



Mediengruppe RTL Deutschland und rtv media group vereinbaren Zusammenarbeit

Mediengruppe RTL Deutschland und rtv media group vereinbaren Zusammenarbeit
Die Mediengruppe RTL Deutschland und rtv media group haben eine Vereinbarung zur weitergehenden Kooperation geschlossen. Rückwirkend zum 1. April 2013 stehen der rtv media group damit die hochwertigen Programmdateien in vollem Umfang und zukünftig auch Rich-Media-Inhalte der Free-TV-Sender RTL, VOX, RTL NITRO, n-tv, SUPER RTL und RTL II, sowie der digitalen Spartenkanäle RTL Crime, Passion und RTL Living, zur Nutzung in elektronischen Medien zur Verfügung. Als führender Dienstleister für Lösungen im Bereich TV-Programm-Content bietet die rtv media group Ihren Kunden neben hochwertigen EPG-Angeboten, wie den TV-Portalen www.rtv.de oder www.tvv.de, auch Programmführer für mobile Plattformen auf iOS und Android-Basis sowie eine proprietäre smart TV-Applikation für Smart TV Portale namhafter Hersteller wie Samsung oder Sony. Mit der geschlossenen Vereinbarung haben die Mediengruppe RTL Deutschland und rtv media group die Basis für eine enge und zukunftsgerichtete Zusammenarbeit gelegt. So ist künftig die Erweiterung der EPG-Daten um Rich-Media-Inhalte wie beispielsweise Trailer zu den Programmen der Mediengruppe RTL Deutschland geplant. Nähere Informationen zur rechtmäßigen Nutzung der EPG-Daten der Mediengruppe RTL Deutschland finden Sie unter <http://kommunikation.rtl.de/de/pub/service/agb.cfm>.

Über die Mediengruppe RTL Deutschland
Die Mediengruppe RTL Deutschland ist eines der führenden Medienunternehmen in Deutschland. Neben den Free-TV-Sendern RTL Television, VOX, n-tv und RTL NITRO sowie den Beteiligungen an SUPER RTL und RTL II gehören die drei digitalen Spartenkanäle RTL Crime, Passion und RTL Living zum Portfolio. Alle online- und transaktionsbasierten Geschäftsfelder jenseits des klassischen Fernsehens sind unter dem Dach des Tochterunternehmens RTL interactive gebündelt. Zentrale Funktionen innerhalb der Mediengruppe RTL Deutschland werden außerdem vom Vermarkter IP Deutschland, von der News- und Magazingesellschaft infoNetwork sowie vom Broadcast- und Produktionsunternehmen CBC (Cologne Broadcasting Center) übernommen. Mehr Informationen unter www.mediengruppe-rtl.de.

Über die rtv media group
Als Tochter des internationalen Medien- und Kommunikationsdienstleisters arvato, einem Unternehmensbereich der Bertelsmann SE & Co. KGaA, zählt die rtv media group zu Europas führenden Medienhäusern für Lösungen rund um das TV-Programm. Sie ist Betreiber von www.rtv.de, www.tvv.de und mit über 200 Kunden europaweit führend im Bereich der Medienlösungen rund um TV-Programm-Content. Mit rtv - Deutschlands größtem Wochentitel - mit rund 11 Millionen Lesern und aktuell knapp 8,6 Millionen Auflage (IVW I/2013) - blickt die rtv media group auf 50 Jahre Erfahrung in der Programminformation zurück. 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, Magazinformate wie das Mittagmagazin Punkt 12 und das Star-Magazin RTL Exclusiv, 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 bis 49: bis zu 22,6 %), die TV-Romanze Bauer sucht Frau mit bis zu 7,33 Millionen Zuschauern (MA 14 bis 49: bis zu 24,9 %) und das preisgekrönte Real-Life-Format Rach, der Restauranttester mit bis zu 6,93 Millionen Zuschauern (MA 14 bis 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 Morreack sahen im März 12,28 Millionen Zuschauer, 53,4 Prozent waren beim jungen Publikum (14 bis 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, ?Exklusiv ? 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.