

03.01.2022 – 14:51 Uhr

Neuer Rekord: Discovery erzielt 4,1 % Jahresmarktanteil in 2021



München (ots) -

Discovery Deutschland verzeichnet mit seinen Free TV-Sendern DMAX, TLC, Eurosport 1, HOME & GARDEN TV und TELE 5 einen Gesamt-Jahresmarktanteil von 4,1 % bei den 14-49-Jährigen. Damit erreicht die Sendergruppe ihr bestes Ergebnis seit Bestehen.

Susanne Aigner, Geschäftsführerin Discovery Deutschland: "Wir sind sehr stolz, was wir als Team in den vergangenen zwölf Monaten erreicht haben. Trotz widriger Umstände konnten wir unsere Position im Markt erfolgreich weiter ausbauen. Die Olympischen Spiele auf Eurosport, die Integration von TELE 5 in unser Portfolio oder die zahlreichen Rekordmarktanteile von TLC sind nur einige von vielen Highlights, die uns 2021 zu neuen Spitzenwerten verholfen haben. Diese hervorragenden Zahlen bestärken uns darin, unser breit aufgestelltes Portfolio auch im kommenden Jahr weiterzuentwickeln und als Unternehmen langfristiges Wachstum sicherzustellen."

DMAX: Mit 1,7 % (E 14-49) ist DMAX weiterhin die stärkste Marke im Portfolio von Discovery Deutschland. Der Sender erreichte zudem 2,4 % in der Kernzielgruppe der 20-49-jährigen Männer. Entscheidenden Anteil daran hatte auch in diesem Jahr die Eigenproduktion "Steel Buddies - Stahlharte Geschäfte": Die Erstaussstrahlung der bereits neunten Staffel war mit 4,2 % (E 14-49) die erfolgreichste aller Zeiten.

TLC: TLC verzeichnet mit 0,9 % Jahresmarktanteil (E 14-49) sowie 1,2 % bei den 20-49-jährigen Frauen sein bestes Jahr überhaupt. Bereits im Februar knackte TLC erstmals in der Geschichte des Senders die Marke von 1,0 % Marktanteil (E 14-49), und stellte diesen sowie weitere Rekorde wie den besten Einzeltag mehrfach im Verlauf des Jahres ein. Insbesondere die Themen Crime und Mystery mit Marktanteilen von regelmäßig über 2,0 % prägen die Erfolgsgeschichte des 2014 gestarteten Senders.

Eurosport 1: Mit den Olympischen Spielen Tokyo 2020 sowie einer Vielzahl weiterer packender Livesport-Highlights konnte Eurosport auch 2021 seine Zuschauer:innen überzeugen. Während den Olympischen Spielen vom 23.07. - 08.08.2021 erreichte der Sender 1,1 % (E 14-49). Das meistgesehene Live-Event des Jahres war die Handball-Weltmeisterschaft der Männer mit durchschnittlich 1,4 % (E 14-49), bei deren Final-Übertragung 620.000 Zuschauer ab drei Jahren dabei waren. Eurosport 1 schließt das Jahr mit Marktanteilen von 0,3 % (E 14-49) und 0,4 % (Männer 20-59) ab.

HOME & GARDEN TV: HGTV befand sich auch 2021 im Aufwind und verzeichnet Marktanteilsgewinne von +30 % gegenüber dem Vorjahr in der werberelevanten Zielgruppe. Insgesamt wurden 0,3 % (E 14-49) und 0,2 % bei den 25 bis 54-jährigen Frauen gemessen. Gerade zum Jahresende konnten mit 0,4% im November sowie 0,8 % am 24.11. neue Allzeitrekorde aufgestellt werden.

TELE 5: Im Jahresschnitt erreichte TELE 5 2021 0,9 % (E 14-49) sowie 1,2 % bei den 20-59-Jährigen, wobei seit August durchwegs mehr als 1,0 % (E 14-49) erzielt wurden - im Oktober sogar 1,1 % (E 14-49). Erfolgreichste Einzelaussstrahlung war "Killer Elite" mit 850.000 Zuschauern innerhalb des Gesamtpublikums. Auch die Eigenproduktion "SchleFaZ" wusste mit 2,0 % (E 14-49) im Jahresschnitt zu überzeugen.

Quelle: AGF Videoforschung in Kooperation mit GfK, VIDEOSCOPE 1.4, 01.01.-29.12.2021;

Pressekontakt:

Timo Ditschkowski
Manager Communications & PR Discovery Deutschland

Sternstraße 5 | 80538 München | Germany
+49-(0)89 206 099-203
Timo_Ditschkowski@discovery.com

Medieninhalte



Discovery erzielt 4,1 % Jahresmarktanteil in 2021 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/57615 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008529/100883468> abgerufen werden.