



Verstärkte Internetpräsenz: Mediengruppe RTL Deutschland verbreitet sechs Programme über die neue online-basierte Plattform von Magine

Verstärkte Internetpräsenz: Mediengruppe RTL Deutschland verbreitet sechs Programme über die neue online-basierte Plattform von Magine
Die Mediengruppe RTL Deutschland wird ihre Programme im Internet zukünftig auch über den neuen online-basierten Service des TV-Anbieters Magine (www.magine.com) zur Verfügung stellen. Die umfassende Content-Vereinbarung ist die erste Kooperation dieser Art, die der skandinavische TV-Anbieter Magine in Deutschland eingeht. Die Plattform wird die Sender RTL, VOX, n-tv, RTL NITRO, SUPER RTL und RTL II in das Angebot ihres Abonnement-Dienstes aufnehmen. Magine ist derzeit für Apple Geräte und für Samsung Smart TVs verfügbar. Weitere TV-Plattformen und eine Version für Android-Tablets werden demnächst folgen.
Marc Schröder, Mitglied der Geschäftsleitung der Mediengruppe RTL Deutschland und Geschäftsführer von RTL interactive: "Mit der Verbreitung unserer linearen TV-Programme durch Magine bekommen die Zuschauer im Internet eine weitere Möglichkeit, unsere Free-TV-Angebote zu empfangen. Magine bietet dabei eine einzigartige Benutzerfreundlichkeit. Wir sehen in unserer Zusammenarbeit daher großes Potenzial." Michael Werner, Chairman von Magine, fügte hinzu: "Wir freuen uns außerordentlich, die Sender der Mediengruppe RTL Deutschland anbieten zu können. Magine erfindet das Fernsehen neu und die Mediengruppe RTL Deutschland hat das Potenzial unseres Services sofort erkannt. Magine kann den Sendern in zweifacher Hinsicht Sicherheit bieten: Zum einen können sie ihre Reichweite maximieren, indem sie ihrem Publikum neue Möglichkeiten zum Empfang ihrer Inhalte eröffnen. Zum anderen - und das ist noch wichtiger - hält Magine die bestehenden rechtlichen Anforderungen strikt ein. Dieses Geschäftsmodell macht Magine für die Sender zu einem zuverlässigen Partner am Markt." Die Vereinbarung folgt nur wenige Wochen nach der Ankündigung von Magine in Deutschland im Rahmen der Fachmesse ANGA COM. Dort wurde die außerordentlich schnelle und sichere Technologie bereits sehr positiv aufgenommen. Noch in diesem Monat wird Magine im Beta-Format in Deutschland verfügbar sein und interessierte Nutzer können sich bereits jetzt über www.magine.com registrieren. Im März dieses Jahres ist Magine mit großem Erfolg in Schweden an den Start gegangen. Dort arbeitet Magine mit den nationalen Fernsehsendern SVT und TV4 sowie internationalen Kanälen und Marken zusammen, zu denen Discovery, CNN International, BBC, Eurosport, National Geographic, Nickelodeon und Cartoon Network zählen.
Über Magine: Magine ist nicht einfach nur Fernsehen mit einem neuen Gerät, sondern ein sicherer Online-TV-Dienst, der es erlaubt, Live-Sendungen, Catch-Up-Programme und On-Demand-Angebote aller Sender auf allen Geräten zu schauen - und das in Einklang mit geltendem Urheberrecht. Magine bietet Schnelligkeit, hohe Qualität und kopiergeschütztes Bewegtbild über alle verfügbaren Internetverbindungen. Magine ist derzeit für Apple Geräte und für Samsung Smart TVs verfügbar. Weitere TV-Plattformen und eine Version für Android-Tablets werden demnächst folgen.
Über Mediengruppe RTL Deutschland: Die Mediengruppe RTL Deutschland ist eines der führenden Medienunternehmen in Deutschland und das erfolgreichste Profit Centre der RTL Group. Zu den Aktivitäten gehören sechs Free TV-Sender sowie die dazugehörigen Video-on-Demand-Angebote und Sender-Websites ebenso wie drei digitale Paykanäle. Im Jahr 2012 übertraf die Anzahl der Videoabrufe aller Online-Plattformen der Mediengruppe RTL Deutschland erstmals eine Milliarde.
RTL TELEVISION GMBH
Picassoplatz 1
50679 Köln
Deutschland
Telefon: 0221 / 4567 - 0
Mail: pressezentrum@rtl.de
URL: http://www.rtl-television.de


Pressekontakt

RTL TELEVISION GMBH

50679 Köln

rtl-television.de
pressezentrum@rtl.de

Firmenkontakt

RTL TELEVISION GMBH

50679 Köln

rtl-television.de
pressezentrum@rtl.de

Grundlage des Erfolgs von RTL ist der ausgewogene Programm-Mix: Der Sender überzeugt in jedem Genre mit starken Programmen und schafft regelmäßig neue TV-Trends. Viele der RTL-Erfolgsformate sind heute in Deutschland beinahe so bekannt wie die Marke RTL selbst. Dazu gehören Show-Events wie Das Supertalent und Deutschland sucht den Superstar, Nachrichtensendungen wie RTL Aktuell und das RTL Nachtjournal, Magazinformat wie das Mittagmagazin Punkt 12 und das Star-Magazin RTL Exklusiv, Real-Life-Formate wie Bauer sucht Frau und Rach, der Restauranttester, eigenproduzierte Serien wie Alarm für Cobra 11 Die Autobahnpolizei, tägliche Serien wie Gute Zeiten, schlechte Zeiten und Alles was zählt, Comedyshowreihen wie Ich bin ein Star Holt mich hier raus! und Die Büllent Ceylan Show, Sporthighlights wie die Formel 1 und die Boxkämpfe der Klitschko-Brüder, US-Serien wie CSI: Vegas und Bones Die Knochenjägerin sowie regelmäßig große Eventmovies und Kinohighlights. Mit 15,9 Prozent Marktanteil war RTL im Jahr 2012 mit großem Vorsprung vor der Konkurrenz der erfolgreichste Sender bei den jungen Zuschauern (14 bis 49 Jahre). RTL platzierte sich damit 4,6 Prozentpunkte vor ProSieben (11,3 %). Auf den weiteren Plätzen folgten Sat.1 (9,9 %), VOX (7,7 %), ARD (7,0 %) und ZDF (6,8 %). Trotz sportlicher Großereignisse wie Olympia und der Fußball-Europameisterschaft bei der öffentlich-rechtlichen Konkurrenz landete RTL beim Gesamtpublikum gemeinsam mit der ARD mit 12,3 Prozent Jahresmarktanteil hinter dem ZDF (12,6 %). Bei den 20- bis 59-Jährigen war RTL mit 14,9 Prozent Marktanteil der beliebteste Sender, gefolgt von Sat.1 (10,2 %), ZDF (9,0 %), ARD (8,7 %), ProSieben (8,1 %) und VOX (7,6 %). Das erfolgreichste RTL-Programm des Jahres war der Boxkampf Vitali Klitschko vs. Dereck Chisora, den am 18. Februar 12,92 Millionen Zuschauer (MA: 56,5 %) bei RTL verfolgten. Beim jungen Publikum (14 bis 49) erreichte das Sport-Highlight ebenfalls 56,5 Prozent Marktanteil (5,81 Mio.). Das packende Formel-1-Saisonfinale in Brasilien sahen 10,65 Millionen Zuschauer (MA: 41,0 %), 44,1 Prozent der jungen Zuschauer waren bei RTL dabei. Zum Jahresauftakt feierte das Dschungelcamp erneut Erfolge: Bis zu 7,51 Millionen Zuschauer ab 3 Jahre sahen Ich bin ein Star Holt mich hier raus!, bei den 14- bis 49-Jährigen erreichte die Comedy-Show bis zu 42,9 Prozent Marktanteil. Zu den weiteren RTL-Erfolgsprogrammen 2012 gehörten das Spielfilmhighlight Avatar Aufbruch nach Pandora mit 7,04 Millionen Zuschauern (MA 14 bis 49: 35,0 %), die Quizshow Wer wird Millionär mit bis

zu 8,21 Millionen Zuschauern (MA 14 ? 49: bis zu 22,6 %), die TV-Romanze ?Bauer sucht Frau mit bis zu 7,33 Millionen Zuschauern (MA 14 ? 49: bis zu 24,9 %) und das preisgekrönte Real-Life-Format ?Rach, der Restauranttester mit bis zu 6,93 Millionen Zuschauern (MA 14 ? 49: bis zu 25,2 %).SPORT: Nicht nur die Begegnung Vitali Klitschko vs. Dereck Chisora sorgte für herausragende Zuschauerzahlen: Den Kampf Wladimir Klitschko gegen Jean-Marc Mormeck sahen im März 12,28 Millionen Zuschauer, 53,4 Prozent waren beim jungen Publikum (14 ? 49) dabei. Die Rennen der Formel-1-Saison 2012, die bis zum Finale hochspannend blieben, verfolgten bis zu 10,65 Millionen Zuschauer (MA: bis zu 48,6 %). Bei den jungen Zuschauern erreichten die Rennen sehr starke Marktanteile von bis zu 45,7 Prozent.SHOW: Die neunte Staffel ?Deutschland sucht den Superstar erreichte bis zu 6,21 Millionen Zuschauer und Marktanteile von bis zu 31,1 Prozent bei den jungen Zuschauern (14 ? 49). ?Das Supertalent schalteten bis zu 6,44 Millionen Zuschauer ein, der Marktanteil beim jungen Publikum betrug bis zu 32,7 Prozent. Bis zu 5,56 Millionen Zuschauer sahen die fünfte Staffel der Tanzshowreihe ?Let's Dance, die Marktanteile von bis zu 19,6 Prozent bei den 14- bis 49-Jährigen erreichte. Die stärksten Marktanteile verbuchte ?Wer wird Millionär? mit den Prominenten-Specials, die bis zu 27,2 Prozent Marktanteil beim Gesamtpublikum und bis zu 25,8 Prozent Marktanteil bei den jungen Zuschauern (14 ? 49) erlangten. ?Martin Rütter ? Die große Hundeshow erreichte 22,2 Prozent Marktanteil (14 ? 49).INFORMATION: ?RTL Aktuell konnte sich 2012 mit 17,9 Prozent Marktanteil erneut als beliebteste Hauptnachrichtensendung bei den jungen Zuschauern (14 ? 49) behaupten. Obwohl die öffentlich-rechtliche Konkurrenz ihre Hauptnachrichten häufig im Zuschauerstarken Umfeld von Olympia und Fußball-EM sendete, platzierte sich ?RTL Aktuell mit 3,54 Millionen Zuschauern und 16,9 Prozent Marktanteil auch beim Gesamtpublikum erneut vor ?heute im ZDF (3,31 Mio. / 14,9 %) und landete hinter der Tagesschau im Ersten (4,93 Mio. / 17,6 %)*. Mit 15,5 Prozent Marktanteil (14 ? 49) war das ?RTL-Nachtjournal erneut das mit Abstand erfolgreichste Nachtmagazin. Auch die RTL-Magazinsendungen ?Punkt 6 (MA: 20,1 %), ?Punkt 9 (MA: 17,2 %) und ?Punkt 12 (MA: 21,7 %) lagen bei den jungen Zuschauern (14 ? 49) deutlich vor den entsprechenden Konkurrenzformaten, ?RTL Explosiv** erreichte im Jahresschnitt 15,8 Prozent, ?Exclusiv ? Das Star-Magazin 16,0 Prozent, ?EXTRA ? Das RTL-Magazin 18,6 Prozent und ?stern TV 16,1 Prozent Marktanteil (14 ? 49).REAL LIFE: Mit bis zu 7,33 Millionen Zuschauern und 23,3 Prozent Marktanteil im Schnitt war die TV-Romanze ?Bauer sucht Frau erneut das beliebteste Real-Life-Format des Jahres. Eine erfolgreiche Rückkehr ins RTL-Programm feierte ?Der Bachelor mit 21,2 Prozent Marktanteil im Schnitt (14 ? 49). ?Rach, der Restauranttester konnte mit 22,7 Prozent im Schnitt seinen Marktanteil beim jungen Publikum gegenüber dem Vorjahr nochmals steigern und ?Undercover Boss sahen im Schnitt 19,8 Prozent der jungen Zuschauer (14 ? 49).FICTION: Die Actionserie ?Alarm für Cobra 11 ? Die Autobahnpolizei war 2012 die erfolgreichste eigenproduzierte Serie bei RTL: Im Schnitt sahen 17,6 Prozent der jungen Zuschauer (14 ? 49) die neuen Episoden. Die Free TV Premiere des erfolgreichsten Films aller Zeiten war der beliebteste Spielfilm des Jahres bei RTL: 7,04 Millionen Zuschauer sahen ?Avatar ? Aufbruch nach Pandora, beim jungen Publikum (14 ? 49) schalteten 35,0 Prozent das Fantasy-Abenteuer ein.Die täglichen Serien bei RTL waren auch 2012 die erfolgreichsten ihres Genres: ?Gute Zeiten, schlechte Zeiten erreichte im Jahresschnitt 20,3 Prozent, ?Unter uns 17,0 Prozent und ?Alles was zählt 15,1 Prozent Marktanteil (14 ? 49).COMEDY: RTL war 2012 bei den jungen Zuschauern der beliebteste Sender in Sachen Comedy: 6,69 Millionen Zuschauer im Schnitt (MA: 26,8 %) erreichte die Kult-Show ?Ich bin ein Star ? Holt mich hier raus! zum Jahresbeginn. 37,7 Prozent der jungen Zuschauer schalteten das Dschungelcamp im Schnitt ein, in der Spitze waren sogar bis zu 42,9 Prozent dabei. Sehr erfolgreich waren auch die großen Comedy-Showreihen bei RTL: ?Willkommen bei Mario Barth sahen im Schnitt 20,3 Prozent, ?Die Kaya Show 19,5 Prozent und ?Cindy aus Marzahn & Die jungen Wilden 18,5 Prozent der jungen Zuschauer.