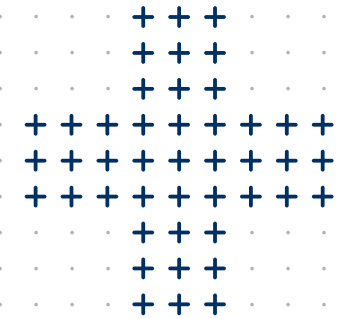


# Geschäftsjahr 2019

24. März 2020



# Erfolgreiches Geschäftsjahr 2019 – Operatives Ergebnis auf Rekordniveau, wesentliche Fortschritte bei der Strategieumsetzung

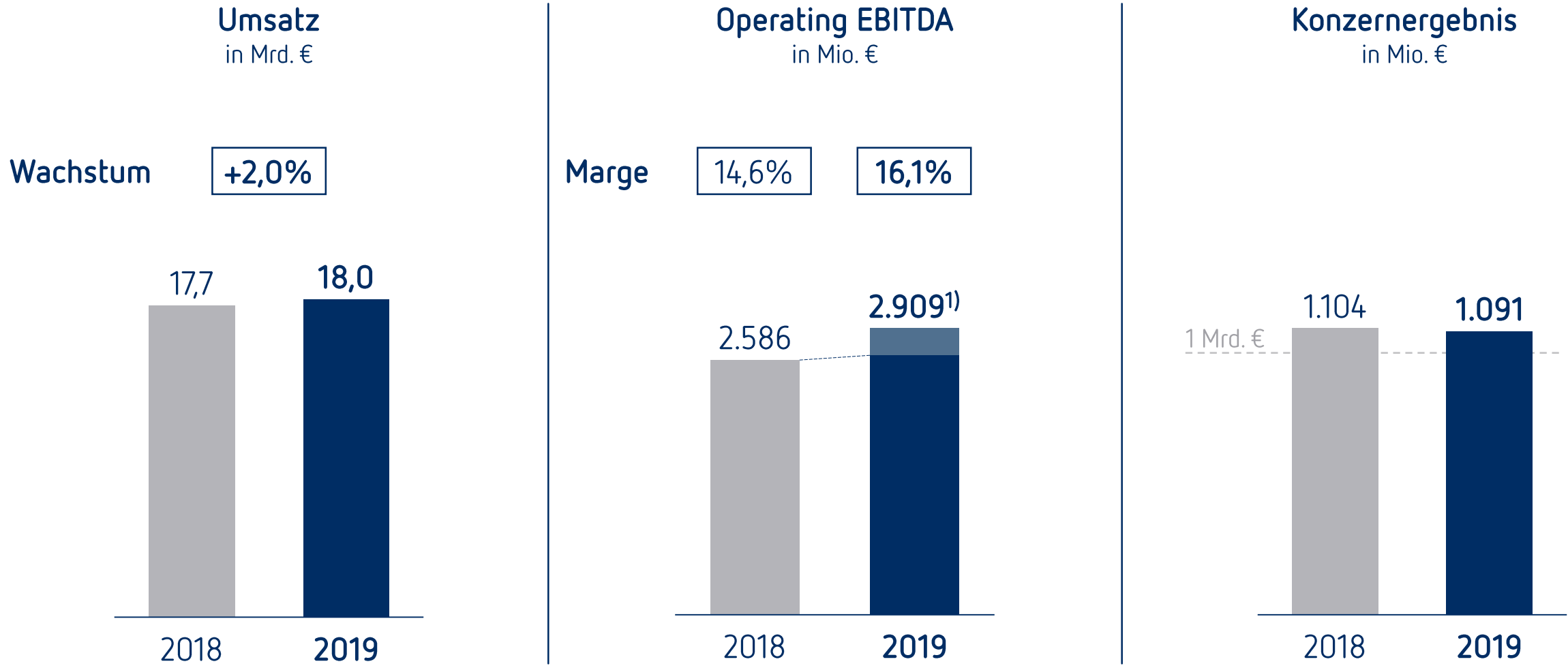
## Geschäftsentwicklung

- **Umsatzanstieg auf 18,0 Mrd. €**, Digitalanteil >50%
- **Operating EBITDA** mit 2,9 Mrd. € auf **Rekordniveau**
- **Konzernergebnis** zum fünften Mal in Folge **über 1 Mrd. €**

## Strategieumsetzung

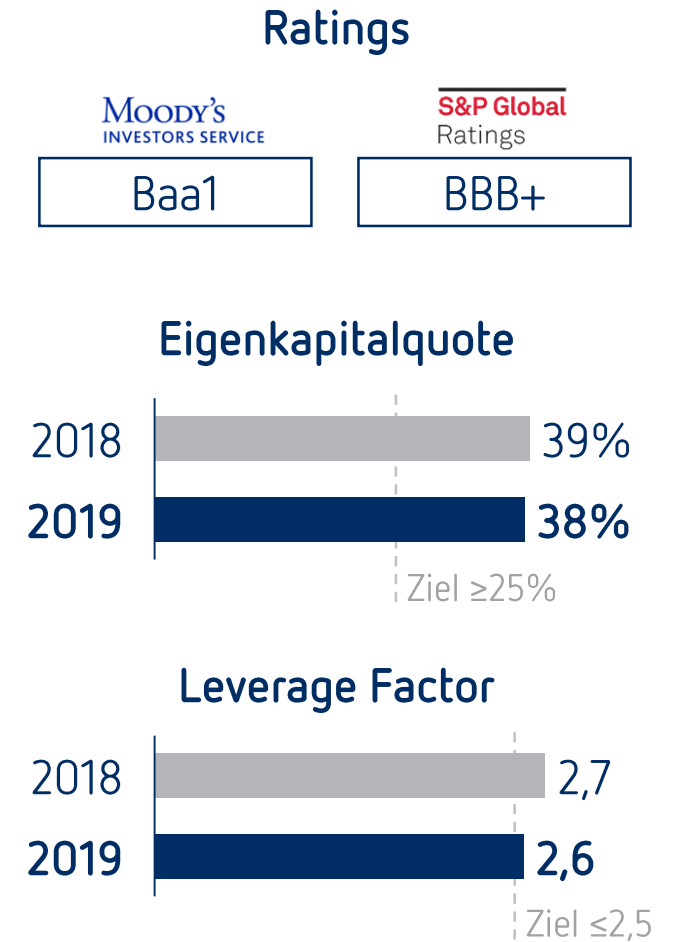
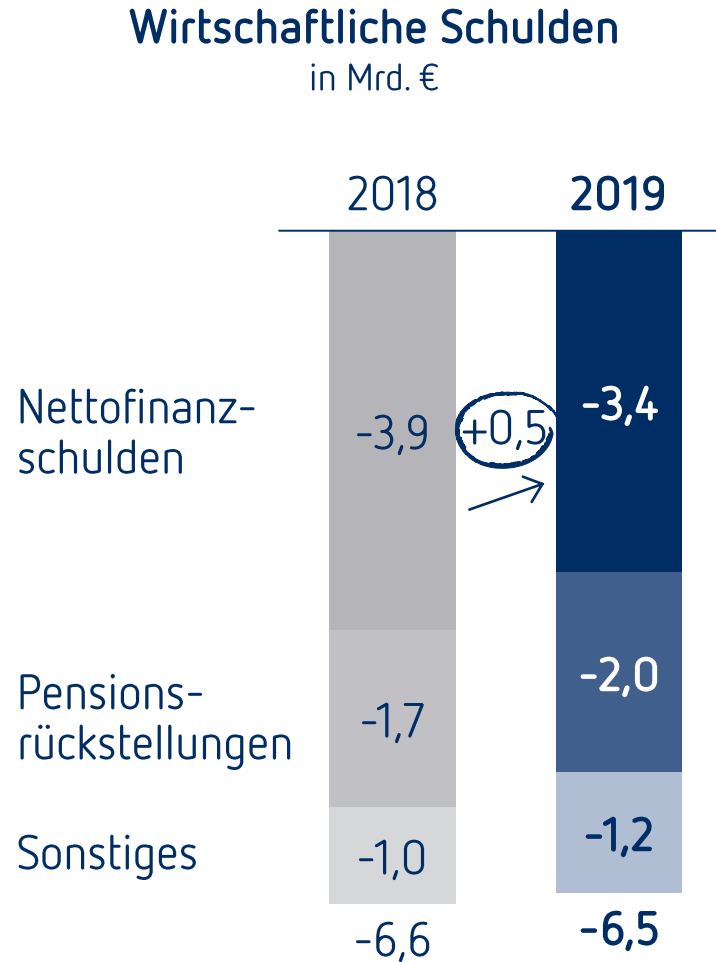
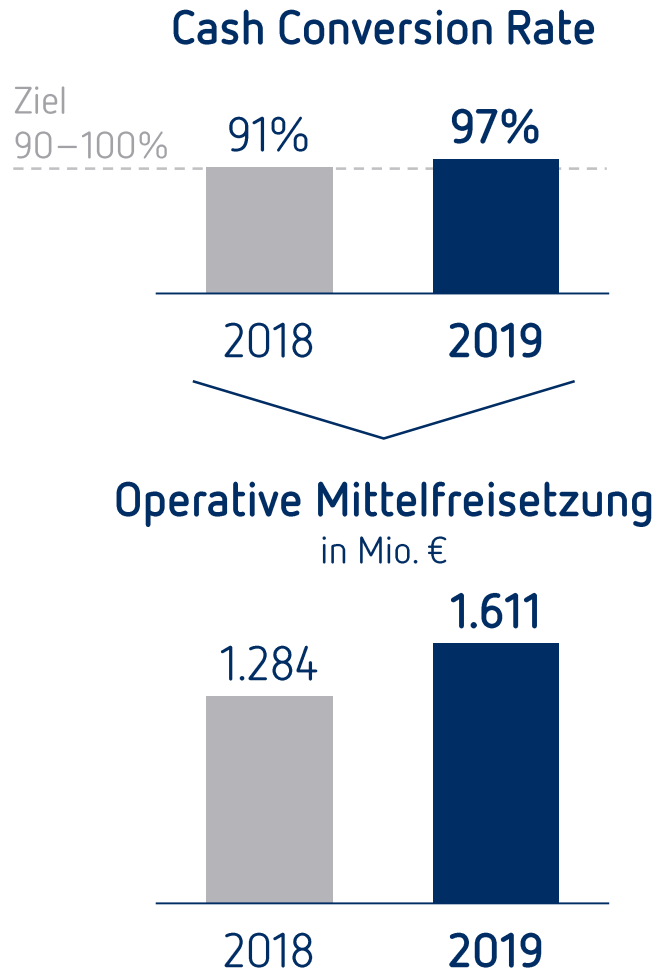
- **Kerngeschäfte gestärkt**, u. a. durch vereinbarten **vollständigen Erwerb von Penguin Random House** und Start der **Bertelsmann Content Alliance**
- **Wachstumsplattformen** vor allem **organisch (+7%)** weiter **ausgebaut**

# Eckwerte Konzern – Umsatz von 18 Mrd. €, Operating EBITDA mit 2,9 Mrd. € auf Rekordniveau



1) Vor geändertem Rechnungslegungsstandard IFRS 16 „Leasingverhältnisse“ (Schätzung): 2.634 Mio. €

# Finanzlage – Verbesserte Mittelfreisetzung, deutlicher Abbau Nettofinanzschulden



# Konzernstrategie – Wesentliche strategische Fortschritte 2019

1

## Stärkung der Kerngeschäfte

Gründung  
Majorel

Vereinbarung  
vollständiger Erwerb  
Penguin Random House

2

## Digitale Transformation

Implementierung **Daten-  
und Technologie-Agenda**

Ausbau **Video-on-Demand-  
und Werbetechnologie-  
angebote**

3

## Wachstumsplattformen

Organisches  
Wachstum

**RTL** Digital  
GROUP

*Fremantle*

**GfJ** Digital

**BMG**

**arvato**  
BERTELSMANN  
Financial Solutions

**arvato**  
BERTELSMANN  
Supply Chain Solutions

Bertelsmann  
Education Group

**BI** Bertelsmann  
Investments

4

## Wachstumsregionen

Organischer und  
akquisitorischer **Ausbau  
Buchverlagsgeschäft**

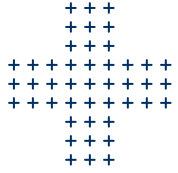
**Fondsinvestitionen und  
Börsengang Afya**

**B**

Zusammenarbeit in den Bereichen  
Inhalte, Werbung und **Technologie**

# Building Alliances – Zusammenarbeit in den Bereichen Inhalte, Werbung und Technologie

# B



## Inhalte



Schaffung und Distribution von  
Inhalten über alle Mediengattungen  
Umfasst **8.000 Kreative**



## Werbung



Gemeinsame **Werbevermarktung**  
Reichweite **99%** der  
**deutschen Bevölkerung**



## Technologie



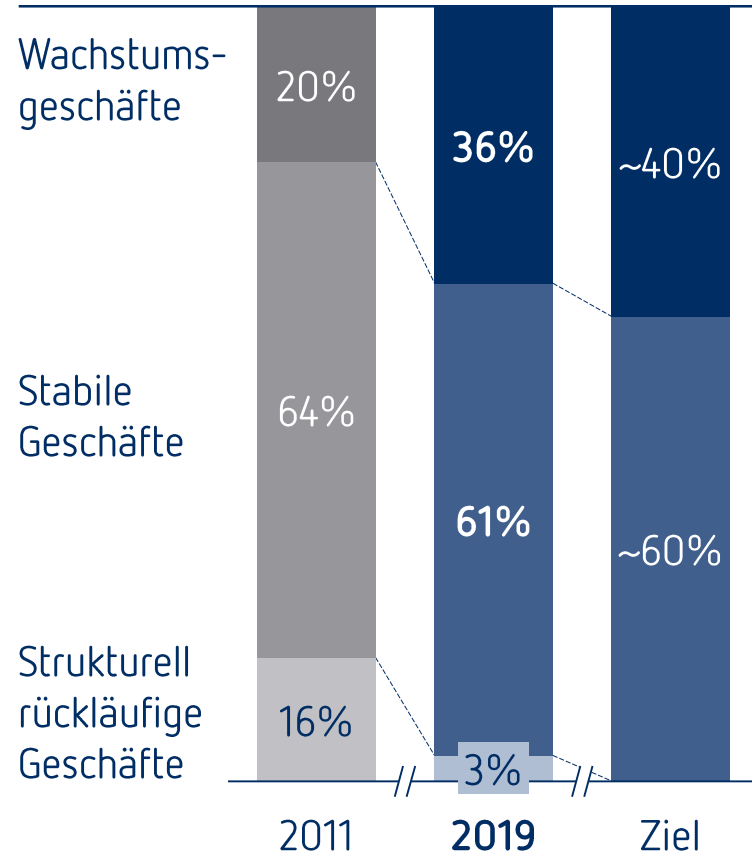
Konzernweite Bündelung von  
**Ressourcen** und **Know-how**  
Verfolgung einer koordinierten  
**Tech-Agenda**



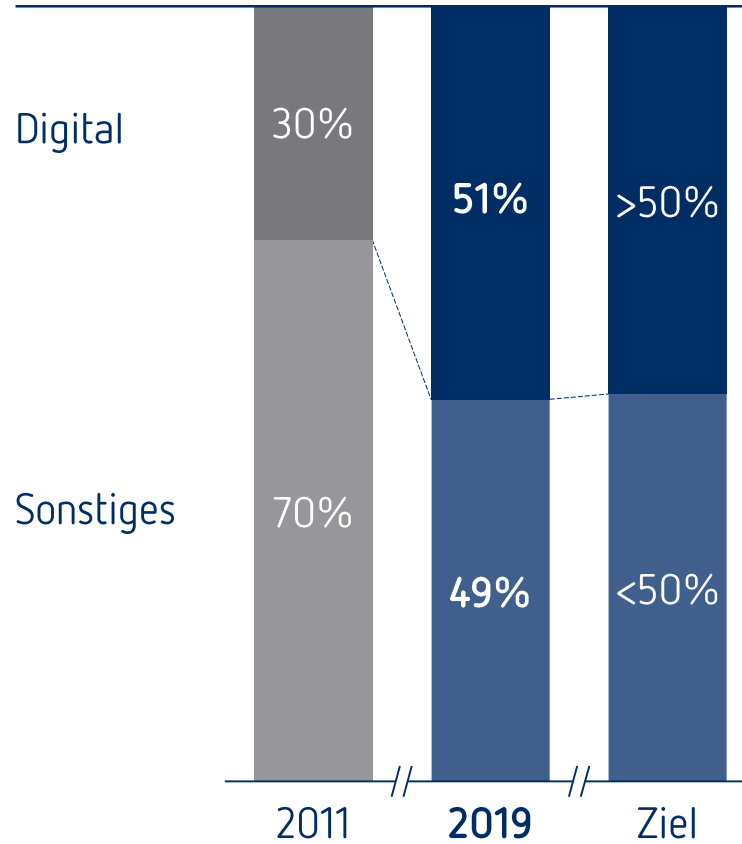
# Zielportfolio – Digitalumsatz erstmals über 50 Prozent

Anteil am Konzernumsatz in %

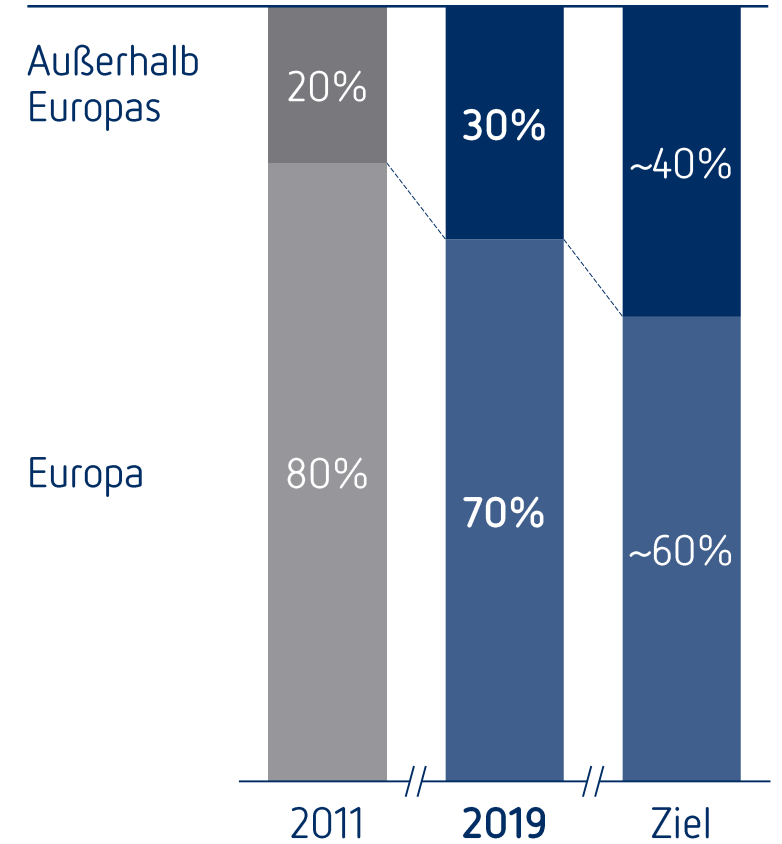
## Wachstumsstärker



## Digitaler



## Internationaler



# Auswirkung Corona-Virus – Bertelsmann in Krise gut aufgestellt

## Starke Ausgangsposition

Starke **Bilanz**/  
hohe **Liquiditätsreserven**

Geschäfte mit **starker**  
**Marktposition**

Hoher Anteil **digitaler**  
**Geschäftsmodelle**

## Aktives Krisenmanagement

Klare **konzernweite**  
**Vorgaben**, insb. zum  
Schutz der Beschäftigten

**Gegensteuerung** auf  
allen Ebenen

Enges **Monitoring** der  
**geschäftlichen** und  
**finanziellen Entwicklung**

## Positive Entwicklungen



Anstieg **Einschaltquoten**;  
hohes **Informationsbedürfnis**



Steigende **Buchnutzung**, insb. digitale  
Formate (E-Books, Audiobücher)



Nutzungsanstieg bei **Online-Angeboten**



Stärkere Nutzung **Musikstreaming**



Punktuell steigende **Nachfrage**



Erhöhte Nachfrage nach **Online-Learning-Angeboten**



# Auswirkung Corona-Virus – Medienunternehmen gewinnen an gesellschaftlicher Relevanz



Anstieg **Seher** um 4%  
sowie **Sehdauer** um 6%  
seit Krisenbeginn<sup>1)</sup>



**Verdopplung Marktanteil<sup>1)</sup>**  
und **Marktführerschaft**  
bei Info-Sendern



Anstieg **Verkäufe** und  
**Neu-Abonnements**



**Inhaltsgeschäfte** setzen  
Zeichen im **gemeinsamen**  
**Kampf gegen Corona**



Medienwirtschaft in Corona-Virus-Pandemie mit erhöhter gesellschaftlicher und systemrelevanter Bedeutung

Teil der kritischen Infrastruktur, Aufrechterhaltung zwingend erforderlich

1) Zeitraum 12.03.-16.03.2020 gegenüber 13.02.-11.03.2020

# Geschäftsjahr 2019

24. März 2020

