

Bestes Quartal seit Q4/2015 für ProSiebenSat.1 TV Deutschland

Unterführung, 1. Oktober 2018. Starker Sommer. SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX und kabel eins Doku – die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland – schließen das dritte Quartal mit starken 28,9 Prozent Marktanteil ab. Damit liegen die Sender um 1,8 Prozentpunkte über Q2/2018 und verzeichnen das beste Quartal seit Q4/2015. Im September erreichen die Sender einen guten Marktanteil von 28,7 Prozent, den zweitbesten Monat des Jahres und ein Plus von 2,4 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahresmonat (Sep. 17: 26,3 % MA).

Die Senderergebnisse im September 2018 im Einzelnen:

Stark in den Herbst: ProSieben ist und bleibt die Nummer Eins für junge Zuschauer

Marktführer bei den jungen Zuschauern. Im September steigert sich ProSieben in der jungen Zielgruppe (Z. 14-39 J.) um 0,2 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahresmonat auf 12,8 Prozent Marktanteil und bleibt die klare Nummer Eins für junge Zuschauer. ARD (4,6 % MA) und ZDF (4,0 % MA) erreichen zusammen gerade mal 8,6 Prozent. In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen schließt der Sender den Monat mit guten 9,6 Prozent Marktanteil (+ 0,2 Prozentpunkte im Vergleich zum September 2017). „Late Night Berlin“ kehrt stark aus der Sommerpause zurück. Daneben können vor allem Spielfilme wie „Deadpool“, die Sitcoms „The Big Bang Theory“ und „Young Sheldon“ sowie das Magazin „taff“ glänzen. Factual-Power auch im Netz: „Galileo“ kann sich bei den Video-Views auf allen Digital-Kanälen im Vergleich zum Vorjahresmonat (September 2017) um 74 Prozent steigern. Im Oktober stehen mit „The Voice of Germany“ (ab 18.10.), der neuen Liveshow „Alle gegen Einen“ mit Elton (ab 20.10.) und der neuen US-Serie „9-1-1“ (ab 24.10.) drei große Neustarts in den Startlöchern.

SAT.1 frühstückt, backt und zaubert erfolgreich im September 2018

Der Quotengarant „SAT.1-Frühstücksfernsehen“ liefert auch im September (bis zu 18 % MA) und das nicht nur linear: Die erfolgreichste deutsche Morningshow knackte im September auf den SAT.1-Digital-Kanälen die 1-Million-Video-Views-Marke und steigerte die Videoabrufe auf SAT1.de um +17 Prozent im Vergleich zum Vormonat August. „Das große Backen“ erzielt im September bis zu 14,5 Prozent Marktanteil und ist auch online erste Sahne: Mit über 4,5 Mio. Videoabrufen auf allen Digital-Kanälen steigerte sich die Digital-Performance im September 2018 im Vergleich zum letztjährigen Staffeleinstart um +142 Prozent. Wie immer bezaubernd in SAT.1: die „Harry Potter“-Filme (bis zu 14,9 % MA für „Harry Potter und der Stein der Weisen“). Bezaubernd anders: „Fack ju Göhde“ erreicht einen Marktanteil von 12,5 Prozent. Und Bülent Ceylan zaubert mit seiner neuen Show „Game of Games“ am Fun Freitag bis zu 10,5 Prozent Marktanteil. Der Sender schließt den September 2018 mit 8,1 Prozent Marktanteil ab (Z. 14-49 J.; Relevanz-Zielgruppe 14-59 J.: 7,8 % MA) und freut sich im Oktober auf: den Super-Serien-Montag (ab 1.10.) und Super-Serien-Donnerstag (ab 4.10.) mit neuen Folgen von „Navy CIS“, „Navy CIS: L.A.“ „Hawaii Five-0“, „Scorpion“, „Criminal Minds“ und „Instinct“, der Verfilmung von Hape Kerkelings Bestseller „Ich bin dann mal weg“ (3.10.), Deutschlands größter Kochshow „The Taste“ (ab 12.10.), „The Voice of Germany“ (ab 21.10.), jeder Menge Luke Mockridge („LUKE! Die Woche und ich“, ab 21.10., und „LUKE! Die 2000er und ich“, 26.10.) und natürlich auf die neue Daily „Alles oder nichts“ ab 22.10.

kabel eins feiert mit 5,3 Prozent Marktanteil den stärksten September seit 2014

Stark in den Herbst: kabel eins schließt den September 2018 mit einem sehr guten Marktanteil von 5,3 Prozent ab. Im Vergleich zum Vorjahresmonat legt der Sender um 0,7 Prozentpunkte

zu und feiert den erfolgreichsten September seit vier Jahren (September 2017: 4,6 % MA). Zu den Erfolgsträgern zählen eigenproduzierte Factual-Formate wie „Abenteuer Leben täglich“, „Achtung Abzocke – Peter Giesel rettet den Urlaub“ oder „Die Will Smith Story“ und Spielfilm-Klassiker wie „Gran Torino“, „Independence Day“ oder „American History X“. Highlights im Oktober: Das 20-jährige Jubiläum von „Die besten Filme aller Zeiten“ (ab 3.10.) und „Die spektakulärsten Verschwörungs-Theorien“ (ab 28.10.).

Heißer Herbst auf sixx startet stark

Bestes Quartal seit Q3/2015, toller Monat! sixx ist stark in den heißen Herbst gestartet und erreicht im September sehr gute 1,5 Prozent Marktanteil (E. 14-49 J.) – das sind 0,4 Prozentpunkte mehr als im Vorjahresmonat. Auch in der Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Frauen konnte sixx mit 2,1 Prozent punkten. Zu den Quotenkönigen des Monats gehört u.a. Sex-Expertin Paula Lambert, die am Mittwoch-Abend mit Prime-Time-Specials, mit „Paula kommt – Sex & gute Nacktgeschichten“ sowie mit neuen Folgen der Call-in-Show „Paula kommt... am Telefon“ lockte. Nicht nur im TV ein Erfolg: Die US-Serie „This Is Us“ erreichte online rund 640.000 Video-Views im 3. Quartal und ist damit die erfolgreichste US-Serie 2018 auf den digitalen Plattformen von sixx.

SAT.1 Gold legt zu: starke 1,7 Prozent Marktanteil – bester September seit Senderstart

Goldener Start in den Herbst: SAT.1 Gold legt zu und schließt den Monat mit einem Topwert von 1,7 Prozent Marktanteil ab – bester September seit Senderstart und ein Plus von 0,1 Prozentpunkten im Vergleich zum Vormonat (August 2018: 1,6 % MA). Einen Rekordwert feiert SAT.1 Gold auch in der Relevanz-Zielgruppe der 40- bis 64-jährigen Frauen: hervorragende 3,1 Prozent Marktanteil (August 2018: 2,9 % MA). Besonders gut lief es im September für „Haustier sucht Herz“, „Letzte Chance für 4 Pfoten“ und „Lenßen live“. Neue Kult-Serien im Oktober zeigt SAT.1 Gold mit „Trapper John, M.D.“ und „Chicago Hope“ (ab 8.10.).

Höllisch gut! ProSieben MAXX feiert neue Bestwerte mit #ranNFL und der Eigenproduktion „Hart. Härter. Höllencamp“

Der beste Saisonstart seit Übertragung der NFL. Die stärkste Auftaktfolge einer Eigenproduktion, Patrick Esumes „Höllencamp“. Rekord-Tagesmarktanteile bei den 14- bis 49-Jährigen von 3,1 Prozent an zwei Sonntagen hintereinander: So startet ProSieben MAXX in den Herbst – und schließt den September mit starken 1,8 Prozent Marktanteil ab. Damit verbessert sich der Männersender um +0,3 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahresmonat (September 2017: 1,5 % MA). In seiner Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Männer kommt ProSieben MAXX auf sehr gute 3,2 Prozent Marktanteil. Im Oktober feiert Anime-TV-Held „Detektiv Conan“ auf ProSieben MAXX nach zwölf Jahren sein TV-Comeback (ab 19.10.).

kabel eins Doku mit Themenvielfalt in der Daytime erfolgreich

„Skurrile Kost: Kulinarische Reisen“, „Tiny House – Wohntraum XXS“, „Aus Schrott mach Schotter“ – kabel eins Doku begeistert die Zuschauer nach wie vor mit seiner Themenvielfalt. Daytime-Formate wie diese überzeugen mit Marktanteilen bis zu 1,7 Prozent. Im September erzielt kabel eins Doku einen Monatsmarktanteil von sehr guten 0,7 Prozent (alle Werte: Z. 14-49 J.). Highlights im Oktober: Ab 15.10. kommt die zweite Staffel der Eigenproduktion „SPIEGEL TV Thema“. Neue Folgen von „Die Schatzsucher von Oak Island“ starten am 21.10. als Free-TV-Premiere.



Basis: Marktstandard TV

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK | videoSCOPE | ProSiebenSat.1 TV Deutschland | Business Intelligence
Erstellt: 01.10.2018 für den Zeitraum 01.09.-30.09.2018; vorläufig gewichtet: 27.09.-30.09.2018. 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