



WARNER BROS. DISCOVERY

DIE GRÖSSTEN BRANDS UNTER EINEM DACH: WILLKOMMEN IM ENTERTAINMENT KOSMOS VON WARNER BROS. DISCOVERY.

Als eines der größten Entertainment-Unternehmen der Welt lieben wir es, zu unterhalten. Und wir lieben es, Sie zu überraschen. Unser Marken-Portfolio der Zukunft wird Sie verzaubern und zum Erstaunen bringen. Tauchen Sie ein mit uns in die Welt der Superhelden, dem magischen Universum von Harry Potter oder der unvergleichlichen Cartoon-Welt unserer berühmten Animations-Helden.

Wir bieten Ihnen lebendige und vielfältige Marken mit Tradition und Persönlichkeit und das Know-how von über 100 Jahren Storytelling. Profitieren Sie von unserem globalen Netzwerk, dem innovativen Artwork und einer kontinuierlich starken Präsenz unserer Marken in den Bereichen Fernsehen, Film, Internet, Streaming und Games.

Auf zu neuen Abenteuern, lassen Sie sich inspirieren zu neuen Produktideen – Wir freuen uns auf Sie!

Stefan Hausberg

STEFAN HAUSBERG

Vice President Consumer Products



POWER



32M+
DIGITALE FANS
über alle Plattformen
weltweit



7,1M



4,46M



13,5M



2,M



5,9M

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:
91 % bei Kindern und Erwachsenen 7–25 Jahren
Superman:
91 % bei Kindern und Erwachsenen 7–25 Jahren
Wonder Woman:
76 % bei Erwachsenen 26–35 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

2024-2026



- Batman 85th
- Joker 2: Folie à Deux
- Superman
- Supergirl: Woman of Tomorrow
- The Batman II

ONGOING →



DC Kids DE
162K Abonnenten



FILME, ANIMATIONS- UND TV-SERIEN AUF ALLEN
PLATTFORMEN

*Quelle: Kidz Global (Okt. 23)



LANVIN
PARIS

REPLAY

PUMA

carhartt

SIGG

FOSSIL

Carrera

LEGO

SPIN
MASTER

märklin

MATTEL

Funko

EMPO

HERDING

mm

THE BOY WHO LIVED

86M+
DIGITALE FANS
über alle Plattformen
weltweit

f 69M y 1,5M i 8,7M d 3,7M t 3,1M

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 2024-2026

„Harry Potter und das verwunschene Kind“ dauerhaft in Hamburg

Harry Potter The Exhibition bis Herbst 2024 in München

ONGOING



Sprechender Hut –
jetzt auch auf Deutsch



Neues Videospiel:
Quidditch Champions



Deutscher
Harry Potter FB Kanal
mit 1.17M Followern



Ravensburger

The Noble Collection

LEGO

CATRICE
COSMETICS

essence

Funko

EMPO

HERDING

mm

LOONEY
TUNES

WHAT'S UP DOC



6,4M



27,7M



1,4M



2,1M



100K

37M+
DIGITALE FANS
über alle Plattformen
weltweit

KEYFACTS

- Legenden der Pop-Kultur
- Über 250+ Partner weltweit
- TV-Champion bis zu 46 % MA bei Kindern 3–13 Jahren
- Awareness: *
 - 58% Jungen 3-6 / 42% Mädchen 3-6
 - 68% Jungen 7-9 / 68% Mädchen 7-9
 - 78% Jungen 10-14 / 71% Mädchen 10-14
 - 81% Junge Männer 15-25 / 74% Junge Frauen 15-25
 - 84% Männer 26-35 / 86% Junge Frauen 26-35
- 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

2024-2026

ONGOING →



YouTube

WB Kids Deutschland
812K Abonnenten

SUPER RTL

im Free-TV

*Quelle: Kidz Global (Okt. 23)



BOSS



LFDY™

Design

ZARA

ASOS

ICEBERG

H&M

Reebok

FILA

snipes®

MCM

HERDING

mm

STORCK

TOM and JERRY

MISCHT



f 41M y 27,7M i 2,4M d 505M t 44K

70M+
DIGITALE FANS
über alle Plattformen
weltweit

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: *
 - 77% Jungen 3-6 / 66% Mädchen 3-6
 - 87% Jungen 7-9 / 86% Mädchen 7-9
 - 89% Jungen 10-14 / 94% Mädchen 10-14
 - 89% Junge Männer 15-25 / 93% Junge Frauen 15-25
 - 87% Männer 26-35 / 100% Frauen 26-35

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

2024-2026

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



Tealer

LIDL

KITH

UNI QLO

müller

H&M

VDV

UNDERCOVER
JUN TAKAHASHI

UNITED LABELS

HERDING

*Quelle: Kidz Global (Okt. 23)

SCOOBY DOOBY DOOBY DOOBY DOOBY

Scoby-Doo!

30M+
DIGITALE FANS
über alle Plattformen
weltweit

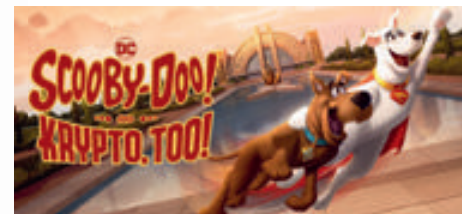
f 23M y 5,9M i 911K d 110K t 13K



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:*
66% Jungen 7-9 / 64% Mädchen 7-9
73% Jungen 10-14 / 74% Mädchen 10-14
79% Junge Männer 15-25 / 73% Junge Frauen 15-25
81% Männer 26-35 / 83% Frauen 26-35
- Weltweit über 450M+ Nutzer des Scooby
Snapchat-Filters
- Verschiedene Styleguides für alle Fans

NEUE SERIE AUF NETFLIX: 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

2024-2026

ONGOING →

YouTube

WB Kids Deutschland
812K Abonnenten

SUPER RTL
amazon Prime

Ausstrahlung auf diesen
Plattformen

*Quelle: Kidz Global (Okt. 23)



playmobil

Funko

H&M

PRIMARK

NEW

spreadshirt

LOGOSHIRT

EMP

HERDING



KEYFACTS

- Basiert auf den Archie Comics
- 7 Staffeln
- 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



KEYFACTS

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

ZIELGRUPPE

- Männer und Frauen jeden Alters



KEYFACTS

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

ZIELGRUPPE

- Erwachsene



KEYFACTS

- Leben in Stars Hollow
- 7 Staffeln, 153 Episoden

ZIELGRUPPE

- Frauen 13+



KEYFACTS

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

ZIELGRUPPE

- Primär: Teenager
- Sekundär: Junge Erwachsene



KEYFACTS

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

ZIELGRUPPE

- Frauen
- Erwachsene

FÜR ALLE: MARKETING SUPPORT

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

TIME FOR ACTION



KEYFACTS

- Allererste Batman Serie für Vorschulkinder
- 40 x 11 Minuten Episoden
- Staffeln 1 & 2 bei Netflix
- Erfolgreich bei Super RTL gelaufen

ZIELGRUPPE

- Vorschulkinder 3-7 Jahre

MARKETING SUPPORT

- 360° Marketing Support

BAM AUF TOUR





KEYFACTS

- 475 Filmpreise, darunter 17 Oscars
- 6 Mrd. \$ Boxoffice
- 1,5 Mrd \$ Consumer Products Verkäufe
- 88% Awareness in D bei 18-75 jährigen

ZIELGRUPPE

- Männer und Frauen ab 13 Jahren

MARKETING SUPPORT

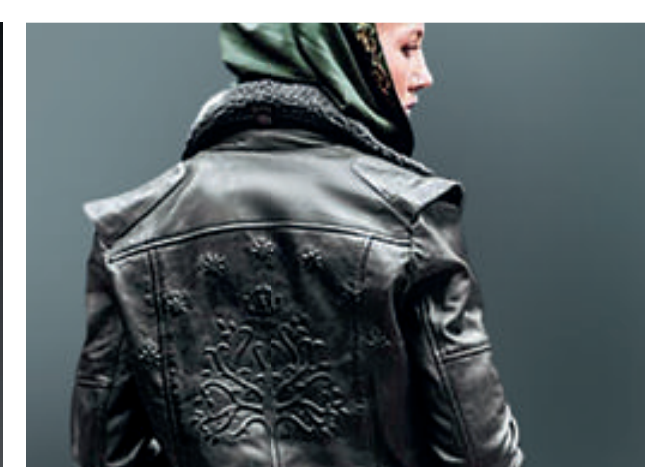
- Retail & Marketing Toolkits

FRANCHISE SUPPORT

2024-2026

NEUE FILME:

- The War of Rohirrim in 2024
- The Hunt for Gollum





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

- Neue Serie: Knight of the Seven Kingdoms
- House of the Dragon Staffel 2 ab Juni 2024

HOUSE OF THE DRAGON

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



Mikkeller



PANDÖRA

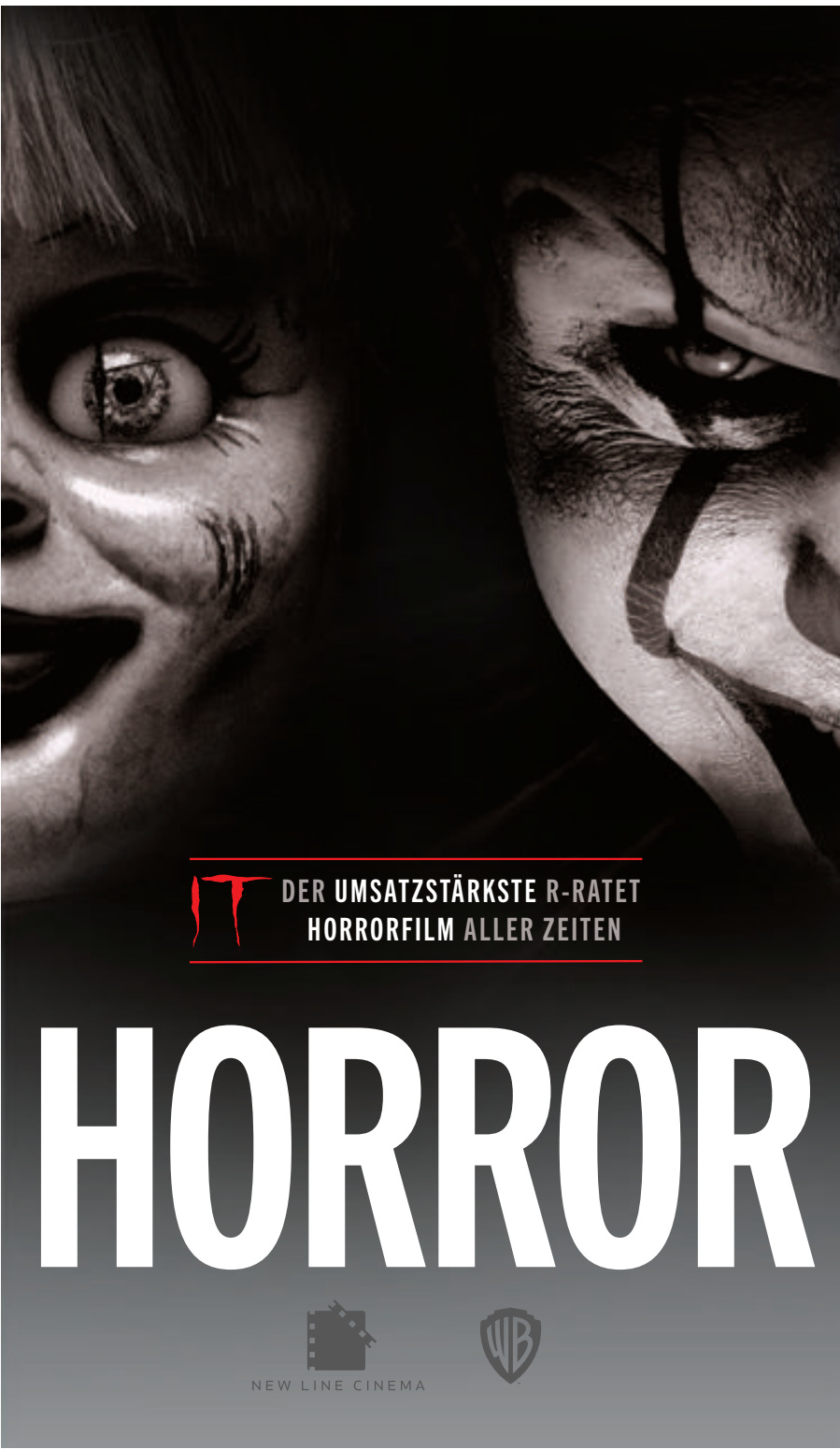
spreadshirt

EMPO

Funko



HERDING



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

- und aktuellen Blockbustern wie ES und dem Conjuring Universum

2024-2026

- Welcome to Derry ab 2024
- Salem's Lot
- Beetlejuice Beetlejuice
- Conjuring 4 in 2025



Rick and Morty



KEYFACTS

- Sci-Fi Surrealismus mit einer Prise Familiensitcom
- Staffel 8 ab 2025
- 11 x Emmy Gewinner
- Die halbstündige animierte Hitcomedy-Serie folgt Rick Sanchez, einem soziopathischen genialen Wissenschaftler, der seinen von Natur aus schüchternen Enkel Morty auf wahnsinnig gefährliche Abenteuer quer durch das Multiversum mitschleppt.
- Über 13M Follower auf Instagram, Facebook und Twitter

ZIELGRUPPE

- Junge Erwachsene 18+
- Awareness: *
66% Junge Männer 15-25 / 63% Junge Frauen 15-25
73% Männer 26-35 / 61% Frauen 26-35

MARKETING SUPPORT

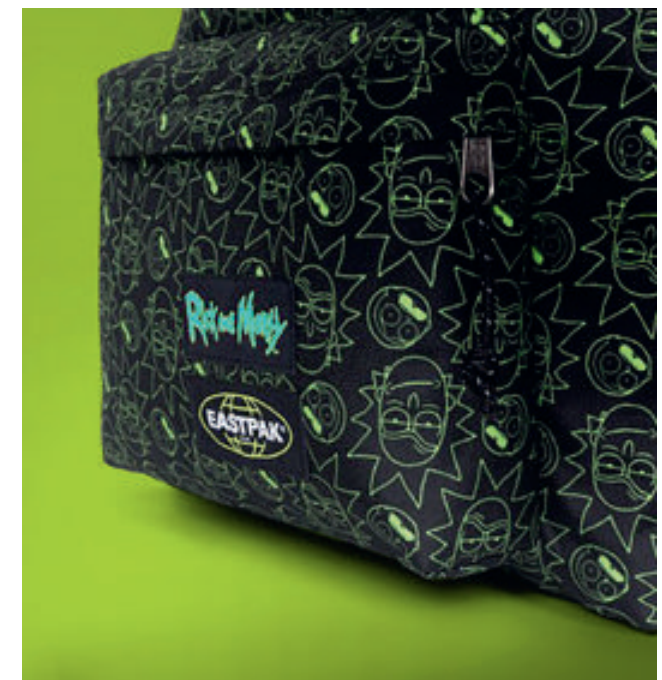
- Marketing-, Digital- und Retail-Toolkits für eine Go-to-Market-Strategie im Multiversum

AUSBLICK

- Premiere der Staffel 8 in 2025



*Quelle: Kidz Global (Okt. 23)



PUMA

LOGOSHIRT®

C&A

spreadshirt

Hasbro

Winning Moves®

Funko

EMP

HERDING

DMAX



DMAX steht wie kein zweiter Sender im deutschsprachigen Raum für echte Männerwelten. Der erste Free TV TV-Kanal von Discovery weltweit hat sich seit dem Start 2006 zu einem der führenden Sender der dritten Generation entwickelt.

Mit dem einzigartigen Programmportfolio, bestehend aus den Genres Abenteuer, Motor, Entertainment, Lifestyle und Wissen, überrascht **DMAX** immer wieder aufs Neue mit einer ausgewogenen Vielfalt an deutschen und internationalen Non-Fiction-Programmen. Authentische, begeisternde Charaktere und außergewöhnliche Lebensweisen prägen die Inhalte des Senders.

DMAX ist via Kabel, Satellit, Web TV und IPTV im gesamten deutschsprachigen Raum frei empfangbar.

Discovery

DISCOVERY Channel ist seit 1996 die Premium Marke für hochwertige Dokumentationen und Factual Entertainment Serien im deutschsprachigen Pay TV.



★EUROSPORT

EUROSPORT 1 bietet das ausführlichste Live Sportangebot im deutschen Free TV und zeigt an 365 Tagen im Jahr die komplette Bandbreite des internationalen Spitzensports.

Warner Bros. Entertainment GmbH

Warner Bros. Consumer Products

Humboldtstraße 62

22083 Hamburg

Tel: +49 40 22650 472

www.warnerbroscustomerproducts.de

infocensing@warnerbros.com



WARNER BROS. is a trademark of Warner Bros Entertainment Inc

ANNABELLE, FRIENDS, GILMORE GIRLS, GOSSIP GIRL, IT, LOONEY TUNES, THE BIG BANG THEORY, THE CONJURING, THE EXORCIST, THE SHINING, THE LORD OF THE RINGS, HOBBIT and all related characters and elements © & ™ WBEL., A NIGHTMARE ON ELM STREET, FRIDAY THE 13TH and all related characters and elements © & ™ NLP., All DC characters and elements © & ™ DC., GAME OF THRONES, HOUSE OF THE DRAGON, THE WHITE LOTUS and all related characters and elements © & ™ HBO, Inc., RICK AND MORTY and all related characters and elements © & ™ CN., RIVERDALE © & ™ WBEL Archie Comics and all related characters and elements © & ™ Archie Comic Publications, Inc. Used with permission., SCOOBY-DOO and all related characters and elements © & ™ HB., TOM AND JERRY and all related characters and elements © & ™ TEC., HARRY POTTER all characters and elements © & ™ Warner Bros. Entertainment Inc. WB SHIELD: © & ™ WBEL. Publishing Rights © JKR. (s24)