RTL-Reportage zur sozialen Schieflage in Deutschland Nr. 1 beim jungen Publikum

RTL-Reportage zur sozialen Schieflage in Deutschland Nr. 1 beim jungen Publikum

Der Thementag der RTL-Informationssendungen am Mittwoch zur sozialen Schieflage in Deutschland ist bei den jungen Zuschauern (14 bis 49 Jahre) auf große Resonanz gestoßen. Sämtliche Infomagazine und Nachrichtensendungen von morgens bis abends hatten sich aus verschiedenen Blickwinkeln dem Thema Armut und Reichtum in Deutschland gewidmet:
Die Reportage "Armes Deutschland, reiches Deutschland - Peter Kloeppel unterwegs in einem Land der Gegensätze" ab 21:15 Uhr kam bei den jungen Zuschauern (14 bis 49 Jahre) auf einen Marktanteil von 15,1 Prozent und war damit die Nummer 1 auf diesem Sendeplatz. Insgesamt sahen 3,30 Millionen Zuschauer ab 3 Jahre (MA: 11,6 %) die neueste Reportage des RTL-Chefredakteurs. Im Anschluss kam das Magazin "stern tv" beim jungen Publikum auf einen sehr guten Marktanteil von 17,6 Prozent (Zuschauer gesamt: 2,69 Mio.; MA: 15,4 %). Als Studiogast bei Steffen Hallaschka berichtete Peter Kloeppel von seinen Begegnungen und Erfahrungen bei der Produktion seiner Reportage.
Im Laufe des RTL-Thementages hatten sich auch die anderen Informationssendungen dem Schwerpunktthema gewidmet: Das Frühmagazin "Punkt 6" mit dem Thema Niedriglöhne kam bei den jungen Zuschauern auf einen sehr guten Marktanteil von 20,8 Prozent, "Punkt 9" auf 18,3 Prozent. Das Mittagsjournal "Punkt 12" holte danach einen starken Marktanteil von 21,4 Prozent. Auch "Explosiv - Das Magazin" (13,4 %) und "Exclusiv - Das Star-Magazin" (15,6 %) hatten unterschiedliche Facetten des Themas Arm und Reich beleuchtet, ebenso wie die Hauptnachrichten "RTL Aktuell" (18,2 %; MA gesamt: 17,8 %). Zum Abschluss zeigte das "RTL Nachtjournal" (Marktanteil 14 - 49 Jahre: 15,2 %), wie es verarmten Kreativen in Berlin ergeht, die eine nur unzureichende Altersvorsorge haben.
RTL-Chefredakteur Peter Kloeppel: "Mit dem Thementag bei den RTL-Informationssendungen wollten wir umfassend über die verschiedenen Aspekte einer auseinanderdriftenden Gesellschaft informieren und sensibilisieren. Das haben unsere Zuschauer ganz offensichtlich positiv aufgenommen. Auch in Zukunft werden wir immer wieder schwerpunktmäßig Themen aufgreifen, die eine große gesellschaftliche Relevanz haben und unser Leben maßgeblich bestimmen."

Rückfragen: Matthias Bolhöfer, RTL Kommunikation, Tel.: 0221/4567 4227<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=510546" width="1" height="1">

Pressekontakt

RTL Group

L-1543 Luxembourg

Firmenkontakt

RTL Group

L-1543 Luxembourg

RTL Group was born of the merger between CLT-UFA and Pearson TV in April 2000. CLT-UFA itself was created when the TV and radio group owned by Bertelsmann AG and the German newspaper group WAZ merged with the Belgian-Canadian Groupe Bruxelles Lambert (GBL). In July 2001, Bertelsmann became majority shareholder of RTL Group following a stock swap with GBL in which GBL changed its 30 percent stake in RTL Group against a 25 percent stake in Bertelsmann AG. In December 2001, Bertelsmann entered into an agreement with Pearson plc to acquire its 22 percent stake in RTL Group. Bertelsmanns interest in RTL Group is now 90.4 percent. The remaining 9.6 percent of RTL Group are publicly traded on the Brussels and Luxembourg stock exchanges.RTL Group operates in more than 40 countries. (a selection) Germany, France, Belgium, Luxembourg, Netherlands, Great Britain, Croatia, Hungary, Russia, Spain, Portugal, USA, Australia.RTL Group is Europe's leading commercial broadcaster with interests in 32 television channels and 31 radio stations in eleven countries and content production throughout the world.