
Tagesreichweite, Verweildauer / Senderaufrufe

Tagesverlauf, Performance einzelner Sendungen, Performance der Kanäle / Übertragungswege im nachfolgenden wie folgt:

Durchschnittliche Senderaufrufe pro Tag gestern:

DVB Cable Broadcast - Kabelnetze / ca. 19.423 Aufrufe / Verweildauer: 46 Minuten

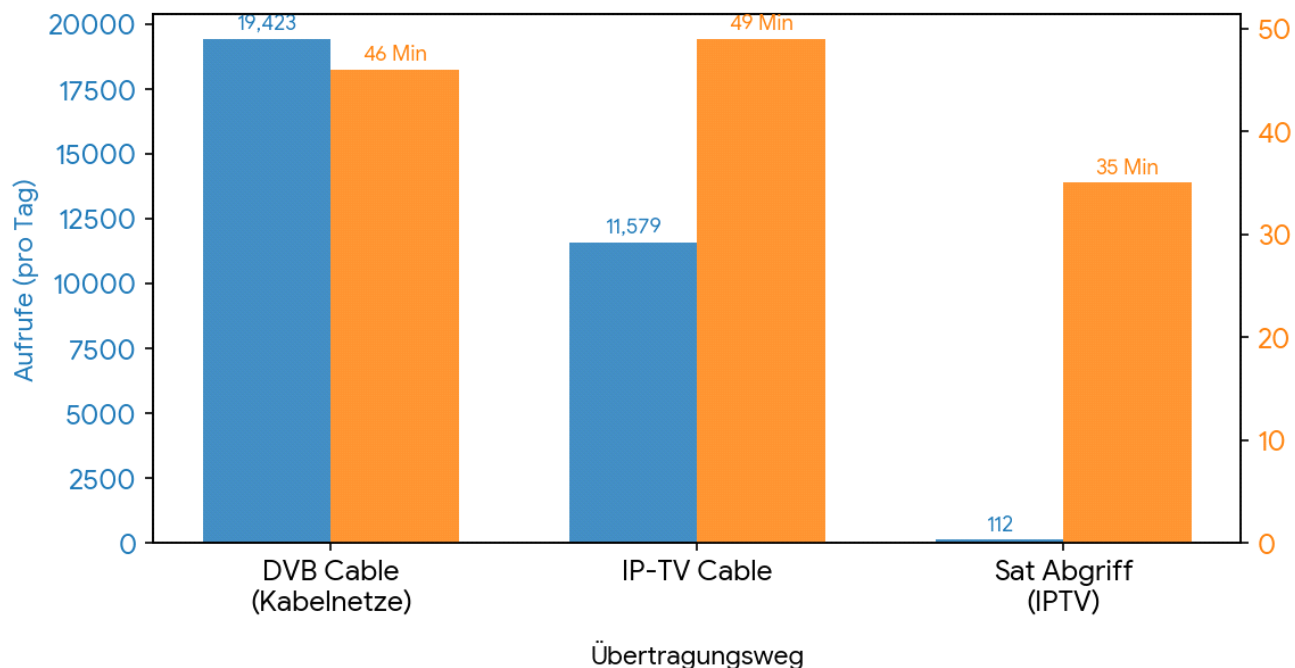
IP-TV Cable / ca. 11.579 Aufrufe / Verweildauer: 49 Minuten

Sat Abgriff über Internet: IPTV: ca. 112 Aufrufe / Verweildauer: 35 Minuten

MPX Messpunkt KL4 / Sternverteilstnetz

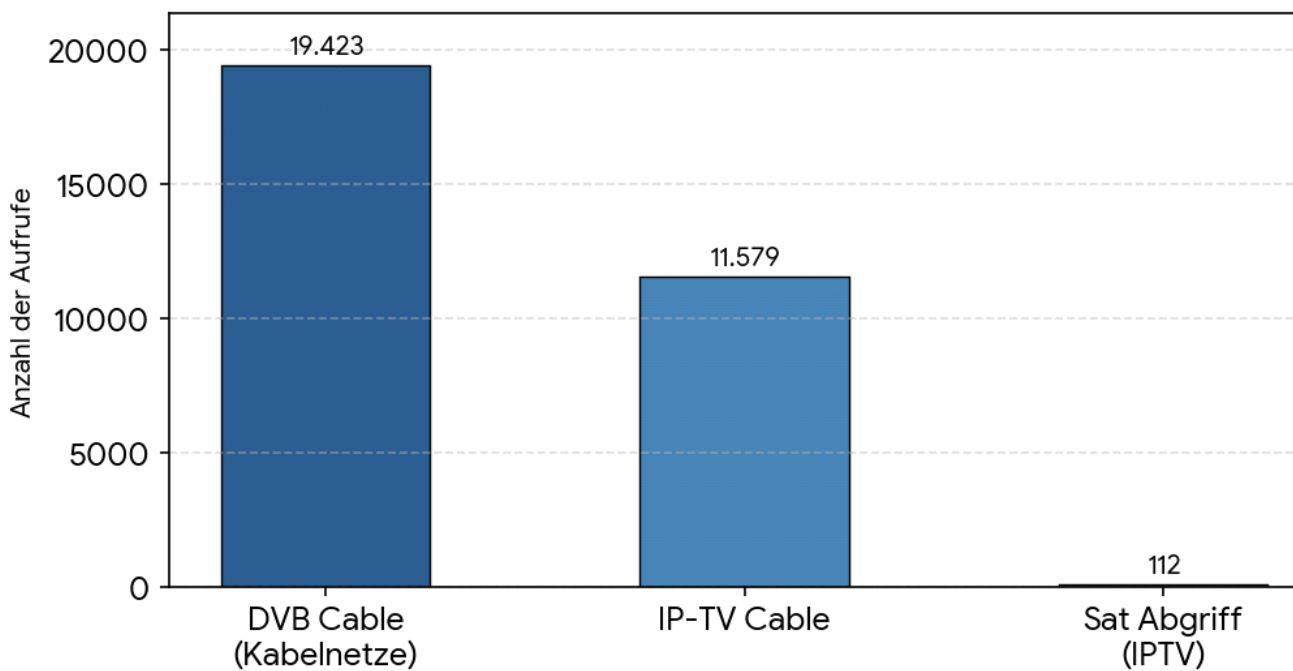
Verweildauer von unter 2 Minuten werden technisch gezählt und dann in der Aufsummierung ausgegeben aber nicht mehr als Richtwert der Verweildauer eingerechnet. Ab 2,5 Minuten wird die Verweildauer miteinbezogen und aufaddiert. Kommazahlen der Aufrufe werden aufgrund der Lesbarkeit nicht mehr ausgegeben.

Durchschnittliche Senderaufrufe & Verweildauer (Gestern)

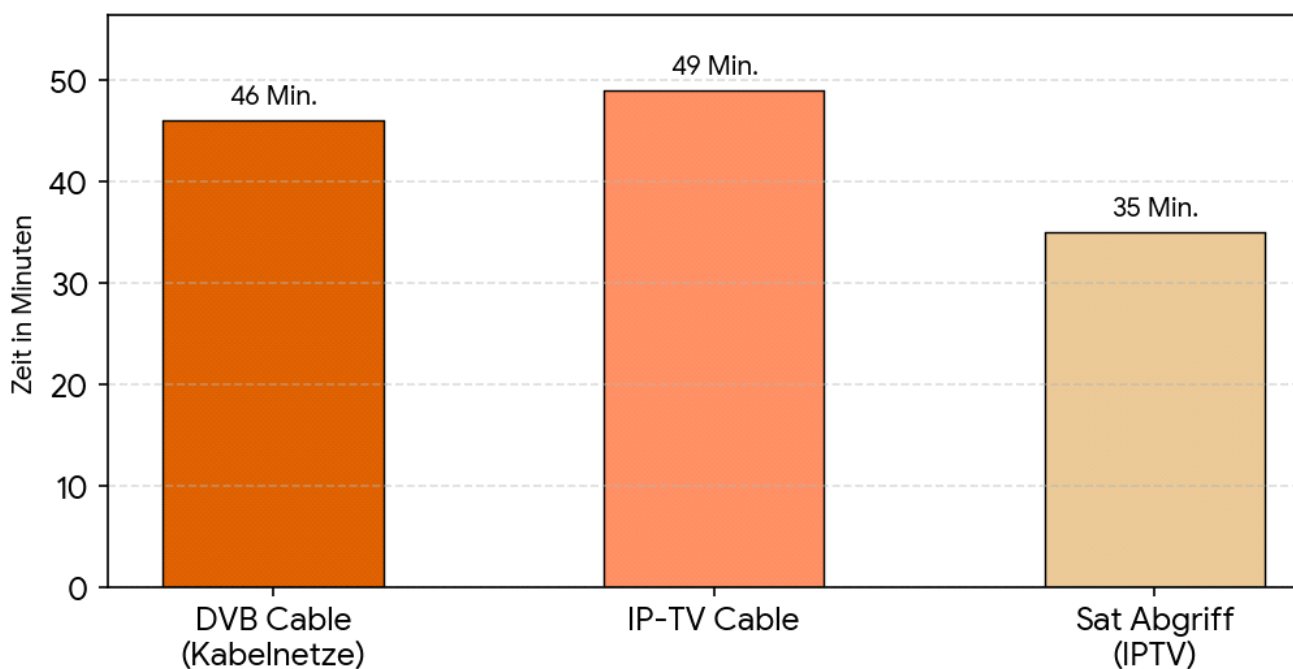


- **Höchste Reichweite:** Der klassische **DVB Cable Broadcast** dominiert mit deutlichem Vorsprung bei den Aufrufen (19.423).
- **Höchste Kundenbindung:** Nutzer von **IP-TV Cable** bleiben im Schnitt am längsten hängen (49 Minuten), dicht gefolgt von DVB Cable (46 Minuten).
- **Nischenkanal:** Der **Sat-Abgriff über Internet (IPTV)** zeigt mit 112 Aufrufen die geringste Nutzung, hält aktive User aber dennoch für solide 35 Minuten.

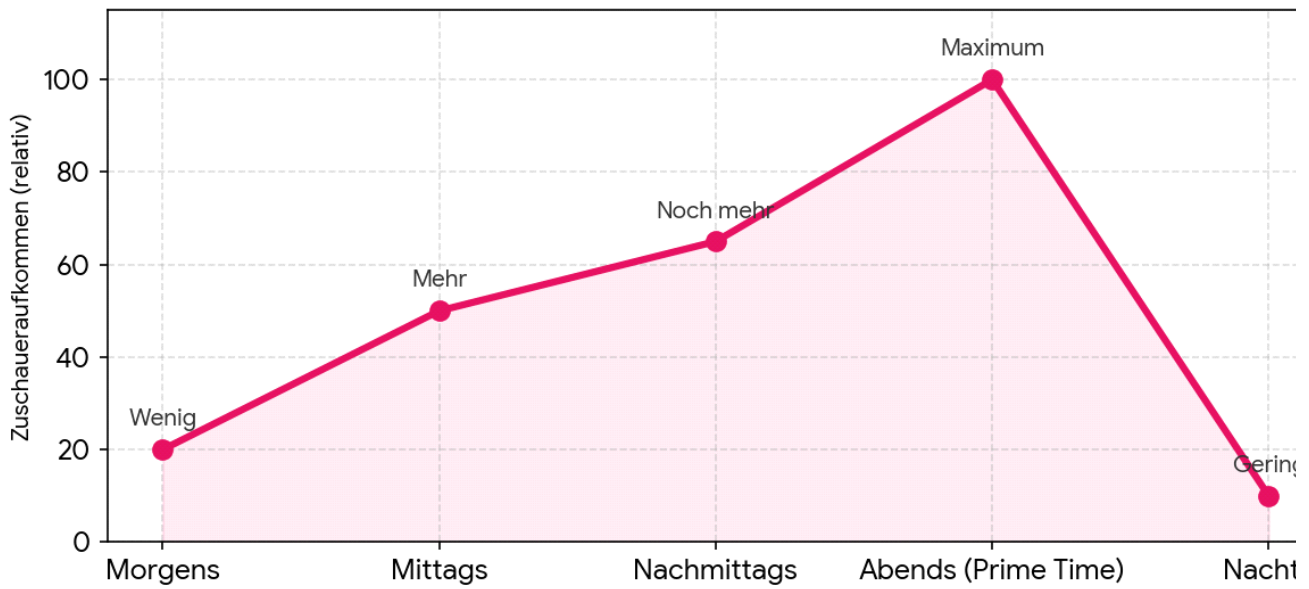
Reichweite: Durchschnittliche Senderaufrufe pro Tag



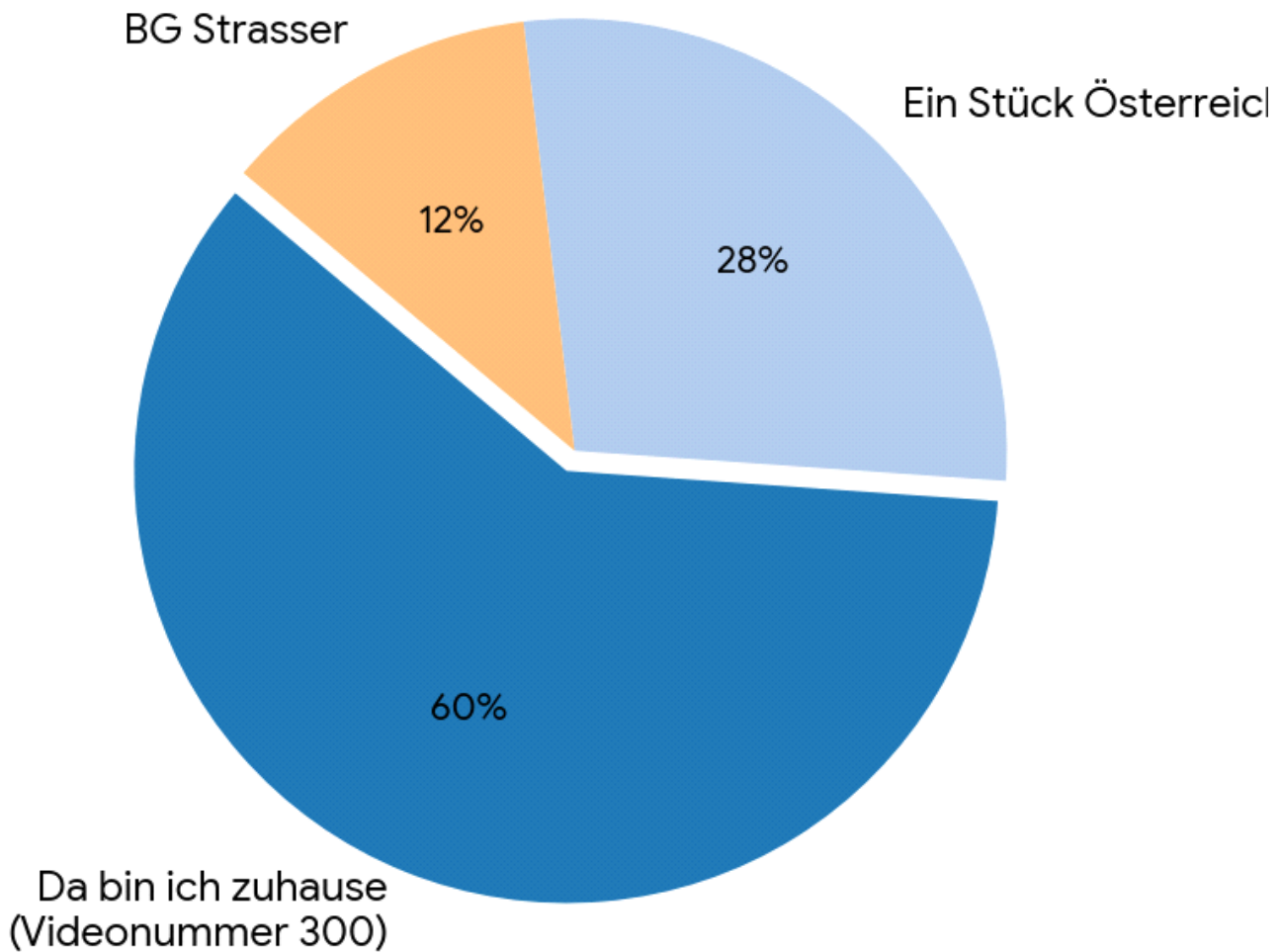
Intensität: Durchschnittliche Verweildauer pro Aufruf



Typischer TV- & Streaming-Tagesverlauf der Zuschauer



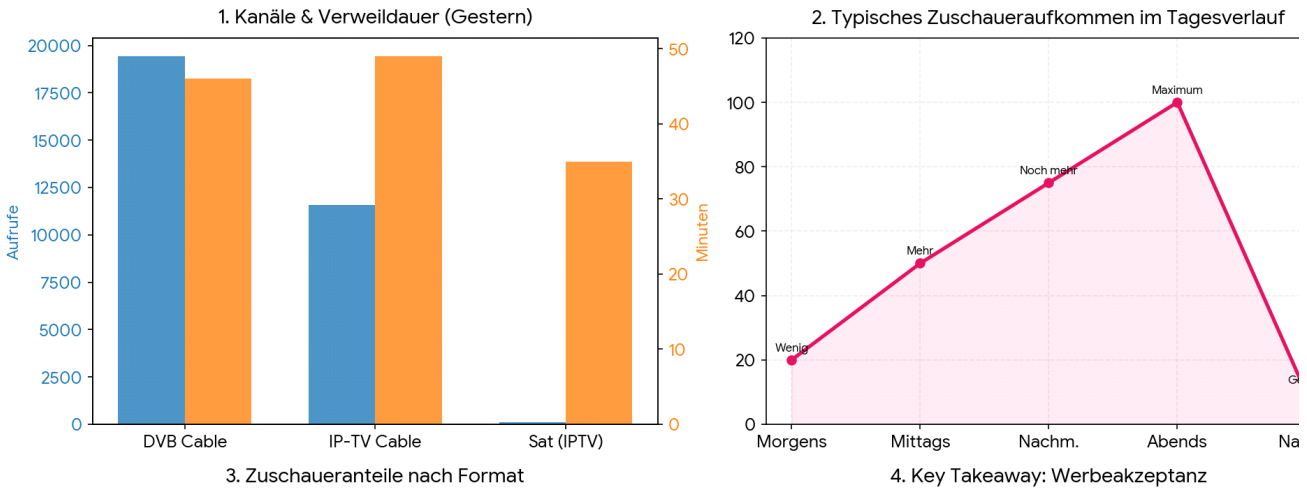
Verteilung der Zuschauerzahlen nach Format



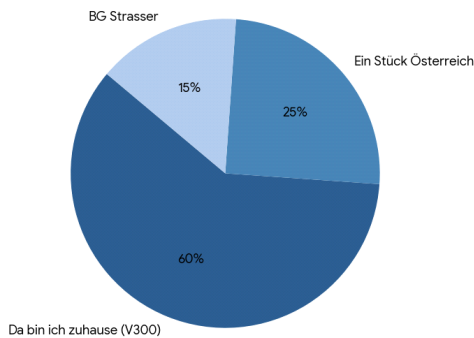
Auffällig: fast kein Zuschauer-Zapping (oder Abschaltung) bei Werbeblöcken zwischen den Sendungen:

- **Hohe Werbeakzeptanz:** Dass die Zuschauer während der Werblöcke **nicht wegspringen**, ist im Videobereich eine absolute Ausnahme.
- **Mögliche Ursachen:** Dies spricht entweder für eine **sehr treue Zielgruppe**, eine exzellente Platzierung der Blöcke oder für Werbung, die einen echten **Mehrwert und hohen Informationsgehalt** bietet.

Zuschauer- & Formatanalyse: Gesamtübersicht



3. Zuschaueranteile nach Format



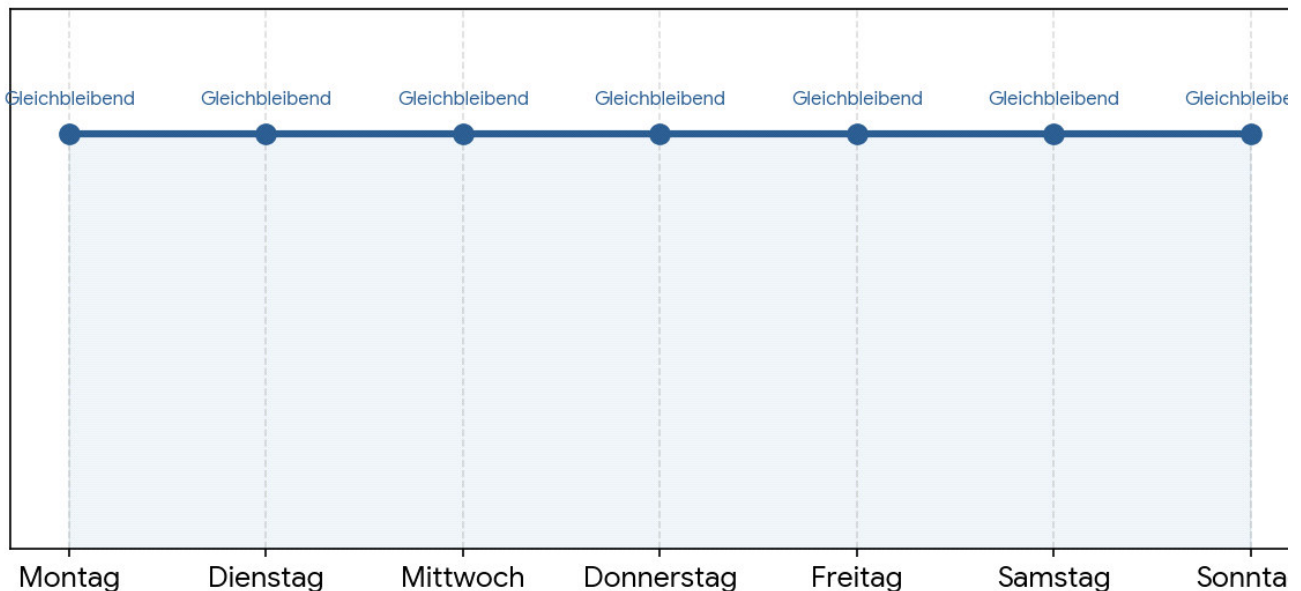
4. Key Takeaway: Werbeakzeptanz

ZUSCHAUER-BINDUNG BEI WERBUNG:

- Kein Absprung der Zuschauer während der Werblöcke.
- Das spricht für eine extrem treue Zielgruppe.
- Die Werbespots besitzen einen echten Mehrwert oder einen sehr attraktiven Informationsgehalt.

Hervorragendes Argument für die Vermarktung!

Wochenverlauf: Gleichbleibende Zuschauerzahlen



Das Zuschauerverhalten weist über den gesamten Wochenverlauf eine vollständige Homogenität auf, sodass keine statistisch signifikanten Varianzen zwischen den einzelnen Wochentagen messbar sind. Die Distributionsanalyse der Nutzung zeigt ein konstantes Niveau ohne zyklische Schwankungen oder tageszeitspezifische Amplituden.

Stabile Gesamtperformance auf hohem Niveau: Mit einer durchschnittlichen Stundenreichweite von angegebenen Zuschauerinnen zeigt die Aufteilung durchgehend eine überdurchschnittlich solide Performance. Die Verweildauer ist unabhängig vom Empfangsgerät. In Summe sehr erfolgreiche und effiziente Verweildauerausgaben.

Hinweise: Automatisierte KI Messungen / Zusammenfassungen können Fehler, Abweichungen enthalten. Keine Haftung, keine Gewähr für Fehlmessungen.