

Wachstum im Februar 2019 für die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland!

Unterföhring, 1. März 2019. Die ungewohnt hohen Temperaturen im Februar 2019 lassen auch die Marktanteile der ProSieben- und kabel eins-Brand-Familys aufblühen und bescheren der ProSiebenSat.1 TV Deutschland ein Plus von 2,0 Prozentpunkten und einen starken Marktanteil von 28,6 Prozent (Januar 2019: 26,6 % MA). SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX und kabel eins Doku verbuchen damit ein Wachstum von 2,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat (Februar 2018: 25,9 % MA).

Die IP-Gruppe (RTL, VOX, SUPER RTL, n-tv, NITRO und RTLplus) liegt gegenüber dem Vorjahresmonat mit 25,2 Prozent Marktanteil nur leicht im Plus (Februar 2018: 25,0 % MA). Im Februar 2019 beträgt ihr Abstand zur ProSiebenSat.1. TV Deutschland damit -3,4 Prozentpunkte.

Die Senderergebnisse im Einzelnen:

ProSieben: Größter Gewinner im Februar

Mit dem besten Februar seit 2016 wird ProSieben zum größten Gewinner im Februar: Sehr gute 10,6 Prozent Marktanteil bedeuten eine gigantische Steigerung von 1,5 Prozentpunkten (Z. 14-49 J.) im Vergleich zum Februar 2018, damit liegt der Sender zum achten Mal in Folge über dem Vorjahresmonat. Im Vergleich zum Januar 2019 legt der Sender um satte 1,1 Prozentpunkte zu. Mit 14,2 Prozent Marktanteil ist ProSieben natürlich Marktführer für junge Zuschauer (Z. 14-39 J.). Seine digitale Performance steigerte ProSieben über alle Plattformen auf 109 Millionen Videoviews. „Germany’s next Topmodel – by Heidi Klum“ ist sowohl online als auch im TV im Februar eine Bank für ProSieben. Dazu punktet der Sender montags mit US-Sitcoms und „Late Night Berlin“, dienstags mit „Das Ding des Jahres“ und mittwochs mit der neuen US-Serie „Mysterious Mermaids“. Die Magazine „Galileo“ und „taff“ stellten im Februar 24-Monats-Bestmarken auf.

SAT.1 wächst im Februar 2019 linear und digital

Kleine Talente ganz groß: SAT.1 erzielt mit „The Voice Kids“ bis zu 11,9 Prozent Marktanteil und steigert die Videoviews im Vergleich zur letzten Staffel um satte 181,0 Prozent (4,2 Mio. VVs über alle Plattformen). Auch „The Biggest Loser“ (bis zu 12,2 % MA) ist im Netz ein Hit (bereits mehr als 1,7 Mio. VVs). Kein Wunder: 70,0 Prozent aller Clips sind web-exklusiv, v.a. die Trainings-Clips der Coaches begeistern. Auch Kino-Hits wie „Fuck ju Göhte“ (18,2 % MA) oder „The Boss Baby“ (10,8 % MA) lassen SAT.1 im Februar wieder zulegen: Der Monatsmarktanteil steigt auf 7,8 Prozent (Z. 14-49 J.; Z. 14-59 J.: 7,8 % MA) und die Videoabrufe auf allen SAT.1-Digital-Plattformen wachsen um 16,0 Prozent im Vergleich zum Januar. Der März ist gespickt mit Highlights wie der Zeitreise-Show „Was für ein Jahr“ (1. und 8.3.) mit Hugo Egon Balder, der gerade mit dem Grimme-Preis ausgezeichneten Show „CATCH! Die Deutsche Meisterschaft im Fangen“ (ab 22.3.) und dem bewegenden Film zum Thema K.o.-Tropfen, „Lautlose Tropfen“ – mit Stefanie Stappenbeck, Oliver Wnuk uvm. (25.3.).

kabel eins legt zu: „Trucker Babes“ rollen mit Bestmarke ins Ziel

Satte 0,6 Prozentpunkte legt kabel eins im Vergleich zum Februar 2018 zu und steigert sich auf 5,2 Prozent Monatsmarktanteil. Die „Trucker Babes“ brillieren mit einem Schnitt von 7,4 Prozent Marktanteil und rund vier Millionen Video-Views auf den digitalen Plattformen. Die eben zu Ende gegangene dritte Staffel der Reportagereihe markiert damit die beste

Eigenproduktion von kabel eins seit über sechs Jahren. Im Anschluss erzielt „Abenteuer Leben am Sonntag“ mit 6,6 Prozent den besten Monatswert seit Frühjahr 2012. Auch die eigenproduzierten Vorabend-Formate „Abenteuer Leben täglich“ (bis zu 10,0 % MA) und „Mein Lokal, Dein Lokal“ (bis zu 7,4 % MA) bleiben mit konstant guten Quoten in der Erfolgsspur. Sonntag bleibt „Babes“-Tag: Ab 3. März sind die „Trecker Babes“ mit ihren Traktoren und Baggern im Einsatz. Und ab 28. März geht es in vier Folgen für jeweils vier Jugendliche „Ab ins Kloster!“.

sixx stark mit Mystery, Style und Home & Living

Prima Prime-Time-Abende auf sixx: Tolle Quoten gab es im Februar u.a. für die US-Serien in Erstausstrahlung am Donnerstag, für die „Home & Living“-Shows am Mittwoch und den stylischen Freitag mit der Wiederholung von „Germany’s next Topmodel“. Die neue Telenovela „Total Dreamer“ holt am Nachmittag nicht nur im TV gute Quoten (bis zu 1,8 % MA, Z. 14-49 J.) – sie ist auch auf den digitalen Plattformen gefragt und legt von Woche zu Woche zu. Insgesamt performt sixx mit 1,3 Prozent Marktanteil (Z. 14-49 J.) auf Vormonats-Niveau (Relevanz-Zielgruppe F. 14-39 J.: 1,7 % MA). Frauenpower im März: Am Weltfrauentag (8.3.) feiert sixx den „Tag der Heldinnen“ mit einem Doku-Special auf allen Plattformen. Außerdem neu: die dritte Staffel „This Is Us“ (ab 25.3.), ein neuer Paula Lambert-Abend (ab 27.3.) – und ab dem 31. März verteilt „Der Welpentrainer“ seine Leckerlies.

SAT.1 GOLD: Frühlingshafter Aufwind im Februar

SAT.1 GOLD schließt den zweiten Monat des Jahres mit 1,4 Prozent Marktanteil ab und gewinnt damit +0,2 Prozentpunkte im Vergleich zum Januar 2019. In der Relevanz-Zielgruppe der 40- bis 64-jährigen Frauen macht der Sender für die goldenen Momente sogar ein Plus von 0,4 Prozentpunkten im Vergleich zum Vormonat: von 2,2 auf 2,6 Prozent Marktanteil. Himmlische Helfer („Ein Engel auf Erden“ bis zu 3,2 % MA), Hobby-Ermittler („Mord ist ihr Hobby“ bis zu 4,8 % MA) und Profi-Ermittler („K11 – Kommissare im Einsatz“ bis zu 3,1 % MA, „Lenßen & Partner“ bis zu 3,5 % MA) trugen zu diesem Aufwind bei. Ausblick März: Das „Krimifieber“ am Freitag bekommt ein neues Gesicht: „Vera – Ein ganz spezieller Fall“. Die britische Erfolgsserie startet heute Abend um 20:15 Uhr.

Stark! ProSieben MAXX feiert mit 1,6 Prozent Marktanteil den besten Februar seit Senderstart

Nix mit Winterblues! ProSieben MAXX schließt den Februar mit sehr guten 1,6 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen ab. Damit erzielt der Männersender ein kräftiges Plus von +0,3 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr (Februar 2018: 1,3 % MA) – der beste Februar seit Senderstart. In seiner Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Männer kommt ProSieben MAXX auf gute 2,4 Prozent Marktanteil. Der Männersender punktete u.a. mit Anime – im TV und auf seinen Online-Plattformen. Sportliche TV-Highlights im März: Zum Auftakt der Zusammenarbeit mit dem DFB zeigt ProSieben MAXX das letzte Länderspiel der deutschen U21-Nationalmannschaft vor der Europameisterschaft. „ran Fußball“ überträgt Deutschland gegen England am 26. März live um 20:15 Uhr. Bereits am 23. März zeigt ProSieben MAXX noch mehr eSports: das „Counter Strike“-Event der Blast Pro Series live aus São Paulo um 22:00 Uhr.

kabel eins Doku weiter gut in Form

Formate wie „Die Schatzsucher von Oak Island“, „Achtung Kontrolle!“ und „Unerklärliche Phänomene“ punkteten bei kabel eins Doku im Februar mit Marktanteilen von bis zu 1,8 Prozent. Der Sender steigert sich im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,2 Prozentpunkte

und schließt den Monat mit guten 0,7 Prozent Marktanteil ab. Frisches März-Programm: Am 19. März startet die Dokureihe „Top 10 der Geschichte: Siege, Rätsel, Wunderwaffen“ in deutscher Erstaussstrahlung.

Basis: Marktstandard TV

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK | videoSCOPE | Google Analytics | Webtrekk | ProSiebenSat.1 TV Deutschland | Business Intelligence

Erstellt: 01.03.2019 für den Zeitraum 01.02.-28.02.2019; vorläufig gewichtet: 25.02.-28.02.2019. 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
Simon Walter, Dagmar Brandau
Tel: 089/9507-2185
Dagmar.Brandau@ProSiebenSat1.com