

## MEDIENMITTEILUNG

Küsnacht, 11. Januar 2011

### **RTL Gruppe mit starker Marktposition in der Schweiz und zunehmende Präsenz von Schweizerinnen und Schweizern in den Showformaten.**

**Der von der Goldbach Media vermarktete deutsche Privatsender RTL ist die Nummer 1 in der Schweiz in der Daytime und auch bei der haushaltsführenden Zielgruppe 20-49 Jahre.**

Das Jahr 2010 war aus Quotensicht ganz klar das Jahr von RTL – trotz Fussball-WM und Olympia. Der Kölner Privatsender ist mit einem Jahresmarktanteil von 10.6 % in der werberelevanten Zielgruppe der Marktführer unter den deutschsprachigen Privatsendern in der Schweiz. In der Daytime ist RTL mit 15.2 % sogar deutlich die Nummer 1 im Schweizer Werbemarkt (ZG 15-49 Jahre) – weit vor SF zwei (7.8 %) und SF 1 (6 %). In der Zielgruppe der haushaltsführenden 20-49 jährigen liegt RTL mit 11.7 % Marktanteil ebenfalls vor den öffentlich rechtlichen Sendern (SF 1 10.5 %, SF zwei 9.5 %). Dieser starke Marktanteil beruht nicht zuletzt auf den Top Show Formaten wie „Deutschland sucht den Superstar“ und „Das Supertalent“ sowie der Daily Soap „Gute Zeiten schlechte Zeiten“ und „Punkt 12“.

Schweizer Beteiligung: „Das Supertalent“ konnte vor allem aufgrund der Schweizer Beteiligungen die Zuschauerzahlen (17.2 % MA) in der Schweiz steigern. Die Müll-Musiker „Bubble Beatz“ haben es sogar bis in die Finalshow geschafft. In der achten Staffel von „Deutschland sucht den Superstar“, die am Samstag gestartet ist, können wir uns ebenfalls wieder auf Schweizer Teilnehmer freuen. Erstmals hat DSDS ein Casting in Zürich durchgeführt. Zudem zeigt RTL ab Freitag den 14. Januar wieder täglich um 22:15 Uhr für zwei Wochen „Ich bin ein Star – holt mich hier raus“ live aus dem australischen Dschungel. Weitere Neustarts auf RTL im Januar sind die dritte Staffel der eigenproduzierten Romantic-Comedy Serie „Doctor's Diary - Männer sind die beste Medizin“ immer mittwochs 20:15 Uhr, im Anschluss Stern TV mit dem neuen Moderator Steffen Hallaschka sowie ab Montag 10. Januar die neuen Folgen von „Rach, der Restauranttester“ (immer um 21:15 Uhr).

Fazit: RTL ist in Deutschland Marktführer und auch in der Schweiz wird der Sender immer beliebter. Immer mehr Schweizerinnen und Schweizer haben Auftritte in den vielen Shows von RTL.

Auch VOX schliesst das Jahr 2010 trotz der erwähnten Sportereignisse mit einem Jahresmarktanteil von 5.6 % erfolgreich ab und liegt im 24-Stundenschnitt nur noch 0.4 % hinter Sat.1 und weit vor kabel eins mit 3.8 %. In der Primetime konnte VOX Sat.1 bereits um 0.1 % überholen. Der gute Marktanteil resultiert aus der guten Performance der neuen US-Serien wie „Lie to me“ und „Leverage“ und natürlich auf dem grossen Erfolg der erfolgreichsten britischen Casting-Show „X Factor“. Schweizer Siegerin: Bei der Final-Show hat die Bernerin Edita Abdieski gewonnen, über deren Heimat in der Sendung mehrmals berichtet wurde. Nach diesem Highlight können wir uns auf eine weitere Staffel von „X Factor“ im Herbst freuen. Der Casting Aufruf ist gestartet, die ersten Casting sind bald auf [www.vox.de](http://www.vox.de) zusehen. Im 2011 werden die Zuschauer zudem wieder neue Folgen von „Goodbye Deutschland“ und „Daniela Katzenberger – natürlich blond“ immer dienstags 20:15 Uhr sehen. Heute am 11. Januar startet direkt im Anschluss an „Goodbye Deutschland“ die neue 12-teilige Doku-Soap „Unser erstes Restaurant“. Bereits am Mittwoch 20:15 Uhr ist die 11. Staffel von „Law & Order: Special Victims Unit“

gestartet. Es werden weitere neue Staffeln der US-Serien „Lie to me“, „Leverage“, „The Closer“ und „Burn Notice“ folgen. Freuen können sich die Zuschauer ausserdem auf ein Wiedersehen mit alten Bekannten: Ab dem 15.1. zeigt der Kölner Sender neue Folgen von der „V.I.P Hundeprofi“ immer samstags 19:10 Uhr. Ausserdem wird es 2011 u.a. neue Folgen von „Ab ins Beet!“, „Das perfekte Dinner im Schlafrock“ und von der „Promi Kocharena“ zu sehen geben.

Fazit: VOX mit Schweizer Siegerin in der erfolgreichen Casting-Show „X Factor“.

RTL II konnte nach einem durchzogenen ersten Halbjahr die Performance im letzten Quartal steigern. Mit 4.3 % Jahresmarktanteil in der Zielgruppe 15-49 Jahre liegt RTL II vor kabel eins (3.8 %) und 3+ (3.7 %). In der jüngeren Zielgruppe 15-34 Jahre, auf die der Sender ausgerichtet ist, ist der Marktanteil mit 5 % deutlich höher. "Big Brother" lief aus Quotensicht nicht ganz so gut, der neue Programmdirektor Holger Andersen brachte mit Studio-Shows in der Primetime und Stand-Up-Comedy (Fun Club) durchaus erfolgreich neue Genres ins Programm ein, die auch 2011 gezeigt werden. Im August und September wurden einige neue Dokusoaps getestet, wovon sich „X-Diaries“ als tägliche Primetime Doku-Serie gut etabliert hat. Alt bewährte Formate wie „Zuhause im Glück“, „Exklusiv - die Reportage“, „Die Kochprofis“ und „Frauentausch“ werden wie gewohnt zusehen sein. Am Nachmittag können sich die Zuschauer wieder auf Sitcoms, wie „King of Queens“, „Immer wieder Jim“ und „Still Standing“ freuen. Ein neues Doku Format ist bereits gestartet „Die Geissens - Eine schrecklich glamouröse Familie!“ (immer montags 21:15 Uhr). Am 17.1. starten dann „Die Wollnys - Deutschlands liebenswerteste Grossfamilie“. Ende Februar kommen folgen die neuen Folgen von „Die Mädchen Gang“.

Der Kinder- und Familien-Sender SUPER RTL bleibt auch im 2010 klar die Nummer 1 unter den Kindersendern in der Schweiz. Mit einem Jahresmarktanteil von 18.1 % bei den Kindern im Alter von 3 – 14 Jahren liegt SUPER RTL vor Nickelodeon (12.8 %) und SF zwei (10.8%). In der Kinderzeitschiene von 6:00 – 20:15 Uhr erreicht SUPER RTL trotz der deutlich tieferen WM-Monate einen Marktanteil von 20.9 % gefolgt von Nickelodeon mit 16.7 % und SF zwei mit 8.3 %. Ausschlaggebend für die gute Performance sind insbesondere Live Action Formate von Disney wie „Hannah Montana“, „Zack & Cody“, „Die Zauberer vom Waverly Place“ und die neu angelaufene Sitcom „Zeke und Luther“. Die erste Casting Sendung für Kinder „Teenage Rockstar Summercamp“ zeigte ebenfalls hohe Zuschauerzahlen, aber auch die Toggolino Formate für Vorschulkinder, wie „Bob der Baumeister“, „Benjamin Blümchen“, „Chuggington - Die Loks sind los!“ und „Timmy das Schäfchen“, haben zum Erfolg von SUPER RTL beigetragen. Für 2011 sind einige neue Primetime Formate geplant. Bereits gestartet ist die Animationsserie „Star Wars: The Clone Wars“ immer samstags 20:15 Uhr in Spielfilmlänge. Mit Spannung erwartet wird der mehrfach ausgezeichnete und erfolgreichste US-Serienhit „Glee“ aus dem vergangenen Jahr. Die einzelnen Folgen sind in deutscher Erstaussstrahlung ab Montag den 17. Januar immer montags 20:15 Uhr auf SUPER RTL zusehen. Aber auch in der Daytime können sich die Zuschauer auf Neues freuen: Am 15. Januar um 19:10 Uhr startet „Zoom – Dein Starmagazin“ präsentiert von Nina Moghaddam, die bereits die Magazine zu DSDS und das Supertalent auf SUPER RTL moderiert. Ab dem 29. Januar zeigt SUPER RTL täglich um 19:25 Uhr die neue Live-Action-Serie „Disney Tripp's Rockband“ in Free-TV-Premiere. Für die ganz kleinen Zuschauer gibt es ab dem 7. Februar täglich um 8:00 Uhr eine neue Vorschulserie „Angelina Ballerina – kleine Maus ganz gross“.

Quelle: Telecontrol, D-CH, 2010, CH Signal und Originalsignal addiert  
Für die ZG 15-49 und 03-14 wurden ab Juli 2010 neu Gäste hinzugefügt.

Goldbach Media (Switzerland) AG ist die führende Vermarktungsorganisation der privaten elektronischen Offline-Medien TV, Radio und Out-of-Home. Zu ihren Services gehören Mediaplanung, Vermarktung und Vermittlung, Buchung, Abwicklung und Controlling für die privaten TV-Sender 3+, Cartoon Network, kabel eins, M6, MTV, Nickelodeon, ProSieben, RTL, RTL II, Sat.1, Schweizer Sportfernsehen SSF, SUPER RTL, TVM3, VIVA, VOX, regional TV und die Web-TV Plattformen Wilmaa.com, Zattoo.ch sowie für alle Schweizer Privatradiostationen. Zusätzlich vermarktet Goldbach Media exklusiv das Instore Radio von Coop und Coop Pronto.

Mit digitalen Werbeflächen an Verkaufs- und Verkehrspunkten sowie in der Freizeit ist Goldbach Media auch Out-of-Home führender Anbieter elektronischer Medien. [www.goldbachmedia.com](http://www.goldbachmedia.com)

Weitere Informationen:

**Goldbach Media (Switzerland) AG**

Marcel Bosshard

Seestrasse 39

8700 Küsnacht

Tel +41 44 914 92 00

[www.goldbachmedia.ch](http://www.goldbachmedia.ch)