

## Geschäftsentwicklung im 1. Quartal 2007

Guillaume de Posch, Vorstandsvorsitzender

Lothar Lanz, Vorstand Finanzen, Legal Affairs & Human Resources



München, 9. Mai 2007

# Agenda



Highlights des ersten Quartals 2007

Zahlen Q1 2007

Ausblick



# ProSiebenSat.1-Gruppe: Erfolge im ersten Quartal 2007

Mio EUR	Q1 2007	Q1 2006	Veränderung
Umsatz	501,2	465,3	+7,7%
EBITDA	82,0	70,6	+16,1%
EBITDA-Marge In Prozent	16,4	15,2	+7,9%



## ProSiebenSat.1-Gruppe: Erfolge im ersten Quartal 2007

**Mehrwertsteuer-Erhöhung hat keine negativen Auswirkungen auf TV-Werbeumsätze der Gruppe.**

---

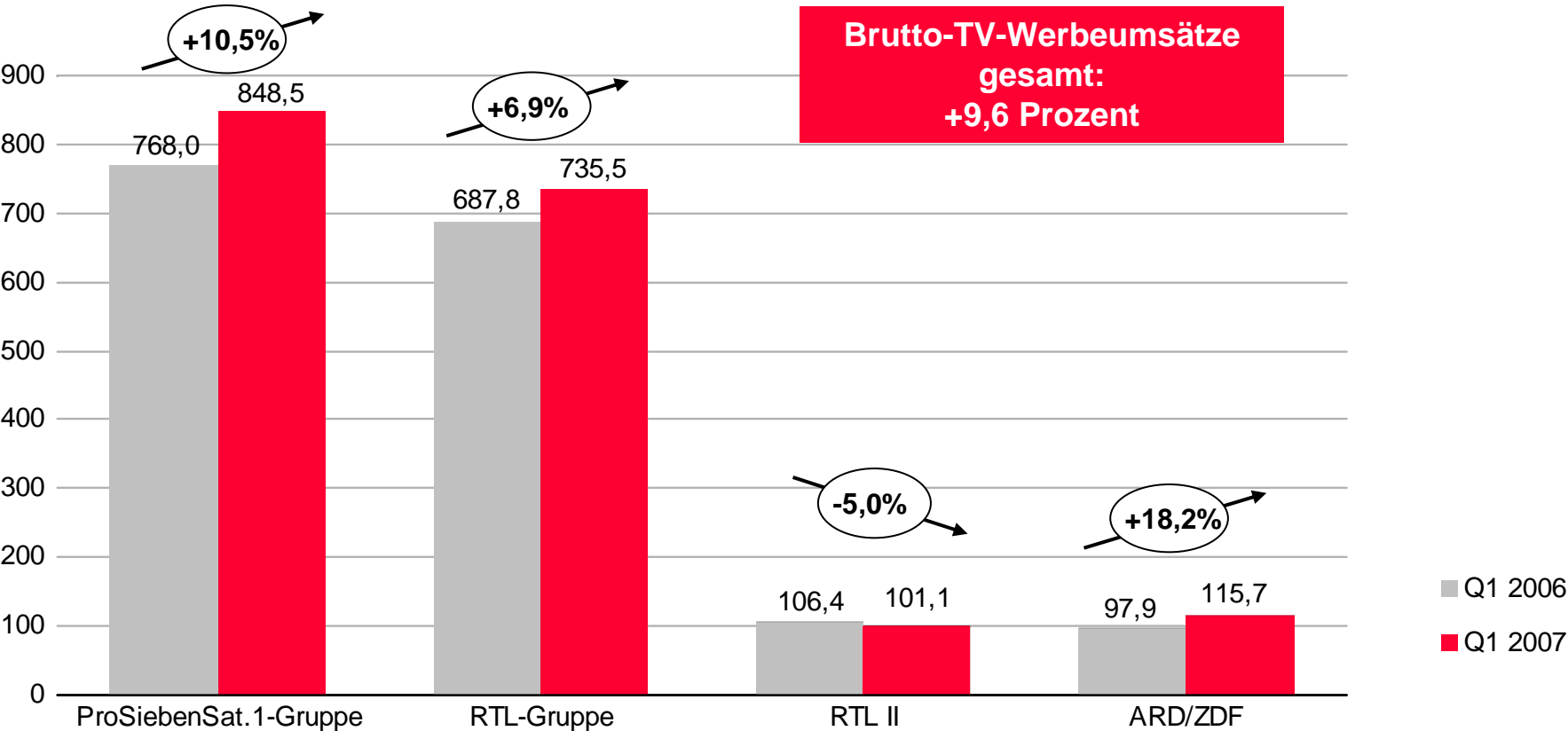
### Kerngeschäft Free-TV

- Günstiges konjunkturelles Umfeld genutzt:  
Wachstum des Segments Free-TV durch höhere Werbeeinnahmen
- Sat.1 steigert Umsatz und Profitabilität
- ProSieben verzeichnet Umsatzplus durch deutlich höhere Werbeeinnahmen
- kabel eins setzt ertragsstarkes Wachstum fort
- N24 unterstreicht Position als führender Nachrichtensender in Deutschland



# TV-Markt Deutschland: Brutto-Werbeinnahmen in Q1 2007

Die ProSiebenSat.1-Gruppe baut führende Position im TV-Werbemarkt aus: Wachstum über Marktschnitt.  
Brutto-Werbeumsätze Q1 2007 vs. Q1 2006 in Mio EUR



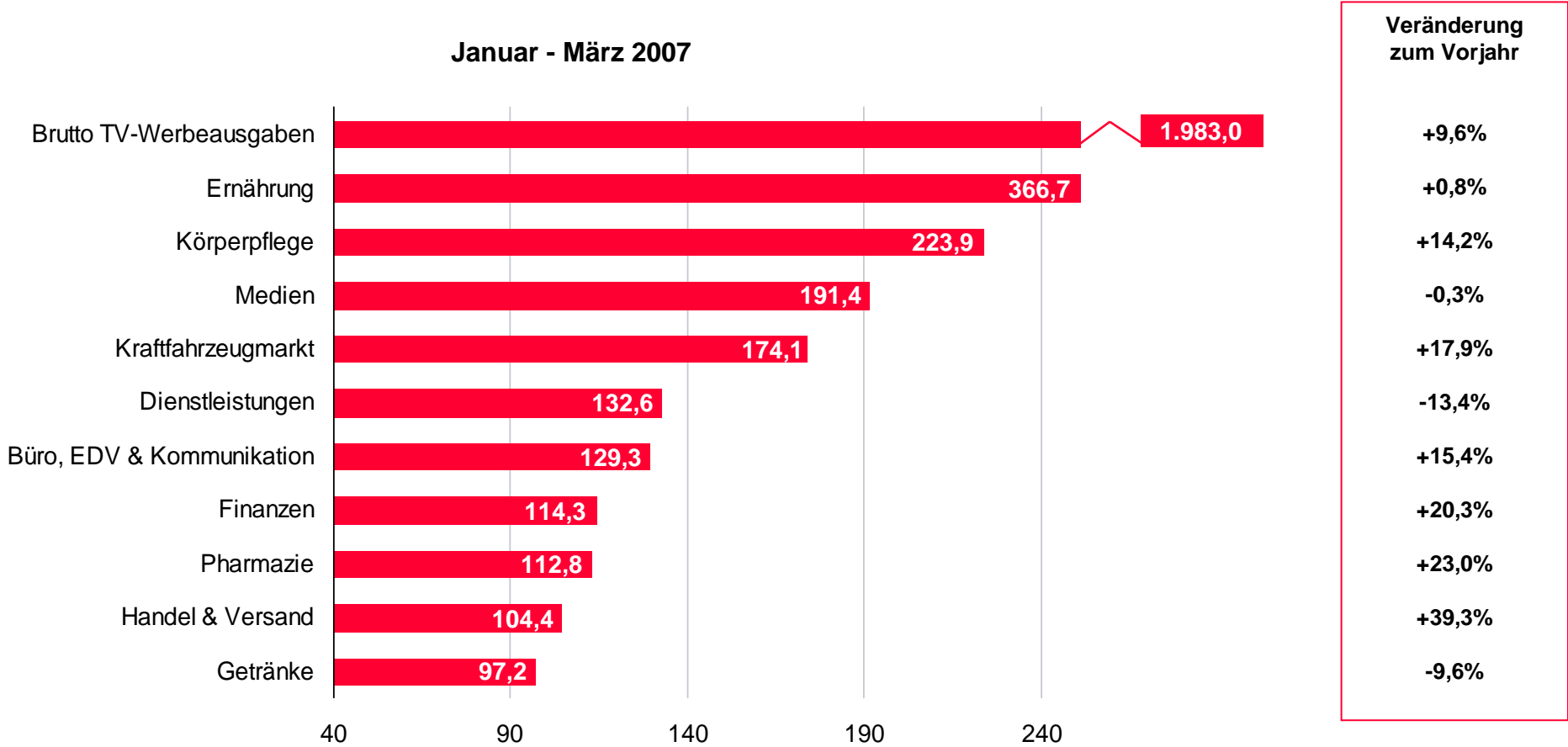
ProSiebenSat.1-Gruppe: Sat.1, ProSieben, kabel eins, N24. RTL-Gruppe: RTL, Vox, Super RTL, n-tv  
Quelle: Nielsen Media Research



# TV-Markt Deutschland: Branchentrends Q1 2007

## Ernährung ist die wichtigste Branche für die TV-Werbung.

Brutto TV-Werbeinvestitionen der Top Branchen, in Mio EUR, Veränderung vs Q1 2006 in Prozent

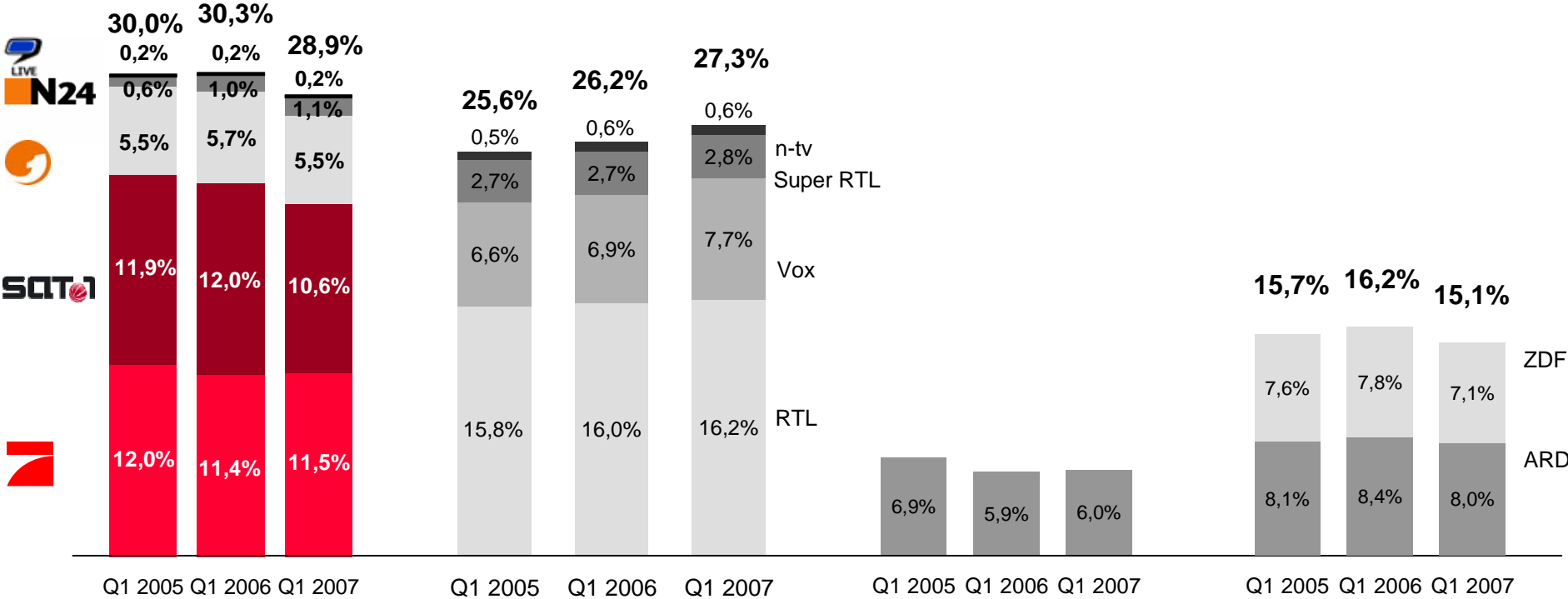


Quelle: Nielsen Media Research



# TV-Markt Deutschland: Zuschauermarktanteile

Sender der ProSiebenSat.1-Gruppe erzielen Zuschauermarktanteil von 28,9 Prozent.  
Zuschauermarktanteile 14 – 49 Jahre, in Prozent






Basis: Alle deutschen TV-Haushalte (Deutschland + EU), Mo.-Son., 03:00-03:00h, Zuschauer 14-49 Jahre  
Quelle: AGF/GfK Fernsehforschung / pc#tv aktuell / SevenOne Media Marketing & Research.  
RTL Group Anteile: n-tv: 100%, VOX: 99,7%, Super RTL: 50%, RTL II: 35,9%. Quelle: RTL Group



# Free-TV: Programmerfolge der Senderfamilie in Q1 2007

## Top-5-Programme der Sender im ersten Quartal 2007.

Zuschauermarktanteile 14 - 49 Jahre.

	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ „Champions-TV: FC Bayern München – Real Madrid, 2. Halbzeit“ (34,5%)</li><li>▪ „Navy CIS“ (bis zu 18,7%)</li><li>▪ „Der Bulle von Tölz“ (bis zu 18,6%)</li><li>▪ „Sister Act 2 – In göttlicher Mission“ (18,3%)</li><li>▪ „Der geheimnisvolle Schatz von Troja“ (bis zu 17,7%)</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ „Die McFit Fight Night – Raab vs. Halmich“ (43,4%)</li><li>▪ „Schlag den Raab“ (26,2%)</li><li>▪ „Findet Nemo“ (23,9%)</li><li>▪ „Men in Black II“ (21,6%)</li><li>▪ „Germany's next Topmodel“ (bis zu 20,4%)</li></ul>
 kabel eins	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ „Ghost Whisperer – Stimmen aus dem Jenseits“ (bis zu 11,4%)</li><li>▪ „Mein neues Leben“ (bis zu 11,0%)</li><li>▪ „Scott und Huutsch“ (9,3%)</li><li>▪ „FALCO-Eventabend“ (9,0%)</li><li>▪ „Quiz Taxi“ (bis zu 8,8%)</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Live-Sondersendung „Sturm über Deutschland“ (4,9%)</li><li>▪ Dokumentation „Mount St. Helens“ (4,6%)</li><li>▪ „N24 Nachrichten“ (bis zu 4,0%)</li><li>▪ „Kronzuckers Kosmos“ (bis zu 4,0%)</li><li>▪ „Studio Friedman“ (bis zu 2,3%)</li></ul>



# ProSiebenSat.1-Gruppe: Erfolge im ersten Quartal 2007

**Geschäftsbereich Diversifikation steigert Umsatzanteil von 11,0 auf 12,5 Prozent.**

---

## Segment Transaktions-TV und Segment Sonstige Diversifikation

- Beitrag zu Erlösen des Konzerns steigt kontinuierlich
- Umstrukturierung des Diversifikationsgeschäfts und Neuausrichtung von 9Live als zentraler „Interaktions-Dienstleister“ der Gruppe: Synergiepotentiale und Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung
- Organisches Wachstum getrieben durch Onlinegeschäft, Pay- und Video-on-Demand-Angebote sowie internationalen Programmvertrieb
- Strategische Beteiligung an Internetfirma solute; Vollkonsolidierung seit Februar 2007



## Diversifikation: Weitere Expansion im Internet in Q1 2007

Durch strategische Beteiligungen und Erweiterung der ProSiebenSat.1-Networld expandiert die Gruppe im Internet: Neue Erlösquellen und Content-Plattformen.



billiger.de

powered by  isolute

- Übernahme von rund 75 Prozent im Februar 2007
- Zweitgrößte deutsche Preissuchmaschine
- Dynamisches Wachstum: Mehr als 3 Millionen Unique Users
- Innovative Vermarktungsmöglichkeiten (Start im April 2007)



MyVideo



Lokalisten.de



SAT1 ONLINE ProSieben.de kabeleins.de



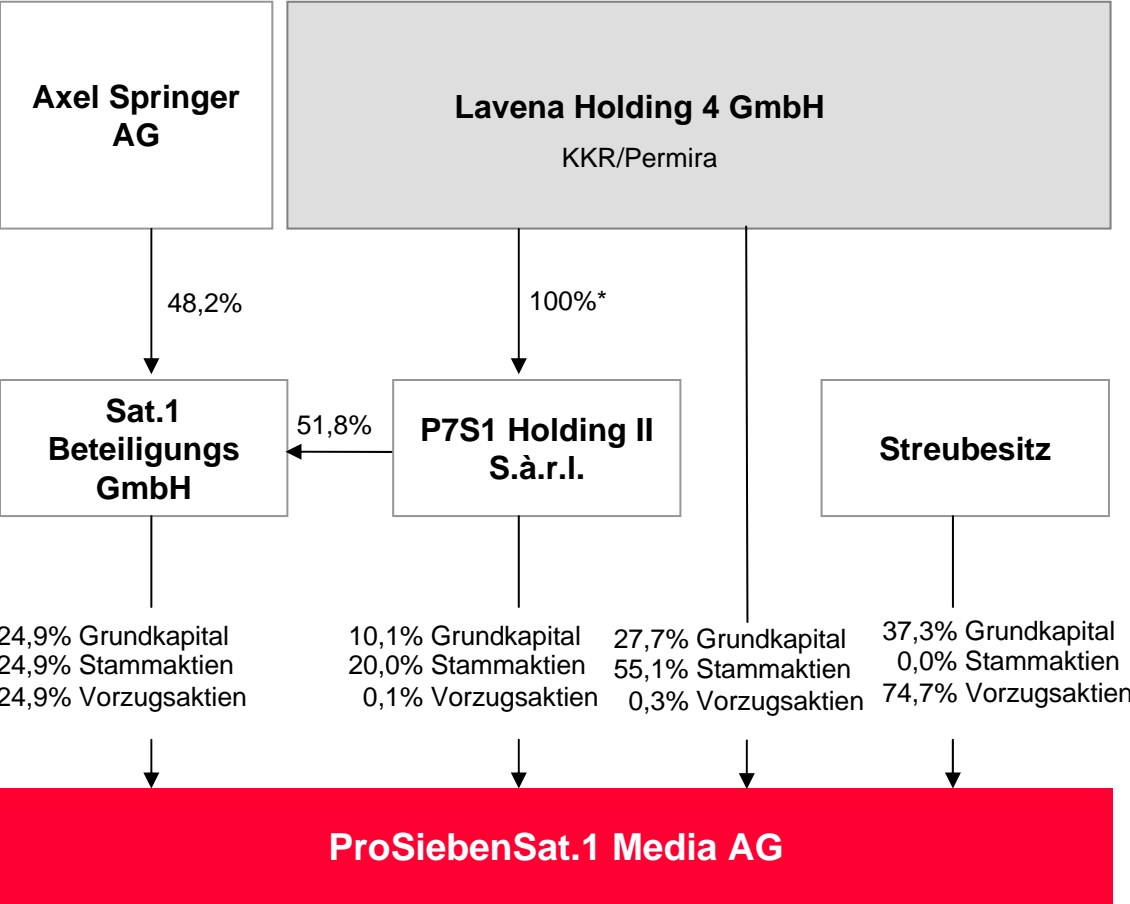
N24.de wetter.com icq

- ProSiebenSat.1-Networld: Zweitgrößtes deutsches Online-Netzwerk
- Durchschnittliche Seitenzugriffe Q1 2007: 2 Mrd / pro Monat
- Zusätzliche Möglichkeiten der Zielgruppenansprache

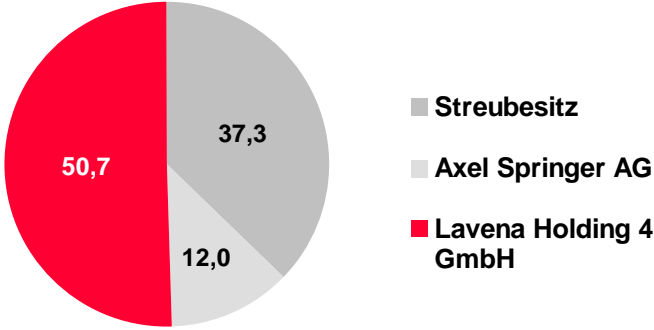


# ProSiebenSat.1-Gruppe: Aktionärsstruktur zum 31. März 2007

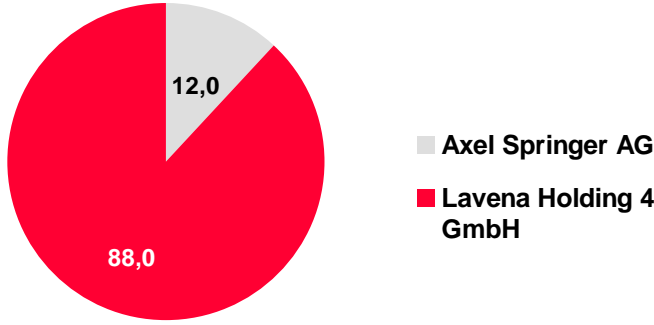
Lavena Holding 4 GmbH ist neue Hauptgesellschafterin (Closing: 6. März 2007).



Verteilung des Grundkapitals  
In Prozent



Verteilung der Stammaktien  
In Prozent



\*mittelbar gehalten  
Weitere rund 0,3 Prozent der Vorzugsaktien wurden im Rahmen eines öffentlichen Übernahmeangebots bis zum Quartalsende erworben.

# Agenda



Highlights des ersten Quartals 2007

Zahlen Q1 2007

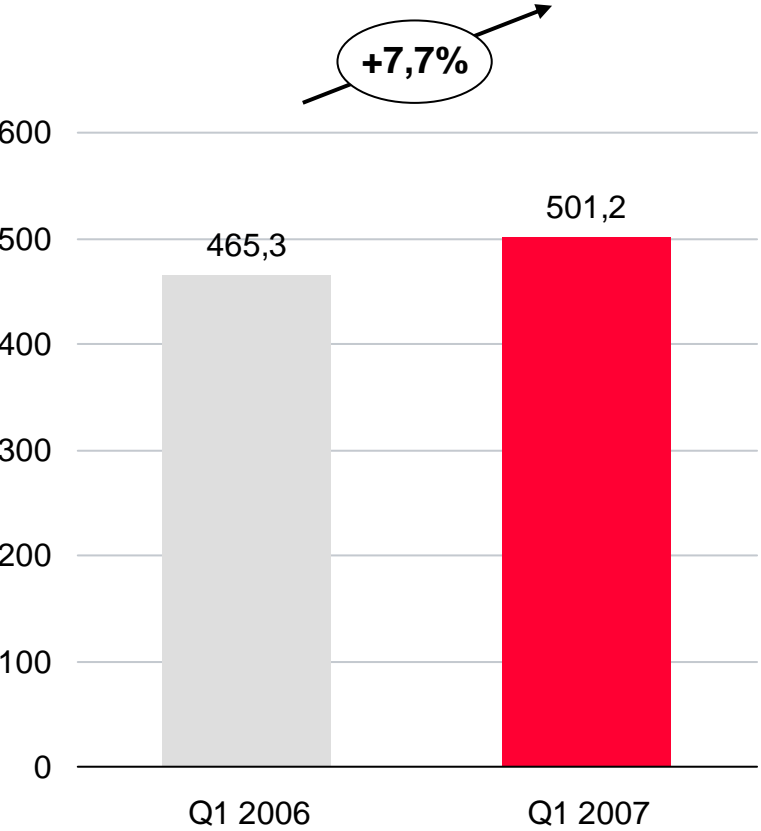
Ausblick



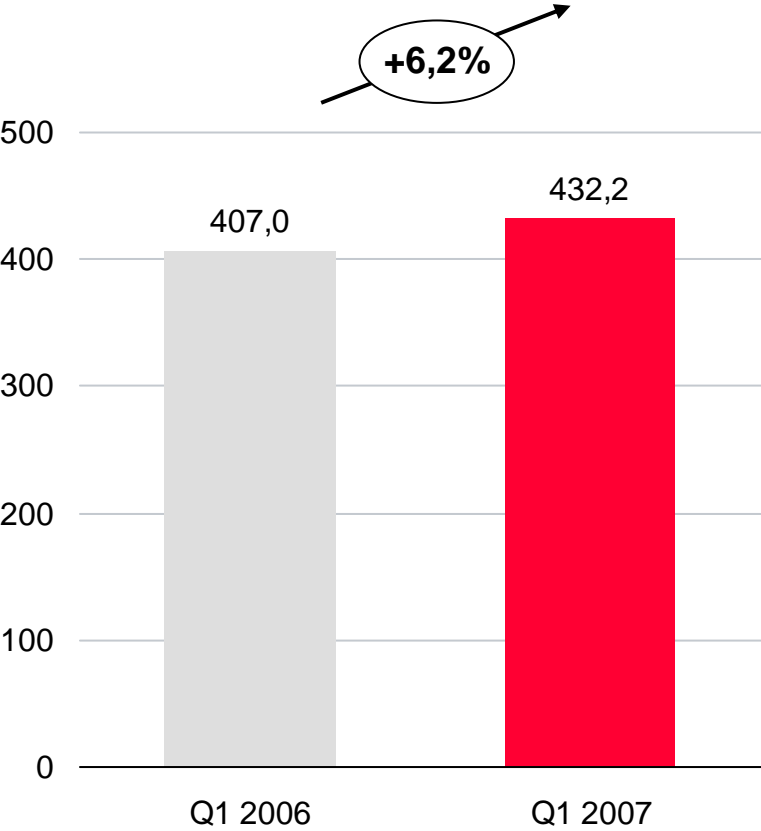
# ProSiebenSat.1-Gruppe: Q1 2007 – Umsatz und Kosten

Umsatzsteigerung trotz Mehrwertsteuererhöhung durch Wachstum in beiden Geschäftsbereichen.  
Konzern hält Kostensteigerung unter Umsatzwachstum. In Mio EUR

Konzernumsatz



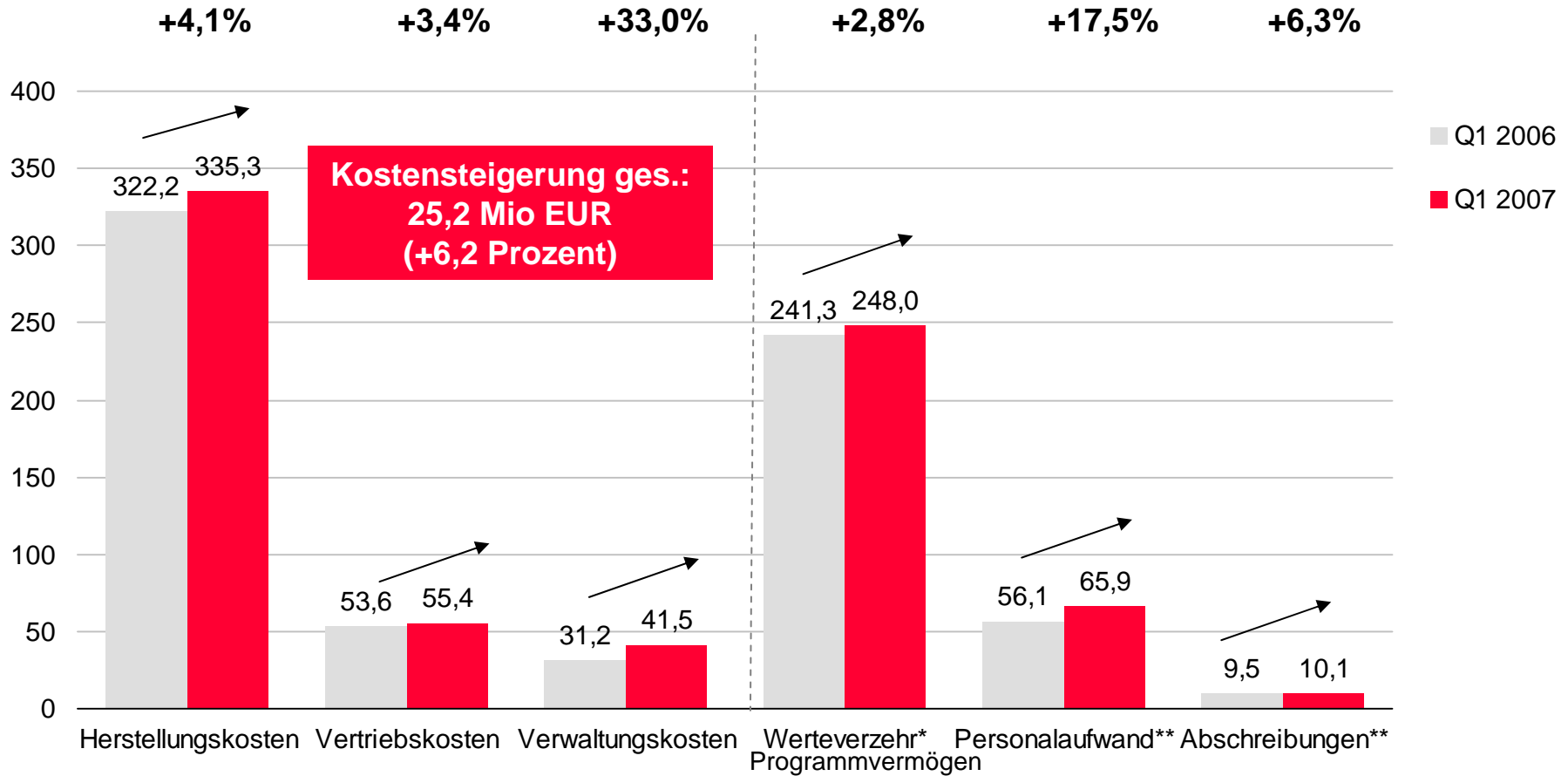
Kosten





# ProSiebenSat.1-Gruppe: Q1 2007 – Übersicht Kosten

Steigerung der Gesamtkosten aufgrund höherer Personal- sowie Programm- und Materialaufwendungen.  
Gesamtkosten der Gruppe nach Bereichen Q1 2007 vs. Q1 2006 in Mio EUR



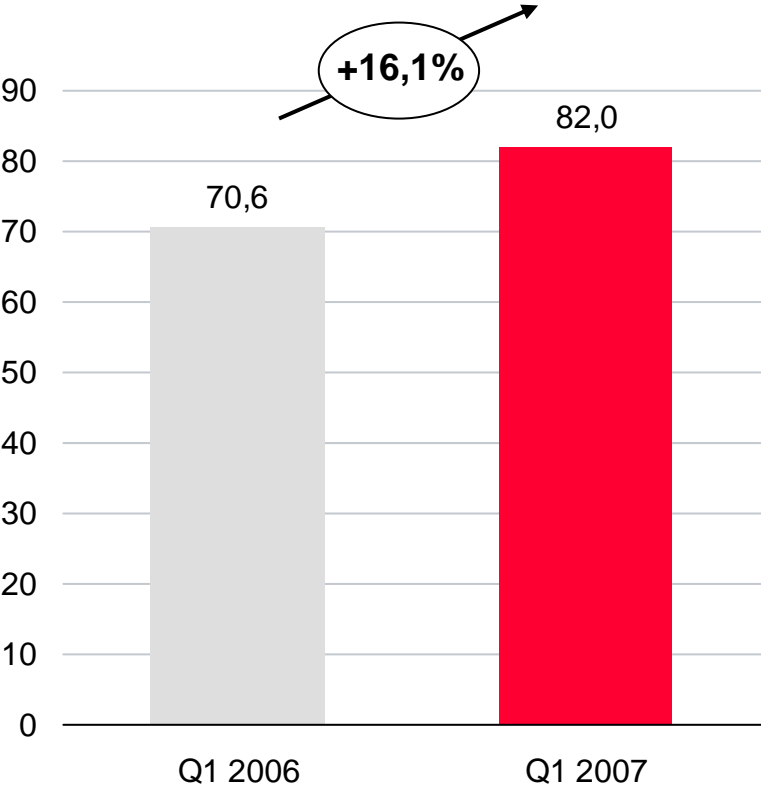
\* Enthalten in Herstellungskosten / \*\* Enthalten in Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten



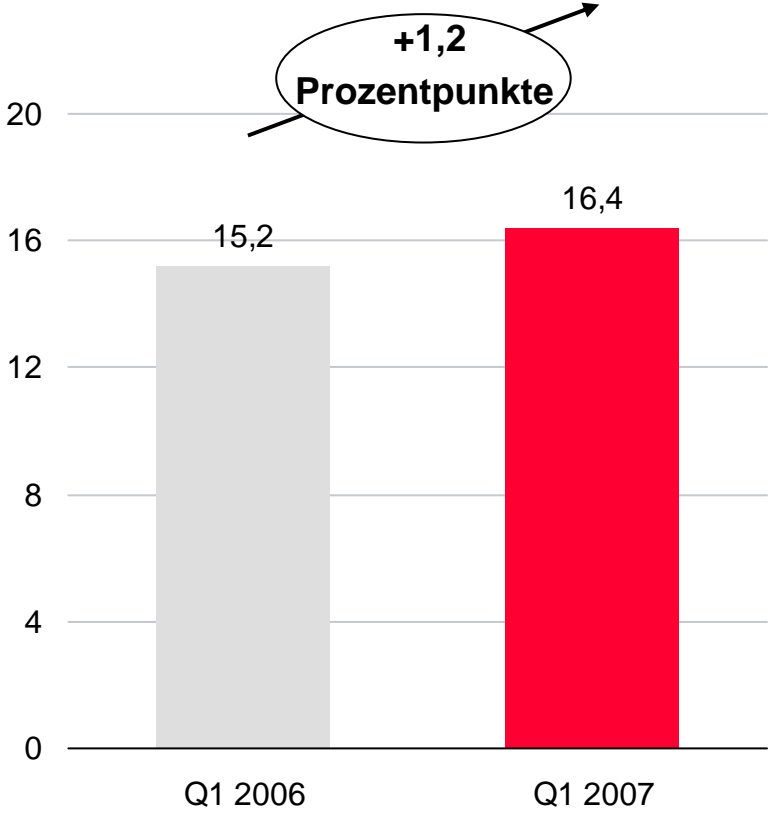
# ProSiebenSat.1-Gruppe: Q1 2007 – Ergebnisse

Weitere Profitabilitätssteigerung trotz höherer Gesamtkosten.  
Deutlicher Anstieg des EBITDA bedingt durch hohes Umsatzwachstum.

**EBITDA**  
In Mio EUR



**EBITDA-Marge**  
In Prozent

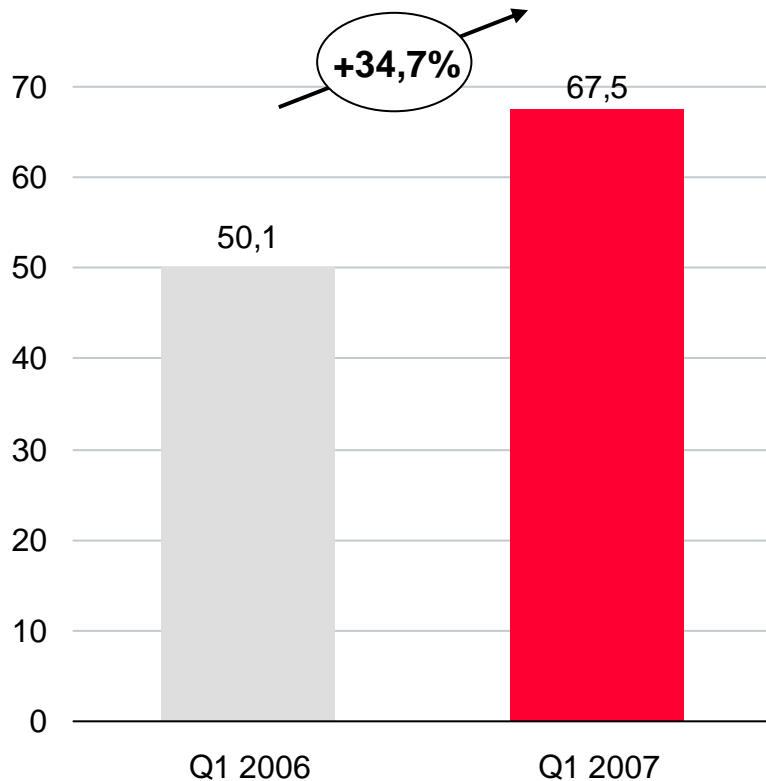




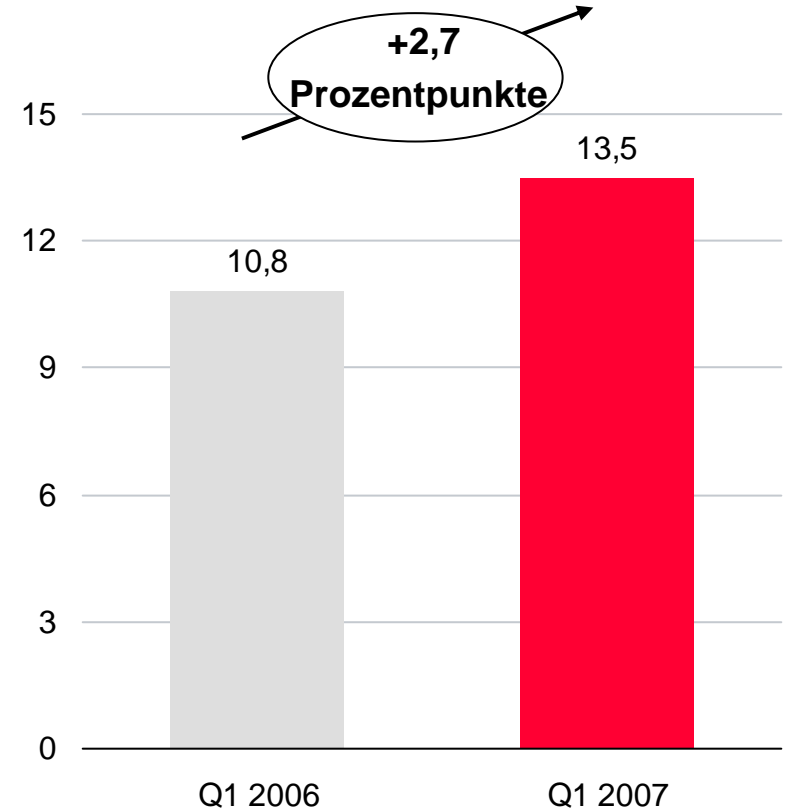
# ProSiebenSat.1-Gruppe: Q1 2007 – Ergebnisse

**Kräftiges Wachstum des Vorsteuerergebnisses infolge des Umsatzwachstums und des verbesserten Finanzergebnisses. Auch Umsatzrendite steigt deutlich an.**

**Ergebnis vor Steuern**  
In Mio EUR



**Umsatzrendite**  
In Prozent

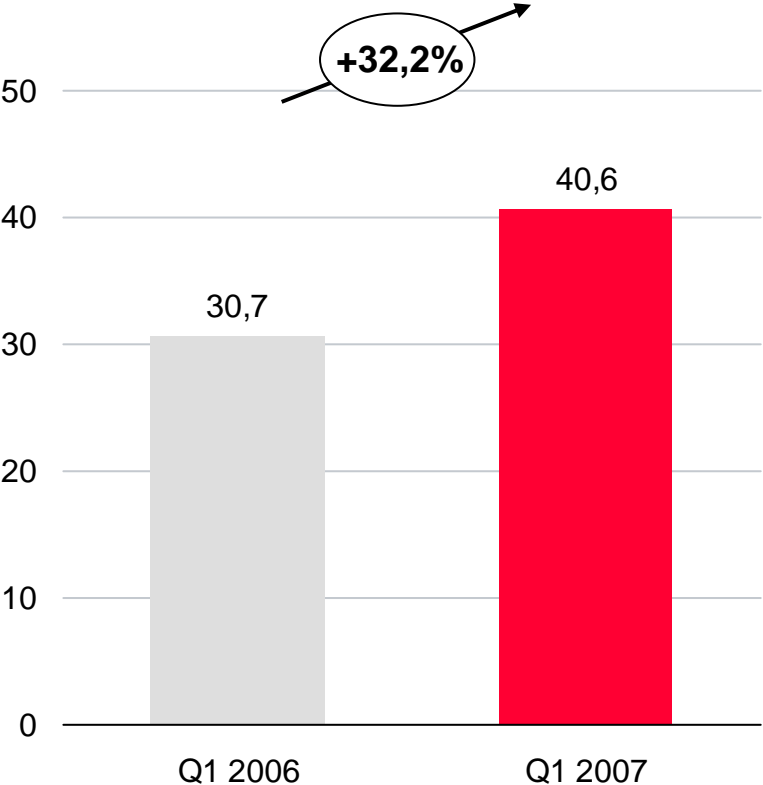




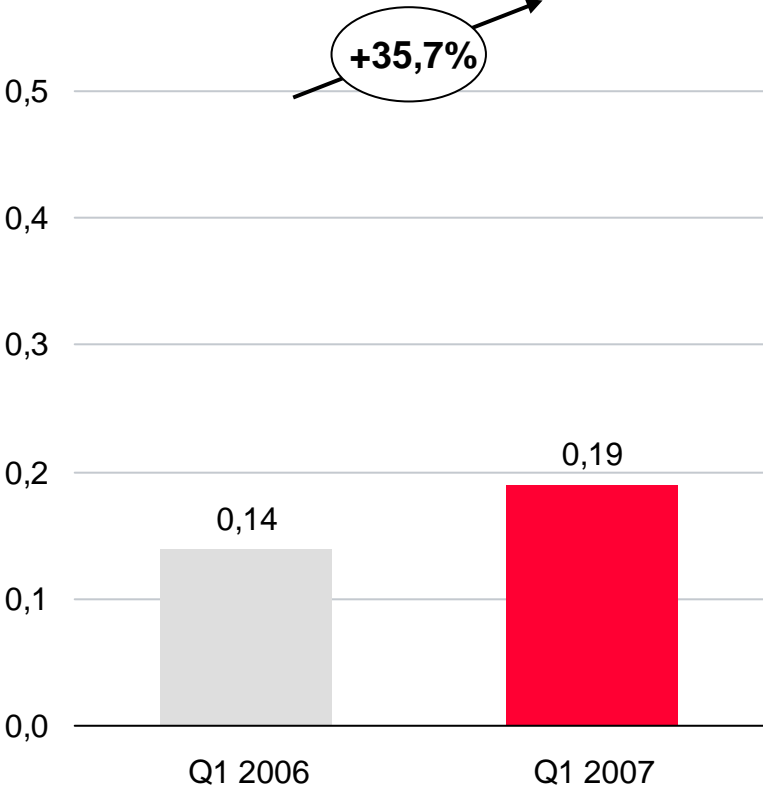
# ProSiebenSat.1-Gruppe: Q1 2007 – Ergebnisse

Ergebnis je Aktie nimmt aufgrund der Steigerung des Konzernüberschusses zu.

**Konzernüberschuss**  
In Mio EUR



**Ergebnis je Aktie\***  
In EUR



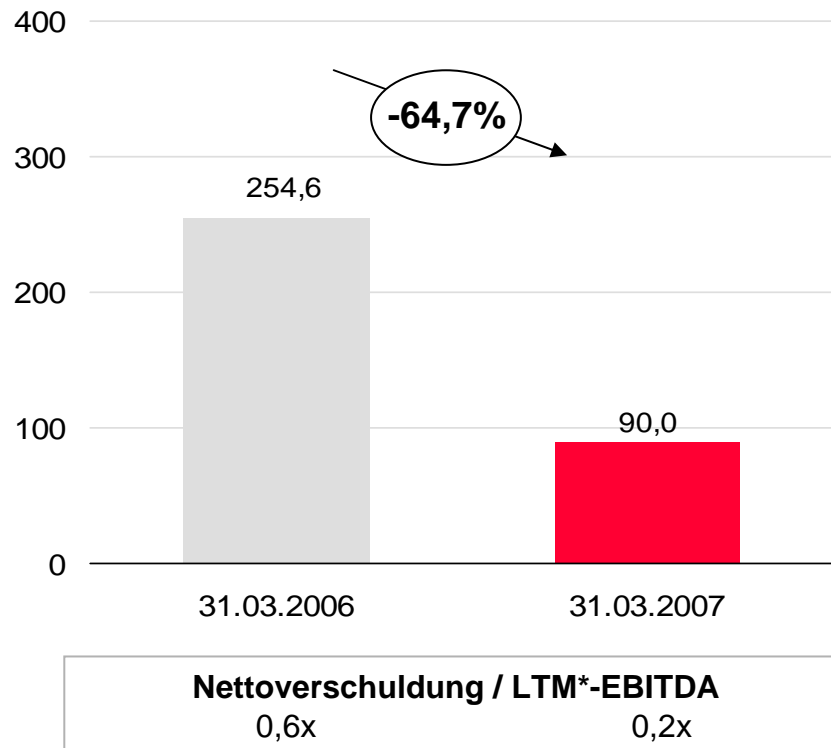
\* Vorzugsaktie



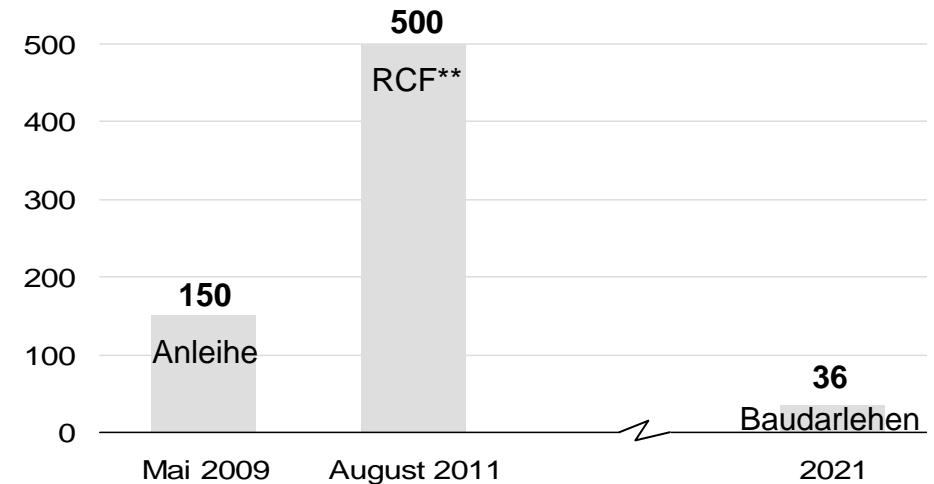
# ProSiebenSat.1-Gruppe: Q1 2007 - Netto-Finanzverschuldung

Rückgang der Netto-Finanzverschuldung durch positive Free Cash-flow-Entwicklung.  
In Mio EUR

## Netto-Finanzverschuldung



## Finanzierungsinstrumente am 31. März 2007



### Derzeitige Langfrist-Kredit-Ratings:

Fitch: **BBB (Ausblick negativ)**  
Moody's: **Ba1 (Prüfung für evt. downgrade)**

\* LTM: Last twelve months \*\* Revolving Credit Facility



## ProSiebenSat.1-Gruppe: Q1 2007 - Kennzahlen

	Q1 2007 Mio EUR	Q1 2006 Mio EUR	Mio EUR	Veränderung Prozent
Umsatzerlöse	501,2	465,3	35,9	7,7
EBITDA	82,0	70,6	11,4	16,1
EBIT	71,9	61,1	10,8	17,7
Finanzergebnis	-4,4	-11,0	6,6	60,0
Vorsteuerergebnis	67,5	50,1	17,4	34,7
Konzernüberschuss	40,6	30,7	9,9	32,2
Ergebnis je Vorzugsaktie nach IFRS (EUR)	0,19	0,14	0,05	35,7
Programminvestitionen	269,9	249,1	20,8	8,4
Free Cash-flow	32,6	-24,5	57,1	233,1
Bilanzsumme	2.030,7	2.042,3	-11,6	-0,6
Eigenkapital	1.293,6	1.214,8	78,8	6,5
Eigenkapitalquote (in Prozent)	63,7	59,5	4,2	7,1
EBITDA-Marge (in Prozent)	16,4	15,2	1,2	7,9
Netto-Finanzverschuldung	90,0	254,6	-164,6	-64,7
Netto-Finanzverschuldung / LTM*-EBITDA	0,2x	0,6x	-0,4	-66,7
Mitarbeiter (durchschn. vollzeitäquivalente Stellen)	3.062	2.885	177	6,1

\* LTM: Last twelve months



## Segment Free-TV: Q1 2007 - Entwicklung der Sender

Sat.1, kabel eins und N24 steigern Umsatz und Ergebnis.  
ProSieben mit deutlichem Umsatzplus aufgrund Leistungssteigerung.

Kennzahlen In Mio EUR	Umsatz			EBITDA			Vorsteuerergebnis		
	Q1 2007	Q1 2006	Prozent	Q1 2007	Q1 2006	Prozent	Q1 2007	Q1 2006	Prozent
Sat.1	204,2	194,1	5,2	42,8	33,6	27,4	44,1	32,8	34,5
ProSieben	170,6	156,1	9,3	6,3	6,9	-8,7	6,5	7,4	-12,2
kabel eins	64,1	55,8	14,9	19,7	11,4	72,8	19,9	11,5	73,0
N24	22,9	20,3	12,8	3,4	2,0	70,0	3,5	1,9	84,2



# ProSiebenSat.1-Gruppe: Q1 2007 - Entwicklung der Segmente

Umsatzwachstum in beiden Geschäftsbereichen: Segment Free-TV wächst durch höhere Werbeeinnahmen, Geschäftsbereich Diversifikation wächst organisch und durch Beteiligung an solute.

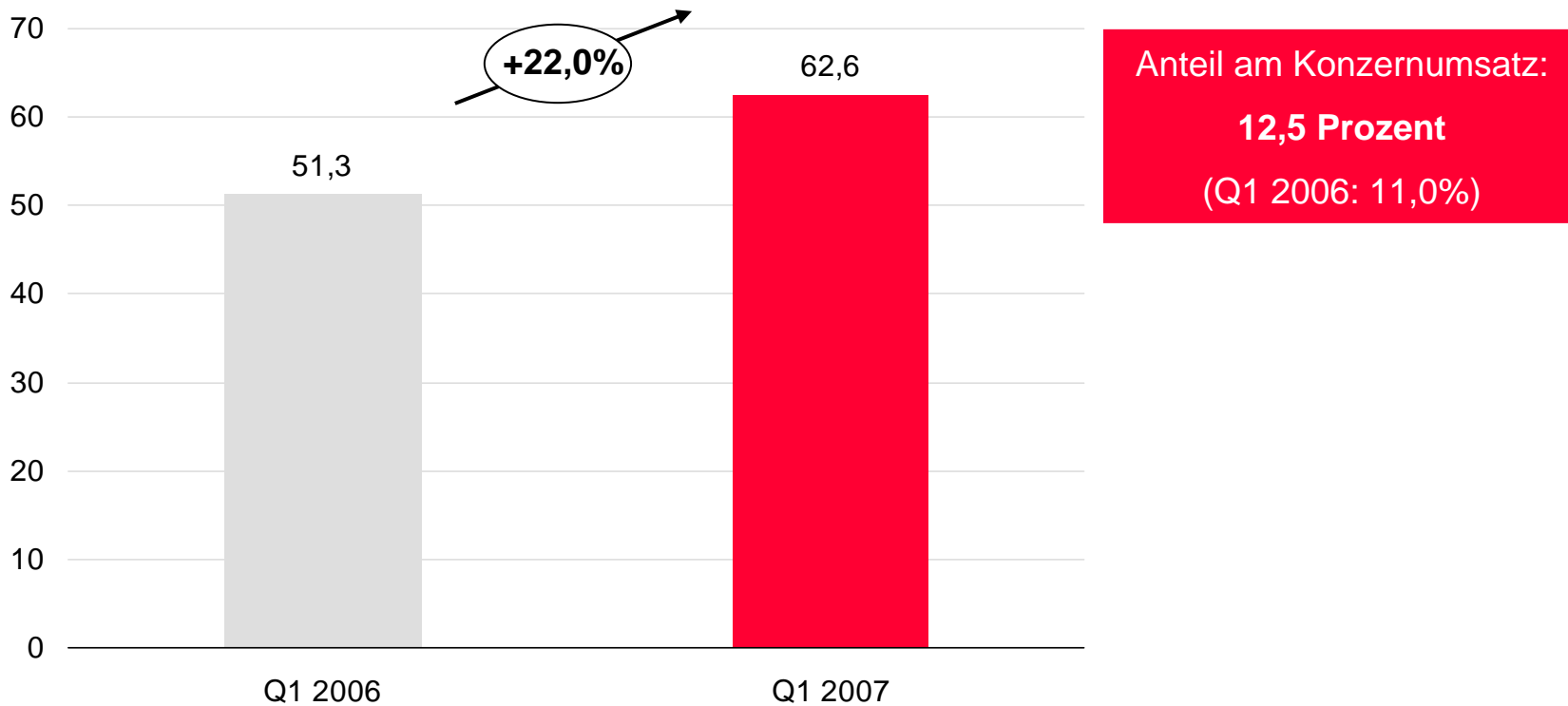
Kennzahlen In Mio EUR	Gesamtumsatz			Außenumsatz			EBITDA			Betriebsergebnis		
	Q1 2007	Q1 2006	Prozent	Q1 2007	Q1 2006	Prozent	Q1 2007	Q1 2006	Prozent	Q1 2007	Q1 2006	Prozent
Free-TV	456,4	425,1	7,4	438,6	414,0	5,9	70,6	56,1	25,8	63,3	49,5	27,9
Transaktions-TV	27,7	26,2	5,7	27,1	25,8	5,0	6,9	8,8	-21,6	5,0	6,7	-25,4
Sonstige Diversifikation	37,1	30,5	21,6	35,6	25,5	39,6	4,6	5,9	-22,0	3,7	5,1	-27,5



## Diversifikation: Q1 2007 - Umsatzentwicklung

Geschäftsbereich Diversifikation verzeichnet deutliches Wachstum. Wichtige Wachstumstreiber waren Onlinegeschäft, internationaler Programmvertrieb sowie digitale Angebote. In Mio EUR

### Außenumsatz Diversifikation



# Agenda



Highlights des ersten Quartals 2007

Zahlen Q1 2007

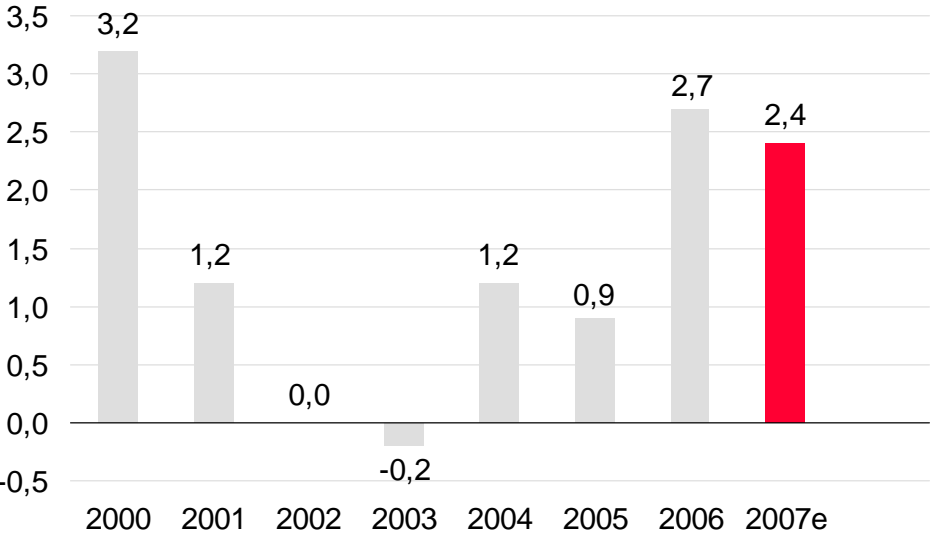
Ausblick



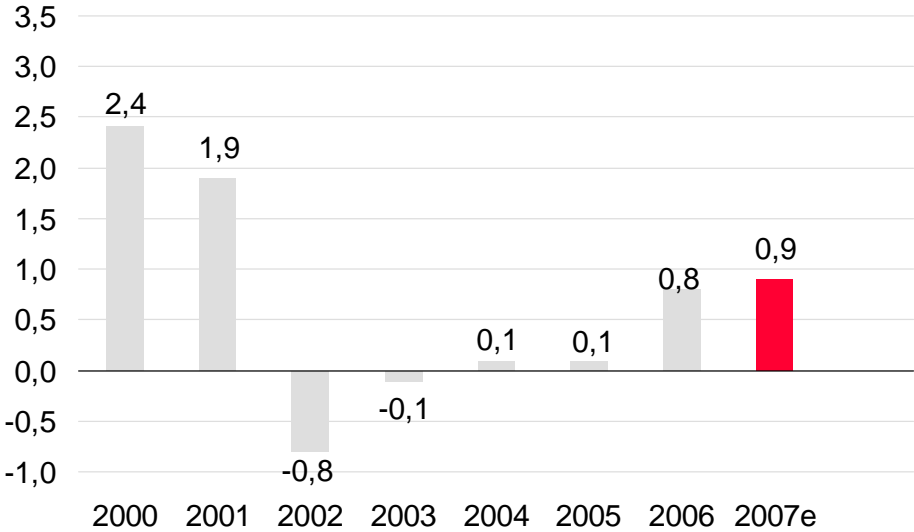
# Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen

## Weitere Belebung der Konjunktur in Deutschland. In Prozent

Bruttoinlandsprodukt



Privater Konsum

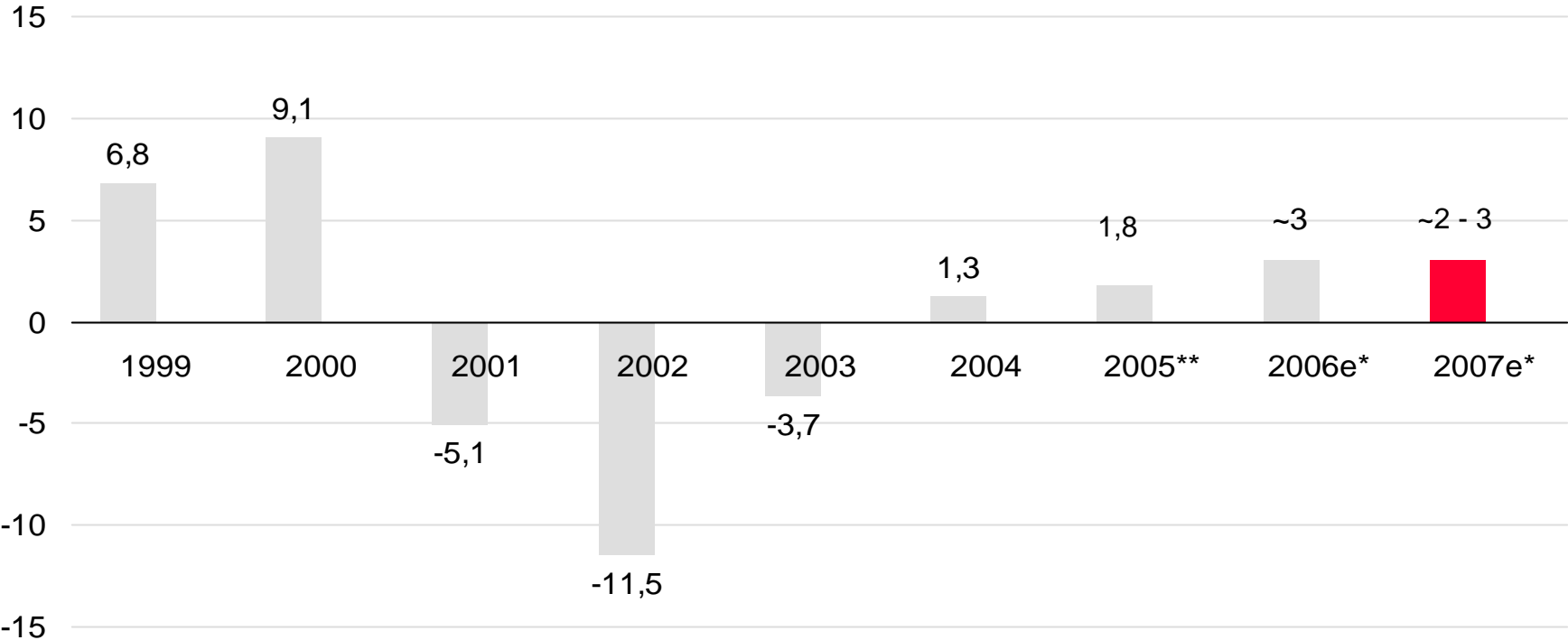


Quelle: Statistisches Bundesamt  
2007 und 2008: Gemeinschaftsdiagnose führender Wirtschaftsforschungsinstitute, April 2007



# Ausblick: TV-Werbeinvestitionen

Die ProSiebenSat.1-Gruppe erwartet 2007 einen Anstieg der Netto-TV-Werbeinvestitionen von zwei bis drei Prozent. In Prozent



Quelle: ZAW, \*eigene Schätzungen \*\* ZAW-Daten 2005 sind wegen Umstellung in der Erhebungsbasis nicht mit Vorjahren vergleichbar. Die ProSiebenSat.1 Media AG rechnet daher mit bereinigten Daten und geht von einer Wachstumsrate von 0,5 Prozent aus.



# Ausblick: Programmhighlights der Senderfamilie

**Die Senderfamilie geht mit vielen Neustarts in die nächsten Monate.**

Programmhighlights der Sender im 2. Quartal 2007 und den folgenden Monaten.



## **Beste Fernsehunterhaltung für die ganze Familie**

- Comedy-Highlights wie „Hilfe! Hochzeit! Die schlimmste Woche meines Lebens“
- Neue Showformate wie „Rich List – Jede Antwort zählt“ mit Kai Pflaume
- Innovative Doku-Soaps wie „Ein Job – Deine Chance“
- Hochwertige Filme und Eigenproduktionen mit Starbesetzung wie „Frühstück mit einer Unbekannten“



## **Blockbuster, unschlagbare Shows und Event-Movies vom Feinsten**

- Hollywood-Kino mit Blockbustern wie „30 über Nacht“, „Collateral“ oder „Star Wars“-Episoden
- Fortsetzung von Erfolgsshow wie „Schlag den Raab“, „Germany’s next Topmodel“ und eine neue Staffel von „POPSTARS“: Auf der Suche nach dem heißesten Showact Deutschlands
- TV-Events „made by ProSieben“ wie „Das Inferno – Flammen über Berlin“
- Neue internationale Premiumserien wie „Jericho – der Anschlag“



## **Spielfilme, Serien und Eigenproduktionen, die überzeugen**

- Neue Staffeln erfolgreicher Serien wie „Medium“ oder „King of Queens“
- Fortsetzung beliebter Formate wie „Quiz Taxi“ mit zusätzlicher Promi-Ausgabe zur Prime-Time
- Filmhighlights wie „Der Club der toten Dichter“ oder „Während Du schliefst“
- Neues Doku-Experiment „Männer allein daheim“



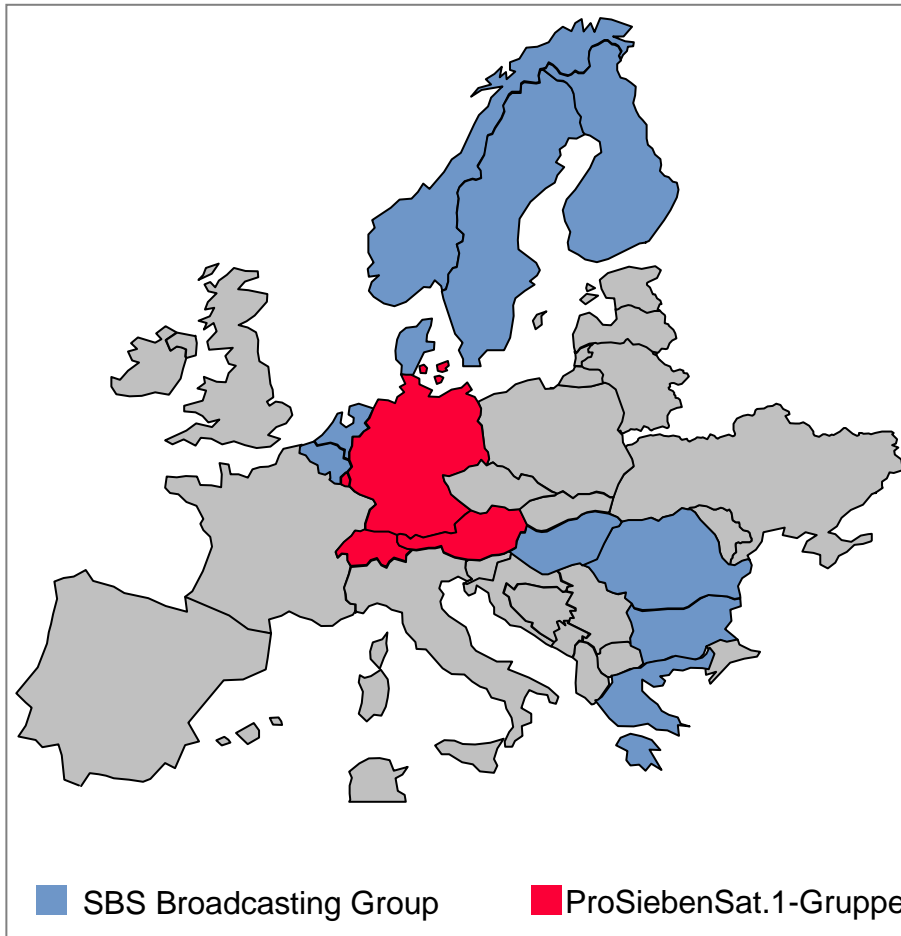
## **Der führende Nachrichtensender in Deutschland**

- Ausbau der aktuellen Börsenberichterstattung
- Neues „Hochglanz-Reportage-Magazin“ mit anspruchsvollen Themen aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft
- Fortsetzung erfolgreicher Talkformate wie „Talk ohne Show“
- Spannende Dokumentationen



## ProSiebenSat.1/SBS: Auf einen Blick

ProSiebenSat.1-Gruppe prüft derzeit Übernahme von SBS Broadcasting Group:  
Zusammenschluss zu einer führenden pan-europäischen Mediengruppe.



### SBS im Überblick

- 19 kommerzielle TV-Sender in 3 Regionen: Benelux, nordische Länder und Osteuropa
- 20 Premium Pay-TV-Sender in Skandinavien
- 16 Radio Netzwerke und acht selbstständige Radiostationen in: Benelux, nordische Länder, Osteuropa und Griechenland
- TV/Radio-Zeitschrift in den Niederlanden

### ProSiebenSat.1-Gruppe im Überblick

- Vier Sender im deutschsprachigen Raum
- Transaktions-TV (9Live)
- 4 Pay-TV-Sender
- Anbieter von anderen Diversifikationsangeboten (z.B. Video-on-Demand, Mobile-TV, Online)



## ProSiebenSat.1/SBS: Gründe für eine mögliche SBS-Transaktion

Beide Gesellschaften können ihre jeweiligen Erfahrungen gegenseitig nutzen und sind Mehrheitsgesellschafter ihrer meisten operativen Gesellschaften.

---

Komplementäre geographische  
Aufstellung

Starkes und diversifiziertes  
Medienportfolio



Synergiepotential

Erhöhtes Wachstumspotential



# ProSiebenSat.1-Gruppe: Strategische Ziele

## Führendes kommerzielles TV-Unternehmen in Deutschland

1

Stärkung des  
Kerngeschäfts Free-TV

2

Ausbau  
der Diversifikation

3

Positionierung  
für die digitale Welt

Wachstum

### Positiver Ausblick für 2007 bekräftigt:

- Weitere Steigerung von Umsatz und Ergebnis des Konzerns
- Anhaltende Kostenkontrolle und Erhöhung der EBITDA-Marge
- Wachstum in beiden Geschäftsbereichen
- Neue Gesellschafterin unterstützt strategische Ausrichtung
- Zusätzliche Wachstumsperspektiven: Zusammenschluss mit SBS, deren Hauptgesellschafter ebenfalls Fonds sind, die von KKR/Permira beraten werden



**ProSiebenSat.1 Media AG**

Corporate Office

Medienallee 7

D-85774 Unterföhring

Tel. +49/89/95 07-1151

Fax +49/89/95 07-91151