

ProSiebenSat.1 TV Deutschland: Starker April mit 29,7 Prozent Marktanteil

Unterföhring, 1. Mai 2015. Die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland schließen den April 2015 mit einem sehr guten Marktanteil von 29,7 Prozent ab (März 2015: 29,6% MA). Im Vergleich zum Vorjahresmonat konnten die Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX ihr Ergebnis um +0,5 Prozentpunkte steigern (April 2014: 29,2% MA). Der Abstand zur Mediengruppe RTL Deutschland (RTL, Vox, Super RTL, n-tv, RTL Nitro im April 2015: 24,5% MA) beträgt im April 2015 klare 5,2 Prozentpunkte.

Die Senderergebnisse im April 2015 im Einzelnen:

ProSieben bleibt die klare Nummer 1 für junge Zuschauer

Mit einem Marktanteil von 17,2 Prozent ist ProSieben in Deutschland im April 2015 der wichtigste Sender für junge Zuschauer (Z. 14-29 J.). Auch in seiner Relevanz-Zielgruppe (Z. 14-39 J.) dominiert ProSieben mit einem Marktanteil von 14,4 Prozent deutlich. In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen untermauert ProSieben mit 10,7 Prozent Marktanteil seine Position als Nummer 2 im deutschen Fernsehmarkt. Dabei punktete der Sender im April besonders mit seinen Shows: „Schlag den Raab“, „TV total“, „Germany’s next Topmodel – by Heidi Klum“ und „CIRCUS HALLIGALLI“ sorgten für Top-Werte bei jungen Zuschauern.

SAT.1 stabil im April

SAT.1 schließt den April 2015 in seiner Relevanz-Zielgruppe (Z. 14-59 J.) mit stabilen 9,6 Prozent Marktanteil ab (Z. 14-49 J.: 9,5% MA). Neben Topwerten für die Finalshows von „The Biggest Loser“ und „The Voice Kids“ lief es vor allem für „Julia Leischik sucht: Bitte melde Dich“ mit bis zu 16,3 Prozent Marktanteil (Z. 14-59 J.) hervorragend. SAT.1 konnte im April außerdem mit seiner stabil guten Daytime, seinen Top-US-Serien wie „Criminal Minds“ und Spielfilmerstausstrahlungen wie „Der Schlussmacher“ punkten.

kabel eins wächst deutlich: 5,6 Prozent Marktanteil

kabel eins schließt den April 2015 mit einem starken Marktanteil von 5,6 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern ab. Damit baut der Sender im Vergleich zum Vormonat März um satte 0,5 Prozentpunkte auf. Das kabel eins-Wissensmagazin „Abenteuer Leben“ mit Moderator Andreas Türck holte mit hervorragenden 6,9 Prozent Marktanteil einen Jahresbestwert. Die Access-Doku „Mein Lokal, Dein Lokal – Wo schmeckt’s am besten?“ punktete ebenfalls mit einem Jahresbestwert von 7,8 Prozent Marktanteil. In der UEFA Europa League verzeichnete kabel eins mit den Hin- und Rückspielen im Viertelfinale (VfL Wolfsburg-SSC Neapel) sehr gute Werte von 9,0 und 8,6 Prozent Marktanteil.

sixx stark mit Enie van de Meiklokjes und US-Serien

Kurz vor dem fünften Sendergeburtstag am 7. Mai 2015 steht sixx gut da! Mit 2,7 Prozent Marktanteil in der sixx-Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Frauen erzielt der Sender im April ein Plus von 0,2 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Auch bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern war es mit 1,4 Prozent Marktanteil der stärkste April seit Senderstart. Zum absoluten Quotenhighlight neben den US-Serien zählt die Eigenproduktion „HANDMADE mit Enie – Mach’s einfach selbst“, die mit bis zu 3,9 Prozent Marktanteil bei den jungen Frauen punktete (Z. 14-49 J.: bis zu 2,1 %MA).

SAT.1 Gold bleibt stark: 1,3 Prozent Marktanteil

SAT.1 Gold bestätigt den Erfolgskurs und schließt den Monat April mit einem stabilen Marktanteil von sehr guten 1,3 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern ab (Vormonat März: 1,3% MA). In der Relevanz-Zielgruppe der 40- bis 64-jährigen Frauen steigt der Marktanteil zum vierten Mal in Folge auf starke 2,1 Prozent Marktanteil (März 2015: 2,0% MA). Highlights: Die Kultserie „Der Bulle von Tölz“ mit Ottfried Fischer startete mit einem hervorragenden Marktanteil von 1,7 Prozent, das wöchentliche Magazin „Promis privat – Das süße Leben der Stars“ punktete ebenfalls mit bis zu 1,7 Prozent Marktanteil (Z. 14-49 J.).

ProSieben MAXX wächst: 1,2 Prozent Marktanteil

ProSieben MAXX legt im April 2015 um +0,1 Prozentpunkte im Vergleich zum März 2015 zu. Den April schließt der Männersender mit starken 1,2 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern ab. In seiner Relevanz-Zielgruppe (M. 14-39 J.) wächst ProSieben MAXX um hervorragende +0,3 Prozentpunkte auf 2,0 Prozent Marktanteil. Besonders stark ist ProSieben MAXX mit seinen Serien am Mittwoch und Freitag.

Basis: Alle Fernsehhaushalte Deutschland (Fernsehpanel D+EU). Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK / TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland Audience Research. Erstellt: 01.05.2015 für den Zeitraum 01.04.-30.04.2015; vorläufig gewichtet: 27.-30.04.2015. 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

Dagmar Brandau

Tel: 089/9507-2185

dagmar.brandau@prosiebensat1.com