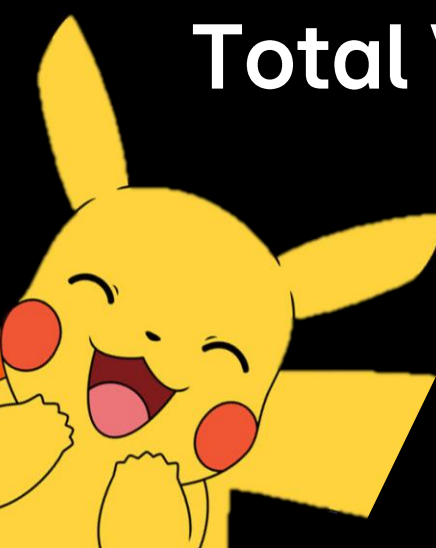




Kinder & Familien wirksam erreichen

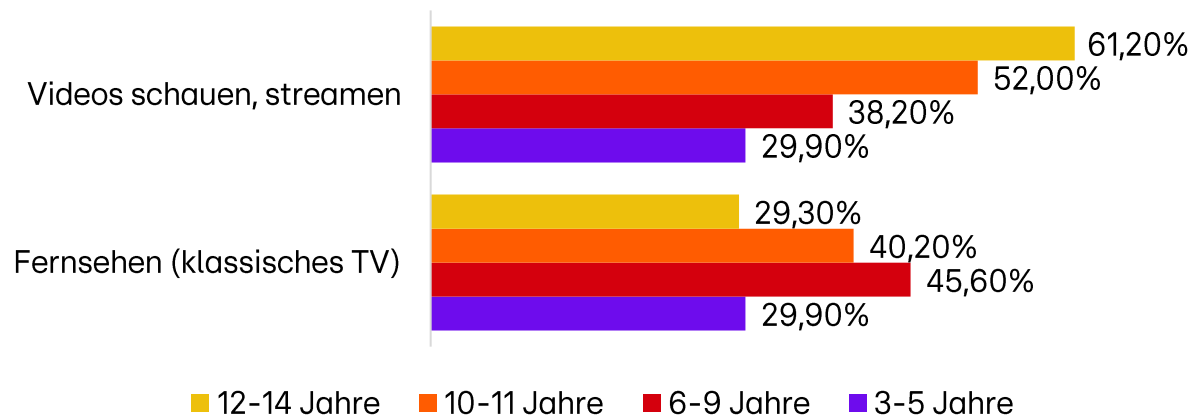
Total Video



Zielgruppe Kinder

Nutzung TV & Streaming

Liebste Freizeitbeschäftigung Kinder



→ Streamen aber auch noch das klassische TV stehen bei den Freizeitbeschäftigungen hoch im Kurs.

Der Großteil der Kinder schaut ab **2 Jahren** Videos, Filme und Serien.
Bereits die Jüngsten (3–5-Jährigen) streamen gerne.

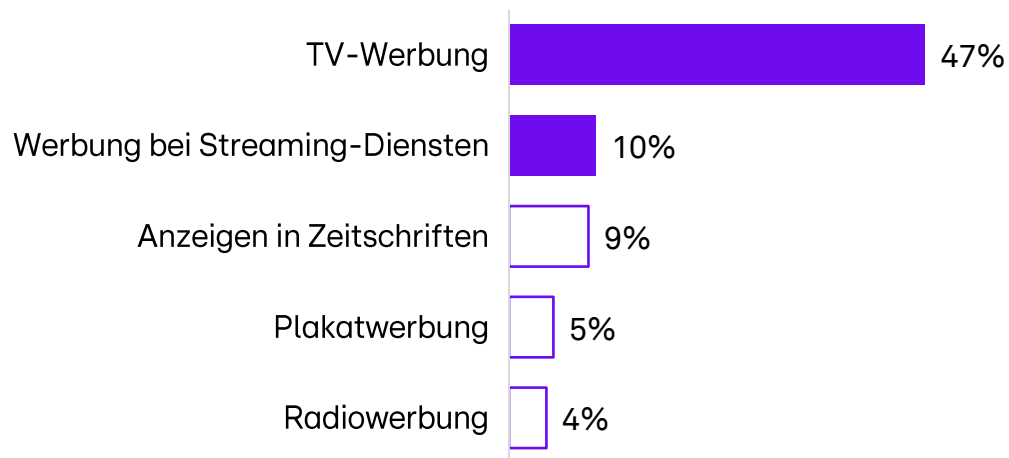
Zielgruppe Kinder

Konsumverhalten

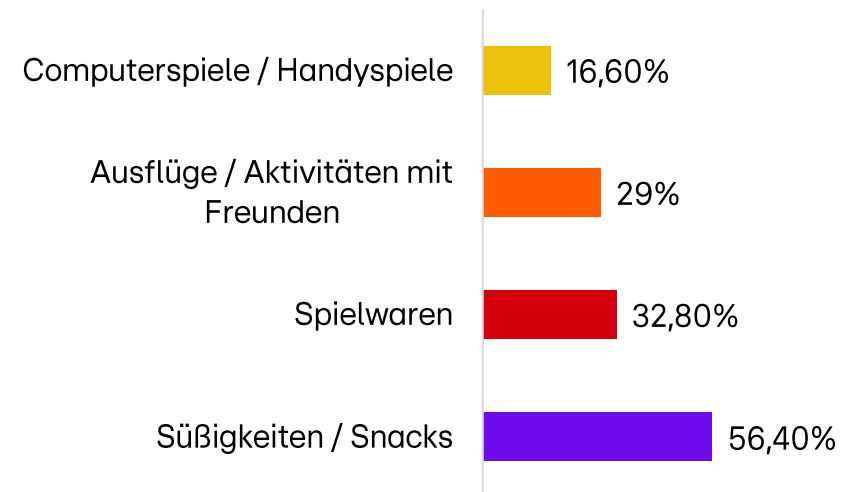
Kinder haben früh eigenes Geld zur Verfügung, über das sie auch selbst entscheiden dürfen → Konsum wird früh gelernt.

26% unter den 3 – 14 -Jährigen sind Marken wichtig. Je älter, desto wichtiger werden Marken!

Wünsche aufgrund von folgender Werbung



Für folgendes geben Kinder von 3-14 J. am meisten ihr Taschengeld aus



77% der 3 – 14-jährigen Kinder äußern oft **Wünsche aufgrund** von Werbung, allen voran **TV-Werbung**.

93% wollen ein kindersicheres Umfeld beim Medienkonsum ihrer Kinder

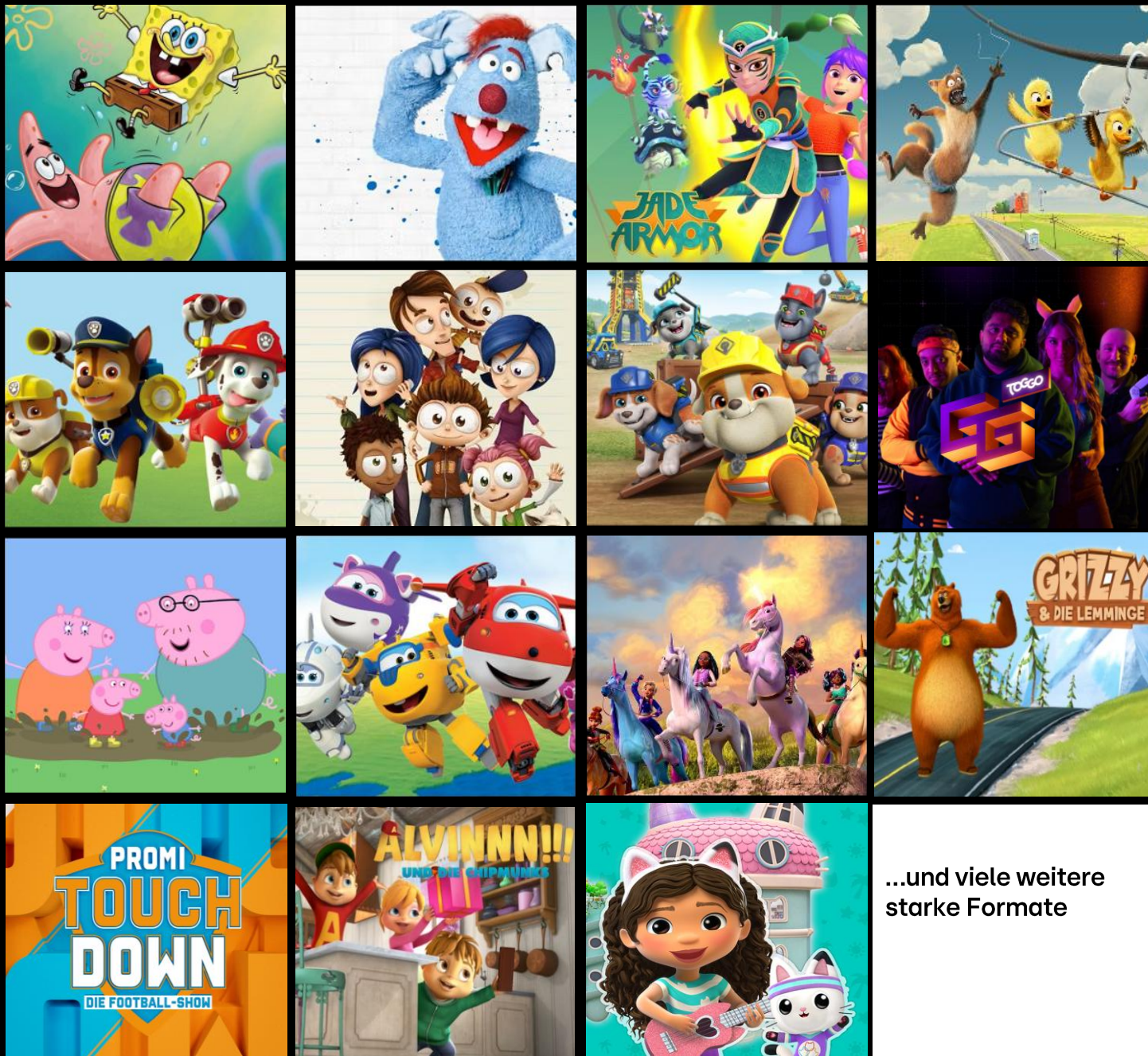
Mit **TOGGO** und **TOGGO LINO** können wir das im TV und auch digital garantieren.

Unsere Kinderangebote sind konsequent auf Sicherheit und Verantwortung ausgerichtet, sodass Kinder unbeschwert schauen können und Eltern ein gutes Gefühl haben.

Wer hier wirbt, erreicht Kinder und Eltern ohne Streuverluste, aber mit maximaler Wirkung.

Medienkonsum ist ein Thema, wo Eltern Einfluss haben wollen, aber die Kinder haben deutliches Mitspracherecht:

- Wahl des Fernsehsenders: 63,7%
- Wahl von Sendungen/Filmen/Videos: 68,4%
- Wahl von Streamingdiensten/Plattformen: 47,3%



TOGO & TOGO LINO

Nummer 1 Kindersender
"Family's Favorite"



365 Tage
Kinderprogramm

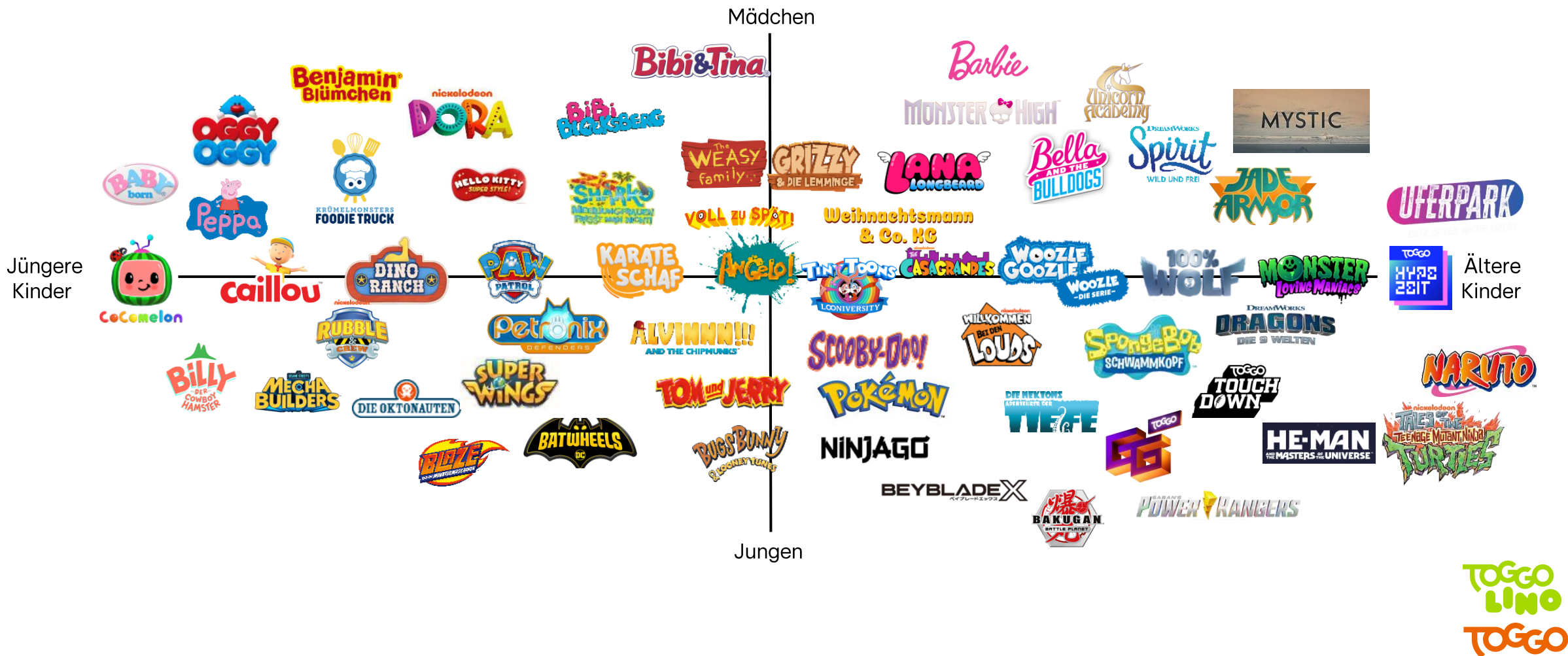


Brandsafety first

...und viele weitere
starke Formate

Positionierung Daytime-Formate

Für jedes Kind jederzeit etwas passendes im Angebot





#1
bei Kindern

Kinder 3–13

**TOGGO
LINO**

TOGGO



TOGGO

**Der Kinderversteher:
Spaß und Unterhaltung
für Kids jeden Alters**



Für jedes Kind
das passende Programm:
Mädchen oder Junge,
jünger oder älter!

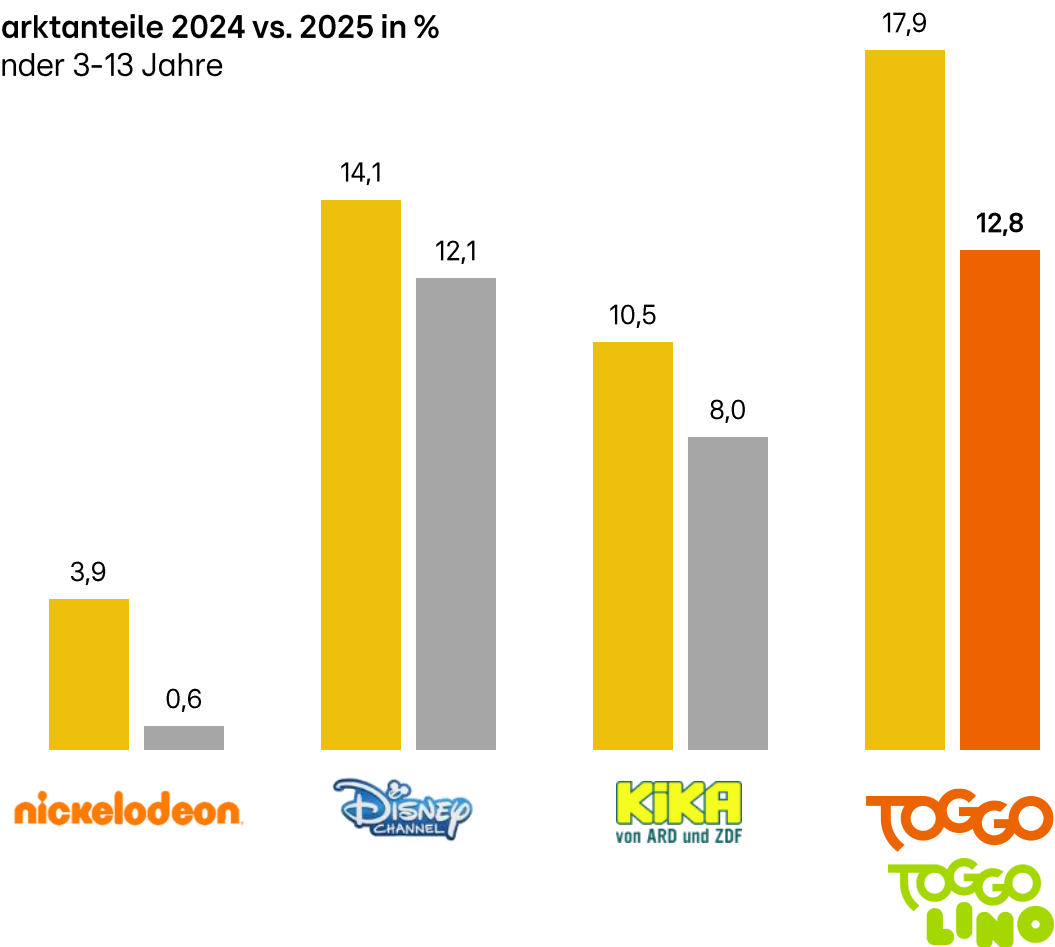
- **Klare Zielgruppe:** Kinder im Alter von 3 bis 13 Jahren, sowie dessen Eltern und Großeltern
- **Vielfältiges Programm:** abwechslungsreicher Mix aus beliebten Animationsserien, unterhaltsamen Shows und kindgerechten Filmen
- **Unterhaltung mit Mehrwert:** Inhalte verbinden Spaß mit pädagogischem Anspruch, fördern Kreativität, soziales Lernen und Fantasie.
- **Vertrauen & Qualität:** altersgerechte Inhalte und hohe Qualitätsstandards steigert das Vertrauen von Erziehungsberechtigten und schafft eine sichere Mediumgebung für Kinder.



TOGGO ist die klare #1 im TV!

Performance Lineares TV

Marktanteile 2024 vs. 2025 in %
Kinder 3-13 Jahre



32%
Kinder 3-13 J.

17%
HHFmK

Kum. Seher in %
Ø pro Monat 2025

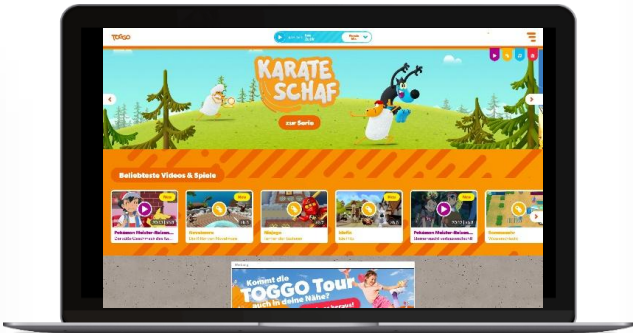
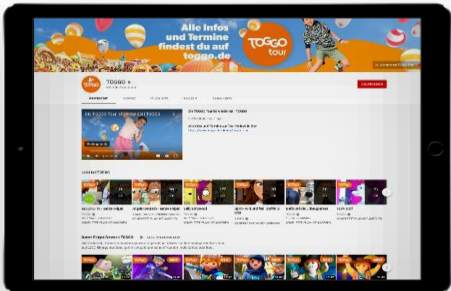
TOGGO ist auch digital

Mit Kinderwelten Pre-/Midroll ist die Kinder-Zielgruppe digital erreichbar.

Kinder 3-13 Jahre



Garantiert Brandsafe



Pre-/Midroll Fourscreen

TOGGO ist auch RTL+

TOGGO & TOGGO LINO
denkt an Co-Viewing und Familienzeit

- RTL Big Brands als Kids Spin-offs
- Starke Family-Highlights



Uferpark – Gute Zeiten, wilde Zeiten



Paw Patrol



Cobra 11 Kids (AT)



Wickie und die starken Männer



Weihnachtsmann & Co. KG (Movie)



Weihnachtsmann & Co. KG (Serie)

Wie erreiche ich die Zielgruppe Kinder digital?

Option 1: Mit unserem Kinderwelten Produkt als Video Pre-/Midroll



Option 2: Mit unserem Targeting Smart Affinities „Modern Families“

- In unserem gesamten Portfolio (Run Of Network)
- Für alle digitalen Werbeformen einsetzbar: alle Video- und Addressable TV Produkte
- Auf allen Geräten (Fourscreen)



Modern Families

Diese Person legt Wert auf eine ausgewogene Work-Life-Balance, die es ihr ermöglicht, ihren beruflichen Verpflichtungen nachzukommen und gleichzeitig wertvolle Zeit mit ihrer Familie zu verbringen. Verantwortung steht im Mittelpunkt ihrer Werte, sowohl in Bezug auf ihre beruflichen Verpflichtungen als auch auf ihre Rolle innerhalb der Familie, wo sie aktiv zum Wohlbefinden und Glück ihrer Angehörigen beiträgt.

Audience Auszug

Mind. 2 Personen im Haushalt und mindestens 1 Person unter 19 Jahren

Haushaltsnettoeinkommen > 2.250 €

Komfortable und wohlhabende Familien mit Kindern im Schulalter

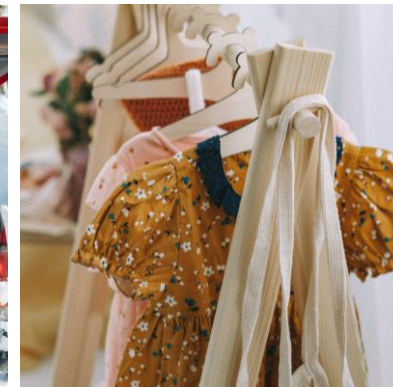
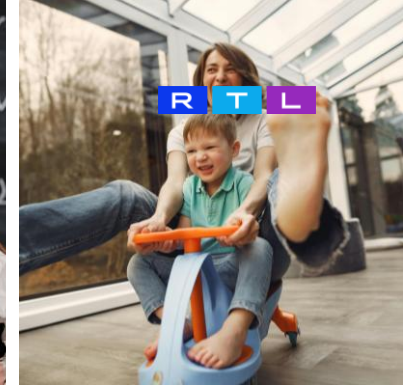
Hohe Ausgaben für Kinderkleidung

Familie & Erziehung

Interesse an Haus & Garten

Großes Interesse an Work-Life-Balance oder Karriere mit Kindern

Interesse an Familienthemen (Bildung, Erziehung, Aktivitäten mit Kindern)



Mit Toggo die Kinder erreichen

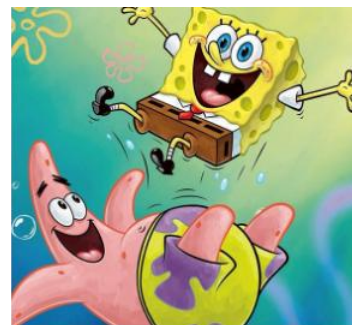
Lineares TV

Jetzt exklusiv und zeitlich limitiert

75% Cashrabatt*

auf Super RTL

TA12 Kinderinseln



*Aktion gültig für Werbeinseln bis einschließlich 30. Juni 2026

Zusätzliche Buchungsmöglichkeiten

Total Video

TV Sonderwerbeformen	Umfang	Gesamtpreis Brutto
Co-Sponsoring	7 Sekunden; Opener, Reminder & Closer	Auf Anfrage
Pre-/ Post-Splits	Max. 30 Sekunden	Auf Anfrage

Digitale Werbemöglichkeiten	Umfang	TKP Brutto
Kinderwelten Video Pre-/Midroll	Max. 30 Sekunden	€ 115,00
Addressable TV Switch In XXL + Smart Affinity „Modern Families“	10 Sekunden	€ 100,00 (inkl. Targeting-Zuschlag)
Video Pre-/Midroll RON + Smart Affinity „Modern Families“	Max. 30 Sekunden	€ 100,00 (inkl. Targeting-Zuschlag)

Kontakt



RTL AdAlliance

Stella-Klein-Löw-Weg 11-17, Haus C
1020 Wien

Tel.: +43 13678040

E-Mail: rtladalliance_office_at@rtl.com

www.rtl-adalliance.at



Noch Fragen?

Unser Sales Team hilft dir gerne weiter!

E-Mail: rtladalliance_multichannelsales_at@rtl.com