
Pressemitteilung



Wiedersehen macht Freude: ProSiebenSat.1 startet SAT.2

Unterföhring, 15. Juli 2026. Strategischer Ausbau des Entertainment-Portfolios: Die ProSiebenSat.1-Gruppe baut ihr Programmangebot aus und setzt auf einen neuen linearen Sender. Im kommenden Winter startet die Gruppe den neuen linearen Sender SAT.2. Im Team von ProSiebenSat.1-Content-Chef Henrik Pabst entwickelt Ellen Koch das neue Programmangebot. Damit setzt die Gruppe in Zukunft auf 7+1 lineare Sender: Neben SAT.1, ProSieben und Kabel Eins sowie den Zielgruppensendern sixx, ProSieben MAXX, SAT.1 GOLD und Kabel Eins Doku steht SAT.2 ab 2027 für die achte Marke der Senderfamilie. Die neue Entertainment-Brand SAT.2 hat eine weibliche Ausrichtung und wird sowohl im linearen TV, auf Joyn als auch auf Drittplattformen zu sehen sein.

Henrik Pabst, Chief Content Officer der ProSiebenSat.1-Gruppe: „Unsere sehr klar positionierten Zielgruppen-Sender sind in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Mit SAT.2 wollen wir unser Portfolio strategisch erweitern und insbesondere den Zuschauerinnen und Zuschauer ab 50 Jahren eine neue und zusätzliche Alternative für ihre Entertainment-Bedürfnisse bieten.“

Ellen Koch, verantwortlich für alle Zielgruppensender der ProSiebenSat.1-Gruppe: „SAT.1 wird vom Publikum heiß geliebt. Mit SAT.2 schaffen wir ein perfektes, zusätzliches Angebot. Getreu dem Leitmotiv ‚Wiedersehen macht Freude‘ zeigen wir die besten SAT.1-Programme aus den vergangenen zwei Jahrzehnten – mit einem klaren Schwerpunkt auf deutscher Fiktion. Gleichzeitig gehen wir völlig neue Wege: Unsere Zielgruppe fühlt sich heute zehn Jahre jünger und fitter als früher und nutzt Medien extrem flexibel – egal ob linear, im Streaming oder kostenfrei auf Drittplattformen wie YouTube. Unter der Marke SAT.2 kuratieren wir die Inhalte auf allen Kanälen so, dass unser Publikum mehr Zeit mit Schauen und weniger mit Suchen verbringt.“

Lennart Harendza, Geschäftsführer und Chief Revenue Officer Seven.One Media: „Der Start von SAT.2 ist auch ein wichtiges Signal für den Werbemarkt: Mit der kombinierten Reichweite von SAT.1 und SAT.2 bieten wir für die Werbekund:innen den Zugang zu einer hochattraktiven Zielgruppe. Außerdem unterstreicht der Start von SAT.2 unseren Ansatz, konsequent auf werbefinanzierte Inhalte zu setzen.“

Hintergrund:

Die Zielgruppensender sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX und Kabel Eins Doku schreiben eine große Erfolgsgeschichte: Im ersten Halbjahr kommen sie zusammen auf 6,3 Prozent Marktanteil (Zuschauer 14-59 Jahre) – und legen 0,3 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr zu.

Schon 2025 sind die Sender im Vergleich zum Jahr 2024 um +0,6 Prozentpunkte auf 6,0 Prozent Marktanteil (Zuschauer 14-59 Jahre) gewachsen. Insgesamt erreichen die Sender Monat für Monat mehr als 62 Millionen Menschen (Nettoreichweite).

Kontakt

Christoph Körfer
Vice President Content Communications
E-Mail: Christoph.Koerfer@seven.one

ProSiebenSat.1 Media SE
Medienallee 7 / D-85774 Unterföhring