

17. März 2022



RTL Group Jahresbilanz 2021

Agenda

01



Highlights

02



Ergebnisse 2021

03



RTL Deutschland

04



Strategie & Ausblick

01 Highlights



Highlights

- Starkes Umsatz- und Gewinnwachstum
 - TV-Werbeumsatz **+16%**
 - Fremantle-Umsatz **+25%**
 - Konzernergebnis auf Rekordniveau
- Streaming: zahlende Abonnenten **+74%** auf mehr als **3,8 Millionen**
- Konsolidierungsmaßnahmen zum Aufbau nationaler Cross-Media-Champions
- Fortschritte beim Fremantle-Boost-Plan
- Portfolio-Management führt zu hohen Veräußerungsgewinnen
- Vorgeschlagene Dividende von 5,00 Euro pro Aktie



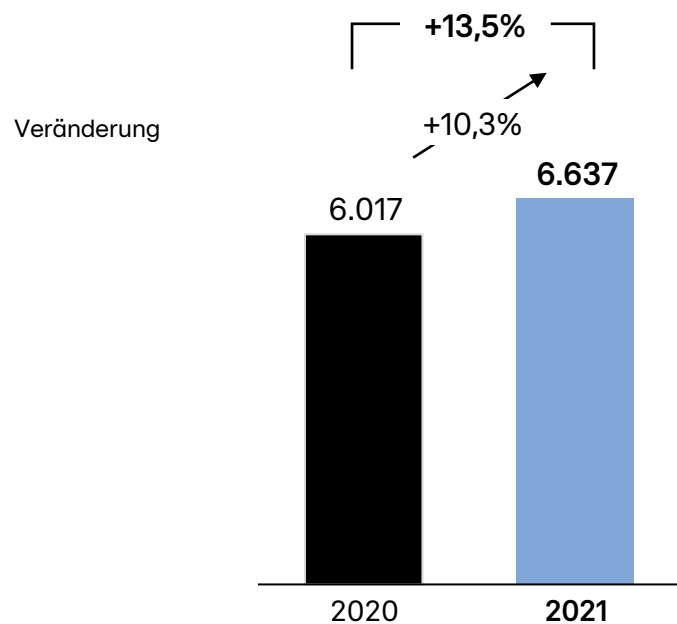
02 Ergebnisse 2021



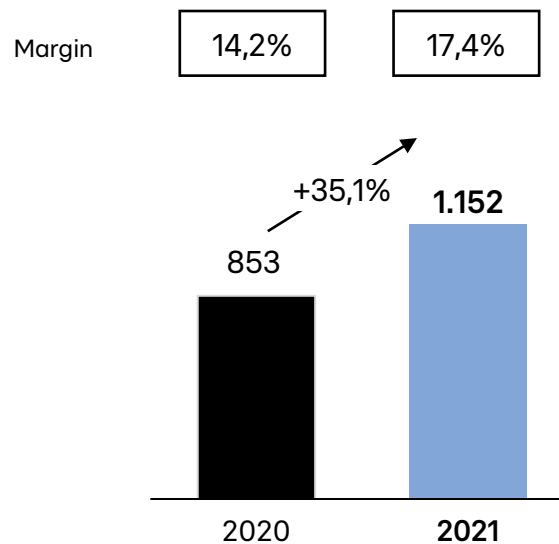
Starkes Wachstum bei Umsatz, Adjusted EBITA und Konzernergebnis

in Mio. €

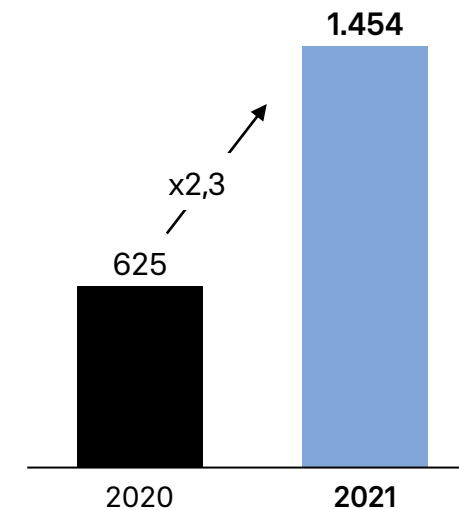
Organisches Wachstum



Umsatz



Adjusted EBITA



Konzernergebnis

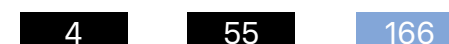
Adjusted EBITA vor Streaming-Anlaufverlusten auf Rekordniveau

in Mio. €

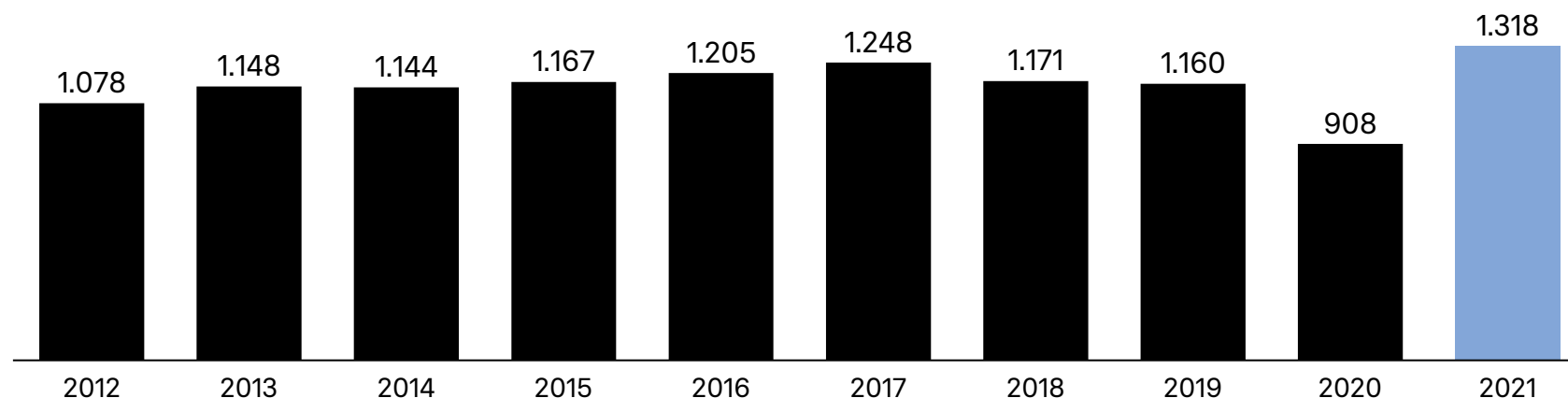
Adjusted EBITA



Streaming-Anlaufverluste



Adjusted EBITA vor Streaming-Anlaufverlusten



Umsatzrendite, bezogen auf Adjusted EBITA vor Streaming-Anlaufverlusten

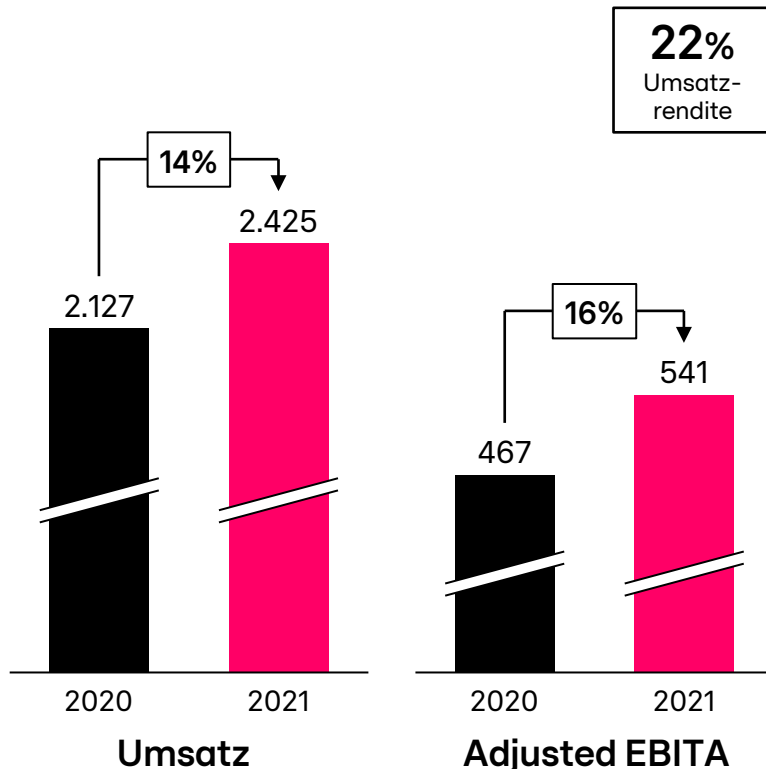


03 RTL Deutschland

RTL Deutschland: Starkes Wachstum von RTL+

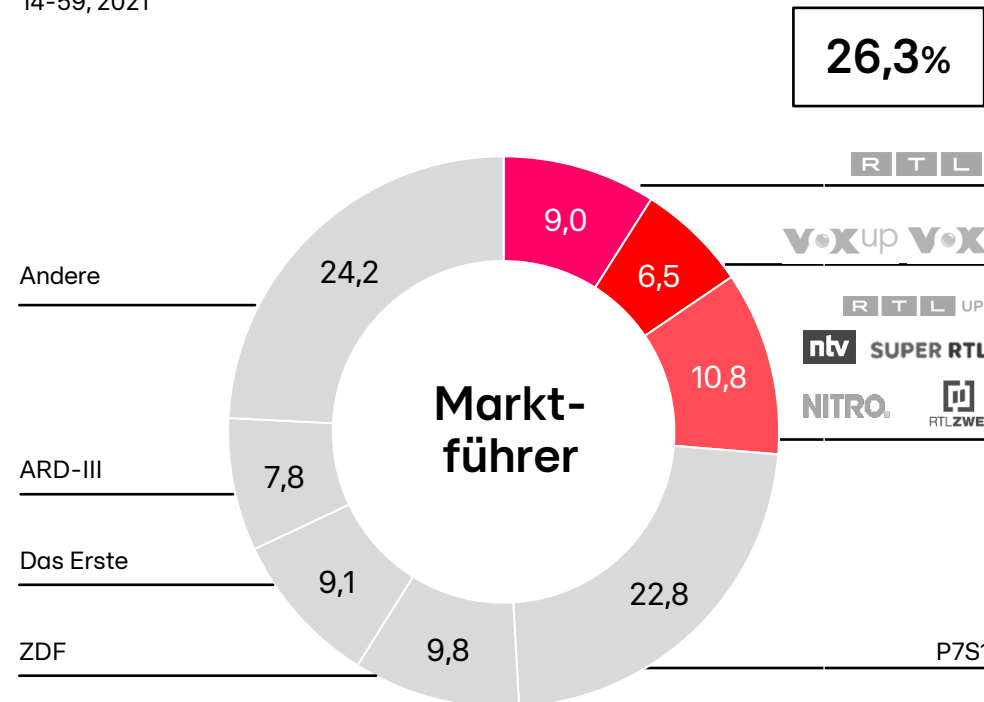
Ergebnisse

in Mio. €



TV-Senderfamilie

Zuschauer-Marktanteile, in %
14-59, 2021



Highlights

RTL+

2,712 Mio. zahlende Abonnenten am 31.12.2021: +111% vs. Ende 2020
Sehdauer: +47% vs. 2020
67 neue Originals in 2021 vs. 37 in 2020

DIREKT

Erfolgreicher Start einer neuen Primetime-Nachrichtensendung

VOX

In vier Monaten unter den Top-3-Privatsendern in der Zielgruppe 14-49 und damit erstmals vor Sat1

SUPER RTL

Vollständige Übernahme von Super RTL am 1. Juli 2021 abgeschlossen

04 Strategie & Ausblick



Unveränderte Strategie

Core



Growth



Alliances & Partnerships



Kreativität & Unternehmertum

Mitarbeiterinnen & Mitarbeiter

Kommunikation & Marketing

Regulierung

Enabler

Strategie-Update – Core

Aufbau von nationalen Cross-Media-Champions

- **Ziel:** Nationale Cross-Media-Champions, die über die Größe und Ressourcen verfügen, um mit globalen Technologieplattformen zu konkurrieren
- **Investitionen:** Höhere Investitionen in exklusive, lokale Inhalte und in den Ausbau der eigenen Streamingdienste
- **Tech & Data:** Entwicklung von Spitzentechnologien für Streaming und personalisierbare TV-Werbung (Addressable TV)

Wertschöpfungspotenzial



▶ **~250-350 Mio. €**
Run-Rate-Synergien sollen bis 2026 vollständig realisiert werden



▶ **~100-120 Mio. €**
Run-Rate-Synergien sollen bis 2025 vollständig realisiert werden



▶ **~100 Mio. €**
Run-Rate-Synergien sollen bis 2026 vollständig realisiert werden

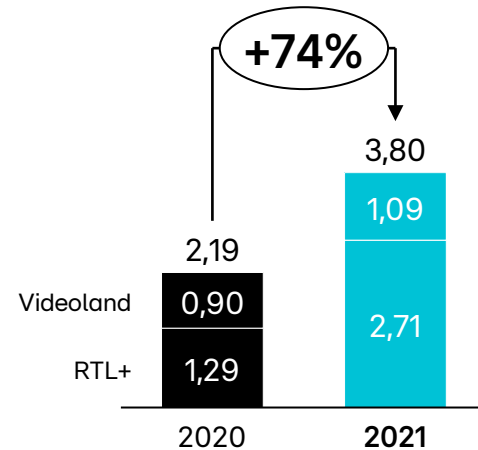
Strategie-Update – Growth

Aufbau nationaler Streaming-Champions

RTL + videoland.

Zahlende Abonnenten

in Mio.



Kennzahlen

in Mio. €

Streaming-Umsatz

170 223

Programminvestitionen

117 209

Streaming-Anlaufverluste

55 166

Ziele bis 2026

10 Mio.

Zahlende Abonnenten

1 Mrd. €

Streaming-Umsatz

~600 Mio. €

Jährliche Inhalte-
investitionen

Profitabilität

Adjusted EBITA

Strategie-Update – Growth

One app, all media. +

Mehr sehen.

- Wachsende Zahl von neuen “RTL+ Originals”
- Mediathek mit mehr als 50.000 Stunden Programm aus allen Genres
- Live-Signal für alle 14 TV-Sender von RTL Deutschland in HD-Qualität

Mehr hören.

- Musik
- Hörbücher
- Podcasts
- Radio



Mehr lesen.

- Digitalausgaben von Premium-Zeitschriften aus dem Portfolio von Gruner + Jahr



Technologie: Personalisierung und Empfehlungs-Algorithmus für cross-mediales Unterhaltungserlebnis

Strategie-Update – Growth

Ausbau des globalen Inhaltegeschäfts *Fremantle*

- **Scripted Drama:** Positionierung als bevorzugter Partner für die globalen Streaming-Dienste; Fremantle produziert heute mehr als 3x so viele nicht-englischsprachige fiktionale Serien und Filme wie die großen US-Studios
- **High-End-Factual:** Neu gegründete Einheit "Global Factual" für die steigende Nachfrage nach Dokumentationen
- **Akquisitionen:** Gezielte Investitionen in Dokumentationen sowie fiktionale Serien und Filme



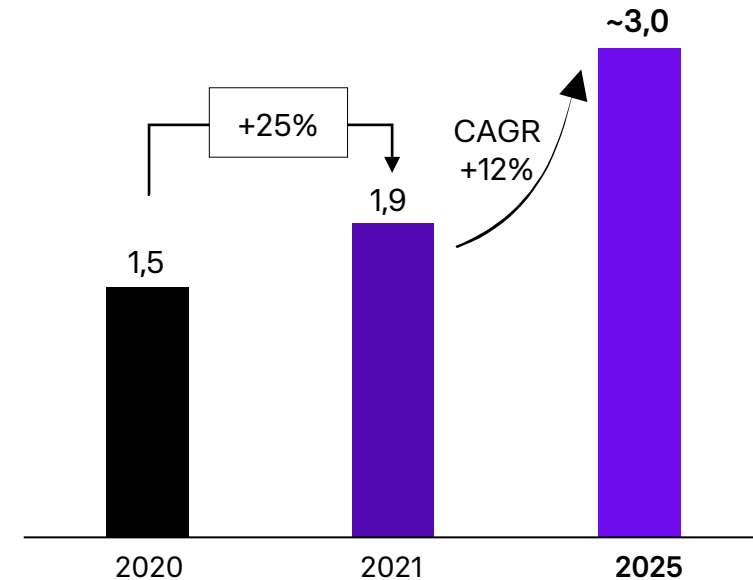
this is nice



Ziel bis 2025 unverändert

Gesamtumsatz von Fremantle

in Mrd. €



Strategie-Update – Portfolioveränderungen

Konsolidierung



- ▶ Verkauf an DPG Media und Groupe Rossel für insgesamt 250 Mio. €



- ▶ Verkauf an Central European Media Enterprises (CME) für 50 Mio. €



- ▶ Erwerb der ausstehenden 50% der Anteile an Super RTL von Disney für 124 Mio. €

Status

Abschluss erwartet
Ende März 2022

Abschluss erwartet
Q2/2022



Portfolio-Management



- ▶ Verkauf an Jam City für 165 Mio. US-\$ in bar



- ▶ Verkauf an Magnite für 640 Mio. US-\$ in bar und 12,37 Mio. Magnite-Aktien

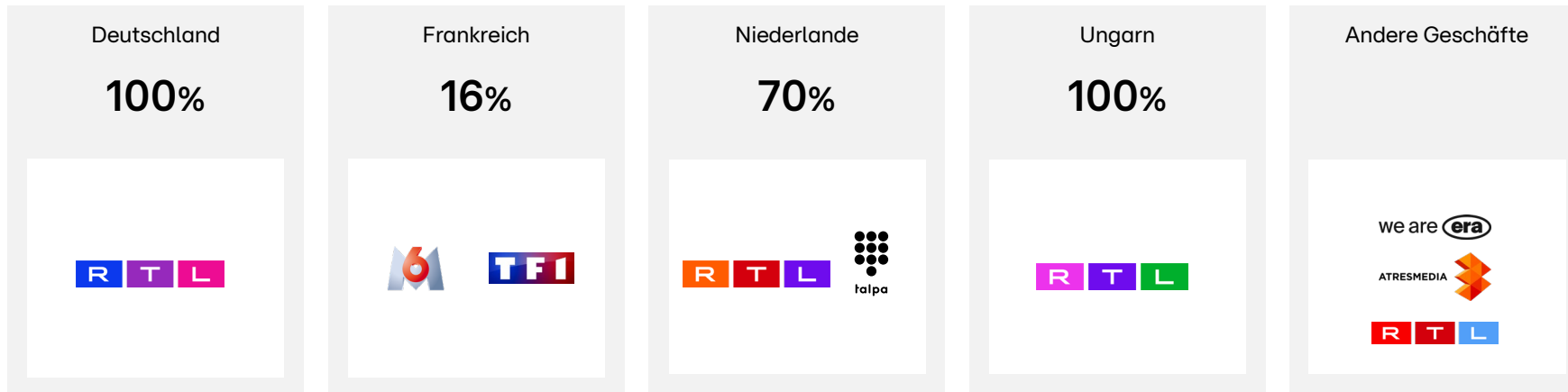


- ▶ Verkauf für 104 Mio. US-\$ in bar, erfolgt als Aktienrückkauf durch VideoAmp

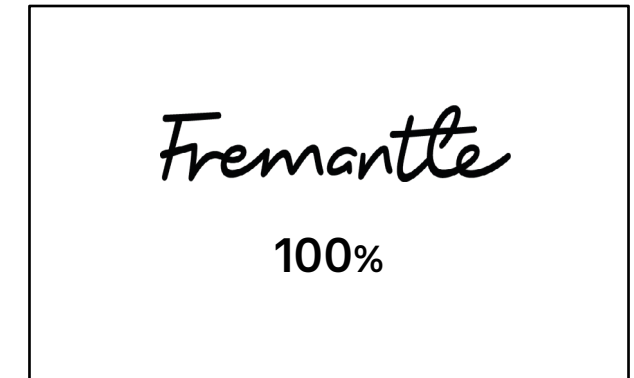


Strategie-Update – Zielstruktur

Nationale Cross-Media-Champions



Globales Inhaltegeschäft



Länderübergreifende Kooperationen und Kompetenzen

- Werbetechnologie ▶ TechAlliance
- Streaming-Technologie ▶ ER BEDROCK
- Internationale Werbevermarktung ▶ RTL AdConnect, G+J iMS und Vermarktungsgeschäft von Smartclip
- Weitere länderübergreifende Initiativen ▶ ENEX FC GROUP bce))

Ziel:
3 Mrd. € Umsatz bis 2025 via
organisches Wachstum und M&A

Wachstum mit globalen
Streamingdiensten;
Expansion in neue Genres

Ausblick 2022

| | 2021 | 2022 |
|--|--------------|--------------|
| Umsatz | 6,6 Mrd. € | ~7,4 Mrd. € |
| Adjusted EBITA | 1.152 Mio. € | ~1,15 Mrd. € |
| Streaming-Anlaufverluste | 166 Mio. € | ~0,25 Mrd. € |
| 'Adjusted EBITA vor Streaming-Anlaufverlusten' | 1.318 Mio. € | ~1,4 Mrd. € |



17. März 2022



R T L

#RTLresults