



Pressemitteilung

Studie zur TV-Nutzung: Relevant Set stabil mit sechs Sendern Sendervielfalt weitgehend ungenutzt / 80 Prozent der TV-Nutzung entfällt auf nur sechs Sender / Große Sendermarken bestimmen das Relevant Set

Seite 1 von 2

München, 05. Juli 2010. Die Zahl der TV-Sender, die ein deutscher Fernsehhaushalt im Schnitt empfangen kann, hat in den letzten zehn Jahren deutlich zugenommen: Durchschnittlich 73 Sender stehen heute zur Auswahl und damit mehr als doppelt so viele wie im Jahr 2000 (36 Sender). Bemerkenswert: Der Großteil der täglichen Fernsehnutzung (80 Prozent) entfällt nach wie vor auf nur sechs Sender. Auch in Multi-Channel-Haushalten, die mehr als 150 Sender empfangen, konzentriert sich die Fernsehnutzung auf sechs Sender. Zu diesem Ergebnis kommt SevenOne Media, die Vermarktungs- und Forschungstochter der ProSiebenSat.1 Group, in ihrer aktuellen Studie „Relevant Set – Sendervielfalt und Sendernutzung“.

SevenOne Media

Ein Unternehmen der
ProSiebenSat.1 Group

Ansprechpartner:

Miriam Friedmann
Referentin Konzernkommunikation
ProSiebenSat.1 Media AG
Tel. +49 [89] 95 07 - 41 39
Fax +49 [89] 95 07 - 941 39
Miriam.Friedmann@prosiebensat1.com

Marcus Prosch
Leiter Kommunikation
Sales & Diversifikation
ProSiebenSat.1 Media AG
Tel. +49 [89] 95 07 - 89 20
Fax +49 [89] 95 07 - 989 20
Marcus.Prosch@prosiebensat1.com

Beta-Straße 10 i
D-85774 Unterföhring
Postfach 1165
D-85767 Unterföhring

Pressemitteilung online:
www.sevenonemedia.de

Große Sendermarken behaupten sich in fragmentiertem Markt

Deutsche Fernsehhaushalte empfangen derzeit durchschnittlich 73 Sender. Davon nutzen sie jedoch lediglich 14 Sender wenigstens zehn Minuten pro Monat. Der Großteil der Fernsehnutzung (80 Prozent) entfällt dabei sogar auf nur sechs Sender, dem Relevant Set. Die TV-Grundbedürfnisse werden also trotz zunehmender Angebotsvielfalt mit nur wenigen Sendermarken befriedigt. Im Relevant Set sind vor allem die großen Sendermarken vertreten: ProSieben gehört bei 65,6 Prozent der 14- bis 49-Jährigen zum Relevant Set, SAT.1 bei 62,8 Prozent und kabel eins bei 34,5 Prozent.

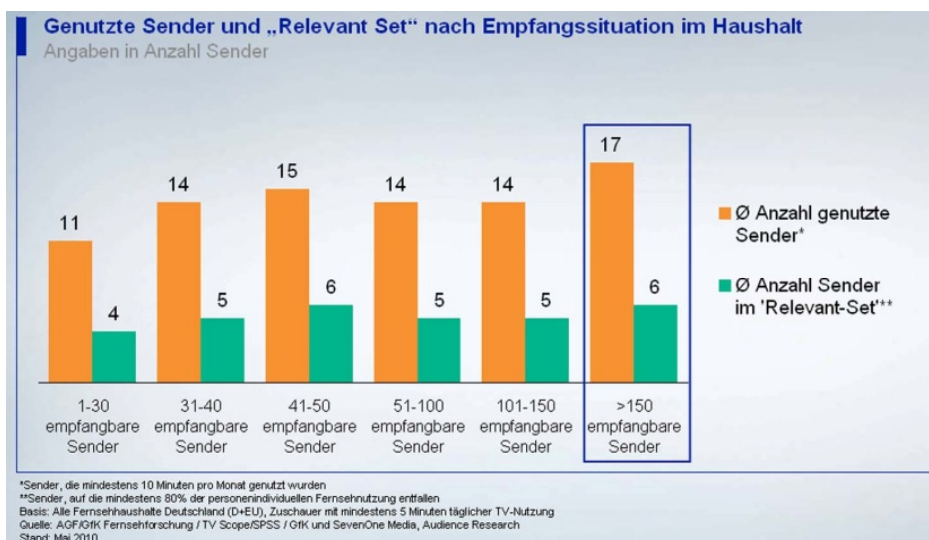




Von der Vielfalt unbeeindruckt: Multi-Channel-Haushalte

Ein besonderes Augenmerk hat SevenOne Media in ihrer aktuellen Studie auf die Multi-Channel-Haushalte gelegt. Diese können über 150 Sender empfangen – und damit mehr als doppelt so viele Sender wie der Durchschnitt. Insgesamt verfügt heute jeder fünfte Haushalt (19,3 Prozent) über eine Auswahl von mehr als 150 Sendern. Dennoch schalten die Zuschauer vor allem bei ihren Lieblingssendern ein: 80 Prozent ihrer täglichen Fernsehnutzung konzentriert sich ebenfalls auf nur sechs Sender.

Seite 2 von 2



83 Prozent der Zuschauermarktanteile entfallen auf nur 10 Sender

Aktuell weist das AGF-/GfK-Fernsehpanel die Nutzung von circa 1.030 TV-Sendern aus. Dabei erzielen lediglich 38 Sender einen Marktanteil von über 0,1 Prozent. Gemeinsam erreichen diese 38 Sender einen Marktanteil von 96,7 Prozent. Die übrigen fast 1.000 Sender erzielen zusammengenommen nur 3,3 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen. Noch deutlicher wird die Bedeutung etablierter Sendermarken bei einer Betrachtung der Top 10: Diese vereinen insgesamt einen Marktanteil von 82,8 Prozent auf sich und bestimmen den Fernsehmarkt damit deutlich.

Daniel Habermeld, Director Research SevenOne Media: „Marken bieten Orientierung und Sicherheit – das trifft auf Sendermarken ebenso zu wie auf andere Marken. Daher konzentriert sich die Fernsehnutzung der Haushalte auch auf wenige etablierte Sender. Es ist bemerkenswert, dass diese Zahl stabil bei etwa sechs Sendern liegt, obwohl das Angebot in den letzten zehn Jahren massiv zugenommen hat. Ein deutliches Signal der Zuschauer, dass große Sendermarken auch in Zukunft die Hauptrolle spielen werden.“

Journalisten erhalten die Studie auf Anfrage per Mail bei miriam.friedmann@sevenonemedia.de oder telefonisch unter 089-9507-4139.