

175
JAHRE

BERTELSMANN
EINE ZUKUNFTS
GESCHICHTE

Konzernentwicklung und Strategie, Hartmut Ostrowski
Bilanzpressekonferenz, Bertelsmann AG, 23. März 2010 in Berlin

Konzernentwicklung und Strategie

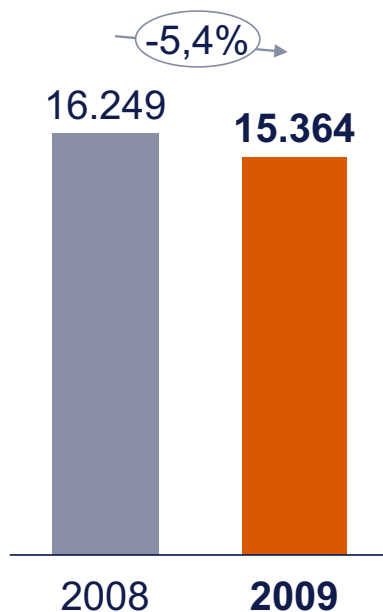
Hartmut Ostrowski, Vorsitzender des Vorstands der Bertelsmann AG

Bertelsmann 2009 – Insgesamt erfolgreich in einem schwierigen Jahr

- 1 **Führende Marktpositionen** behauptet oder ausgebaut
- 2 **Schulden** trotz **hoher Investitionen** in die Kerngeschäfte weiter signifikant **reduziert**
- 3 Maßnahmen zur **Kostensenkung und Effizienzsteigerung** von rund 1 Mrd. € umgesetzt
- 4 **Positives Konzernergebnis** trotz bilanzieller Bereinigungen erzielt
- 5 **Fokus 2010: Optimierung** fortsetzen, **Portfolio** gestalten, **Wachstum** vorbereiten

Bertelsmann 2009 – Krisenbedingter Umsatzrückgang, Profitabilität weiterhin auf hohem Niveau, positives Konzernergebnis

Umsatz (in Mio. €)

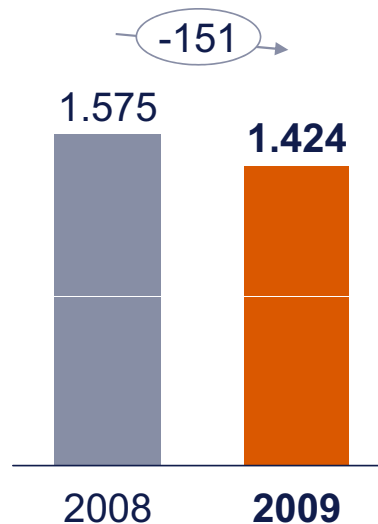


Operating EBIT (in Mio. €)

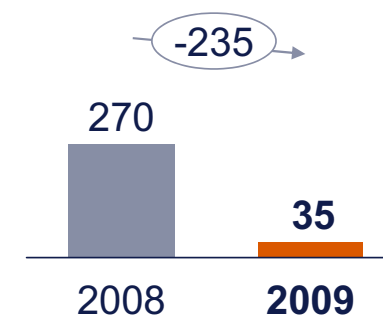
Umsatzrendite

9,7%

9,3%



Konzernergebnis (in Mio. €)



Konzerneckwerte – Deutliche Erholung im 2. Halbjahr

■ 1. Halbjahr 2009 ■ 2. Halbjahr 2009

Umsatz (in Mio. €)

7.198 → 8.166

Operating EBIT (in Mio. €)

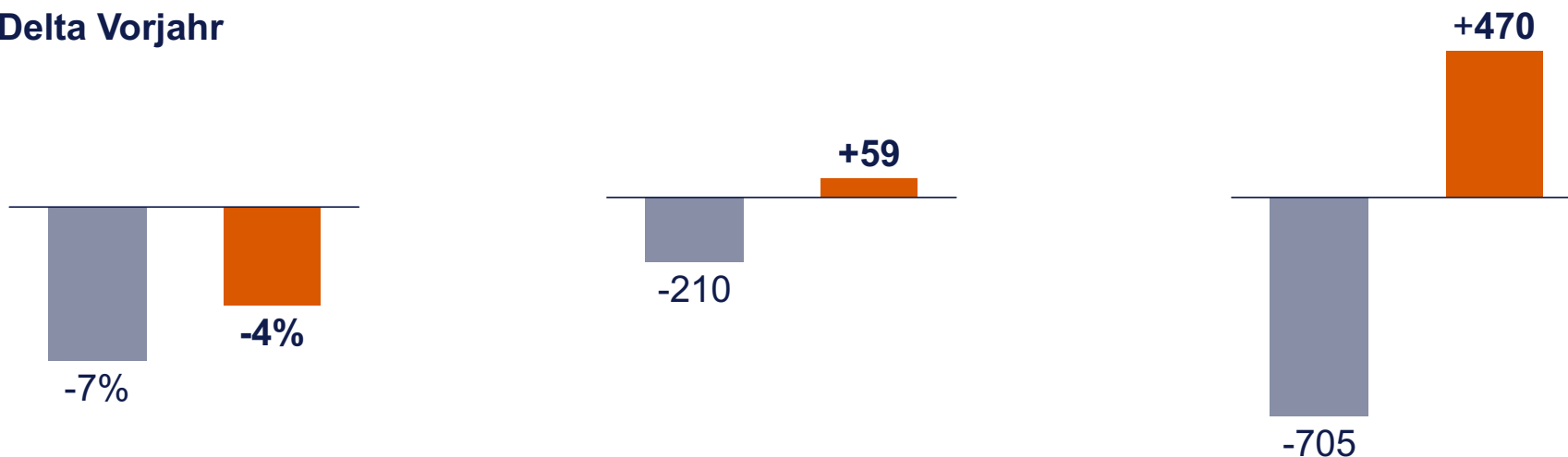
475 → 949

ROS 7% → 12%

Konzernergebnis (in Mio. €)

-333 → 368

Delta Vorjahr



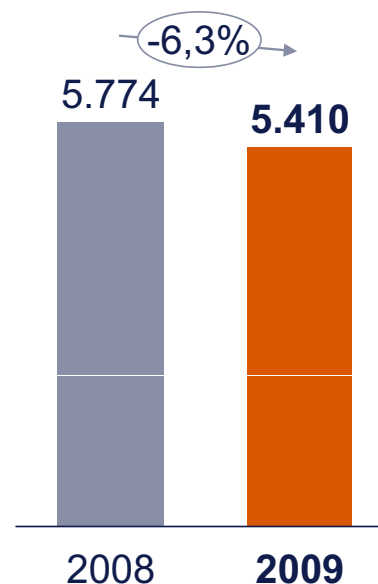
RTL Group – Hohe Profitabilität, gesteigertes Zuschauerinteresse, Investitionen in Zukunftsgeschäfte, starke Kostenreduktion



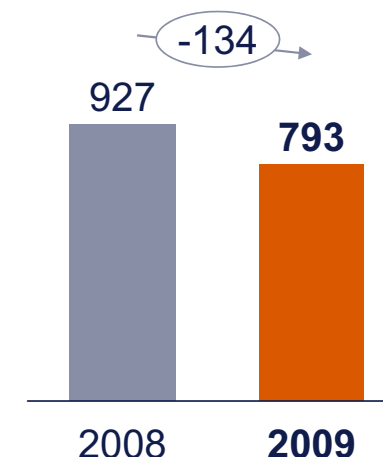
Europas führender Unterhaltungskonzern

- » Zweistellige Einbrüche der Werbemärkte in Europa
- » Fast alle RTL-Senderfamilien konnten Zuschauermarktanteile gewinnen trotz signifikanter Kosteneinsparungen
- » Steigende bzw. stabile Operating-EBIT-Margen bei RTL Deutschland, M6, Fremantle Media, RTL Nederland und RTL Belgium
- » Fremantle Media erneut mit Ergebnis auf Rekordniveau
- » Investitionen in Zukunftsgeschäfte: Digitalkanäle, Video-on-Demand, Inhalteproduktion

Umsatz (in Mio. €)



Operating EBIT (in Mio. €)



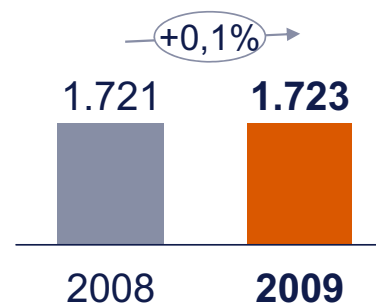
Random House – Große verlegerische Erfolge, Marktführer im Bereich E-Books



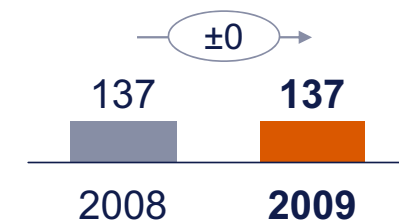
Weltmarktführer Publikumsverlage

- » Umsatz und Operating EBIT stabil trotz weltweiter Rezession und schwierigen Konsumklimas in den Kernmärkten
- » Fast 8 Mio. Exemplare von Dan Browns „The Lost Symbol“, mehr als 7 Mio. Exemplare der Millennium-Trilogie von Stieg Larsson verkauft
- » Weltweite E-Book-Umsätze steigen im dreistelligen Bereich gegenüber Vorjahr
- » 238 Titel auf den Bestsellerlisten der New York Times, davon 28 Titel auf Platz eins

Umsatz (in Mio. €)



Operating EBIT (in Mio. €)



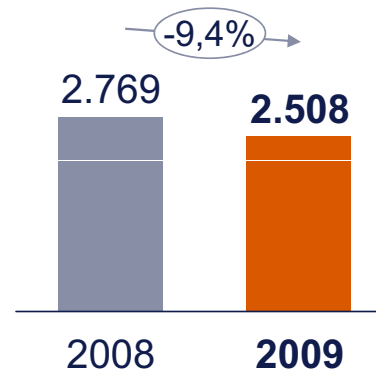
Gruner + Jahr – Erfolgreiche Anpassung an veränderte Marktbedingungen



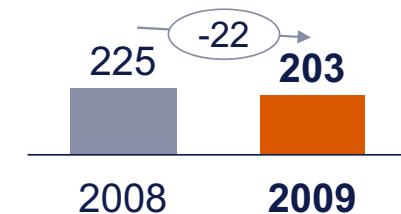
Marktführer Zeitschriften Europa

- » Operatives Ergebnis gut behauptet
- » Konsequente Gegensteuerung mit kurzfristig wirksamen Kosteneffekten
- » Langfristig wirksame Restrukturierungsmaßnahmen sichern nachhaltige Profitabilität des Verlagshauses
- » Beschleunigter struktureller Umbau verursacht hohe Einmalaufwendungen
- » Ausbau der Kerngeschäfte in China, der Digitalisierungsgeschäfte und Corporate Publishing

Umsatz (in Mio. €)



Operating EBIT (in Mio. €)



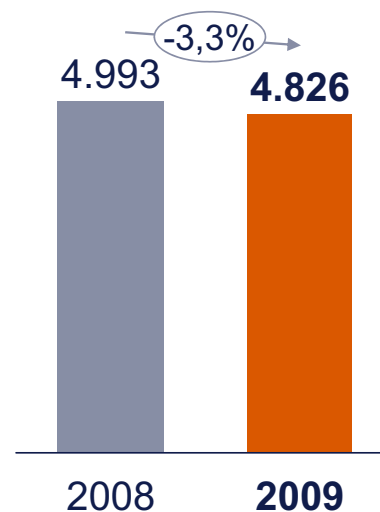
Arvato – Expansion hin zum integrierten Lösungsanbieter



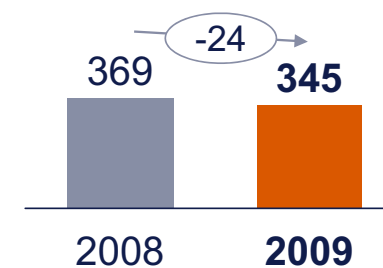
Führender Medien- und Kommunikationsdienstleister

- » Dienstleistungsaktivitäten durch Ausbau der Wertschöpfungskette weiter gewachsen
- » Erfolgreiche Positionierung als Anbieter für digitale Services
- » Druckaktivitäten in Deutschland und USA in schwierigem Marktumfeld gut behauptet
- » Stärkung der Marktposition im Replikationsgeschäft
- » Umfangreiche Kostenmaßnahmen in allen Bereichen umgesetzt

Umsatz (in Mio. €)



Operating EBIT (in Mio. €)

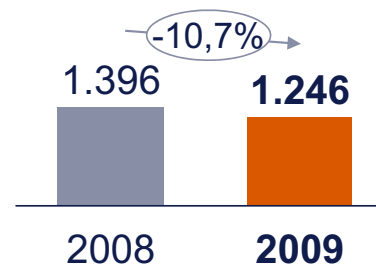


Direct Group – Ergebnis stabil, Fortschritte im Umbau der Clubgeschäfte

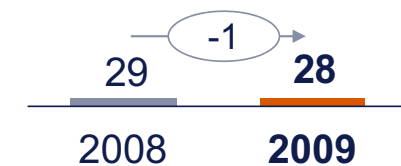
Medienclubs, Buchhandel und Direktmarketing

- » Club-Geschäfte: Umbau weiter vorangebracht, aber Rückgang der Mitgliederzahlen in allen Märkten
- » Buchhandel: Umsatzwachstum in Portugal und Spanien trotz Krise, Umsatz in Frankreich durch Integration des Online-Kanals stabilisiert
- » Ausbau der Online-Geschäfte und Entwicklung einer Strategie für digitale Inhalte
- » Umfangreiche Kosten- und Strukturmaßnahmen erfolgreich umgesetzt

Umsatz (in Mio. €)



Operating EBIT (in Mio. €)



„2+5“-Programm – Fokus 2010: Optimierung fortsetzen, Portfolio gestalten, Wachstum vorbereiten



2 Leitlinien + 5 Arbeitsschwerpunkte

1 Dezentralität und
Delegation von
Verantwortung

2 Kontinuität und
Wertsteigerung

1 » Finanzierung sichern

2 » Geschäfte optimieren

3 » Führung entwickeln

4 » Portfolio gestalten

5 » Wachstumspotenzial nutzen

Wachstumsgeschäfte – Bereiche reagieren mit individuellen Strategien auf Markttrends



- » Investitionen in Digital TV, Online, Inhalteproduktion
- » „Move with the audience“

- » Chancen der Digitalisierung nutzen

- » Ausbau des Kerngeschäfts

- » „From product to solution“
- » Einstieg in neue Wachstumsfelder

- » Weiterentwicklung Nichtmedien- und Online-Angebote

