

PRESSEMITTEILUNG

Starke Zahlen! Bestes Quartal aller Zeiten für Joyn. ProSieben, SAT.1 und Kabel Eins wachsen im März

München, 1. April 2025. Das kann sich sehen lassen. Die ProSiebenSat.1-Entertainment-Angebote überzeugen im ersten Quartal mit sehr guten Zahlen: Der ProSiebenSat.1-Superstreamer Joyn brilliert mit dem besten Quartal seiner Geschichte. ProSieben freut sich im März über den besten Monatsmarktanteil seit einem Jahr. SAT.1 und Kabel Eins überzeugen in ihren Sender-Zielgruppen im März und liegen über den Werten des Februars. Der Zielgruppen-Sender SAT.1 GOLD feiert das beste erste Quartal seiner Geschichte.

Insgesamt liegen die linearen #P7S1-Sender mit einem Marktanteil von 20,8 Prozent bei den 14-59-jährigen Zuschauern im März und von 19,8 Prozent im ersten Quartal 2025 auf dem Niveau des Vorjahres.

Henrik Pabst, verantwortlich für alle Inhalte auf Joyn und den linearen Sendern: „Joyn schreibt eine sehr gute Wachstumsgeschichte. Das Zusammenspiel mit unseren linearen Sendern wird immer besser. Sehr erfreulich ist, dass Joyn und ProSieben, SAT.1 und Kabel Eins im März im Vergleich zum Februar wachsen. Insgesamt sehen wir: Unsere ‚Alles auf Joyn‘-Strategie geht auf. Die Zuschauerinnen und Zuschauer honorieren, dass Joyn ihnen exzellente Inhalte kostenlos bietet.“

Joyn wächst und wächst und wächst

Der Superstreamer erzielt sein bestes Quartal seit Bestehen der Plattform. Die Watchtime steigert sich im ersten Quartal 2025 im Vergleich zu Q1 2024 um ausgezeichnete 40 Prozent. Im Vergleich zum bisherigen Rekordquartal Q4 2024 wächst die Zahl der durchschnittlichen monatlichen Video-Nutzer:innen um 3 Prozent, im Vergleich zum Vorjahresquartal sogar um hervorragende 22 Prozent.

Haupttreiber waren die starken Reality- und Show-Programme: von „Promis unter Palmen“ über „Big Brother“ bis zu „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“ und „Wer stiehlt mir die Show?“.

ProSieben ist größter Gewinner im März

Plus 2,1 Prozent! Kein anderer Sender legt im März so zu wie ProSieben. Mit einem Monatsmarktanteil von sehr guten 8,3 Prozent in seiner Senderzielgruppe (Zuschauer 14 bis 49 Jahre) freut sich ProSieben über den besten Monat seit einem Jahr. Die guten Zahlen werden beflügelt durch starke Prime-Time-Shows: Sebastian Pufpaff dominiert mit „TV total“ den Dienstagabend (bis zu 13,4 Prozent). Die „Germany’s Next Topmodel – by Heidi Klum“



Klum“-Männer überragen am Mittwochabend mit bis zu 16,8 Prozent. Heidis Frauen brillieren am Donnerstagabend mit bis zu 21,2 Prozent Marktanteil. Die neue Joko & Klaas-Liveshow „Ein sehr gutes Quiz (mit hoher Gewinnsumme)“ gewinnt auf Anhieb zwei Mal den Samstagabend. Und „Wer stiehlt mir die Show“ begeistert am Sonntagabend mit bis zu 23,7 Prozent Marktanteil.

SAT.1 überzeugt mit einer starken Prime Time

SAT.1 steigert sich in der Prime Time (20:15 bis 23 Uhr) dank „Promis unter Palmen“ und „Das 1 % Quiz“ im März auf gute 6,1 Prozent Marktanteil in seiner Sender-Zielgruppe (Zuschauer 14 bis 59 Jahre) und liegt damit deutlich vor Januar und Februar. Der März ist mit 5,5 Prozent Monats-Marktanteil der beste Monat 2025 für SAT.1. Stark: Das neue „SAT.1 Frühstücksfernsehen“ am Samstag startet mit bis zu 8,8 Prozent Marktanteil. Auf Joyn ein Riesenerfolg, in SAT.1 auf Wachstumskurs: Die dritte Staffel der Vorabendserie „Die Landarztpraxis“ liegt nach der ersten Hälfte der dritten Staffel deutlich vor der zweiten und kommt auf 5,1 Prozent Marktanteil im Schnitt – Tendenz steigend.

Kabel Eins legt zu

Kabel Eins wächst im März um +0,2 Prozentpunkte im Vergleich zum Februar und kommt auf 4,1 Prozent Marktanteil in seiner Sender-Zielgruppe (Zuschauer 14 bis 59 Jahre). Der Sender feiert immer wieder Top-Tageswerte von bis zu 5,4 Prozent. Wachstums-Treiber sind vor allem die Prime Time mit einer Steigerung um +0,4 Prozentpunkte und der erstarkte Vorabend am Wochenende.

SAT.1 GOLD feiert Rekorde

SAT.1 GOLD feiert das beste erste Quartal seiner Geschichte: Sowohl in der Zielgruppe der 14- bis 59-Jährigen (2,2 Prozent) als auch mit 3,6 Prozent Marktanteil in seiner Sender-Zielgruppe (Frauen 40 bis 64 Jahre) trumps der Sender auf. Das merkt man auch auf Joyn. Noch nie waren SAT.1 GOLD-Programme auf Joyn erfolgreicher als im ersten Quartal 2025.

Basis: Marktstandard Bewegtbild

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK | AGF SCOPE | Seven.One Entertainment Group | Business Intelligence; Erstellt: 31.03.2025 (vorläufig gewichtet); Joyn: internal Data (31.03.2025)

Pressekontakt:

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

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

Eva Gradl
CvD Communications Joyn

joyn

phone: +49 (0) 151 44165054
email: eva.gradl@seven.one

Joyn

Ein Unternehmen der



ProSiebenSat.1
Media SE