

01.03.2016 - 13:50 Uhr

RTL II: Erfolge auf mehreren Ebenen

München (ots) -

- "Game Of Thrones" im TV und online erfolgreich
- 6,1 Prozent Monatsmarktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen
- 9,0 Prozent Monatsmarktanteil bei den 14- bis 29-Jährigen

Im Februar verzeichnete RTL II in der klassischen Zielgruppe (14-49) und auch bei den jungen Zuschauern (14-29) Erfolge. Neben dem Serienhit "Game Of Thrones", den Vorabend-Soaps und Doku-Soaps überzeugte auch der Neustart "Der Dennis Show".

Die Event-Programmierung der Fantasy-Serie "Game Of Thrones - Das Lied von Eis und Feuer" traf erneut den Geschmack der RTL II-Zuschauer. Der Marathon mit den ersten vier Staffeln erreichte bis zu 10,8 Prozent MA, die Free-TV-Premiere der fünften Staffel als großes Programm-Event vom 11. bis 15. Februar erzielte bis zu 8,5 Prozent MA. Online bei rtl2.de und RTL II NOW war die Serie ein besonders großer Erfolg. Während der TV-Ausstrahlung war "Game Of Thrones" das am häufigsten aufgerufene Format. Die Serie erreichte mehr als 1,7 Millionen Videoaufrufe, die neue Staffel 5 wurde dabei doppelt so häufig aufgerufen wie Staffel 4 zur Erstausstrahlung bei RTL II im Jahr 2015. Ein Twitter-Live-Event von RTL II mit Darsteller Tom Wlaschiha am 11. Februar 2016 erreichte 2,5 Millionen Twitter-Nutzer.

Im Februar punktete RTL II mit einem Monatswert von 6,1 Prozent MA. Bei den jungen Zuschauern (14-29) liegt RTL II mit 9,0 Prozent Monatsmarktanteil auf Platz drei aller deutschen TV-Sender.

Mit neuen Folgen etablierter Doku-Soaps überzeugte RTL II auch im vergangenen Monat. "Babys! Kleines Wunder, großes Glück" erreichte bis zu 8,8 Prozent MA und 11,2 Prozent MA bei den 14-29-Jährigen. Die Bestwerte von "Zuhause im Glück" lagen bei 7,6 Prozent MA und 8,4 Prozent MA (14-29).

Gewohnt erfolgreich waren die starken Vorabend-Soaps "Berlin - Tag & Nacht" und "Köln 50667" mit bis zu 12,0 bzw. 11,3 Prozent MA (14-29: 26,3 Prozent / 24,9 Prozent MA). Die "RTL II NEWS" erreichten Bestwerte von 8,9 Prozent und 19,0 Prozent (14-29) MA. Bis zu 7,1 Prozent bzw. 12,7 Prozent MA (14-29) erzielte die Doku-Soap "Sarah & Pietro... im Wohnmobil durch Italien". Der Comedy-Neustart "Der Dennis Show" punktete mit bis zu 6,2 Prozent und 11,8 Prozent MA in der jungen Zielgruppe ebenso wie die Musik-Doku "Pop Giganten" mit 8,8 Prozent und 11,2 Prozent MA (14-29).

Mit "Hartz und herzlich - Die Eisenbahnsiedlung von Duisburg" hatte RTL II erstmals an zwei Samstagen zur Prime Time eine authentische Langzeit-Dokumentation im Programm. Die Reportage erreichte bis zu 5,5 Prozent MA.

Einen guten Start legte der neue Dienstagabend hin, an dem RTL II unter dem Label "DIENSTARS - ZEIT FÜR SUPERHELDEN" in der Primetime hochwertige Spielfilme präsentiert. Zum Start am 23. Februar erreichten "Der letzte Tempelritter" mit Nicolas Cage und "Green Zone" mit Matt Damon bei den 14-bis 49-Jährigen 6,6 bzw. 6,7 Prozent MA und bei den 14- bis 29-Jährigen 6,0 bzw. 9,0 Prozent MA.

Daten © AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, BRD Gesamt, 01.02.-29.02.2016, vorläufig gewichtet 25.02.- 29.02.2016. Wenn nicht anders angegeben, beziehen sich die Daten auf die 14-bis 49-Jährigen.

Kontakt:

RTL II Kommunikation
Jörg Neunecker
089 - 64185 6900
Joerg.Neunecker@rtl2.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001974/100784683> abgerufen werden.