

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. Sendergruppen 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 rasant wachsenden 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 US und Five Life.

Heute hält Europas führender Unterhaltungskonzern Beteiligungen an 43 Fernsehsendern und 31 Radiostationen in zehn 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. Das langfristige Ziel ist es, auf Konzernebene rund 50 Prozent der Einnahmen aus werbeunabhängigen Geschäften zu erlösen. 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 zehn Ländern prüft die RTL Group weitere Expansionsmöglichkeiten, insbesondere in den schnell wachsenden Märkten Mittel-, Ost- und Südeuropas.

„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. „Im Jahr 2002 wurde mehr als die Hälfte unseres operativen Ergebnisses in Deutschland erwirtschaftet. Für das Jahr 2007 lag dieser Wert bei 37 Prozent. Gleichzeitig haben wir unsere Ergebnisse quer durch die Gruppe deutlich gesteigert. 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.“

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 Strategie 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 43,3 Prozent im Jahr 2007.

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 2007 auf den Rekordwert von 898 Millionen Euro (2006: 851 Millionen Euro). Der Umsatz stieg auf 5,7 Milliarden Euro. 2007 war das erfolgreichste Geschäftsjahr seit der Gründung der RTL Group. Mit einem klaren Fokus auf ihre Kerngeschäfte hat die Unternehmensgruppe das operative Ergebnis zum sechsten 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 55 Ländern, einschließlich den USA. In Summe entstehen jedes Jahr mehr als 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 – Video-on-Demand-Angebote, Online-Communities oder die Verbreitung der Programme über neue Distributionswege wie Internet oder Mobile TV. „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 von 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