



ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH: Marktanteile im Februar

ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH: Marktanteile im Februar
Unterföhring, 1. März 2013. Die deutsche Sendergruppe der ProSiebenSat.1 Group - SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx und SAT.1 Gold - verzeichnet im Februar 2013 einen Marktanteil von 26,8 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern und liegt damit um 0,2 Prozentpunkte vor der Mediengruppe RTL Deutschland (RTL, Vox, Super RTL, n-tv, RTL Nitro; Februar 2013: 26,6 Prozent Marktanteil).
Die Sender im Einzelnen: SAT.1 erzielte im Februar einen Marktanteil von 8,9 Prozent, ProSieben 11,1 Prozent, kabel eins 5,5 Prozent, sixx 1,0 Prozent und SAT.1 Gold 0,3 Prozent Marktanteil. Der Sender für die weibliche Zielgruppe ab 49 Jahre, SAT.1 Gold, der am 17. Januar 2013 an den Start ging und am 8. Februar 2013 erstmalig seine Quoten kommunizierte, erreichte im Februar sogar 0,4 Prozent Marktanteil in der Kernzielgruppe der 49- bis 64-jährigen Frauen.
Basis: alle Fernsehhaushalte Deutschlands (integriertes Fernsehpanel D + EU)
Quelle: AGF, in Zusammenarbeit mit GfK/DAP / TV Scope / ProSiebenSat.1 TV Deutschland Research Operations - Strategy
Erstellt: 01.03.2013 (vorläufig gewichtet: 25.-28.02.2013)
Bei Fragen: ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH
Unternehmenskommunikation
Dagmar Brandau
Tel: 089-9507-2185
Dagmar.Brandau@ProSiebenSat1.com


Pressekontakt

ProSiebenSat.1 Media AG

85767 Unterföhring

Firmenkontakt

ProSiebenSat.1 Media AG

85767 Unterföhring

Die ProSieben Media AG und SAT.1 haben sich zum größten deutschen Fernsehunternehmen zusammengeschlossen. Die vier Fernsehsender SAT.1, ProSieben, Kabel 1 und N24 sowie sämtliche Tochterunternehmen und Beteiligungen beider Partner firmieren unter der Beteiligungsgesellschaft ProSiebenSat.1 Media AG.