

Media Relations

Tel direkt	+41 44 305 50 87
e-mail	mediarelations@sf.tv
Internet	www.medienportal.sf.tv

«MusicStar»-Bilanz: Erfolgreiche zweite Staffel

Auch die zweite Staffel «MusicStar» gehört zu den erfolgreichsten Formaten von SF DRS. «MusicStar – Die Show» (767'000, 34,1 Prozent Personenmarktanteil) weist gegenüber der Show der ersten Staffel zwei Prozentpunkte weniger Marktanteil aus. «MusicStar – Die Entscheidung» (766'000, 46,8 Prozent Personenmarktanteil) weist gegenüber der Entscheidung der ersten Staffel 3,5 Prozentpunkte weniger Marktanteil aus. Der Rückgang, der für die zweite Staffel in grösserem Ausmass erwartet worden war, fiel demzufolge geringer aus: «MusicStar – Die Show» hat einen Publikumsrückgang von sieben Prozent, «MusicStar – Die Entscheidung» einen solchen von 13 Prozent.

Die letzte Folge von «MusicStar – Die Entscheidung», als Salome Clausen zum neuen MusicStar gewählt wird, schauen 1'245'000 Zuschauerinnen und Zuschauer an, was einem Marktanteil von 62,2 Prozent entspricht. Bei der Bekanntgabe des MusicStars 2005 sind zwischen 22.26 bis 22.30 Uhr 1'326'000 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer (66,2 Prozent Marktanteil) vor dem Bildschirm.

«MusicStar – Die Woche», die Begleitsendung mit Hintergrundinformationen am Dienstag um 20.00 Uhr auf SF2, wird in der zweiten Staffel erstmals ausgestrahlt. Von anfänglich neun Prozent Personenmarktanteil steigert sich die Sendung auf ca. 15 Prozent Personenmarktanteil. Vor allem jüngere Zuschauerinnen und Zuschauer haben das Bedürfnis, mehr von den Stars zu sehen und zu hören. Durchschnittlich wird «MusicStar – Die Woche» von 233'000 Personen (12,3 Prozent Personenmarktanteil) gesehen.

Toni Wachter, Redaktionsleiter und Produzent der Sendung: «Auf Grund der Erfahrungen ausländischer Sender sind wir ursprünglich davon ausgegangen, dass die zweite Staffel 'MusicStar' bis zu 30 Prozent unter dem Erfolg der ersten Staffel liegen könnte. Umso mehr freuen wir uns über den Erfolg. Die Live-Sendungen aus der Maag MusicHall waren jeweils innert Minuten ausverkauft. Das Durchschnittsalter sank auf 42,1 Jahre und die CD 'Friends Forever' schaffte es auf Anhieb auf Platz 1 der Schweizer Singles-Hitparade. Wir haben diesmal noch stärker in die Ausbildung investiert und mit 'MusicStar – Die Woche' boten wir auf SF2 Einblicke in den Alltag der Kandidaten und berichteten über das, was 'MusicStar' in der ganzen Schweiz ausgelöst hat.»

Beim Telefonvoting gehen insgesamt drei Millionen Anrufe ein; über 1,2 Millionen davon in der Finalsending vom 26. Februar 2005. 5'000 Stimmen trennen im Schlussgang Salome Clausen von Daniel Kandlbauer. In der ersten Staffel waren es 11,3 Millionen Anrufe.

«MusicStar» findet auch im Internet unter www.musicstar.tv starke Beachtung. Seit Beginn der Qualifikationssendungen im Dezember werden 17,3 Millionen Pageviews (Seitenaufrufe) gezählt und 470'000 Video-Clips abgespielt. Ein Rekord verbucht www.musicstar.tv am 27. Februar 2005 – dem Tag nach dem Final – mit 1,13 Millionen Pageviews. In den zwölf Wochen produzieren fünf Online-Redaktoren mehr als 750 Geschichten über die Finalisten und die Show sowie über 200 Video- und Audiostreams. Mehr als 10'000 Personen lassen sich für Newsletter, Quiz und Gästebuch registrieren.