

## **#November2019: ProSiebenSat.1 wächst digital**

**Unterföhring, 1. Dezember 2019.** Die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland schließen den November 2019 mit 28,0 Prozent ab. Besonders stark performen die Sender im November auf den digitalen Plattformen: Mit über 255 Millionen Video Views erzielen sie im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ein Plus von 37 Prozent. Größte Treiber sind dabei u.a. Joko & Klaas (+162 %) und das „SAT.1 Frühstücksfernsehen“ (+28 %).

### **Die Senderergebnisse im November 2019 im Einzelnen:**

#### **SAT.1 mit schönen Erfolgen und mehr Video Views**

SAT.1 kann sich im November über Quoten-Highlights zu jeder Tageszeit freuen: morgens mit dem „SAT.1 Frühstücksfernsehen“ (bis zu 18,3 % MA), sonntagmorgens mit „Hochzeit auf den ersten Blick“ (bis zu 15,0 % MA), abends mit den „SAT.1 Nachrichten“ (bis zu 11,0 % MA am Sonntag) und mit Shows in der Prime Time: „The Voice of Germany“ überzeugt mit einem starken Finale (13,7 % MA) und Digital-Rekorden. SAT.1 schließt den November 2019 mit im Schnitt 7,6 Prozent Marktanteil (Relevanz-Zielgruppe Z. 14-59 J.: 7,5 % MA) ab. Digital erzielt SAT.1 im November ein schönes Plus von 33 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Zum Jahresende warten im Dezember in SAT.1 drei spannende Finalshows auf die Zuschauer: das Live-Finale von „The Voice Senior“ und das Finale von „Hochzeit auf den ersten Blick“ (beide 15.12.) sowie das Live-Finale von „Dancing on Ice“ (20.12.).

#### **Wachstum. ProSieben überzeugt mit dem besten Monat des Herbstes**

ProSieben setzt im November weiter starke inhaltliche Akzente: Nachdem Joko & Klaas in ihren 15 Live-Minuten Ende Oktober mit dem „Entkräfter“ (Der Automat von heute gegen die Parolen von gestern) ein Ausrufzeichen gesetzt haben, überzeugt der Sender im November mit Programmen wie „Queen Of Drags“, „Late Night Berlin“, Thilo Mischkes „ProSieben Spezial: Deutsche an der ISIS-Front“ und seinen Magazinen #taff und #Galileo. Mit 9,6 Prozent Marktanteil (Z. 14-49 J.) wird der November zum besten Monat im Herbst. Dabei ist auffällig: ProSieben gewinnt in der Prime Time Zuschauer und Marktanteile, verliert aber in der Nacht und am Morgen. Positiv verläuft weiter die digitale Entwicklung der Marke ProSieben: Über alle Plattformen hinweg wächst die Zahl der Video Views im Vergleich zum Vorjahr um 23 Prozent.

#### **Herz-OP und Teenie-Experiment geglückt: Starke Eigenproduktionen überzeugen bei Kabel Eins**

„Absolut faszinierend.“ „Mega interessant.“ „Bitte mehr davon!“ – Die erste Echtzeit-OP im deutschen Fernsehen sorgt für begeisterte Kommentare in den sozialen Medien. „Die Klinik – Operation am offenen Herzen“ beeindruckt die Zuschauer und überzeugt mit sehr guten 6,0 Prozent Marktanteil. Auch das Erziehungsexperiment „Teenies allein daheim“ glückt mit bis zu 5,9 Prozent in der Prime Time. Am Vorabend setzt „Abenteuer Leben täglich“ sein Rekordjahr mit bis zu 8,9 Prozent eindrucksvoll fort. Insgesamt verbucht Kabel Eins im November gute 5,0 Prozent Marktanteil und legt digital weiter zu. Die Video Views wachsen im Vergleich zum Vormonat um 16 Prozent auf über 32 Millionen. Im Dezember rettet Zwei-Sterne-Koch Frank Rosin weiter in neuen Folgen seines Klassikers „Rosins Restaurants“ Gastronomen vor dem Ruin (donnerstags, 20:15 Uhr). Der „Datezember“ bringt außerdem jeden Dienstag vor Weihnachten die schönsten Liebesfilme um 20:15 Uhr.

### **Rekord! sixx glänzt mit Paula und US-Serien im November**

Herbstleuchten: Nach dem besten Oktober folgt der beste November seit Senderstart für sixx! Mit 1,6 Prozent Marktanteil (Z. 14-49 J.) liegt der Frauensender außerdem deutlich über Vorjahr (November 2018: 1,2 % MA). In der Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Frauen holt sixx mit 2,3 Prozent den besten Marktanteil seit August 2016. Vor allem der Paula-Abend am Mittwoch mit u.a. der Live-Call-in-Show „Paula kommt ... am Telefon“ und der Serien-Start von „Legacies“ am Donnerstag liefen in beiden Zielgruppen glänzend. Online wächst sixx bei den Video Views über alle Plattformen um starke 26 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Neues Factual-Dokumentation aus UK: Am 4.12. um 20:15 Uhr startet auf sixx „Die Promi-Hebamme: Emma Willis auf der Babystation“.

### **Starker November für SAT.1 GOLD**

Ein weiterer Erfolgs-Monat für SAT.1 GOLD: In der Relevanz-Zielgruppe der 40- bis 64-jährigen Frauen legt der Sender im Vergleich zum Vorjahresmonat um 0,3 Prozentpunkte auf starke 3,1 Prozent Marktanteil zu (November 2018: 2,8 % MA). Mit einem stabilen Marktanteil von 1,6 Prozent schließt SAT.1 GOLD bei den 14- bis 49-Jährigen den November 2019 ab. Im Dezember setzt sich SAT.1 GOLD erstmals für die SOS Kinderhilfe ein und zeigt die Charity-Sendung „Das SOS-Kinderdorf Weihnachtssingen – weil jeder eine Familie braucht“ unter anderem mit Matthias Killing, Vanessa Mai, Wotan Wilke Möhring und Nico Santos (24.12.). Außerdem neu: „Die Pferdeflüsterin – Linda Weritz hilft“, „Praxis Dr. Dreesen – Weihnachten auf Gut Herrenhöhe“ und der Vierteiler „Rosamunde Pilcher: Vier Jahreszeiten“.

### **In guter Form: 1,7 Prozent Marktanteil für ProSieben MAXX**

Ein mitreißendes Rugby-WM-Finale zwischen England und Südafrika (5,7 % MA, Z. 14-49 J.). Spannende NFL-Spiele live am Sonntag zur besten Sendezeit (bis zu 7,5 % MA). Bestes Factual Entertainment – u.a. mit „Storage Wars“ (bis zu 4,3 % MA): ProSieben MAXX präsentiert sich im November in guter Form und schließt den Monat mit 1,7 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen ab (November 2018: 1,9 % MA). In seiner Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Männer überzeugt der Sender mit starken 3,4 Prozent. Bei seinen digitalen Video Views liegt ProSieben MAXX zehn Prozent über Vorjahr. Das Programmhilite für Anime-Fans im Dezember: die japanische Film-Trilogie Kizumonogatari in deutscher Erstaussstrahlung am 26.12. um 22:15 Uhr.

### **Kabel Eins Doku bleibt in der Erfolgsspur**

Kabel Eins Doku bestätigt im November mit 0,9 Prozent Marktanteil einmal mehr seine gute Form. „Alaska: Am Rande der Zivilisation“ mit bis zu 2,3 Prozent in der Daytime und „Homicide Hunter – Dem Mörder auf der Spur“ mit bis zu 2,1 Prozent in der Late Prime sind in diesem Monat die beliebtesten Programme. Die Wiederholung von „Die Klinik – Operation am offenen Herzen“ überzeugt außerdem mit sehr guten 1,6 Prozent in der Prime Time. Highlight im Dezember: „Die Schatzsucher von Oak Island“ sind weiterhin sonntags um 20:15 Uhr im Einsatz (Free-TV-Premiere der 6. Staffel).

Basis: Marktstandard TV

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK | videoSCOPE | ProSiebenSat.1 TV Deutschland | Business Intelligence  
Erstellt: 01.12.2019 für den Zeitraum 01.11.-30.11.2019; vorläufig gewichtet: 27.11.-30.11.2019. 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