

RTL Group
Halbjahresbilanz 2023

Agenda

01



Highlights

02



Ergebnisse

03



RTL Deutschland

04



Strategie & Ausblick

01 Highlights



Highlights

- **Streaming:** zahlende Abonnenten +34% auf >6,0 Millionen
- Weiterhin **hohe Investitionen** in Inhalte, Streaming, Tech & Data
 - Deutschland: Verlängerung der Rechte für die Uefa Europa League
 - Internationaler Rollout des Erfolgsformats *Die Verräter*: hohe Zuschauer-Marktanteile in Frankreich und den Niederlanden; Start in Deutschland und Ungarn im zweiten Halbjahr 2023
 - Ungarn: Erwerb der Rechte für die Uefa Champions League
- **Höhere Zuschauer-Marktanteile** in Deutschland; RTL und Vox nun die Nummer 1 und 2 der Privatsender
- **Herausfordernde TV-Werbemärkte** in H1/2023, aber erste Anzeichen für Stabilisierung in H2/2023
- **Ausblick für das Gesamtjahr 2023 angepasst:** Adjusted EBITA von ~950 Mio. €, nach Streaming-Anlaufverlusten von ~200 Mio. €
- **Mittelfristige Wachstumsziele** für Streaming und Fremantle bestätigt



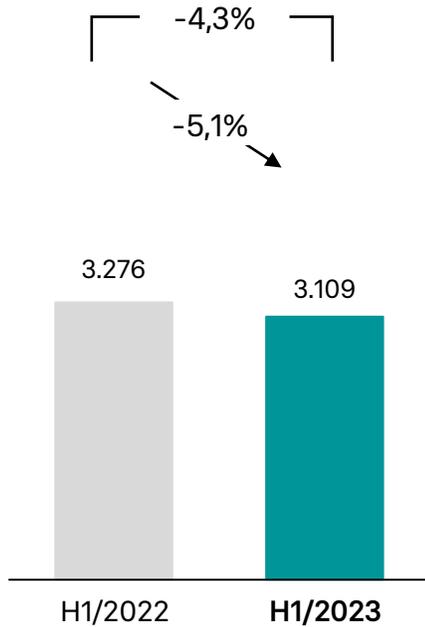
02 Ergebnisse



Finanz-Eckwerte H1/2023

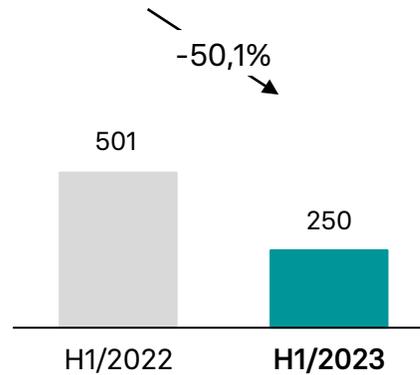
in Mio. €
Organisches
Wachstum/
Rückgang

Veränderung

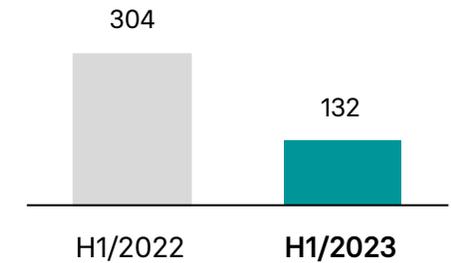


Umsatz

Marge



Adjusted EBITA



Konzernergebnis

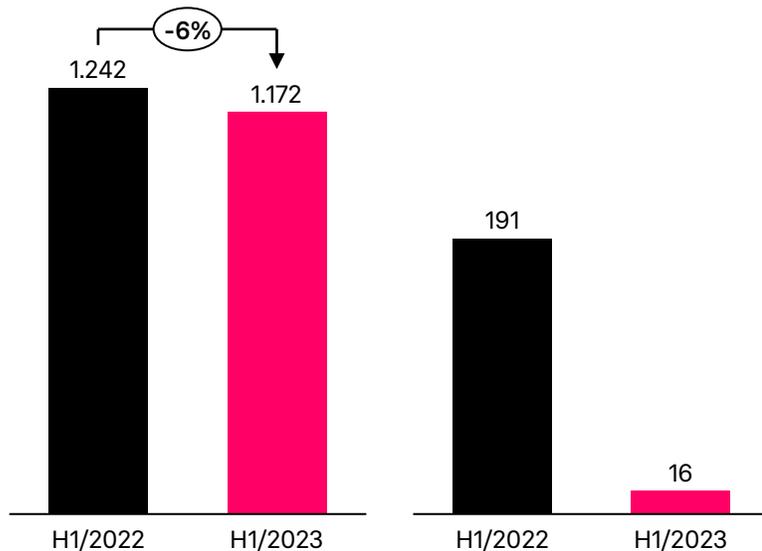
03
RTL Deutschland



Ergebnisse

in Mio. €

1%
Umsatzrendite

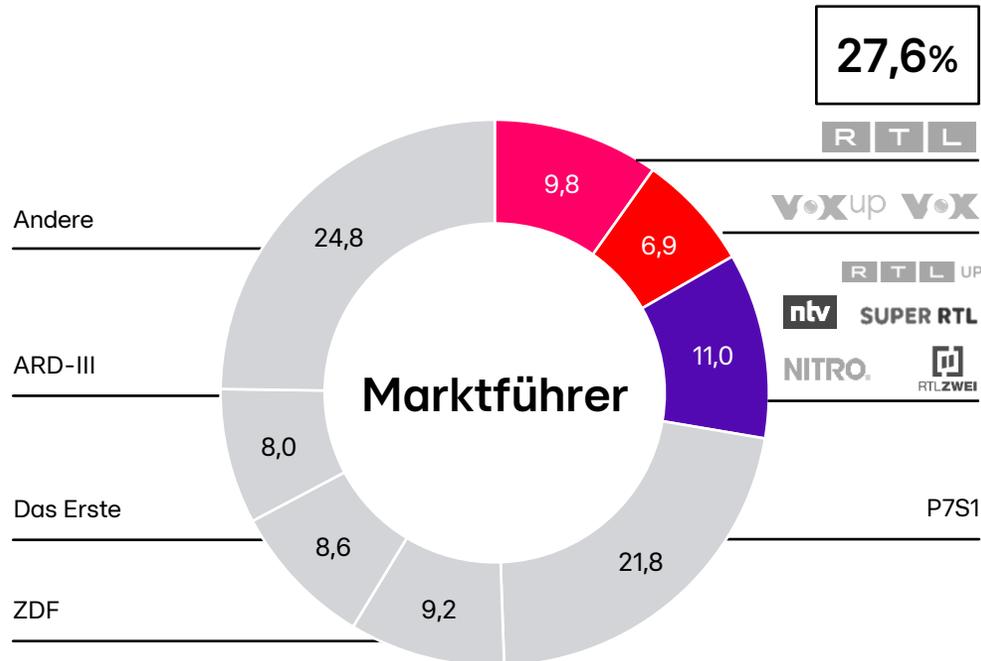


Umsatz

Adjusted EBITA

TV-Senderfamilie

Zuschauer-Marktanteile, in %
14 bis 59, H1/2023



Highlights

RTL+

4,489 Millionen zahlende Abonnenten am 30. Juni 2023: +31% vs. Ende Juni 2022

Start der RTL+ Multimedia-App

RTL VOX

RTL und Vox nun die Nummer 1 und 2 der Privatsender in Deutschland (14 bis 59 und Gesamtpublikum)



Erneuerung der exklusiven Sende- und Streaming-Rechte für die Spielzeiten 2024/25 bis 2026/27

A band performing on stage. The lead singer, a woman with long brown hair wearing a white blazer and black pants, stands at a microphone with her hands raised. To her left, two women in black dresses are singing backup. Behind them, a guitarist and a bassist are visible. The stage is lit with colorful spotlights (red, blue, green, yellow) and a large neon crown graphic hangs above. The audience is seen from behind in the foreground.

04 Strategie & Ausblick

Unveränderte Strategie

Core

Growth

Alliances & partnerships



Transformation
des Portfolios

Kreativität & Unternehmertum

Mitarbeiterinnen & Mitarbeiter

Kommunikation & Marketing

Regulierung

Enabler

Strategie-Update – Alternative Schritte zur Skalierung

Ursprüngliche Konsolidierungsschritte blockiert durch Wettbewerbsbehörden



 	<p>▶ ~250-350 Mio. € Run-Rate-Synergien sollen bis 2026 vollständig realisiert werden</p>
 	<p>▶ ~100-120 Mio. € Run-Rate-Synergien sollen bis 2025 vollständig realisiert werden</p>

 	<p>▶ ~100 Mio. € Run-Rate-Synergien sollen bis 2025 vollständig realisiert werden</p>
---	--



- Portfolio-Analyse abgeschlossen
- Integrationsansatz angepasst
- Synergie-Ziel von ~75 Mio. €

Notwendigkeit zur Skalierung, alternative Schritte definiert



01 Nationale Werbevermarktung; Verwaltung von Abonnenten

02 Internationale Werbevermarktung

03 Werbetechnologie

04 Vertriebspartnerschaften für Streamingdienste

05 Streaming-Technologie

06 Data

07 Gemeinsame Erstellung und Vermarktung von Inhalten

08 Kleinere Konsolidierungsschritte



Treiber/Partner (Beispiele)



Strategie-Update – Core

RTL Deutschland: Neuaufstellung des Publishing-Geschäfts

Fokus auf Kernmarken und Titel



Anteil der verkauften Exemplare pro Jahr (in %)



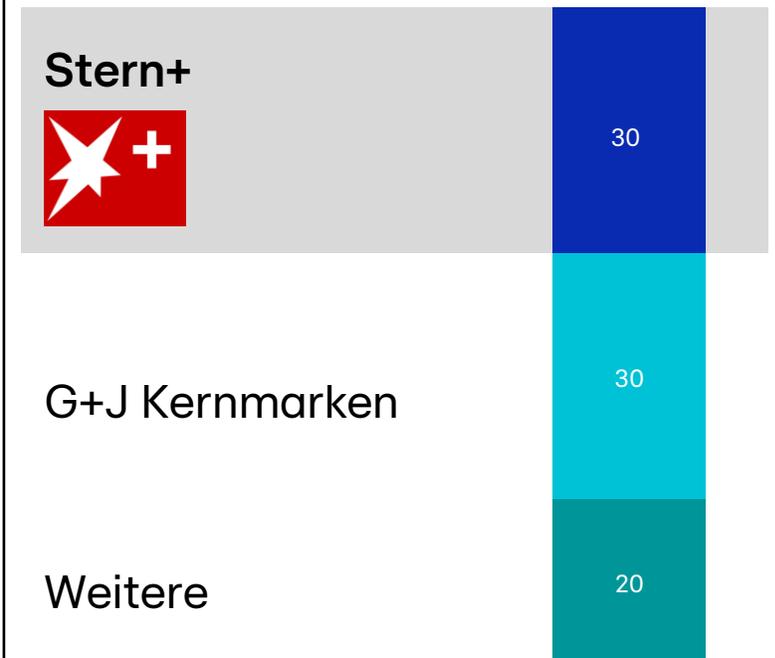
Kostensenkung



- Senkung der Kosten bis 2025 um 70 Mio. €/Jahr (vorwiegend Corporate-Funktionen, Räumlichkeiten, IT)
- Sozialplan unterzeichnet und in der Umsetzung; Abbau von ~700 Vollzeitstellen

Signifikante Investitionen

Investitionen in Mio. €



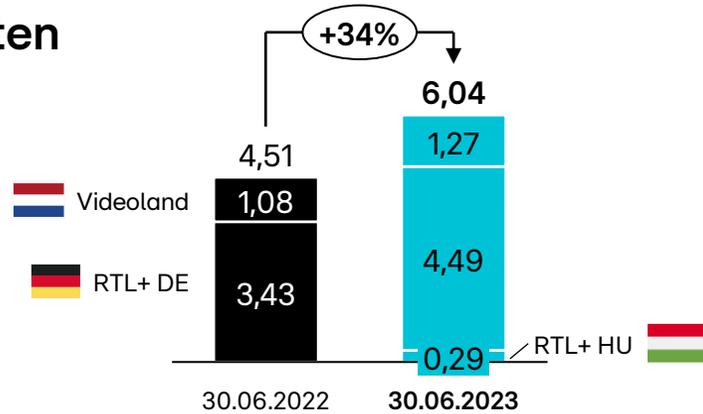
Strategie Update – Growth

Aufbau nationaler Streaming-Champions

RTL + videoland.

Zahlende Abonnenten

in Mio.



Kennzahlen

in Mio. €

Streaming-Umsatz	130	152
Inhalte-Investitionen	124	158
Streaming-Anlaufverluste	74	87

Ziele bis 2026

10 Mio.

Zahlende
Abonnenten

1 Mrd. €

Streaming-
Umsatz

~ 600 Mio. €

Jährliche Inhalte-
Investitionen

Profitabilität

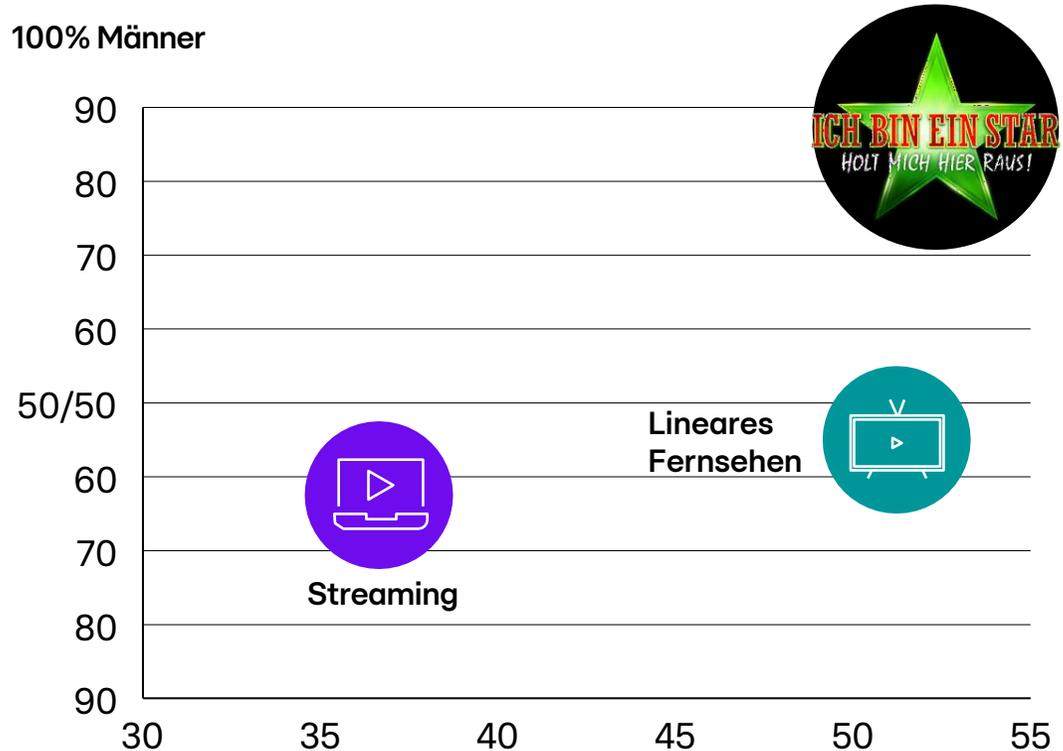
Adjusted
EBITA

Strategie Update – Growth

Streaming und lineares Fernsehen erreichen komplementäre Zielgruppen...

Beispiel: Demografien der Zuschauergruppen im linearen Fernsehen und im Streaming

100% Männer



100% Frauen

Durchschnittsalter

...mit Wettbewerbsvorteilen für die RTL Group

- 01 TV-Sender und Streamingdienst mit einer starken, etablierten Marke RTL
- 02 Erfolgreiche TV-Formate treiben Akquise und Bindung von Streaming-Abonnenten
- 03 Gemeinsamer Erwerb und Nutzung von Inhalten, attraktiver Partner für Kreative und Produzenten
- 04 Cross-Promotion und Werbung auf RTL-Sendern
- 05 Konzern-Synergien (Streaming-Plattform, Werbevermarktung) und Zugang zu Nicht-Videoinhalten (via Bertelsmann)

Strategie Update – Growth

Ausbau des globalen Inhaltegeschäfts

Fremantle

Inhaltebereich	Strategie	Deep dive
Unterhaltung	<ul style="list-style-type: none"> – Stärkung der Position als einer der führenden Produzenten und Vermarkter von Unterhaltungsshows – Investitionen in neue Formate, Ausbau des Kundenstamms mit globalen Streamingdiensten 	<p>Wachstum</p> <p>18 Labels in 12 Ländern für globale und lokale Geschichten</p> <p>2021 31 Dokumentationen</p> <p>2022 52 Dokumentationen</p> <p>2023 80 Dokumentationen</p> <p>Akquisitionen</p> <p>72 Films</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>8 Titel ausgestrahlt Jan 2022 – Juni 2023</p> <p>11 Titel in Produktion</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>4 Titel ausgestrahlt Jan 2022 – Juni 2023</p> <p>7 Titel in Produktion</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>3 Titel ausgestrahlt Jan 2022 – Juni 2023</p> <p>2 Titel in Produktion</p> </div> </div>
Drama & Film	<ul style="list-style-type: none"> – Investitionen in von Gründern geführte Labels für fiktionale Inhalte – Partner der Wahl für kreative Talente 	
Dokumentationen	<ul style="list-style-type: none"> – Ziel: einer der führenden Produzenten für hochwertige Dokumentationen – Ausbau der Produktions-Labels – Prüfung von weiteren Akquisitionen (M&A) – Vielfalt in der Themenauswahl – Strategischer Ausbau der Auftragspartner 	
		<p>Start eines neuen Labels</p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 10px;"> <p>Label für Premium-Dokumentarfilme</p> <p>9 Projekte in der Entwicklung</p> <p>8 Projekte in der Produktion</p> </div> </div>

Ausblick 2023

	2022e	2022	2023e alt	2023e neu
Umsatz	7,3 Mrd. € bis 7,5 Mrd. €	7,2 Mrd. €	7,3 Mrd. € bis 7,4 Mrd. €	~7,0 Mrd. €
Adjusted EBITA	1,05 Mrd. € bis 1,15 Mrd. €	1,08 Mrd. €	1,0 Mrd. € bis 1,05 Mrd. €	~950 Mio. €
Streaming- Anlaufverluste	~-0,25 Mrd. €	0,23 Mrd. €	Knapp unter 0,2 Mrd. €	~200 Mio. €
Adjusted EBITA vor Streaming- Anlaufverlusten	1,3 Mrd. € bis 1,4 Mrd. €	1,3 Mrd. €	1,2 Mrd. € bis 1,25 Mrd. €	~1,15 Mrd. €



8. August 2023



R T L

#RTLresults