

## Pressemeldung

# Social TV-Jahrescharts 2012: RTL 2 ist Social TV-Quotenkönig und sorgt für Sensation

- Erfolgreiche Social-TV-Formate: Doku-Soaps, Casting-Shows und Sport-Live-Events
- Zweite TV-Quote: Social TV-Quote immer dienstags auf [www.social-tv-monitor.de](http://www.social-tv-monitor.de) veröffentlicht
- Jahrescharts Platz 2: Doku-Soap „Köln 50667“ von RTL2 erzielt hohe Aktivität im Social Web schon vor TV-Start

*Berlin, 16. Januar 2013.* 2012 könnte als Jahr eins von Social TV in die Medien-Geschichtsschreibung eingehen. Immer mehr Zuschauer nutzen heute soziale Netzwerke über den Second Screen zeitgleich und auch zeitversetzt zum Fernsehen. Wie die Jahresauswertung des Social TV Monitors von Goldmedia ([www.social-tv-monitor.de](http://www.social-tv-monitor.de)) zeigt, war RTL2 im Jahr 2012 der mit Abstand erfolgreichste Social TV-Sender in Deutschland.

Der Social TV Monitor von Goldmedia erfasst Reichweiten und Aktivitäten der Nutzer auf Facebook und Twitter sowie die der speziellen OTT-Services (Over-the-Top) bzw. Social TV-Apps Couchfunk, ZAPITANO, TWEED und Teleboy.TV. Mit dem Social TV Monitor dokumentiert Goldmedia seit Juni 2012 wochenaktuell den Erfolg deutscher Fernsehsendungen im Social Web. Die neue Social TV-Quote fasst die Ergebnisse der verschiedenen Social TV-Kanäle zusammen und erscheint immer dienstags auf [www.social-tv-monitor.de](http://www.social-tv-monitor.de).

### TOP Social TV-Sendungen 2012:

#### „Berlin – Tag & Nacht“, „Köln 50667“ und „The Voice of Germany“

RTL2 liegt im Social TV-Ranking der Fernsehsendungen vorn. Mit „Berlin – Tag & Nacht“ stellt der Sender das erfolgreichste Social TV-Format. Seit Beginn der Erhebung des Social TV Monitors im Juni 2012 führt die Doku-Soap das Ranking bei Facebook ununterbrochen an. Die Sendung hat seitdem fast 640.000 neue Nutzer gewonnen, aktuell sind es insgesamt 2,5 Mio. Fans. Das wichtigste Gütesiegel für die Facebook- und Twitter-Präsenz und somit entscheidend für das Ranking ist die User-Aktivität (Wert aus Anzahl neuer Fans, Kommentaren und Likes bei Facebook und Tweets bei Twitter). Hier erreichte „Berlin – Tag & Nacht“ mit über 500.000 wöchentlichen Nutzeraktivitäten einen fünfmal höheren Wert als der Zweitplatzierte. (siehe Chart 1) Auch bei den Social TV-Apps erzielte die Doku-Soap gute Platzierungen, bei ZAPITANO Platz 4 und bei Couchfunk Platz 8.

Für Aufsehen im Facebook-Jahres-Ranking sorgte das RTL2-Format „Köln 50667“. Die neue Doku-Soap kam auf Platz 2, obwohl sie erst am 7. Januar 2013 auf Sendung ging. Bereits Ende 2012 hatte „Köln 50667“ mehr als 300.000 Fans mit fast 100.000 Aktivitäten pro Woche. Die hohe Resonanz des Formats zeigte sich auch beim TV-Start: Mit einem Marktanteil von 10,3 Prozent lag die TV-Quote deutlich über dem Senderdurchschnitt (Stand: 07.01.2013).

Den dritten Platz der Facebook-Jahreswertung 2012 belegt „The Voice of Germany“ (ProSieben/Sat.1). Zwar hat das Casting-Format mit mehr als 200.000 neuen Fans einen geringeren Fan-Zuwachs als etwa die erst auf Platz 7 liegende Informationssendung „Galileo“ (ProSieben) mit fast 250.000 neuen Fans. Allerdings sind die Fans bei „The Voice of Germany“ deutlich aktiver (60.000 durchschnittliche Aktivitäten pro Woche gegenüber 20.000 bei „Galileo“). Bei ZAPITANO belegt „The Voice of Germany“ ebenfalls Rang 3, bei Couchfunk kommt das Format nicht in die Top Ten. Hier liegt das Konkurrenzformat „Popstars“ (ProSieben) auf Platz 6.

### **Social TV-Apps: Couchfunk, ZAPITANO und TWEEK mit Besonderheiten**

Bei Couchfunk sind insbesondere Sport-Live-Events erfolgreich. Im Couchfunk-Jahresranking (Wert aus Aufrufe, Check-ins, Interaktionen) kommen Fußballsendungen auf Platz 1, die Formel 1 auf Platz 2 und Boxen auf Platz 5. (siehe Chart 2)

Bei ZAPITANO belegte der „Tatort“ (ARD) den ersten Platz, gefolgt von den Casting-Shows „X-Factor“ (VOX) und „The Voice of Germany“. Auch Fußball kann mit Rang 6 eine gute Platzierung erreichen. (ZAPITANO-Ranking: Wert aus Kommentaren, Check-ins und Bewertungen, siehe Chart 3).

ZAPITANO liefert darüber hinaus User-Rankings zu TV-Stars. In den wöchentlichen Top- und Flop-Listen zeigt sich deutlich, dass Promis wie Dieter Bohlen, Detlef D!Soost sowie Lothar Matthäus für viel Diskussionsstoff in der TV-Community sorgten.

Da die Social TV-App von TWEEK zeitunabhängig auf allgemeine Nutzerempfehlungen abzielt, befinden sich hier unter den Top 10 häufig Filme und Serien, die keinen Bezug zum laufenden Fernsehprogramm haben. Die meistempfohlenen aktuellen Sendungen bei TWEEK im letzten Jahr sind „The Big Bang Theory“, „How I Met Your Mother“ und „Die Simpsons“, alle ProSieben. (TWEEK-Ranking: Wert aus Facebook Likes und TWEEK Recommendations)

Auf der Schweizer Plattform Teleboy.TV wurden die ersten drei Plätze von „How I Met Your Mother“, der Fußball EM und „Galileo“ belegt.

### **Auch Sport- und Informationssendungen haben ihren festen Platz im Social TV**

Der Sport konnte im Facebook-Ranking mit der „Sportschau“ (ARD) und „Dein Sky Sport“ (Sky) auf den Plätzen 15 und 16 seine große Bedeutung für den

Fernsehzuschauer untermauern. Aber auch Informationssendungen können durchaus erfolgreich ins soziale Internet verlängert werden, wie ProSieben mit der Sendung „Galileo“ (Platz 7), Sat.1 mit seinem „Frühstücksfernsehen“ (Platz 12) und RTL mit „RTL Aktuell“ (Platz 17) zeigt.

Insgesamt wird im Jahresverlauf 2012 deutlich, dass die Social TV-Apps und Twitter (als Bestandteil von Apps) stärker in der Parallelnutzung sind, also zeitgleich zur laufenden Sendung eingesetzt werden. Facebook hingegen wird eher vom Sendezeitpunkt unabhängig genutzt. Somit erklärt sich auch, dass große Live-Events wie Fußball oder die Olympischen Spiele eher bei den zeitsynchronen Kanälen erfolgreich sind, während Soaps und Doku Soaps auf Facebook besonders viel Aktivität hervorrufen.


Chart 1 TOP 20 TV Shows auf Facebook und Twitter

Goldmedia Social TV Monitor: Jahrescharts 2012				
TOP 20 TV Shows auf Facebook und Twitter (nach Aktivität)				
PLATZ	SENDUNG	AKTIVITÄT/WOCHE*	FANZUWACHS**	
1	Berlin - Tag & Nacht (RTL2)	518.672	639.715	
2	Köln 50667 (RTL2)	94.346	309.849	
3	The Voice of Germany (ProSieben/Sat.1)	59.316	202.868	
4	Gute Zeiten schlechte Zeiten (RTL)	34.945	125.884	
5	Das Supertalent (RTL)	12.916	108.041	
6	Privatdetektive im Einsatz (RTL2)	31.163	177.210	
7	Galileo (ProSieben)	20.789	244.666	
8	Party, Bruder! (VIVA)	20.017	65.097	
9	Die Geissens (RTL2)	18.708	34.156	
10	X-Diaries - love, sun & fun (RTL2)	17.789	177.924	
11	GRIP - Das Motormagazin (RTL2)	17.542	88.520	
12	Sat.1 Frühstücksfernsehen (Sat.1)	16.878	28.172	
13	K11 - Kommissare im Einsatz (Sat.1)	14.679	99.469	
14	Popstars (ProSieben)	13.159	9.673	
15	Sportschau (ARD)	12.959	41.559	
16	Dein Sky Sport (Sky)	11.779	25.142	
17	RTL Aktuell (RTL)	11.610	20.057	
18	Christopher Posch (RTL)	10.851	k.A.***	
19	Germany's next Topmodel (ProSieben)	10.450	21.048	
20	The Dome (RTL2)	9.648	99.518	

\* Durchschnittliche Aktivität pro Woche (Aktivität = Neue Fans + Kommentare + Likes + Tweets)  
 \*\* Fanzuwachs ab 06/2012 absolut  
 \*\*\* Kein Zuwachs, da nur einmal in den Top 50

Quelle: Goldmedia, Social TV Monitor, Januar 2013 www.social-tv-monitor.de  
© GOLDMEDIA 2013


Chart 2 TOP 10 TV Shows bei Couchfunk

 <b>Goldmedia Social TV Monitor: Jahrescharts 2012</b> <b>TOP 10 TV Shows bei Couchfunk</b>		
PLATZ	SENDUNG/EVENT	NUTZUNGSANTEILE IN PROZENT*
1	Fußball	9,67 %
2	Formel 1	3,08 %
3	Desperate Housewives	2,56 %
4	Schlag den Raab	2,48 %
5	Boxen	2,28 %
6	Popstars	2,04 %
7	Die Simpsons	2,04 %
8	Berlin - Tag & Nacht	1,51 %
9	How I Met Your Mother	1,44 %
10	Olympia	1,34 %

\* Durchschnittlicher Prozentanteil der wöchentlichen Top 10  
 Quelle: Social TV Monitor 2012, Januar 2013, Logo: Couchfunk

www.social-tv-monitor.de  
 © GOLDMEDIA 2013

Chart 3 TOP 10 TV Shows bei ZAPITANO

 <b>Goldmedia Social TV Monitor: Jahrescharts 2012</b> <b>TOP 10 TV Shows bei ZAPITANO</b>		
PLATZ	SENDUNG/EVENT	NUTZUNGSANTEILE IN PROZENT*
1	Tatort	11,74 %
2	X-Factor	8,61 %
3	The Voice of Germany	6,70 %
4	Berlin - Tag & Nacht	4,06 %
5	Das Supertalent	4,03 %
6	Fußball	3,63 %
7	Bauer sucht Frau	3,09 %
8	Popstars	2,63 %
9	Die Geissens	2,56 %
10	Wetten, Dass ..?	2,28 %

\* Durchschnittlicher Prozentanteil der wöchentlichen Top 10  
 Quelle: Social TV Monitor 2012, Januar 2013, Logo: ZAPITANO

www.social-tv-monitor.de  
 © GOLDMEDIA 2013

Weitere Informationen und wöchentliche Auswertungen:  
<http://www.social-tv-monitor.de>

**Quelle: Social TV Monitor 2012, Jahresauswertung 2012**

Goldmedia erhebt seit KW 26/2012 die Zuschaueraktivität zu fernsehbegleitenden Inhalten im Internet (Social TV) für Deutschland und die Schweiz. Die Analysen werden jeden Dienstag für die vergangene Woche auf [www.social-tv-monitor.de](http://www.social-tv-monitor.de) veröffentlicht.



Folgende Social-TV-Kanäle werden im Social TV Monitor dokumentiert: Seit KW 26/2012 Facebook (Daten über Konsole Labs) und Couchfunk, seit KW 33/2012 ZAPITANO, TWEED und Filmwords (Teleboy.TV) und seit KW46/2012 Daten von Twitternutzern.

Nicht berücksichtigt sind TV-Sender. Zudem stellen die Analysen hauptsächlich auf die aktuelle Aktivität zu Fernsehsendungen ab, um verzerrende Effekte von langlebigen Formaten zu begrenzen (viele Fans, wenig Aktivität).

**Pressekontakt**

Dr. Katrin Penzel, Tel: +49-30-246 266-0, [Katrin.Penzel@Goldmedia.de](mailto:Katrin.Penzel@Goldmedia.de)  
[www.Goldmedia.com](http://www.Goldmedia.com)

**Goldmedia Custom Research GmbH**

Die Goldmedia Custom Research GmbH wurde innerhalb der Goldmedia Gruppe im Januar 2007 gegründet. Die Gesellschaft ist auf den Bereich Nutzer- und Usability-Forschung sowie auf Markt- und Meinungsforschung spezialisiert. Die Goldmedia Custom Research GmbH bietet alle Formen und Instrumente der klassischen Marktforschung, von CATI, CAPI, Auditoriumstest oder Fokusgruppe über Conjoint-Analyse bis zur Pricing-Studie. Zudem ist das Unternehmen auf biometrische Medienforschung spezialisiert und hat eigene Instrumente im Bereich Usability-Forschung (Pupillometrie, Eyetracking) entwickelt und international patentiert.

<http://www.goldmedia.com/research.html>