashion“, „Food“ und „Familie“ finden sich auch Bereiche wie „Rezepte“, „Music“ und „Games
- Top-Formate: Flirty Dancing, Unheimliche Krankenhäuser, Shark Tank, Mytery Hunters u.v.m.

250.000	Ø Unique User
3,7 Mio.	Ø Page Views
820.000	Ø Visits
1,2 Mio.	Ø Video Views
62.000	Facebook Fans
72%	Frauen
77%	Erwachsene 16 - 49 Jahre
74%	Berufstätige
63%	Erwachsene HHNE 2.000+ €

Quelle: Unique User, Page Views, Visits, Video Views: Adobe Analytics, 01.10.-31.12.2019, Mobile, App und Web zusammen betrachtet, Video Views inklusive Smart TV, Durchschnittswerte pro Monat
Soziodemographie: AGOF Daily Digital Facts, Dezember 2019
Facebook Insights, Dezember 2019

TLC IM NETZ: tlc.de / [Facebook](#) / [Instagram](#) / [iTunes Store](#) / [Google Play Store](#)