

n-tv: Zur Halbzeit 2007

02.07.2007, 15:12 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *n-tv Der Nachrichtensender*

Köln, 2. Juli 2007 - Im vergangenen Halbjahr lag der durchschnittliche Monatsmarktanteil des Nachrichtensenders n-tv bei den Erwachsenen ab 14 Jahren bei 0,7 Prozent (Januar: 0,7 Prozent; Februar: 0,6 Prozent; März: 0,6 Prozent; April: 0,7 Prozent; Mai: 0,7 Prozent; Juni: 0,8 Prozent) – das sind 0,1 Prozentpunkte mehr im Vergleich zum ersten Halbjahr 2006. Täglich schalteten in den Monaten Januar bis Juni durchschnittlich rund 5,5 Millionen Zuschauer n-tv ein, das bedeutet eine Steigerung um 260.000 Zuschauer oder 5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Ein Highlight in der politischen Berichterstattung des zweiten Quartals 2007 war der G8-Gipfel in Heiligendamm. Mit seinen Live-Strecken und Sondersendungen zum Gipfel erreichte der Nachrichtensender insgesamt über 2 Millionen Zuschauer und Marktanteile bis zu 3 Prozent (ZG 14+). Unter den Neustarts der vergangenen Monate waren das Wissensmagazin „n-tv Wissen“ und das Wirtschaftsformat „n-tv Mittelstand“, mit dem n-tv seine Wirtschaftsberichterstattung um einen wichtigen Baustein erweitert hat.

Weiterhin starke Zahlen gibt es im Bereich Online: Das Informationsportal n-tv.de verzeichnet nunmehr konstant rund 100 Millionen Page Impressions und zwischen 12 und 14 Millionen Visits monatlich. Seit Ende Juni ist der neue n-tv Shop online (www.n-tv.de/shop), der eine große Auswahl an Büchern, DVDs und CDs sowie Seminare bietet. Der n-tv Teletext verzeichnete im ersten Halbjahr 2007 einen durchschnittlichen Monatsmarktanteil von 5,2 Prozent (Januar: 5,5 Prozent; Februar: 4,6 Prozent; März: 5,5 Prozent April: 5,2 Prozent; Mai: 5,6 Prozent; Juni: 4,7 Prozent / ZG 14+; Mo-Fr), bei den Aktiennutzern waren es starke 25 Prozent. Damit liegt n-tv nicht nur deutlich vor der privaten, sondern auch vor der öffentlich-rechtlichen Konkurrenz: Der ZDF-Teletext erzielte im ersten Halbjahr bei den Aktienbesitzern einen Marktanteil von 15,3 Prozent, der ARD-Teletext 12,8 Prozent (ohne Dritte Programme).

Erfolgreich etabliert hat sich inzwischen auch das interaktive Programmangebot „n-tv plus“. Hier werden mittlerweile weit über 300.000 Zugriffe monatlich gezählt. Mit Nissan ist seit Kurzem auch der erste Werbekunde bei n-tv plus on Air. Darüber hinaus ist soeben die Version 2.1 der Applikation mit neuem Logo und Design erschienen. n-tv-Geschäftsführer Johannes Züll: „Wir können mit dem ersten halben Jahr 2007 sehr zufrieden sein. Es läuft alles nach Plan und ich bin zuversichtlich, dass wir in den kommenden Monaten auf allen Plattformen weiter zulegen können.“

Quellen: AGF/ GfK; Fernsehpanel D+ EU; Stand: 2.7.2007; 29. und 30.6. vorläufig gewichtet / Online: IVW-Online Reichweiten / Zugriffszahlen „n-tv plus“: n-tv

n-tv Nachrichtenfernsehen GmbH
Richard-Byrd-Str. 4-6
50829 Köln

n-tv.de
n-tv.de/presselounge

Sonja Friedrich
Pressereferentin
(0221) 9152 2620
sonja.friedrich@n-tv.de

n-tv steht für zuverlässige, seriöse, schnelle, umfassende und unabhängige Nachrichten: 24 Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr. Seit fast 15 Jahren informiert der Nachrichtensender nicht nur rund um die Uhr, sondern inzwischen, dank

Mobilfunktechnik und Podcast, auch überall - zuhause und unterwegs.

Neben den Nachrichten sind Wirtschaftsberichterstattung und Talk die Kernkompetenzen von n-tv: Täglich kompetente Wirtschafts- und Börseninformationen, Wirtschaftsservice-Sendungen sowie Talks zu top-aktuellen Themen bieten dem informationshungrigen Zuschauer alles, was er wissen will und wissen muss.

Portrait

n-tv.de, das Online-Informationsportal des Nachrichtensenders, ist eine der beliebtesten Nachrichtenseiten im Internet.

News-ID: 144013 • Views: 1580 (Stand: 16.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/144013/n-tv-Zur-Halbzeit-2007.html>