



„Mit einem Marktanteil von über 30 Prozent bei den drei- bis 13-Jährigen haben wir das beste Halbjahresergebnis der Sendergeschichte erzielt. Auf dieser soliden Basis wollen wir auch im Abendprogramm für einigen Wirbel sorgen.“ Mit dieser Ankündigung auf der heutigen Programm-Pressekonferenz der RTL-Sender hat Super RTL Geschäftsführer Claude Schmidt seine Ambitionen für das Prime-Time-Programm unterstrichen. Unter dem Motto „Für die ganze Familie“ geht Super RTL ab sofort mit neuen Unterhaltungsshow, packenden Free-TV-Premieren, Cartoon-Highlights und beliebten Spielfilmen zur Primetime in die Offensive. Jung und Alt sollen sich gemeinsam vor dem Fernsehen versammeln, wenn nach 20 Uhr Shows und Filme auf Sendung gehen, die für Kinder hervorragend geeignet sind und zugleich auch die Eltern begeistern. „Mit über 26 Prozent Marktanteil bei den Kindern ist Super RTL tagsüber ganz klar die Nummer 1“, erklärt Programmdirektor Carsten Göttel. „Nun wollen wir den Fokus verstärkt auf den Abend richten.“ Der Grundstein ist bereits gelegt, mit den Cartoon Specials am Freitag erreichte Super RTL im Vormonat 3,5 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen. Unterstützt wird die Programmoﬀensive von einer breit angelegten Marketing-Kampagne: Ein siebenstelliges Budget für Print, Outdoor-Maßnahmen, On-Air-Trailern und Hörfunk-Spots steht zur Verfügung.