

01.06.2017 - 09:21 Uhr

## RTL II im Mai: Erfolgreicher Programm-Mix

München (ots) -

- "Naked Attraction": Bester RTL II-Neustart seit August 2012
- Erfolgreiche Doku-Reihe "Hartz und Herzlich - Die Benz-Baracken von Mannheim"
- "Prison Break" überzeugt digital und in der jungen Zielgruppe
- 5,1 Prozent MA (14-49)

Eine außergewöhnliche Dating-Show, eine authentische Sozial-Reportage, spannende Spielfilme, eine Top-Serie und zwei starke Vorabend-Soaps: Das ist der erfolgreiche Programm-Mix, mit dem RTL II im Mai 2017 überzeugte.

Einen ganz großen Erfolg landete RTL II im Mai mit "Naked Attraction". Die neue, außergewöhnliche Dating-Show erreichte starke Top-Werte von bis zu 10,7 Prozent und 15,6 Prozent MA (14-29). Besonders junge Frauen (14-29) interessierten sich für das Format, hier wurden bis zu 21,6 Prozent MA erreicht. Insgesamt schalteten bis zu 1,50 Millionen Zuschauer gesamt ein. Damit ist "Naked Attraction" der beste RTL II-Neustart seit August 2012. Außergewöhnlich sind auch die Online-Abrufzahlen: Auf den digitalen RTL II-Plattformen wurden die vier Folgen bislang 2,6 Millionen Mal aufgerufen.

Einen weiteren erfolgreichen Neustart konnte RTL II mit der Doku-Reihe "Hartz und Herzlich - Die Benz-Baracken von Mannheim" verbuchen. Die ersten beiden Teile der dreiteiligen Sozial-Reportage erreichten am Dienstagabend in der Prime Time bis zu 9,8 Prozent bzw. 14,8 Prozent (14-29) MA.

Mit spannenden Spielfilmen gewann RTL II am Freitagabend erneut die Gunst der Zuschauer. Quentin Tarantinos "Kill Bill Vol. 1" überzeugte mit 7,9 Prozent MA ebenso wie die Free-TV-Premiere "Sin City 2 - A Dame To Kill For" (7,5 Prozent MA) und Martin Scorseses Thriller "Shutter Island" (7,5 Prozent MA).

Die Vorabend-Soaps "Köln 50667" und "Berlin - Tag & Nacht" zeigten sich im Mai wieder von ihrer starken Seite. "Köln 50667" erreichte bis zu 10,1 Prozent und 19,4 Prozent (14-29) MA, "Berlin - Tag & Nacht" holte bis zu 9,8 Prozent und 20,6 Prozent (14-29) MA.

Hochspannung am Samstagabend: Das neue Serien-Highlight "Prison Break" zieht vor allem die jungen RTL II-Zuschauer in seinen Bann. Bei den 14-29-Jährigen wurden im Mai bis zu 10,8 Prozent MA erreicht. Beeindruckend sind die Video-Abrufzahlen: Im Mai wurden 1,3 Millionen Videoviews auf den digitalen Plattformen des Senders verzeichnet. Die Gesamtreichweite der Facebook-Posts betrug mehr als 4,3 Millionen.

Daten © AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, BRD Gesamt, 01.05.-31.05.2017, vorläufig gewichtet 29.05.- 31.05.2017. 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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001974/100803159> abgerufen werden.