

20.12.2024 - 09:52 Uhr

RTLZWEI im Jahr 2024: Mit Reality in allen Varianten erfolgreich im TV und beim Streaming



München (ots) -

Im "Home of Reality" lebt die Vielfalt des echten Lebens. Der offene, positive Blick von RTLZWEI auf die Wirklichkeit in allen Facetten fand auch im vergangenen Jahr wieder ein großes Publikum.

Multichannel-Erfolge

Längst ist RTLZWEI ebenso sehr TV-Sender wie ein bedeutender Content-Anbieter im Streaming und in den sozialen Medien. Unter den Top 20 der meistgestreamten Formate der privaten TV-Sender finden sich über das ganze Jahr gerechnet vier RTLZWEI-Sendungen. Im Streaming-Ranking der AGF nach Zielgruppe 14+ liegt Dauerbrenner "Berlin - Tag & Nacht" mit über 20 Millionen Stunden Nutzungsvolumen auf Platz 7, das Show-Highlight "Kampf der Realitystars" auf Platz 9. "Love Island VIP" und "Hartz und herzlich" belegen Rang 13 bzw. 19.*

Rechnet man alle digitalen Kanäle zusammen, also über den Streamingdienst RTL+ hinaus auch YouTube, Facebook, Instagram, Snapchat und TikTok, die sendereigenen Websites, Mobile Apps und HbbTV, wurden 5,95 Milliarden Videoviews erzielt. Das sind fünf Prozent mehr als 2023.**

Strategische Kooperationen treiben diese Zahl weiter nach oben. In Zusammenarbeit mit dem Video-Marktplatz Glomex werden RTLZWEI-Clips direkt auf die Seiten von zahlreichen Lokalzeitungen, Zeitschriften und News-Portalen gebracht. Waipu spielt attraktive Inhalte des Senders auch als FAST-Channels aus.

Der TV-Jahresmarktanteil von RTLZWEI liegt 2024 bei 3,8 % MA (14-49).***

Doku-Soaps

Geschichten außergewöhnlicher Familien sind prägend für die Marke RTLZWEI. Bei den "Geissens" und den "Wollnys" wird es auch nach vielen Jahren niemals langweilig. Die zwischen dem Niederrhein und der türkischen Ägäis pendelnde Großfamilie rund um Silvia Wollny punktet vor allem bei den 14-29-Jährigen: durchschnittlich 6,3 % Marktanteil vs. 4,6 % (14-49). Auch als Streaming-Inhalte erzielten sie mit rund sechs Millionen Stunden Nutzung eine enorme Reichweite.

Derweil haben Deutschlands beliebteste Millionäre ein zweites TV-Format fest etabliert: "Davina & Shania - We love Monaco" dreht sich um das Leben der flügge werdenden Töchter von Robert und Carmen. Dafür gab es 6,2 %

MA und damit genau so viel wie "Die Geissens - Eine schrecklich glamouröse Familie". Gestreamt wurde die Familie über 4,7 Mio. Stunden.

Immer wieder gibt RTLZWEI auch weiteren schillernden Familien eine TV-Bühne, so etwa der Mallorca-Auswanderin Danni Büchner mit Anhang: **"Diese Büchners - Familientrübungen unter Palmen"**: erreichte 3,5 % MA bzw. 4,6 % bei den 14-29-Jährigen. Weiteres Beispiel: **"Joey Kelly und Familie - Roadtrip Panamericana"**. Die Familienreise mit leerem Geldbeutel erbrachte 3,8 % MA.

Absolutes Neuland betrat RTLZWEI mit **"La Familia - House of Reality"**. In einer Villa am Münchner Stadtrand leben TV-Promis, Instagram-Ikonen oder TikTok-Sternchen zusammen und filmen ihr Leben an 24/7 selbst. Zu sehen ist das nur Tage später auf RTL+. Und das kommt an: Knapp 5,0 Mio. gestreamte Stunden kamen seit dem Einzug der WG Anfang Juni bereits zusammen.

Dokumentationen

Kein Vollprogrammsender zeigt mehr Dokumentationen und Reportagen als RTLZWEI.**** Das vielfältige Themenspektrum wurde in diesem Jahr um **"Unser Supermarkt - Mit Herz und Humor"** erweitert. Zwischen dem Kölner Hauptbahnhof und dem pulsierenden Eigelstein-Viertel befindet sich ein Supermarkt, der in der Rheinmetropole Kultstatus genießt. Die Doku-Reihe porträtiert den Alltag von Chef Udo und seinen 60 Mitarbeitern. Durchschnittlich 6,1 % MA gab es dafür im Nachmittagsprogramm - der beste RTLZWEI-Neustart in der Zeitschiene seit 2013.

RTLZWEI macht als einziger TV-Sender das Leben in Armut kontinuierlich sichtbar - nicht als Debattenthema für Experten, sondern in Form von Langzeitbeobachtungen, in denen das Leben am Rand der Gesellschaft aus Sicht der Betroffenen gezeigt wird. **"Hartz und herzlich"** tut das mit starken Quoten seit 2016 und seit vergangenem Juni auch "Tag für Tag" um 18 Uhr. Dort zeigte die Reihe stetig steigende Marktanteile von bis zu 7,8 % und stabilisierte so das Vorabendprogramm. Durchschnittlich erreichten alle Erstaussstrahlungen zwischen 17 und 19 Uhr 5,1 % MA. Auch um 20:15 Uhr bleibt das Format mit durchschnittlich 5,2 % MA gefragt, ebenso im Streaming mit mehr als 9,9 Mio. Nutzungsstunden. **"Armes Deutschland"** illustriert, wie unterschiedlich Menschen zu ihrem Leben mit staatlicher Unterstützung stehen. Diese Doku-Reihe schaffte starke 6,1 % MA und mehr als zwei Mio. Stunden Streaming. **"Hartz Rot Gold"** nimmt das Publikum mit in die ärmsten Regionen Deutschlands. Die TV-Erfolge am Nachmittag und in der Primetime spiegeln sich auch im Streaming mit gut 1,3 Mio. Stunden.

Unter den Alltagsporträts verschiedener Berufsgruppen ("Mensch Polizist", "Mensch Soldat") fand **"Mensch Retter"** über die Erlebnisse von Notfallsanitätern besonders viele Zuschauer mit durchschnittlich 4,4 % MA. **"Reeperbahn privat! Das wahre Leben auf dem Kiez"** punktete mit 6,1 % MA. Ins Herz geschlossen hat das Publikum die Stammgäste auf Europas größtem Campingplatz an der oberen Adria: 5,5 % MA und rund 1,2 Mio. Streaming-Stunden für **"Bella Italia - Camping auf Deutsch"**.

Shows

Zwei Show-Highlights im Fernsehjahr kamen einmal mehr von RTLZWEI: **"Kampf der Realitystars"** zeigte im Frühjahr erneut gnadenlos amüsant die Eitelkeiten der in Thailand versammelten deutschen Reality-Prominenz auf: 7,1 Prozent TV-Marktanteil gab es für die fünfte Staffel. Die meisten Fans hat das Format bei den 30- bis 39-jährigen Frauen mit 14,2 % MA. Inzwischen fast 18,5 Mio. Stunden Streaming machen KDRS auch jenseits des TV zum Hit.

Im Herbst erfuhr die wohl kultigste deutsche Datingshow ein rundum erneuertes Comeback: In **"Love Island VIP"** suchten statt TV-Neulingen diesmal Reality-Profis nach der großen Liebe. In wöchentlicher statt täglicher Ausstrahlung wurden 4,8 % MA erzielt (9,0 % MA 14-29) und 13,1 Mio. Stunden als Streaming-Inhalte. Im Veröffentlichungszeitraum (17.10.2024 bis 12.12.2024) lag die Show auf Platz 1 im Streaming-Ranking aller Anbieter, noch vor "Sturm der Liebe", "Das Sommerhaus der Stars" und "Tatort". Zudem trägt die Show im November zum erfolgreichsten Monat von RTLZWEI beim Streamingdienst RTL+ bei.*****

Unter den weiteren Shows stach insbesondere der Klassiker **"Genial daneben"** heraus: Hugo Egon Balder, Hella von Sinnen und Wigald Boning kamen auf bis zu 5,7 % MA, **"Die Retourenjäger"** mit Moderatorin Panagiota Petridou auf bis zu 5,5 %.

Fiction

RTLZWEI ist die Heimat der Kult-Mystery-Serie **"X-Factor: Das Unfassbare"**. Die Sonderprogrammierung rund um Halloween, darunter vier TV-Premieren exklusiv für den Sender produzierter neuer Folgen, erreichte 4,8 % MA.

Werktäglich um 19 Uhr sorgt **"Berlin - Tag & Nacht"** weiterhin für stabile Quoten: 4,3 % MA sowie 6,3 % bei der jungen Zielgruppe (14-29). Letztere sucht und findet die Daily Soap zunehmend non-linear: Über 20 Mio. Stunden

Streaming belegen das eindrucksvoll. An den Wochenenden unterhält RTLZWEI zuverlässig mit ausgewählten Spielfilmen. Besonders großes Interesse fanden "The Hateful Eight" (8,9 % MA), "Alles steht Kopf" (8,1 %), sowie "Signs" und "Shaun of the Dead" (jeweils 7,8 %).

* AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.9; 01.01.2024-10.12.2024; Marktstandard: Bewegtbild; Auswertungstyp Programmmarke; Streaming/On Demand; nutzungsbezogen; Paketnummer: 14718 vom 18.12.2024. Die Daten beziehen sich auf die Zielgruppe 14+.

** RTLi, Google Analytics, Facebook- & Instagram-Insights, TikTok-, YouTube- & Snapchat-Analytics (Stand: 01.01.-10.12.2024 vs. Vorjahr)

*** TV-Daten © AGF in Zusammenarbeit mit GfK; VideoScope, Marktstandard Bewegtbild, 01.01.-17.12.24, 11.-17.12.24 vorläufig gewichtet, nur Erstausstrahlung (außer "X-Factor"). Wenn nicht anders angegeben, beziehen sich die Daten auf die 14-bis 49-Jährigen.

**** AGF-Sendungscodierung, Variable 2: "Reportage/Dokumentation"

***** RTLi, 01.11.2024 bis 30.11.2024

Pressekontakt:

RTLZWEI
Kommunikation
089 - 641850
kommunikation@rtl2.de
unternehmen.rtl2.de

Medieninhalte



RTLZWEI_Jahresmeldung 2024 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/6605 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001974/100927345> abgerufen werden.