

Discovery Networks lanceert vrouwenzender TLC

High-end entertainment zender voor de vrouw van nu

Amsterdam, 25 maart 2011 - Discovery Networks, moederbedrijf van mannenzender Discovery Channel, lanceert op 4 juli 2011 de nieuwe vrouwenzender TLC met hoog kwalitatief entertainment en een focus op non-fictie. De zender heeft volledige dekking in Nederland in het analoge en digitale basispakket. TLC zendt vanaf 18:00 uur uit op het kanaal van Animal Planet en richt zich op de vrouw van nu tussen 25 – 39 jaar.

Voor elke vrouw

TLC richt zich op alle vrouwen, met een focus op de doelgroep 25 – 39 jaar: van moeder tot dochter, van manager tot huisvrouw, van atlete tot academica. De zender biedt iets voor elke smaak, van een compleet andere wereld tot realiteit, van actie tot ontspanning, van fascinerend tot informatief en van gek tot grappig. Kortom, TLC biedt programma's voor elke vrouw.

Non-fictie entertainment

TLC is een volledig Nederlandse versie van Discovery's internationale vlaggenschipzender TLC met Nederlandstalige programma's, promo's en commercials. De programmering sluit aan bij de verschillende interesses van de moderne vrouw. In 'Kell on Earth' geeft PR-guru Kelly Cutrone een kijkje achter de schermen van de hectische wereld van fashion PR. De documentaireserie Sarah Palin's Alaska neemt de kijker mee naar het onontgonnen Alaska, gezien door de ogen van een van de meest controversiële vrouwen ter wereld. 'Mad About The House' biedt een financiële uitkomst voor jonge stellen die gaan samenwonen, maar let wel: het is slechts de man die het geld mag uitgeven. De veelgeprezen serie 'Who do you think you are' openbaart het opzienbarende verleden van bekendheden zoals Spike Lee en Sarah Jessica Parker. Tot slot volgt de dramaserie 'Offspring' verloskundige Nina Proudman die haar tijd en emoties verdeelt tussen haar relaties, ex-man, onconventionele familie en werk. In de komende maanden zal steeds meer over de programmering bekend worden gemaakt. Ook lokale versies van internationale programma's behoren tot de mogelijkheden.

TLC Talk

Discovery Networks heeft een sterke reputatie op het gebied van onderzoek en is expert op het gebied van mannen. Het Discovery Channel-panel bestaat inmiddels uit 13.000 leden. TLC Talk is het online onderzoeksinstrument van Discovery Networks dat zich richt op vrouwen. Op tlctalk.nl kunnen vrouwen zich aanmelden en deelnemen aan onderzoek over de zender en allerlei andere aan vrouwen gerelateerde onderwerpen. Het doel is om nieuwe inzichten te verwerven die onontbeerlijk zijn voor het neerzetten van een vrouwenzender die voldoet aan de eisen van de moderne vrouw.

Jochem de Jong, Algemeen Directeur Discovery Networks Benelux: "Dat we succesvol een kwalitatieve mannenzender kunnen neerzetten, hebben we bewezen met Discovery Channel. Onderzoek staat centraal bij Discovery Networks en verschaft ons onmisbaar inzicht in onze doelgroep en hun voorkeuren. Zo weten wij dat TLC een sterke aanvulling vormt op de Animal Planet-programmering en daarom verwachten wij dat TLC een uitgelezen kans vormt om nieuwe kijkers te trekken. We streven naar een voortrekkersrol op het gebied van vrouwenprogrammering, net zoals we die verworven hebben voor mannen met Discovery Channel. Vanaf 4 juli heeft elke vrouw in Nederland beschikking over een hoog kwalitatieve

entertainmentzender met een unieke focus op non-fictie. Wij doen uitgebreid onderzoek naar de Nederlandse vrouw en ik ben er trots op dat we de kans krijgen een zender neer te zetten die beantwoordt aan haar behoeften. Bovendien bevestigt het feit dat de eerste campagnes van grote vrouwenmerken bij ons binnen zijn dat er ook bij adverteerders de behoefte bestaat aan een duidelijk geprofileerde vrouwenzender.”

Animal Planet

Met ingang van 1 april 2011 zendt Animal Planet vanaf 15:00 uur het *kids block* Animal Planet Club uit. Dit vormt een natuurlijke overgang naar vrouwenzender TLC omdat veel moeders 's middags met hun kinderen televisiekijken. Elke Animal Planet Club-middag begint met de 'The Really Wild Show' over de meest bijzondere diersoorten op aarde – gevolgd door een uur bijzondere dierenprogramma's zoals 'Planet Funiest Animals', 'Natural Born Hunters', 'Panda Adventures With Nigel Marven', 'Baby Planet' en 'Growing Up...'. Op 30 maart verschijnt de eerste editie van het tweemaandelijks Animal Planet Magazine bij uitgeverij Big Balloon, dat zich richt op jongens en meisjes vanaf 8 jaar.

Discovery Networks

Animal Planet is momenteel met een marktaandeel van 3,4% de 6e zender voor vrouwen in Nederland in daytime in de doelgroep vrouwen 20-49 jaar en blijft dagelijks te zien tot 18:00 uur. Daarnaast is Discovery Networks bezig met de uitrol van Animal Planet HD, een 24-uurs kanaal met de mooiste Animal Planet programma's in full HD beeldkwaliteit.

Discovery Networks was met een marktaandeel van 4,0% in de doelgroep Mannen 20-49 jaar in februari 2011 de 3^e commerciële zendergroep van Nederland. In dezelfde maand was vlaggenschip Discovery Channel in de doelgroep Mannen 20-34 de 8^e zender van Nederland met een marktaandeel van 4,3%. Discovery Networks bereikt met haar zenderportfolio maandelijks bijna 11 miljoen unieke kijkers. Discovery Channel is de meest selectieve mannenzender van Nederland.*