

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 – On Air Profil

0,9%	Ø Marktanteil (E14-49)
1,671 Mio.	Ø Tägliche Seher* (E14+)
35 Min.	Ø Tägliche Verweildauer (E14-49)
66%	Strukturanteil (F14+)
55%	Markenbekanntheit (F 20-49)

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, videoSCOPE 1.4, 01.01.-30.06.2021
Basis des Strukturanteils: Erwachsene ab 14
Markenbekanntheit: Mindline 2021; Discovery Brandtracker, n=700 (E16-59), gestützte Markenbekanntheit;
*Sehkriterium: 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](#) / [YouTube](#)

TLC Digital auf einen Blick.

Die wichtigsten Digital Facts

TLC – Digital & Social

- 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: . Alle Meine Frauen, Dating ohne Grenzen: In 90 Tagen zum Altar, 72 Stunden im Geisterhaus, Mein Leben mit 300kg, Mädels-Alarm! Sechs Töchter im Haus u.v.m.

218.000	Ø Unique User
1,5 Mio.	Ø Page Views
551.000	Ø Visits
639.000	Ø Video Views
65.000	Facebook Fans
10 K	Instagram Follower
161 K	YouTube Abonennten

Quelle: Unique User, Page Views, Visits, Video Views: Adobe Analytics, 01.01.-30.06.2021, Mobile, App und Web zusammen betrachtet, Video Views inklusive Smart TV, Durchschnittswerte pro Monat
Facebook Insights, Juni 2021; Socialbakers: Instagram, YouTube, Juni 2021