RTL interactive erweitert Musikgeschäft um Labelaktivitäten

RTL interactive erweitert Musikgeschäft um Labelaktivitäten

Früherer EMI Manager Uli Mücke verstärkt Musikteam
Die Mediengruppe RTL Deutschland baut ihr Engagement im Bereich Musik-Entertainment aus. Zukünftig werden durch das Tochterunternehmen RTL interactive unter dem Label "MUSIC FOR MILLIONS" Musiklabelaktivitäten etabliert, um mit Partnern aus dem Musiksegment gemeinsam am Markt zu agieren. Verstärkung erhält der Bereich Licensing von RTL interactive hierbei durch den früheren EMI-Manager und Musikexperten Uli Mücke, der das Labelgeschäft federführend vorantreiben soll. Mücke, der als externer Berater mitwirkt, war zuletzt bei EMI als Vice President New Music Germany, Switzerland, Austria tätig.
Zusätzlich wird der frühere Geschäftsführer von NORDDEICH TV, Rainer Noseck, an der Seite von Uli Mücke das Licensing Team unter Annette Kunze bei den Labelaktivitäten beraten und gemeinsam mit ihm an neuen Musik-Tools und -formaten arbeiten.
Marc Schröder, Geschäftsführer von RTL interactive: "Mit dem Start von "MUSIC FOR MILLIONS" bieten wir den Partnern der Musikindustrie eine perfekte Plattform für die Promotion von Künstlern und ihren Veröffentlichungen. Der Ausbau unserer Musikaktivitäten schafft zudem Zusatzerlöse unabhängig vom Werbemarkt und bietet interessante Synergien mit den Angeboten und Programmen der Mediengruppe RTL Deutschland. Wir freuen uns sehr, dass uns dabei Uli Mücke mit seinem großen Know-how und hervorragenden Kontakten in der Branche zur Seite steht. Durch die Unterstützung von Rainer Noseck können wir zusätzlich von den Erfahrungen eines erfolgreichen TV-Managers profitieren."
Musik- und Eventkooperationen sind bereits seit Jahren fester Bestandteil im Portfolio des RTL interactive Licensing Teams. Das Unternehmen der Mediengruppe RTL Deutschland ist ein wichtiger Partner für die Musikunternehmen im Bereich Tonträger- und Konzert-Promotion, Musikrechteverwertung, Live-Entertainment, Lizenzierungen für Compilations und bei Formatauswertungen. Der Musikbereich bei RTL interactive Licensing verantwortet die Musikkooperationen für die Sender RTL, VOX, n-tv und RTL NITRO. Auch das 2011 gestartete Ticketing-Angebot RTL Tickets ist dort angesiedelt.
Zum Themenspektrum Musik produziert die Mediengruppe RTL Deutschland bereits seit vielen Jahren zahlreiche reichweitenstarke TV-Shows wie "Deutschland sucht den Superstar", "Das Supertalent", "Die Ultimative Chartshow", "100%", "Let's Dance" oder "X Factor". Seit 1993 wertet der Musikverlag i2i die Verlagsrechte der Mediengruppe RTL Deutschland aus.
Um die Musikwertschöpfungskette gemeinsam mit Partnern zu nutzen hat RTL interactive 2011 das Online-Ticketangebot RTL Tickets gestartet. Im gleichen Jahr ging das Musikvideoangebot Clipfish MUSIC bei Clipfish.de an den Start. Zudem wurden 2012 sowohl der Smart-TV-Channel Clipfish MUSIC für internetfähige Smart TV-Geräte auf Basis des Standards HbbTV gelauncht als auch dooloop.tv als neues Social-Musik-TV, das über eine Verknüpfung mit Facebook automatische Playlists von Bands und Artists ermöglicht.

RTL TELEVISION GMBH
Picassoplatz 1
50679 Köln
Deutschland
Telefon: 0221 / 4567 - 0
Mail: pressezentrum@rtl.de
URL: http://www.rtl-television.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=541451" width="1" height="1">

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 Mittagsmagazin ?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 Bülent 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 ? 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 ? 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 ? 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.