

01.12.2016 - 09:32 Uhr

RTL II im November: Mit abwechslungsreichen Programmerfolgen durch den Herbst

München (ots) -

- Sensationeller Erfolg für "Sarah & Pietro - Die ganze Wahrheit"
- "Berlin - Tag & Nacht": Erfolg mit Hochzeits-Special in der Prime Time
- Dauerhaft gute Werte für Baby-Doku-Soaps
- 5,8 Prozent Monatsmarktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen

RTL II blickt auf einen Monat mit abwechslungsreichen Programm-Highlights zurück. Ein Hochzeits-Special von "Berlin - Tag & Nacht" lief ebenso erfolgreich wie Doku-Soaps um das Thema Babys. Auf großes Zuschauerinteresse stieß "Sarah & Pietro - Die ganze Wahrheit".

Die emotionale Geschichte von Sarah & Pietro Lombardi bewegt die Fans des ehemaligen Castingshow-Traumpaares seit Wochen. In "Sarah & Pietro - Die ganze Wahrheit" gab RTL II erstmals exklusive Einblicke in das Leben der beiden Stars vor und nach der Trennung und erreichte damit sensationelle 13,3 Prozent MA und 28,1 Prozent MA bei den jungen Zuschauern (14-29).

"Berlin - Tag & Nacht" (bis zu 11,6 Prozent MA; 14-29: bis zu 25,2 Prozent MA) und "Köln 50667" (bis zu 8,4 Prozent MA; 14-29: bis zu 20,5 Prozent MA) erreichten im November wieder starke Werte. Doch "Berlin - Tag & Nacht" überzeugte diesmal nicht nur am Vorabend. Mit dem Special "Die Hochzeit von Paula und Basti" gelang es RTL II, den Erfolg der Soap auch in die Prime Time zu übertragen. Die Spezialfolge holte 11,5 Prozent MA und 27,2 Prozent MA bei den 14-29-Jährigen.

Mit neuen Folgen seiner emotionalen Doku-Soaps rund um das Thema Babys erreichte RTL II am Mittwochabend sein Publikum. "Die Babystation - Jeden Tag ein kleines Wunder" konnte im vergangenen Monat mit bis zu 8,9 Prozent MA glänzen, "Babys - Kleines Wunder, großes Glück" erreichte bis zu 7,5 Prozent MA. Und auch "Teenie-Mütter - Wenn Kinder Kinder kriegen" lief mit bis zu 6,9 Prozent MA erneut erfolgreich.

"BERLYN" ist die neue Selfie-Soap aus der Hauptstadt, die ab sofort täglich um 22:15 Uhr bei RTL II YOU zu sehen ist. Die Startfolge lief mit 14,6 Prozent MA (14-29) und 6,0 Prozent MA (14-49) auch äußerst erfolgreich bei RTL II.

Die neuen Folgen der sechsten Staffel der US-Erfolgsserie "The Walking Dead" bescherten RTL II einmal mehr überzeugende Quoten. Mit bis zu 10,5 Prozent MA bei den 14-49-Jährigen und 13,0 Prozent MA bei den jungen Zuschauern (14-29) bleibt die Zombieserie weiterhin ein Erfolgsgarant für den Sender. Auch die im Vorfeld gezeigten Staffeln 1-5 punkteten mit Durchschnittswerten von 8,2 Prozent MA (14-49) und 13,1 Prozent MA (14-29). Der Spitzenwert beim jungen Publikum lag bei 26,4 Prozent MA.

Mit einem großen Finale ging "Curvy Supermodel" im November zu Ende. Der neue TV-Modelwettbewerb erzielte bis zu 8,0 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern und bis zu 16,5 Prozent MA bei den 14- bis 29-Jährigen. Bei den 14- bis 29-jährigen Frauen wurden Spitzenwerte bis zu 19,6 Prozent MA erreicht. Auch in den sozialen Medien fand die Sendung großen Zuspruch. Auf rtl2.de und tvnow.de/rtl2 belegte "Curvy Supermodel" bei den Videoabrufen zusammen mit "Berlin - Tag & Nacht" und "Köln 50667" regelmäßig die vorderen Plätze.

Mit einem erstklassigen Spielfilm-Highlight überzeugte RTL II am Freitagabend in der Prime Time. "Fast & Furious - Neues Modell. Originalteile" holte 10,1 Prozent MA und 18,7 Prozent in der jungen Zielgruppe (14-29).

Einen vorweihnachtlichen Erfolg landete RTL II mit "Pop-Giganten: Weihnachts-Hits". Die Musik-Doku erreichte starke 8,1 Prozent MA.

Daten © AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, BRD Gesamt, 01.11.-30.11.2016, vorläufig gewichtet 27.11.-30.11.2016. 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

