



ProSiebenSat.1 Group Q3 2007: SBS-Konsolidierung und internationale Marktdynamik treiben Umsatzwachstum

Seite 1

- Q3-Zahlen deutlich durch Erstkonsolidierung von SBS beeinflusst; Segmentberichterstattung an neue Konzernstruktur angepasst
- Ergebnisentwicklung durch Bußgeld des Bundeskartellamts und erstmalige Abschreibungen aus SBS-Kaufpreisallokation geprägt
- Neues Verkaufsmodell für TV-Werbung eingeführt
- Integrationsprozess verläuft planmäßig

München, 29. November 2007. Die ProSiebenSat.1 Group steigerte ihre Umsätze im dritten Quartal 2007 um 237,1 Mio Euro oder 55 Prozent auf 668,4 Mio Euro. Der kräftige Umsatzanstieg ist vor allem auf die Konsolidierung der SBS Broadcasting Group zurückzuführen, die ProSiebenSat.1 im Juli 2007 erwarb und seither in den Büchern führt. Das Ergebnis wurde durch Einmalaufwendungen in Höhe von 120 Mio Euro aufgrund eines Bußgeldes des Bundeskartellamts belastet. Vor diesem Hintergrund ist auch der Rückgang des Vorsteuerergebnisses um 125,4 Mio Euro auf minus 103,7 Mio Euro zu bewerten. Das EBITDA sank um 58,3 Mio Euro auf 0,4 Mio Euro. Das um Sondereinflüsse bereinigte EBITDA des Konzerns (recurring EBITDA) stieg um 110 Prozent auf 124,8 Mio Euro.

Ansprechpartner:
Katja Pichler
Konzernsprecherin
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07- 1180
Fax +49 [89] 95 07- 1184

E-Mail:
Katja.Pichler@ProSiebenSat1.com

Pressemitteilung online:
www.ProSiebenSat1.com

„Die ProSiebenSat.1 Group durch den Erwerb der SBS Broadcasting Group international aufzustellen, war die richtige strategische Entscheidung. Die Dynamik der anderen europäischen Märkte konnte die verhaltene Entwicklung des deutschen Marktes im dritten Quartal mehr als kompensieren“, sagte Guillaume de Posch, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG. „Als pan-europäische Fernsehgruppe ist ProSiebenSat.1 breiter und krisensicherer aufgestellt. Die kräftige Dynamik der anderen europäischen Märkte wird auch im vierten Quartal unser Wachstum treiben.“

Im Rahmen der Erstkonsolidierung von SBS restrukturierte die ProSiebenSat.1 Group ihre Segmente. Der pan-europäische Medienkonzern berichtet seit Juli 2007 in den beiden Geschäftsbereichen Free TV und Diversifikation, die in die drei Segmente Free-TV im deutschsprachigen Raum, Free-TV International und Diversifikation unterteilt sind. Die beiden Segmente des Geschäftsbereichs Free TV trugen im dritten Quartal 2007 insgesamt 535,6 Mio Euro zu den Erlösen des Konzerns bei (Q3 2006: 377,9 Mio Euro). Der Geschäftsbereich Diversifikation erreichte Erlöse in Höhe von 132,8 Mio Euro. Dies entspricht einem Anteil am Konzernumsatz von 19,9 Prozent. Im dritten Quartal 2006 lag der Beitrag bei 12,4 Prozent oder 53,4 Mio Euro. Die deutschsprachige Region



ist mit 65,8 Prozent die größte Umsatzregion des Konzerns, gefolgt von Nordeuropa mit 16,6 Prozent und Niederlande/Belgien mit einem Anteil von 12,9 Prozent. Ohne die SBS Broadcasting Group generierte die ProSiebenSat.1 Group alle Erlöse in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Seite 2 von 4

Finanzierungsmaßnahmen im Rahmen der SBS-Transaktion wirken sich auf Netto-Finanzverbindlichkeiten aus

Zum 30. September 2007 bestanden Netto-Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 3,541 Mrd Euro gegenüber 311,6 Mio Euro am 30. September 2006. Verantwortlich für diesen Anstieg waren im Wesentlichen die aufgrund der Finanzierungsmaßnahmen im Zuge der SBS-Akquisition deutlich gestiegenen Bankverbindlichkeiten des Konzerns.

Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum: Ergebnisentwicklung durch Einmalaufwendungen beeinflusst

Im dritten Quartal 2007 nahmen die Anzeichen zu, dass der private Konsum in Deutschland nicht wie erwartet anziehen würde. Dies wirkte sich auf die Umsatzentwicklung der Senderfamilie Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 aus. Der Umsatz des Segments werbefinanziertes Fernsehen im deutschsprachigen Raum belief sich auf 378,3 Mio Euro und lag damit nur leicht über dem Vorjahresniveau (Q3 2006: 377,9 Mio Euro).

Die Ergebnisentwicklung des Segments war durch die Einmalaufwendungen aus dem Bußgeld in Höhe von 120 Mio Euro geprägt. Folglich wies das EBITDA im dritten Quartal 2007 einen Rückgang um 111,5 Mio Euro auf minus 63,3 Mio Euro auf. Das bereinigte EBITDA verzeichnete hingegen insbesondere aufgrund geringerer Marketingaufwendungen einen Zuwachs um 10,7 Mio Euro auf 59,7 Mio Euro.

Neues Segment Free-TV International entwickelt sich sehr positiv

Das neue Segment Free-TV International erzielte im dritten Quartal 2007 eine kräftige Umsatz- und Ergebnissteigerung. Der Umsatz verzeichnete ein Wachstum von 10,6 Prozent auf 157,3 Mio Euro. Die werbefinanzierten Sender wiesen in allen Regionen ein deutliches Umsatzwachstum aus, wobei Norwegen (+18,4%), die Niederlande (+13,4%) und die osteuropäischen Länder (+13,0%) herausragten. Die dynamische Umsatzentwicklung hat auch die Ergebnislage weiter verbessert. Das EBITDA wuchs um 19,5 Prozent auf 34,3 Mio Euro (Q3 2006: 28,7 Mio Euro).

Segment Diversifikation wächst organisch sowie durch Akquisitionen

Das Segment Diversifikation erzielte im dritten Quartal Erlöse in Höhe von 132,8 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg um 149,2 Prozent oder 79,5 Mio



Euro. Der Umsatzanstieg beruhte größtenteils auf Effekten aus der erstmaligen Konsolidierung von SBS. Darüber hinaus stärkte die Erstkonsolidierung von wer-weiss-was.de und MyVideo.de das Segment. Zudem hat die äußerst positive Entwicklung im bestehenden Geschäft das Umsatzwachstum getrieben. Das EBITDA nahm um 19,2 Mio Euro zu und betrug 29,7 Mio Euro.

Seite 3 von 4

Neunmonatsperiode: SBS-Konsolidierung beschleunigt Wachstum

Die ProSiebenSat.1 Group konnte in den ersten neun Monaten 2007 ihre operative Leistung weiter verbessern und ein deutliches Umsatzplus erzielen. Der Konzernumsatz stieg um 18,9 Prozent auf 1,721 Mrd Euro. Die positive Umsatzentwicklung wurde von allen Segmenten getragen, wobei die Konsolidierung von SBS wesentlich zum Umsatzwachstum beitrug. Unter Berücksichtigung der Rückstellung aus dem Bundeskartellamtsverfahren in Höhe von 120 Mio Euro ergab sich ein Rückgang des EBITDA um 15,1 Prozent auf 241,2 Mio Euro. Das um Sondereinflüsse bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) betrug 366,0 Mio Euro und lag damit 27,9 Prozent über dem Vorjahreswert.

Free-TV im deutschsprachigen Raum: Wachstum der Werbeerlöse

In der Neunmonatsperiode 2007 wuchsen die Werbeerlöse des Segments Free-TV im deutschsprachigen Raum um 1,9 Prozent auf 1,313 Mrd Euro. Insbesondere die Free-TV-Sender ProSieben und kabel eins haben durch höhere Werbeeinnahmen dazu beigetragen. Allerdings blieb auch in der Neunmonatsperiode 2007 das EBITDA durch die Einmalaufwendungen aufgrund des Bußgeldes des Bundeskartellamts unter Vorjahresniveau und betrug 155,1 Mio Euro (Q1-Q3 2006: 244,1 Mio Euro). Das bereinigte EBITDA stieg um 13,6 Prozent auf 279,6 Mio Euro.

Diversifikation mit kräftigem Wachstum

Von Januar bis September 2007 wies das Segment Diversifikation ein kräftiges Wachstum aus. Die Umsätze stiegen um 57,4 Prozent auf 251,2 Mio Euro. Das EBITDA verzeichnete eine hohe zweistellige Wachstumsrate und stieg um 28,3 Prozent auf 52,1 Mio Euro.



Ausblick: Umsatzsteigerung durch SBS-Erstkonsolidierung und organisches Wachstum, strategische Ziele bekräftigt

Seite 4 von 4

Die erfolgreiche Zusammenführung der beiden Unternehmen hat in den kommenden Monaten höchste Priorität. Um die Integration rasch voranzutreiben und die erwarteten Synergien von 80 Mio Euro bis 90 Mio Euro zu realisieren, die ab 2010 voll wirksam sein sollen, wurden länderübergreifende Projektteams gebildet. Diese erarbeiten in enger Abstimmung neue Vorgehensweisen, insbesondere bei TV-Produktionen für die Gruppe. Im Bereich Diversifikation sollen bisher auf einzelne Länder fokussierte Geschäftsmodelle in neuen Märkten etabliert werden. In den nächsten Monaten soll unter anderem die Online-Plattform MyVideo in einigen SBS-Ländern starten. Bereits im Dezember wird die internationale Spiele-Plattform SevenGames.com gelauncht.

Für das laufende Jahr rechnet das Unternehmen weiterhin mit einer Umsatz- und Ergebnissteigerung, vor allem durch die erstmalige Konsolidierung von SBS. Wie in den Jahren zuvor, soll auch in diesem Jahr das bereinigte EBITDA stärker als der Umsatz steigen. Das Umsatzwachstum in Verbindung mit weiterhin striktem Kostenmanagement wird Hauptmotor der positiven Ergebnisentwicklung sein.

Wesentlicher Wachstumsträger wird auch künftig das Kerngeschäft werbefinanziertes Free-TV sein. Im deutschen Markt wurde ein neues Verkaufsmodell für TV-Werbung eingeführt, das kartellrechtlichen Vorgaben entspricht. Das Unternehmen ist zuversichtlich, mit dem neuen Modell seine Ziele zu erreichen. Die starke Marktdynamik in den ehemaligen SBS-Regionen wird auch im vierten Quartal 2007 das Wachstum der Gruppe im Bereich Free-TV treiben. Darüber hinaus wird das diversifizierte Medienportfolio das organische Wachstum der Gruppe steigern.

Erläuterung zur Berichterstattung

SBS wird seit Juli 2007 voll konsolidiert. Dies wirkte sich maßgeblich auf das dritte Quartal sowie die Neunmonatsperiode aus. Da SBS im Geschäftsjahr 2006 nicht Teil der ProSiebenSat.1 Group war, sind die Vorjahreswerte nicht im ProSiebenSat.1-Konzernabschluss angepasst. Um jedoch die operative Geschäftsentwicklung des Segments Free-TV International kommentieren zu können, wird auf die Vorjahreszahlen von SBS zurückgegriffen.

Die Gewinn- und Verlustrechnung, die Bilanz, die Kapitalflussrechnung, die Eigenkapitalentwicklung sowie die Segmentberichterstattung des Konzerns finden Sie unter: www.prosiebensat1.com/investor_relations/finanzberichte/.