

22.05.2012 - 10:48 Uhr

Einschaltquoten beweisen: Pay-Sender 13TH STREET Universal und Syfy performen exzellent und konstant

München (ots) -

Deutschland, kein Pay TV-Land? Das war einmal! Denn nun tritt auch Pay TV-Betreiber Universal Networks International Germany den Gegenbeweis an. Seit 1. Mai sind die AGF Einschaltquoten von 13TH Street Universal und Syfy öffentlich und damit ist es Schwarz auf Weiß: Die beiden Sender sind unterm Strich nicht nur die Besten im gesamten Pay Segment (jenseits von Live-Sportübertragungen), sie sind außerdem im Vergleich zu manch einem Free TV Sender absolut konkurrenzfähig!

Einschaltquoten von 180.000 Zuschauern (bei Gesamt 3+) und einem Marktanteil von 1,6 Prozent (bei Zielgruppe 14-49) bei "Navy CIS" auf 13TH STREET Universal am 7. Mai um 22.45 Uhr sowie 160.000 Zuschauer (bei Gesamt 3+) und einem Marktanteil von 0,6 Prozent (bei Zielgruppe 14-49) bei "Warehouse 13" am 16. Mai um 21.00 Uhr* sprechen dabei eine klare Sprache: Pay TV im Allgemeinen und 13TH Street Universal und Syfy im Besonderen sind in der Mitte der Gesellschaft angekommen.

Seit Jahren bewährtes Erfolgsrezept von 13TH STREET Universal und Syfy ist eine Programmierung, die dank des jeweiligen Genrefokus auf einen starken Wiedererkennungswert der Sendermarken setzt und dabei seinen Zuschauern größtmögliche Verlässlichkeit bietet: So wird die perfekte Mischung aus Premium Library-Serien (z.B. "Star Trek"/"Stargate"-Franchise, "Navy CIS"/"Criminal Minds") und dt. TV-Premieren internationaler Hochglanzprodukte (z.B. "True Blood", "Covert Affairs") an drei bis fünf Tagen in der Woche zur Primetime mindestens in Doppelfolge mit Originalton-Option präsentiert.

Katharina Behrends, Geschäftsführerin Universal Networks International Germany, ist überzeugt: "Die GfK-Zahlen unserer Sender 13TH STREET Universal und Syfy lassen auf einen Paradigmenwechsel schließen. Wir waren schon immer überzeugt, dass Pay TV in Deutschland funktioniert, jetzt können wir es beweisen. Erste Werbetreibende bewerten die Situation bereits neu. Nun ist es an den Mediaagenturen und Redaktionen die Relevanz zu erkennen, die Pay TV nachweislich hat."

Das AGF/GfK Fernsehpanel umfasst 5.100 täglich berichtende Haushalte (Berichtsbasis Fernsehpanel D+EU), in denen fast 11.500 Personen leben. Damit wird die Fernsehnutzung von 71,94 Mio. Personen ab 3 Jahren bzw. 36,04 Mio. Fernsehhaushalten abgebildet. (Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung)

(*Quelle: AGF/GfK-Forschung; TV Scope (D+EU); 01.05.-20.05.2012; 17. - 20.05.2012 vorläufig gewichtet)

Mehr über die Universal Networks International Germany Sender finden Sie hier: <http://www.nbc-universal.de>
twitter.com/UNIGermany

Unter der Dachmarke Universal Networks International Germany steuert die NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH die Pay-TV-Sender 13TH STREET Universal und 13TH STREET Universal HD, Syfy und Syfy HD sowie E! Entertainment im deutschsprachigen Raum. Zudem werden die Pay-TV-Sender HISTORY, THE BIOGRAPHY CHANNEL und HISTORY HD von The History Channel (Germany) GmbH & CO. KG, einem Joint Venture zwischen A + E Networks und der NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH, betrieben und vermarktet. Die NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH gehört zu NBCUniversal, einem der weltweit führenden Unternehmen der Medien- und Unterhaltungsbranche. Comcast Corporation hält mit 51 Prozent einen Mehrheitsanteil an NBCUniversal, 49 Prozent werden von General Electric gehalten.

Kontakt:

Universal Networks International Germany
Shoshannah Peter
Press & PR Manager 13TH STREET Universal und Syfy
shoshannah.peter@nbcuni.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100051683/100718822> abgerufen werden.