



RTL Group  
Halbjahresbilanz 2023



# Agenda

01



Highlights

02



Ergebnisse

03



RTL Deutschland

04



Strategie & Ausblick

# 01 Highlights





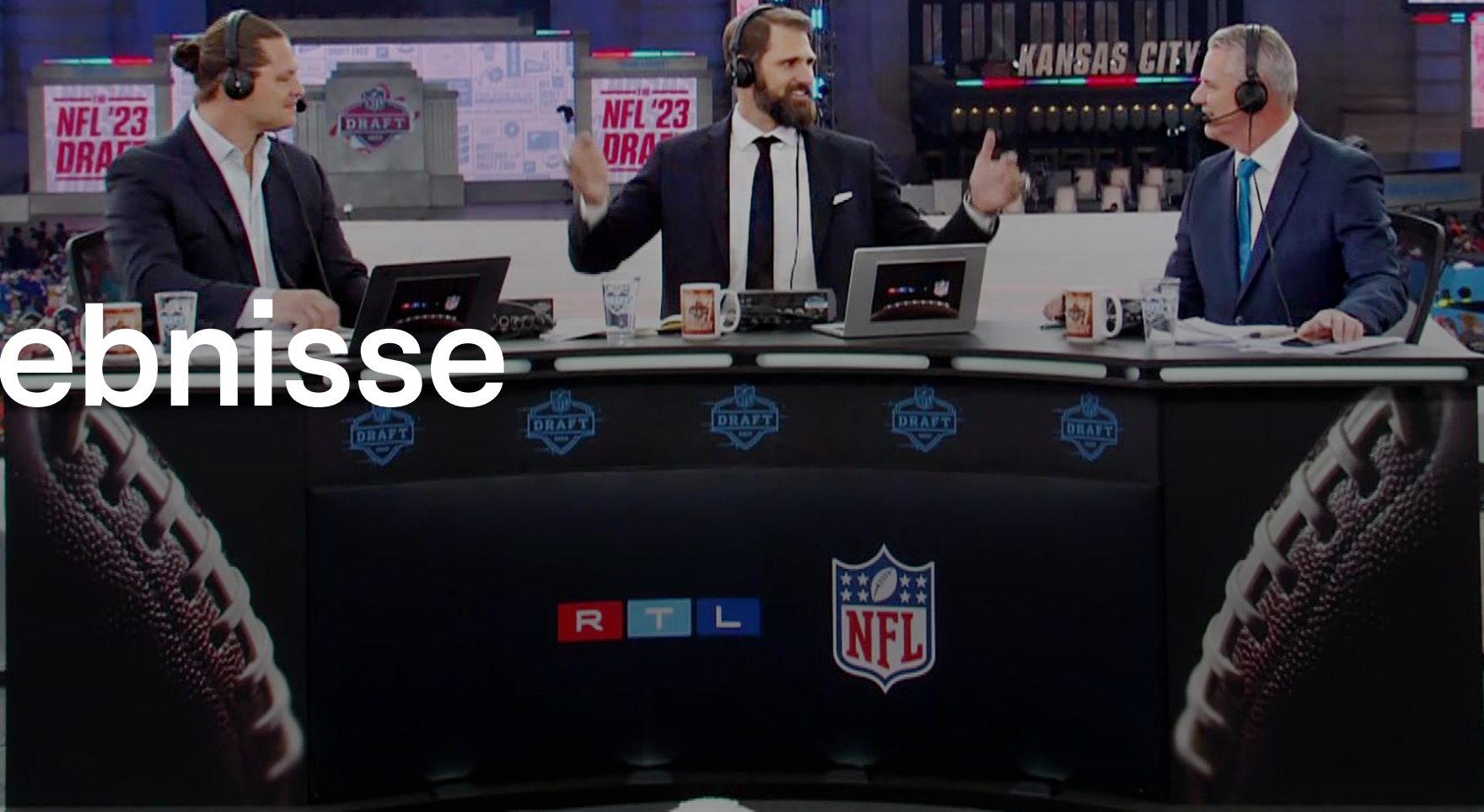
# Highlights

- **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





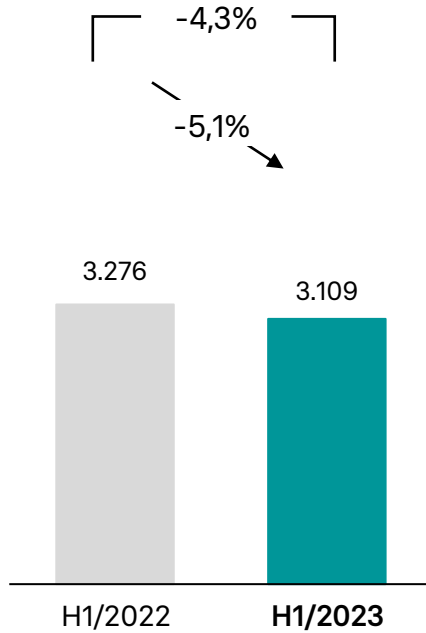
# 02 Ergebnisse



# Finanz-Eckwerte H1/2023

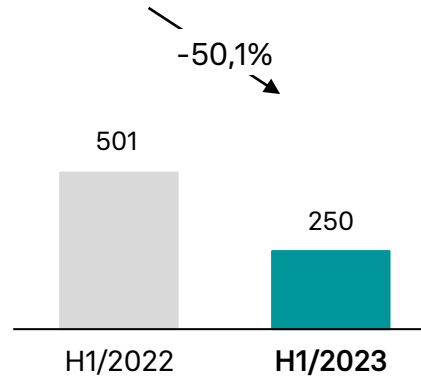
in Mio. €  
Organisches  
Wachstum/  
Rückgang

Veränderung

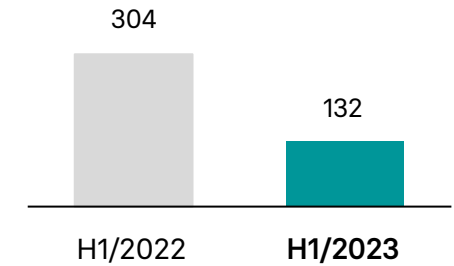


Umsatz

Marge



Adjusted EBITA



Konzernergebnis



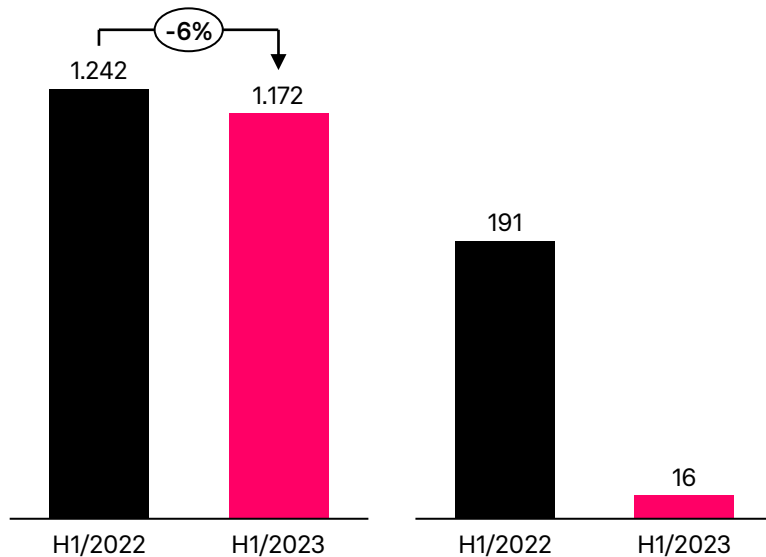
03  
RTL Deutschland



## Ergebnisse

in Mio. €

1%  
Umsatzrendite

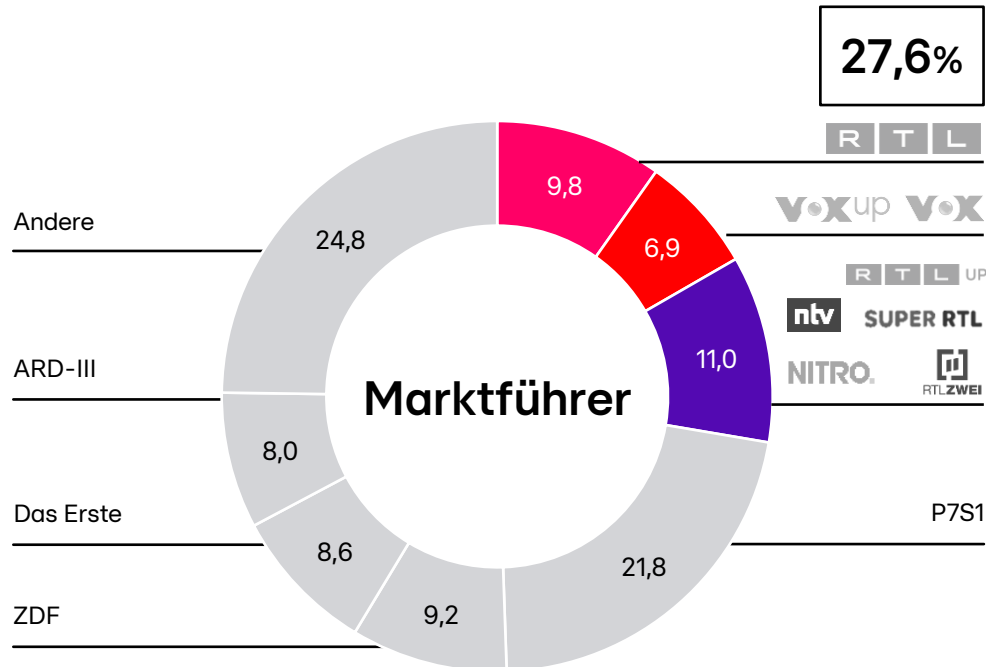


Umsatz

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, is singing into a microphone with her hands raised. To her left are two backup singers in black dresses. Behind them are a guitarist and a bassist. The stage is lit with colorful spotlights (red, blue, green, yellow) and a large neon crown graphic hangs above the band. The audience is visible in the foreground, mostly from the back.

# 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

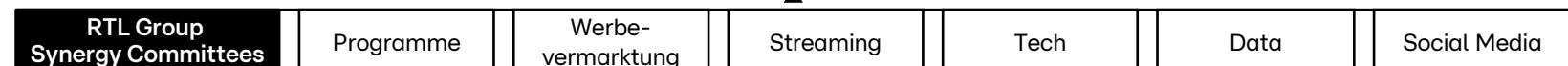
04 Vertriebspartnerschaften für Streamingdienste

05 Streaming-Technologie

06 Data

07 Gemeinsame Erstellung und Vermarktung von Inhalten

08 Kleinere Konsolidierungsschritte



## Treiber/Partner (Beispiele)



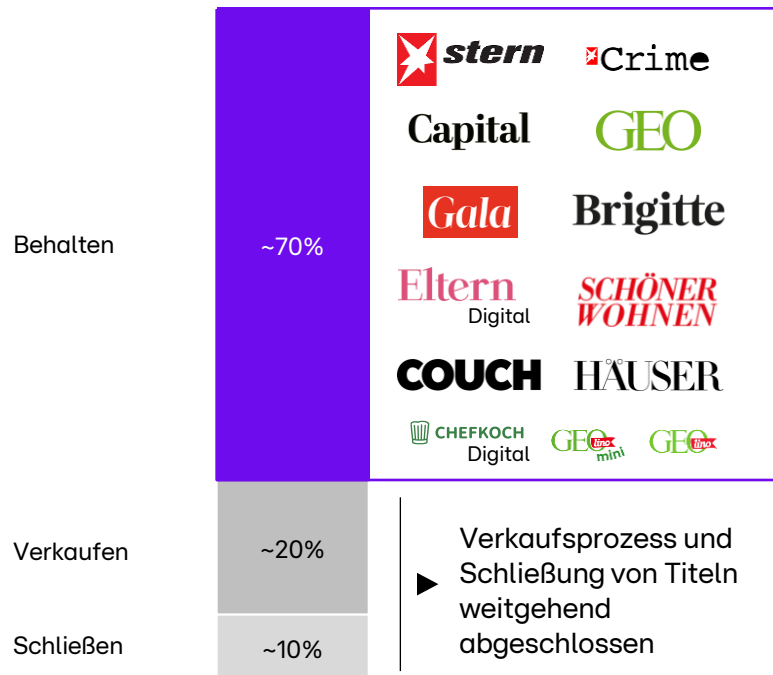
# Strategie-Update – Core

RTL Deutschland: Neuaufstellung des Publishing-Geschäfts

## Fokus auf Kernmarken und Titel



Anteil der verkauften Exemplare pro Jahr (in %)



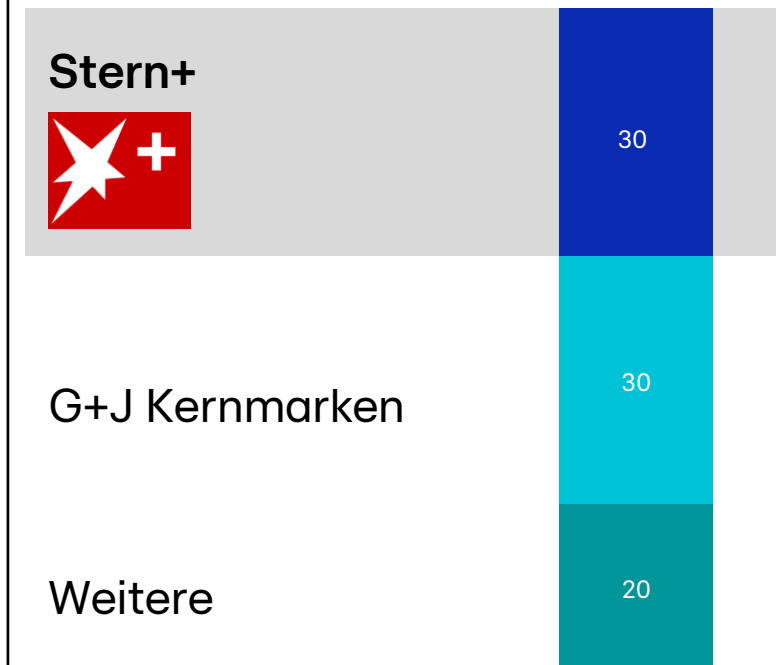
## Kostensenkung



- 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. €





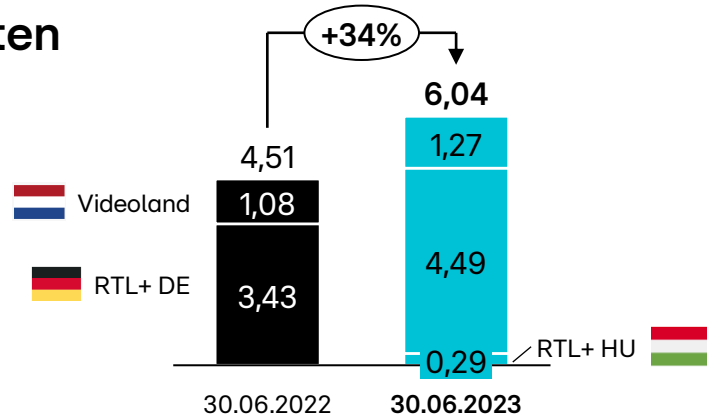
# Strategie Update – Growth

## 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**

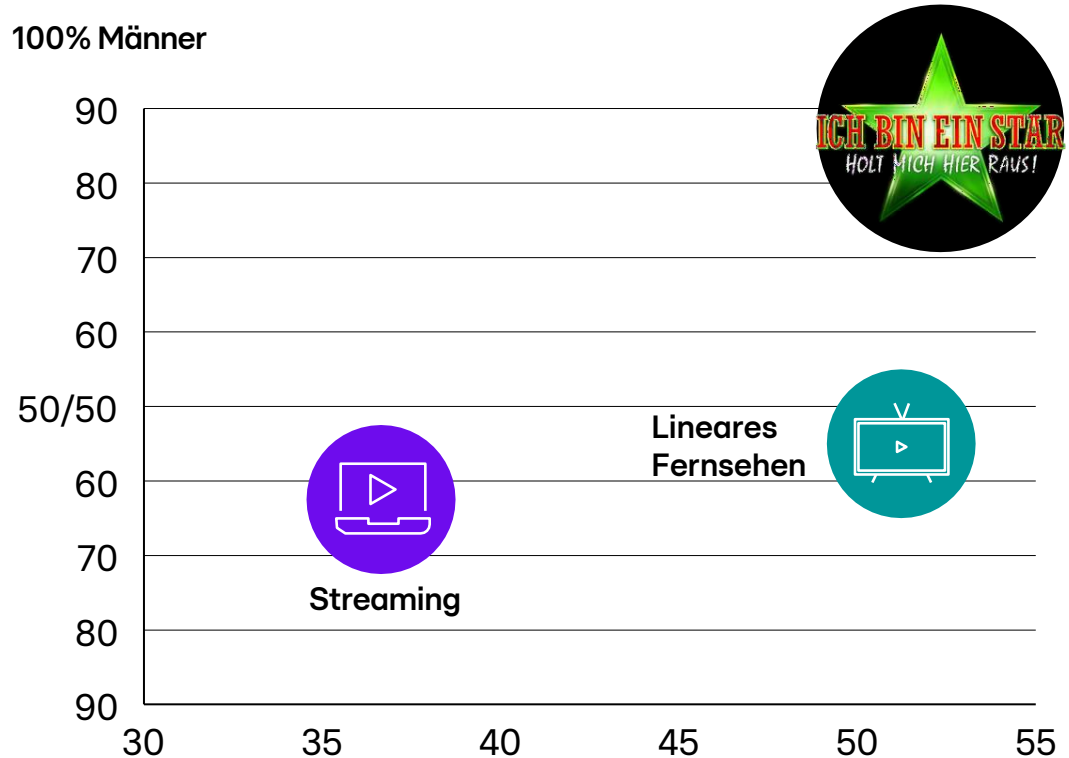
Adjusted  
EBITA

# 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*

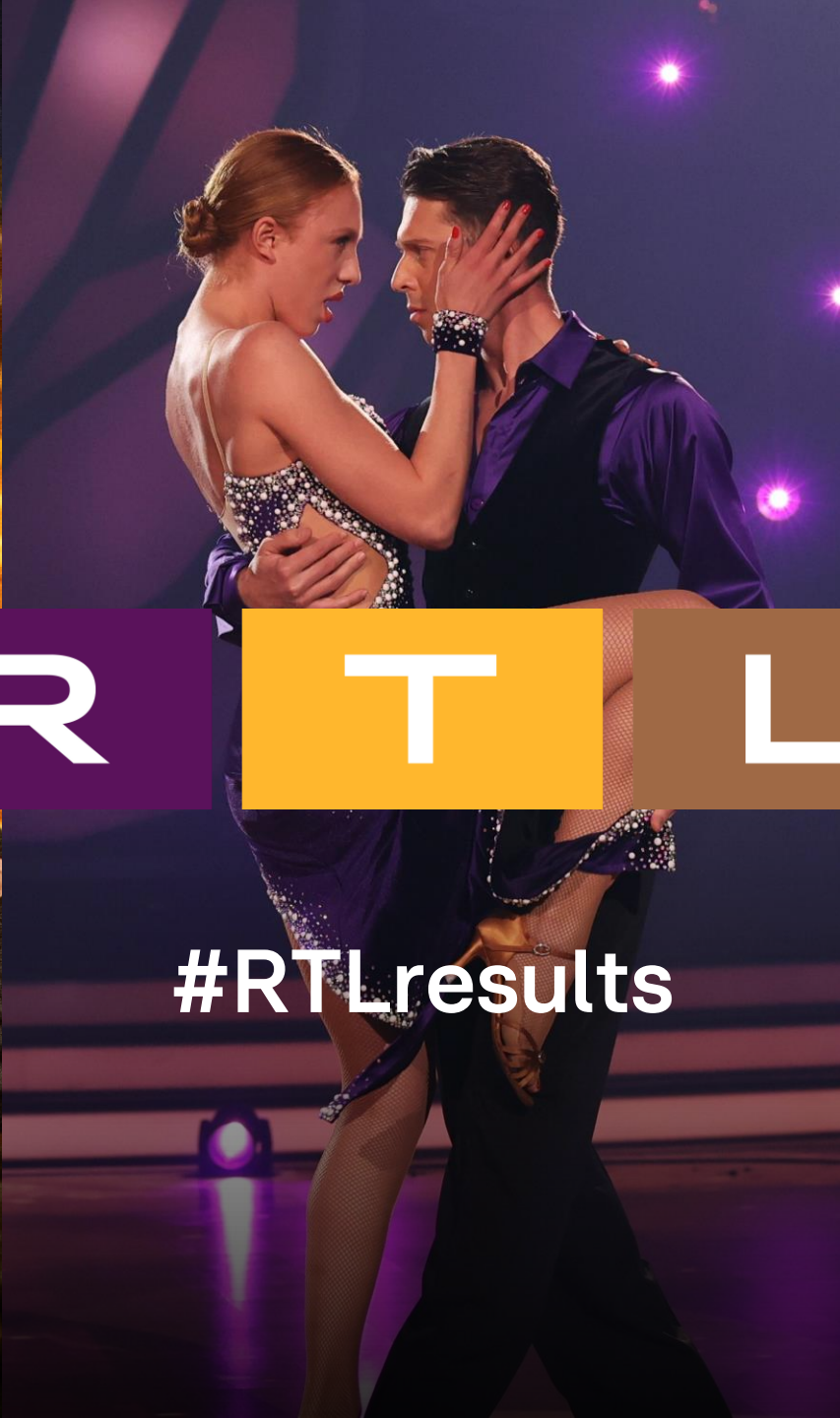
Inhaltebereich	Strategie	Deep dive
Unterhaltung	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Stärkung der Position als einer der führenden Produzenten und Vermarkter von Unterhaltungsshows</li> <li>– Investitionen in neue Formate, Ausbau des Kundenstamms mit globalen Streamingdiensten</li> </ul>	<p><b>Wachstum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

# Ausblick 2023

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







R T L

#RTLresults