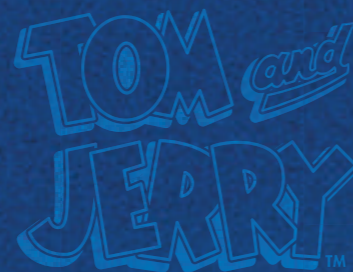




# WARNER BROS. DISCOVERY



## WARNER BROS. WIRD 100. FEIERN SIE MIT UNS EIN JAHRHUNDERT HOLLYWOOD-GESCHICHTE!

Storytelling liegt uns im Blut: Seit 1923 beschert Warner Bros. Menschen weltweit unvergessene Stunden großer Unterhaltungsgeschichte. Filmklassiker wie „Casablanca“, „Giganten“, „Superman“, „Batman“, „Matrix“, die „Dirty Harry Reihe“, „Lethal Weapon“ oder „Herr der Ringe“ – die Liste der legendären Filme ist zu lang, um sie hier alle aufzuzählen. Wir sind nicht nur eines der größten Film-Studios der Welt, wir bieten auch die größten Unterhaltungsmarken der Welt. Gemeinsam mit Ihnen als Partner können wir aus diesen Marken aufregende und spannende Produkte schaffen.

Dieses Jahr steht im Zeichen einiger großer Kinofilme, allen voran drei Filme aus dem DC-Universum: Ob „THE FLASH“, „BLUE BEETLE“ oder „AQUAMAN AND THE LOST KINGDOM“ – die DC Superhelden begeistern ein Millionenpublikum und werden von Fans aller Altersgruppen gefeiert. Apropos feiern: Auch Harry Potter feiert dieses Jahr sein 25. Jubiläum, mit vielen News und spannenden Events. Schauen Sie in unser Portfolio und lassen Sie sich mitreißen von unseren Marken – Wir freuen uns auf Ihre Produktideen!

STEFAN HAUSBERG  
Vice President Consumer Products





# LOONEY TUNES™



SEIT 80 JAHREN  
ZEITLOSER  
KLASSIKER DER  
ANIMATIONS-  
UNTERHALTUNG!

**28M+**  
DIGITALE FANS  
über alle Plattformen weltweit

Facebook 6M+ YouTube 21M Instagram 422K Twitter 87K

## KEYFACTS

- Legenden der Pop-Kultur
- Über 250+ Partner weltweit
- TV-Champion bis zu 46 % MA bei Kindern 3-13 Jahren
- Awareness:\*  
75% Jungen 3-6 / 73% Mädchen 3-6  
90% Jungen 7-9 / 86% Mädchen 7-9  
88% Jungen 10-14 / 87% Mädchen 10-14  
85% Junge Männer 15-25 / 94% Junge Frauen 15-25
- Zahlreiche Styleguides: Für jeden Trend, alle Zielgruppen und unterschiedliche Produkte

## ZIELGRUPPE

- Geschlechterneutral: Bei Mädchen/Frauen und Jungen/Männern gleichermaßen beliebt
- Generationsübergreifend: Die Looney Tunes begeistern Kids, Teens, Erwachsene und Eltern!

## MARKETING SUPPORT

- Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits
- Walking Acts
- Social Media Assets
- Maßgeschneiderter Content für Produkt und Kommunikation (Print, Bewegtbild, AR/VR, etc.)



## FRANCHISE SUPPORT

### 2023

- Kinofilm Coyote v. ACME
- Year of the Rabbit

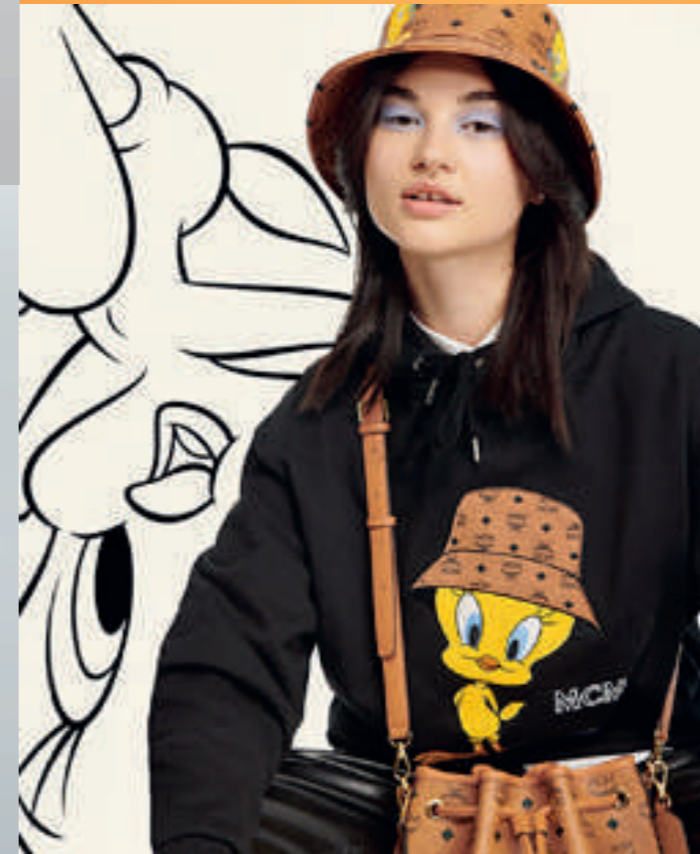
### ONGOING



WB Kids Deutschland  
812K Abonnenten



im Free-TV



BOSS



LFDY

DesignD

ZARA

ASOS

ICEBERG

H&M

Reebok

FILA

snipes®

MCM

HERDING

ITM

STORCK

\*Quelle: Kidz Global Jan 2022



# TOM and JERRY™

“ ONE OF THE  
GREATEST TELEVISION  
SHOWS OF ALL TIME ”  
Time



**50M+**  
DIGITALE FANS  
über alle Plattformen weltweit

f 41M+    y 37M+    i 1M+

## KEYFACTS

- #1 in der Kernzielgruppe 3-13 (m/w) im Free TV (Super RTL) mit bis zu 50 % MA
- Social Media Superstars: weltweit 50M+ Fans auf allen Plattformen

## ZIELGRUPPE

- Geschlechterneutral & generationsübergreifend: 80 Jahre Slapstick, Spaß und Unfug für die ganze Familie
- Awareness:\*
  - 82% Jungen 3-6 / 87% Mädchen 3-6
  - 94% Jungen 7-9 / 89% Mädchen 7-9
  - 93% Jungen 10-14 / 89% Mädchen 10-14
  - 91% Junge Männer 15-25 / 95% Junge Frauen 15-25

## TOM & JERRY – DER KINOFILM

- FILMSTART: 2021. Story: Der allererste Kinofilm (teilanimiert) von Tom & Jerry nimmt die Zuschauer mit nach New York City, wo die beiden Widersacher rasante Abenteuer erleben
- Besucher D: 700K
- Worldwide Box Office: 134M \$

## TOM & JERRY – TIME

- neue animierte Kurzfolgen in 2023

## MARKETING SUPPORT

- Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits
- Walking Acts
- Social Media Assets
- Maßgeschneiderter Content für Produkt und Kommunikation (Print, Bewegtbild, AR/VR, etc.)

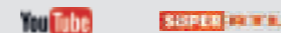


## FRANCHISE SUPPORT

**2023** 🎬 Neue Folgen im TV

### ONGOING

Deutscher Tom & Jerry FB Kanal: 382K Follower    WB Kids Deutschland 812K Abonnenten    im Free-TV



\*Quelle: Kidz Global Jan 2022



Tealer



KITH



H&M

VÖV

HERSCHEL

UNITED LABELS

HERBING



# SCOOBY-DOO!



SEIT ÜBER 50 JAHREN  
KLASSIKER DER  
ANIMATIONS-  
UNTERHALTUNG!

**10M+**  
DIGITALE FANS  
über alle Plattformen weltweit

f 23M+    y 37M    i 582K

## KEYFACTS

- PLAYMOBIL ist seit 2020 Toy Lead-Partner
- Begeistert Fans seit 50 Jahren: 12 TV-Serien, 33 DVD Releases und zwei Kinofilme
- Einer der beliebtesten Hunde der Welt!  
Awareness:\*  
71% Kinder 7-9  
73% Jungen 10-14 / 76% Mädchen 10-14  
80% Junge Männer 15-25 / 84% Junge Frauen 15-25
- Weltweit über 450M+ Nutzer des Scooby Snapchat-Filters
- Verschiedene Styleguides für alle Fans

## NEUE SERIE: SCOOBY-DOO AND KRYPTO TOO!

- Ab 2023: Crossover aus DC League of Super-Pets und Scooby-Doo – die tierischen Helden erleben erstmals gemeinsam Abenteuer

## MARKETING SUPPORT

- Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits
- Walking Acts
- Social Media Assets
- Maßgeschneiderter Content für Produkt und Kommunikation (Print, Bewegtbild, AR/VR, etc.)



## FRANCHISE SUPPORT

### 2023

- Neue Animationsserie in 2023

### ONGOING

**YouTube**  
WB Kids Deutschland  
812K Abonnenten

**amazon prime**  
Ausstrahlung auf diesen  
Plattformen

\*Quelle: Kidz Global Jan 2022



- playmobil
- Funko
- H&M
- PRIMARK
- NEW ERA
- amazon
- LOGOSHIRT
- EMPO
- HERDING





**100M+**  
DIGITALE FANS  
über alle Plattformen weltweit

f 79M+    y 360M+    t 7M+

## KEYFACTS

- 🦉 #1 Entertainment-Marke in Deutschland (Beliebtheit): 70 % der Deutschen lieben oder mögen Harry Potter sehr
- 🦉 Popkultur-Phänomen
- 🦉 10 Filme – alle #1 der Kinocharts in Deutschland
- 🦉 500M+ verkaufte Bücher in über 80 Sprachen
- 🦉 Regelmäßige TV-Ausstrahlungen mit Einschaltquoten über Senderdurchschnitt
- 🦉 Gleichermaßen beliebt bei Mädchen/Frauen und Jungen/Männern
- 🦉 3 von 4 Eltern geben die Begeisterung für Harry Potter an ihre Kinder weiter

## ZIELGRUPPE

- 🦉 Primär: Fans der ersten Stunde: 17–34 Jahre (m/w)
- 🦉 Sekundär: Die zweite Generation: 7–16 Jahre (m/w), Fans jeden Alters

## MARKETING SUPPORT

- 🦉 Jährlich wiederkehrende Vermarktungshöhepunkte: Back-to-Hogwarts & Christmas in the Wizarding World
- 🦉 Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits für eine zauberhafte Go-to-Market-Strategie
- 🦉 360° Unterstützung durch Warner Bros.

## FRANCHISE SUPPORT

**2023**

- 🦉 „Harry Potter und das verwunschene Kind“ seit Dezember 2021 in Hamburg
- 🦉 Neues Videospiel: Hogwarts Legacy

**ONGOING**

- 🦉 WIZARDING WORLD Digital Website
- 🦉 Harry Potter WIZARDS UNITE Mobile Games
- 🦉 Deutscher Harry Potter FB Kanal mit 1.17M Followern

Quelle: Wizarding World Tracking Study, Hypothesis Group 2019





# JUSTICE LEAGUE LEGENDARY



**50M+**  
DIGITALE FANS  
über alle Plattformen weltweit

f 34M+    i 12M    t 4M

## KEYFACTS

- 🦇 Pioniere: DC Comics begründete vor über 80 Jahren das Superhelden-Genre!
- 🦇 Globale Ikonen der Pop-Kultur seit vielen Generationen
- 🦇 \$26 Mrd.+ Umsatz bis heute über alle Kanäle weltweit (Kino, Home Entertainment, Consumer Products)
- 🦇 Zielgruppengerechte DC-Universen für alle Altersklassen und Geschlechter durch zahlreiche Adaptionen und Styleguides

## ZIELGRUPPE

- 🦇 Weiblich & Männlich: 0–99 Jahre
- 🦇 Awareness\*:  
Batman:  
84 % bei Kindern und Erwachsenen 7–25 Jahren  
Superman:  
89 % bei Kindern und Erwachsenen 7–25 Jahren  
Wonder Woman:  
71 % bei jungen Erwachsenen 15–25 Jahren

## MARKETING SUPPORT

- 🦇 Kontinuierliche Weiterentwicklung des DC Comic Universums durch Kino, Home Entertainment, Produkte, Kampagnen, Games etc.
- 🦇 Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits für eine Go-to-Market-Strategie mit Superkräften, z. B. durch Walking Acts, AR/VR, Custom Content und wiederkehrende Key Beats wie DC Fandome oder Batman Day etc.

## LANGFRISTIGER PLANUNGSHORIZONT

### 2023

- 🦇 Aquaman and the Lost Kingdom
- 🦇 The Flash
- 🦇 Blue Beetle
- 🦇 Shazam! Fury of the Gods

### ONGOING

**YouTube**  
DC Kids DE  
162K Abonnenten

**NETFLIX** **amazon Prime**  
Filme, Animations- und TV-Serien  
auf allen Plattformen

\*Quelle: Kidz Global – April 2019, n > 1000



LANVIN

REPLAY

PUMA

SPORTS ILLUSTRATED

ESSENTIALS

SPORTS ILLUSTRATED

FOSSIL

LEGO

STANDART

märklin

WITTEL

Funko

+

EMPO

HELDING

HELDING

mm





**16M+**  
DIGITALE FANS  
über alle Plattformen weltweit

Streaming verfügbar auf  
**NETFLIX**

f 2,6M    @ 12M    t 1,7M

- ### KEYFACTS
- Basiert auf den Archie Comics
  - Bereits 6 Staffeln auf Netflix seit 2017
  - 7. Staffel in Produktion
  - Besonders beliebt in den folgenden Zielgruppen: Teenager (12–17), Frauen (18–34) und Frauen (34–49)
  - War die dritterfolgreichste Serie im digitalen Bereich (Q4 2018/Deutschland)
  - Gewinner des People's Choice Awards 2020 in der Kategorie The Drama Show

- ### ZIELGRUPPE
- Primär: Teenager
  - Sekundär: Junge Erwachsene

- ### MARKETING SUPPORT
- Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits
  - Social Media Assets



**the BIG BANG THEORY™**

**37M+**  
DIGITALE FANS  
über alle Plattformen weltweit

Streaming verfügbar auf  
**NETFLIX**

f 30M    @ 3M    t 4,2M

- ### KEYFACTS
- Triff die witzigsten Wissenschaftler
  - 12 Staffeln
  - #1 Comedy Serie
  - 55 gewonnene Preise (u.a. Emmy, People's Choice Awards)

- ### ZIELGRUPPE
- Erwachsene

- ### MARKETING SUPPORT
- Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits
  - Social Media Assets



HBO ORIGINAL  
**THE WHITE LOTUS**

@ 300K

- ### KEYFACTS
- Gesellschaftssatire, die sich mit Themen wie Reichtum, Privilegien, Rasse, Geschlecht und Sex auseinandersetzt
  - bereits 2 Staffeln auf Sky
  - beliebteste Comedy bei Frauen in Q1 2023
  - 10 x Emmy gewonnen

- ### ZIELGRUPPE
- Männer und Frauen jeden Alters

- ### MARKETING SUPPORT
- Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits
  - Social Media Assets



**14M+**  
DIGITALE FANS  
über alle Plattformen weltweit

Streaming verfügbar auf  
**NETFLIX**

f 3,5M    @ 890K    t 264K

- ### KEYFACTS
- Leben in Stars Hollow
  - 7 Staffeln, 153 Episoden



- ### ZIELGRUPPE
- Frauen 13+

- ### MARKETING SUPPORT
- Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits
  - Social Media Assets



**15M+**  
DIGITALE FANS  
über alle Plattformen weltweit

Streaming verfügbar auf  
**NETFLIX**

f 14M    @ 586K    t 1,7M

- ### KEYFACTS
- Leben und Lieben der New Yorker Upper East Side Jugendlichen
  - 6 Staffeln
  - Reboot der Serie in 2021

- ### ZIELGRUPPE
- Frauen
  - Erwachsene

- ### MARKETING SUPPORT
- Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits
  - Social Media Assets



# F.R.I.E.N.D.S



24M+  
DIGITALE FANS  
über alle Plattformen weltweit

Streaming verfügbar auf  
 Amazon Prime

20M 11M 11M 900K

## KEYFACTS

- 10 Staffeln (1994–2004) & insgesamt 236 Episoden
- 126M Zuschauer
- 2024: 30 Jahre Friends Jubiläum
- Primär Aktivierung in UK: Eröffnung des Central Perk Cafes im Store

## ZIELGRUPPE

- Primär: Teenager
- Sekundär: Junge Erwachsene

## MARKETING SUPPORT

- Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits
- Social Media Assets



## KEYFACTS

- Allererste Batman Serie für Vorschulkinder
- Premiere in 2023
- 40 x 11 Minuten Episoden

## ZIELGRUPPE

- Vorschulkinder 3-7 Jahre

## MARKETING SUPPORT

- 360° Marketing Support



## BALD IM TV

## KEYFACTS

- Niedliche Tiere bauen/konstruieren, coole Fahrzeuge und Musik
- Neue Serie in 2023
- 40 x 11 Minuten Episoden

## ZIELGRUPPE

- Vorschulkinder 3-7 Jahre

## MARKETING SUPPORT

- 360° Marketing Support







IT DER UMSATZSTÄRKSTE R-RATET HORRORFILM ALLER ZEITEN

# HORROR



## KEYFACTS

- Der Exorzist – #1 Bester Horrorfilm aller Zeiten (Rolling Stone)
- The Shining – #2 Bester Horrorfilm aller Zeiten (Rolling Stone)
- \$1.2 Mrd+ Box Office für das Conjuring Universum
- \$2.5 Mrd Box Office: 2017 war das bisher stärkste Jahr für Horrorfilme weltweit
- Zahlreiche Styleguides: Für jeden Trend, alle Zielgruppen und unterschiedliche Produkte

## ZIELGRUPPE

- Junge Erwachsene 16+ und Erwachsene
- Horror-Fans

## MARKETING SUPPORT

- Horror Made Here – Eine Brand-Kampagne für alle WB Horror Properties
- Marketing-, Digital- und Retail Toolkits
- Social Media Assets

## FRANCHISE SUPPORT

- Warner Bros. ist die Heimat von Horror-Klassikern und aktuellen Blockbustern wie ES und dem Conjuring Universum

ANNABELLE  
CREATION

THE  
EXORCIST

THE  
CONJURING

ANNABELLE  
COMES HOME

FRIDAY  
THE 13<sup>TH</sup>

THE  
CONJURING  
2

THE  
SHINING

A Nightmare  
ON ELM STREET

IT  
CHAPTER TWO







**40M+**  
DIGITALE FANS  
über alle Plattformen weltweit

f 6M+   v 33M   i 375K   t 82K



## KEYFACTS

### GAME OF THRONES

- 55,2% Bekanntheit: höchste Bekanntheit einer Serie in Deutschland (GfK 2019)
- Über 46M Fans auf Social Media Kanälen
- Über 40M verkaufte Bücher

### ZIELGRUPPE

- Junge Erwachsene 18+
- Erwachsene jeden Alters
- 47% Frauen / 53% Männer

### MARKETING SUPPORT

- Weitere Entwicklung der Welt von Game of Thrones/ House of the Dragon
- Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits für eine Go-to-Market-Strategie

### AUSBLICK

- Game of Thrones THE TOURING-EXHIBITION. Eintritt in Westeros und umgebendes Land. Atemberaubende Bilder und spannende Artefakte.

### HOUSE OF THE DRAGON

- Das erfolgreiche Prequel zu Game of Thrones ist bei den Fans genau so beliebt und hat Rekord-Zuschauerzahlen erzielt.



Nickelodeon

Disney

Amazon

EMPO

Funko

HERDING



# Rick and Morty



**11M+**  
DIGITALE FANS  
über alle Plattformen weltweit

f 4,1M    i 5,2M    t 2M

## KEYFACTS

- Sci-Fi Surrealismus mit einer Prise Familiensitcom
- 5 erfolgreiche Staffeln vorhanden
- 11 x Emmy Gewinner
- Die halbstündige animierte Hitcomedy-Serie folgt Rick Sanchez, einem soziopatischen genialen Wissenschaftler, der seinen von Natur aus schüchternen Enkel Morty auf wahnsinzig gefährliche Abenteuer quer durch das Multiversum mitschleppt.
- Über 11M Follower auf Instagram, Facebook und Twitter

## ZIELGRUPPE

- Junge Erwachsene 18+

## MARKETING SUPPORT

- Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits für eine Go-to-Market-Strategie im Multiversum

## AUSBLICK

- Staffel 6 ist in Produktion







**DMAX:**  
Programm für Männer

**TLC:**  
Programm für Frauen

**HGTV:**  
Dokumentationen über  
Home and Garden

**TELE5:**  
mehr Film geht nicht

**EUROSPORT 1:**  
mehr Sport geht nicht



**WB SERIE:**  
Serien nonstop

**WB COMEDY:**  
Lachen nonstop

**WB FILM:**  
Filme nonstop



**DISCOVERY:**  
Dokumentationen

**ANIMAL PLANET:**  
Tierisch menschlich



**EUROSPORT 2:**  
mehr LIVE, mehr Action im

**SPORTDISCOVERY 2:**  
non-fiction Entertainment und Sport