



## **„Germany’s next Topmodel – by Heidi Klum“ erneut Marktführer!**

**München, 30. April 2010.** Marktführend trotz Fußball. Die ProSieben-Show „Germany’s next Topmodel – by Heidi Klum“ steigerte am Donnerstagabend ihren Marktanteil auf 18,3 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. In der jungen Zielgruppe (Z. 14-29 J.) verfolgten 26,1 Prozent, wie Heidi Klum selbst die Kamera übernahm und ganz persönliche Fotos von ihren Mädchen schoss. Damit sichert sich Heidi Klums Erfolgsshow in beiden Zielgruppen die Marktführung in der Prime Time (Zeitschiene 20.15 - 22.30 Uhr).

Nächste Woche steht für Heidi Klums Mädchen alles unter dem Motto extrem: Extremes Shooting, extremes Lauftraining, extremer Spaß ...

Die neunte Folge von „Germany’s next Topmodel – by Heidi Klum“ steht ab sofort im Internet unter **Topmodel.ProSieben.de** sieben Tage lang in voller Länge zum kostenlosen Abruf bereit.

Basis: alle Fernsehhaushalte Deutschlands (integriertes Fernsehpanel D + EU)

Quelle: AGF / GfK Fernsehforschung / TV Scope / SevenOne Media Marketing & Research

Erstellt: 30.04.2010 (vorläufig gewichtet: 29.04.2010)

**Aktuelle Informationen rund um „Germany’s next Topmodel – by Heidi Klum“ finden Sie auch im Presseportal unter [www.topmodel.presse.prosieben.de](http://www.topmodel.presse.prosieben.de)**

### **ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH**

Kommunikation/PR Entertainment

Petra Dandl, Beatriz Amaral Liebscher

Tel. +49 [89] 9507-1169, -1180

[petra.dandl@ProSiebenSat1.com](mailto:petra.dandl@ProSiebenSat1.com)

[beatriz.amaral\\_liebscher@ProSiebenSat1.com](mailto:beatriz.amaral_liebscher@ProSiebenSat1.com)

Bildredaktion: Susanne Karl

Tel. +49 [89] 9507-1173

[susanne.karl@ProSiebenSat1.com](mailto:susanne.karl@ProSiebenSat1.com)