

01.11.2015 - 10:10 Uhr

## RTL II im Oktober: Goldener Herbst mit Spielfilmen, Doku-Soaps und Serien

München (ots) -

- Rekordwerte für die "Back To The Future"-Woche
- 20,4 Prozent MA 14-29: "Daniela Katzenberger" überzeugt vor allem bei jungen Zuschauern
- Erfolgreiches Serien-Highlight: "The Walking Dead"
- 6,1 Prozent Monatsmarktanteil 14-49 Jahre

Mit seiner "Back To The Future"-Woche gelang RTL II im Oktober ein Volltreffer. Einen weiteren Erfolg landete der Münchner Sender mit der Doku-Soap "Daniela Katzenberger - Mit Lucas im Babyglück", die besonders in der jungen Zielgruppe der 14-29-Jährigen punktete. Für gewohnt starke Quoten sorgt auch die US-Serie "The Walking Dead".

Ein besonderes Highlight im Oktober 2015 war die "Back To The Future"-Woche bei RTL II. Schon der Auftakt der Spielfilm-Trilogie, "Zurück in die Zukunft", legte mit 8,6 Prozent MA einen guten Start hin. Sensationelle Quoten erzielte "Zurück in die Zukunft 2". Dank punktgenauer Programmierung erreichte RTL II mit dem zweiten Teil am 21. Oktober 2015 - exakt dem Tag, an dem Doc Brown und Marty McFly im Film in der Zukunft ankommen - 17,3 Prozent MA und bis zu 2,94 Millionen Zuschauer gesamt. Der RTL II-Tagesmarktanteil lag an diesem Mittwoch bei 10,1 Prozent MA - der bislang beste Wert im Jahr 2015. "Zurück in die Zukunft 3" rundete den Erfolg mit 10,5 Prozent MA und bis zu 2,35 Mio. Zuschauern gesamt ab. Ebenfalls hervorragend lief die Dokumentation "Back To The Present - Die Zukunft ist jetzt", die 14,9 Prozent MA erreichte. Begleitet wurde das Spielfilm-Ereignis von einer umfangreichen Marketing- und Online-Kampagne. Die RTL II-Sonderseiten zur "Back To The Future"-Woche unter [www.rtl2.de/BTTF](http://www.rtl2.de/BTTF) erreichten während des TV-Events mehr als 100.000 Page Impressions.

"Daniela Katzenberger - Mit Lucas im Babyglück" erwies sich für RTL II als durchgehender Erfolg. Durchschnittlich erreichten die acht Episoden 8,4 Prozent MA, zum Finale erzielte die Doku-Soap sehr gute 9,8 Prozent MA und 1,86 Millionen Zuschauer. Noch besser waren die Werte bei den jungen Zuschauern (14-29 Jahre), wo die Doku-Soap bis zu 20,4 Prozent MA erreichte.

Mit der Dokunovela "Meike & Marcel... weil ich dich liebe!" führte RTL II die Lovestory des Traumpaares aus dem Erfolgsformat "Berlin - Tag & Nacht" in der Prime Time fort. Mit Werten von bis zu 9,2 % MA bzw. 24,0 % MA bei den 14-29-Jährigen erwies sich das TV-Experiment als großer Erfolg. Online erreichte die Liebesgeschichte während des Zeitraums der TV-Ausstrahlung knapp 2 Millionen Video-Abrufe.

Mit "KLUB" startete RTL II im Oktober ein neues People- und Entertainment-Magazin. In der jungen Zielgruppe (14-29) erreichte das Format, in dem Moderatorin Julia Krüger montags bis freitags um 17:00 Uhr live aus Berlin News und Storys aus der Welt der Stars präsentiert, bis zu 12,4 Prozent MA. Noch besser lief es bei den weiblichen Zuschauern (14-29): Hier lag der Bestwert bei 19,5 Prozent MA.

Die Untoten von "The Walking Dead" sind auch in diesem Jahr nicht zu stoppen. Die Event-Programmierung der ersten vier Staffeln erreichte im Spätprogramm Spitzenwerte von bis zu 19,5 Prozent MA. Am Halloween-Abend startete die Free-TV-Premiere der neuen Folgen der fünften Staffel und erzielte bis zu 14,1 Prozent MA.

Ein weiterer Erfolg gelang RTL II mit "James Bond - Ein Quantum Trost". Das Agenten-Abenteuer, das RTL II unter dem neuen Spielfilm-Label "FILMZEIT" präsentierte, erreichte 10,7 Prozent MA und bis zu 2,53 Mio. Zuschauer gesamt.

Daten © AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, BRD Gesamt, 01.10.2015-31.10.2015, vorläufig gewichtet 28.10.-31.10.2015. Wenn nicht anders angegeben, beziehen sich die Daten auf die 14- bis 49-Jährigen.

Kontakt:

RTL II Kommunikation  
Martin Blickhan  
089 - 64185 6500  
[Martin.Blickhan@rtl2.de](mailto:Martin.Blickhan@rtl2.de)