

Erneut Wachstum und das beste 1. Quartal seit 2016: ProSiebenSat.1 TV Deutschland im März

Unterföhring, 1. April 2019. Nach dem bereits sehr starken Februar können die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland auch im März mit Blick auf den Vorjahresmonat und Vormonat Wachstum im linearen TV und den besten März-Wert seit 2016 verzeichnen (03/2018: +0,7 % MA; 02/2019: +0,1 % MA). Sie schließen den Monat mit sehr guten 28,7 Prozent Marktanteil ab. Im Quartalsvergleich liegt die Sendergruppe um 1,1 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert (Q1/2018: 26,8 % MA; Q1/2019: 27,9 % MA) und erzielt damit den besten Q1-Wert seit 2016.

Sehr gut sind auch die Zahlen der Video Views: Die Angebote über alle Plattformen verzeichnen hier ein sehr gutes Plus von 14 Prozent im Vergleich zum März 2018.

Die Senderergebnisse im Einzelnen:

ProSieben wächst und wächst und wächst: Stärkstes Quartal seit 2016

ProSieben startet mit großen Zuwächsen erfolgreich ins Jahr 2019 – sowohl im linearen TV als auch in der digitalen Welt: Mit 10,1 Prozent Marktanteil (Z. 14-49 J.) feiert ProSieben den stärksten Quartalswert seit 2016. Die gute Form bestätigt der Sender im März: 10,3 Prozent Marktanteil bedeuten ein Wachstum von +0,9 Prozentpunkten im Vergleich zu 2018. Damit performt ProSieben in den letzten neun Monaten acht Mal besser als im Vorjahr. In seiner Relevanz-Zielgruppe (Z. 14-39 J.) wächst der Sender um +1,7 Prozentpunkte auf 13,4 Prozent Marktanteil – und liegt damit in den letzten neun Monaten neun Mal über dem Vorjahreswert. Aus einer guten Gesamt-Performance ragen einige Programme heraus: #taff freut sich im März über den besten Wert seit 2001. Aber auch #Galileo, #GNTM und #LateNightBerlin stellen erstaunliche Bestmarken auf.

Noch stärker als im TV wächst ProSieben digital: Insgesamt steigt die Zahl der Video Views auf allen Plattformen um beachtliche 13 Prozent im Vergleich zu 2018 auf 127 Millionen Views. Dabei ragen #GNTM und #LateNightBerlin heraus.

SAT.1 zeigt Haltung, singt, backt und fängt im März 2019 gute Marktanteile

Mit „The Voice Kids“ (bis zu 11,1 % MA) holt SAT.1 nach wie vor am Sonntagabend gute Quoten, im Web ist die Show der Hit (27 Mio. VV seit Staffelstart auf allen Kanälen) und auch Allrounder Luke Mockridge holte mit seiner eigenproduzierten Show „CATCH! Die Deutsche Meisterschaft im Fangen“ starke 10,4 Prozent Marktanteil. Richtig gebacken bekam es der Sender am Mittwochabend, „Das große Promibacken“ konnte sich bis zum Finale auf 11,1 Prozent Marktanteil steigern. Richtig rund läuft es auch weiterhin für „The Biggest Loser“ (bis zu 13,2% MA). Und auch die Daytime lief gut, „Auf Streife“ (14,4 % MA) und „Klinik am Südring“ (13,6 % MA) holten jeweils den Jahresbestwert. Einen Achtungserfolg erzielte SAT.1 mit seinem Programmabend zum Thema „K.o.Tropfen“, heute Abend um 20:15 Uhr folgt mit dem Thriller „Dein Leben gehört mir“ der zweite Teil der Themenfilm-Reihe. SAT.1 schließt den März 2019 mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 7,9 Prozent ab (Z. 14-49 J., Relevanz-ZG.: Z. 14-59 J.: 7,6 % MA).

kabel eins weiter auf Wachstumskurs: Vorabend immer besser

Läuft bei kabel eins: Der Sender legt auch im März kräftig zu und schließt den Monat mit starken 5,3 Prozent Marktanteil ab – ein Plus von 0,4 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Zu den Erfolgsgaranten zählt einmal mehr ein bärenstarkes

Vorabendprogramm. „Abenteuer Leben täglich“ (bis zu 10,0 % MA), „Mein Lokal, Dein Lokal“ (bis zu 9,2 % MA) und „Achtung Kontrolle!“ (bis zu 6,4 % MA) markieren regelmäßig Bestwerte. In der Prime Time überzeugt „Rosins Restaurants“ mit bis zu 6,8 Prozent Marktanteil. Die „Terence Hill Story“ zum 80. Geburtstag der Schauspiellegende übertrifft mit 11,2 Prozent alle Erwartungen. Auch auf seinen digitalen Plattformen steigert sich kabel eins und erzielt insgesamt 26,5 Mio. Video Views. Im April geht es donnerstags um 20:15 Uhr weiter für jeweils vier Jugendliche „Ab ins Kloster!“. Am 25. April startet Betrüger-Schreck Peter Giesel mit neuen Folgen von „Achtung Abzocke“.

sixx setzt mit „Shadowhunters“ und Paula Lambert gute Akzente in der Primetime

Erfolgreiche Quotenjagd: Die „Shadowhunters“ punkten auf sixx aus dem Stand mit starken bis zu 2,1 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern am Donnerstagabend. Und auch der neue Mittwochabend mit Paula Lambert erwischte einen guten Start mit bis zu 2,8 Prozent in der sixx-Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Frauen. Auf den digitalen Plattformen wächst sixx bei den Video Views um tolle 32 Prozent im Vergleich zum März 2018 und um fünf Prozent im Vergleich zum Februar. Insgesamt schließt sixx den Monat mit 1,3 (Z. 14-49 J.) und 1,5 Prozent (F. 14-39 J.) Marktanteil bei den TV-Quoten ab.

SAT.1 GOLD wächst weiter: starke 1,5 Prozent Marktanteil im März 2019

Mit einem Topwert von sehr guten 1,5 Prozent Marktanteil schließt SAT.1 GOLD den März 2019 bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern ab und baut damit weiter auf (+0,1 Prozentpunkte vs. Februar 2019). Auch in der Relevanz-Zielgruppe der 40- bis 64-jährigen Frauen verzeichnet SAT.1 GOLD mit hervorragenden 2,7 Prozent Marktanteil ein Plus (Februar 2019: 2,6 % MA). Im April sorgen lustige Kinder-Clips in „Einfach süß“ für Lachanfänge (ab 8.4.) und am „Spielfilmklassiker-Tag“ gibt es ein Wiedersehen mit Hollywoodgrößen wie James Dean, John Wayne, Rock Hudson oder Liz Taylor (20.4.).

Starke Premiere! Erstes U21-Länderspiel überzeugt im März auf ProSieben MAXX

Das macht Lust auf mehr! 320.000 Zuschauer im Schnitt verfolgten im März das erste Länderspiel der U21-Fußball-Nationalmannschaft bei „ran Fußball“ live auf ProSieben MAXX. Ab Herbst 2019 zeigt der Männersender die Qualifikationsspiele der deutschen U21-Nationalmannschaft auf dem Weg zu den nächsten Europameisterschaften. Ebenfalls stark in TV und Online: „RAW“ am Mittwochabend und Anime am Vorabend. ProSieben MAXX schließt den Monat stabil mit 1,5 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen ab (März 2018: 1,5% MA). In seiner Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Männer kommt der Sender auf gute 2,1 Prozent Marktanteil. Im Rahmen seiner „Wrestlemania-Week“ zeigt ProSieben MAXX u.a. die eigenproduzierte Doku „WWE Germany Tryout“ am 4. April um 20:15 Uhr: Wer hat das Zeug zum nächsten WWE-Superstar aus Deutschland?

Plus 50 Prozent: kabel eins Doku baut Marktanteil aus

kabel eins Doku steigert sich im Vergleich zum März 2018 um 50 Prozent auf starke 0,9 Prozent Monatsmarktanteil. Am 23. März feierte der Sender mit 1,7 Prozent Tagesmarktanteil außerdem seinen bisher besten Sendetag. Neben den erfolgreichen Programmfarben „Recht und Ordnung“ und „Geheimnisvolle Phänomene“ überzeugt auch die Kult-Reportagerie „Achtung Kontrolle!“ mit bis zu 2,8 Prozent Marktanteil. Highlight im April: „Geheimnisvolle Theorien - Die Verschwörungswoche“ ab 15. April, u.a. mit den Free-TV-Premieren von „Die geheime Welt der Templer“ und „Das Tesla Vermächtnis“.



Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK | videoSCOPE | Google Analytics | Webtrekk | ProSiebenSat.1 TV Deutschland | Business Intelligence
Erstellt: 01.04.2019 für den Zeitraum 01.03.-31.03.2019; vorläufig gewichtet: 28.03.-31.03.2019. Gruppen-Marktanteile: Berechnung über Summe der Sendermarktanteile inkl. aller Nachkommastellen – Abweichung von der Summe der einzelnen Sendermarktanteile ist deshalb möglich. Alle Marktanteile, sofern nicht anders angegeben, für Zuschauer 14 bis 49 Jahre.

Kontakt:

ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH
Kommunikation/PR – Communication Projects
Susanne Lang
Tel: 089/9507-1183
Susanne.Lang@ProSiebenSat1.com