

22,1%

weile 21. Staffel von „Bauer sucht Frau“ mit 163.000 Zusehern ab 12 Jahren und einem Marktanteil von 12,1% bei 12- bis 49-Jährigen. Ein weiteres Erfolgsformat: „Amore unter Palmen“ vom 8. Mai – die Sendung erreichte einen Marktanteil von 10,8% mit einer durchschnittlichen Reichweite von 142.380 Zusehern ab 12 Jahren. ATV ist im Mai mit einem Marktanteil von 5,6% einmal mehr der stärkste österreichische Privatsender in der PrimeTime (12- bis 49-Jährige).

Topwerte für Topmodels

Einen Monatsmarktanteil von 4,2% erreichte Puls 4; besonderer Beliebtheit erfreute sich das neue Format „Grätzlpolizei“, das am 20. Mai einen Marktanteil von 7,7% und durchschnittlich 95.640 Zuseher (ab 12 Jahre) hatte. Ebenfalls einen starken Marktanteil von 7,7% erreichte „Pro und Contra“ vom 28. Mai, das durchschnittlich 71.850 Personen (ab 12) vor die Bildschirme lockte.

Puls 24 steigerte seinen Marktanteil im Mai auf 0,8%,

Quotengarant

Mit 22,1% Marktanteil bei den Zusehern ab 12 Jahren war „Germany's Next Topmodel“ vom 16. Mai die stärkste Folge seit vier Jahren.

Evergreen

Auch in der 21. Staffel erfreut sich „Bauer sucht Frau“ auf ATV großer Beliebtheit.

erfolgreichste Sendung was die Elefantenrunde zur EU-Wahl, die am 9. Mai auf Puls 24 und Puls 4 ausgestrahlt wurde und eine halbe Million Zuseher erreichte (WSK, inkl. WH, E12+).

ProSieben Austria war mit 5,8% Marktanteil in der Hauptzielgruppe der 12- bis 49-Jährigen der stärkste Privat-TV-Sender in der Primetime.

Quotengarant war einmal mehr „Germany's Next Topmodel“ am 16. Mai mit einem Marktanteil von 22,1% und erreichte durchschnittlich 201.000 Zuseher ab 12 Jahren. Es war damit auch die stärkste Folge seit vier Jahren. Allgemein liegt die aktuelle 19. Staffel bei einem Schnitt von 17,4% Marktanteil bei den 12- bis 49-Jährigen und ist damit die erfolgreichste Staffel seit dem Jahr 2020.

Insgesamt 1,5% Marktanteil erzielte ATV2 im Mai, in der Primetime konnte sich der Sender mit einem Marktanteil von 2,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat steigern.

Rekord auch bei ServusTV

Der Salzburger Privatsender ServusTV setzte im Mai seinen Wachstumstrend ebenfalls fort und meldet den stärksten Mai der Sendergeschichte. So lag der Monats-Marktanteil bei 4,9% (ab 12-Jährige), was einem Plus von 0,7% im Vergleich zu Mai 2023 entspricht. Auch in der Zielgruppe der 12- bis 49-Jährigen konnte ServusTV zulegen und steigerte den Marktanteil um ein Prozent auf 4,2%. Den besten Marktanteil erreichte das Halbfinale Real Madrid vs. FC Bayern München Anfang Mai mit einem Marktanteil von 21,9% bei den



© RTL/Stefan Gregorowius

Quiz-Show

„Wer wird Millionär“ erreichte am 20. Mai 146.000 Österreicher.

ab 12-Jährigen und 23,6% in der Zielgruppe 12 bis 49. Im Schnitt waren 547.000 Zuseher mit dabei, als Real Madrid ins Finale der Champions League einzog; das Spiel erzielt auch einen neuen Rekordwert für ServusTV On mit 602.000 Video Views.

Zuwächse bei IP Österreich

Einen starken Mai verzeichneten auch RTL Österreich, RTLup Austria und ntv Austria mit Zuwächsen in allen Zielgruppen.

So lag der Zuwachs der Sender der RTL-Vermarktungstochter IP Österreich bei den 12- bis 49-Jährigen bei 0,2 Prozentpunkten, in der Zielgruppe der ab 12-Jährigen bei 0,6 Prozentpunkten. In der Gesamtbevölkerung wurde ein Anstieg von 0,7 Prozentpunkten erzielt.

Auch einzeln konnten sich die Sender im Vergleich zum Vorjahr steigern: RTLup Austria konnte in der werberelevanten Zielgruppe einen Marktanteilszuwachs von 0,3 Prozentpunkten verzeichnen. In der Gesamtbevölkerung und bei den Erwachsenen ab 12 Jahren konnte der Marktanteil um jeweils 0,2 Prozentpunkte gesteigert werden.

RTL Österreich überzeugte im Mai die ab 12-Jährigen mit einem Plus von 0,2% und die Gesamtbevölkerung mit einem Plus von 0,3%. ntv steigerte seinen Marktanteil in allen Zielgruppen um 0,2%.

Erfolgreichste Sendung war das Special der RTL-Quiz Show „Wer wird Millionär“ vom 20. Mai, sie erreichte im Durchschnitt 146.000 österreichische Zuseher ab 3 Jahren und 11,7% Marktanteil in der jungen Zielgruppe der 12- bis 29-Jährigen.

21,9%

Fußballfieber

547.000 Zuseher schalteten Anfang Mai ServusTV ein, als Real Madrid gegen FC Bayern im Halbfinale gegeneinander spielten – Marktanteil: 21,9%.



© ATV