

RTL GROUP Firmenprofil

RTL Group – Europas führender Unterhaltungskonzern

Mit 45 TV-Sendern und 31 Radiostationen in 11 Ländern ist die RTL Group Europas führender Unterhaltungskonzern. Das in Luxemburg ansässige Unternehmen betreibt Fernsehsender und Radiostationen in Deutschland, Frankreich, Belgien, den Niederlanden, in Grossbritannien, Luxemburg, Spanien, Griechenland, Russland, Ungarn und Kroatien. Es gehört weltweit zu den führenden Produzenten von Fernsehinhalten wie Spiel- und Talentshows, Event Movies und Drama-Serien, Daily Soaps und Telenovelas. Zu den bekanntesten zählen *Idols*, *Got Talent*, *The X Factor*, *Gute Zeiten, schlechte Zeiten*, *Family Feud* und *The Bill*.

Die Unternehmensgeschichte geht zurück auf die Gründung der Compagnie Luxembourgeoise de Radiodiffusion (CLR) im Jahr 1931. Von Beginn an war das Unternehmen – das ein mehrsprachiges Programm auf einer Radiofrequenz ausstrahlte – ein Pionier im europäischen Rundfunksektor.

Die heutige RTL Group ging im Frühjahr 2000 aus der Fusion der CLT-UFA mit der zur britischen Mediengruppe Pearson plc gehörenden Produktionsgesellschaft Pearson TV hervor. Die CLT-UFA wiederum war im Jahr 1997 entstanden, als die Eigentümer der UFA (Bertelsmann AG) und der historischen CLT – Compagnie Luxembourgeoise de Télédiffusion (Audiofina) ihre TV-, Radio- und Produktionsaktivitäten zusammenlegten.

Im Juli 2001 wurde die Bertelsmann AG im Zuge eines Aktientauschs Mehrheitsaktionärin der RTL Group – die belgisch-kanadische Holding Groupe Bruxelles Lambert (GBL) tauschte ihre 30-Prozent-Beteiligung an der RTL Group gegen einen Anteil von 25 Prozent an der Bertelsmann AG. Im Dezember 2001 vereinbarte Bertelsmann mit Pearson plc, deren 22-Prozent-Anteil an der RTL Group zu übernehmen. Bertelsmann hält heute eine Beteiligung in Höhe von 90,5 Prozent an der RTL Group. Die restlichen 9,5 Prozent werden an den Börsen in Luxemburg und Brüssel gehandelt.

Geschäftsbereiche

Fernsehen: Die RTL Group ist Europas größtes Rundfunkunternehmen. Mehr als 200 Millionen Zuschauer in ganz Europa verfolgen täglich die Fernsehprogramme der RTL Group. Hierzu gehören die Senderfamilien um die Flaggschiff-Sender RTL Television in Deutschland, M6 in Frankreich, RTL 4 in den Niederlanden, RTL-TVI in Belgien sowie die junge Five-Familie in Großbritannien. Darüber hinaus ist das Unternehmen in Ungarn (RTL Klub), Russland (Ren TV), Kroatien (RTL Televizija) und Griechenland (Alpha TV) aktiv.

Inhalte: Die RTL Group gehört mit ihrer Tochter FremantleMedia zu den größten Fernsehproduzenten außerhalb Hollywoods. Jedes Jahr produziert FremantleMedia 10.000 Stunden preisgekrönter Primetime-Programme in 57 Ländern. Die RTL Group besitzt die Rechte an 19.000 Programmstunden in 150 Ländern weltweit und zählt damit zu den bedeutendsten unabhängigen Vertriebsgesellschaften außerhalb der Vereinigten Staaten.

Radio: Die Radiostationen der RTL Group erreichen ebenfalls jeden Tag Millionen von Hörern. Das Flaggschiff unter den Radiostationen ist RTL Radio in Frankreich. Neben dem Marktführer besitzt die RTL Group in Frankreich zudem die beiden Musikstationen RTL 2 und Fun Radio. Hinzu kommen zahlreiche Radiobeteiligungen in weiteren europäischen Ländern.

Strategie

Die Strategie der RTL Group ist auf drei Schwerpunkte ausgerichtet: Erstens zielt sie auf den Auf- und Ausbau von Senderfamilien, um auf die zunehmende Fragmentierung der Zuschauerschaft in der digitalen Multikanal-Welt zu reagieren. In Westeuropa hat das Unternehmen bereits starke Senderfamilien aufgebaut, die – mit Ausnahme der Five-Gruppe in Großbritannien – entweder die Nummer 1 oder die Nummer 2 in ihren jeweiligen Märkten sind. Darüber hinaus wurden die Aktivitäten zuletzt durch zahlreiche Digitalkanäle für enger definierte Zielgruppen ergänzt. Hierzu zählen unter anderem W9 in Frankreich, Five USA und Fiver in Großbritannien sowie Passion, RTL Crime und RTL Living in Deutschland

Der zweite strategische Schwerpunkt ist die deutliche Ausweitung der nicht werbeabhängigen Umsätze durch Diversifikationsaktivitäten einerseits und die Produktion von Inhalten andererseits.

Der Produktionsarm FremantleMedia spielt hierbei eine wichtige Rolle für die RTL Group und soll in allen großen Märkten weiter ausgebaut werden. Gerade im digitalen Zeitalter haben attraktive, reichweitenstarke Programme exzellente Wachstumsperspektiven, da die neuen digitalen Verbreitungswege – online, mobil, on Demand – vor allem auf starke Inhalte angewiesen sind, um Kunden zu gewinnen.

Für ein Unternehmen wie die RTL Group bietet die digitale Welt zahlreiche Chancen, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. So betreibt das Unternehmen mit seinen starken Sender- und Programm-Marken in Ländern mit hoher Internet-Breitband-Verbreitung On-Demand-Plattformen wie *M6Replay.fr* oder *RTLnow.de*, ist in Bereichen wie Video-Communitys, Social Networks und Onlinespiele aktiv und erweitert zudem seine Aktivitäten im mobilen Fernsehen schrittweise.

Der dritte strategische Schwerpunkt der RTL Group ist die weitere geographische Expansion in Europa. Mit TV-Beteiligungen in aktuell 11 Ländern prüft die RTL Group weitere Expansionsmöglichkeiten, insbesondere in den schnell wachsenden Märkten Mittel-, Ost- und Südeuropas.