

## **ProSiebenSat.1 TV Deutschland im goldenen Oktober mit starken 28,7 Prozent Marktanteil und digitalen Erfolgen**

**Unterföhring, 1. November 2018.** SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX und kabel eins Doku – die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland – schließen den Oktober 2018 mit einem sehr guten Marktanteil von 28,7 Prozent ab und erzielen damit ein Plus von 0,7 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahresmonat (Oktober 2017: 28,0% MA). Die Sender der IP-Gruppe (RTL, VOX, SUPER RTL, n-tv, NITRO, RTLplus) verlieren 0,5 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahresmonat, der Abstand zur ProSiebenSat.1 TV Deutschland beträgt 3,8 Prozentpunkte (IP-Gruppe im Oktober 2018 24,9% MA).

### **Die Senderergebnisse im Oktober 2018 im Einzelnen:**

#### **SAT.1 im Oktober 2018: Luke Mockridge und „The Voice“ bescheren goldene Quoten**

Luke Mockridge sorgt mit „LUKE! Die 2000er und ich“ (13,8% MA) und seiner Late-Show „LUKE“ Die Woche und ich“ (bis zu 15,0% MA) für mehr als gute Laune und auch Martina Hill ist ein Knaller und überzeugt mit ihrer ersten eigenen Show („Die Martina Hill Show“, 15,4% MA). Die achte Staffel von „The Voice of Germany“ (bis zu 18,3% MA) ist einmal mehr ein Erfolgsgarant für den Sender. Das „SAT.1-Frühstücksfernsehen“ (bis zu 19,1% MA) bleibt Marktführer am Morgen. Nicht nur tolle Torten, sondern vor allen Dingen tolle Quoten lieferte „Das Große Backen“ mit der zweitbesten Staffel (Staffelschnitt: 12,9% MA) seit Sendestart. Auch die Digitalzahlen schmecken: „Das große Backen“ begeistert im Oktober auch online mit bereits über 9 Millionen Videoabrufen auf allen Digital-Plattformen (+211% vs. Vorjahr). Stark liefen im TV bei SAT.1 wie immer auch die Kinohits wie „Ich bin dann mal weg“ (14,1% MA) und „Harry Potter und der Orden des Phönix“ (12,9% MA). Der Sender schließt den Oktober mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 8,3% ab (Z. 14-49 J.; Relevanz-Zielgruppe Z. 14-59 J.: 8,1%). Die Videoabrufe von SAT.1 steigerten sich auf allen Digital-Plattformen im Vergleich zum Vorjahresmonat um +11 Prozent (auf über 76 Mio. Videoabrufe). Der November bringt: die neue Comedy-Show „Big Blöff“ mit u.a. Bülent Ceylan und Paul Panzer (ab 2.11.), die neue Staffel „Hochzeit auf den ersten Blick“ (ab 4.11.), die Bestseller-Verfilmung von Sebastian Fitzek („Amokspiel“, 27.11.) u.v.m.

#### **ProSieben bestätigt seine gute Form: klarer Marktführer für junge Zuschauer**

ProSieben ist im Oktober unangefochten die Nummer 1 für junge Zuschauer (Z. 14-39 J.): Mit 13,1 Prozent Marktanteil steigert sich der Sender sowohl im Vergleich zum September 2018 als auch im Vergleich zum Oktober 2017 klar. Zum Vergleich: ProSieben erreicht in dieser Zielgruppe mehr als doppelt so viele Zuschauer wie Das Erste und mehr als drei Mal so viele Zuschauer wie das ZDF. Nicht verwunderlich, dass die Marke ProSieben auch digital punktet: Um mehr als +11 Prozent wachsen die Videoviews im Oktober im Vergleich zum Vorjahr. Besonders stark im Vergleich zum Vorjahr performen **online** „Galileo“ und „The Voice of Germany“. Bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern wächst ProSieben im Vergleich zum September um +0,3 Prozentpunkte und kommt auf 9,8 Prozent Marktanteil. Damit kann sich der Sender über den zweitstärksten Monat des Jahres freuen. Verantwortlich für den Erfolg sind unter anderem die starken Magazine „taff“ und „Galileo“. Zudem punktet der Sender mit den Sitcoms „The Big Bang Theory“, „Young Sheldon“ und „The Middle“ in der Prime Time am Montag. Donnerstags brillieren die Shows „The Voice of Germany“ und „Late Night Berlin“.

### **Starker Oktober für kabel eins mit 5,1 Prozent Marktanteil**

kabel eins legt im Vergleich zum Vorjahresmonat um sehr gute 0,4 Prozentpunkte zu und schließt den Oktober mit guten 5,1 Prozent Marktanteil ab (Oktober 2017: 4,7 % MA). Besonders erfolgreich liefen „Die besten Filme aller Zeiten“ im 20-jährigen Jubiläumsmonat („Zwei wie Pech und Schwefel“ mit 8,6 % MA) sowie die eigenproduzierten Factual-Sendungen „Mein Lokal, Dein Lokal – Der Profi kommt“ (bis zu 8,1% MA) und „Abenteuer Leben täglich“ (bis zu 8,9% MA). Starker Aufwärtstrend auch auf den digitalen Plattformen von kabel eins: Die Inhalte aus der „Abenteuer Leben“-Welt feiern bei den Videoviews ein Plus von 145 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Ab November zeigt kabel eins den „Rotlichtreport Deutschland“ (ab 25.11.) und neue Folgen von „Rosins Restaurants“ (ab 27.11.).

### **Seit elf Monaten über Vorjahr: sixx weiter auf Wachstumskurs**

Mit 1,4 Prozent Marktanteil im Oktober setzt sixx seinen Wachstumskurs im Vorjahresvergleich weiter fort (Oktober 2017: 1,2% MA). Es ist der elfte Monat in Folge, in dem der Frauensender über dem jeweiligen Vorjahreswert liegt. Tolle Werte holten im Oktober u.a. die US-Serie „This Is Us“, die Back-Show „Sweet & Easy – Enie backt“ sowie die Crime-Serien am Dienstag. In seiner Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Frauen schließt sixx den Monat mit 1,8 Prozent Marktanteil ab. Die neuen Folgen von „The Originals“ kommen vor allem online gut an. Mit mehr als 213.000 Full-Videoviews auf den digitalen Plattformen von sixx und auf 7TV liegt die finale fünfte Staffel 30 Prozent über den Vorjahreszahlen (gleicher Zeitraum, vierte Staffel). Highlight im November: Anlässlich des Weltmännertags (3.11.) feiert der Frauensender bereits am Abend davor die Männer – mit dem Talk-Special „Auf euch“ (2.11., 22:05 Uhr).

### **Souverän im Oktober: SAT.1 Gold holt 1,6 Prozent Marktanteil**

Mit guten 1,6 Prozent Marktanteil im Oktober startet SAT.1 Gold souverän in das vierte Quartal 2018. In der Relevanz-Zielgruppe der 40- bis 64-jährigen Frauen legt der Sender im Vergleich zum Vorjahresmonat um 0,2 Prozentpunkte auf 3,0 Prozent Marktanteil zu (Oktober 2017: 2,8% MA). Neu im November: Für einsame Hunde und Katzen in Deutschlands Tierheimen, die bislang noch kein Zuhause gefunden haben, gibt es in „Haustier sucht Herz – Die Pechvögel“ eine zweite Chance (1.11.). Zusätzlich starten die neuen Staffeln von „Lebenslust – Das SAT.1 Gold Magazin“ und „Wunderwelt Wissen“ (ab 8.11.).

### **Stark mit NFL und Anime: ProSieben MAXX feiert den besten Oktober seit Senderbestehen**

Quoten-Hoch im Herbst! Die NFL-Live-Übertragungen brechen weiterhin Rekorde auf ProSieben MAXX und sorgten am 21. Oktober für den stärksten Tagesmarktanteil in der Geschichte des Senders: 3,9 Prozent (Z. 14-49 J)! Weiter stark ist der Sender mit seinem umfangreichen Anime-Programm – und erzielt am späten Nachmittag Topquoten von bis zu 6,0 Prozent. Mit 1,8 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen feiert ProSieben MAXX somit den besten Oktober seit Senderstart. Der Männersender verbucht ein Plus von +0,3 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahresmonat (Oktober 2017: 1,5% MA). In seiner Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Männer kommt ProSieben MAXX auf sehr gute 3,0 Prozent Marktanteil. Im November hat die deutsche Rugby-Mannschaft die historische Chance, sich ein Ticket zur WM 2019 zu sichern. ProSieben MAXX zeigt die Qualifikationsspiele am 11., 17. und 23. November live.

### **Rekord-Feiertag und starker Oktober für kabel eins Doku**

Die Marathon-Programmierung von „Unerklärliche Phänomene“ am 3. Oktober bescherte kabel eins Doku den bisher erfolgreichsten Sendetag mit 1,6 Prozent Tagesmarktanteil. Den gesamten Monat schließt der Sender mit sehr guten 0,7 Prozent Marktanteil ab. Besonders überzeugend im Oktober: „Die Schatzsucher von Oak Island“ in der Sonntag-Primetime sowie „Achtung Kontrolle!“ in der Daytime mit bis zu 2,0 Prozent Marktanteil (alle Werte: Z. 14-49 J.). Am heutigen 1. November zeigt kabel eins Doku den ganzen Tag die Real-Crime-Reihe „Der entscheidende Beweis“ mit „Harry Potter“-Star Robbie Coltrane als Free-TV-Premiere.

Basis: Marktstandard TV

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK | videoSCOPE | ProSiebenSat.1 TV Deutschland | Business Intelligence  
Erstellt: 01.11.2018 für den Zeitraum 01.10.-31.10.2018; vorläufig gewichtet: 28.10.-31.10.2018. 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  
Dagmar Brandau  
Tel: 089/9507-2185  
Dagmar.Brandau@ProSiebenSat1.com