

Top-Start 2015: 27,8 Prozent Monatsmarktanteil für die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland

Unterföhring, 1. Februar 2015. Erfolgreicher Start ins Jahr: SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX erzielen einen Monatsmarktanteil von starken 27,8 Prozent – ein Plus von 0,1 Prozentpunkten vs. Januar 2014 (Z. 14-49 J.: 27,7, Prozent MA). Damit liegt die Sendergruppe zum ersten Mal seit neun Jahren im Januar wieder deutlich vor der Mediengruppe RTL Deutschland (RTL, Vox, Super RTL, n-tv, RTL Nitro), die den Monat mit 26,7 Prozent abschließt.

Ein weiterer Rekord im Senderergebnis: SAT.1 Gold erreicht zum ersten Mal bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern einen Monatsmarktanteil von 1,0 Prozent.

Die Senderergebnisse im Einzelnen:

„TV total“ rockt ProSieben: Bester Januar seit elf Jahren

Junge Zuschauer lieben ProSieben. Den Januar schließt der Sender mit 17,9 Prozent Marktanteil (Z. 14-29 J.) und schaut damit der Dschungelqueen direkt in die Augen. Bei den 14- bis 49-Jährigen performt ProSieben mit 10,6 Prozent Marktanteil auf Vorjahresniveau. Besonders stark im Januar: „TV total“ feiert mit 12,3 Prozent Marktanteil (Z. 14-49 J.) den besten Januar seit elf Jahren. Ausblick: Am 10. Februar bekommt ProSieben einen neuen Dienstag: Die US-Serien „Flash“ und „Gotham“ starten.

SAT.1: Start ins Jahr verbessert

Mit seinen Crime-Serien, Familienfilmen und einer stabilen Daytime schließt SAT.1 den Januar mit 9,0 Prozent Marktanteil ab und kommt damit um +0,1 Prozentpunkte besser ins neue Jahr als 2014 (Z. 14-49 J.). Auch in seiner Relevanz-Zielgruppe (Z. 14-59 J.) ist der Sender mit 9,2 Prozent Marktanteil im Januar 2015 stärker als 2014 (Januar 2014: 9,1% MA). Im Februar sind alle Augen auf das größte TV-Experiment aller Zeiten gerichtet: „Newtopia“ startet (23.2., Montag bis Freitag, 19:00 Uhr).

kabel eins: 5,0 Prozent im Januar 2015

kabel eins schließt den Januar 2015 mit 5,0 Prozent Marktanteil ab. Sehr gut punkteten die Spielfilme „Crocodile Dundee II“ (7,9% MA) und „Die purpurnen Flüsse“ (7,3% MA) bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Die „K1 Reportage spezial“ überzeugte am Sonntagabend mit bis zu 5,1 Prozent Marktanteil. In der Access Prime holte „Mein Lokal, Dein Lokal“ bis zu 6,5 Prozent Marktanteil.

sixx in der Prime Time stärker als im Vorjahresmonat

Für sixx lief es im Januar in der Prime Time (20:00-23:00 Uhr) deutlich besser als im Vorjahresmonat. Der Marktanteil in dieser Zeitschiene steigerte sich im Vergleich zum Januar 2014 um 0,3 Prozentpunkte auf 2,1 Prozent in der sixx-Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Frauen (Z 14-49 J.: +0,1 / 1,1%). Insgesamt schließt sixx den Monat mit 2,5 Prozent Marktanteil in der Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Frauen ab (Z 14-49 J.: 1,3%).

Rekord! SAT.1 Gold knackt erstmals die Ein-Prozent-Marke

Pünktlich zum zweiten Sender-Geburtstag feiert SAT.1 Gold den besten Monat seit Sendestart und schließt den Januar 2015 mit einem sehr guten Marktanteil von 1,0 Prozent ab (Z. 14-49 J., Dezember 2014: 0,9% MA). Auch in der Relevanz-Zielgruppe der 40- bis 64-jährigen Frauen legt SAT.1 Gold zu und schließt den Januar 2015 mit 1,6 Prozent

Marktanteil (+0,1 Prozentpunkte im Vergleich zu Dezember 2014). Spitzenquoten erzielt der Sender tagsüber mit den Nostalgie-Serien „Bonanza“, „Die Waltons“ und „Unsere kleine Farm“. Abends überzeugen „ServiceAKTE“, „Focus TV“ und „K11 – Kommissare im Einsatz“.

ProSieben MAXX fliegt mit „Star Trek“ zu 1,0 Prozent Marktanteil

ProSieben MAXX schließt den fünften Monat in Folge jenseits der Ein-Prozent-Marke ab. Im Januar erzielt der Männersender 1,0 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern und legt im Vergleich zum Vorjahr +0,2 Prozentpunkte zu. In seiner Relevanz-Zielgruppe (Männer 14-39 Jahre) freut sich ProSieben MAXX über starke 1,9 Prozent Marktanteil. Besonders erfolgreich ist der Sender im Januar mit Filmen der „Star Trek“-Reihe (bis zu 2,2% MA, Z. 14-49 J.).

Basis: Alle Fernsehhaushalte Deutschland (Fernsehpanel D+EU). Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK / TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland Audience Research. Erstellt: 01.02.2015 für den Zeitraum 01.01.-30.01.2015; vorläufig gewichtet: 28.01.-31.01.2015. Zeitschielenberechnung sixx für den Zeitraum 01.01.-29.01.2015. Berechnung Zielgruppe 14-29 Jahre im Zeitraum 01.01.-30.01.2015. SAT.1 Gold ist am 17.01.2013 gestartet, ProSieben MAXX am 03.09.2013. 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