

11.09.2019 - 14:52 Uhr

Erfolgreiche Rückkehr von "Armes Deutschland" bei RTL II



München (ots) -

- "Armes Deutschland" erzielt 8,2 % MA (14-49 Jahre) und 11,8 % MA (14-29 Jahre)
- "Love Island" mit starker Quote: 9,5 % MA (14-49 Jahre) und 18,8 % MA (14-29 Jahre)
- Starke Werte für "Köln 50667" und "Berlin - Tag & Nacht"
- RTL II-Tagesmarktanteil: 7,3 %

"Armes Deutschland - Stempeln oder abrackern" kehrt am Dienstagabend erfolgreich mit neuen Folgen zurück: In der Primetime überzeugt die RTL II-Sozialreportage mit 8,2 % MA bei den 14-49-Jährigen und 11,8 % MA in der jungen Zielgruppe (14-29 Jahre). Bis zu 1,37 Mio. Zuschauer gesamt interessierten sich für den Alltag von Frührentnerin Anette.

Im Anschluss überzeugt "Love Island" vor allem die 14-29-Jährigen mit einem Marktanteil von 18,8 %. In der werberelevanten Zielgruppe 14-49 verzeichnet "Love Island" starke 9,5 % MA.

Erneut stark zeigten sich auch die Daily Soaps am Vorabend: "Köln 50667" erreichte 9,7 % MA und 17,9 % MA bei den 14-29-Jährigen, "Berlin - Tag & Nacht" erzielte 9,5 % MA und hervorragende 19,5 % MA (14-29 Jahre). Insgesamt erzielte RTL II einen Tagesmarktanteil von 7,3 %.

Daten © AGF in Zusammenarbeit mit GfK; TV Scope, BRD Gesamt 10.09.2018, vorläufig gewichtet. Wenn nicht anders angegeben, beziehen sich die Daten auf die 14-bis 49-Jährigen.

Kontakt:

RTL II
Programmkommunikation
Nora Fleckenstein
089 - 64185 6606
nora.fleckenstein@rtl2.de

Medieninhalte



Anette ist Frührentnerin und leidet an schweren gesundheitlichen Problemen. Im Alltag ist die 59-Jährige auf einen Rollator angewiesen. Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/6605 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/RTL II"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001974/100832086> abgerufen werden.