



PRESSEMITTEILUNG

Das Jahr 2024. Joyn wächst und wächst und wächst

München, 30. Dezember 2024. Verlässliches Wachstum. Die ProSiebenSat.1-Entertainment-Strategie „Alles auf Joyn“ geht auf. Joyn wächst und wächst und wächst. Der deutsche Superstreamer hat 2024 in jedem Monat mehr Nutzer als im Vergleichsmonat des Vorjahres. Parallel dazu steigt 2024 die Watchtime signifikant im Vergleich zum Vorjahr.

Henrik Pabst, als ProSiebenSat.1-Content-Chef verantwortlich für alle Inhalte auf Joyn, SAT.1, ProSieben, Kabel Eins und den Zielgruppensendern sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX und Kabel Eins Doku: „Joyn wächst schneller als der Markt. Es zahlt sich aus, dass wir Joyn in den Mittelpunkt unserer Content-Strategie gestellt haben. Wichtig für uns: Wir wachsen auf Joyn in allen Genres. Und wir punkten sowohl mit Joyn-Reality-Originals wie ‚The Race‘ als auch mit Programmen wie ‚Die Landarztpraxis‘, #GNTM und ‚Wer stiehlt mir die Show?‘. 2025 werden wir mit den guten Erfahrungen aus 2024 das Wachstum von Joyn weiter beschleunigen.“

Die linearen ProSiebenSat.1-Sender kommen in der Zielgruppe der 14- bis 59-Jährigen auf 20,0 Prozent Marktanteil. Bei den jungen Zuschauer:innen (14 - 49 Jahre) erzielen die sieben Sender 22,3 Prozent Marktanteil. Damit liegen sie in beiden Zielgruppen nicht zuletzt wegen der Europameisterschaft in Deutschland und den Olympischen Spielen in Paris etwas unter dem Wert von 2023. **Henrik Pabst:** „2024 war ein fulminantes Sportjahr. Das haben wir an unseren Marktanteilen im Sommer sehr gespürt. Aber wir haben unsere Sender in wichtigen Slots im zweiten Halbjahr stabilisiert. Das wird sich 2025 weiter auszahlen.“

Joyn: Auf Wachstum programmiert

On the Road to Superstreamer: Joyn wächst 2024 bei den monatlichen Video-Nutzer:innen um herausragende 37 Prozent, bei der Watchtime um starke 27 Prozent. Bester Monat seit Bestehen der Plattform ist der Oktober mit einer Steigerung von fantastischen 60 Prozent bei der Watchtime und 45 Prozent bei den monatlichen Video-Nutzer:innen im Vergleich mit dem Oktober 2023.

Katharina Frömsdorf, CEO Joyn: „The only way is up: Wir haben 2024 bewiesen, dass die Zuschauer:innen mehr wollen vom Joyn-Prinzip: Immer mehr Live-TV und immer mehr verlässliche Information und bestes Entertainment auf Abruf – gebündelt an einem Ort und kostenlos. Das dynamisch zweistellige Wachstum unserer Streaming-Plattform bestätigt



unsere Strategie klar und macht einmal mehr deutlich: Wir sind im deutschsprachigen Markt der beste Partner für unsere Zuschauer:innen – und vor allem für unsere Werbekunden.“

SAT.1: Ein gutes viertes Quartal

Im zweiten Halbjahr erstmals seit 2022 wieder deutlich vor Vox und damit zweitstärkster Privatsender bei den 14- bis 59-Jährigen! Leichtes Wachstum im vierten Quartal im Vergleich zum Vorjahr! SAT.1 entwickelt sich seit dem Sommer mit starken Programm-Marken wie „Das 1 % Quiz“, „Promi Big Brother“, „Das große Backen“ oder auch der „ran SAT.1 Bundesliga“ positiv und zahlt mit seinen erfolgreichen Vorabendserien auf das Joyn-Wachstum ein. SAT.1 kommt in seiner Senderzielgruppe (Zuschauer 14 – 59 Jahre) auf gute 5,7 Prozent Marktanteil.

Senderchef Marc Rasmus: „Mehr Verlässlichkeit, mehr Selbstverständlichkeit, mehr Wow! Das waren unsere Versprechen für SAT.1 in diesem Jahr. Und die haben wir an vielen Stellen sehr gut umgesetzt – so ist es uns zum Beispiel gelungen, den Vorabend mit unseren Serien ‚Die Landarztpraxis‘ und ‚Die Spreewaldklinik‘ zu stabilisieren und den Quiz-Donnerstag erfolgreich zu etablieren. Das Wachstum im vierten Quartal ist dafür ein schöner Lohn. 2025 kann kommen – SAT.1 ist bereit.“

ProSieben: Joko und Klaas schreiben TV-Geschichte

Das kann nur ProSieben. Nach dem Sieg der 50. Folge „Joko & Klaas gegen ProSieben“ gestalteten Joko Winterscheidt und Klaas Heufer-Umlauf am 21. April für 24 Stunden einen gesamten Sonntag auf ProSieben nach ihren Vorstellungen. Damit schreiben die beiden Entertainer nicht nur Fernsehgeschichte, sondern bescheren dem Sender mit 17,4 Prozent Marktanteil (Zuschauer 14-49 Jahre) den erfolgreichsten Tag seit November 2020 und werden mit dem Deutschen Fernsehpreis 2024 ausgezeichnet. Die eigens für den Tag entwickelte Prime-Time-Show „Ein sehr gutes Quiz (mit hoher Gewinnsumme)“ geht im Frühjahr 2025 in die erste Staffel. ProSieben kommt in seiner Senderzielgruppe 2024 (Zuschauer 14 – 49 Jahre) auf einen Marktanteil von guten 6,9 Prozent.

ProSieben-Senderchef Hannes Hiller: „Wer ist so verrückt und überlässt seinen Künstlern einen ganzen Sendetag? ProSieben! Was wir mit Joko und Klaas immer wieder auf die Beine stellen, gelingt nur mit absolutem gegenseitigem Vertrauen. Für 2025 haben wir viele spannende Programme in Planung.“

Kabel Eins. „Morlock Motors“ feiert Top-Einstand

Hier seid Ihr richtig! Michael Manousakis und seine Morlocks feiern einen herausragenden Einstand bei Kabel Eins. „Morlock Motors – Big Deals im Westerwald“ erzielt im Schnitt am Donnerstagabend fantastische 6,6 Prozent



Marktanteil in der Senderzielgruppe der 14- bis 59-Jährigen. Auf Joyn ist das Format der beste Neustart von Kabel Eins aller Zeiten. Kabel Eins kommt in seiner Senderzielgruppe (Zuschauer 14-59 Jahre) auf schöne 4,0 Prozent Marktanteil.

Senderchef Felix von Mengden: „Neben der erfolgreichen Etablierung von ‚Morlock Motors‘ haben wir in diesem Jahr wichtige Weichen für die Zukunft gestellt. Mit unserer neuen True Crime-Strecke am Freitag haben wir einen weiteren Eigenproduktionsabend eröffnet und werden dieses Genre weiter ausbauen. ‚Mein Lokal, Dein Lokal‘ liefert weiterhin Top-Werte und startet 2025 mit drei neuen Köchen am Vorabend. Und an unseren gewohnten Eigenproduktionsabenden wird es noch mehr neues und frisches Factual Entertainment geben.“

Basis: Marktstandard Bewegtbild

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK | AGF SCOPE | Seven.One Entertainment Group | Business Intelligence; Erstellt: 30.12.2024 (vorläufig gewichtet); Joyn: internal Data (29.12.2024)

Pressekontakt:

Christoph Körfer
Vice President Entertainment Content Communications
Seven.One Entertainment Group

phone: +49 (0) 175 1815275
email: christoph.koerfer@seven.one

Joyn

Ein Unternehmen der

