

Neustarts & Quoten der Woche



«Schulermittler»: Zum Auftakt ein Rekord

Wir haben gehofft, dass wir den Senderschnitt erreichen können, erklärte Günter Stampf, der die Serie «**Die Schulermittler**» für RTL herstellt im Sommer bei Quotenmeter.de. Der einwöchige Testlauf war ein voller Erfolg und nun läuft es für das Format sogar noch besser. 100 weitere Episoden der neuen 17:00 Uhr-Sendung hat RTL geordert und gleich zum Auftakt gab es einen neuen Quotenrekord.

1,88 Millionen Zuschauer ab drei Jahren waren am Montag dabei: Bislang lag die Rekordreichweite bei gerade einmal 1,02 Millionen Zuschauern. Auch bei den Werberelevanten gab es zum Auftakt der neuen Ausgaben mit 22,6 Prozent einen neuen Rekord.



«Whistler»: Kanadische Serie startet mager

Der Start des kanadischen Formats «**Die Geheimnisse von Whistler**» konnte die Zuschauer vergangenen Samstag nicht packen: Lediglich 0,40 Millionen Menschen schalteten die erste Folge ein, die um 14:15 Uhr begann. Der Marktanteil lag bei 3,9 Prozent, in der Zielgruppe wurden passable 6,5 Prozent eingefahren.

Jedoch kippte das Interesse mit der zweiten Episode direkt im Anschluss: Nur noch 5,3 Prozent Marktanteil wurden bei den Werberele-

vanten eingefahren, beim Gesamtpublikum stieg die Reichweite auf 0,43 Millionen Zuschauer bzw. 3,7 Prozent Marktanteil.



Neuer ProSieben-Mittag startet mittelmäßig

Die "Optimierung der Daytime" hat bei ProSieben am Montag begonnen: Das eigenproduzierte Magazin «**SAM**» wurde vom Sendeplatz zwischen 12:00 und 14:00 Uhr verbannt und durch US-Serien ersetzt. Zwar waren die Quoten zu Beginn nicht überragend, doch dank der niedrigeren Ausstrahlungskosten dürfte ProSieben zufrieden sein.

Um 13:00 Uhr erreichte «**Charmed – Zaubhafte Hexen**» 0,55 Millionen Zuschauer und 5,8 Prozent beim Gesamtpublikum. Mit 12,2 Prozent lag die Serie sogar über dem ProSieben-Schnitt bei den 14- bis 49-Jährigen und erreichte Werte in gleicher Höhe wie zuletzt «**SAM**».

Um 14:00 Uhr startete die erste Staffel der «**Desperate Housewives**»: 0,49 Millionen schalteten ein und brachten dem Sender nur schlechte 4,6 Prozent. Bei den Werberelevanten sah es mit 0,40 Millionen und 10,4 Prozent allerdings recht ordentlich aus.

«Eine wie keine» rutscht unter Sat.1-Schnitt

Meist mehr als zehn Prozent wurden in den ersten fünf Tagen der neuen Sat.1-Soap «**Eine wie keine**» bei den Werberelevanten erzielt. Besonders die Tatsache, dass kein Abwärtstrend erkennbar war, ließ Hoffnung auf einen baldigen Erfolg aufkommen. Die zweite Sendewoche startete allerdings weniger gut, weil man deutlich unter den Senderschnitt rutschte.

Quoten der Woche



Insgesamt sahen um 18.00 Uhr 1,54 Millionen Menschen die sechste Folge der Soap. Somit wurden 7,8 Prozent beim Gesamtpublikum erzielt. In der werberelevanten Zielgruppe wurden 0,63 Millionen Zuschauer bei 8,8 Prozent erreicht. Damit lag man nur leicht über den Negativzahlen vom Mittwoch, als 8,2 Prozent einen Tiefstwert bedeuteten.



«Baader Meinhof Komplex» enttäuscht

Mit 5,30 Millionen Zuschauern am Sonntagabend erfüllte «**Der Baader Meinhof Komplex**» die Erwartungen der ARD nicht ganz, denn für den deutschen Film hatte man sogar den «**Tatort**»-Sendeplatz geopfert, der sonst deutlich bessere Quoten erzielt. Am Montagabend wurde der zweite Teil des Films ausgestrahlt, doch das Interesse der Zuschauer ließ sogar noch nach.

Insgesamt waren beim zweiten Teil 4,43 Millionen Zuschauer ab drei Jahren dabei. Mäßige 12,9 Prozent beim Gesamtpublikum wurden gemessen. In der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen schalteten 1,93 Millionen bei sehr starken 13,6 Prozent ein. Aber auch hier verlor man gegenüber Sonntag: Dort waren noch 2,34 Millionen dabei, die für noch bessere 14,5 Prozent sorgten. Damit erfüllte der Kinofilm aus dem Jahre 2008 mit Schauspielern wie Martina Gedeck und Moritz Bleibtreu die Quotenerwartungen insgesamt nicht.



Jauchs Promi Quiz siegt bei Jung und Alt

Am Abend des RTL-Spendenmarathons zeigt RTL mittlerweile fast traditionell ein Prominentenspecial von «**Wer wird Millionär?**». Atze Schröder stellte sich beispielsweise am Donnerstag den Fragen des Quizmasters, weitere Prominente waren unter anderem Daniel Hartwich und Andrea Kiewel.

Im Schnitt sahen 8,39 Millionen Bürger ab drei Jahren zu – 3,53 Millionen waren hiervon zwischen 14 und 49 Jahren alt. Günther Jauch hatte mit seiner Sendung demnach die Nase bei Jung und Alt vorn. Insgesamt wurden exakt 30 Prozent Marktanteil gemessen, bei den Jungen kam die Quizshow auf durchschnittlich 30,2 Prozent.



Deutschland-Spiel: Maß aller Quoten

Das Länderspiel zwischen Deutschland und der Elfenbeinküste interessierte am Mittwoch insgesamt 10,24 Millionen Menschen. Die ARD übertrug in der «**Sportschau live**» die Partie und holte damit 33,7 Prozent Marktanteil aller Zuschauer.

Auch bei den Jungen war die Partie ein Renner: 3,74 Millionen der 14- bis 49-Jährigen schalteten das Erste ein, tolle 29,0 Prozent Marktanteil bedeuteten auch hier den Tagessieg.

TV Neuheiten & Änderungen



Neuer ProSieben-Mittwoch mit «Vampire Diaries»

Es war ein wahrer Hype, der um «**Twilight**» ausgebrochen ist und seit dieser Woche wird wieder vermehrt über die Liebe zwischen einem Vampir und einem Menschen gesprochen: In den Kinos läuft die Fortsetzung, die den Titel «**New Moon**» trägt, an. Diesen Hype möchte der Münchner Privatsender ProSieben wohl nutzen: Er nannte erstmals einen Sendetermin für die neue US-Serie «**Vampire Diaries**», die man kürzlich von Warner Bros. erworben hatte.

Ab dem 20. Januar zeigt man die Serie mit «**Lost**»-Star Ian Sommerhalder und Nina Dobrev immer mittwochs um 21:15 Uhr. Das Format ist derzeit der erfolgreichste Neustart des eher glücklosen US-Networks The CW und bereits seit geraumer Zeit für eine volle Staffel verlängert. Im Vorfeld der «Twilight»-Kopie laufen dann die neuen Folgen der sechsten Staffel von «**Desperate Housewives**».



RTL nimmt «Knight Rider» ins Abendprogramm

Mit einem Ergebnis von 22 Prozent Marktanteil in der Zielgruppe hätte wohl niemand bei RTL gerechnet als man die Neuauflage der Serie «**Knight Rider**» am Donnerstag um 21:15 Uhr zeigte. Vorsichtshalber plante man die Aus-

strahlung der regulären Folgen samstags um 16:50 Uhr ein – in den USA flopte die Serie nämlich, sodass nicht mehr als 17 Folgen produziert wurden. In Deutschland sind alle aber ganz verrückt auf den neuen K.I.T.T. – bis zu 22,8 Prozent Marktanteil wurden bisher gemessen.

Deshalb hat sich der Kölner Sender RTL entschlossen, die Serie ins Abendprogramm aufzunehmen. Den Sendeplatz um 21:15 Uhr konnte man dem Format nicht geben, da dieser mit «**CSI**» belegt ist – dafür darf das Format am 17. Dezember um 23:10 Uhr an den Start gehen.

Die eigentlich zu dieser Zeit geplanten Wiederholungen der deutschen Serie «**Im Namen des Gesetzes**» laufen knapp 90 Minuten später, um 00.35 Uhr.



Neuer Tag: Sat.1 befreit «Kerner» vom Montag

“Die Woche beginnt mit Kerner” – so warb Sat.1 Ende Oktober für den Start des neuen Magazins «**Kerner**», das montags um 21:15 Uhr laufen sollte.

Gerade einmal drei Ausgaben lang hielt das Format durch – nun zog Sat.1 den Stecker. Vergangene Woche holte das Magazin schwache 4,5 Prozent Marktanteil in der Zielgruppe. Schon seit dieser Woche hat Sat.1 einen komplett neuen Montagabend im Programm.

«Kerner» wird auch weiterhin in Sat.1 zu sehen sein. Die Programmacher fanden einen neuen Sendeplatz für das 90-minütige Magazin: Am Donnerstag findet Johannes B. Kerner nun sein Zuhause – immer im Anschluss an den Spielfilm, also gegen 22:15 Uhr.



ZDFneo erregt die Gemüter

Wenige Wochen nach dem Start und bei einem Marktanteil in der Gegend von 0,1 Prozent wird der neue ZDF-Ableger **neo** nun zum Zankapfel der Medienpolitik.

Privatfunk-Sprecher Jürgen Doetz nannte das Projekt vergangenen Donnerstag wenig überraschend ein "**Vox light**", das den Privaten gezielt das Wasser abgrabe und gestoppt gehöre. Der Drehbuchautor Philipp Weinges ("Allein unter Frauen") erahnt in dem Digitalkanal hingegen nicht weniger als die Rettung des deutschen Fernsehens.

Die Front zwischen Privat-TV-Lobbyisten und großen Teilen der feuilletonistischen Medienkritik zeichnete sich schon vor dem Start am 2. November ab: Als allmählich klar wurde, dass das ZDF mit avancierten und als cool geltenden US-Serien («**30 Rock**», «**Seinfeld**» etc.) und einem originellen Programm auf junge Zuschauer setzt, die den Öffentlich-Rechtlichen ansonsten verloren gehen.

Die Sendergruppen um RTL und Pro7Sat1 sahen sich nicht ohne Grund angegriffen – zwar nicht ernsthaft beim Marktanteil, aber beim Image als erste Adresse für junge und neugierige Zuschauer.

Die Ausführungen von Doetz und Weinges spitzen die Positionen typisch zu.

Es sei unerträglich, dass die Politik zulasse, dass ein gebührenfinanziertes, rein auf das Erreichen der jungen Zielgruppe ausgerichtetes Programm privaten Anbietern das Was-

ser abgrabe, sagte der Chef des Verbands Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT).

Auf der Mitgliederversammlung des Interessen-Verbands war sogar schon von rechtlichen Schritten die Rede, falls das ZDF den genehmigten Finanzrahmen von 30 Millionen Euro überschreiten sollte.



Drehbuchautor Weinges, der auch im Verwaltungsrat der Filmförderanstalt sitzt, beklagt in einem Beitrag für die "**Süddeutsche**" ausführlich die Verarmung und Vergreisung der öffentlich-rechtlichen Programme, um am Ende eine Hoffnung aufzubauen: "Eine Art öffentlich-rechtliches HBO." Nur neue Sender – Channel 4 in England, RTL in Deutschland, HBO und Showtime in den USA – hätten bisher historisch Veränderungen des Fernsehens eingeleitet:

"Wenn wir Veränderung wollen, brauchen wir neue Sender mit genug Geld, frische Leute einzustellen und ungewöhnliche Formate zu produzieren." Der solle "keine Konkurrenz zu den Privaten sein, sondern die Lücke im dualen System schließen, die sich von Jahr zu Jahr vergrößert."

ZDFneo bräuchte dafür mehr Geld, eine größere Verbreitung und "eigene, originelle Fiktion", so Weinges. Genau das würde Jürgen Doetz und den VPRT so richtig auf die Barrikaden treiben – selbst, wenn der Marktanteil dann immer noch unter einem Prozent läge.

Interessantes vom deutschen TV Markt KW 48/2009

Marktanalyse KW 47

Übersicht KW 47 TKP / RW Mio / RW %

	KW 47/2009						
	E 14+			E 14-49			
	TKP Euro	Mio	MA	TKP Euro	Mio	MA	MA in % zur Vorwoche

Darstellung	Werbung TA 01-30	Werbung TA 01-30	Programm	Werbung TA 01-30	Werbung TA 01-30	Programm	Programm
03:00:00 - 03:00:00	13,80	0,43	4,6	24,28	0,24	4,9	99
ARD	8,51	1,71	13,4	44,99	0,32	7,1	119
ZDF	5,42	3,08	12,0	39,42	0,42	5,2	92
RTL	14,61	1,37	14,3	24,10	0,83	18,7	96
SAT.1	11,10	1,18	10,2	25,94	0,51	10,4	94
PRO7	18,61	0,66	7,0	22,29	0,55	13,5	107
RTL II	12,54	0,38	3,9	18,34	0,26	6,1	97
VOX	12,72	0,54	5,9	21,94	0,31	7,8	105
KABEL 1	15,26	0,41	3,8	21,83	0,28	5,8	90
SUP RTL	19,51	0,17	1,7	27,46	0,12	2,7	104
NICK	25,37	0,06	0,5	29,40	0,05	0,9	107
DasVIERTE	9,89	0,08	0,5	23,90	0,03	0,5	118
Tele 5	10,07	0,11	1,1	25,55	0,04	1,2	117
DSF	15,72	0,07	0,8	35,88	0,03	0,7	91
N-TV	14,61	0,07	0,7	33,45	0,03	0,7	77
N 24	14,13	0,10	0,9	24,70	0,06	1,1	76
MTV	59,88	0,03	0,3	66,40	0,03	0,6	90
VIVA	35,63	0,05	0,4	40,44	0,05	0,9	91

06:00:00 - 01:00:00	13,95	0,45	4,6	24,65	0,26	4,9	99
ARD	8,51	1,71	13,8	44,99	0,32	7,4	120
ZDF	5,42	3,08	12,2	39,42	0,42	5,3	92
RTL	14,85	1,43	14,4	24,65	0,86	19,1	97
SAT.1	11,12	1,20	10,3	26,02	0,51	10,5	94
PRO7	18,93	0,68	6,9	22,68	0,57	13,5	108
RTL II	13,13	0,39	3,7	19,28	0,27	5,8	96
VOX	12,73	0,54	5,6	21,95	0,31	7,5	102
KABEL 1	15,35	0,41	3,8	21,97	0,29	5,8	91
SUP RTL	19,51	0,17	1,7	27,46	0,12	2,8	107
NICK	25,37	0,06	0,5	29,40	0,05	1,0	107
DasVIERTE	9,89	0,10	0,5	24,12	0,04	0,6	118
Tele 5	10,50	0,13	1,1	26,31	0,05	1,1	112
DSF	15,27	0,09	0,8	35,72	0,04	0,7	90
N-TV	14,61	0,07	0,7	33,45	0,03	0,6	76
N 24	14,22	0,10	0,8	24,90	0,06	0,9	71
MTV	60,91	0,03	0,3	67,67	0,03	0,6	95
VIVA	35,89	0,05	0,4	40,70	0,05	0,9	94

17:00:00 - 23:00:00	16,43	0,71	4,5	29,88	0,39	5,0	100
ARD	8,67	1,72	14,9	44,00	0,34	9,0	136
ZDF	5,36	3,37	13,6	39,54	0,46	5,8	87
RTL	17,63	2,80	14,9	30,64	1,61	19,7	96
SAT.1	15,03	1,84	8,2	31,10	0,89	9,8	89
PRO7	23,79	1,18	6,8	28,24	1,00	14,1	113
RTL II	16,44	0,67	3,5	24,54	0,45	5,6	92
VOX	15,22	1,10	5,7	28,16	0,59	7,7	103
KABEL 1	18,17	0,65	3,2	27,64	0,43	5,0	84
SUP RTL	17,34	0,28	1,6	24,79	0,20	2,8	103
NICK	28,64	0,09	0,3	32,73	0,08	0,7	100
DasVIERTE	11,30	0,13	0,6	28,30	0,05	0,7	133
Tele 5	12,19	0,19	1,1	31,60	0,07	1,2	112
DSF	13,79	0,14	0,7	34,11	0,06	0,6	75
N-TV	17,46	0,09	0,5	38,51	0,04	0,5	77
N 24	15,39	0,13	0,6	27,29	0,07	0,7	75
MTV	76,53	0,03	0,2	86,34	0,03	0,5	111
VIVA	49,30	0,05	0,3	56,38	0,05	0,7	109

Quelle: AGF/GRK-Fernsehforschung; TV Scope, Fernseh(D+EU), personengewichtet, zeitversetzte Nutzung; produktbezogen, 16.11.2009-22.11.2009

Hitliste TOP 20 Umfelder KW 47

Platz	Sender	Titel	Erw. ab 14 J.		Erw. 14-49 J.	
			Mio	Affinität	Mio	Affinität
1	RTL	DAS SUPERTALENT Folge 7	6,80	100	4,44	119
2	PRO 7	Spider-Man 3	4,97	100	4,17	153
3	RTL	BAUER SUCHT FRAU Folge 4	8,47	100	3,89	84
4	ARD	Fußball-Länderspiel: Deutschland - Elfenbeinkü	10,06	100	3,72	68
5	RTL	WER WIRD MILLIONÄR ? - PROMINENTEN-S	8,28	100	3,53	78
6	RTL	RTL SPENDENMARATHON 2009	7,93	100	3,44	79
7	RTL	DR. HOUSE Folge 106	4,46	100	3,28	134
8	ARD	Tagesthemen	8,59	100	3,16	67
9	RTL	CSI: MIAMI Folge 157	4,96	100	3,10	114
10	RTL	RAUS AUS DEN SCHULDEN Folge 9	4,40	100	2,86	119
11	RTL	WILLKOMMEN BEI MARIO BARTH Folge 6	3,71	100	2,72	134
12	ARD	Sportschau live (Studio)	7,08	100	2,68	69
13	RTL	GUTE ZEITEN, SCHLECHTE ZEITEN Folge 4	4,03	100	2,59	118
14	PRO 7	Timeline	3,36	100	2,51	137
15	RTL	DIE SUPER NANNY Folge 14	3,57	100	2,37	121
16	ARD	Der Baader Meinhof Komplex Folge 1	5,25	100	2,34	81
17	RTL	EXTRA - DAS RTL-MAGAZIN	4,78	100	2,29	88
18	RTL	RTL AKTUELL - WEEKEND: DAS WETTER	4,87	100	2,27	85
19	PRO 7	Galileo	2,47	100	2,14	159
20	RTL	HELFER MIT HERZ Folge 1	4,14	100	2,13	94

Quelle: AGF/GRK-Fernsehforschung; TV Scope, Fernseh(D+EU), personengewichtet, zeitversetzte Nutzung; produktbezogen, 16.11.2009-22.11.2009

TOP 20 Umfelder nach Kosten KW 47

Platz	Sender	Titel	Erw. ab 14 J.		Erw. 14-49 J.		
			Mio	TKP	Mio	TKP	Tarif
1	RTL	CSI: MIAMI	4,19	21,90	2,46	37,29	91,681
2	RTL	BAUER SUCHT FRAU	5,48	16,20	2,50	35,42	88,698
3	RTL	DOMINO DAY 2009 - DER REKORD	4,04	19,65	2,38	33,37	79,380
4	RTL	DAS SUPERTALENT	4,55	16,53	3,09	24,34	75,171
5	RTL	WER WIRD MILLIONÄR ?	5,12	12,75	2,07	31,57	65,269
6	SAT.1	DIE CHRONIKEN VON NARNIA: DER KÖNIG VON NAR	2,57	22,79	1,71	34,21	58,473
7	PRO 7	SPIDER-MAN 2	1,83	31,77	1,50	38,85	58,282
8	RTL	DIE SUPER NANNY	2,66	20,60	1,74	31,42	54,810
9	RTL	DAS BOURNE ULTIMATUM	2,21	24,53	1,48	36,67	54,254
10	RTL	DR. HOUSE	2,30	22,91	1,65	31,87	52,591
11	SAT.1	CRIMINAL MINDS	2,45	20,46	1,53	32,75	50,190
12	RTL	WILLKOMMEN BEI MARIO BARTH	2,62	18,97	2,03	24,46	49,627
13	RTL	ALARM FÜR COBRA 11 - DIE AUTOBAHNPOLIZEI	2,58	18,70	1,42	33,90	48,223
14	PRO 7	POPSTARS - DU & ICH	1,47	31,49	1,31	35,43	46,298
15	RTL	HELFER MIT HERZ	3,35	13,03	1,64	26,65	43,617
16	PRO 7	DESPERATE HOUSEWIVES	1,65	26,36	1,51	28,63	43,380
17	VOX	CSI: NY	2,66	15,77	1,58	26,53	41,977
18	RTL	RAUS AUS DEN SCHULDEN	1,91	21,12	1,17	34,44	40,367
19	RTL	EXTRA SPEZIAL: 20 JAHRE MAUERFALL	2,22	17,53	1,21	32,19	38,993
20	RTL	CSI: DEN TÄTERN AUF DER SPUR	1,87	20,62	1,10	35,15	38,633

Quelle: AGF/GRK-Fernsehforschung; TV Scope, Fernseh(D+EU), personengewichtet, zeitversetzte Nutzung; produktbezogen, 16.11.2009-22.11.2009