



'Deutschland sucht den Superstar' mit starker Social Media Nutzung

"Deutschland sucht den Superstar" mit starker Social Media Nutzung
Premiere der RTL INSIDE on-Air Integration bei "DSDS" gelungen / RTL INSIDE bringt Fans noch näher an die Live-Shows heran.
Seit dem Start der Mottoshows am vergangenen Samstag begleitet RTL interactive "Deutschland sucht den Superstar" noch intensiver und umfangreicher bei RTL.de sowie über das Second Screen Angebot RTL INSIDE. Einen Schwerpunkt bildet dabei die Social TV Begleitung parallel zur Show, die über RTL INSIDE mit 1 Million PageImpressions nach internen Auswertungen am vergangenen Samstag einen neuen Bestwert erreichte. Mehr als die Hälfte der Parallelnutzung fand dabei über Smartphones mit dem Android Betriebssystem statt, gefolgt von iPhones, Online und iPads.
Nach weiteren Auswertungen der Social Media Nutzung von RTL interactive erreichte "Deutschland sucht den Superstar" während der ersten Liveshow rund 16.000 Tweets* bei Twitter und damit fast doppelt so viele, wie die Sendung "Schlag den Raab" am vergangenen Samstag im direkten Zeitvergleich. Zusätzlich zu diesen Tweets belegen über 90.000 Likes bei Facebook und mehr als 19.000 Kommentare über die im RTL INSIDE Angebot integrierten Social Media Kanäle wie auch wer-kennt-wen.de eine hohe Social Media Aktivität während der Sendung. Auch die redaktionell von RTL interactive live in das Second Screen Angebot eingespielten RTL INSIDE Events wurden mit 25.000 Abrufen während der Show sehr gut genutzt.
Zum ersten Mal seit dem einjährigen Bestehen des Second Screen Angebotes konnten rund 3.000 Check-Ins bei einer einzelnen Sendung erreicht werden, was ebenfalls einen neuen Rekord bedeutete. Insgesamt hatten 60% der User Ihren Check-In auf ihre Facebook Wall gepostet und damit potentiell rund 230.000 Freunden angezeigt, dass sie gerade "Deutschland sucht den Superstar" schauen.
Das Second Screen Angebot RTL INSIDE (für Smartphone, Tablet und PC) liefert seit Februar 2012 den Usern parallel zum RTL-TV-Programm Live Informationen, eine integrierte Kommunikationsmöglichkeit über soziale Netzwerke sowie zahlreiche Videoclips aus dem Programm. Schon 2011 nutzten die Fans der Show das INSIDE Angebot innerhalb der iPhone App zu "Deutschland sucht den Superstar". Im ersten deutschen Second Screen Angebot erhielten die Fans bereits damals Live-Zusatzinfos. Zusätzlich konnten die User die Originalsongs während der TV-Show downloaden und die Auftritte der Kandidaten live kommentieren. Auch am kommenden Samstag (ab 20:15 Uhr live bei RTL) ist das RTL INSIDE Team wieder vor Ort, um "Deutschland sucht den Superstar" interaktiv zu begleiten.
Quelle: Topsy.com
Bei einer durchschnittlichen Zahl von 130 Facebook-Freunden pro User nach allfacebook.de im Januar 2012.
Rückfragen: Thomas Bodemer, Unternehmenskommunikation RTL interactive
Kontakt: thomas.bodemer@rtl.de
img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnr_=527240" 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. 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.