

Neuerlicher Rekord für TLC! Die Quoten von Discovery Networks Deutschland im Mai

- **TLC: 0,6 % (E 14-49) und 0,7 % bei den 20-49-jährigen Frauen**
- **DMAX: 2,0 % (E 14-49) und 3,0 % bei den 20-49-jährigen Männern**
- **Eurosport 1: 0,6 % (Z+3), 0,3 % (E 14-49) und 0,6 % (M 20-59)**

München, 01.06.2016 TLC setzt im Mai noch einen drauf: Wie bereits im Vormonat verzeichnet der Sender von Discovery Networks Deutschland einen neuen Rekordmarktanteil. Zusammengerechnet erreichen die Free-TV-Kanäle der Sendergruppe einen Marktanteil von 2,0 % (Z+3) bzw. 2,9 % (E 14-49).

Nachdem im April bereits 0,5 % in der werberelevanten Zielgruppe erreicht werden konnten, steigerte sich TLC nun nochmals um 0,1 Prozentpunkte. In der Kernzielgruppe der 20-49-jährigen Frauen wurden abermals 0,7 % erreicht, sowie 0,3 % beim Gesamtpublikum. Mit „Ein perfekter Mord“ erreichte erstmals ein Format auf TLC im Durchschnitt 100.000 Zuschauer bei insgesamt sechs Ausstrahlungen. Auch die neue Eigenproduktion „Haunted – Seelen ohne Frieden“ mit Host Sky du Mont konnte zum Start Werte über dem Senderschnitt verzeichnen, und kam auf 0,7 % Marktanteil (E 14-49).

DMAX steigerte sich im Vergleich zum April ebenfalls, und kommt auf 2,0 % (E 14-49), sowie auf 1,1 % (+3) sowie 3,0 (Kernzielgruppe 20-49-jährige Männer) Marktanteil. Besonders erfolgreich verlief das Staffelfinale von „Steel Buddies – Stahlharte Geschäfte“ am 30.05. um 20:15 Uhr: Bis zu 570.000 Zuschauer des Gesamtpublikums verfolgten die vorerst letzte neue Episode, was einem Marktanteil von 4,0 % (E 14-49) bzw. 1,8 % (+3) entspricht. Auf den Monat gerechnet konnte sich erneut „Die Schatzsucher - Goldrausch in Alaska“ mit durchschnittlich 340.000 Zuschauern (E 14-49) die Spitzenposition sichern.

Eurosport 1 schließt den Mai mit 0,6 % (+3), 0,3 % (E 14-49) und 0,6 % (M 20-59) ab. Dabei wurde das Finale der Frauen UEFA Women's Champions League zwischen dem VfL Wolfsburg und Olympique Lyon zur erfolgreichsten Fußball-Übertragung im Jahr 2016 für Eurosport. Beim entscheidenden Elfmeterschießen waren in der Spitze bis zu 1,48 Mio. Zuschauer (+3) auf Eurosport 1 mit dabei, im Schnitt verfolgten 650.000 Fans bei sehr guten Marktanteilen von 3,1 Prozent (+3) sowie von 3,7 Prozent (M 20-59) das Aufeinandertreffen.

Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope, Fernsehpanel (D+EU), 01.06.2016; vorläufig gewichtete Daten

Pressekontakt:

Timo Ditschkowski
Communications & PR Executive
Discovery Networks Deutschland
Sternstraße 5 | 80538 München | Germany
+49-(0)89 206 099-203
timo_ditschkowski@discovery.com

discovery-networks.de
press.discovery.com

Über Discovery Networks Deutschland

Discovery Networks Deutschland veranstaltet die Pay-TV-Sender DISCOVERY CHANNEL, ANIMAL PLANET und Eurosport 2, sowie die Free-TV-Sender DMAX, TLC und Eurosport. Das Medienunternehmen, das 1996 gegründet wurde, hat seinen Sitz in München. DMAX startete am 1. September 2006 und ist der weltweit erste Free-TV-Kanal von Discovery Communications, der sich in erster Linie an Männer richtet. Mit attraktiven deutschen Eigenproduktionen und internationalen Programmen, erreicht der Sender 37.5 Millionen Haushalte und ist einer der führenden Sender der dritten Sendergeneration. TLC, die weltweit größte Entertainmentmarke für Frauen, ging am 10. April 2014 an den Start. TLC steht für Real-Life-Entertainment mit innovativen Programmen und authentischen Protagonisten. Bei Eurosport 1 ist die LIVE-Berichterstattung seit 1989 zu Hause. Kein Sender im deutschen Free TV zeigt mehr LIVE-Sport, kein Sender zeigt mehr vom ganzen Sport in 120 Disziplinen und vom Tennis, Radsport, Motorsport oder Wintersport. DISCOVERY CHANNEL war 1996 der erste Sender von Discovery Networks Deutschland. Er zeigt die Vielfalt unserer Erde in faszinierenden Bildern. ANIMAL PLANET zeigt seit 2004 spannende Dokumentationen über Menschen in ihrem Umgang mit Tier und Natur. Wer mehr LIVE, mehr Action, mehr Emotionen im Sport will, der kommt an Eurosport 2 nicht vorbei. Seit 2006 ist der Pay-TV-Sender in Deutschland auf Sendung. Hinter Discovery Networks Deutschland steht Discovery Communications, das weltweit führende Non-Fiction Medienunternehmen mit einer Reichweite von mehr als 2,9 Milliarden Zuschauern in über 220 Ländern.

Weitere Infos auf discovery-networks.de