

## **ProSiebenSat.1 TV Deutschland im Mai: Starke 29,0 Prozent Monatsmarktanteil**

Unterföhring, 1. Juni 2014. Die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland schließen den Wonnemonat Mai mit einem Marktanteil von 29,0 Prozent ab. Im Vergleich zum Vorjahresmonat konnte die Sendergruppe aus SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX ihr Ergebnis um +1,0 Prozentpunkte steigern (Mai 2013: 28,0% MA – April 2014: 29,2% MA) und liegen so mit 3,9 Prozentpunkten vor den Sendern Mediengruppe RTL Deutschland (RTL, Vox, Super RTL, n-tv, RTL Nitro im Mai 2014: 25,1 % MA).

### **Die Senderergebnisse im Einzelnen:**

#### **ProSieben geht mit +0,2 Prozentpunkten Vorsprung in die WM**

Nach den ersten fünf Monaten des Jahres steht ProSieben auf einem Marktanteil von 11,0 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Der Sender geht mit +0,2 Prozentpunkten Vorsprung auf das Jahr 2013 in die WM. Im Mai erreichte der Sender 11,0 Prozent Marktanteil (Z. 14-49 J.). In seiner Relevanz-Zielgruppe (Z. 14-39 J.) ist der Sender mit 15,3 Prozent Marktanteil klarer Marktführer. Zu Highlights im Mai avancierten das Finale von „Germany’s next Topmodel – by Heidi Klum“ und „Schlag den Raab“. Beide Shows sorgten für Social Buzz – und hohe Marktanteile in allen Zielgruppen.

#### **SAT.1 punktet mit deutschen Serien**

SAT.1 schließt den Mai in seiner Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 59-jährigen Zuschauer mit 9,5 Prozent Marktanteil ab. Der Sender kann sich im Wonnemonat über eine weiterhin stark laufende Daytime (u.a. 16,0% MA für „Schicksale“, Z. 14-49 J.) sowie schöne Erfolge bei den deutschen Produktionen freuen („Der letzte Bulle“ mit durchschnittlich 13,7% MA; „Josephine Klick – Allein unter Cops“ mit 11,4% MA im Schnitt, „Nachbarn süß-sauer“ mit 13,2% MA; Z. 14-49 J.). Sieger der Erfolgs-Show „The Voice Kids“ ist der 15-jährige Danyiom, das Finale der zweiten Staffel bescherte SAT.1 sehr gute 13,3 Prozent Marktanteil. Das spannende Boxduell zwischen Felix Sturm und Sam Soliman bei „ran Boxen“ erzielt sehr starke 17,3 Prozent Marktanteil (Z. 14-49 J.). Im Juni folgen die großen Staffelfinale von „Der letzte Bulle“, „Josephine Klick“ sowie der Reality-Show „Hell’s Kitchen“.

#### **Erfolgsmonat: kabel eins holt im Mai 5,9 Prozent Marktanteil**

kabel eins legt um +0,3 Prozentpunkte im Vergleich zum Vormonat April zu und schließt den Mai 2014 mit einem sehr guten Marktanteil von 5,9 Prozent ab. Die Europa-League-Saison 2013/2014 beendete der Sender mit einem hervorragenden Final-Wert von durchschnittlich 9,4 Prozent Marktanteil, das Elfmeterschießen begeisterte sogar 18,8 Prozent der 14- bis 49-Jährigen. Der Spielfilm „Wall-E – Der Letzte räumt die Erde auf“ überzeugte am Vatertag mit 10,5 Prozent Marktanteil. Im Juni stimmt kabel eins mit einer Grill-Woche und der „Abenteuer Leben“-Spezialsendung „Abenteuer Grillen – kabel eins sucht den BBQ-King 2014“ auf die Fußball-WM ein. Zusätzlich zeigt der Sender live das „ran Jahrhundertspiel Deutschland – Portugal“.

#### **sixx legt wieder auf 1,4 Prozent zu**

Hervorragender Mai für sixx: Bereits zum dritten Mal in diesem Jahr knackt die Senderin die 1,4 Prozent-Hürde bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern und steigert sich damit um +0,3

Prozentpunkte im Vergleich zum Mai 2013. In der sixx-Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Frauen liegt der Marktanteil bei stabilen 2,5 Prozent (+0,5 Prozentpunkte im Vergleich zum Mai 2013). Zu den Quotenhighlights zählten neben den weiterhin sehr erfolgreichen „Witches of East End“ am Donnerstagabend auch die Eigenproduktion „Sweet & Easy – Enie backt“ sowie „Jamie Oliver’s Food Revolution“. Deutschland-Premiere im Juni: Von Pfingstamstag bis -montag zeigt sixx das zehnteilige britische Serien-Event „The White Queen“ als Erstaussstrahlung.

### **SAT.1 Gold wächst weiter**

Der Marktanteil von SAT.1 Gold steigt im Mai 2014 auf 0,7 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern (April 2014: 0,6% MA). In der Relevanz-Zielgruppe der 40- bis 64-jährigen Frauen steigt der Marktanteil im Vergleich zum Vormonat ebenfalls um +0,1 Prozentpunkte auf 1,2 Prozent Marktanteil. Besonders punkteten im Mai die Magazine „Wunderwelt Wissen“, „Focus TV“ und „ServiceAkte“ sowie die Kult-Krimi-Serien „Edgar Wallace“ und „Mord ist ihr Hobby“. Im Juni feiert SAT.1 Gold den „Tag des Hundes“ mit einer Sonderprogrammierung rund um den beliebten Vierbeiner und zeigt unter anderem die BBC-Doku „Faszination Hund: Unser Partner mit dem sechsten Sinn“ in deutscher Erstaussstrahlung.

### **ProSieben MAXX erneut mit einer 1 vor dem Komma**

ProSieben MAXX schließt zum zweiten Mal in Folge über ein Prozent Marktanteil ab. Im Mai erreicht der am schnellsten wachsende Sender der neuen Generation sowohl in seiner Relevanz-Zielgruppe der 30- bis 59-jährigen Männer als auch bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern 1,0 Prozent Marktanteil. Starke Quoten erzielte ProSieben MAXX im Mai mit dem YEP! Programm am Nachmittag sowie Top-Spielfilmen wie „Heat“, „John Rambo“ und „Die drei Musketiere“ am Dienstag und Sonntagabend.

Basis: Alle Fernsehhaushalte Deutschland (Fernsehpanel D+EU). Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK / TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland Audience Research. Erstellt: 01.06.2014 für den Zeitraum 01.05.-31.05.2014; vorläufig gewichtet: 28.05.-31.05.2014. SAT.1 Gold ist am 17.01.2013 gestartet, ProSieben MAXX ist am 03.09.2013 gestartet. 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