

TV-Nutzung in der Corona-Krise

Deutschland zwischen Informationsbedürfnis und
Eskapismus

Frankfurt, 06.04.2020

Kerstin Niederauer-Kopf, Vorsitzende der Geschäftsführung
AGF Videoforschung GmbH

AGENDA

1. KEY FINDINGS
2. GLOSSAR
3. CORONA-EFFEKT & TRENDANALYSE: TV
4. CORONA-EFFEKT & TRENDANALYSE: STREAMING / TECHNISCHE EINTRÄGE
5. NACHRICHTENNUTZUNG
6. NUTZUNG AUSGEWÄHLTER GENRES
7. WERBUNG: TIEFENPSYCHOLOGISCHE ANALYSE RHEINGOLD SALON
8. HOME OFFICE
9. HITLISTEN

TV-Nutzung in der Corona-Krise

KEY FINDINGS

TV erlebt eine Renaissance bei jüngeren Zielgruppen

- TV erreicht mehr Menschen
- Zuschauer sehen länger fern
- In der jüngeren Zielgruppe erlebt Fernsehen eine Renaissance
- Nachrichten werden für alle Zielgruppen zur Klammer für den Tag, Fernsehen das Fenster zur Welt
- Werbung wird als Spiegel der Normalität wahrgenommen
- Hohe Reichweiten, große Aufmerksamkeit und Offenheit: Zeit für „Marken-Education“ und Brandbuilding!



WICHTIGE DEFINITIONEN IM AGF-SYSTEM

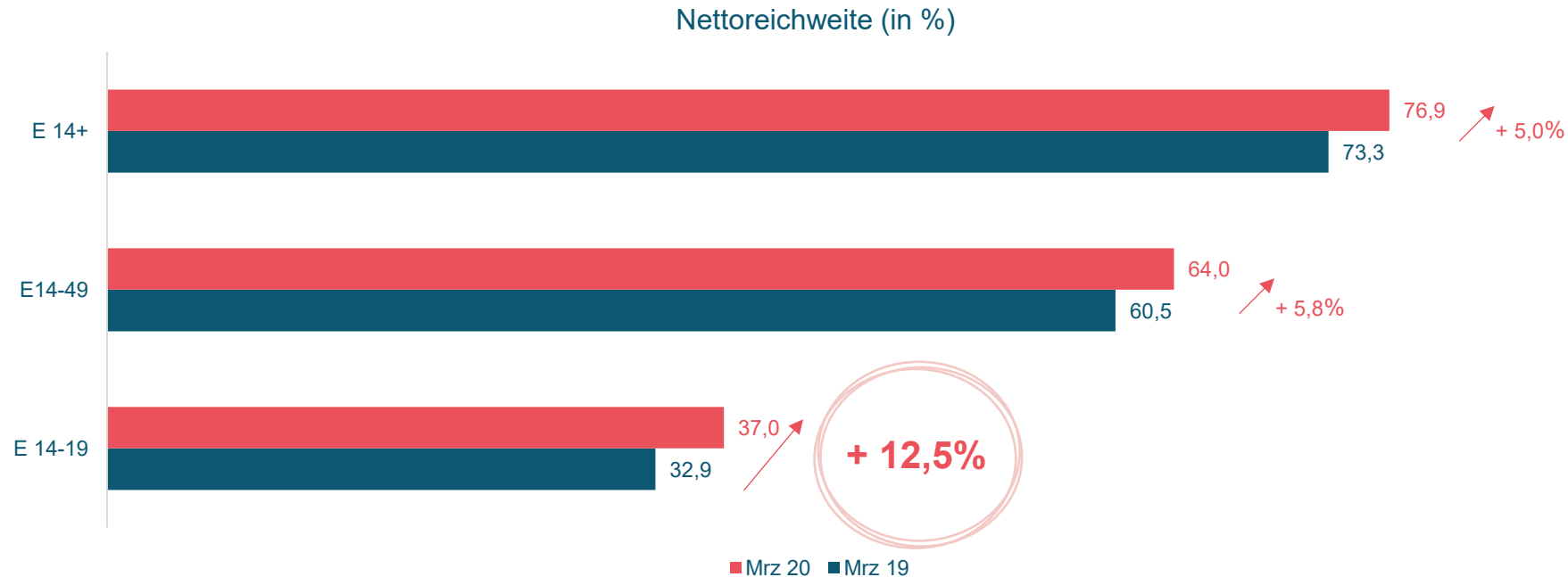
Kennzahlen

- **Sehbeteiligung (Mio,%)** beschreibt die Anzahl und den Anteil der Zielgruppe, die eine Sendung durchschnittlich unter Berücksichtigung der individuellen Sehdauer genutzt haben
- **Ø-Sehdauer (Min.)** beschreibt die durchschnittliche Sehdauer der Berichtsbasis oder der Zielgruppe pro Tag
- **Sehdauer (in Min.)** beschreibt die durchschnittliche Sehdauer aller Personen der Zielgruppe im Zeitraum einer Sendung oder eines Zeitintervalls
- **Netto-Reichweite (Mio,%)** gibt die Anzahl und den Anteil der Personen an, die durch einen Bewegtbildinhalt (Sendung, Werbung, Zeitabschnitt, Video) mindestens einmal erreicht wurden
- **Kumulierte Nettoreichweite (Mio,%)** stellt das Nutzerwachstum dar, das sich auf Basis einer Nettokumulation ergibt. Personen gehen dabei nur einmal in die Berechnung ein, egal wie viele Sendungen sie gesehen haben

Corona-Effekt: TV

FERNSEHEN ERREICHT IN ALLEN ZIELGRUPPEN MEHR ZUSCHAUER

Nettoreichweite Mrz 20 vs. Mrz 19: Höchster Zugewinn bei den 14-19-Jährigen



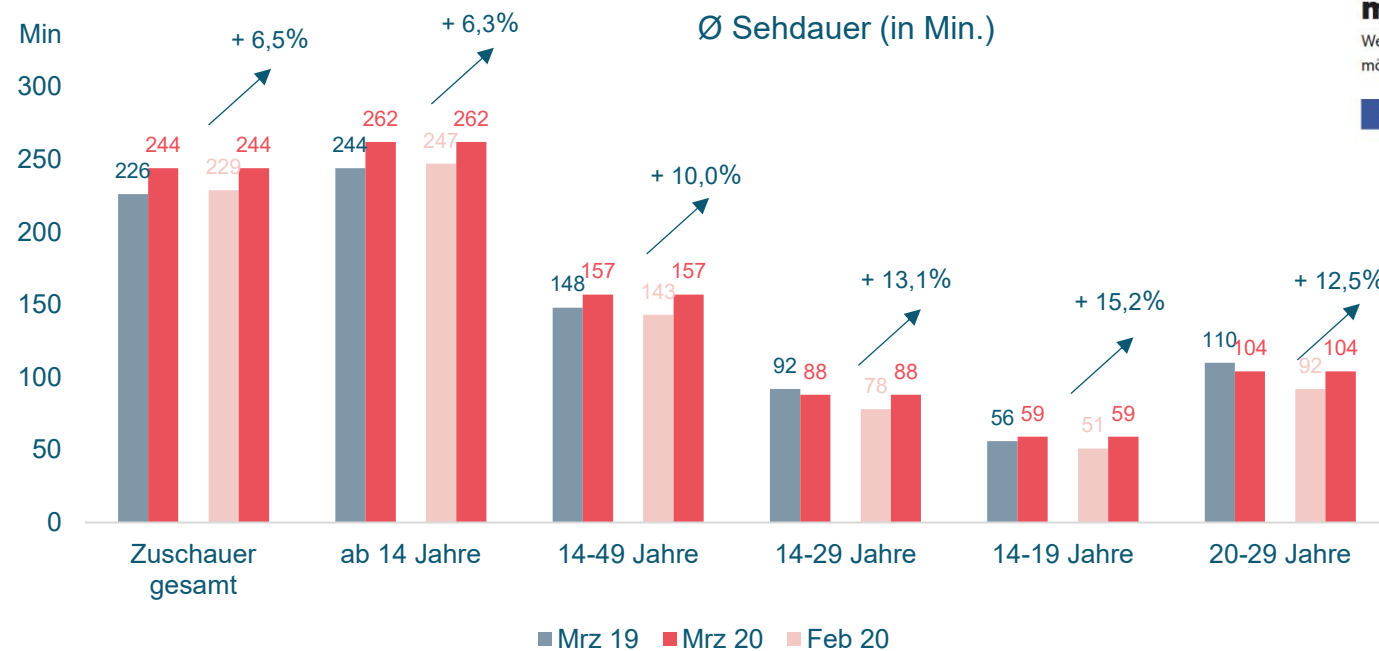
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.01.-31.03.2020 vs. Vorjahr, Marktstandard: TV, Datenpaket 2590 vom 05.04.2020; Standardanalyse, TV Gesamt, Mo-So, 3-3 Uhr

Corona-Effekt: TV

MENSCHEN SEHEN LÄNGER TV

Corona-Effekt: Deutlicher Sehdaueranstieg in allen Zielgruppen

- Gesamtpublikum: + 18 Minuten zum März 2019
- Jüngere Zielgruppen: Negativer Trend stoppt und kehrt sich um



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.01.2019-31.03.2020, Marktstandard: TV, Datenpaket 2584 vom 05.04.2020, TV Gesamt, Mo-So, 3-3 Uhr

stern VIDEO SPIELE GUTSCHEINE

Information und Unterhaltung

Seit Ausbreitung des Coronavirus sehen Deutsche mehr fern

Wenn Menschen aus Sorge vor der neuen Epidemie nicht mehr in Kinos, zu Konzerten oder auf Partys gehen mögen, wird der Fernseher daheim öfter eingeschaltet. Dabei zeichnen sich zwei große Trends ab.

Drucken

Deutschlandfunk

Mittwoch, 25.03.2020

Die Nachrichten Politik Wirtschaft Wissen Kultur Europa Gesellschaft Sport

Startseite @mediasres „Wir stellen einen Lagerfeuereffekt fest“ 16.03.2020

TV-Programm während Coronakrise

„Wir stellen einen Lagerfeuereffekt fest“

Seit Beginn der Coronakrise beobachtet die AGF Videoforschung einen Anstieg der Fernsehnutzung. Es gebe bei den Menschen ein großes Bedürfnis nach Information, so die Vorsitzende der AGF, Kerstin Niederauer-Kopf im Dlf – aber auch die Lust auf Ablenkung sei groß.

Kerstin Niederauer-Kopf im Gespräch mit Isabelle Klein

Hören Sie unsere Beiträge in der Dlf Audiothek

+++ Depuis la propagation du virus corona, les Allemands regardent plus la télévision +++

Depuis la propagation mondiale du virus corona, l'utilisation de la télévision en Allemagne a augmenté de façon mesurable – les données des chercheurs télévisuels le montrent. "En particulier, les heures de visionnage aux heures de grande écoute ont évolué légèrement au-dessus de la moyenne en février et mars par rapport aux mêmes mois de l'année précédente", a déclaré Kerstin Niederauer-Kopf, président du conseil d'administration d'AGF Video Research, à la demande de l'agence de presse allemande. Cette augmentation est d'autant plus frappante que la consommation de la télévision classique diminue depuis des années.

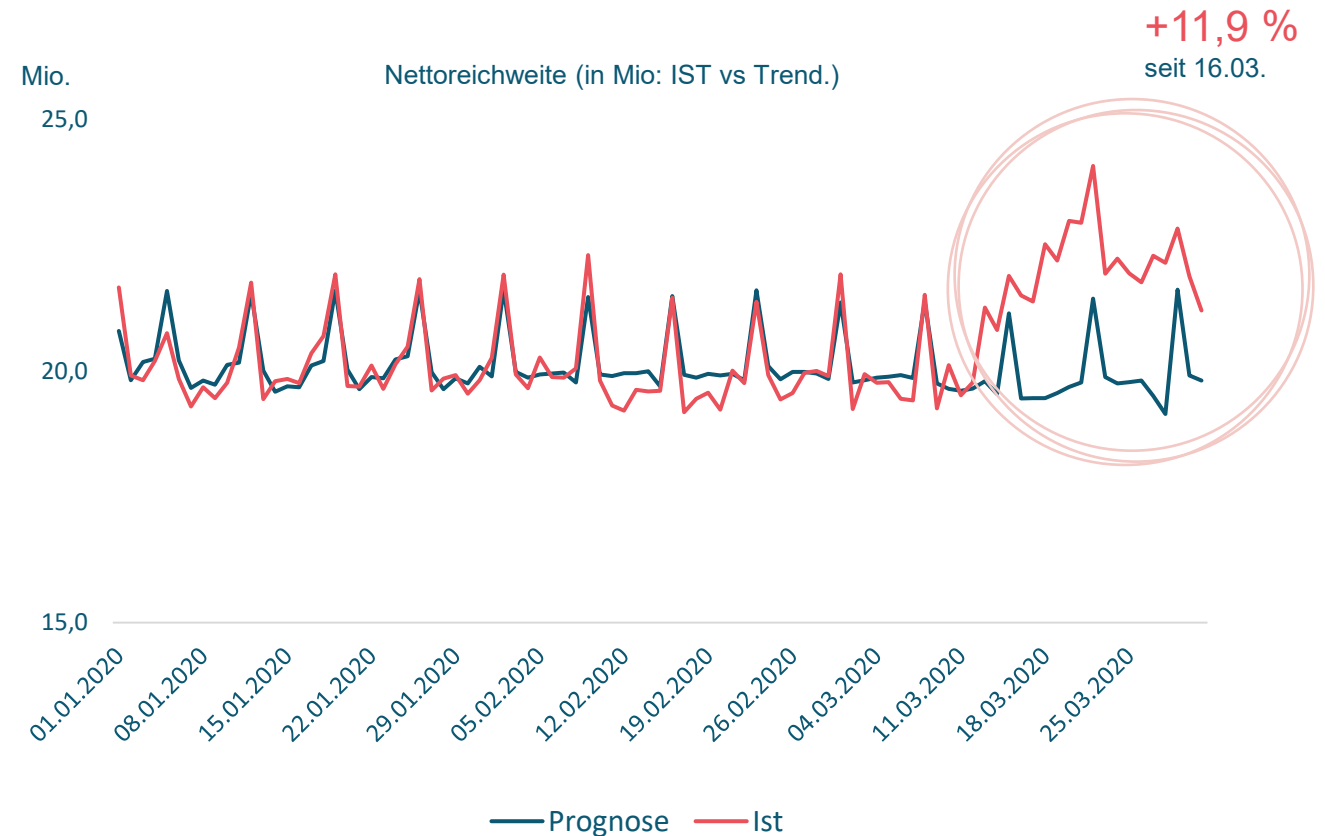
TRENDUMKEHR IN JÜNGEREN ZIELGRUPPEN

Trendmodell Nettoreichweite:

Mehr 14-49-Jährige schauen TV

- Starke Effekte zeigen sich auch in der jungen Zielgruppe ab dem 16.03.2020
- Prog. Nettoreichweite März 2020: 19,971 Mio.
- IST Nettoreichweite März 2020: 21,276 Mio.
 - ➔ +6,5% vs. Prognose
 - ➔ +11,9% vs. Prognose (seit 16.03.2020)

Achtung:
Trendbetrachtung



Corona-Effekt: TV – Trendanalyse

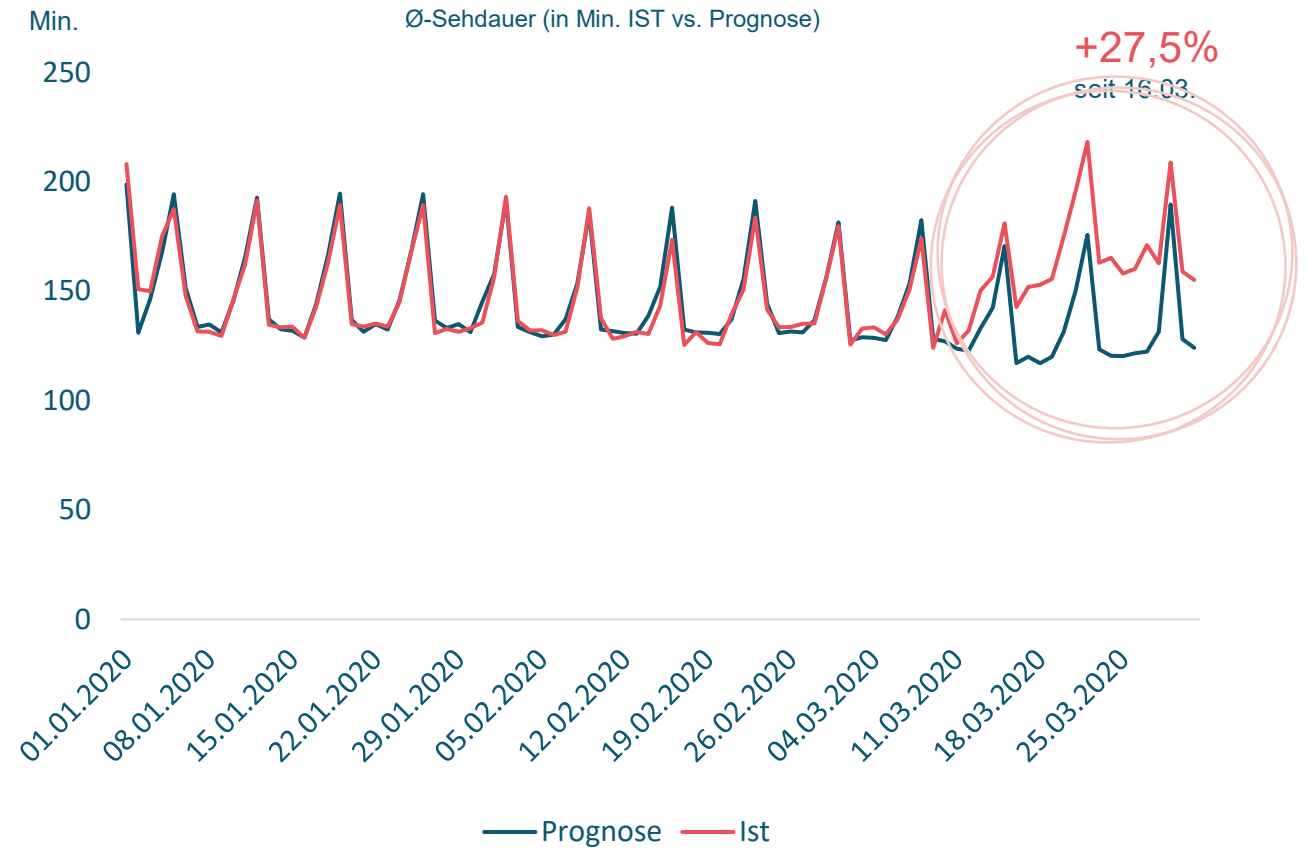
AUCH BEI DER SEHDAUER: ABKOPPLUNG VOM TREND

Achtung:
Trendbetrachtung

Trendmodell Ø-Sehdauer:

Auch 14-49-Jährige schauen länger TV

- Ø- Sehdauer liegt deutlich über der Prognose
- Prog. Ø-Sehdauer März 2020: 136 Min.
- IST Ø-Sehdauer März 2020: 157 Min.
 - ➔ +15,2% vs. Prognose
 - ➔ +27,5% vs. Prognose (seit 16.03.2020)



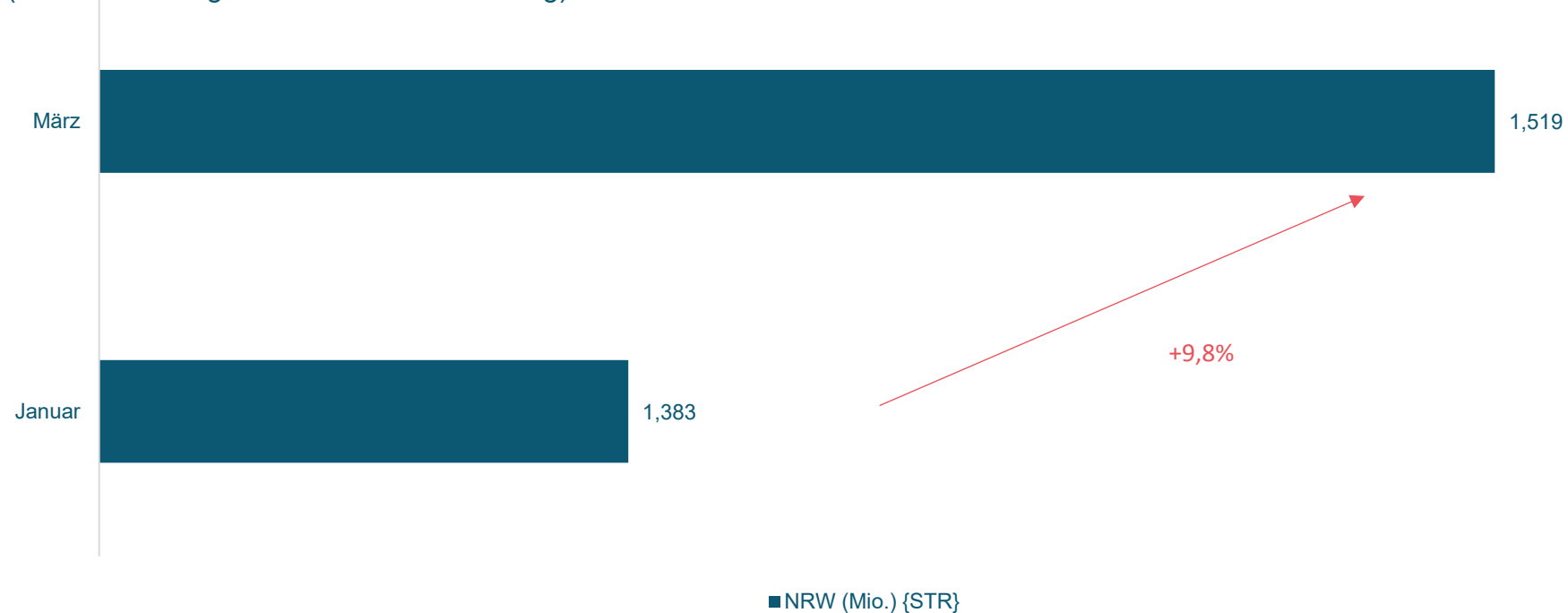
Quelle: DAP für AGF Videoforschung

Corona-Effekt: Streaming

STREAMINGNUTZUNG STEIGT

Streaming: 14-49-Jährige streamen auch mehr! Die **Nettoreichweite (in Mio.)** steigt ggü. Januar 2020 um knapp 10 Prozent

(Erfasst sind Angebote unter AGF-Messung)



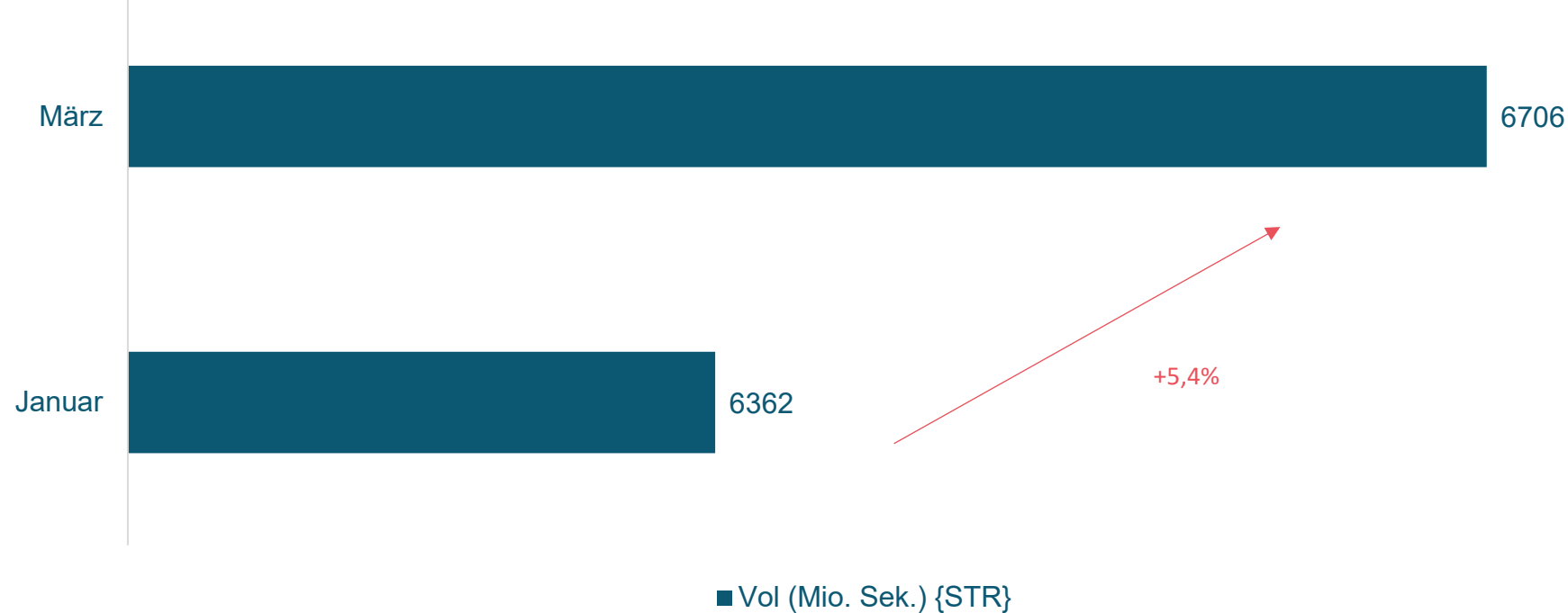
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.3, 01.01.2020-31.03.2020, Marktstandard: Bewegtbild, Leistungswerte für Mobile-Daten basieren ausschließlich auf Nutzern ab 18 Jahren, Datenpaket 2594 vom 06.04.2020

* Datenmonat März noch nicht abgeschlossen

STREAMINGVOLUMEN STEIGT

Streaming: 14-49-Jährige streamen auch mehr! Das Nutzungsvolumen (in Sek.) steigt ggü. Januar um 5,4 Prozent

(Erfasst sind Angebote unter AGF-Messung)



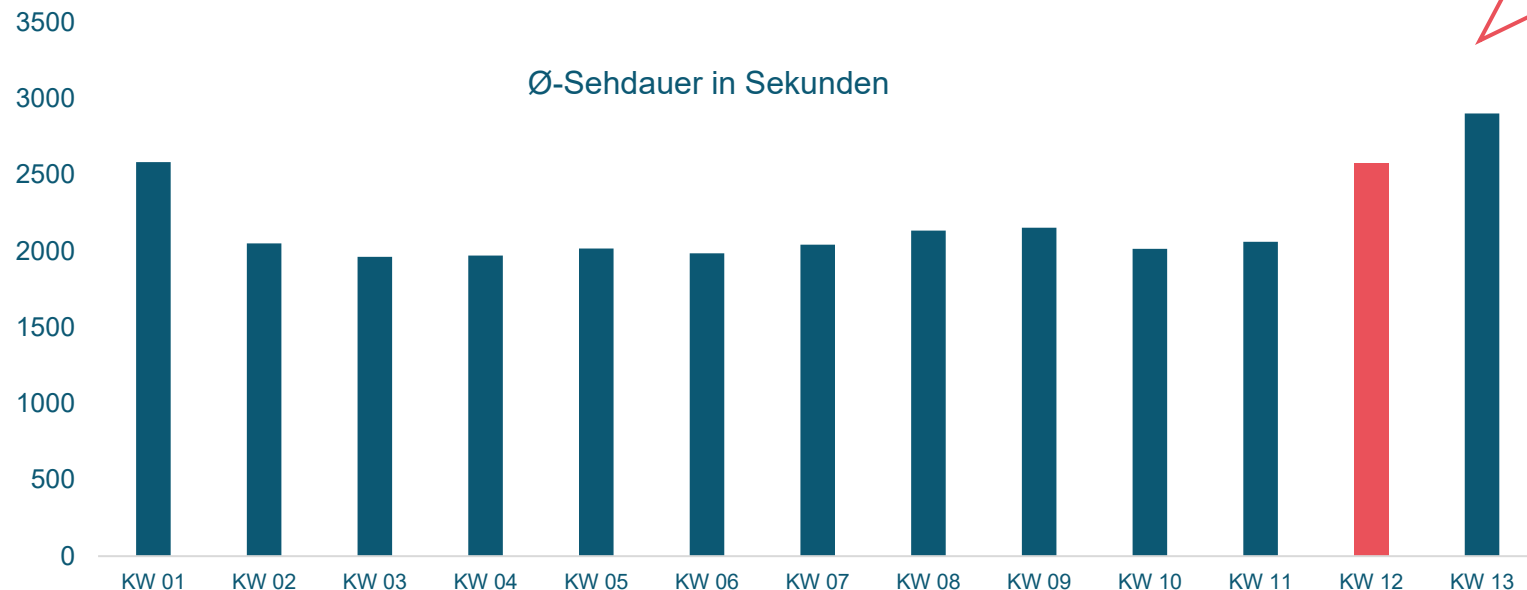
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.3, 01.01.2020-31.03.2020, Marktstandard: Bewegtbild, Leistungswerte für Mobile-Daten basieren ausschließlich auf Nutzern ab 18 Jahren, Datenpaket 2594 vom 06.04.2020

* Datenmonat März noch nicht abgeschlossen

AGF-MESSUNG COVERED DIE GESAMTE SCREEN-NUTZUNG

Technische Einträge als Indikator für gestiegene Streaming-Nutzung

Technische Einträge beschreiben gemessene hochaggregierte Bildschirmnutzung via Digitalreceiver/Set Top Box /D-Box, IP-Decoder, Streaming-Box, Tele-/Videospiel, Sonstige Wiedergabe



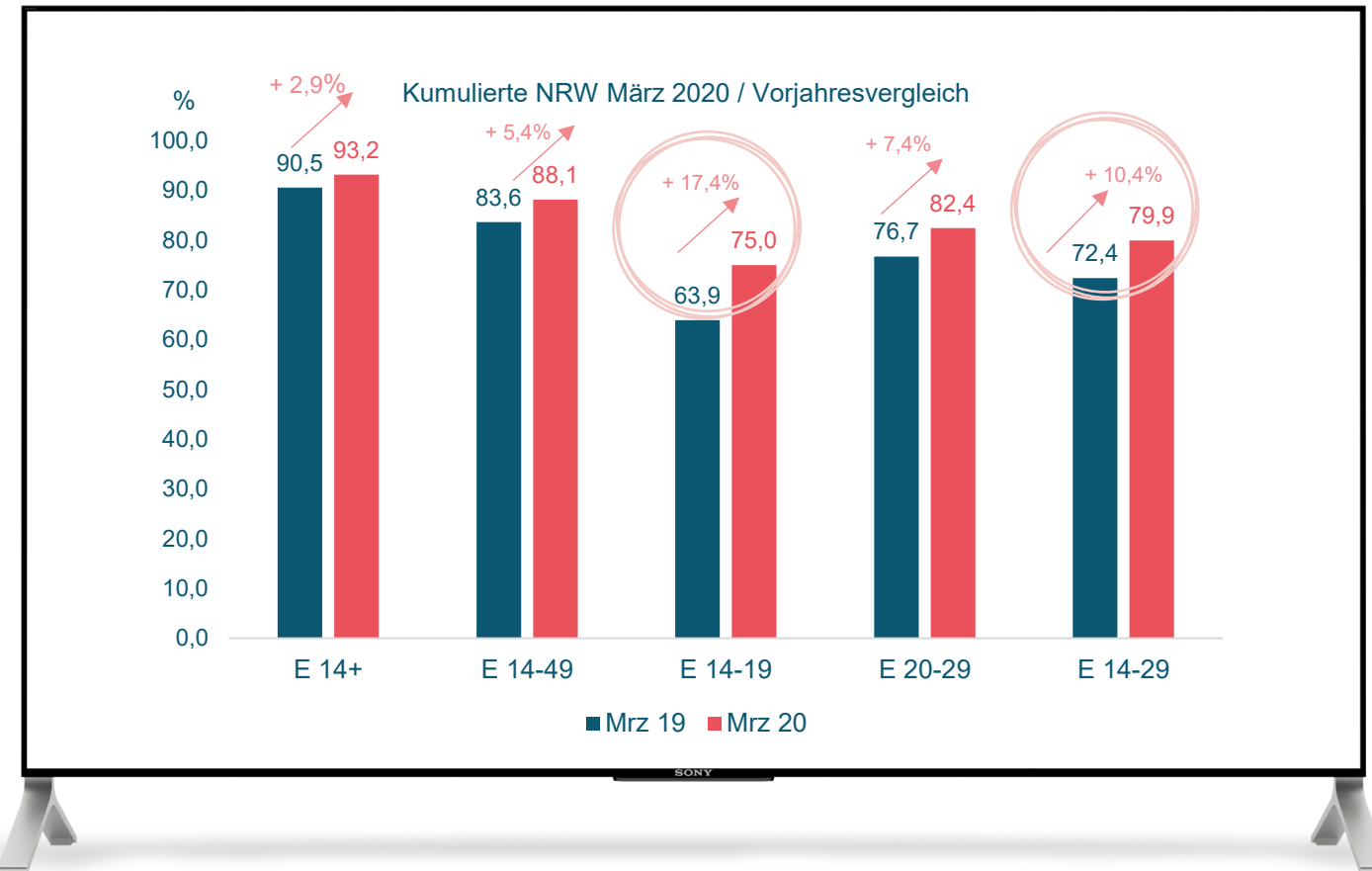
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 02.12.2019-29.03.2020, Marktstandard: TV, Datenpaket 2590 vom 05.04.2020

Nachrichtennutzung

NACHRICHTENNUTZUNG STEIGT – BESONDERS BEI JÜNGEREN

Deutlicher Anstieg bei jungen Zielgruppen im Vorjahresvergleich:

- Drei Viertel der 14-19-Jährigen haben im März 2020 ein Nachrichtenformat geschaut → Steigerung von 17,4% ggü. Vorjahr!
- Starke Zugewinne in den jungen Zielgruppen bei den öffentlich-rechtlichen Sendern (ARD und ZDF)
- N-TV und Welt überzeugen ebenfalls mit deutlichen Zuschauergewinnen, auch Tagesschau24
- Die Nachrichtensender treiben insbesondere die Nutzung der Berufstätigen Mo-Fr, 9-17 Uhr

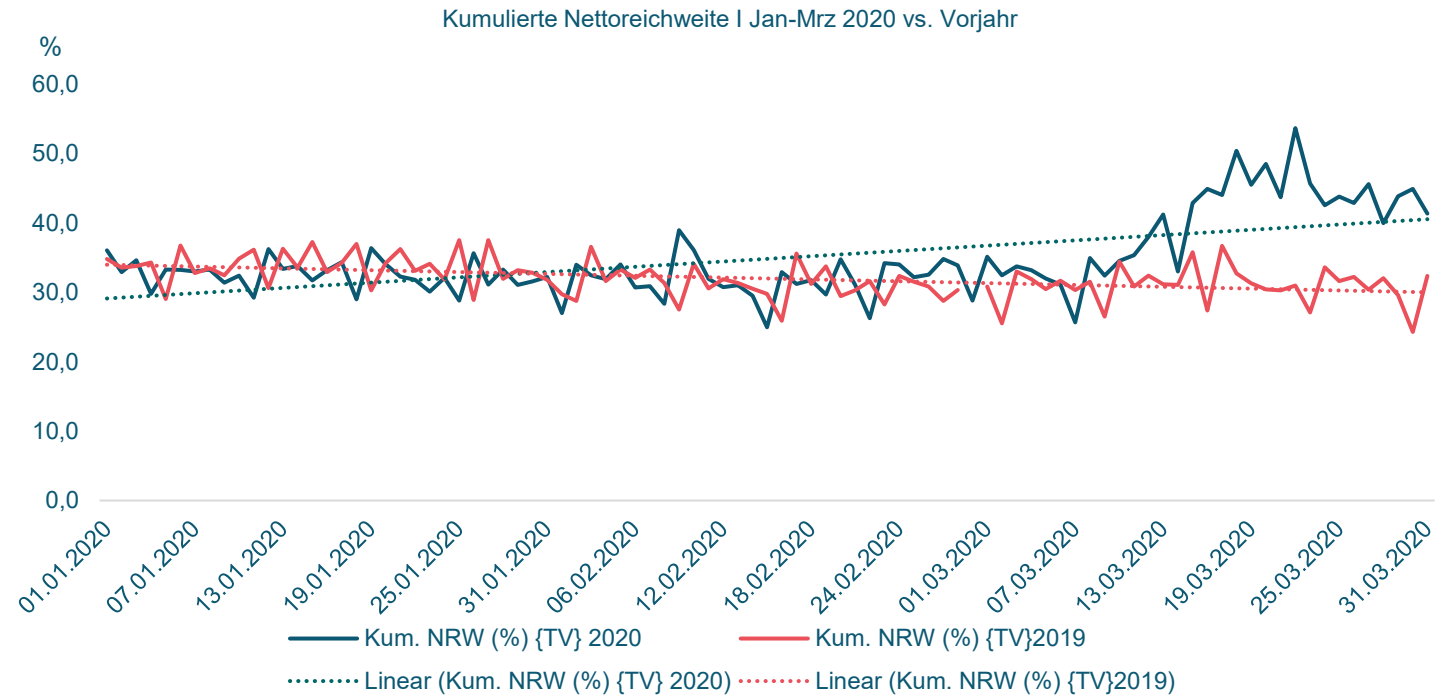


Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.02.2019-31.03.2020, Marktstandard: AGF-Standard\TV, Datenpaket 2595 vom 06.04.2020, Mo-So, 3-3 Uhr, Kumulations- und Frequenzanalyse (p-Werte)

Nachrichtennutzung

14- BIS 49-JÄHRIGE SCHAUEN MEHR NACHRICHTEN ALS SONST

Kumulations- und Frequenzanalyse zur Nutzung von „Nachrichtenformaten“



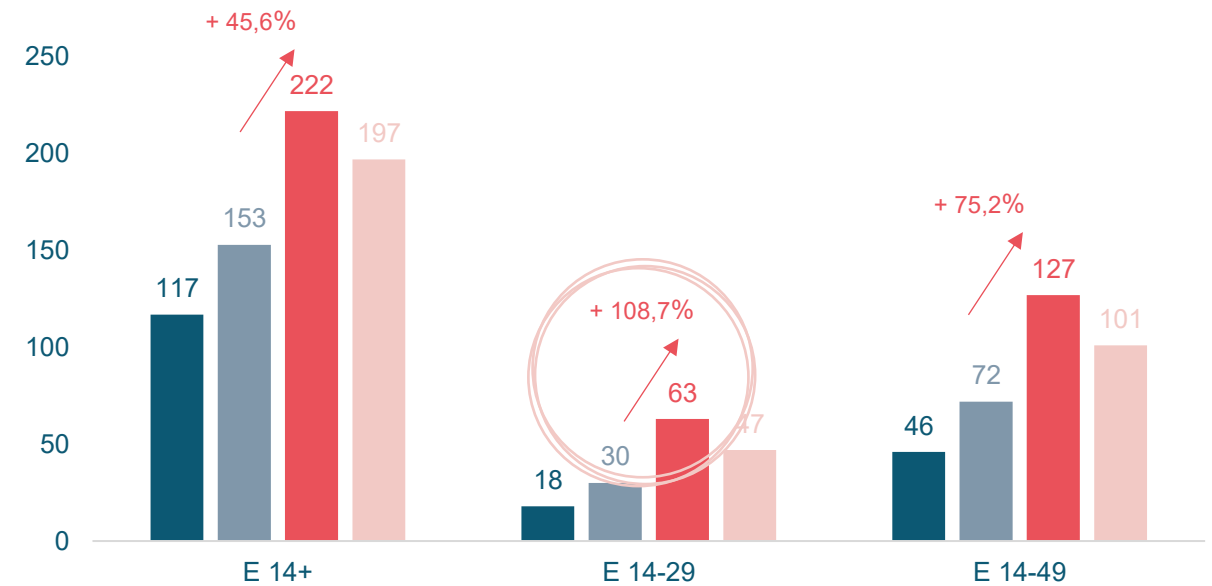
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.01.-31.03.2020 vs. Vorjahr, Marktstandard: AGF-Standard\TV, Datenpaket 2595 vom 06.04.2020; Kumulations- und Frequenzanalyse (p-Wert) Programmcodierung light Nachrichten (110), alle Sender, Mo-So, 3-3 Uhr

KW 12 MIT DER HÖCHSTEN NUTZUNG VON NACHRICHTEN

Stärkster Uplift in KW 12

- In der KW 12 (16.-22.03.2020) starten Kindergärten- und Schulschließungen, Bundesregierung kündigt weitere weitreichende Maßnahmen an
- Die Nachrichtennutzung steigt bei allen Zielgruppen
- Insbesondere die jungen Zielgruppen weisen beachtliche relative Nutzungszuwächse auf
- Informationskompetenz im TV wird geschätzt

Entwicklung Sehdauer (in Min.) nach Kalenderwochen



■ KW 10 ■ KW 11 ■ KW 12 ■ KW 13

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.01.2019-31.03.2020, Marktstandard: TV, Datenpaket 2589 vom 05.04.2020, TV gesamt, Mo-So, 3-3 Uhr

EINE REDE BEWEGT DIE NATION

Ansprache der Bundeskanzlerin

am 18. März 2020

- Durchschnittlich 9,002 Mio. Zuschauer * sahen die Ansprache im ZDF
- Über alle Ausspielwege, d.h. linear & non-linear und alle Screens, die unter AGF-Messung sind, erreicht die Ansprache 36,328 Mio. Personen
- Fast jeder Zweite (46,4%) schaltet ein, oder klickt**
- Großteil der Nutzung erfolgte allerdings klassisch linear



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK, DAP, Nielsen, ANKORDATA; VIDEOSCOPE 1.3, 18.03.2020-21.03.2020, Datenpaket 2594 vom 06.04.2020

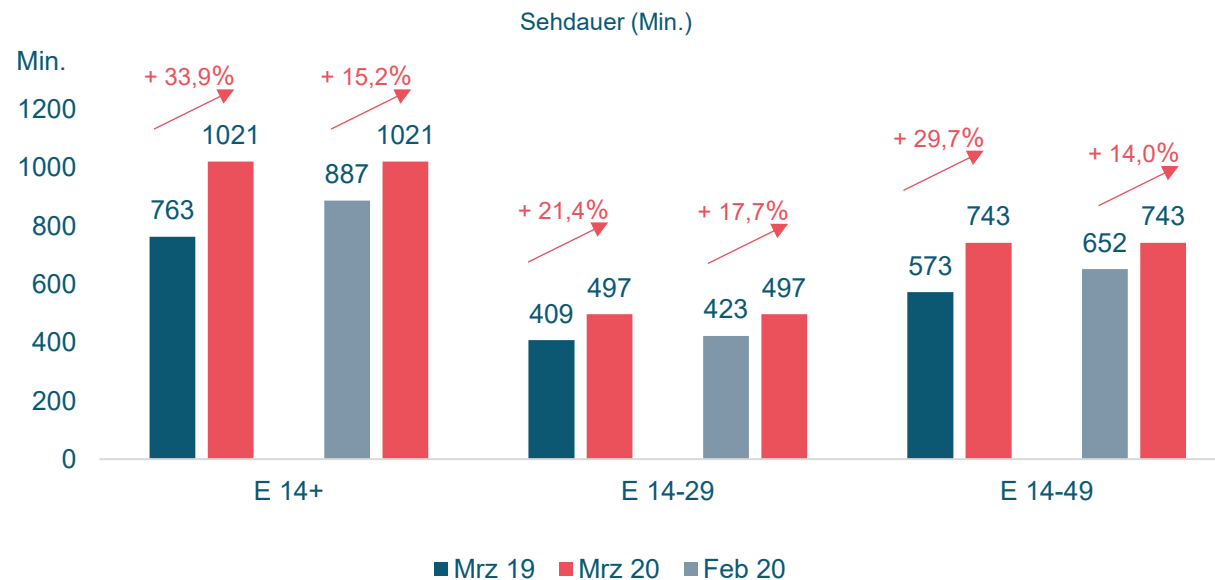
*Sehbeteiligung (Mio.) / Marktstandard TV ** Kumulations- und Frequenzanalyse: kumulierte Nettoreichweite (Mio) & (%) Marktstandard Bewegtbild, Leistungswerte für Mobile-Daten basieren ausschließlich auf Nutzern ab 18 Jahren

Nutzung ausgewählter Genres

FACTUAL ENTERTAINMENT/REALITY ALS TOR ZUR WELT

Genre Factual Entertainment/Reality lenkt ab

- Sehdauer steigt in allen Zielgruppen deutlich an – sowohl im Vorjahresvergleich, als auch zum Vormonat

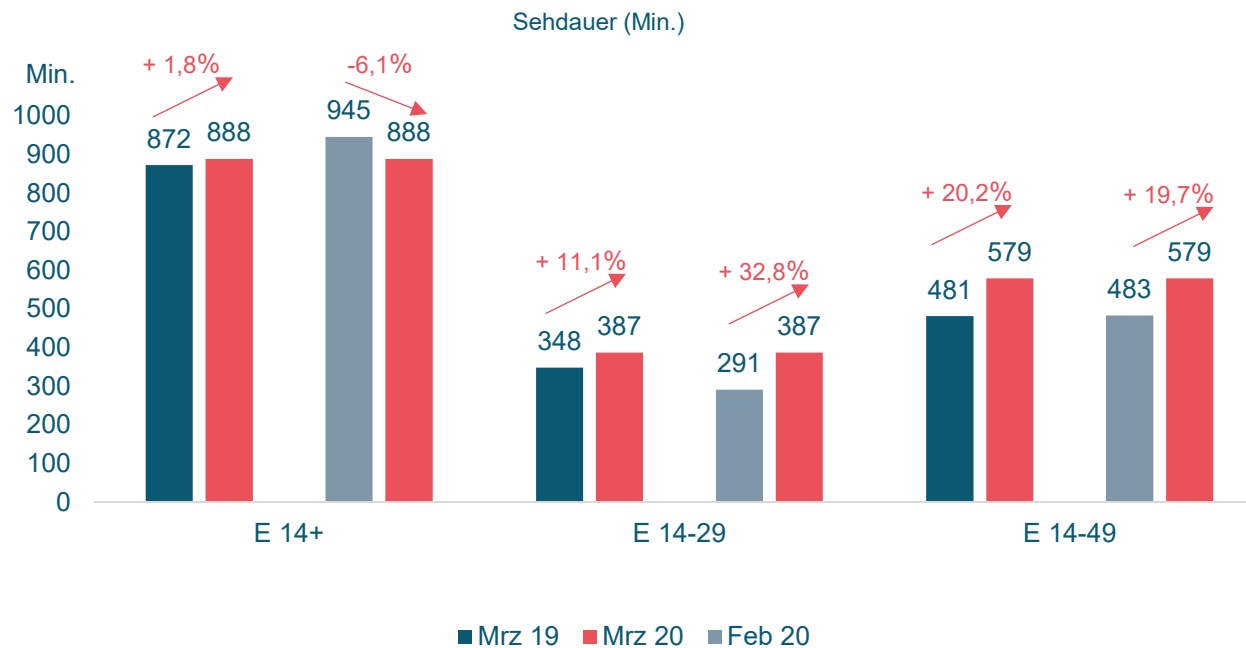


Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.01.2019-31.03.2020, Marktstandard: TV, Datenpaket 2584 vom 04.04.2020, Programmcodierung light, alle Sender, Mo-So, 3-3 Uhr

SHOWS BEGEISTERN AUCH DIE JÜNGEREN

Shows bieten Ablenkung, vor allem jüngeren Zielgruppen

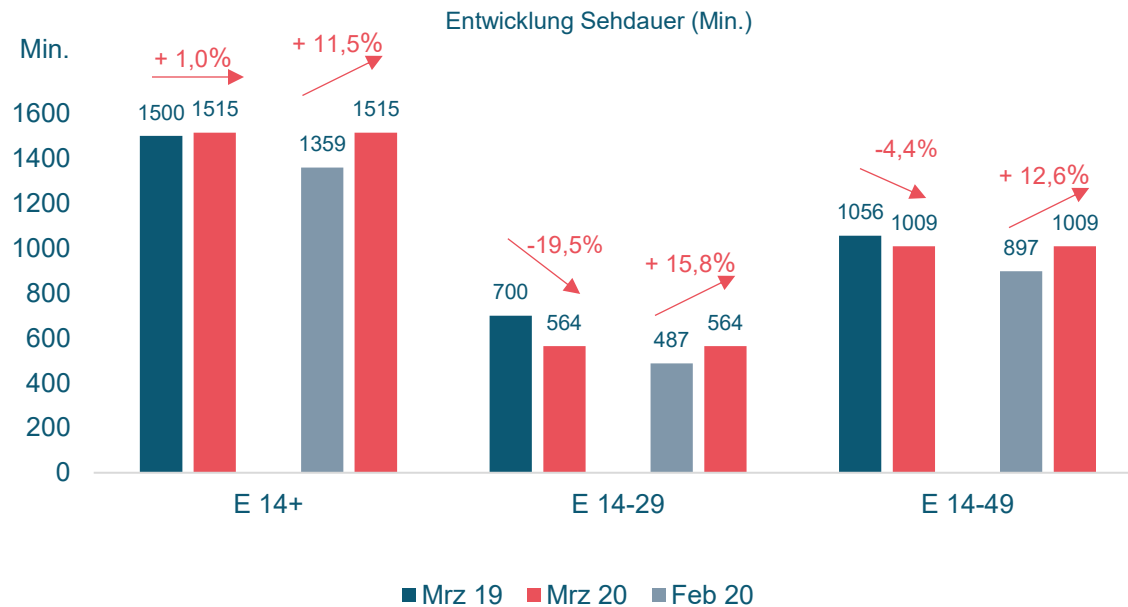
- Jüngere Zuschauer sehen im März 2020 deutlich mehr Shows



SERIEN GEWINNEN VS. FEBRUAR IN JÜNGEREN ZIELGRUPPEN

Negativer Trend gestoppt

- Serien verlieren in jüngeren Zielgruppen im Trend, gewinnen im März 2020 im Vergleich zum Februar 2020 aber ebenfalls hinzu

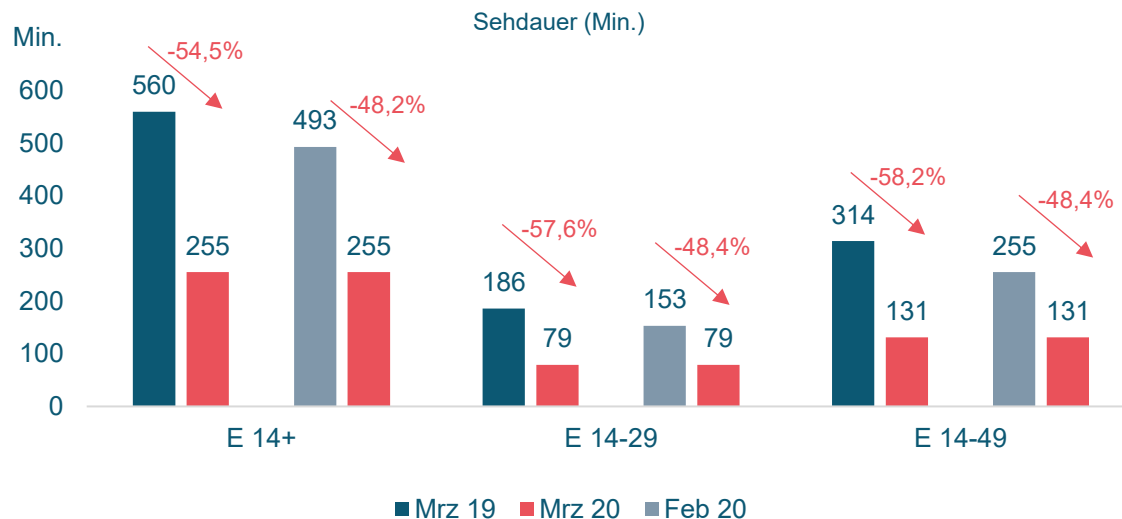


Genres

SPORT LEIDET UNTER ABSAGE VON TURNIEREN UND SPIELEN

Genre Sport bricht ein

- Spielbetrieb wird eingestellt / Turniere verschoben
→ Nutzungsvolumen halbiert sich im Vorjahresvergleich



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.01.2019-31.03.2020, Marktstandard: TV, Datenpaket 2584 vom 04.04.2020, Programmcodierung light, alle Sender, Mo-So, 3-3 Uhr

© AGF Videoforschung

ARD Home Nachrichten Sport Börse Ratgeber Wissen Kultur Kinder Die ARD Fernsehen Radio ARD Mediathek

tagesschau.de

Suche in tagesschau.de

Startseite Videos & Audios Inland Ausland Investigativ Wirtschaft Wahlen Wetter Ihre Meinung Mehr

Wegen Corona-Krise
Fußball-Bundesliga stellt Spielbetrieb ein

Stand: 13.03.2020 16:08 Uhr

Jetzt also doch: Der Spieltag in der 1. und 2. Bundesliga ist abgesagt worden. Zunächst hatte die DFL entschieden, den Spieltag ohne Zuschauer stattfinden zu lassen. Dafür hatte es Kritik gegeben.

Am Freitagnachmittag (13.03.2020) hat die Deutsche Fußball Liga (DFL) verkündet, dass an diesem Wochenende nun doch keine Spiele in der 1. und 2. Liga stattfinden werden. Noch wenige Stunden zuvor hatte die DFL geplant, den Spieltag ohne Zuschauer austragen zu wollen.

Werbung: Psychologische Analyse

ERINNERUNG AN EINE HEILE WELT

Tiefenpsychologische Analyse Rheingold Salon (Feldzeit & Evaluation: KW 14, 30.03.- 03.04.2020)

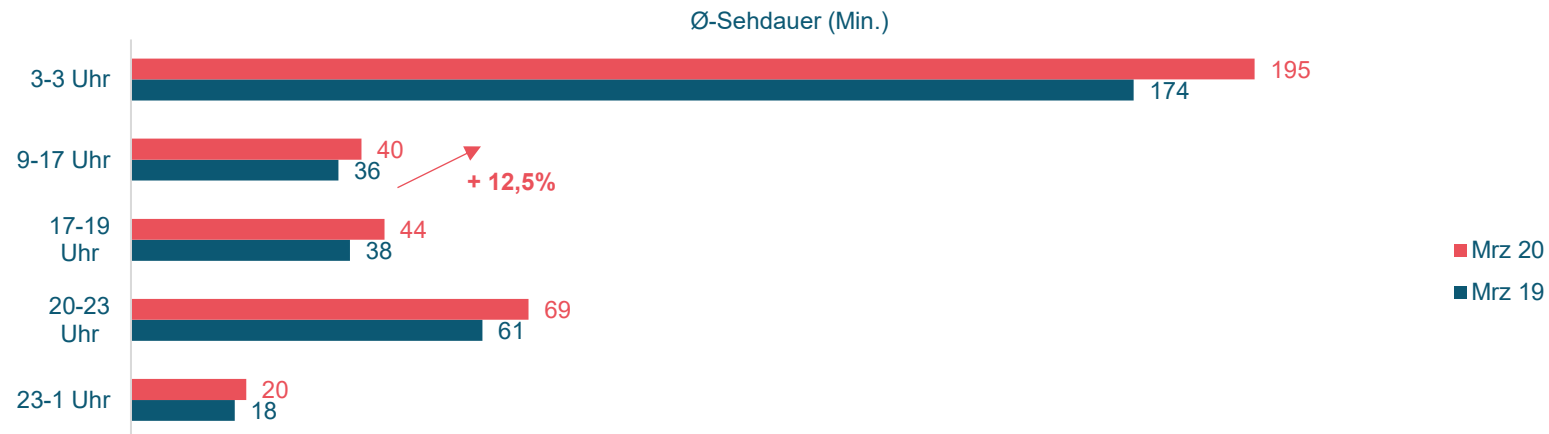
- Jüngere Zuschauer stehen Werbung und Produktneuheiten derzeit sehr offen gegenüber
 - Große Konsumlust
 - Werbung als Spiegel einer „normalen Welt“ und Hoffnung auf ein „Danach“
 - Angepasste Werbung wird goutiert
 - Aussetzen von Werbung wird als beängstigend empfunden – als hätten die Unternehmen aufgegeben
- ⇒ Werbungtreibende können mit ihren Marken aktuell Zielgruppen ansprechen, die noch in der jüngsten Vergangenheit schwer erreichbar waren (Gen Y,Z)
- ⇒ Werbung verbreitet Zuversicht und Hoffnung

Home Office

TV-NUTZUNG WÄHREND DER ARBEITSZEIT

Ø-Sehdauer bei Vollberufstätigen steigt auch von ‚Nine to Five‘

- Das TV-Gerät läuft häufig begleitend im Hintergrund
- Deutlicher Nutzungsanstieg im März mit Schließung der Schulen/Eintritt in die Homeoffice-Phase

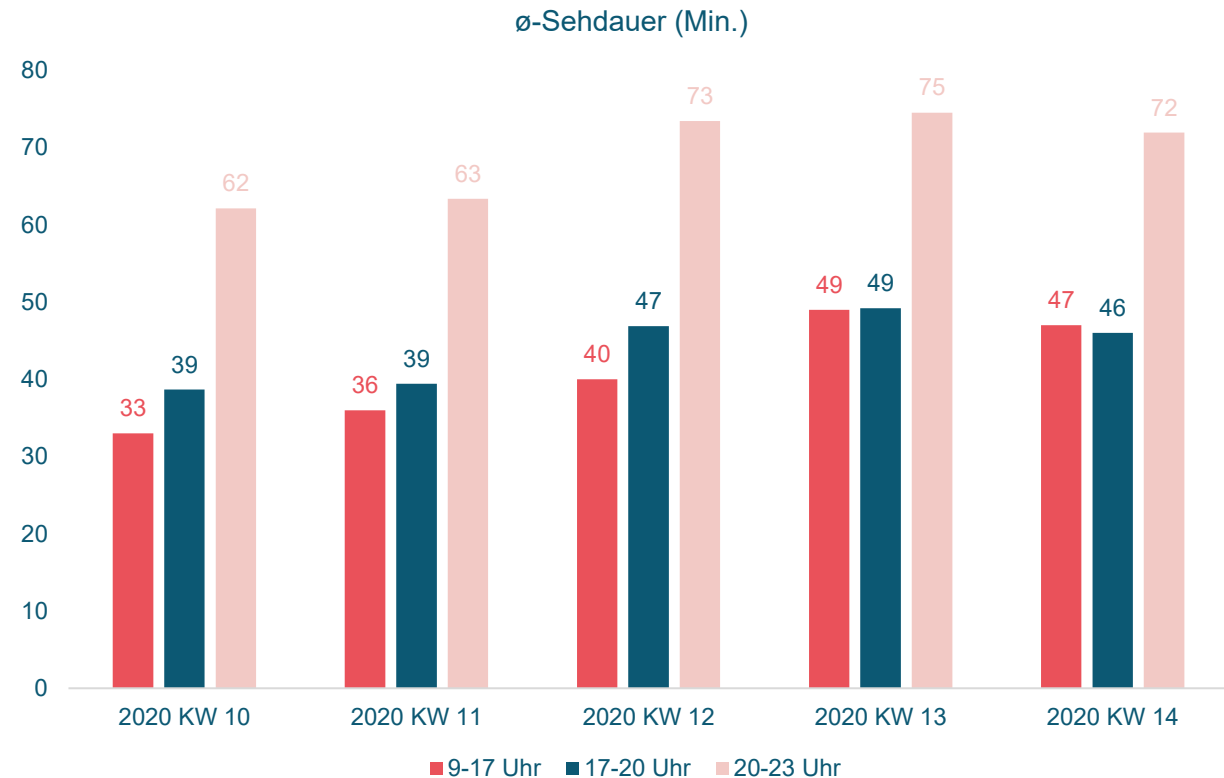


Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.03.2019-31.03.2020, Mo-Fr, Marktstandard: TV, Datenpaket 2584 vom 04.04.2020

TV-NUTZUNG WÄHREND DER ARBEITSZEIT

Ø-Sehdauer steigert sich bei Vollberufstätigen kontinuierlich im März

- Stärkster Uplift im Timeslot ,9-5‘ von KW 12 auf KW 13 (Schließung der Schulen, Homeoffice)
- In den anderen Timeslots erfolgt der Uplift von KW 11 auf KW12
- Größte Zuwächse am Vorabend und in der Primetime



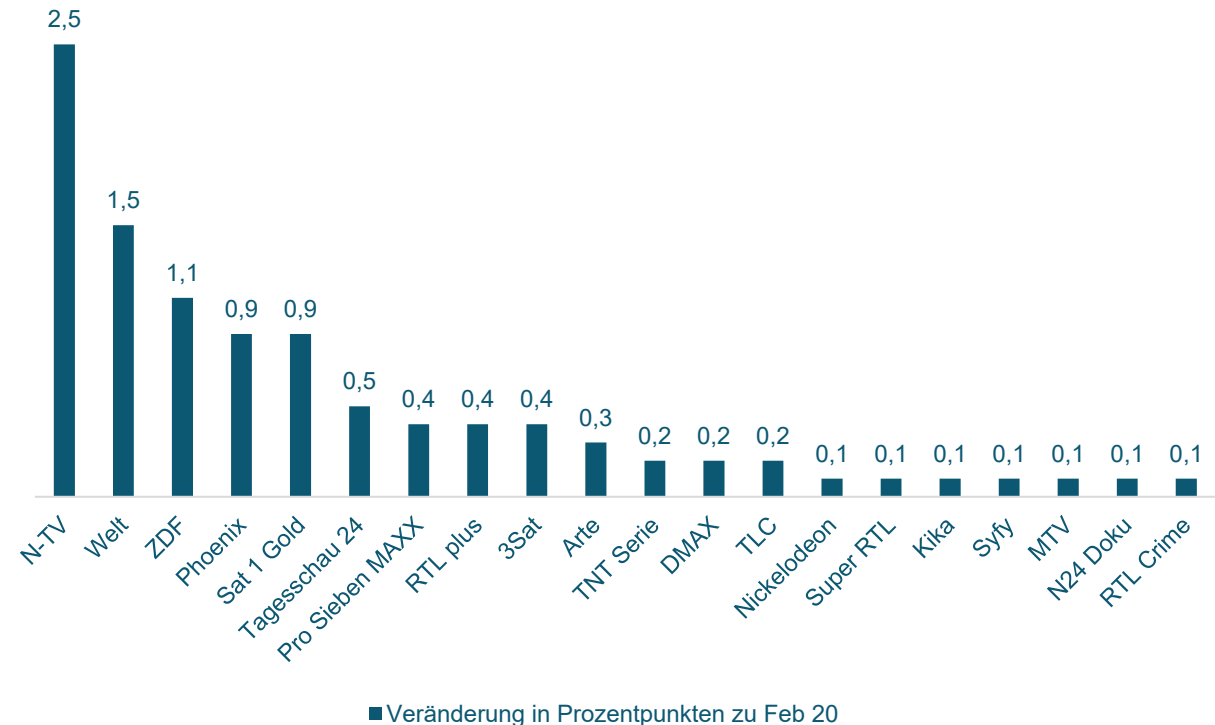
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.03.2019-31.03.2020, Mo-Fr, Marktstandard: TV, Datenpaket 2584 vom 04.04.2020

SENDER MIT STÄRKSTEN STEIGERUNGEN VON ‚NINE-FIVE‘

Basis: Marktanteil

Nachrichtensender werden von Vollberufstätigen häufig parallel eingeschaltet

- Im März stärkste Zugewinne für Nachrichtenkanäle
- Kindersender profitieren ebenfalls (Kinderbetreuung im Home Office)
- außerdem Sender mit fiktionalen Themen („Klassiker“ & Serien)



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.03.2019-31.03.2020, Mo-Fr, 9:00-16:59:59, Marktstandard: TV, Datenpaket 2584 vom 04.04.2020, eigene Berechnungen

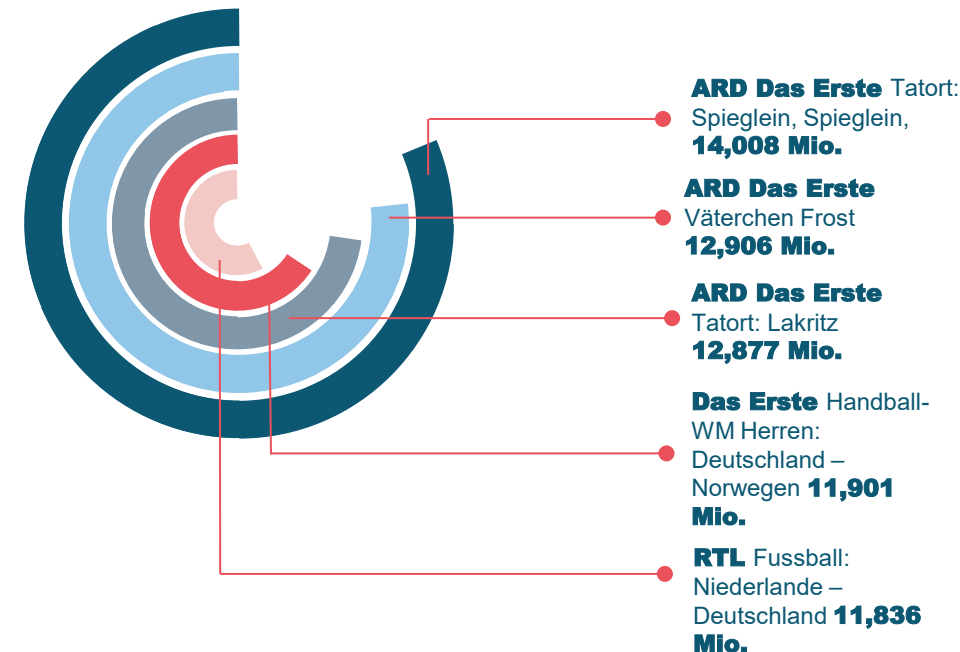
Hitlisten

NACHRICHTENSENDUNGEN

Top 20 – März 2020 – Zuschauer gesamt

Platz	Datum	Sender	Startzeit	Dauer	Titel	Zuschauer gesamt	
						Sehb. (Mio.)	MA (%)
1	22.03.2020	ARD Das Erste	19:59:54	00:29:47	Tagesschau	12,402	30,4
2	29.03.2020	ARD Das Erste	19:59:53	00:30:39	Tagesschau	11,175	29,3
3	15.03.2020	ARD Das Erste	19:59:56	00:20:14	Tagesschau	10,179	27,3
4	21.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:19:42	Tagesschau	9,671	26,2
5	28.03.2020	ARD Das Erste	19:59:58	00:15:49	Tagesschau	9,015	25,4
6	18.03.2020	ZDF	19:32:35	00:12:47	Ansprache der Bundeskanzlerin	9,002	26,0
7	18.03.2020	ARD Das Erste	20:15:27	00:30:30	ARD extra: Die Corona-Lage	8,818	23,0
8	19.03.2020	ARD Das Erste	20:15:32	00:20:07	ARD extra: Die Corona-Lage	8,218	22,1
9	18.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:15:27	Tagesschau	8,211	21,5
10	25.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:16:04	Tagesschau	8,117	22,0
11	23.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:14:58	Tagesschau	7,913	21,3
12	30.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:15:51	Tagesschau	7,847	22,2
13	16.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:15:52	Tagesschau	7,717	21,8
14	08.03.2020	ARD Das Erste	19:59:55	00:15:51	Tagesschau	7,714	22,8
15	01.03.2020	ARD Das Erste	19:59:53	00:15:26	Tagesschau	7,695	22,5
16	19.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:15:32	Tagesschau	7,617	21,3
17	25.03.2020	ARD Das Erste	20:16:04	00:18:07	ARD extra: Die Corona-Lage	7,555	20,2
18	26.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:15:36	Tagesschau	7,355	20,1
19	26.03.2020	ARD Das Erste	20:15:36	00:15:39	ARD extra: Die Corona-Lage	7,289	19,5
20	27.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:17:18	Tagesschau	7,084	19,1

Erfolgreichste Primetime-Formate 2019 – Zuschauer gesamt



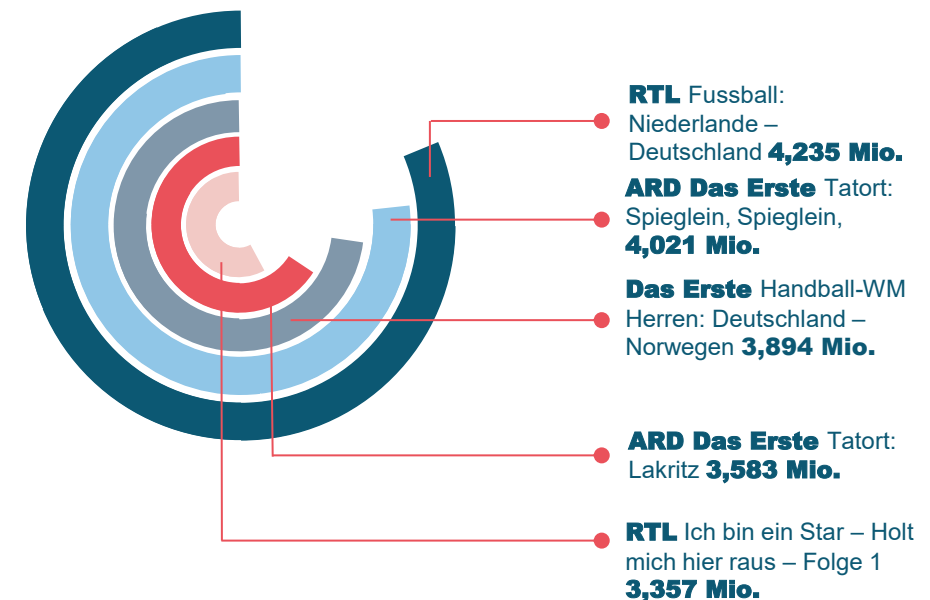
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.03.2020-03.04.2020, Marktstandard: TV (Systemdefault), Datenpaket 2582 vom 04.04.2020, Mo-So, 3-3 Uhr

NACHRICHTENSENDUNGEN

Top 20 – März 2020 – Erwachsene 14-49 Jahre

Platz	Datum	Sender	Startzeit	Dauer	Titel	Erwachsene 14-49 Jahre	
						Sehb. (Mio.)	MA (%)
1	22.03.2020	ARD Das Erste	19:59:54	00:29:47	Tagesschau	3,583	27,1
2	15.03.2020	ARD Das Erste	19:59:56	00:20:14	Tagesschau	3,227	27,7
3	29.03.2020	ARD Das Erste	19:59:53	00:30:39	Tagesschau	3,205	28,0
4	18.03.2020	ZDF	19:32:35	00:12:47	Ansprache der Bundeskanzlerin	2,742	26,3
5	18.03.2020	ARD Das Erste	20:15:27	00:30:30	ARD extra: Die Corona-Lage	2,726	22,6
6	28.03.2020	ARD Das Erste	19:59:58	00:15:49	Tagesschau	2,644	25,9
7	18.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:15:27	Tagesschau	2,588	21,5
8	21.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:19:42	Tagesschau	2,493	23,3
9	19.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:15:32	Tagesschau	2,413	22,2
10	23.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:14:58	Tagesschau	2,339	21,1
11	16.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:15:52	Tagesschau	2,256	21,6
12	30.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:15:51	Tagesschau	2,223	21,5
13	25.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:16:04	Tagesschau	2,189	20,2
14	26.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:15:36	Tagesschau	2,178	20,4
15	24.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:16:02	Tagesschau	2,119	19,5
16	19.03.2020	ARD Das Erste	20:15:32	00:20:07	ARD extra: Die Corona-Lage	2,089	18,1
17	27.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:17:18	Tagesschau	2,085	18,9
18	20.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:15:14	Tagesschau	2,069	18,7
19	03.03.2020	ARD Das Erste	21:34:34	00:07:52	Tagesthemen	2,052	21,8
20	31.03.2020	ARD Das Erste	20:00:00	00:16:42	Tagesschau	2,044	21,1

Erfolgreichste Primetime-Formate 2019 – E 14-49 Jahre



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.03.2020-03.04.2020, Marktstandard: TV (Systemdefault), Datenpaket 2582 vom 04.04.2020, Mo-So, 3-3 Uhr

SHOW / ENTERTAINMENT

Top 20 – März 2020 – Zuschauer gesamt

Datum	Sender	Startzeit	Dauer	Titel	Z3+	
					Sehb. (Mio.) {TV}	MA (%) {TV}
20.03.2020	ZDF	22:30:48	00:36:10	heute-show	5,970	20,6
27.03.2020	ZDF	22:48:32	00:33:34	heute-show	5,479	20,7
30.03.2020	RTL	20:15:00	01:36:12	WER WIRD MILLIONÄR ? Folge 135	5,411	15,4
13.03.2020	ZDF	22:38:27	00:31:35	heute-show	5,221	20,4
20.03.2020	RTL	20:15:03	03:05:12	LET' S DANCE Folge 4	4,984	16,3
16.03.2020	RTL	20:15:02	01:28:23	WER WIRD MILLIONÄR ? Folge 131	4,881	14,3
27.03.2020	RTL	20:15:01	02:34:39	LET' S DANCE Folge 5	4,731	14,2
06.03.2020	ZDF	22:31:26	00:36:30	heute-show	4,670	18,6
13.03.2020	RTL	20:14:43	03:09:24	LET' S DANCE Folge 3	4,611	16,9
21.03.2020	ZDF	20:15:39	02:59:57	Der Quiz-Champion	4,560	13,3
06.03.2020	RTL	20:14:58	03:10:15	LET' S DANCE Folge 2	4,560	17,6
31.03.2020	ARD Das Erste	17:59:47	00:44:42	Wer weiß denn sowas? Folge 580	4,418	20,6
27.03.2020	ARD Das Erste	17:59:40	00:44:41	Wer weiß denn sowas? Folge 578	4,395	19,5
25.03.2020	ARD Das Erste	17:59:45	00:45:09	Wer weiß denn sowas? Folge 576	4,357	18,5
24.03.2020	ProSieben	20:15:05	02:10:11	The Masked Singer	4,327	12,8
24.03.2020	ARD Das Erste	17:59:41	00:45:13	Wer weiß denn sowas? Folge 575	4,295	18,2
01.03.2020	RTL	20:14:32	02:42:31	POCHER VS. WENDLER - SCHLUSS MIT LUSTIG	4,281	14,0
26.03.2020	ARD Das Erste	17:59:20	00:45:16	Wer weiß denn sowas? Folge 577	4,276	18,1
10.03.2020	ARD Das Erste	17:59:51	00:45:17	Wer weiß denn sowas? Folge 567	4,246	20,4
23.03.2020	ARD Das Erste	17:59:08	00:45:17	Wer weiß denn sowas? Folge 574	4,235	17,4



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.03.2020-31.03.2020, Marktstandard: TV, Datenpaket 2590 vom 05.04.2020

SHOW / ENTERTAINMENT

Top 20 – März 2020 – Erwachsene 14-49 Jahre

Datum	Sender	Startzeit	Dauer	Titel	E 14-49	
					Sehb. (Mio.) {TV}	MA (%) {TV}
24.03.2020	ProSieben	20:15:05	02:10:11	The Masked Singer	2,738	25,8
17.03.2020	ProSieben	20:14:55	02:20:00	The Masked Singer	2,673	26,4
01.03.2020	RTL	20:14:32	02:42:31	POCHER VS. WENDLER - SCHLUSS MIT LUSTIG	2,645	27,0
10.03.2020	ProSieben	20:14:22	02:28:27	The Masked Singer	2,257	25,3
26.03.2020	ProSieben	20:15:03	01:43:26	Germany's Next Topmodel - by Heidi Klum	2,109	19,8
20.03.2020	RTL	20:15:03	03:05:12	LET' S DANCE Folge 4	2,021	21,7
20.03.2020	ZDF	22:30:48	00:36:10	heute-show	1,996	21,5
27.03.2020	RTL	20:15:01	02:34:39	LET' S DANCE Folge 5	1,942	18,7
13.03.2020	RTL	20:14:43	03:09:24	LET' S DANCE Folge 3	1,761	22,3
27.03.2020	ZDF	22:48:32	00:33:34	heute-show	1,742	19,1
06.03.2020	RTL	20:14:58	03:10:15	LET' S DANCE Folge 2	1,712	23,1
21.03.2020	RTL	20:14:47	02:13:24	DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR Folge 20	1,633	15,5
19.03.2020	ProSieben	20:15:23	02:04:49	Germany's Next Topmodel - by Heidi Klum	1,581	15,9
29.03.2020	VOX originär	20:15:00	02:50:47	KITCHEN IMPOSSIBLE Folge 8	1,564	15,2
12.03.2020	ProSieben	20:15:32	01:42:52	Germany's Next Topmodel - by Heidi Klum	1,540	17,0
23.03.2020	RTL	20:15:01	00:46:31	DIE QUARANTÄNE-WG WILLKOMMEN ZUHAUSE Folge 1	1,533	13,8
22.03.2020	VOX originär	20:14:50	02:50:05	KITCHEN IMPOSSIBLE Folge 7	1,512	14,1
13.03.2020	ZDF	22:38:27	00:31:35	heute-show	1,505	19,2
30.03.2020	RTL	20:15:00	01:36:12	WER WIRD MILLIONÄR ? Folge 135	1,477	14,3
14.03.2020	RTL	20:14:47	02:22:00	DEUTSCHLAND SUCHT DEN SUPERSTAR Folge 19	1,459	17,3



Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.03.2020-31.03.2020, Marktstandard: TV, Datenpaket 2590 vom 05.04.2020

FACTUAL ENTERTAINMENT / REALITY

Top 20 – März 2020 – Zuschauer gesamt

Datum	Sender	Startzeit	Dauer	Titel	Z3+	
					Sehb. (Mio.) {TV}	MA (%) {TV}
22.03.2020	RTL	19:07:06	00:46:17	MARTIN RÜTTER - DIE WELPEN KOMMEN Folge 6	3,536	10,0
29.03.2020	RTL	19:06:01	00:46:19	MARTIN RÜTTER - DIE WELPEN KOMMEN Folge 7	3,153	9,5
01.03.2020	RTL	19:06:09	00:46:15	MARTIN RÜTTER - DIE WELPEN KOMMEN Folge 3	3,082	10,2
15.03.2020	RTL	19:08:34	00:46:22	MARTIN RÜTTER - DIE WELPEN KOMMEN Folge 5	2,988	9,1
08.03.2020	RTL	19:06:44	00:46:14	MARTIN RÜTTER - DIE WELPEN KOMMEN Folge 4	2,981	9,9
25.03.2020	SAT.1	20:15:42	01:48:38	Promis unter Palmen - Für Geld mache ich alles! Folge 1	2,926	8,5
04.03.2020	RTL	20:15:01	01:35:22	DER BACHELOR Folge 9	2,732	9,0
22.03.2020	SAT.1	17:24:46	01:50:32	The Biggest Loser	2,154	7,1
27.03.2020	SAT.1	20:14:31	02:50:21	The Biggest Loser	2,111	6,3
28.03.2020	VOX originär	19:10:01	00:48:54	DIE PFERDEPROFIS Folge 7	2,062	6,9
08.03.2020	SAT.1	17:32:04	01:44:17	The Biggest Loser	2,031	8,0
27.03.2020	VOX originär	19:01:49	00:59:19	DAS PERFEKTE DINNER Folge 49	1,989	6,1
29.03.2020	VOX originär	19:13:48	00:45:44	AB INS BEET! DIE GARTEN-SOAP Folge 6	1,972	5,9
21.03.2020	VOX originär	19:11:36	00:48:29	DIE PFERDEPROFIS Folge 6	1,940	5,9
15.03.2020	SAT.1	17:26:36	01:45:34	The Biggest Loser	1,882	7,2
26.03.2020	VOX originär	18:59:16	00:59:22	DAS PERFEKTE DINNER Folge 48	1,852	5,8
22.03.2020	VOX originär	19:11:55	00:45:21	AB INS BEET! DIE GARTEN-SOAP Folge 5	1,844	5,2
01.03.2020	VOX originär	19:11:05	00:45:52	AB INS BEET! DIE GARTEN-SOAP Folge 2	1,838	6,1
01.03.2020	SAT.1	17:30:50	01:45:01	The Biggest Loser	1,831	7,3
08.03.2020	VOX originär	19:12:07	00:45:22	AB INS BEET! DIE GARTEN-SOAP Folge 3	1,807	5,9

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.03.2020-31.03.2020, Marktstandard: TV, Datenpaket 2590 vom 05.04.2020

FACTUAL ENTERTAINMENT / REALITY

Top 20 – März 2020 – Erwachsene 14-49 Jahre

Datum	Sender	Startzeit	Dauer	Titel	E 14-49	
					Sehb. (Mio.) {TV}	MA (%) {TV}
04.03.2020	RTL	20:15:01	01:35:22	DER BACHELOR Folge 9	1,594	16,9
25.03.2020	SAT.1	20:15:42	01:48:38	Promis unter Palmen - Für Geld mache ich alles! Folge 1	1,582	15,9
22.03.2020	RTL	19:07:06	00:46:17	MARTIN RÜTTER - DIE WELPEN KOMMEN Folge 6	1,384	13,4
27.03.2020	SAT.1	20:14:31	02:50:21	The Biggest Loser	1,160	11,2
29.03.2020	RTL	19:06:01	00:46:19	MARTIN RÜTTER - DIE WELPEN KOMMEN Folge 7	1,149	12,5
08.03.2020	RTL	19:06:44	00:46:14	MARTIN RÜTTER - DIE WELPEN KOMMEN Folge 4	1,124	13,2
01.03.2020	RTL	19:06:09	00:46:15	MARTIN RÜTTER - DIE WELPEN KOMMEN Folge 3	1,115	13,2
22.03.2020	SAT.1	17:24:46	01:50:32	The Biggest Loser	1,030	11,5
15.03.2020	RTL	19:08:34	00:46:22	MARTIN RÜTTER - DIE WELPEN KOMMEN Folge 5	0,995	10,5
11.03.2020	RTL	20:30:16	01:25:57	DER BACHELOR - DAS GROSSE JUBILÄUM Folge 2	0,975	11,6
08.03.2020	SAT.1	17:32:04	01:44:17	The Biggest Loser	0,891	12,4
01.03.2020	SAT.1	17:30:50	01:45:01	The Biggest Loser	0,877	12,6
15.03.2020	SAT.1	17:26:36	01:45:34	The Biggest Loser	0,869	12,1
27.03.2020	VOX	19:01:49	00:59:19	DAS PERFEKTE DINNER Folge 49	0,847	9,4
21.03.2020	VOX	19:11:36	00:48:29	DIE PFERDEPROFIS Folge 6	0,829	9,2
29.03.2020	VOX	19:13:48	00:45:44	AB INS BEET! DIE GARTEN-SOAP Folge 6	0,783	8,5
01.03.2020	VOX	19:11:05	00:45:52	AB INS BEET! DIE GARTEN-SOAP Folge 2	0,766	9,0
30.03.2020	RTL ZWEI	20:14:00	00:45:52	DIE REIMANNS - EIN AUßERGEWÖHNLICHES LEBEN Folge 64	0,739	7,0
26.03.2020	VOX	18:59:16	00:59:22	DAS PERFEKTE DINNER Folge 48	0,731	8,4

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.3, 01.03.2020-31.03.2020, Marktstandard: TV, Datenpaket 2590 vom 05.04.2020

Kontakt

www.agf.de

© AGF Videoforschung | Bilder: AdobeStock, unsplash

AGF Videoforschung GmbH

Gärtnerweg 4-8

60322 Frankfurt

E-Mail: info@agf.de