

Bester Februar seit zehn Jahren: 29,3 Prozent Monatsmarktanteil für die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland

Unterföhring, 1. März 2015. Top-Wert im Februar: Die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland – SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX – erzielen im Februar einen Monatsmarktanteil von starken 29,3 Prozent. Alle Sender verzeichnen ein Plus im Vergleich zum Vormonat und schließen als Gruppe den Monat mit einem Plus von 1,5 Prozentpunkten vs. Januar 2015 (27,8 Prozent) ab. Damit erreichen sie den besten Februar-Wert seit zehn Jahren (2005: 29,3 Prozent MA).

Der Vergleich zur Mediengruppe RTL Deutschland (RTL, Vox, Super RTL, n-tv, RTL Nitro): ein Abstand von 5,3 Prozentpunkten (Mediengruppe RTL Deutschland im Februar 2015: 24,0 Prozent MA).

Für einen neuen Rekord sorgt erneut SAT.1 Gold: Nach dem Bestwert im Januar (1,0 Prozent MA) wächst der Sender bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern um weitere 0,2 Prozentpunkte im Februar auf einen Monatsmarktanteil von 1,2 Prozent.

Die Senderergebnisse im Einzelnen:

ProSieben wächst – und schafft ein historisches Ergebnis im Februar

ProSieben wächst im Februar im Vergleich zum Januar um +0,4 Prozent Marktanteil (Z. 14-49 J.). Dabei verkürzt der Sender den Abstand auf Marktführer RTL auf 1,6 Prozentpunkte – so knapp war der Abstand in der Sendergeschichte noch nie im Februar. Mit 11,0 Prozent untermauert ProSieben seine Position als starke Nummer bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Bei den jungen Zuschauern (Z. 14-29 J.) ist ProSieben mit 18,7 Prozent klarer Marktführer – mit satten 4,4 Prozentpunkten Vorsprung. Größte Quotentreiber im Februar waren die neuen US-Serien „Flash“ und „Gotham“ und die erfolgreiche Show „Germany’s next Topmodel – by Heidi Klum“.

SAT.1 legt zu und erzielt besten Februar seit drei Jahren

SAT.1 wächst im Februar um +0,5 Prozentpunkte im Vergleich zum Januar 2015 und um +0,6 Prozentpunkte im Vergleich zu Februar 2014 (Februar 2015: 9,5% MA, Z. 14-49 J.). Auch in seiner Relevanz-Zielgruppe (Z. 14-59 J.) legt der Sender zu (9,6 MA). Das größte TV-Experiment aller Zeiten, „Newtopia“, begeistert im Schnitt 14,1 Prozent der Zuschauer (bis zu 17,2% MA) und steigert damit die Quote am Vorabend (19:00-19:55 Uhr) um 127 Prozent. Weitere Marktanteilstreiber im Februar u.a.: „The Voice Kids“ (15,8% MA), US-Crime-Serien, ran Boxen und die Live-Übertragung des Superbowls.

kabel eins baut auf: 5,1 Prozent Marktanteil im Februar 2015

kabel eins schließt den Februar 2015 mit 5,1 Prozent Marktanteil bei den 14-49 Jährigen ab (+0,1 Prozentpunkte im Vgl. zu Januar 2015). Mit starken 7,8 Prozent Marktanteil verbuchte kabel eins in der UEFA Europa League (Sporting Lissabon gegen VfL Wolfsburg) einen neuen Saisonrekord. Das „K1 Magazin“ mit Moderatorin Kathy Weber holte im Februar 2015 mit 6,7 Prozent Marktanteil einen Jahres-Spitzenwert. Die neue Staffel von „Rosins Restaurants – Ein Sternekoch räumt auf“ überzeugte mit Werten von bis zu 6,9 Prozent Marktanteil. In der Access Prime punktete „Mein Lokal, Dein Lokal“ mit Topwerten von bis zu 7,5 Prozent Marktanteil.

sixx stark mit Serienstarts im Februar

Mit gleich vier Serienstarts holt sixx im Februar starke Quoten. Ob „The Tomorrow People“, die sechste Staffel von „The Vampire Diaries“, „Reign“ oder die zweite Staffel von „The Originals“ – alle Neustarts lagen deutlich über dem Senderschnitt. Damit legt sixx im Vergleich zum Vormonat in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen um +0,1 auf 1,4 Prozent Marktanteil zu. In der Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Frauen gelingt ebenfalls eine Steigerung um +0,1 auf 2,6 Prozent im Vergleich zum Januar. Weiteres Erfolgsprogramm im Februar: die Übertragung der GRAMMY®S 2015, die sixx erstmals live zeigte, sowie „Die GRAMMY®S – Das sixx-Special“.

Weiter im Aufwärtstrend: SAT.1 Gold holt im Februar starke 1,2 Prozent Marktanteil

SAT.1 Gold nimmt weiter Fahrt auf und schließt den Februar 2015 mit einem neuen Rekordwert von 1,2 Prozent Marktanteil ab (Z. 14-49 J., Januar 2015: 1,0 Prozent Marktanteil). Ein Plus von 0,3 Prozentpunkten verbucht SAT.1 Gold in der Relevanz-Zielgruppe der 40- bis 64-jährigen Frauen und damit ebenfalls einen Top-Marktanteil von starken 1,9 Prozent im Februar 2015. Mit Rekord-Tagesmarktanteilen von bis zu 2,0 Prozent (Z. 14-49 J.) untermauerte SAT. 1 Gold den Spitzenwert im Februar 2015.

Starker Februar für ProSieben MAXX: +0,3 Prozent zum Vorjahr

ProSieben MAXX schließt den Februar mit sehr guten 1,1 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern ab. Im Vergleich zum Vorjahr legt ProSieben MAXX um +0,3 Prozent Marktanteil zu. Erfolgreich ist der Sender mit Science-Fiction-Serien wie „Falling Skies“ am Mittwoch und das neuen Magazin „Man Made“ am Donnerstag. In seiner Relevanz-Zielgruppe (Männer 14-39 J.) erzielt ProSieben MAXX 1,7 Prozent Marktanteil.

Basis: Alle Fernsehhaushalte Deutschland (Fernsehpanel D+EU). Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK / TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland Audience Research. Erstellt: 01.03.2015 für den Zeitraum 01.02.-28.02.2015; vorläufig gewichtet: 26.-28.02.2015. 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