

# BERT HABETS

---

## Der Macher

Bert Habets steht voll und ganz hinter der Philosophie des neuen Leitbildes der RTL Group: „We are innovators who shape the media world across broadcast, content, digital. We build inspiring environments where creative and pioneering spirits can thrive.“

Bert Habets erklärt: „Kein Zweifel, diese Aussagen sind ambitioniert, aber mit Blick auf unsere umfangreiche und äußerst erfolgreiche Geschichte sind wir davon überzeugt, dass wir mit diesem Anspruch genau richtig liegen.“ In seinen Plänen für das Unternehmen ist eines nicht vorgesehen: Stillstand. „Wir müssen uns ja als Unternehmen permanent neu erfinden: investieren, Risiken eingehen und Dinge anschieben – eben immer in Bewegung bleiben.“

Bert Habets weiter: „Wer die Dinge lieber auf sich zukommen lässt, könnte sich auf eine englische Redensart berufen: ‚Let’s cross that bridge when we come to it‘. Wenn wir allerdings mit dieser Einstellung auf die Veränderungen in unserer Branche reagierten, wäre das fatal. Damit wir auch weiterhin an der Weltspitze bleiben, müssen wir – um im Bild zu bleiben – neue Brücken bauen. Die Zuschauer unterscheiden nicht zwischen linear und non-linear. Sie wollen einfach nur die neueste Folge ihrer Lieblingsserie sehen. Daher betrachten wir non-lineare Medienangebote nicht länger als bloße Zugabe zu unseren etablierten TV-Sendern.“

Woher kommt diese ‚Nichts-ist-unmöglich‘-Haltung von Bert Habets? Den Unternehmergeist dürfte Habets, der 1971 in Hoensbroek in der niederländischen Provinz Limburg geboren wurde, von seinem Vater geerbt haben. Schon in jungen Jahren zeigte sich der Drang, sich mit anderen zu messen. Als 18-Jähriger trat der begeisterte Schwimmer bei regionalen und landesweiten Wettkämpfen an.

„Meine Familie besaß einen internationalen Exporthandel für Obst und Gemüse im Süden der Niederlande. Als kleiner Junge habe ich den Erfolg des Tages immer daran bemessen, wie viele LKW kamen und wie viele wegfuhr. Natürlich habe ich schnell gelernt, dass es beim Unternehmertum um mehr geht als Zu- und Abgänge. Es geht darum, neue Horizonte zu entdecken, Risiken einzugehen, andere zu inspirieren und zu befähigen, aus Fehlern zu lernen und den Blick nach vorne zu richten.“

Zur RTL Group kam Habets 1999, nachdem er zuvor bei NIB Capital tätig gewesen war. Von der temporeichen Welt der Medien mit ihrer Balance zwischen Kreativität und unternehmerischem Denken war für den jungen Banker immer schon eine große Anziehungskraft ausgegangen. Seine erste Karrierestation bei RTL war CLT-UFA. 2001 kehrte er in seine niederländische Heimat zurück und übernahm die Funktion des CFO der Holland Media Group, die im Jahr 2004 zu RTL Nederland umfirmierte.

Habets Führungsqualitäten wurden rasch erkannt. Im Februar 2008 wurde er mit nur 37 Jahren CEO von RTL Nederland. Dort gelang es ihm dank seines Pioniergeistes und seiner innovativen Einstellung, das Unternehmen von einer traditionellen Senderfamilie in ein breit aufgestelltes Medien- und Unterhaltungsunternehmen umzuwandeln, das sein Publikum auf allen digitalen Plattformen erreicht.

Unter seiner Führung hat RTL Nederland eine klare Strategie mit drei Schwerpunkten verfolgt: Stärkung des Kerngeschäfts, Diversifizierung der Erlösströme und Förderung der Innovationskraft. Dabei verzeichnete vor allem das Digitalgeschäft des Unternehmens hohe Wachstumsraten.

Meilensteine waren die Übernahme und der Ausbau des On-Demand-Dienstes Videoland, die Gründung von RTL MCN und das Joint Venture mit SpotX für die Benelux-Region und Skandinavien.

Im April 2017 wurde Bert Habets zum neuen Co-CEO ernannt – neben Guillaume de Posch, der die RTL Group bereits seit 2012 als Co-CEO führte. Damals bezeichnete Thomas Rabe, der Vorsitzende des Verwaltungsrates der RTL Group, den Niederländer als „starke Führungspersönlichkeit und einen digital-affinen Medienunternehmer“, der beispielhaft für den Total-Video-Kurs der RTL Group stehe.

Die Hauptziele für die Zukunft der RTL Group formuliert Habets in zwei Cs und zwei Ts: „Creativity, Consumer, Technology & Talent“. Wie resümiert Habets, der beim RTL Group Management Congress 2014 sagte: „Wir sollten wieder diejenigen sein, die Dinge immer wieder auf den Kopf stellen und ganz neue Ansätze und Lösungen ausprobieren!“, diese vier Leitbegriffe?

„**Creativity** – ist die Quintessenz für Erfolg in unserer Branche. Stärker als je zuvor sind die besten Inhalte der Treibstoff für alles, was wir tun. Sie sind unser Alleinstellungsmerkmal – und darum werden wir weiterhin in lokale, exklusive Inhalte investieren, und zwar in allen wichtigen Genres: fiktionale Serien, Unterhaltungsshow, Reality-TV und natürlich Nachrichten und Information.

**Consumer** – für die Konsumenten ist es längst unerheblich, wie sie unsere Inhalte sehen, ob linear oder non-linear, ob online oder offline. Wir müssen diese Unterscheidung ad acta legen und uns stattdessen darauf konzentrieren, die Aufmerksamkeit der Konsumenten noch stärker auf die breite Vielfalt unserer Videoangebote zu richten, und zwar über alle Geräte hinweg – genau das ist es, was wir mit Total Video meinen. Entsprechend werden wir unsere On-Demand-Dienste in den Ländern weiter ausbauen, in denen wir bereits starke lineare Senderfamilien haben. In diesen Märkten werden wir schrittweise das sogenannte Hybridmodell einführen – eine Kombination aus kostenlosem, werbefinanzierten Angebot mit einem Premium-Pay-Produkt.

**Technology** – weiter wachsen und sich diversifizieren kann ein Medienunternehmen nur, wenn es mit modernsten Technologien arbeitet – sowohl bei der zielgruppenspezifischen Werbung als auch bei der Bündelung und individuellen Empfehlung von Inhalten für die Konsumenten. So arbeiten wir beispielsweise an einem ambitionierten Wachstumsplan für unser Werbetechnologiegeschäft. Dieser Plan umfasst auch den Zusammenschluss von SpotX und Smartclip und die Nutzung ihrer Plattformen in allen Einheiten der RTL Group. Darüber hinaus werden wir das Ad-Tech-Geschäft durch weitere Akquisitionen und Partnerschaften verstärken.

**Talent** – ist für uns ein entscheidender Erfolgsfaktor, zumal der Wettbewerb um die besten Köpfe heute erbitterter geführt wird als je zuvor. Wenn wir die Besten inspirieren und halten wollen, müssen wir ihnen die Freiheit geben, die sie zum Experimentieren brauchen. Wir dürfen keine Angst vor Fehlern haben, sondern sollten daraus lernen und wiederaufstehen und weitermachen. Der Maßstab dafür, wie gut wir sind, ist unser nächster Erfolg. Mein Ziel ist es nach wie vor, diese Mentalität bei anderen Menschen zu wecken.“

Habets sagt, dass ihm nichts so sehr liegt wie die Aufgabe, ein Unternehmen weiterzuentwickeln, sichtbare Ergebnisse zu erzielen und neue Geschäftsmöglichkeiten zu erschließen: „Die Arbeit in einer sich ständig wandelnden Medienbranche hat mir gezeigt, dass Visionen und eine schnelle Anpassungsfähigkeit oftmals wichtiger sind als umfassende und detaillierte Geschäftspläne. Eine klare Strategie zu haben, ist gut – noch besser ist es, die Dinge auch umzusetzen.“ Seine leidenschaftliche Neugier und seine Begeisterung für Neues kommt auch in seinem Motto zum Ausdruck: „Für gute Ideen finden wir immer das Budget.“

Im Dezember 2017 entschied sich Guillaume de Posch, als Co-CEO der RTL Group zurückzutreten. So führt Bert Habets das Unternehmen seit 1. Januar 2018 als alleiniger CEO und verantwortet damit die übergeordnete Strategie und das Tagesgeschäft der RTL Group.

Zur Ankündigung dieses Schritts sagte Bert Habets: „Ich möchte mich auch persönlich bei Guillaume für die exzellente Zusammenarbeit in den vergangenen Monaten bedanken – das hat meinen Wechsel von RTL Nederland zur RTL Group sehr viel einfacher gemacht. Das weiß ich sehr zu schätzen. Ich freue mich, dass Guillaume ‚an Bord‘ bleibt und wir so weiterhin von seiner Expertise und seiner Erfahrung profitieren können – und natürlich von seinem Humor. Ich wünsche ihm für seine neuen Projekte nur das Beste – und wie ich Guillaume kenne, werden dies sehr spannende Projekte sein. Außerdem möchte ich mich bei Elmar bedanken. Ich bin mir sicher, dass wir gemeinsam dem Anspruch gerecht werden können, den wir jüngst beim OMC Offsite formuliert haben – nämlich die RTL Group auf die nächste Stufe zu führen, indem wir die Umsetzung unserer Total-Video-Strategie beschleunigen.“

Kolleginnen und Kollegen, die über mehrere Jahre mit Bert Habets zusammengearbeitet haben, beschreiben ihn als jemanden, der hervorragend zuhören kann, als einen Unternehmer mit Leib und Seele, der offen ist für neue, innovative Ideen und der diese Expertise seiner Teams wertschätzt. Dank dieser Eigenschaften sei er ein ebenso angenehmer wie inspirierender Chef.

Habets' Unternehmergeist wird aber nicht nur von seinen Kolleginnen und Kollegen gewürdigt, sondern hat ihm auch diverse renommierte Auszeichnungen eingebracht. Anfang 2014 wurde er in den Niederlanden als „Einflussreichste TV-Persönlichkeit 2013“ ausgezeichnet, nachdem er 2010, 2011 und 2013 bereits den Bertelsmann Award for Outstanding Entrepreneurial Achievements erhielt.

Die wenige Freizeit, die ihm seine Funktion als CEO lässt, verbringt er besonders gerne mit seiner Familie oder mit seinen liebsten Freizeitbeschäftigungen – Joggen, Bergsteigen, Segeln und Surfen. Die Risikofreude beschränkt sich also offensichtlich nicht auf die Zeit, die er in der Vorstandsetage verbringt.

# LEBENS LAUF

Geboren am 9. Januar 1971 in den Niederlanden

Masterabschluss in Wirtschaftswissenschaften und Jura (Steuerrecht)  
Universität Maastricht

## **Berufliche Stationen:**

Seit Januar 2018	Chief Executive Officer der RTL Group
April bis Dezember 2017	Co-Chief Executive Officer der RTL Group
Februar 2008 bis Juni 2017	CEO von RTL Nederland
März 2001 bis Februar 2008	CFO von RTL Nederland
März 2000 bis Februar 2001	VP Controlling, RTL Group
Dezember 1999 bis März 2000	Project Manager Business Development TV, RTL Group
Dezember 1995 bis November 1999	VP Media and Entertainment Finance, NIB Capital