

RTL will mit globalen Plattformen auf Augenhöhe konkurrieren

Durch die Sky-Übernahme wird die Bertelsmann-Sendergruppe zum drittgrößten Pay-TV-Anbieter in Deutschland

geschrieben von Helmut Hartung

Seit dem 1. Juni gehört der Abo-Sender Sky Deutschland zur RTL-Gruppe. Die EU-Kommission hatte am 22. April die Übernahme des Senders, der neben Deutschland auch in Österreich und der Schweiz verbreitet wird, ohne Auflagen genehmigt. Sky betrieb eigene Sender und diente anderen Anbietern als Plattform. Für den Erwerb hat RTL an Comcast nur 68 Millionen Euro gezahlt.

Ursprünglich war von 150 Millionen Euro die Rede. Der Bertelsmann-Sender erklärte das mit »marktüblichen Anpassungen des Nettoumlaufvermögens sowie schuldähnlicher Positionen, entsprechend der bargeld- und schuldenfreien Struktur der Transaktion«. Da die Zahlung an die Kursentwicklung der Aktie der RTL Group gekoppelt ist, kann sich der Kaufpreis durch die vereinbarte sogenannte »Earn-Out-Komponente« bis zu 377 Millionen Euro erhöhen.

Sky verzeichnete im vergangenen Jahr einen Marktanteil von 2,3 Prozent, die RTL Group erreichte mit ihren linearen Sendern 17,2 Prozent der Zuschauer. Bei den zahlenden Kunden ist der Abstand nicht ganz so groß. Nachdem es jahrelang ein Geheimnis war, wurde im Zusammenhang mit der Transaktion öffentlich, dass Sky und Wow (das Streaming-Angebot von Sky) 5,1 Millionen zahlende Bezieher des Angebots haben und RTL+ 6,1 Millionen. Zusammen könnte man – gemessen an diesen Zahlen – Disney+ überrunden und zum drittgrößten Streaminganbieter in den drei deutschsprachigen Ländern aufsteigen. Netflix hat jedoch mehr zahlende Nutzerinnen und Nutzer. Spitzenreiter ist Prime Video von Amazon mit 18 Millionen Abonnenten. Mit Sky erwirbt RTL auch alle Sportrechte. Zweifelhaft ist jedoch, ob RTL auf Dauer zwei verschiedene Produkte im Pay-Markt anbieten wird.

Thomas Rabe, CEO der RTL Group, sagt: »Wir begrüßen die Genehmigung des Erwerbs von Sky Deutschland durch die Europäische Kommission. Dies stellt einen bedeutenden Meilenstein für die RTL Group dar und wird die Wettbewerbsfähigkeit europäischer Medienunternehmen stärken. Durch den Zusammenschluss von RTL und Sky Deutschland werden wir unsere Möglichkeiten verbessern, in Deutschland und ganz Europa in Inhalte, Technologie und Talente zu investieren. Die RTL Group ist überzeugt, dass inländische Zusammenschlüsse notwendig sind, um langfristig mit globalen Plattformen konkurrieren zu können.«

Stephan Schmitter, CEO von RTL Deutschland, wird das zusammengeführte Unternehmen nach Abschluss der Transaktion leiten. Er sagt: »Die Genehmigung des Erwerbs von Sky Deutschland sendet ein starkes Signal für die Zukunft des deutschsprachigen Medienmarktes. Mit mehr als zwölf Millionen Abonnenten sind wir gut aufgestellt, um den ständigen Wandel des Videomarktes aktiv zu gestalten. Unser Ziel ist es, dem Publikum über alle Kanäle hinweg ein innovatives und überzeugendes lokales Angebot zu bieten – von unabhängigen Nachrichten über Premium-Unterhaltung bis hin zu Live-Sport.« Die Transaktion soll innerhalb von drei Jahren jährliche Einsparungen in Höhe von 250 Millionen Euro generieren, wobei es sich überwiegend um Kostensynergien in allen Bereichen handelt.

Sky-Übernahme - Ende einer Ära

Mit der Übernahme von Sky durch RTL endet eine 35-jährige Ära, in der zahlreiche Gesellschafter bei Deutschlands erstem Abo-Sender regierten, der aber immer ein eigenes Inhaltsangebot kreierte. Die Gründung geht auf eine Idee des ehemaligen Haupteigentümers von Sat.1 und ProSieben, Leo Kirch, zurück. Die Kirch-Gruppe (25%), die UFA (37,5%) und Canal Plus (37,5%) gründeten 1990 das Pay-TV-Unternehmen Premiere. 1995 orderte Kirch bei Nokia 1 Million Exemplare des Decoders »d-

box«. Ein Jahr später stellte der Bayerische Medienmogul seinen digitalen Pay-TV-Sender DF1 vor, der unabhängig von Premiere agieren sollte, und kaufte für 3,4 Milliarden Mark die Senderechte für die Fußball-Weltmeisterschaften 2002 und 2006. 1996 startete DF1 die ersten digitalen Programme in Deutschland beim Formel-1-Grand-Prix in Hockenheim. 1999 verkaufte die CLT-UFA für ca. 800 Millionen Euro 45 Prozent der Anteile von Premiere an den Kirch-Konzern, der nun 95 Prozent aller Anteile besaß. Wenige Monate später fusionierten beide Pay-TV-Anbieter. Ab 2000 übertrug Premiere auch die Fußball-Bundesliga-Spiele und der Betriebsverlust addierte sich auf fast zwei Milliarden Euro. 2002 stellte die Premiere-Muttergesellschaft KirchPayTV Insolvenzantrag. 2003 übernahm das Private-Equity-Unternehmen Permira die Mehrheit der Anteile. 2008 wurde Rupert Murdochs Firma News Corporation, später BSkyB, größter Einzelaktionär von Premiere und ab 2009 hieß Premiere »Sky«. 2014 kaufte British Sky Broadcasting (heute: Sky plc) für 3,7 Milliarden Euro die Anteile Murdochs. BSkyB, und damit auch Sky Deutschland, stand im Jahre 2018 zum Verkauf. Neuer Eigentümer wurde die US-amerikanische Comcast Corporation, der größte Kabelanbieter und zweitgrößte Internet-Provider in den USA, der bereits NBC Universal und DreamWorks Animation übernommen hatte. Comcast zahlte im September 2018 umgerechnet gut 33 Milliarden Euro für BSkyB. Seit 2022 stand Sky Deutschland erneut zum Verkauf. Die hochdotierten Fußballrechte hatten inzwischen die Konkurrenten erworben.

Sportübertragungen als profitables Geschäftsmodell

Sky ist mit Fußball und Formel 1 gewachsen und hat sich als Sportsender einen Namen gemacht. Davon will jetzt auch RTL profitieren. Rund 80 Prozent der Abonnentinnen und Abonnenten gelten als Sportkunden. Die RTL-Gruppe hatte bereits in den letzten Jahren ihr Sportangebot ausgebaut. So zeigt sie unter anderem die Spitzenspiele der 2. Bundesliga am Samstagabend und Live-Spiele der deutschen Fußball-Nationalmannschaft. Nach Aussage von Stephan Schmitter würden künftig »mehr Spiele der 1. und 2. Bundesliga als jemals zuvor im Free-TV bei RTL« ausgestrahlt. Jeder Fußballbegeisterte solle die Chance haben, ein attraktives Spiel zu sehen, sagte er der dpa. »Wir werden versuchen, aus dem Rechtepakete das Maximum für die Fans herauszuholen.« Laut Schmitter hat Sky gegenwärtig die Übertragungsrechte an allen 63 Spielen des DFB-Pokals. »Wir planen, dass diese Spiele zukünftig auch auf RTL+ zu sehen sind. Damit kann auch ein Abonnent den kompletten DFB-Pokal verfolgen. So erreichen wir auch unser Publikum in kleineren Städten und Orten, wo ein DFB-Pokalspiel ein ganz besonderes Highlight ist«, sagt der RTL-CEO. Künftig sollen die Europa-League-Spiele auch auf Sky laufen. So könnte der Donnerstag nach den Vorstellungen von RTL »zu einem Fußballtag für alle werden«. Nach Informationen der WirtschaftsWoche liegen die Rechte an der Europa League und der Conference League nur noch bis 2027 bei der RTL-Gruppe. Stattdessen kann der Kölner Sender in den vier Spielzeiten von 2026/27 bis 2029/30 15 Spiele des DFB-Pokals im Free-TV präsentieren.

Unterschiedliche Strategien der beiden privaten TV-Gruppen

Ein anderer Weg zeichnet sich bei der zweitgrößten privaten TV-Gruppe, ProSiebenSat.1, ab. Im vergangenen Jahr übernahm der italienische Medienkonzern MFE (MediaForEurope), der von der Familie Berlusconi geführt wird, die Mehrheit an diesem Konzern und hält mittlerweile über 75 Prozent der Anteile. Der neue Eigentümer plant einen harten Sparkurs. Der Fokus soll verstärkt auf das klassische Kerngeschäft bestehend aus Fernsehen und der Streaming-Plattform Joyn gelegt werden, während Randaktivitäten verkauft werden. In einem Interview mit dem Handelsblatt sagte der neue Vorstandsvorsitzende Marco Giordani: »Wir haben zwar auch ein Abogeschäft, aber wir konzentrieren uns stärker auf den Ausbau unserer eigenen Reichweite und die zusätzliche Verbreitung unserer Inhalte auf Plattformen wie YouTube oder TikTok. Künftig werden wir also weniger konkurrieren, als es in der Vergangenheit der Fall war«, so Giordani. Auf die Frage nach möglichen Übernahmekandidaten, die für ProSiebenSat.1 interessant sein könnten, antwortete Giordani: »Im deutschsprachigen Raum sind wir stark genug aufgestellt, wir brauchen hier kein weiteres Unternehmen. Die Synergien zwischen zwei Playern im gleichen Markt sind aus meiner

Sicht nicht groß genug.« Für MFE seien aber andere europäische Player, z. B. in Frankreich, interessant.

Damit beschreiten beide Gruppen konträre Wege, um angesichts der Übermacht amerikanischer Medienplattformen zu bestehen und weiter Gewinn zu erwirtschaften. Bertelsmann baut durch Übernahmen RTL aus und versucht durch eigene Kompetenzen und Inhalte auf Augenhöhe mit Netflix und Amazon zu kommen. Der italienische Konzern MFE ist dabei, eine paneuropäische Sendergruppe zu formen, in der Hoffnung, so preiswerter zu produzieren und Formate mehrfach zu verwenden. Ob das reicht, um den Einfluss der globalen Plattformen zu verringern, wird sich zeigen.

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 7-8/2026](#)