

RTL Group – Europas führender Unterhaltungskonzern

Mit 43 TV-Sendern und 31 Radiostationen in zehn Ländern ist die RTL Group Europas führender Unterhaltungskonzern. Die in Luxemburg ansässige RTL Group betreibt Fernsehsender und Radiostationen in Deutschland, Frankreich, Belgien, den Niederlanden, in Grossbritannien, Luxemburg, Spanien, Russland, Ungarn und Kroatien. Sie 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 90,3 Prozent an der RTL Group. Die restlichen 9,7 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 RTL Television, RTL II, Super RTL, N-TV und Vox in Deutschland, M6 in Frankreich, RTL-TVI und Club RTL in Belgien, RTL 4, RTL 5, RTL 7 und RTL 8 in den Niederlanden, Five in Großbritannien, RTL Klub in Ungarn, Ren TV in Russland und RTL Televizija in Kroatien.

Inhalte: Die RTL Group gehört mit ihrer Tochter FremantleMedia zu den größten Fernsehproduzenten außerhalb Hollywoods. Jedes Jahr produziert FremantleMedia mehr als 10.000 Stunden preisgekrönter Primetime-Programme in 55 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 der RTL Group unter den Radiostationen ist RTL Radio in Frankreich; außerdem besitzt die RTL Group Beteiligungen an weiteren Sendern in Frankreich, Deutschland, Belgien, den Niederlanden, Spanien und Luxemburg.

Strategie

Die Strategie der RTL Group ist auf drei Schwerpunkte ausgerichtet: Erstens zielt sie auf den Auf- und Ausbau von starken Senderfamilien, um auf die zunehmende Fragmentierung der Zuschauerschaft in der digitalen Multikanal-Welt zu reagieren. Als Teil dieser Strategie hat die RTL Group bereits zahlreiche Digitalkanäle für enger definierte Zielgruppen gestartet, unter anderem W9 in Frankreich, Five US und Fiver in Großbritannien sowie die drei Bezahlkanäle Passion, RTL Crime und RTL Living in Deutschland. Im Herbst 2007 startete RTL Radio France die beiden digitalen Radiostationen RTL L'Equipe und RTL Autrement.

Der zweite strategische Schwerpunkt ist der weitere Ausbau der nicht-werbeabhängigen Umsätze durch Diversifikationsaktivitäten einerseits und den weiteren Ausbau des Produktionsgeschäfts andererseits. Langfristiges Ziel ist es, auf Konzernebene rund 50 Prozent der Einnahmen aus werbeunabhängigen Geschäften zu erlösen.

Der Produktionsarm FremantleMedia spielt hierbei eine wichtige Rolle für die RTL Group und soll in allen wichtigen 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.

Für ein Unternehmen wie die RTL Group bietet die digitale Welt zahlreiche Chancen, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. So ist die RTL Group mit ihren starken Sender- und Programm-Marken bereits in zahlreichen Märkten im mobilen Fernsehen aktiv, betreibt in Ländern mit hoher Internet-Breitband-Verbreitung On-Demand-Plattformen wie M6Replay.fr oder RTLnow.de und ist darüber hinaus in Bereichen wie Video-Communities, Onlinespiele oder Dating aktiv.

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