

Februar 2020: die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland

Unterföhring, 1. März 2020. Rückenwind. Mit einem guten Plus im Vergleich zum Januar haben ProSieben (Z. 14-49 J.: +0,7 % MA / Z. 14-29 J.: +1,5 % MA), die Kabel Eins-Brand Family mit Kabel Eins und Kabel Eins Doku (Z. 14-49 J.: +0,5 % MA) und SAT.1 GOLD (Z. 14-49 J.: +0,2 % MA) den Februar abgeschlossen. Zusammen erreichen die Brand Families ProSieben (ProSieben und ProSieben MAXX), SAT.1 (SAT.1 und SAT.1 GOLD), Kabel Eins (Kabel Eins und Kabel Eins Doku) und sixx einen Marktanteil von 27,1 Prozent und ein Plus von 0,8 Prozent vs. Vormonat (Januar 2020: 26,3 % MA).

Digital auf Wachstumskurs: Auf den digitalen Plattformen verzeichnen die Video Views der Sender ein Plus von 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat.

Die Brand Familys im Februar 2020 im Einzelnen:

ProSieben und ProSieben MAXX

Stark. ProSieben wächst +8 Prozent im Vergleich zum Januar

Nach dem ruckeligen Start in das Jahr 2020 findet **ProSieben** wieder seine Erfolgsspur: Mit einem Wachstum von +8 Prozent im Vergleich zum Januar schließt ProSieben den Monat Februar mit guten 9,5 Prozent Marktanteil (Z. 14-49 J.) ab. Parallel wächst die Medienmarke ProSieben digital: Die Zahl der ProSieben-Video Views steigt um +5 Prozent auf 110 Millionen. Wachstumstreiber auf allen Plattformen war der erfolgreiche Start von „Germany’s next Topmodel – by Heidi Klum“. Topstart im März: „The Masked Singer“ startet am Dienstag, 10. März, in seine zweite Staffel.

ProSieben MAXX schließt den Februar mit guten 1,5 Prozent Marktanteil ab (Z. 14-49 J.). In seiner Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Männer kommt der Sender auf 2,2 Prozent Marktanteil. Besonders stark: die Rugby-Live-Übertragungen am Sonntag und das WWE-Programm „RAW“. Sportliche Höhepunkte im März sind die Länderspiele der U21-Nationalmannschaft gegen Österreich (26.3.) und Wales (31.3.) live auf ProSieben MAXX. Zudem startet „ran eSports – Professional. Gaming. Magazine“ am 5. März auf einem neuen Sendeplatz - immer donnerstags um 23:00 Uhr.

SAT.1 und SAT.1 GOLD

SAT.1 groß mit kleinen Talenten und morgens ein starkes Stück / SAT.1 GOLD mit bestem Februar seit Sendestart

Linear und digital ein Hit: „The Voice Kids“ startet im Februar in **SAT.1** auf höherem Niveau als im Vorjahr (mit 12,1 % MA) und steigert seine Video Views im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um starke 28 Prozent (mit über 10 Mio. VV). Das „SAT.1-Frühstücksfernsehen“ hat seinen besten Februar seit acht Jahren (14,7 % MA) und wächst digital um 54 Prozent im Vergleich zum Februar 2019. „The Biggest Loser“ punktet mit bis zu 13,3 Prozent Marktanteil. „Big Brother“ verzeichnete im Februar über sieben Millionen Video Views und kann auch in der SAT.1-App begeistern: Dort wurden bislang über 5,4 Millionen Bewertungen für die Bewohner abgegeben. Insgesamt schließt SAT.1 den Februar mit 7,2 % MA bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern ab (7,0 % MA bei Z. 14-59 J.). Der März bringt u.a. das Fanduell „United Voices“ (ab 13.3.) und ein absolutes Muss für alle Reality-Fans, „Promis unter Palmen“ (ab 25.3.).

SAT.1 GOLD schließt den Monat mit dem besten Februarergebnis seit Sendestart (Z. 14-49 J.: 1,6 % MA; F. 40-64 J.: 3,0 % MA) ab und verzeichnet ein sehr gutes Plus von 0,2 und 0,3 Prozentpunkten im Vergleich zum Januar 2020 (Z. 14-49 J.: 1,4 % MA; F. 40-64 J.: 2,7 % MA).

Goldenes Wachstum auch auf den digitalen Plattformen: Die Video Views steigen um hervorragende 76 Prozent im Vergleich zum Februar 2019.

Kabel Eins und Kabel Eins Doku

Aktuell und relevant: Kabel Eins setzt mit „Notaufnahme Live“ erneut Ausrufezeichen

„Vielen Dank für #NotaufnahmeLive – einfach großartig!“ „Toller Einblick.“ „Allergrößten Respekt an Krankenhauspersonal und Rettungskräfte!“ – Die Live-Sendung aus dem Marienhospital in Stuttgart sorgt für Faszination und Begeisterung in den sozialen Medien: über 2.000 Facebook-Kommentare und Platz 5 in den Twitter-Trends. „Notaufnahme Live“ beeindruckt die Zuschauer und überzeugt mit sehr guten 6,1 Prozent Marktanteil bei Kabel Eins und Kabel Eins Doku. Weiterer Erfolgsfaktor im Februar sind Kultfilme wie „Indiana Jones“ mit bis zu 9,4 Prozent in der Prime Time. Insgesamt verbucht Kabel Eins 5,0 Prozent Monatsmarktanteil. Im März feiert der Sender den 65. Geburtstag von Bruce Willis mit seinen besten Filmen und einer exklusiven Doku über den Hollywoodstar (16.-18.3.). Zwei-Sterne-Koch Frank Rosin startet am 19. März in eine neue Staffel seines Klassikers „Rosins Restaurants“.

Kabel Eins Doku läuft im Februar wieder zur Höchstform auf und steigert sich auf hervorragende 1,0 Prozent Marktanteil. Ein Quotengarant sind nach wie vor „Die Schatzsucher von Oak Island“. Die Dokureihe holt in der Prime Time am Sonntag Top-Werte von bis zu 1,9 Prozent.

sixx: Aufwärtstrend bei den jungen Frauen

Frühjahrs-Aufschwung: Bei den 14- bis 39-jährigen Frauen legt sixx im Februar zu und erreicht sehr gute 1,8 Prozent Marktanteil (Z. 14-49 J.: 1,3 % MA). Stark laufen u.a. „Big Brother – Die Late Night Show“ mit Melissa Khalaj und Jochen Bendel mit bis zu 5,8 Prozent Marktanteil (F. 14-39 J.) sowie die Wiederholung von „Germany’s next Topmodel – by Heidi Klum“ am Freitagabend. Auf den digitalen Plattformen steigert sich sixx bei den Video Views um 44 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Am 8. März feiert der Frauensender den „Tag der Heldinnen“ und zeigt das vierteilige US-Sozialexperiment „In a Man’s World“ sowie alle vier Folgen von „No body is perfect – Das Nacktexperiment“ mit Paula Lambert.

Basis: Marktstandard TV

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK | videoSCOPE | ProSiebenSat.1 TV Deutschland | Business Intelligence
Erstellt: 01.03.2020 für den Zeitraum 01.02.-29.02.2020; vorläufig gewichtet: 26.02.-29.02.2020. Video Views für den Zeitraum 01.02.-24.02.2020 (bzw. YT 01.02.-21.02.2020). 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