

#### Quoten der Woche



#### Oscars: Tolle Quoten bis ins Morgengrauen

Mehr als eine halbe Million Fans harrten in der ersten halben Stunde der diesjährigen Oscar-Verleihung hierzulande vor dem Fernseher aus – und das, obwohl die Sendezeit um 02:30 Uhr alles andere als zuschauerfreundlich ausfiel. Nach 03:00 Uhr ging die Reichweite dann allerdings spürbar zurück.

Mit durchschnittlich 320.000 Zuschauern und einem Gesamt-Marktanteil von 13,9 Prozent war die Oscar-Show allerdings auch in den weiteren knapp drei Stunden noch überaus beliebt. Vor allem in der wichtigen Zielgruppe erwies sich die Übertragung aus Los Angeles als voller Erfolg: Aus der Gruppe der 14- bis 49-Jährigen kamen 300.000 Zuschauer, was hier für entsprechend starke 19,1 Prozent Marktanteil reichte.



Gefragt waren jedoch auch die Oscar-Highlights, die ProSieben seinem nachtschlafenden Publikum noch einmal um 17:30 Uhr präsentierte. Mit 1,15 Millionen Zuschauern und einem Marktanteil von 14,3 Prozent in der Zielgruppe verzeichnete der Münchner Sender auch hier gute Werte.



#### Junge Jucken feiern nicht vorm Fernseher

Bevor am Aschermittwoch alles wieder vorbei ist, feierten die Jucken am Rosenmontag noch einmal im ganzen Land. Freuen darf man sich allerdings auch bei der ARD, wo die traditionellen Rosenmontagszüge ab der Mittagszeit gute Einschaltquoten verzeichneten.

Los ging es um 12:15 Uhr mit der Übertragung des Zugs aus der rheinland-pfälzischen Landeshauptstadt Mainz: 1,79 Millionen Narren sahen hier im Schnitt zu, der Marktanteil belief sich auf 15,8 Prozent, ehe sich die Übertragung aus Düsseldorf nachmittags auf 2,22 Millionen steigerte. Am beliebtesten war



jedoch der Kölner Rosenmontagszug, der um 15:30 Uhr von 2,64 Millionen Jucken im Ersten verfolgt wurde und auf 17,1 Prozent Marktanteil beim Gesamtpublikum kam. Allerdings: So gut wie in den letzten Jahren kamen die Übertragungen diesmal nicht an.

Auch die traditionelle Fernsehsitzung des Festkomitees Kölner Karneval erreichte mit 810.000 jungen Zuschauern und 6,7 Prozent Marktanteil eher magere Werte. Dafür stimmten die Gesamtzahlen: 5,16 Millionen Zuschauer begeisterten sich für den «**Karneval in Köln**» und machten Das Erste nach RTL damit zur Nummer zwei am Montagabend. Im Vergleich zu den Vorjahren musste mehr als eine halbe Million Jucken an die Konkurrenz abgeben.

#### Quoten der Woche



#### Aufschwung: «Simpsons» stärker als Terminator

Nach den miserablen Quoten von «Terminator: S.C.C.» und der Verschiebung der Serie in die Nacht, mussten «Die Simpsons» in dieser Woche erstmals Sonderschichten schieben. Insgesamt füllte ProSieben – die beiden Vorabend-Folgen eingerechnet – gleich drei Stunden seines Programms mit der gelben Familie.

Nachdem die beiden regulären Folgen zur besten Sendezeit nun auf 2,11 und 2,12 Millionen Zuschauer kamen und Marktanteile von 13,5 und 13,2 Prozent beim jungen Publikum verzeichnete, konnten zwei weitere Episoden damit nicht mithalten. Allerdings sah es danach immerhin deutlich besser aus als für die Terminator-Serie, die in der Vorwoche mit 6,5 Prozent Marktanteil in der Zielgruppe einen neuen Tiefpunkt verzeichnete.

Um 21:15 Uhr verfolgten 1,81 Millionen Zuschauer die kurzfristig ins Programm genommene «Simpsons»-Folge, ehe anschließend immerhin noch 1,61 Millionen bei der Stange gehalten werden konnten. Die Marktanteile fielen mit 11,1 und 10,3 Prozent nicht spektakulär aus, konnten aber wenigstens der Schaden begrenzen. Nur «Lost» halfen auch die populäreren «Simpsons» im Vorprogramm nicht: Mit 6,9 Prozent Marktanteil in der Zielgruppe sah es für die Mysteryserie nur minimal besser aus als zuletzt, insgesamt reichten 840.000 Zuschauer für lediglich 3,4 Prozent Marktanteil.



#### Miserable Quoten für "Promis unter Volldampf"

Am Vorabend schlägt sich "Unter Volldampf" bei Vox durchaus nicht schlecht. Im Anschluss an das "Perfekte Dinner" holt die Sendung, in der Laienköche für eine Woche in einem Sterne-Restaurant für 20 Gäste kochen, ordentliche Quoten. Der Promi-Ableger für den Sonntagabend konnte allerdings noch nie wirklich überzeugen.

Für die neueste Ausgabe von "Promis unter Volldampf" lief es in dieser Woche nun geradezu katastrophal. Nur 0,5 Millionen 14- bis 49-Jährige interessierten sich am Sonntagabend dafür, wie sich Anastasia Zampounidis, Jochen Senf, Ruth Moschner und Rosa von Praunheim schlugen. Das reichte in der Zielgruppe nur für miserable 3,5 Prozent Marktanteil. Insgesamt schauten nur 940.000 Zuschauer ab drei Jahren zu. Vox ist wohl gut beraten, sonntags doch weiter auf sein "Promi-Dinner" zu setzen. Das holte in den letzten Wochen stets über 9 Prozent Marktanteil.

Trotz des schwachen Vorprogramms schlug sich das Promi-Magazin "Prominent" im Anschluss übrigens überraschend gut. Die Zuschauerzahl in der Zielgruppe lag mit 0,93 Millionen fast doppelt so hoch wie bei "Promis unter Volldampf" zuvor. Der Marktanteil in der Zielgruppe stieg auf 10,4 Prozent. Insgesamt ließen sich 1,35 Millionen Zuschauer ab drei Jahren auf den neuesten Stand in Sachen Klatsch und Tratsch bringen.

#### Quoten der Woche

#### "Echo"-Verleihung verliert 1,5 Millionen Zuschauer

Neue Produktionsfirma, neuer Sender, neue Moderatoren und ein anderer Sendeplatz - bei der "Echo"-Verleihung war diesmal vieles anders als in den letzten Jahren, als sie bei RTL übertragen wurde. Die Zuschauerzahlen waren auch dort starken Schwankungen unterworfen. So schalteten 2003 über 6,3 Millionen Zuschauer ab drei Jahren ein, 2005 waren es nur noch 2,6 Millionen.



Angesichts dessen relativiert sich der massive Zuschauer-Rückgang nach dem Wechsel ins Erste im Vergleich zum Vorjahr etwas - was allerdings auch nur ein

schwacher Trost sein kann. So sahen diesmal nur 3,07 Millionen Zuschauer ab drei Jahren zu, fast 1,5 Millionen weniger als im vergangenen Jahr, als die Show sogar am meist noch zuschauerärmeren Freitagabend ausgestrahlt wurde. Der "Echo" musste sich damit am Samstagabend nicht nur "DSDS" geschlagen geben, sondern auch der ZDF-Karnevalsshow "Typisch Kölsch", die beide über 5 Millionen Zuschauer erreichten.

Besonders deutlich fiel der Zuschauerrückgang bei den jüngeren Zuschauern aus. Von den 2,81 Millionen 14- bis 49-Jährigen, die im vergangenen Jahr noch bei RTL eingeschaltet hatten, blieben diesmal nur 1,49 Millionen übrig - ein Einbruch um fast die Hälfte. Der Marktanteil in dieser Altersgruppe lag bei 13,1 Prozent. Das war zwar deutlich mehr als Das Erste sonst erreicht, aber gleichzeitig auch der schlechteste Wert für den "Echo".

#### Die Tops und Flops der Woche im Überblick:

MEEDIA-Rookie-Ranking 8/2009 (23. Februar)					
Platz	Vw	Sendung	Sender	Zeit	Index*
1	2	2008 - Das Quiz	Das Erste	Sa., 20.15	1,81
2	3	Lewis - Der Oxford-Krimi	ZDF	So., 22.00	1,30
3	4	Die Rebellin	ZDF	div., 20.15	1,26
4	5	Deutschlands größter Ged.	Das Erste	Di., 20.15	1,19
5	6	Abenteuer Alltag - Wir wa.	kabel eins	wt., 16.15	1,11
6		Restaurant sucht Chef	RTL II	Mo., 20.15	1,06
7	7	TV-Helden	RTL	Sa., 23.30	1,01
8	8	Street Magic mit Farid	ProSieben	Di., 22.15	0,91
9	9	The Biggest Loser	ProSieben	Do., 20.15	0,90
10	12	Ninja Warrior	RTL II	wt., 16.00	0,89
11	10	Die Wölfe	ZDF	diverse	0,89
12	11	BBC Exklusiv: Der Klimakr.	Vox	Mi., 23.45	0,88
13	13	Die Gerichtsvollzieher - Kl.	Sat.1	Mi., 22.15	0,75
14	15	Terminator: S.C.C.	ProSieben	Mo., 21.15	0,72
15	16	Klinik am Alex	Sat.1	Do., 22.15	0,67
16	18	Süddeutsche TV: Super 3	RTL	So., 00.10	0,65
17	17	Mister Perfect - Der Männ.	Sat.1	Fr., 21.15	0,64
18	20	Wenn Frauen morden	Das Erste	Mo., 21.00	0,62
19	22	Wo warst du, als...	Das Erste	So., 23.30	0,57
20	21	Mein neues Leben - Spez.	kabel eins	So., 20.15	0,55
21	23	Der Club der nicht ganz Di.	ProSieben	wt., 07.10	0,40

Vw: Vorwoche / Wertungszeitraum: 27. Dezember bis 20. Februar  
 \*: Der Index-Wert zeigt das Verhältnis des Sendungs-Marktanteils zum Marktanteil des Senders. Sind beide Werte gleich, liegt der Index bei 1, alle Werte darüber sind ein Erfolg für die Sendung  
 Quelle: MEEDIA-Berechnungen auf Basis AGF/GfK

**UM-Anmerkung:** Wie das Ranking zeigt, ist das Format „Restaurant sucht Chef“ letzte Woche gut eingestartet. Die großen Verlierer sind weiter die 71-Sender, die mit Formaten wie „Klink am Alex“, „The Biggest Loser“ oder „Street Magic mit Farid“ nicht den Geschmack der Zuschauer zu treffen scheinen. Bleibt abzuwarten, ob und wann die Sender die mediale Reißleine ziehen, womit sie allerdings jetzt schon angefangen haben.



#### Sat.1 wirft «Klinik am Alex» aus dem Programm

27 Folgen hat Sat.1 von der neuen Medical-Weekly «Klinik am Alex» herstellen lassen. Nach nur vier Ausgaben wird das vorzeitige Ende des neuen Formats bekanntgegeben – ein Eingeständnis von Fehlern, die bei einem so großen Fernsehunternehmen eigentlich nicht passieren dürften. Mit nur 7,8 Prozent Marktanteil in der Zielgruppe startete die Teamworx-Produktion schon alles andere als ruhmreich, eine Woche später berappelte sich das Format auf mäßige 8,4 Prozent, fiel dann aber in Woche drei auf nur noch 6,3 Prozent Marktanteil ab.

Den vorläufigen Tiefpunkt gab es in der vergangenen Woche, als die Episode „Eine Frage von Sekunden“ mit nur 6,1 Prozent Marktanteil jenseits von Gut und Böse lag. Bei Sat.1 gab es offenbar schon in der vergangenen Woche Zweifel wie es mit «Klinik am Alex» weitergehen wird. Nichts Neues zu sagen gäbe es, hieß es aus Berlin, auch Producer Tim Greve äußerte sich nicht zur Misere.

Nun ist entschieden: Bereits in der kommenden Woche wird die Weekly nicht mehr gesendet – Folge fünf ist somit die vorerst letzte. 22 Ausgaben wandern abgedreht ins Archiv. Sie sollen auf einem anderen Sendeplatz ausgestrahlt werden, exakte Informationen dazu gibt es aber natürlich noch nicht.

Stirnrunzeln verursacht auch der Ersatz, den Sat.1 gewählt hat: Völlig ohne große

Vorankündigungen wird der Berliner Sender am Donnerstag nach dem Spielfilm nun die brandneuen Episoden der vierten «Numb3rs»-Staffel zeigen. Zuletzt holte die Mathematik-Krimiserie am Sonntagabend nach «Navy CIS» sehr ordentliche Einschaltquoten.

#### ARD will Samstags-Lotto für Fußball verschieben

Die Veränderungen der Rechtesituation bei der Auswertung der ersten Fußball-Bundesliga



werfen ihre Schatten voraus. Nachdem man bei der ARD größtenteils geklärt zu haben scheint, wie die neu erworbenen Rechte für die

Sonntags-Spiele genutzt werden sollen, stehen nun auch Umbauten am Samstag-Abend an, bei denen die Ziehung der Lottozahlen, die bisher um 19:55 Uhr zu sehen ist, eventuell auf einen späteren Sendeplatz ausweichen muss.

"Wir sind mit den Lottogesellschaften im Gespräch über eine Verschiebung der Ziehung der Lottozahlen am Samstag, um in der 'Sportschau' mehr Zeit für die Fußball-Berichterstattung zu haben. Der neue Rechtevertrag räumt uns mehr programmlichen Spielraum für die Berichterstattung von den Samstagsspielen ein", sagte Das Erste-Sprecherin Silvia Maric.

Wie die freiwerdende Programmfläche tatsächlich genutzt wird - sollte die Ziehung der Lottozahlen tatsächlich verschoben werden - ist derzeit noch nicht klar. Schließlich handelt es sich dabei um Sendezeit vor 20 Uhr, in der die ARD Werbung schalten darf. "Noch allerdings laufen die Gespräche. "Ob sich daraus mehr Zeit für Werbeflächen ergibt, wird sich zeigen", so Maric.

#### «90210»: ProSieben zeigt die Neuauflage

Wenn ProSieben ab dem 18. April sein Programm am Samstagnachmittag umbaut, wird es gleich zwei neue Serien zu sehen geben. Zu «**Gossip Girl**» gesellt sich nämlich noch ein weiterer Neustart.

Nachdem Shootingstar Blake Lively als Serena van der Woodsen die Upper East Side um 16:00 Uhr durcheinander bringt und für viel Stoff für das «Gossip Girl» sorgt kommt Shannon Doherty in «**90210**» zurück nach Beverly Hills. Die Neuauflage des Serien-Klassikers der 90er Jahre soll auf dem Sendeplatz um 17:00 Uhr an den Start gehen.



In den USA ist «90210» seit Herbst vergangenen Jahres beim Network The CW beheimatet, wo sich das Interesse der Zuschauer allerdings bislang in Grenzen hält. Nun soll es die Teenieserie hierzulande also im Doppelpack mit «Gossip Girl» richten.

Und darum geht es in der Serie: In der West Beverly Hills High School läuten wieder die Schulglocken - Annie (Shenae Grimes) und ihr Adoptivbruder Dixon (Tristan Wilds) ziehen vom ländlichen Kansas in das schicke Beverly Hills zu ihrer Großmutter. Gemeinsam mit ihrem Vater Harry Wilson (Rob Estes), der dort schon zur Schule ging und nun der neue Direktor der West Beverly Hills High School ist. Doch schon der erste Tag beginnt für den Neankömmling ziemlich turbulent...

#### "Prison Break": RTL zeigt vierte Staffel bereits ab April

Die vierte Staffel der Action-Serie "Prison Break" wird bei RTL schon in wenigen Wochen zu sehen sein. Der Sender zeigt die verbleibenden 22 Folgen der Serie direkt im Anschluss an Staffel drei, die derzeit am Donnerstag-Abend um 23:10 Uhr läuft. Die vierte Staffel, die zugleich die letzte sein wird, ist auch erst seit Kurzem in den USA beim Sender Fox zu sehen. Start der vierten Staffel bei RTL ist der 2. April.

Der Kölner Sender hat sich für diesen frühen Ausstrahlungstermin entschieden, um die Fans der Serie bei der Stange zu halten. Schließlich bauen die einzelnen Staffeln und Folgen der Serie aufeinander auf. Zudem ist die derzeit laufende dritte Staffel mit lediglich 13 Folgen auf Grund des Autorenstreiks in den USA deutlich kürzer ausgefallen.



Da "Prison Break" nach Staffel vier endet, scheint diese Ausstrahlungsvariante deutlich erfolgsversprechender, als ein weiteres Jahr zu warten, bis man in die letzte Runde einsteigt und wieder neu für den Sendeplatz und das Programm trommeln muss. Die dritte Staffel erreicht bei RTL seit ihrem Start im Januar einen durchschnittlichen Marktanteil von 15,1 Prozent in der werberelevanten Zielgruppe. Das ist für den Sender in Ordnung, jedoch nicht gerade überragend. Im Gesamtpublikum verfolgen derzeit im Schnitt 1,47 Millionen Zuschauer die Serie, was einen Marktanteil von 10,1 Prozent ausmacht.

Premiere oder besser gesagt der Vermarkter „Premium Media Solutions“ ist zurzeit wieder auf Agentur-Tour und stellt sein Programm für 2009 vor.

Wie immer wartet der Sender in 2009 mit einer Vielzahl von TV-Premieren auf, die zeitnah mit dem DVD-Start zuerst auf Premiere Direkt und dann mit etwas Verzögerung, auf den nicht zusätzlich kostenpflichtigen Kanälen zu sehen sein werden.

Zu nennen sind hier Kinohighlights wie „Hancock“, „I’m Legend“, „Sex and the City“ oder „Batman – The Dark Knight“.

Hier bietet der Sender auch eine neue Vermarktungsmöglichkeit, da es nun möglich wird, einen Blockbuster von der ersten bis zur letzten Ausstrahlung werblich zu begleiten.

Darüber hinaus gibt es auch jede Menge neuer Serienstaffeln. So startet „24“ in die 7. Staffel und auch „Dexter“ und „Supernatural“ werden mit neuen Folgen auf Premiere zu sehen sein.

Schwerpunkt im Bereich Sport bilden natürlich die Live-Spiele der 1.+ 2.Fußball-Bundesliga, wo man sich die Rechte für die nächsten 4 Jahre sichern konnte.

Ab der kommenden Saison gibt es hier Änderungen, so wird das Top-Spiel der Woche immer sonntags ab 18.30 Uhr übertragen, wobei Premiere individuell entscheidet, welche Paarung das Top-Spiel bildet.

Auch hier kommt eine neue Werbemöglichkeit im Bereich der Konferenzschaltung ab sofort zum Tragen: der sogenannte „Konferenz-trenner“. Hierbei handelt es sich um eine Werbemöglichkeit im Bereich Special Ad’s und erlaubt die Einblendung des Logos des

Werbepartner beim Stadionwechsel während der Live-Übertragung. Darüber hinaus sind aber auch andere Formen von Special Ad’s im Umfeld der Livespiele möglich.

Die Special Interest Sender, die ebenfalls zum Vermarktungs-Portfolio gehören, aber im Moment ein Nischendasein fristen, sollen durch Spotpakte für Kunden interessanter werden.

So kann man beispielsweise das Paket „Kinder“ buchen, das aus den Sendern Cartoon Network (CN) und Boomerang besteht und Kinder bis 13 Jahre anspricht.



Allerdings haben alle Special Interest Sender den Nachteil, das sie keine Leistungswerte ausweisen können, was die Vermarktung natürlich nicht einfacher macht.

Einfach ist es für Premiere im Moment selber auch nicht. Der Skandal um die geschönten Abonnentenzahlen und die anhaltende Kritik der Intransparenz des Premiere-Panels zwingen den Sender zum Handeln.

So wird im Bereich „Qualitätssicherung“ nachgebessert und eine Panelzertifizierung durch eine unabhängige Wirtschaftsprüfungsgesellschaft durchgeführt, die lt. Sender sich schon in Arbeit befindet.

Außerdem überlegt man mittelfristig sich in das Panel der GfK aufnehmen zu lassen, um die Vermarktungschancen zu erhöhen und noch interessanter für die werbetreibende Wirtschaft zu werden.

#### Marktanalyse KW 08

#### Übersicht KW 08 TKP / RW Mio / MA%

	KW 08/2009					MA zur Vorwoche
	E 14+		E 14-49		MA in %	
	TKP Euro	Mio	TKP Euro	Mio	MA in %	

Tarifart 01 - 30	10,58	0,42	18,87	0,23	4,0	→
------------------	-------	------	-------	------	-----	---

03:00:00 - 03:00:00	TKP Euro	Mio	TKP Euro	Mio	MA in %	
ARD	8,19	1,89	40,10	0,39	5,0	→
ZDF	5,64	2,82	39,17	0,41	5,4	→
RTL	11,72	1,16	19,98	0,68	12,5	→
SAT.1	8,30	1,12	19,37	0,48	8,6	→
PRO7	16,81	0,53	20,84	0,43	8,2	→
RTL II	9,48	0,35	13,03	0,25	4,6	→
VOX	9,46	0,45	15,77	0,27	5,1	→
KABEL 1	9,56	0,38	14,08	0,26	4,4	→
SUP RTL	8,27	0,21	10,81	0,16	2,5	→
NICK	10,70	0,07	11,78	0,06	1,2	→
DasVIERTE	8,25	0,10	19,73	0,04	0,6	→
Tele 5	12,21	0,10	26,00	0,05	0,7	→
DSF	18,22	0,06	34,39	0,03	0,6	→
N-TV	10,51	0,08	23,60	0,03	0,6	→
N 24	12,06	0,08	21,22	0,05	0,8	→
MTV	38,52	0,04	43,52	0,04	0,5	→
VIVA	29,84	0,05	33,79	0,05	0,7	→

06:00:00 - 01:00:00	TKP Euro	Mio	TKP Euro	Mio	MA in %	
ARD	8,19	1,89	40,10	0,39	5,0	→
ZDF	5,64	2,82	39,17	0,41	5,4	→
RTL	11,84	1,19	20,25	0,69	12,5	→
SAT.1	8,31	1,13	19,40	0,48	8,6	→
PRO7	17,26	0,56	21,43	0,45	8,1	→
RTL II	9,90	0,37	13,63	0,27	4,5	→
VOX	9,48	0,45	15,81	0,27	5,1	→
KABEL 1	9,65	0,38	14,23	0,26	4,4	→
SUP RTL	8,27	0,21	10,81	0,16	2,5	→
NICK	10,70	0,07	11,78	0,06	1,2	→
DasVIERTE	8,34	0,12	19,80	0,05	0,6	→
Tele 5	12,41	0,10	26,49	0,05	0,7	→
DSF	17,97	0,08	34,47	0,04	0,6	→
N-TV	10,51	0,08	23,60	0,03	0,6	→
N 24	12,06	0,08	21,22	0,05	0,8	→
MTV	38,91	0,04	43,94	0,04	0,5	→
VIVA	30,02	0,05	33,98	0,05	0,7	→

17:00:00 - 23:00:00	TKP Euro	Mio	TKP Euro	Mio	MA in %	
ARD	8,90	1,91	42,39	0,40	4,6	→
ZDF	5,68	3,16	40,34	0,44	5,3	→
RTL	14,25	2,35	25,09	1,34	13,1	→
SAT.1	11,89	1,60	24,79	0,77	7,5	→
PRO7	21,81	1,06	26,77	0,86	8,4	→
RTL II	13,32	0,57	18,57	0,41	4,1	→
VOX	10,83	1,06	19,54	0,59	5,8	→
KABEL 1	13,07	0,56	19,77	0,37	3,7	→
SUP RTL	9,25	0,30	12,57	0,22	2,2	→
NICK	12,88	0,10	14,10	0,09	1,1	→
DasVIERTE	8,92	0,14	20,51	0,06	0,6	→
Tele 5	15,03	0,14	32,31	0,06	0,6	→
DSF	19,32	0,10	37,19	0,05	0,5	→
N-TV	12,19	0,09	26,19	0,04	0,4	→
N 24	12,94	0,11	22,01	0,06	0,6	→
MTV	45,25	0,05	51,72	0,04	0,4	→
VIVA	33,16	0,06	38,26	0,05	0,5	→

Quelle: pc#tv, Fernsehpub.(D+EU)/Alle Ebenen/BRD gesamt

#### Hitliste TOP 20 Umfelder KW 08

Platz	Sender	Titel	Erw. ab 14 J.		Erw. 14-49 J.	
			Mio	Affinität	Mio	Affinität
1	RTL	DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR Folge 9	5,22	100	3,79	133
2	RTL	RACH - DER RESTAURANTTESTER Folge 11	6,10	100	3,35	100
3	RTL	DIE AUSREIßER - DER WEG ZURÜCK Folge 8	4,41	100	3,25	135
4	RTL	DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR Folge 10	4,73	100	3,23	125
5	RTL	VAN HELSING	3,83	100	2,94	140
6	PRO7	Brokeback Mountain	3,64	100	2,86	143
7	ARD	TATORT	7,84	100	2,73	64
8	RTL	DIE 10 WITZIGSTEN TV-CASTINGS Folge 18	3,79	100	2,67	129
9	PRO7	Germany's Next Topmodel - by Heidi Klum	3,08	100	2,58	153
10	RTL	DR. HOUSE Folge 56	3,38	100	2,57	139
11	RTL	WER WIRD MILLIONÄR ? Folge 791	7,00	100	2,47	64
12	RTL	CSI: MIAMI Folge 7	3,86	100	2,45	116
13	RTL	GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN Folge 4179	4,03	100	2,44	111
14	RTL	GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN Folge 4181	3,81	100	2,41	116
15	RTL	GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN Folge 4182	3,73	100	2,25	110
16	RTL	GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN Folge 4183	3,69	100	2,21	109
17	RTL	GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN Folge 4180	3,71	100	2,18	108
18	RTL	CSI: DEN TÄTERN AUF DER SPUR Folge 25	3,20	100	1,98	113
19	RTL	ALARM FÜR COBRA 11 - DIE AUTOBAHPOLIZEI Fol	3,42	100	1,96	106
20	RTL	EXTRA - DAS RTL-MAGAZIN	3,43	100	1,97	105

Quelle: pc#tv, Fernsehpub.(D+EU)/Alle Ebenen/BRD gesamt

#### TOP 20 Umfelder nach Kosten KW 08

Platz	Sender	Titel	Erw. ab 14 J.		Erw. 14-49 J.		Tarif
			Mio	TKP	Mio	TKP	
1	RTL	DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR Folge 9	3,37	21,12	2,52	28,22	71.250
2	ARD	Sportschau Fußball-Bundesliga 21. Spieltag	5,28	11,62	1,96	39,32	61.380
3	RTL	DR. HOUSE Folge 56	2,58	23,32	1,96	30,72	60.214
4	RTL	CSI: MIAMI Folge 7	2,95	18,86	1,83	30,41	55.590
5	RTL	DIE 10 WITZIGSTEN TV-CASTINGS Folge 18	2,25	24,04	1,62	33,40	54.150
6	RTL	DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR Folge 10	2,74	19,15	1,80	29,23	52.523
7	PRO7	Brokeback Mountain	2,12	24,41	1,67	30,97	51.836
8	RTL	RACH - DER RESTAURANTTESTER Folge 11	4,11	12,28	2,13	23,75	50.512
9	PRO7	Germany's Next Topmodel - by Heidi Klum	1,84	26,34	1,55	31,27	48.337
10	RTL	GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN Folge 4181	2,86	16,20	1,84	25,16	46.411
11	RTL	GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN Folge 4179	2,97	15,55	1,77	26,08	46.189
12	RTL	GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN Folge 4182	2,75	16,62	1,63	28,01	45.748
13	RTL	DIE AUSREIßER - DER WEG ZURÜCK Folge 8	3,07	14,85	2,22	20,50	45.600
14	RTL	GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN Folge 4180	2,71	16,65	1,55	29,21	45.161
15	RTL	ALARM FÜR COBRA 11 - DIE AUTOBAHPOLIZEI Folge 6	2,58	17,29	1,45	30,84	44.635
16	RTL	WER WIRD MILLIONÄR ? Folge 791	4,57	9,59	1,63	26,80	43.759
17	ARD	Sportschau Fußball-Bundesliga 21. Spieltag	4,12	10,61	1,17	37,21	43.679
18	RTL	CSI: DEN TÄTERN AUF DER SPUR Folge 25	2,35	17,08	1,37	29,39	40.200
19	RTL	WER WIRD MILLIONÄR ? Folge 792	3,27	12,19	1,07	37,21	39.937
20	ARD	Vor dem Echo	4,06	9,79	1,08	36,77	39.704

Quelle: pc#tv, Fernsehpub.(D+EU)/Alle Ebenen/BRD gesamt