

## Pressemeldung

# Die Quotenrenner im Social Web. Social TV-Jahrescharts 2013 veröffentlicht

- Social TV Jahr 2013: Berlin vs. Köln, Faceless Tatort und 1,2 Mio. Klicks für ein Foto
- Social TV-Quote ist zweite TV-Quote: Immer dienstags auf [www.social-tv-monitor.de](http://www.social-tv-monitor.de) veröffentlicht

*Berlin, 30. Januar 2014.* RTL 2 bleibt Quotenkönig im deutschen Social TV-Dschungel. Mit den Formaten Berlin – Tag & Nacht sowie Köln 50667 führt der Münchner Sender erneut die Jahresbilanz der erfolgreichsten Social TV-Sendungen an und bleibt damit das größte Sammelbecken für TV-bezogene Interaktion. Was im Fernsehen dank unterschiedlicher Sendeplätze weniger ins Gewicht fällt, zeigt sich umso deutlicher im sozialen Internet: Beide Formate kannibalisieren sich durch große Ähnlichkeit. Daher konnten zum Jahresende andere Sendungen stark aufholen: Circus HalliGalli (ProSieben) sicherte sich im Dezember 2013 beständig die Poleposition.

Dies sind Ergebnisse der Jahresauswertung 2013 des Social TV Monitors von Goldmedia Research ([www.social-tv-monitor.de](http://www.social-tv-monitor.de)). Der Social TV Monitor erfasst wöchentlich Reichweiten und Aktivitäten der Nutzer auf Facebook (gemessen mit DELTA überMetrics Technologies) und Twitter sowie die der OTT-Services (Over-the-Top) bzw. Social TV-Apps Couchfunk, Zapitano, Tweek und wywy.

### Das Dschungelcamp in den Jahrescharts ohne Spitzenposition

Das derzeitige Dschungelfieber legt auch Top-Positionen für das „Dschungelcamp“ im Jahr 2013 nahe. Tatsächlich aber landete das RTL-Format bei Facebook nur auf Platz 11 und bei Twitter auf Rang 7. Während der Sendephase im Januar 2013 überstrahlte das Format alle Mitbewerber deutlich, doch im Jahresverlauf wurde es ruhiger. Strukturell bedingt haben täglich oder wöchentlich ausgestrahlte Formate bessere Chancen auf vordere Plätze in der Jahresanalyse.

### ProSieben schaffte mit Stefan Gödde eine Sensation

Die Aktion 1 Mio. Klicks für das Foto des Galileo-Moderators Stefan Gödde, damit dieser im Darth Vader-Kostüm moderiert, führte zum viralsten Post in der gesamten Messung. Das Foto wurde sogar zum „meistgelikten“ Bild in Deutschland insgesamt. Auf der zweiten Position der viralsten Posts konnte Hanna aus der Serie Berlin – Tag & Nacht ihr Foto mit ihrem neugeborenen Baby platzieren (220.000 Likes).

### **Castingshows, Unterhaltung und Info-Sendungen bleiben stark im Social TV**

Castingshows wie DSDS (RTL), The Voice of Germany (ProSieben, Sat1), Germany's next Topmodel (ProSieben) und das Supertalent (RTL) konnten erneut mit starken Interaktionswerten punkten.

Unterhaltungsfernsehen ist seit Beginn der Social TV-Messung konstant stark, aber auch Informationssendungen erzielten mit hohen Interaktionswerten eine enge Social Media-Bindung zu ihren Nutzern. RTL Aktuell (Platz 5), Galileo (ProSieben, Platz 9) und Dein Sky Sport (Platz 10) sowie Punkt 12 (RTL, Platz 13) waren hier 2013 besonders erfolgreich.

### **Einige Formate punkten bei einzelnen Social Media-Kanälen sehr verschieden**

Während der Tatort (ARD) und Domian (WDR) bei Facebook deutlich hinter den Platzhirschen zurückliegen, sind sie bei dem gesichtslosen Kurznachrichtendienst Twitter sehr erfolgreich (Tatort bei Twitter Platz 2, bei Couchfunk Platz 1). Allerdings mussten sich die twitternden Hobbykommissare im letzten Jahr der Fußball-Bundesliga (bei Twitter Platz 1) geschlagen geben. Bei Facebook hingegen punktet Fußball hauptsächlich in Form von Dein Sky Sport (Platz 10), gefolgt von der ARD Sportschau (Platz 12).

### **Starkes Abschneiden von Sondersendungen**

Zu den stärksten Sondersendungen in den Social TV-Charts 2013 gehören das Kanzlerduell und die MTV Music Awards. Diese Einzelereignisse belegten bei Twitter die Plätze 4 und 5.

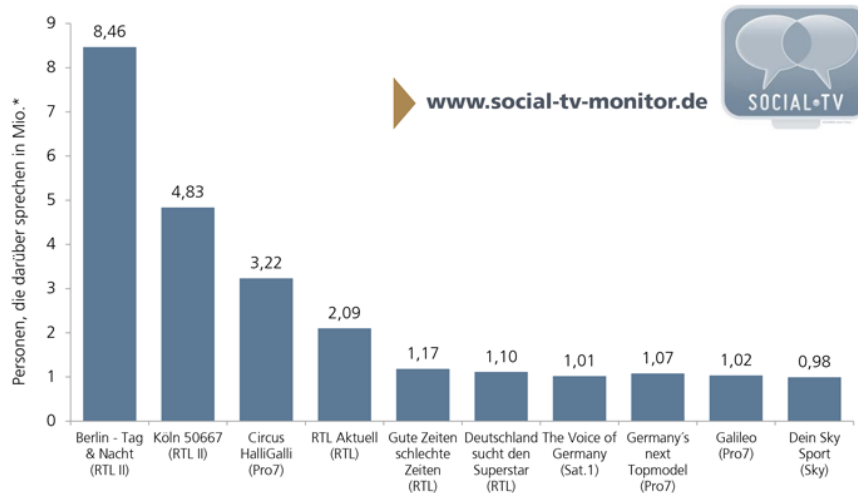
### **Fazit**

Social TV zeigt in Deutschland ein stabiles Wachstum. Auf allen Kanälen konnten Steigerungsraten bei der Nutzung gemessen werden. Der Social TV Monitor wird ab sofort neben der Kernmessung von Social Media auch soziale EPGs einbeziehen. Zudem findet die TV App On Air seit Januar 2014 Berücksichtigung.

Grafiken

### Social TV Jahrescharts 2013: TOP 10 TV Shows bei Facebook

Social TV Monitor: Fans, die 2013 bei Facebook über TV-Sendungen „sprechen“ in Mio.



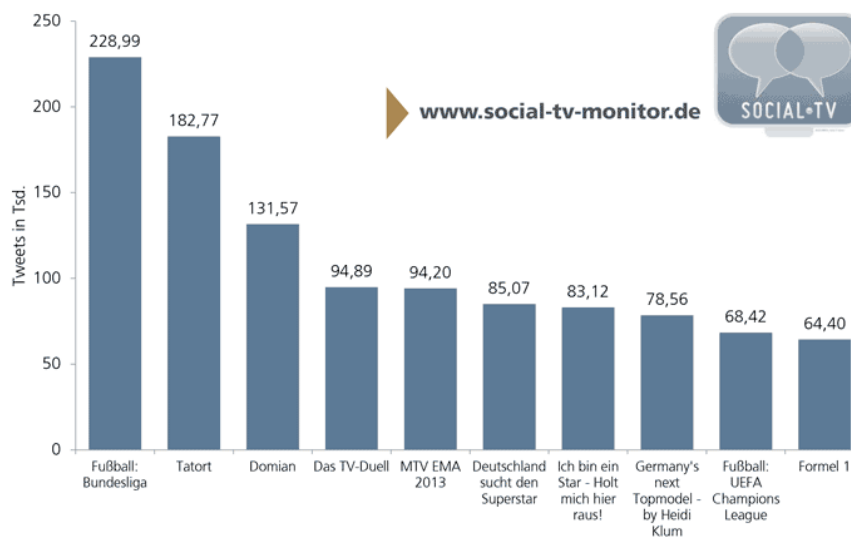
Quelle: Goldmedia Analyse /uberMetrics, Social TV Monitor 2013, www.social-tv-monitor.de \*Wochenwerte aufsummiert

© Goldmedia

GOLDMEDIA

### Social TV Jahrescharts 2013: TOP 10 TV Shows bei Twitter

Goldmedia Social TV Monitor: Anzahl der Tweets zu TV-Sendungen 2013 in Tausend



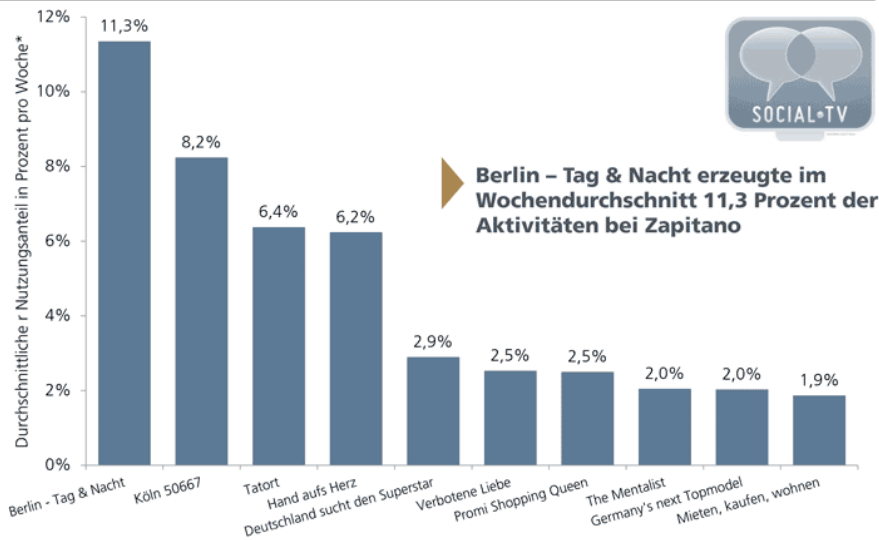
Quelle: Goldmedia Analyse/Couchfunk, Social TV Monitor 2013, www.social-tv-monitor.de

© Goldmedia

GOLDMEDIA

## Social TV Jahrescharts 2013: TOP 10 TV Shows bei Zapitano

Goldmedia Social TV Monitor: Nutzungsanteile 2013 in % für TV-Sendungen bei Zapitano



Quelle: Goldmedia Analyse/Zapitano, Social TV Monitor 2013, [www.social-tv-monitor.de](http://www.social-tv-monitor.de)

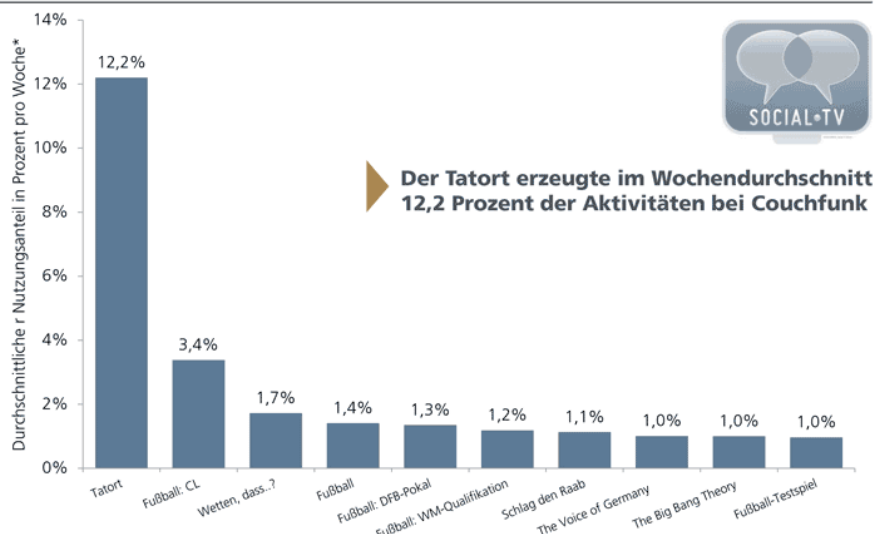
\*Gemessen wurden die durchschnittlich erreichten Aktivitäten pro Woche (Kommentare + Checkins + Bewertungen) auf dem Portal

© Goldmedia

GOLDMEDIA

## Social TV Jahrescharts 2013: TOP 10 TV Shows bei Couchfunk

Goldmedia Social TV Monitor: Nutzungsanteile 2013 in % für TV-Sendungen bei Couchfunk



Quelle: Goldmedia Analyse/Couchfunk, Social TV Monitor 2013, [www.social-tv-monitor.de](http://www.social-tv-monitor.de)

\*Gemessen wurden die durchschnittlich erreichten Aktivitäten pro Woche (Aufrufe + Checkins + Interaktionen) auf dem Portal

© Goldmedia

GOLDMEDIA

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

**Quelle: Social TV Monitor, Jahresauswertung 2013**

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: Facebook (Daten von DELTA überMetrics Technologies), Twitter, Couchfunk, Zapitano, Tweek, wywy und On Air.

**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>