

ProSiebenSat.1 TV Deutschland im Juli 2016: plus 2,3 Prozentpunkte Marktanteil vs. Juni

Unterföhring, 1. August 2016. Die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland – SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX – schließen den Juli mit einem Marktanteil von 27,3 Prozent ab. Das Ergebnis der Sendergruppe ist damit um 2,3 Prozentpunkte stärker als der EM-Juni 2016 (25,0% MA).

Im Vergleich: Die Sender der IP-Gruppe (RTL, Vox, Super RTL, n-tv, RTL Nitro, RTLplus) schließen den Juli 2016 mit einem Monatsmarktanteil von 23,4 Prozent ab und liegen mit diesem Ergebnis um 3,9 Prozentpunkte hinter den Sendern der ProSiebenSat.1 TV Deutschland.

Die Senderergebnisse im Juli 2016 im Einzelnen:

SAT.1 legt wieder zu

SAT.1 schließt den Monat Juli mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 8,3 Prozent ab (Z. 14-49 J.; Relevanz-Zielgruppe Z. 14-59 J.: 8,3% MA) und legt damit im Vergleich zum Vormonat um +0,6 Prozentpunkte zu. Erfreulich u.a.: die Entwicklung der Factual-Formate im Juli („akte 20.16“ mit bis zu 10,3% MA; „SAT.1 Frühstücksfernsehen“ mit bis zu 15,5% MA; „Fahndung Deutschland“ mit bis zu 9,6% MA; „21 Schlagzeilen“ mit 9,7% MA). Michelle Hunziker und ihre Jury-Kollegen erzielten mit den „Superkids“ bis zu 11,3 Prozent Marktanteil und die Crime-Fans kamen einmal mehr mit den SAT.1-Serienhits auf ihre Kosten (u.a. „Criminal Minds“ bis zu 14,7% MA).

Marktführer ProSieben: Die Nummer 1 für junge Zuschauer

ProSieben ist im Juli die erste Adresse für junge Zuschauer: Mit einem Marktanteil von 13,2 Prozent (Z. 14-39 J.) dominiert ProSieben in dieser Zielgruppe. Zum Vergleich: Als größter Verfolger kommt RTL auf 12,1 Prozent Marktanteil. Bei den Zuschauern zwischen 14 und 49 Jahren punktet ProSieben mit 9,8 Prozent Marktanteil. Besonders überzeugte ProSieben mit seinen Wissens-TV-Programmen im Juli: Sowohl die neue Doku-Reihe „Uncovered“ mit Thilo Mischke, das neue Magazin „10 Fakten“, das tägliche Magazin „Galileo“ oder „Galileo Big Pictures“ am Samstag sorgten für gute Marktanteile. Ebenfalls stark: der Start der neuen US-Serie „Quantico“.

kabel eins baut auf: 5,3 Prozent Marktanteil im Juli

Starke Factual-Formate, starker Monat: Mit einem Marktanteil von guten 5,3 Prozent (Z. 14-49 J.) und einem Plus von 0,3 Prozentpunkten im Vergleich zum Vormonat Juni startet kabel eins in das dritte Quartal. Zum Monatserfolg trugen zahlreiche eigenproduzierte Factual-Formate bei: „Abenteuer Leben täglich“ mit Johannes Zenglein (bis zu 9,0% MA), „Achtung Abzocke – Urlaubsbetrügnern auf der Spur“ mit Peter Giesel (bis zu 8,9% MA) sowie „Abenteuer Leben am Sonntag“ mit einem Jahresbestwert von 7,7 Prozent Marktanteil. Highlights im August: In „Tamme Hanken – Der Knochenbrecher auf Tour“ knackt der ostfriesische Hühne wieder große und kleine Tiere glücklich (ab 16.8.). „Restaurants am Limit“ zeigt den harten Alltag der Gastronomie und blickt hinter die Kulissen von fünf Gastwirten (ab 28.8.).

sixx mit Plus bei den jungen Frauen

Mit US-Serien und Tattoo-Shows erfolgreich: sixx erreicht im Juli 2,2 Prozent Marktanteil in seiner Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Frauen und 1,3 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern (Juni: 1,9% und 1,3% MA). Zu den quotenstarken Programmen

gehörten u.a. „Tattoo Nightmares – Miami“ am Mittwoch sowie die US-Serien in Erstausstrahlung wie „Saving Hope“ und „iZombie“. Ausblick: Im August gibt's den besten Sex in der Prime-Time auf sixx! Paula Lambert und ihr Mann Matthias starten am 31. August 2016 um 20:15 Uhr zu einem lustvollen Roadtrip in „So kommt Deutschland“.

Rekord für SAT.1 Gold: 2,9 Prozent in der Relevanz-Zielgruppe

SAT.1 Gold holt im Juli mit 2,9 Prozent Marktanteil in der Relevanz-Zielgruppe der 40- bis 64-jährigen Frauen einen neuen Rekordwert (+0,1 Prozentpunkte im Vergleich zum Vormonat). Erfolgreich auch bei den 14- bis 49-Jährigen: Hier verzeichnet SAT.1 Gold ebenfalls ein Plus von 0,2 Prozentpunkten und schließt den Monat mit 1,4 Prozent Marktanteil ab (Juni 2016: 1,4% MA).

ProSieben MAXX legt zu: 1,1 Prozent im Juli

ProSieben MAXX schließt den Juli mit einem Marktanteil von 1,1 Prozent (Z. 14-49 J.) ab. Der Männersender punktete u.a. mit Spielfilmen in der Prime-Time wie „Pain & Gain“ (2,3 Prozent Marktanteil) bei den 14- bis 49-Jährigen. Weiterhin stark ist ProSieben MAXX mit seinem Doku-Line-up am Sonntag, wo Eventprogrammierungen wie „The Island mit Bear Grylls“ Marktanteile von bis zu 4,2 Prozent erzielten. In seiner Relevanz-Zielgruppe der 14- bis 39-jährigen Männer kommt der Sender auf sehr gute 2,0 Prozent Marktanteil.

Basis: Alle Fernsehhaushalte Deutschland (Fernsehpanel D+EU). Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK / TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland Audience Research. Erstellt: 01.08.2016 für den Zeitraum 01.07.-31.07.2016; vorläufig gewichtet: 28.-31.07.2016. 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