

## **ProSiebenSat.1 TV Deutschland im 1. Halbjahr 2014: trotz WM plus 0,8 Prozentpunkte vs. 1. HJ 2013**

Unterföhring, 1. Juli 2014. Die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland – SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX – schließen das 1. Halbjahr 2014 mit einem guten Marktanteil von 28,0 Prozent ab und konnten sich trotz Fußball-WM um fast einen Prozentpunkt (0,8 Prozentpunkte) gegenüber dem 1. Halbjahr 2013 (27,2 Prozent MA) verbessern. Im Vergleich: Die Sender der Mediengruppe RTL Deutschland (RTL, Vox, Super RTL, n-tv, RTL Nitro) verzeichnen im 1. Halbjahr 2014 einen Marktanteil von 25,0 Prozent und im Vergleich zum 1. Halbjahr 2013 ein Minus von 2,1 Prozentpunkten (1. HJ 2013: 27,1 Prozentpunkte).

Der Quartalsvergleich: Im 2. Quartal 2014 erreichen die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland einen Marktanteil von 27,5 Prozent und liegen damit nur 0,4 Prozentpunkte hinter dem Ergebnis des 2. Quartals 2013 (27,9 Prozent MA). Die Sender der Mediengruppe RTL Deutschland schließen das 2. Quartal 2014 mit einem Marktanteil von 23,6 Prozentpunkten und damit einem Minus von 2,3 Prozentpunkten vs. dem 2. Quartal 2013 (25,9 Prozent MA).

Im Juni erzielten die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland einen Monatsmarktanteil von 24,5 Prozent: SAT.1 erreichte einen Marktanteil von 7,8 Prozent (Z. 14-59 J.: 8,3 Prozent MA), ProSieben 8,9 Prozent (Z. 14-39 J.: 12,6 Prozent MA), kabel eins 4,8 Prozent, sixx 1,4 Prozent (F. 14-39 J.: 2,3 Prozent MA), SAT.1 Gold 0,7 Prozent (F. 40-64 J.: 1,2 Prozent MA) und ProSieben MAXX 0,9 Prozent (M. 30-59 J.: 0,8 Prozent MA). Die Sender der Mediengruppe RTL Deutschland schließen den Juni mit einem Marktanteil von 20,2 Prozent und einem Minus von 4,3 Prozentpunkten zu den Sendern der ProSiebenSat.1 TV Deutschland ab.

Am Mittwochabend präsentieren die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland die TV-Highlights der kommenden TV-Saison.

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 01.06.-30.06.2014; vorläufig gewichtet: 27.06.-30.06.2014. 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  
Susanne Lang  
Tel: 089/9507-1183  
Susanne.Lang@ProSiebenSat1.com