



Tržište

RTL Televizija je hrvatska komercijalna televizija i dio RTL Grupe. RTL Grupa vodeća je paneuropska TV i radijska grupa koju čini 45 televizijskih kanala i 31 radiopostaja u 11 zemalja. U proizvodnji sadržaja i pravima, RTL Grupa globalni je produkcijski lider s godišnjom proizvodnjom od 300 programa te više od 10.000 sati sadržaja proizvedenih u 57 zemalja. Uz to, RTL Grupa najveća je distribucijska kuća izvan SAD-a, s pravima na više od 19.000 programskih sati za 150 zemalja diljem svijeta.

RTL Televizija je u 74-postotnom vlasništvu RTL Grupe, a ostatak je u privatnom vlasništvu. Signal RTL Televizije obuhvaća 98,5% teritorija Republike Hrvatske.

Dostignuća

Strategija tvrtke, od dolaska na hrvatsko tržište, temelji se na stvaranju domaće televizijske kuće koja će zabavljati cijelu obitelj. Ciljana dobna skupina gledatelja od 18 do 49 godina od samog početka emitiranja prepoznala je kvalitetu programa koju nudi RTL Televizija. Već nakon druge godine prikazivanja, RTL Televizija, najmlađa hrvatska komercijalna televizija, postigla je iznimne rezultate. Postavši tržišni lider, polučila je i odlične financijske rezultate. Godine 2007. RTL Televizija, odnosno njezin vizualni identitet Aqua, osvojio je zlato na prestižnom natjecanju Promax/BDA održanom u New Yorku.

Također, i mnoge domaće nagrade za kvalitetu programa dodijeljene su RTL Televiziji. Voditelji, zaštitna lica RTL Televizije, nominirani su i nagrađeni kao najbolji i najtraženiji u svojoj profesiji, prema izboru gledatelja i klijenata.

Kreiranjem prepoznatljivih brandova RTL Televizija privukla je mnoge pouzdane i do danas privržene klijente. U 2009. godini RTL Televizija je proslavila pet godina od svoga osnutka te je dobila i novi korporativni identitet.

Povijest

Priča počinje 2003. godine kada je Hrvatski sabor odlučio privatizirati HTV3, jedan od triju javnih



programa. RTL Grupa je na raspisanom javnom natjecanju dobila koncesiju te je 30. travnja 2004. RTL Televizija počela s emitiranjem programa. RTL Televizija od samoga se početka usredotočila na dosljednu programsku politiku i programe koje gledatelji vole. Popularnost i gledanost stekla je, među ostalim, prikazujući prva u Hrvatskoj reality show, najpopularniji svjetski TV format, Big Brother. Prva hrvatska sapunica „Zabranjena ljubav“ također je prikazana na RTL Televiziji.

RTL Televizija iz godine u godinu vrlo blisko suraduje s najboljim kreativnim agencijama i domaćim producenčkim kućama, potvrđujući osobitost sadržaja koje nudi svojim gledateljima.

Godine 2006. RTL Televizija, u suradnji s Večernjim

listom, osnovala je udrugu RTL pomaže djeci. Udruga djeluje kao dobrotvorni fond i tijekom cijele godine podupire razne projekte namijenjene djeci u Hrvatskoj.

Proizvod

RTL Televizija je medij prisutan u svim domovima građana Republike Hrvatske. Ima visokokvalitetnu programsku politiku te je kombinacijom domaće produkcije, licenciranih filmova i serija, kao i najtočnijim informativnim programom iznimno popularna u relevantnoj ciljanoj skupini od 18 do 49 godina. Nadahnuće za kreiranje programa traži se u gledateljima. Tako je već 2006. godine program RTL Televizije s 28,6% gledanosti postao najgledaniji u Hrvatskoj. Nastavljajući sa strategijom zadržavanja uspješnica te promoviranjem novih i razvojem postojećih formata, RTL Televizija nastavlja donositi najveće svjetske hitove svojim gledateljima.

Tijekom 2009. godine gledatelji su samo na RTL Televiziji mogli uživati u najvažnijem sportskom događaju ikada održanom u Hrvatskoj – 21. Svjetskom rukometnom prvenstvu. Pod krilaticom *Vrijeme je za rukomet* RTL Televizija svojim je gledateljima porudila





posebne studijske formate i vrhunsku produkciju u više od 70 sati posvećenih rukometu. O kvaliteti prijenosa govori i broj gledatelja koji su bili uz male ekrane RTL Televizije tijekom finala: 1,8 milijuna gledatelja. RTL Televizija je u domove svojih gledatelja donijela i najutjecajniji i najgledaniji glazbeni show na svijetu, Pop idol, u Hrvatskoj poznat pod nazivom „Hrvatska traži zvijezdu“, show o kojem priča cijela Hrvatska. Tu je svakako i nezaobilazni spektakl „Pobjedi Šou“ s izuzetnim zlatnim rukometnim golmanom Vladom Solom kao glavnim zvijezdom.

Oglašivači su prepoznali kvalitetu sadržaja pa je udio RTL Televizije na oglašivačkom tržištu sve veći.

Uz oglašavanje, RTL Televizija neprestano radi i na razvoju novih formata. Glazbeni CD-i i DVD-i samo su neki od proizvoda koje RTL Televizija plasira na tržište. Godine 2008. uspješno su predstavljani Top Model i Big Brother te 2009. Hrvatska traži zvijezdu mobilni telefoni, koje su gledatelji RTL Televizije iznimno dobro prihvatili.

Nedavni razvoj

Uz ulaganja u zaposlenike, RTL Televizija napravila je velik iskorak u svijet tehnološkog razvika i digitalizacije. Pokretanjem RTL Plus, prvog IPTV programa koji se emitira jedino na T-Comovoj MAXtv tehnološkoj platformi, RTL Televizija je još jednom potvrdila svoju vodeću poziciju kreatora medijskih trendova.

RTL Televizija uvijek nastoji gledateljima pružiti najbolje televizijske sadržaje. Sukladno tome, ulaganje u razvoj i kvalitetu programa oduvijek je bilo od primarnog značaja. S ciljem pružanja što više aktualnih dnevnih informacija, zanimljivih reportaža i sadržaja iz prve ruke i s mjesta događanja, RTL Televizija redovito



izvještava iz svojih dopisničkih centara u Osijeku, Rijeci, Splitu, Zadru i Dubrovniku.

Sva su dopisništva opremljena najsvremenijim kamerama i digitalnim montažama kako bi proizvodnja priloga bila što brža, a slika bolja.

Promocija

RTL Televizija je medijski pokrovitelj mnogobrojnih festivala, kulturnih i glazbenih događanja diljem Hrvatske. Medijskim vezivanjem promovira svoj vizualni i poslovni identitet, ali i vizualni i poslovni identitet svojih partnera, omogućujući im izravnu promociju u domovima gledatelja. RTL Televizija organizira i događanja na kojima predstavlja svoj rad i strategijske smjernice razvoja sadašnjim i budućim klijentima. Djelatnici RTL Televizije sudjeluju u mnogim humanitarnim aktivnostima i tako pomažu onima kojima je pomoć potrebna. Nogometna ekipa RTL Televizije odlazila se na mnoga sportska događanja i pomogla u sakupljanju humanitarnih sredstava za nekoliko osnovnih škola u raznim dijelovima naše zemlje.

Vrijednosti robne marke

RTL Televizija je brand poznat po kreativnosti, inovativnosti i originalnosti te predstavlja simbol kvalitete. Te vrijednosti prepoznali su i klijenti i korisnici. Logo RTL Televizije ujedno je i njen najprepoznatljiviji vizualni identitet. RTL

Televizija se putem udruge RTL pomaže djeci zalaže za razvoj korporativne filantropije u Hrvatskoj. Udruga podupire isključivo projektne organizacije koje rade za dobrobit djece na području Republike Hrvatske: pomoć bolesnoj, nemoćnoj ili siromašnoj

djaci te pomoć u vidu razvoja sigurnog, poticajnog i kreativnog okruženja za rast, razvoj i odgoj djece. Godine 2008. udruga Donacije.info nagradila je RTL Televiziju za najbolji program korporativnog doniranja za 2007. godinu.

www.rtl.hr

JESTE LI ZNALI...

RTL Televizija

- 30. travnja 2004. godine u 18.00 sati Hrvatska je dobila najmlađu TV kuću s nacionalnom koncesijom.
- Najgledanije sučeljavanje predsjedničkih kandidata 2010. godine bilo je upravo na RTL Televiziji.
- Informativni program RTL Televizije pokrenuo je „Vaše vijesti“, rubriku običnih građana koju su potom preuzeli i ostali mediji.
- Baka Slavica, heroína emisije Roberta Knjaza, ima preko 52.000 obožavatelja na Facebooku.
- Finalna utakmica Svjetskog rukometnog prvenstva između Francuske i Hrvatske najgledaniji je program u hrvatskoj TV povijesti s 81,3% SHR-a i 47,5% AMR-a u ciljnoj skupini od 18-49 godina. (Izvor: AGB Nielsen Media Research).

