

# RTL GROUP **portrait** **Gerhard Zeiler**

Chief Executive Officer der RTL Group  
Mitglied des Vorstands der Bertelsmann AG

## **Architekt des Fernsehens**

Entdecken, entwickeln, produzieren, senden. Informieren und unterhalten. Senderfamilien bilden, Verbindungen schaffen. Gerhard Zeiler, seit März 2003 Chief Executive Officer der RTL Group, liebt am Fernsehen vor allem die Emotion: „Beim Fernsehen ist eine wahnsinnige Menge an Gefühl dabei. Wenn Sie den richtigen Ton treffen, erreichen Sie den Zuschauer nicht nur, Sie rühren ihn vielmehr an, Sie fesseln ihn, Sie gewinnen ihn für Ihre Inhalte. Deshalb ist Fernsehen für mich das kompletteste Medium.“

An der Spitze der international agierenden RTL Group hat sich Zeiler schnell als Architekt des Fernsehgeschäfts von Bertelsmann bewiesen. Erfolgreich haben die Sender zahlreiche Initiativen gestartet, um die Umsätze aus nicht-werbeabhängigen Geschäften zu erhöhen. Heute gilt die RTL Group als Vorreiter bei den so genannten Diversifikationsgeschäften. Die Abhängigkeit des Unternehmens von den Werbemärkten ist gesunken, die Profitabilität gestiegen. Vor allem aber hat Zeiler weitere Meilensteine beim Ausbau der internationalen TV-Aktivitäten gesetzt: In Kroatien startete im April 2004 der neue Sender RTL Televizija und erreichte innerhalb von zwei Jahren die Gewinnzone. Im Juli 2005 erfolgte mit der Übernahme einer 30-Prozent-Beteiligung am Sender Ren TV der Einstieg in den russischen Fernsehmarkt. Ebenfalls Mitte 2005 übernahm die RTL Group den englischen Sender Five komplett und schuf damit die Basis für den Aufbau einer erfolgreichen Senderfamilie im hart umkämpften britischen Markt. Gut ein Jahr später erfolgte dieser wichtige Schritt mit dem Start der beiden digitalen Spartenkanäle Five USA und Fiver. Ende 2008 erwarb die RTL Group eine Mehrheitsbeteiligung an der Alpha Media Group und ist somit auch im griechischen TV- und Radiomarkt aktiv.

Heute hält Europas führender Unterhaltungskonzern Beteiligungen an 45 Fernsehsendern und 31 Radiostationen in 11 Ländern und ist weltweit in der Inhalteproduktion aktiv. Und auch in Zukunft soll unter Gerhard Zeilers Führung die Präsenz des Unternehmens auf den internationalen Fernsehmärkten kontinuierlich gestärkt werden. Im August 2006 beschloss der Verwaltungsrat, Zeilers Mandat als CEO der RTL Group bis Mai 2011 zu erneuern, damit er sich weiterhin voll und ganz auf die internationale Sender-„Architektur“ und den Ausbau des Produktionsgeschäfts konzentrieren kann. Zeiler: „Die RTL Group ist noch lange nicht am Ende ihrer Entwicklung. Gemeinsam mit einem Team leidenschaftlicher Unternehmer in unseren Geschäftseinheiten und in unserer Konzernzentrale werde ich daran arbeiten, die Erfolgsgeschichte der RTL Group fortzuschreiben.“

Gerhard Zeiler hat präzise Vorstellungen für die Weiterentwicklung des größten Umsatz- und Gewinnbringers des Bertelsmann-Konzerns – er beschreibt sie anhand einer „Drei-Säulen-Strategie“: Erstens Aufbau und Weiterentwicklung der Senderfamilien analog des deutschen Erfolgsmodells mit den Sendern der Mediengruppe RTL Deutschland (RTL Television, Vox, N-TV, RTL II, Super RTL, sowie die drei digitalen Pay-TV-Kanäle RTL

Crime, RTL Living und Passion). Der zweite strategische Schwerpunkt ist der weitere Ausbau der nicht-werbeabhängigen Umsätze durch Diversifikation einerseits und den weiteren Ausbau der Produktion andererseits. Der Produktionsarm FremantleMedia soll in allen großen Märkten weiter deutlich 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. Dritte Säule ist die weitere geographische Expansion in Europa. Mit TV-Beteiligungen in aktuell 11 Ländern prüft die RTL Group weitere Expansionsmöglichkeiten, insbesondere in Mittel-, Ost- und Südeuropa.

„Auf allen drei Feldern haben wir in den vergangenen Jahren bereits gute Fortschritte erzielt“, bilanziert Zeiler. „Auch in geographischer Hinsicht präsentiert sich unser Portfolio ausgeglichener als je zuvor“, erklärt er. „Nicht zuletzt vor dem Hintergrund dieser starken Marktpräsenz prüfen wir unsere Investitionsentscheidungen sehr genau. Wenn sich allerdings eine Akquisitionsmöglichkeit ergibt, die in die Strategie der RTL Group passt und den Unternehmenswert steigert, dann werden wir dieses Ziel verfolgen.“ Mit Blick auf die schwierige wirtschaftliche Entwicklung macht Zeiler deutlich, dass das Unternehmen derzeit klare Prioritäten setzt: „Wir konzentrieren uns auf unser Kerngeschäft und überprüfen überall Kosten und Strukturen. Dies wird zu einer deutlich niedrigeren Kostenbasis in all unseren Geschäften führen.“

Gerhard Zeiler wurde am 20. Juli 1955 im Wiener Arbeiterbezirk Ottakring als erster von eineiigen Zwillingen geboren. Aus seiner sozialdemokratischen Haltung und seiner kritischen Distanz gegenüber den Mächtigen hat er nie ein Geheimnis gemacht. Zeiler studierte Psychologie, Soziologie und Pädagogik. Nach einigen Monaten als freier Journalist wurde er Pressesprecher des österreichischen Bundesministers für Unterricht und Kunst, Dr. Fred Sinowatz. Er folgte Sinowatz 1983 ins Bundeskanzleramt und arbeitete in derselben Funktion später auch für Bundeskanzler Dr. Franz Vranitzky.

Im November 1986 kam der Einstieg in das TV-Geschäft: Gerhard Zeiler wurde Generalsekretär des ORF. Bereits mit 24 Jahren hatte er dort im Aufsichtsrat gesessen, und schon damals war ihm klar gewesen: „Fernsehen ist ein Teil meines Lebens.“

In München baute er Anfang der 90er Jahre als Alleingeschäftsführer den Fernsehsender Tele 5 aus. Bei RTL II hatte er von 1992 bis 1994 als Geschäftsführer gearbeitet. Anschließend modernisierte er als ORF-Generalintendant in Wien die traditionsreiche öffentlich-rechtliche Anstalt.

Im November 1998 wurde er Geschäftsführer der deutschen Sendergruppe um RTL Television in Köln – eine weitere Herausforderung. Nach der heißen Aufbauphase brauchte das werbefinanzierte Fernsehgeschäft neuen Schwung. Die gebührenfinanzierten Sender waren aus ihrem Dornröschenschlaf der Monopolstellung erwacht und stellten sich auf einen harten Wettbewerb mit den Privatsendern ein.

Zeiler mobilisierte die kreativen Kräfte seines Hauses und zeigte sich gleichzeitig als Stratege mit Durchsetzungsvermögen, insbesondere, wenn es um Zahlen und Kosten geht. In vielen Jahren stiegen Marktanteile, Umsatz und Erlöse von RTL Television zweistellig. Kontinuierlich konnten die Sender der Mediengruppe RTL Deutschland den Zuschauermarktanteil steigern und blieben in der werberelevanten Zielgruppe mit über 30 Prozent einsam an der Spitze. Der Netto-Werbemarktanteil der deutschen Senderfamilie stieg sogar von 40,8 Prozent im Jahr 2000 auf 46,4 Prozent im Jahr 2008.

Gemeinsam mit dem Erfolg der französischen Groupe M6 trug die Mediengruppe RTL Deutschland somit entscheidend zum Aufstieg der RTL Group bei. Diese verbesserte ihr operatives Ergebnis (EBITA) im Geschäftsjahr 2008 auf den Rekordwert von 916 Millionen Euro (2007: 898 Millionen Euro). Der Umsatz stieg auf 5,8 Milliarden Euro. Mit einem klaren Fokus auf ihre Kerngeschäfte hat die Unternehmensgruppe das operative Ergebnis zum siebten Mal in Folge gesteigert und die bislang höchste Umsatzrendite erwirtschaftet.

Heute schalten in Europa jeden Tag mehr als 200 Millionen Menschen einen Sender der RTL Group ein. Der Produktionsarm der RTL Group, FremantleMedia, ist einer der größten internationalen Produzenten außerhalb der Vereinigten Staaten. Das Unternehmen produziert zurzeit mehr als 300 Programme in 57 Ländern, einschließlich den USA. In Summe entstehen jedes Jahr 10.000 Stunden Programm – Filme, Serien, Shows und Dokumentationen.

Die Branche ehrte den Erfolg mit großer Anerkennung. So wurde Gerhard Zeiler im Oktober 2004 bei der Film- und Fernsehmesse Mipcom in Cannes als „Medien-Persönlichkeit des Jahres“ gefeiert. Die Laudatoren hoben hervor, dass die RTL Group trotz Medienkrise immer neue Rekordmarken setzt. Der so Geehrte war bemüht, sich vor allzu viel Lob zu schützen. Sein Umfeld weiß, dass es ihm ernst ist, wenn er auf Teamleistungen verweist.

Die mit der Karriere verbundene Rastlosigkeit nimmt Gerhard Zeiler in Kauf. Der Kampf ums Publikum im international ausgerichteten TV-Geschäft zwingt zur Präsenz auf allen bedeutenden Fernsehmärkten. Programme, Formate und Lizenzen werden weltweit erworben. Ideen kommen längst nicht mehr nur aus den USA, sondern auch aus England, Skandinavien oder den Niederlanden. Nordamerika dagegen übernimmt mittlerweile mehr und mehr erfolgreiche europäische Produktionen.

Gleichzeitig verändert die Digitalisierung das TV-Geschäft nachhaltig. Die beschleunigte Fragmentierung der Zuschauermärkte verlangt nach noch mehr Angeboten. Um die Marktpositionen der Senderfamilien zu stärken, startet die RTL Group vermehrt digitale Spartenkanäle, die sich an enger definierte Zielgruppen richten. Vor allem aber bietet die Digitalisierung vielfältige Möglichkeiten zum Ausbau der Diversifikationsgeschäfte. 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-Communities, Social Networks und Onlinespiele aktiv und erweitert zudem seine Aktivitäten im mobilen Fernsehen schrittweise. „Unsere Senderfamilien entwickeln wir zu digitalen TV-Familien, die auf sämtlichen neuen Plattformen vertreten sind. Die steigende Nachfrage nach attraktiven Inhalten werden wir konsequent nutzen und unsere Produktionstochter FremantleMedia nachhaltig ausbauen – mit neuen Talenten, neuen Formaten und Aktivitäten in neuen Ländern“, beschreibt Zeiler die Zielsetzung.

Auch als Chef der börsennotierten RTL Group schlägt das Herz des erfahrenen Fernsehmanagers weiter stark fürs Programm – eine Leidenschaft, die ihn zum kompetenten Ansprechpartner für die Management-Teams der zahlreichen RTL-Group-Sender macht. Zeiler ist überzeugt: „Fernsehen bleibt Leitmedium – und RTL die Qualitätsmarke des europäischen Privatfernsehens. Auch und gerade weil mit der Digitalisierung die Zahl der Angebote geradezu explodiert, wird sich unser Kerngeschäft auch in Zukunft nicht verändern: Einerseits Programme, die für Qualität, Kreativität und Emotionalität stehen.

Andererseits starke Sendermarken, die Zuschauer auf neue Programme neugierig machen, die aus Shows gesellschaftliche Events machen, über die diskutiert wird. Als Content- und Brand-Company ist die RTL Group ausgezeichnet aufgestellt, um ihre Position als Europas führender Unterhaltungskonzern weiter zu stärken.“

### **Lebenslauf**

Geburt 20. Juli 1955 in Wien  
Studium Psychologie, Soziologie und Pädagogik

### **Berufliche Stationen:**

1976 Wissenschaftlicher Assistent beim Österreichischen Institut für Berufsforschung  
1979 Journalistische Tätigkeit  
1979 Pressesekretär und Pressesprecher des Bundesministers für Unterricht und Kunst, Dr. Fred Sinowatz und später für Dr. Franz Vranitzky  
1986 Generalsekretär des Österreichischen Rundfunks (ORF)  
1991 Alleingeschäftsführer des privaten deutschen Fernsehsenders Tele 5 in München  
1992 Geschäftsführer bei RTL II in Köln bzw. München  
1994 Generalintendant des ORF  
1998 – 2005 Geschäftsführer RTL Television, Köln  
2000 Mitglied des Operations Management Committee der RTL Group  
2002 Mitglied des Aufsichtsrats der Groupe M6  
2002 – 2004 Mitglied des Kuratoriums der Bertelsmann Stiftung  
seit März 2003 Chief Executive Officer (CEO) der RTL Group  
seit Oktober 2005 Mitglied des Vorstands der Bertelsmann AG

### **Ansprechpartner**

**Oliver Herrgesell**  
RTL Group  
Executive Vice President Corporate Communications & Marketing  
Telefon: +352 / 2486 - 5200  
Fax: +352 / 2486 - 5139  
[oliver.herrgesell@rtlgroup.com](mailto:oliver.herrgesell@rtlgroup.com)

Stand: April 2009