



+1,94%

Made in Austria

Besonders stark ist der Zuwachs bei den Österreich-Frequenzen für die IP; hier konnte der Marktanteil um 1,21% gesteigert werden, bei den jungen Zuschauern ist der Marktanteil um sogar 1,94 Prozentpunkte gestiegen.



© RTL/Stefan Merne: RTL, Vox/Nady El Tounsy, RTL II

Das stärkste Wachstum unter den Privatsendern

Für den österreichischen Werbezeitenvermarkter der RTL-Gruppe, die IP, war es ein mehr als erfolgreiches erstes Halbjahr.

••• Von Dinko Fejzuli

Mit einem Marktanteil von 17,85% bei den 12- bis 49-jährigen Zuschauern gelang der IP Österreich mit ihren Free-TV-Sendern RTL, Vox, Super RTL, RTL Nitro und RTL II ein erfolgreicher Abschluss für das erste Halbjahr.

Denn: Die IP Österreich verzeichnet in allen Zielgruppen ein deutliches Plus im Vergleich zum Vorjahr; der größte Anstieg des Marktanteils konnte in der jungen Zielgruppe (E 12-29) mit zwei Prozentpunkten auf 19% (1. Hj. 2016: 17%) erzielt werden.

Naturgemäß zufrieden zeigt sich gegenüber medianet IP-Geschäftsführer Walter Zinggl: „Die IP Österreich weist im Vergleich zu anderen Sendergruppen im ersten Halbjahr den größten Zuwachs auf. Das zeigt uns, dass wir mit unserem Programm auf dem richtigen Weg sind. Selbst in der jungen Zielgruppe 12-29, die ja angeblich kein TV mehr sieht, haben wir ein Plus von zwei Prozentpunkten erzielt – hier wird demnach nicht weniger, sondern deutlich mehr lineares Fernsehen (auf unseren Sendern) konsumiert. Wir freuen uns, Publikumsmagneten wie ‚Kitchen Impossible‘, ‚DSDS‘ oder auch

‚Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!‘ in unserem Programmportfolio zu haben. Im zweiten Halbjahr können sich die Zuschauer auf weitere Highlights wie ‚Die Höhle der Löwen‘, ‚Club der roten Bänder‘ oder ‚Ninja Warrior Germany‘ freuen.“

Besonders stark ist auch der Zuwachs bei den Österreich-Frequenzen; hier konnte der Marktanteil um 1,21 Prozentpunkte gesteigert werden, bei den jungen Zuschauern ist der Marktanteil sogar um 1,94 Prozentpunkte gestiegen.

RTL schließt das erste Halbjahr 2017 mit einem Marktanteil von 6,45% (E 12-49) und einem

Zuwachs von 0,31 Prozentpunkten; RTL Österreich konnte sogar eine Steigerung von 0,44 Prozentpunkten (E 12-49) erzielen.

Vox beschließt das erste Halbjahr mit einem Marktanteil von 5,33% bei den 12- bis 49-Jährigen (+0,59%). In der jungen Zielgruppe der 12- bis 29-Jährigen wurden ein Plus von 1,58 Prozentpunkten und ein Marktanteil von 5,98% erreicht. Dies entspricht auch dem stärksten Zuwachs in dieser Zielgruppe innerhalb der IP Österreich-Sender.

Nischen-Wachstum

Besonders erfolgreich verliefen die ersten sechs Monate im Jahr