
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 setzt Wachstumskurs im zweiten Quartal 2012 fort

Seite 1

- **Konzernumsatz um 4,5 Prozent auf 723,3 Mio Euro gesteigert**
- **Umsatz im Segment „Digital & Adjacent“ wächst um 15,5 Prozent auf 72,1 Mio Euro**
- **Recurring EBITDA erhöht sich um 2,0 Prozent auf 243,5 Mio Euro**
- **Bereinigtes Periodenergebnis wächst um 27,5 Prozent auf 121,5 Mio Euro**
- **Positiver Jahresausblick für 2012 und Wachstumsziele 2015 bestätigt**

[Alle Aussagen und Werte beziehen sich auf die fortgeführten Geschäftstätigkeiten. Die verkauften belgischen und niederländischen Gesellschaften wurden im Juni bzw. Juli 2011 entkonsolidiert.]

München, 2. August 2012. Die ProSiebenSat.1 Group hat ihren Wachstumskurs im zweiten Quartal 2012 erfolgreich fortgesetzt. Der Konzern steigerte seinen Gesamtumsatz um 4,5 Prozent auf 723,3 Mio Euro (Vorjahr: 692,2 Mio Euro). Dieser Anstieg basiert insbesondere auf höheren Erlösen aus dem Diversifikationsgeschäft sowie den nordeuropäischen TV-Aktivitäten. Das recurring EBITDA des Konzerns übertraf den Vorjahreswert um 2,0 Prozent und erreichte 243,5 Mio Euro (Vorjahr: 238,7 Mio Euro). Die operative Marge blieb mit 33,7 Prozent nahezu konstant (Vorjahr: 34,5%). Das bereinigte Periodenergebnis stieg um 27,5 Prozent auf 121,5 Mio Euro.

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG: „Mit unserer Wachstumsstrategie sind wir auf dem richtigen Kurs. Schon heute resultieren mehr als zwei Drittel unseres Umsatzwachstums aus den Bereichen „Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“. Über 35 Prozent des zusätzlichen Umsatzpotenzials, das wir bis 2015 erreichen wollen, haben wir bereits realisiert. Das ist ein sehr gutes Ergebnis.“

Solides Ergebnis im Kernmarkt trotz Fußball-Europameisterschaft

Im Segment „Broadcasting German-speaking“ erzielte die ProSiebenSat.1 Group im zweiten Quartal 2012 einen externen Umsatz von 471,0 Mio Euro und lag damit nahezu auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 472,3 Mio Euro). Während die TV-Werbeerlöse bei der deutschen Fernsehfamilie nach einem starken Vorjahresquartal leicht rückläufig waren, steigerten die ProSiebenSat.1-Sender in Österreich und der Schweiz ihre Werbeeinnahmen erneut. Insbesondere die österreichischen Sender kapitalisierten damit kontinuierlich steigende Quoten aus dem Zuschauermarkt. Der im Juli 2012 erfolgreich gelaunchte Sender sixx Austria erzielte in den ersten vier Wochen bereits einen Zuschauermarktanteil von 1,0 Prozent und wird das Wachstum in Österreich weiter vorantreiben. Wachstumsimpulse gingen im Segment „Broadcasting German-speaking“ zudem von den Distributionserlösen aus. Die ProSiebenSat.1 Group ist mit

Ansprechpartner:

Julian Geist
Konzernsprecher
ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07-11 51
Fax +49 [89] 95 07-911 51

E-Mail:

Julian.Geist@ProSiebenSat1.com

Stefanie Prinz
Konzernkommunikation
ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07-11 99
Fax +49 [89] 95 07-911 99

E-Mail:

Stefanie.Prinz@ProSiebenSat1.com

Pressemitteilung online:

www.ProSiebenSat1.com



ihren vier HD-Sendern in Deutschland im Paket aller großen Kabelnetzbetreiber vertreten und partizipiert an den technischen Freischaltentgelten.

Der deutsche Zuschauermarkt war im zweiten Quartal 2012 wie erwartet stark von der Fußball-Europameisterschaft geprägt, die ausschließlich von öffentlich-rechtlichen Sendern übertragen wurde. Auf Halbjahressicht erreichten SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx im Vergleich zum größten Wettbewerber einen soliden Marktanteil von 28,1 Prozent (Vorjahr: 28,2%; RTL-Gruppe H1 2012: 27,5%, H1 2011: 30,1%).

Das recurring EBITDA des Segments „Broadcasting German-speaking“ lag im zweiten Quartal 2012 bei 176,6 Mio Euro. Dies entspricht einer Steigerung um 1,4 Prozent bzw. 2,5 Mio Euro gegenüber dem Vorjahreswert.

Weiterhin hohe Wachstumsraten in Nordeuropa

Im Segment „Broadcasting International“ stiegen die externen Erlöse im zweiten Quartal 2012 auf 162,3 Mio Euro – ein Plus von 6,4 Prozent bzw. 9,7 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahr. Wichtigste Wachstumstreiber waren erneut die nordeuropäischen Sender. Insbesondere Norwegen und Schweden steigerten ihre TV-Werbeinnahmen in einem wachsenden Marktumfeld deutlich. In allen vier nordeuropäischen Ländern verbesserten die ProSiebenSat.1-Sender zudem ihre Zuschauermarktanteile. Norwegen verzeichnete im zweiten Quartal ein Plus von 1,3 Prozentpunkte auf 19,0 Prozent (Vorjahr: 17,7%). Dieser Anstieg basiert vor allem auf dem Erfolg neuer Sender wie MAX und VOX, die schnell und kontinuierlich wachsen. VOX ging erst zum Jahresbeginn auf Sendung und erzielte im zweiten Quartal 2012 bereits einen Marktanteil von 1,4 Prozent. Kernzielgruppe des Senders sind Zuschauer ab 30 Jahren mit überdurchschnittlichem Einkommen. In Osteuropa blieben die Einnahmen aus TV-Werbung konjunkturbedingt unter Vorjahr.

Das Wachstum der externen Segmenterlöse führte im zweiten Quartal bei gleichzeitig unterproportional gestiegenen operativen Kosten zu einer deutlichen Steigerung des recurring EBITDA um 12,3 Prozent bzw. 5,0 Mio Euro auf 45,8 Mio Euro.

Starke Wachstumsbilanz im Bereich "Digital & Adjacent"

Auch das Segment „Digital & Adjacent“ setzte seinen Wachstumskurs im zweiten Quartal 2012 fort: Die externen Erlöse stiegen um 15,5 Prozent bzw. 9,7 Mio Euro auf 72,1 Mio Euro. Das um 9Live-Effekte bereinigte Umsatzwachstum betrug sogar 29,3 Prozent. Zu dieser positiven Entwicklung haben insbesondere die Bereiche Online-Video, Online-Games und Ventures beigetragen. Das Geschäftsmodell Media-for-Revenue-Share, bei dem ProSiebenSat.1 TV-Werbezeiten gegen eine Umsatz- bzw. Unternehmensbeteiligung an Start-up-Unternehmen investiert, erzielte erneut hohe Zuwachsraten. Darüber hinaus war die dynamische Entwicklung auch im zweiten Quartal von den Games- und Video-on-Demand-Aktivitäten der Gruppe getragen. Die ProSiebenSat.1 Group hat zudem den Digitalbereich mit gezielten Akquisitionen weiter ausgebaut und die Preisvergleichsplattform



preis24.de, die Suchmaschinen-Marketing-Agentur Booming sowie das Online-Reiseportal TROPO erworben.

Seite 3 von 6

Das recurring EBITDA des Segments „Digital & Adjacent“ verbesserte sich im zweiten Quartal um 5,2 Prozent bzw. 1,0 Mio Euro auf 20,1 Mio Euro. Bereinigt um 9Live stieg das recurring EBITDA um 4,0 Mio Euro bzw. 20,4 Prozent.

Kontinuierliche Expansion von Red Arrow in Großbritannien und den USA

Der Umsatz im Segment „Content Production & Global Sales“ übertraf mit 17,9 Mio Euro den Vorjahreswert von 4,9 Mio Euro deutlich. Die externen Umsatzerlöse wurden mit einem Anstieg um 13,0 Mio Euro mehr als verdreifacht. Red Arrow Entertainment, die Programmproduktions- und Vertriebstochter der ProSiebenSat.1 Group, hat ihr Beteiligungsportfolio in den vergangenen Monaten vor allem in den strategisch wichtigen Märkten Großbritannien und USA weiter ausgebaut. Im Mai hatte Red Arrow die Mehrheit an der britischen Produktionsfirma NERD TV übernommen. Im zweiten Quartal 2012 ist es Red Arrow zudem erneut gelungen, mehrere TV-Formate bei großen englischsprachigen TV-Sendern zu platzieren. Das Unternehmen verkaufte die SAT.1-Show „Mein Mann kann“ an Großbritanniens erfolgreichsten Privatsender ITV1. Der US-Channel NBC sicherte sich die Rechte an der zweiten Staffel der Red Arrow-Show „Off Their Rockers“.

Aufgrund von Investitionen in den weiteren Ausbau des Red Arrow-Beteiligungsportfolios verringerte sich das recurring EBITDA im zweiten Quartal um 65,5 Prozent bzw. 1,9 Mio Euro auf 1,0 Mio Euro.

Umsatzwachstum von Diversifikationsaktivitäten getrieben

Insgesamt steigerte die ProSiebenSat.1 Group ihren Konzernumsatz im zweiten Quartal 2012 um 4,5 Prozent bzw. 31,1 Mio Euro auf 723,3 Mio Euro. Vor allem die Erlöse aus den Segmenten „Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“ haben zu diesem Wachstum beigetragen. Aus den beiden Bereichen resultierten im zweiten Quartal 2012 rund zwei Drittel des Umsatzwachstums.

Die operativen Kosten – bereinigt um Einmalaufwendungen und Abschreibungen – erhöhten sich um 6,0 Prozent bzw. 27,4 Mio Euro auf insgesamt 483,0 Mio Euro. Grund für den Anstieg sind Investitionen in neue Wachstumsfelder wie der Ausbau bzw. die Gründung neuer TV-Sender sowie die internationale Expansion der weltweiten Produktionssparte. Die Gesamtkosten des Konzerns beliefen sich im zweiten Quartal auf 555,8 Mio Euro. Die Steigerung um 7,2 Prozent bzw. 37,2 Mio Euro ging im Wesentlichen auf höhere sonstige betriebliche Aufwendungen zurück.

Das recurring EBITDA des Konzerns verbesserte sich im zweiten Quartal um 2,0 Prozent bzw. 4,8 Mio Euro auf 243,5 Mio Euro. Die entsprechende operative Marge betrug 33,7 Prozent (Vorjahr: 34,5%). Das EBITDA verringerte sich aufgrund von Einmalaufwendungen leicht um 1,8 Prozent auf 206,7 Mio Euro.



Das Periodenergebnis belief sich nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter auf 83,9 Mio Euro – ein Plus von 2,6 Prozent bzw. 2,1 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr.

Seite 4 von 6

Positive Bilanz für das erste Halbjahr

Im ersten Halbjahr 2012 konnte das Unternehmen seinen Konzernumsatz ebenfalls steigern – und zwar um 5,4 Prozent bzw. 70,1 Mio Euro auf 1,358 Mrd Euro. Das Wachstum war auch hier insbesondere von der dynamischen Entwicklung der Segmente „Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“ getrieben. Das recurring EBITDA stieg im ersten Halbjahr um 4,4 Prozent auf 385,1 Mio Euro (Vorjahr: 368,7 Mio Euro). Aus fortgeführten Aktivitäten erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group ein Periodenergebnis nach Abzug der Ergebnisanteile anderer Gesellschafter von 134,7 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg von 16,5 Prozent bzw. 19,1 Mio Euro gegenüber dem Vorjahreswert.

Solide Bilanzstruktur mit Eigenkapitalquote von 27,4 Prozent

Das Eigenkapital erhöhte sich ergebnisbedingt gegenüber dem 30. Juni 2011 um 155,6 Mio Euro auf 1,358 Mrd Euro. Vor diesem Hintergrund und aufgrund der anteiligen Darlehensrückführung um 1,2 Mrd Euro im August vergangenen Jahres stieg die Eigenkapitalquote deutlich von 19,1 Prozent auf nun 27,4 Prozent.

Die Netto-Finanzverschuldung belief sich zum 30. Juni 2012 auf 2,034 Mrd Euro. Dies entspricht einem Rückgang um 28,4 Prozent bzw. 807,6 Mio Euro gegenüber dem 30. Juni 2011. Damit hat sich der Verschuldungsgrad im Vergleich zum 30. Juni 2011 ebenfalls deutlich verbessert. So ergab das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate zum 30. Juni 2012 den Faktor 2,3 und lag damit im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5. Zum Vorjahresstichtag 30. Juni 2011 hatte der Wert noch das 3,1-fache des recurring EBITDA betragen. Ende Mai 2012 hat die ProSiebenSat.1 Group mit 340,4 Mio Euro den überwiegenden Teil ihrer revolvingierenden Kreditfazilität bis Juli 2016 verlängert und damit an die Laufzeiten eines Großteils ihrer endfälligen Darlehen angepasst.

ProSiebenSat.1 blickt positiv auf das Gesamtjahr 2012

Die ProSiebenSat.1 Group bestätigt ihre Ziele für das Jahr 2012. Das TV-Unternehmen strebt trotz der im Rahmen der Eurozonen-Situation zunehmenden makroökonomischen Unsicherheiten eine Steigerung des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Hinsichtlich des recurring EBITDA ist es das Ziel, den Vorjahreswert in Höhe von 850 Mio Euro zu übertreffen. Bezüglich des bereinigten Jahresüberschusses erwarten wir eine weitere Steigerung, die vor allem von geringeren Zins- und Finanzierungsaufwendungen getragen werden wird. Für das zweite Halbjahr rechnet das Unternehmen in den Segmenten „Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“ erneut mit hohen Zuwachsraten. International sieht die Gruppe vor allem in Skandinavien weiterhin gute Wachstumschancen. Ziel der ProSiebenSat.1 Group ist es, ihre führende Position im TV-Markt auszubauen und in verwandten Geschäftsfeldern ein



deutliches Umsatzwachstum zu generieren. Bis 2015 hat der Konzern über alle Segmente hinweg ein zusätzliches Umsatzpotenzial von insgesamt 750 Mio Euro im Vergleich zum Jahr 2010 identifiziert. Rund 50 Prozent des gesamten Umsatzes aus fortgeführten Aktivitäten sollen dann außerhalb des werbefinanzierten Fernsehens in Deutschland erzielt werden.

Seite 5 von 6

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG: „ProSiebenSat.1 ist ein Entertainment-Powerhouse. Wir treiben die Digitalisierung unseres Unternehmens konsequent voran, indem wir unser integriertes Medienportfolio aus starken TV-Marken, Onlineplattformen, Games und Mobile weiter ausbauen. Dabei profitieren wir vor allem von der Kraft und Effektivität des Fernsehens. Wir erschließen uns angrenzende Geschäftsfelder und vermarkten deren Produkte mithilfe unserer reichweitenstarken TV-Sender. Diese Wachstumsstrategie ist eine sehr gute Basis, um unsere Erlösquellen weiter zu diversifizieren und den bisherigen Wachstumskurs fortzusetzen.“

Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group

In Mio Euro	Q2 2012	Q2 2011	H1 2012	H1 2011
Umsatz	723,3	692,2	1.358,1	1.288,0
Gesamtkosten	555,8	518,6	1.081,4	1.029,4
Operative Kosten	483,0	455,6	977,9	922,6
Recurring EBITDA	243,5	238,7	385,1	368,7
Recurring EBITDA- Marge (in %)	33,7	34,5	28,4	28,6
EBITDA	206,7	210,4	343,9	337,9
Einmaleffekte	-36,8	-28,3	-41,2	-30,8
EBIT	170,7	175,7	281,6	261,9
Finanzergebnis	-46,5	-55,7	-82,2	-94,6
Netto-Ergebnis (Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter)	83,9	81,8	134,7	115,6
Bereinigter Konzernüberschuss (underlying net income)	121,5	95,3	176,0	129,1
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie (bereinigt)	0,58	0,45	0,84	0,61
Free Cashflow	145,4	151,4	33,8	5,7

Fortgeführte Aktivitäten.



In Mio Euro	30. Juni 2012	31. Dezember 2011	30. Juni 2011
Eigenkapital	1.358,0	1.441,4	1.202,4
Eigenkapitalquote (in %)	27,4	28,6	19,1
Netto-Finanzverschuldung	2.034,4	1.817,8	2.842,0
Verschuldungsgrad	2,3	2,1	3,1

Fortgeführte Aktivitäten.

Kennzahlen nach Segmenten

In Mio Euro	Q2 2012	Q2 2011	H1 2012	H1 2011
Broadcasting German-speaking				
Umsatz (extern)	471,0	472,3	888,9	882,9
Recurring EBITDA	176,6	174,1	285,2	271,9
Broadcasting International				
Umsatz (extern)	162,3	152,6	297,7	280,0
Recurring EBITDA	45,8	40,8	62,7	61,1
Digital & Adjacent				
Umsatz (extern)	72,1	62,4	142,6	116,2
Recurring EBITDA	20,1	19,1	37,7	29,4
Content Production & Global Sales				
Umsatz (extern)	17,9	4,9	28,9	8,9
Recurring EBITDA	1,0	2,9	-0,5	3,3

Weitere Kennzahlen können Sie unter www.ProSiebenSat1.com herunterladen. Dort finden Sie auch die Präsentation anlässlich der Veröffentlichung der Quartalszahlen und den Finanzbericht zum zweiten Quartal 2012.