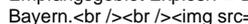




RTL bleibt im Februar klarer Marktführer beim jungen Publikum - Neu ab 1.3.: RTL erweitert Zielgruppe auf 14 - 59 Jahre

RTL bleibt im Februar klarer Marktführer beim jungen Publikum - Neu ab 1.3.: RTL erweitert Zielgruppe auf 14 - 59 Jahre
 RTL war im Februar mit 15,3 Prozent Marktanteil erneut der beliebteste Fernsehsender bei den jungen Zuschauern (14 - 49 Jahre). Der Sender lag damit 4,2 Prozentpunkte vor ProSieben (11,1 %), gefolgt von Sat.1 (8,9 %) und VOX (8,2 %). Beim Gesamtpublikum platzierte sich RTL mit 11,3 Prozent Marktanteil hinter ZDF (13,5 %) und ARD (12,4 %).
 Die Sender der Mediengruppe RTL Deutschland (RTL, VOX, n-tv, RTL NITRO, SUPER RTL, RTL II) erreichten bei den jungen Zuschauern (14 - 49) im Februar gemeinsam 34,2 Prozent Marktanteil und platzierten sich damit 7,4 Prozentpunkte vor den Sendern von ProSiebenSat.1 (26,8 %).
 Spannende Shows: 5,88 Millionen Zuschauer ab 3 Jahre (MA: 18,4 %) verfolgten das "5 gegen Jauch - Prominenten-Special" am 15. Februar. Bei den jungen Zuschauern (14 - 49) sahen starke 20,6 Prozent, wie Günther Jauch gegen Olivia Jones, Andrea Kiewel, Sophia Thomalla, Horst Lichter und Fabian Hambüchen 228.000 Euro für den guten Zweck erspielte. "Die 10..." mit Sonja Zietlow schalteten bis zu 4,38 Millionen Zuschauer ein, bei den jungen Zuschauern (14 - 49) erreichte die beliebte Ranking-Show bis zu 19,2 Prozent Marktanteil. Die Jubiläumsstaffel von "Deutschland sucht den Superstar" sahen bis zu 4,25 Millionen Zuschauer, beim jungen Publikum (14 - 49) waren bis zu 22,6 Prozent dabei. Starke Zuschauerwerte verbuchten auch die neuen Folgen von "Es kann nur EINEN geben": Die Rate-Show erreichte bis zu 22,2 Prozent der 14- bis 49-Jährigen und bis zu 4,03 Millionen (MA: 17,3 %) Zuschauer insgesamt. "Wer wird Millionär?" verfolgten im Februar bis zu 5,53 Millionen Zuschauer, beim jungen Publikum (14 - 49) erreichte die beliebte Quizshow 16,8 Prozent Marktanteil. "Die ultimative Chart Show" mit Moderator Oliver Geissen sahen bis zu 17,5 Prozent der 14- bis 49-Jährigen.
 Emotionale Real-Life-Formate: "Der Bachelor" begeisterte bis zu 5,00 Millionen Zuschauer (MA: 15,2 %), beim jungen Publikum (14 - 49) erreichte die TV-Romanze sehr starke Marktanteile von bis zu 22,3 Prozent. Auch das Bachelor-Spezial "Nach der letzten Rose" am 23. Februar verbuchte einen starken Marktanteil von 24,4 Prozent beim jungen Publikum (14 - 49). "Vermisst" verfolgten bis zu 5,32 Millionen Zuschauer und bis zu 18,6 Prozent der 14- bis 49-Jährigen. Sternekoch Christian Rach begeisterte in "Rach - Der Restauranttester" bis zu 4,76 Millionen Zuschauer, beim jungen Publikum (14 - 49) waren bis zu 16,8 Prozent dabei.
 Starke Serien: "Bones - Die Knochenjägerin" verfolgten bis zu 21,3 Prozent der jungen Zuschauer (14 - 49) und bis zu 4,25 Millionen Zuschauer insgesamt. "CSI: Vegas" erreichte bis zu 19,8 Prozent Marktanteil beim jungen Publikum (14 - 49) und die neuaufgelegte US-Serie "Dallas" schalteten bis zu 18,3 Prozent der 14- bis 49-Jährigen ein.
 Auch die eigenproduzierte RTL-Serie "Alarm für Cobra 11 - Die Autobahnpolizei" startete mit bis zu 21,2 Prozent Marktanteil beim jungen Publikum (14 - 49) und bis zu 4,74 Millionen Zuschauer ab 3 Jahre stark in eine neue Staffel.
 Abwechslungsreiche Comedy: "Paul Panzer - Stars bei der Arbeit" erreichte bis zu 3,18 Millionen Zuschauer insgesamt und bis zu 20,7 Prozent der 14- bis 49-Jährigen. Ralf Schmitz verbuchte mit seinem Liveprogramm "Schmitzpiepe" einen starken Marktanteil von 20,0 Prozent beim jungen Publikum (14 - 49). Comedian Paul Panzer begeisterte mit "Hart Backboard" bis zu 18,7 Prozent der jungen Zuschauer (14 - 49) und Kaya Yanar erreichte mit seinem Programm "Kaya live! All Inclusive" 16,5 Prozent der 14- bis 49-Jährigen.
 Erfolgreiche News und Magazine: Im Februar war "RTL Aktuell" mit 17,5 Prozent Marktanteil im Monatsschnitt erneut die erfolgreichste Nachrichtensendung beim jungen Publikum (14 - 49).
 Beim Gesamtpublikum lagen die RTL-Hauptnachrichten mit 4,06 Millionen Zuschauern (MA: 16,6 %) auf Platz 2 hinter der "Tagesschau" im Ersten (5,00 Mio. / 16,0 % MA) und vor "heute" im ZDF (3,75 Mio. / 14,4 % MA)*. Das "RTL Nachtjournal" verfolgten im Monatsschnitt 16,1 Prozent des jungen Publikums (14 - 49)*.
 Auch die RTL-Magazinsendungen "Punkt 6" (MA: 18,0 %), "Punkt 9" (MA: 16,0 %) und "Punkt 12" (MA: 19,7 %) waren bei den 14- bis 49-Jährigen im Februar beliebt. "RTL Explosiv" mit Janine Steeger erreichte im Monatsschnitt 15,0 Prozent** und "Exclusiv - Das Star-Magazin" mit Frauke Ludowig 15,5 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen*. "Extra - Das RTL-Magazin" mit Birgit Schrowange schalteten bis zu 17,8 Prozent und "stern TV" mit Steffen Hallaschka bis zu 19,2 Prozent der jungen Zuschauer (14 - 49) ein.
 Erweiterte Zielgruppe: RTL erweitert ab heute die Zielgruppe der bisher 14- bis 49-Jährigen um 10 Jahre auf 14 - 59 Jahre. RTL folgt damit, ebenso wie auch die Schwestersender VOX, n-tv, RTL NITRO und Super RTL, der demografischen Entwicklung unseres Landes. Mehr Infos dazu finden Sie im RTL Pressezentrum unter <http://kommunikation.rtl.de>.
 RTL Kommunikation
 Jennifer Stritzke
 Tel: 0221 - 456 74305
 E-Mail: jennifer.stritzke@rtl.de
 Quelle: AGF / GfK / DAP TV Scope / RTL Medienforschung; Stand: 01.03.2013, 25. - 28.02.2013 vorläufig gewichtet. Bis zu = Höchster Durchschnittswert einer Sendung. *Durchschnittswerte 01.02. - 28.02.2013 ** Empfangsgebiet Explosiv = BRD gesamt ohne Kabel und Terrestrik in Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen, Hessen, NRW und Bayern.


Pressekontakt

RTL Group

L-1543 Luxembourg

jennifer.stritzke@rtl.de

Firmenkontakt

RTL Group

L-1543 Luxembourg

jennifer.stritzke@rtl.de

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. Bertelsmann's 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.