NACHRICHTEN AG

08. Mai 2025

Primetime im TV: Zuschauerzahlen und Quoten im Renngalopp!

Erfahren Sie alles zur Primetime im deutschen Fernsehen am 8. Mai 2025: Einschaltquoten, Sendezeiten und Zuschauerverhalten.

Deutschland - Am Mittwoch, dem 8. Mai 2025, steht die Fernsehwelt wieder ganz im Zeichen der Primetime. Diese Hauptsendezeit, die in Deutschland traditionell um 20.15 Uhr beginnt, hat sich über die Jahre als Publikumsmagnet etabliert. Ein Grund dafür ist die ŝTagesschauŝ, die fast 70 Jahre lang einen festen Platz von 20.00 Uhr bis 20.15 Uhr hat und somit die Erwartungen der Zuschauer prägt. Die Zuschauer sind oftmals darauf eingestellt, dass die Sendungen um 20.15 Uhr beginnen, unabhängig von der Nachrichtenübertragung der ŝTagesschauŝ. In der Primetime erreichen die Fernsehsender hohe Einschaltquoten, während die Hauptsendezeit im Radio als ŝDrivetimeŝ bezeichnet wird, die sich auf die Pendler zwischen 6-9 Uhr und 16-18 Uhr konzentriert.

Die Bedeutung der Primetime wird auch durch die Zahlen belegt. Laut DWDL waren die meistgesehenen Sendungen am Dienstag nicht einmal in der Primetime angesiedelt. So verzeichnete die ȝTagesschauȝ beeindruckende 5,54 Millionen Zuschauer und einen Marktanteil von 23,5 % in der Altersgruppe der 14- bis 49-Jährigen. Die RTL-Soap ȝGute Zeiten, schlechte Zeitenȝ erfreute sich ebenfalls großer Beliebtheit am Vorabend.

Kampf um die Quoten

Bereits vor der Primetime lieferten sich die Sender ein intensives Duell um die Quoten. ȝTV totalȝ von ProSieben erzielte 460.000 Zuschauer bei einem Marktanteil von 10,2 %. Zuvor faszinierte Sebastian Pufpaff 870.000 Zuschauer, während ȝDie Elon-Musk-Storyȝ im ZDF auf 10,0 % Marktanteil kam. Auch die Serie ȝIn aller Freundschaftȝ war mit 4,01 Millionen Zuschauern und 17,9 % Marktanteil erfolgreich.
Nach der ȝTagesschauȝ blieben durchschnittlich 4,10 Millionen Zuschauer am Fernseher. Der Krimi ȝAlpentodȝ bei RTL kam auf 2,79 Millionen Zuschauer und einen Marktanteil von 12,2 %. ProSieben hingegen hatte mit ȝFake Newsȝ einen Rückgang auf 6,5 % und nur 510.000 Zuschauer.

Die Zahlen verdeutlichen den harten Wettbewerb zwischen den Sendern. Es wird deutlich, dass die Zuschauerzahlen zwar recht stabil sind, jedoch die Sender nur durch ein starkes Programm in der Lage sind, in der Primetime zu bestehen. Die AGF ist hier die maßgebliche Institution, die die Nutzung der Bewegtbildangebote misst und Unternehmen damit entscheidende Informationen liefert. Die Daten werden nicht nur für die Einschätzung aktueller Trends, sondern auch zur Analyse langfristiger Entwicklungen genutzt.

Der Radiomarkt erlebt in der Zwischenzeit auch einen aufgeheizten Wettkampf um die Zuhörerschaft. Während die Primetime im Fernsehen boomt, bleibt die ȝDaytimeȝ im Radio hinter den Erwartungen zurück, was wiederum die Fragestellungen zu den Programminhalten für die Zukunft

aufwirft.

Insofern bleibt abzuwarten, wie sich die Zuschauerpräferenzen in den kommenden Jahren entwickeln werden und welche Programme die Zuschauer letztendlich in die Wohnstuben locken. Laut AGF sind die nun veröffentlichten Zahlen nur ein Indiz der vielfältigen Elemente, die die Bewegtbildnutzung in Deutschland prägen.

Details	
Ort	Deutschland
Quellen	• www.maz-online.de • www.dwdl.de • www.agf.de

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de