



# Die Ad Alliance und der Big Screen

Das perfekte Duo für einen  
eindrucksvollen Tanz



**Wir drehen die Reichweiten-Lautstärke auf 10! Let's Dance!**

Mit einer überragenden Full-Screen Nettoreichweite sind wir mit Abstand der Champion unter den Bewegtbild-Anbietern



**65,8 Mio**



61,1 Mio.



43,8 Mio.



30,3 Mio.



27,1 Mio.



11,2 Mio.



Und unsere massive  
Reichweite kommt ganz groß!

**Der Big Screen ist unser Dancefloor No.1 ...**

Anteil der **häufigen Nutzung** der jeweiligen Angebote **auf dem Big Screen**



**87%**

NETFLIX

70%

prime video

68%

Disney+

64%

YouTube

24%

Quelle: Quelle: RTL Data | Ad Alliance | AVoD Nutzerbefragung (Q4 2024) // n=1.514  
Nutzung der Angebote per Device (häufige Nutzung) > Fernseher / TV //  
Ad Alliance = Nutzung von RTL+ oder RTL oder VOX oder NTV

**Unser Tanzparkett ist um ein Vielfaches größer!**

Wir erreichen auf dem Big Screen  
täglich fast doppelt so viele  
Menschen wie die Streaming-  
Riesen zusammen.

Darstellung der durchschnittlichen täglichen  
Nettoreichweite in Mio. (E14+) im Januar 2025

NETFLIX

5,5 Mio.

prime video

4,6 Mio.

YouTube

3,9 Mio.

Disney+

1,4 Mio.

**27,1 Mio.**



Quelle: Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.9; 01.01.2025-31.01.2025, Marktstandard: TV;  
Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF  
Smart Meter Pilotprojekt; Eigene Berechnungen (Ø-tägliche NRW am Smart-TV).  
// in der Darstellung sind externe Überschneidungen unberücksichtigt



**Gekommen, um zu bleiben!**  
**Bei uns wird getanzt bis das Licht angeht.**  
Die durchschnittliche tägliche Verweildauer im TV-Content dominiert die der Streaming Riesen am Big Screen deutlich!

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.9; 01.01.2025-31.01.2025; Marktstandard: TV;  
Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Paketnummer: 15009 vom 08.02.2025  
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt;  
Durchschnittliche Verweildauer in Min./Tag auf dem Big Screen (E14+)



**299 Min./Tag**

NETFLIX

99 Min./Tag

YouTube

88 Min./Tag

Disney+

75 Min./Tag

prime video

44 Min./Tag



Seht her! Unser Moonwalk macht deutlich mehr Strecke.

Die durchschnittliche tägliche Sehdauer im Ad Alliance TV-Kosmos dominiert die der Streaming-Riesen am Big Screen deutlich!

Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.9; 01.01.2025-31.01.2025; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Paketnummer: 15009 vom 08.02.2025  
Abbildung der Plattformen am Smart-TV aus AGF Smart Meter Pilotprojekt;  
Durchschnittliche Sehdauer in Min./Tag auf dem Big Screen (E14+)



38 Min./Tag

|            |             |            |
|------------|-------------|------------|
| NETFLIX    | YouTube     |            |
|            | 5 Min./Tag  |            |
|            | prime video | Disney+    |
| 8 Min./Tag | 3 Min./Tag  | 2 Min./Tag |

**Die Standard-Tänze haben wir perfekt drauf!**

Unsere präzise Zielgruppenansprache basiert auf dem Big Screen zu 100% auf 1st Party Daten

Targeting



Targeting



# Beim Thema Konvergenz tanzen wir den Soloauftritt.

Die Ad Alliance ist Vorreiter bei der Entwicklung innovativer und gattungsübergreifender Vermarktungstechnologien

Targeting

Cross Device Graph

Crossover Evolution

Ad-Tech-Kooperationen

Targeting

YouTube

NETFLIX

prime video

Disney+



**Wir haben für jeden Tanz den passenden Schuh!**  
Die Vielfalt der Möglichkeiten für Markenkommunikation  
bei der Ad Alliance sucht ihresgleichen ...

**26**

unterschiedliche **Werbeformate**  
alleine auf dem **Big Screen**  
bei der **Ad Alliance** ...



AdAlliance

**Crossmediale Lösungen**  
ermöglichen unendlich viele  
**Kommunikationsmöglichkeiten.**

**NETFLIX**

prime video

Disney+

YouTube

... hingegen nur **wenig Format-  
optionen** bei Netflix, Prime Video,  
Disney+ oder YouTube buchbar

## Und nicht zuletzt: Unsere Moves gehen unter die Haut.

Wir sind ganz nah am Content und ermöglichen individuelle und tiefe Produktintegrationen



Lagnese bei „Ich bin ein Star, holt mich hier raus!“

# Und nicht zuletzt: Unsere Moves gehen unter die Haut.

Wir sind ganz nah am Content und ermöglichen individuelle und tiefe Produktintegrationen



Penny Filiale integriert  
ins Set von „Unter uns“



Let's **Dance!**





# Kontakt

Bei **Fragen** sind  
wir gerne erreichbar.



**Anne Aust**

Senior Head of Media Insights & Data Services  
RTL Data

[anne.aust@rtl.de](mailto:anne.aust@rtl.de)



**Sunay Verir**

Senior Managerin Media Insights  
RTL Data

[sunay.verir@rtl.de](mailto:sunay.verir@rtl.de)



**Timo Lütten**

Head of Advertising Research  
RTL Data

[timo.luetten@rtl.de](mailto:timo.luetten@rtl.de)



# Wichtige Hinweise

Die vorgestellten Ideenansätze sind nicht im Detail abgestimmt und verstehen sich vorbehaltlich aller Zustimmungen der jeweiligen Sender, Titel bzw. Plattformbetreiber der einzelnen Vermarkter.

## **Nutzungsrechte**

Das in dieser Präsentation gezeigte Material und sein gesamter Inhalt sind gemäß den geltenden Urheberrechtsgesetzen geistiges Eigentum des Vermarkters Ad Alliance GmbH.

Jede teilweise oder vollständige Nutzung, Nachahmung oder Weitergabe von geschützten Inhalten bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Rechteinhabers.

Sofern Teile des durch Ad Alliance geschuldeten Leistungsumfanges auch die technische Veranstaltung eines Gewinnspiels oder die Durchführung eines Events ist, ist der Vertragspartner dazu berechtigt, diesen Teil der Leistung unter Beachtung der Vertragsbedingungen Gewinnspiele der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb)) an Dritte weiterzuverkaufen.

Es gelten die Vertragsbedingungen Gewinnspiele und die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH (abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb)).

Der Vermarkter Ad Alliance GmbH behält sich vor, die Verletzung von Urheberrechten zivil- und strafrechtlich zu verfolgen.



# AdAlliance

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH, abrufbar unter [www.ad-alliance.de/agb](http://www.ad-alliance.de/agb).

Für die Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG sowie BAUER ADVANCE KG handelt die Ad Alliance GmbH als Dienstleister: Für Media Impact agiert die Ad Alliance GmbH im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG, für BAUER ADVANCE im Namen und für Rechnung der BAUER ADVANCE KG.

Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der betreffenden Gesellschaft, abrufbar unter: [www.mediaimpact.de/de/agb](http://www.mediaimpact.de/de/agb) respektive [www.baueradvance.com/agb/](http://www.baueradvance.com/agb/), es sei denn es ist anders gekennzeichnet.