



## RTL Com.mit Award: Schülerin aus Cottbus gewinnt RTL-Medienpreis für Integration

RTL Com.mit Award: Schülerin aus Cottbus gewinnt RTL-Medienpreis für Integration  
Auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin wurden am Mittwoch des diesjährigen Com.mit Awards ausgezeichnet: In der Schüler-Kategorie ging der 1. Platz des RTL-Medienpreises für Integration an Lisa Koinzer aus Cottbus. Die 17-jährige Gymnasiastin (Ludwig-Leichardt-Gymnasium) zeigt in ihrem Film "Ein unbeschriebenes Blatt sein" einen ebenso ungewöhnlichen wie originellen Weg auf, wie Konflikte zwischen verschiedenen Kulturen an der Schule gelöst werden können.  
Den Com.mit Award in der Kategorie Nachwuchsjournalisten gewannen die beiden 26-Jährigen Sabrina Kurth (Freiburg) und Louisa Thomas (Berlin) für ihren Film "Migrantenelite". Die beiden Stipendiaten der Konrad-Adenauer-Stiftung zeigen darin am Beispiel eines indisch-stämmigen Managers, einer irakisch-stämmigen Schülerin und einer Studentin ukrainischer Herkunft, wie wichtig die Vorbildfunktion von Eliten für die Integrationsbereitschaft anderer Migranten ist.  
Die Auszeichnungen auf dem n-tv-Stand bei der IFA in Berlin nahmen die Integrationsbeauftragte der Bundesregierung, Prof. Dr. Maria Böhmer als Schirmherrin des Com.mit Awards, RTL-Chefredakteur Peter Kloeppe und die Jury-Mitglieder Nina Moghaddam, Dave Davis und Mateo vor.  
RTL-Chefredakteur Peter Kloeppe: "Die vielen Einreichungen zeigen uns das unvermindert große Interesse junger Menschen am Medium Fernsehen - und die Thematik Integration bekommt im Wahljahr eine besondere Bedeutung."  
Der RTL Com.mit Award für Integration wurde in diesem Jahr bereits zum sechsten Mal vergeben. Über 200 Schülerinnen und Schülern waren im Jahr der Bundestagswahl dem Aufruf RTL's gefolgt und hatten Storyboards zum Thema "Wenn ich die Wahl hätte..." eingereicht. Acht Einreichungen hatten nach einer Vorauswahl den Sprung in die Endauswahl geschafft, die dazugehörigen Autoren wurden dann im April zu einem Crashkurs TV-Journalismus nach Köln eingeladen. Nachdem die Schüler anschließend mit Unterstützung von RTL-Redakteuren aus ihren filmischen Ideen fertige Wettbewerbsbeiträge realisiert hatten, traf eine Prominenten-Jury die endgültige Entscheidung über Platz 1 bis 3.  
Die weiteren Platzierungen in der Schüler-Kategorie:  
Platz 2 ging an Lorena Schüle für ihr Video "Kick it like Goethe". Darin stellt die 18-Jährige ein Projekt der Steigschule in Stuttgart vor, in dem Deutsch und soziale Kompetenz quasi nebenbei im Rahmen des Sportunterrichts erlernt werden.  
Mit dem 3. Platz wurde Sarah Hahndrich (16) ausgezeichnet, deren Film "Wir sind das Ganze" ein gleichnamiges Theaterprojekt an der Hauptschule Baderstedt im niedersächsischen Dörverden zeigt.  
Die Ausschreibung zum Com.mit Award für Nachwuchsjournalisten richtete sich an junge Medienschaffende, die gerade eine Ausbildung an einer Journalistenschule, ein Volontariat oder ein Journalistik-Studium absolvieren. 28 Nachwuchsjournalisten waren dem Aufruf gefolgt und hatten bereits fertige Filmbeiträge zum Thema geschickt.  
Die weiteren Platzierungen in der Kategorie Nachwuchsjournalisten:  
Christian Bogus von Regio TV Schwaben wurde für seinen Beitrag "Migranten bei der Polizei" mit dem 2. Platz ausgezeichnet. Darin portraitiert er zwei türkisch-stämmige Polizisten bei ihrer Arbeit in Gmünd. Der 3. Platz ging an Dominic Böttcher, Rhizlane Hamida, Andy Kujath, Philipp Hinken von der Hochschule Hannover. Ihr Video "Neustart Deutschland" zeigt am Beispiel einer syrischen Familie den harten Lebensalltag derer, die im Lager Friedland bei Göttingen auf ihr Asylverfahren warten.  
Alle Gewinner erhalten ebenfalls einen hochwertigen Sachpreis. Die preisgekrönten Schüler können darüber hinaus ein Praktikum bei einem Unternehmen der Mediengruppe RTL Deutschland absolvieren, die besten Nachwuchsjournalisten werden zu einem exklusiven TV-Workshop an der RTL Journalistenschule in Köln eingeladen.  
Alle acht eingereichten Schülerbeiträge und die drei besten Filmbeiträge der Nachwuchsjournalisten stehen unter der Rubrik "Videowall" auf der Website [www.rtlcommit.de](http://www.rtlcommit.de) zur Ansicht zur Verfügung.  
RTL TELEVISION GMBH  
Picassoplatz 1  
50679 Köln  
Deutschland  
Telefon: 0221 / 4567 - 0  
Mail: [pressezentrum@rtl.de](mailto:pressezentrum@rtl.de)  
URL: <http://www.rtl-television.de>

### Pressekontakt

RTL TELEVISION GMBH

50679 Köln

[rtl-television.de](http://rtl-television.de)  
[pressezentrum@rtl.de](mailto:pressezentrum@rtl.de)

### Firmenkontakt

RTL TELEVISION GMBH

50679 Köln

[rtl-television.de](http://rtl-television.de)  
[pressezentrum@rtl.de](mailto:pressezentrum@rtl.de)

Grundlage des Erfolgs von RTL ist der ausgewogene Programm-Mix: Der Sender überzeugt in jedem Genre mit starken Programmen und schafft regelmäßig neue TV-Trends. Viele der RTL-Erfolgsformate sind heute in Deutschland beinahe so bekannt wie die Marke RTL selbst. Dazu gehören Show-Events wie Das Supertalent und Deutschland sucht den Superstar, Nachrichtensendungen wie RTL Aktuell und das RTL Nachtjournal, Magazinformate wie das Mittagmagazin Punkt 12 und das Star-Magazin RTL Exclusiv, Real-Life-Formate wie Bauer sucht Frau und Rach, der Restauranttester, eigenproduzierte Serien wie Alarm für Cobra 11, Die Autobahnpolizei, tägliche Serien wie Gute Zeiten, schlechte Zeiten und Alles was zählt, Comedyshowreihen wie Ich bin ein Star? Holt mich hier raus! und Die Büllent Ceylan Show, Sporthighlights wie die Formel 1 und die Boxkämpfe der Klitschko-Brüder, US-Serien wie CSI: Vegas und Bones, Die Knochenjägerin sowie regelmäßig große Eventmovies und Kinohighlights. Mit 15,9 Prozent Marktanteil war RTL im Jahr 2012 mit großem Vorsprung vor der Konkurrenz der erfolgreichste Sender bei den jungen Zuschauern (14 bis 49 Jahre). RTL platzierte sich damit 4,6 Prozentpunkte vor ProSieben (11,3 %). Auf den weiteren Plätzen folgten Sat.1 (9,9 %), VOX (7,7 %), ARD (7,0 %) und ZDF (6,8 %). Trotz sportlicher Großereignisse wie Olympia und der Fußball-Europameisterschaft bei der öffentlich-rechtlichen Konkurrenz landete RTL beim Gesamtpublikum gemeinsam mit der ARD mit 12,3 Prozent Jahresmarktanteil hinter dem ZDF (12,6 %). Bei den 20- bis 59-Jährigen war RTL mit 14,9 Prozent Marktanteil der beliebteste Sender, gefolgt von Sat.1 (10,2 %), ZDF (9,0 %), ARD (8,7 %), ProSieben (8,1 %) und VOX (7,6 %). Das erfolgreichste RTL-Programm des Jahres war der Boxkampf Vitali Klitschko vs. Dereck Chisora, den am 18. Februar 12,92 Millionen Zuschauer (MA: 56,5 %) bei RTL verfolgten. Beim jungen Publikum (14 bis 49) erreichte das Sport-Highlight ebenfalls 56,5 Prozent Marktanteil (5,81 Mio.). Das packende Formel-1-Saisongfinale in Brasilien sahen 10,65 Millionen Zuschauer (MA: 41,0 %), 44,1 Prozent der jungen Zuschauer waren bei RTL dabei. Zum Jahresauftakt feierte das Dschungelcamp erneut Erfolge: Bis zu 7,51 Millionen Zuschauer ab 3 Jahre sahen Ich bin ein Star? Holt mich hier

raus!, bei den 14- bis 49 Jährigen erreichte die Comedy-Show bis zu 42,9 Prozent Marktanteil. Zu den weiteren RTL-Erfolgsprogrammen 2012 gehörten das Spielfilmhighlight ?Avatar ? Aufbruch nach Pandora mit 7,04 Millionen Zuschauern (MA 14 ? 49: 35,0 %), die Quizshow ?Wer wird Millionär? mit bis zu 8,21 Millionen Zuschauern (MA 14 ? 49: bis zu 22,6 %), die TV-Romanze ?Bauer sucht Frau mit bis zu 7,33 Millionen Zuschauern (MA 14 ? 49: bis zu 24,9 %) und das preisgekrönte Real-Life-Format ?Rach, der Restauranttester mit bis zu 6,93 Millionen Zuschauern (MA 14 ? 49: bis zu 25,2 %).SPORT: Nicht nur die Begegnung Vitali Klitschko vs. Dereck Chisora sorgte für herausragende Zuschauerzahlen: Den Kampf Wladimir Klitschko gegen Jean-Marc Mormeck sahen im März 12,28 Millionen Zuschauer, 53,4 Prozent waren beim jungen Publikum (14 ? 49) dabei. Die Rennen der Formel-1-Saison 2012, die bis zum Finale hochspannend blieben, verfolgten bis zu 10,65 Millionen Zuschauer (MA: bis zu 48,6 %). Bei den jungen Zuschauern erreichten die Rennen sehr starke Marktanteile von bis zu 45,7 Prozent.SHOW: Die neunte Staffel ?Deutschland sucht den Superstar erreichte bis zu 6,21 Millionen Zuschauer und Marktanteile von bis zu 31,1 Prozent bei den jungen Zuschauern (14 ? 49). ?Das Supertalent schalteten bis zu 6,44 Millionen Zuschauer ein, der Marktanteil beim jungen Publikum betrug bis zu 32,7 Prozent. Bis zu 5,56 Millionen Zuschauer sahen die fünfte Staffel der Tanzshowreihe ?Let's Dance, die Marktanteile von bis zu 19,6 Prozent bei den 14- bis 49-Jährigen erreichte. Die stärksten Marktanteile verbuchte ?Wer wird Millionär? mit den Prominenten-Specials, die bis zu 27,2 Prozent Marktanteil beim Gesamtpublikum und bis zu 25,8 Prozent Marktanteil bei den jungen Zuschauern (14 ? 49) erlangten. ?Martin Rütter ? Die große Hundeshow erreichte 22,2 Prozent Marktanteil (14 ? 49).INFORMATION: ?RTL Aktuell konnte sich 2012 mit 17,9 Prozent Marktanteil erneut als beliebteste Hauptnachrichtensendung bei den jungen Zuschauern (14 ? 49) behaupten. Obwohl die öffentlich-rechtliche Konkurrenz ihre Hauptnachrichten häufig im Zuschauerstarken Umfeld von Olympia und Fußball-EM sendete, platzierte sich ?RTL Aktuell mit 3,54 Millionen Zuschauern und 16,9 Prozent Marktanteil auch beim Gesamtpublikum erneut vor ?heute im ZDF (3,31 Mio. / 14,9 %) und landete hinter der Tagesschau im Ersten (4,93 Mio. / 17,6 %)\*. Mit 15,5 Prozent Marktanteil (14 ? 49) war das ?RTL-Nachtjournal erneut das mit Abstand erfolgreichste Nachtmagazin. Auch die RTL-Magazinsendungen ?Punkt 6 (MA: 20,1 %), ?Punkt 9 (MA: 17,2 %) und ?Punkt 12 (MA: 21,7 %) lagen bei den jungen Zuschauern (14 ? 49) deutlich vor den entsprechenden Konkurrenzformaten, ?RTL Explosiv\*\* erreichte im Jahresschnitt 15,8 Prozent, ?Exclusiv ? Das Star-Magazin 16,0 Prozent, ?EXTRA ? Das RTL-Magazin 18,6 Prozent und ?stern TV 16,1 Prozent Marktanteil (14 ? 49).REAL LIFE: Mit bis zu 7,33 Millionen Zuschauern und 23,3 Prozent Marktanteil im Schnitt war die TV-Romanze ?Bauer sucht Frau erneut das beliebteste Real-Life-Format des Jahres. Eine erfolgreiche Rückkehr ins RTL-Programm feierte ?Der Bachelor mit 21,2 Prozent Marktanteil im Schnitt (14 ? 49). ?Rach, der Restauranttester konnte mit 22,7 Prozent im Schnitt seinen Marktanteil beim jungen Publikum gegenüber dem Vorjahr nochmals steigern und ?Undercover Boss sahen im Schnitt 19,8 Prozent der jungen Zuschauer (14 ? 49).FICTION: Die Actionserie ?Alarm für Cobra 11 ? Die Autobahnpolizei war 2012 die erfolgreichste eigenproduzierte Serie bei RTL: Im Schnitt sahen 17,6 Prozent der jungen Zuschauer (14 ? 49) die neuen Episoden. Die Free TV Premiere des erfolgreichsten Films aller Zeiten war der beliebteste Spielfilm des Jahres bei RTL: 7,04 Millionen Zuschauer sahen ?Avatar ? Aufbruch nach Pandora, beim jungen Publikum (14 ? 49) schalteten 35,0 Prozent das Fantasy-Abenteuer ein.Die täglichen Serien bei RTL waren auch 2012 die erfolgreichsten ihres Genres: ?Gute Zeiten, schlechte Zeiten erreichte im Jahresschnitt 20,3 Prozent, ?Unter uns 17,0 Prozent und ?Alles was zählt 15,1 Prozent Marktanteil (14 ? 49).COMEDY: RTL war 2012 bei den jungen Zuschauern der beliebteste Sender in Sachen Comedy: 6,69 Millionen Zuschauer im Schnitt (MA: 26,8 %) erreichte die Kult-Show ?Ich bin ein Star ? Holt mich hier raus! zum Jahresbeginn. 37,7 Prozent der jungen Zuschauer schalteten das Dschungelcamp im Schnitt ein, in der Spitze waren sogar bis zu 42,9 Prozent dabei. Sehr erfolgreich waren auch die großen Comedy-Showreihen bei RTL: ?Willkommen bei Mario Barth sahen im Schnitt 20,3 Prozent, ?Die Kaya Show 19,5 Prozent und ?Cindy aus Marzahn & Die jungen Wilden 18,5 Prozent der jungen Zuschauer.