
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 setzt dynamisches Umsatz- und Ergebniswachstum im dritten Quartal fort

Seite 1

- Umsatzwachstum um 12,0 Prozent auf 626,9 Mio Euro
- Steigerung des recurring EBITDA um 64,3 Prozent auf 154,9 Mio Euro
- Erhöhung des Gewinns nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter um 44,7 Mio Euro auf 32,0 Mio Euro, Vervielfachung des Periodenüberschusses in den ersten neun Monaten auf 127,7 Mio Euro

München, 11. November 2010. Mit einem weiteren Umsatz- und Ergebniswachstum konnte die ProSiebenSat.1 Group die guten Zahlen der ersten beiden Quartale 2010 erneut steigern: Der Konzern erhöhte den Umsatz im dritten Quartal 2010 gegenüber dem Vorjahresquartal um 12,0 Prozent auf 626,9 Mio Euro. Das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) wuchs um 64,3 Prozent auf 154,9 Mio Euro. Das EBITDA legte ebenfalls deutlich zu und hat sich mit 144,1 Mio Euro im Quartalsvergleich mehr als verdoppelt (Vj.: 62,3 Mio Euro). Der Periodenüberschuss nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter stieg auf plus 32,0 Mio Euro von minus 12,7 Mio Euro im Vorjahresquartal. Auch im dritten Quartal 2010 führten insbesondere höhere Werbeerlöse im deutschen Kernmarkt zu einer signifikanten Steigerung der Ergebnisgrößen.

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

„Fernsehen ist der Gewinner“

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG: „Die Medien-Industrie insgesamt profitiert stark von der wirtschaftlichen Erholung in Westeuropa. Doch vor allem das Fernsehen ist der Gewinner dieser Entwicklung. Unsere Kunden setzen auf die emotionale Kraft und die Reichweite des Fernsehens, um Tag für Tag bei Millionen von Menschen ihre Markenversprechen zu platzieren und verlässlich den Abverkauf zu stützen. Alle großen Kategorien, von den schnell drehenden Konsumgütern bis zum Handel, haben ihre Werbeinvestitionen im Fernsehen erhöht. Fernsehen ist und bleibt das Leitmedium. Wir haben 2009 und 2010 unsere Hausaufgaben gemacht, um so stark wie möglich an der wirtschaftlichen Erholung zu partizipieren.“

Katrin Schneider
Leiterin Kommunikation
Unternehmen und Finanzen
ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07-11 64
Fax +49 [89] 95 07-911 64

E-Mail: Katrin.Schneider@ProSiebenSat1.com

Pressemitteilung online:

www.ProSiebenSat1.com

Wachstumsdynamik bei konstanten Kosten

Mit 626,9 Mio Euro im dritten Quartal 2010 übertraf der Konzernumsatz den Vorjahreswert um 12,0 Prozent bzw. 67,4 Mio Euro und hat damit sein Wachstum weiter beschleunigt (Q2 2010: + 9,6% ggü. Vj.).

Diese deutliche Umsatzsteigerung erzielte der Konzern bei nahezu konstanten operativen Kosten. Sie beliefen sich im dritten Quartal 2010 auf 475,0 Mio Euro, bereinigt um Einmalaufwendungen von 10,6 Mio Euro (Vj.: 32,3 Mio Euro) und Abschreibungen in Höhe von 32,8 Mio Euro (Vj.: 32,5 Mio Euro).



Damit konnte die ProSiebenSat.1 Group ihre Kostenbasis nahezu auf dem Vorjahresniveau von 469,3 Mio Euro halten (+1,2% ggü. Vj.). Hier profitiert die Gruppe nicht nur von einer konsequenten Kostenkontrolle, sondern auch von realisierten Effizienzsteigerungen. Vor allem durch die Verlagerung weiter Teile des Berliner Standorts nach München im vergangenen Jahr hat der Konzern seine Kostenstruktur verbessert. Mit dem Verkauf von N24 und der Produktionsgesellschaft MAZ & More im Juni 2010 hat die ProSiebenSat.1 Group einen weiteren wichtigen Schritt umgesetzt, ihre Effizienz nachhaltig zu stärken.

Das Umsatzwachstum bei gleichzeitig wirksamer Kostenkontrolle führte zu einer weiteren Ergebnisverbesserung im dritten Quartal 2010. Das recurring EBITDA erhöhte sich um 64,3 Prozent auf 154,9 Mio Euro (Vj.: 94,3 Mio Euro). Das EBITDA – das Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen inklusive Einmaleffekten – erreichte 144,1 Mio Euro (Vj.: 62,3 Mio Euro). Das Periodenergebnis nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter verzeichnete ebenfalls eine deutliche Steigerung auf 32,0 Mio Euro (Vj.: -12,7 Mio Euro).

Alle Segmente wachsen profitabel

Vor dem Hintergrund des gestiegenen Investitionsvolumens der Werbebranche konnte die ProSiebenSat.1 Group ihre TV-Werbeinnahmen im Kernmarkt Deutschland deutlich steigern. Im Quartalsvergleich verzeichnete das Segment Free-TV in Deutschland, Österreich und der Schweiz ein starkes Umsatzwachstum von 14,8 Prozent auf insgesamt 387,1 Mio Euro (Vj.: 337,3 Mio Euro). Zu dieser positiven Entwicklung trugen zusätzlich zur allgemeinen Markterholung die Erfolge im Zuschauermarkt bei. So konnte der Konzern die guten Zuschauerquoten dank preisgekrönter Serien wie „Danni Lowinski“ (SAT.1), Shows wie „Schlag den Raab“ (ProSieben) oder erfolgreicher Magazin-Sendungen wie „Galileo“ (ProSieben) und „Abenteuer Leben täglich Wissen“ (kabel eins) bei seinen Werbekunden kapitalisieren. Das bereinigte operative Segmentergebnis (recurring EBITDA) hat sich mit 104,0 Mio Euro gegenüber dem Vorjahreswert von 51,8 Mio Euro verdoppelt.

Der Umsatzbeitrag des internationalen TV-Segments stieg gegenüber dem Vorjahresquartal um 5,0 Prozent auf 156,7 Mio Euro (Vj.: 149,2 Mio Euro). Die Umsatzsteigerung resultierte insbesondere aus höheren Distributionserlösen. Das bereinigte operative Segmentergebnis verbesserte sich um 20,0 Prozent auf 32,4 Mio Euro (Vj.: 27,0 Mio Euro).

Das Diversifikationssegment, welches alle Geschäftsaktivitäten außerhalb des Kerngeschäfts werbefinanziertes Free-TV umfasst, erzielte mit Erlösen in Höhe von 83,1 Mio Euro ein Plus von 13,8 Prozent oder 10,1 Mio Euro. Das Umsatzwachstum wurde insbesondere durch das Onlinegeschäft generiert, welches das Kerngeschäft TV ergänzt. Zusätzlich zur Online-Sparte setzten unter anderem auch die Bereiche Commerce und Musik ihr Wachstum fort. Das recurring EBITDA des Segments stieg im Quartalsvergleich um 19,4 Prozent auf 18,5 Mio Euro (Vj.: 15,5 Mio Euro).



Deutlicher Periodenüberschuss auch im Neunmonatszeitraum

Die ProSiebenSat.1 Group erzielte in den ersten drei Quartalen 2010 einen Konzernumsatz von 2,046 Mrd Euro. Das entspricht einem Umsatzwachstum von 8,8 Prozent bzw. 165,5 Mio Euro gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Bereinigt um einmalige Kosten insbesondere in Zusammenhang mit dem Verkauf von N24 blieben die operativen Kosten in Höhe von 1,505 Mrd Euro konstant (+0,3% bzw. 4,0 Mio Euro ggü. Vj.). Das recurring EBITDA stieg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 40,6 Prozent auf 547,3 Mio Euro (Vj.: 389,3 Mio Euro). Nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter erreichte der Periodenüberschuss 127,7 Mio Euro (Vj.: 31,1 Mio Euro). Damit hat sich das Konzernergebnis für die ersten drei Quartale 2010 vervierfacht.

Weitere Reduzierung der Netto-Verschuldung

Die Netto-Finanzverschuldung – das bedeutet der Saldo aus Kreditverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und der kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte – verringerte sich gegenüber dem Vorjahresstichtag um 250,6 Mio Euro auf 3,284 Mrd Euro. Der Rückgang der Netto-Finanzverschuldung reflektiert die Ertragskraft und gute Liquiditätssituation des Konzerns.

Das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der vergangenen zwölf Monate (LTM recurring EBITDA) verbesserte sich vor diesem Hintergrund zum 30. September 2010 auf den Faktor 3,8. Zum Vorjahresstichtag hatte der Wert das 5,3-fache des bereinigten EBITDA betragen.

Ausblick

Die Geschäftsentwicklung in den vergangenen neun Monaten des Jahres 2010 verlief für die ProSiebenSat.1 Group insgesamt sehr erfreulich. Die ProSiebenSat.1 Group blickt zuversichtlich in das letzte Vierteljahr, auch wenn das vierte Quartal 2010 aufgrund der insbesondere im deutschen Kernmarkt anspruchsvolleren Vorjahresvergleichszahlen voraussichtlich nicht das hohe Wachstumsniveau der Vorquartale erwarten lässt. Auf Jahressicht wird die ProSiebenSat.1 Group in jedem Fall das recurring EBITDA des Vorjahres deutlich übertreffen.

CEO Thomas Ebeling: „Wir sind im Oktober gut in das Schlussquartal gestartet, das branchentypisch das wichtigste Quartal des Jahres ist. Dies bestärkt unsere Zuversicht für das Gesamtjahr. Unsere wichtigste strategische Aufgabe ist es, die Kraft unserer TV-Marken zu nutzen, um Wachstumsinitiativen in angrenzenden Bereichen voranzutreiben. Es gibt viele Chancen: in der digitalen Welt, in der Produktion, in der Musik oder im E-Commerce. TV ist für uns der Schlüssel zu diesen Märkten und wird das Leitmedium bleiben.“



Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group

Seite 4 von 5

In Mio Euro	Q3 2010	Q3 2009	in %	9M 2010	9M 2009	in %
Umsatz	626,9	559,5	+12,0	2.045,9	1.880,4	+8,8
Gesamtkosten ⁽¹⁾	518,4	534,1	-2,9	1.687,2	1.658,9	+1,7
Operative Kosten ⁽²⁾	475,0	469,3	+1,2	1.505,3	1.501,3	+0,3
Werteverzehr auf das Programmvermögen	243,0	238,4	+1,9	766,5	778,5	-1,5
Recurring EBITDA ⁽³⁾	154,9	94,3	+64,3	547,3	389,3	+40,6
Recurring EBITDA-Marge (in %)	24,7	16,9	+7,8 Pkte.	26,8	20,7	+6,1 Pkte.
EBITDA	144,1	62,3	+131,3	468,7	330,0	+42,0
Einmaleffekte ⁽⁴⁾	-10,8	-32,0	+66,3	-78,6	-59,3	-32,5
EBIT	111,4	29,8	+273,8	365,4	235,9	+54,9
Finanzergebnis	-66,7	-48,5	-37,5	-179,0	-177,2	-1,0
Ergebnis vor Steuern	44,6	-18,7	-/-	186,4	59,1	+215,4
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	32,0	-12,7	-/-	127,7	31,1	+310,6
Investitionen in das Programmvermögen	308,9	301,4	+2,5	953,9	959,4	-0,6

In Mio Euro	30.09.2010	31.12.2009	30.09.2009
Programmvermögen	1.682,5	1.526,5	1.534,6
Eigenkapital	762,6	580,8	438,9
Eigenkapitalquote (in %)	12,1	9,4	7,3
Liquide Mittel	743,4	737,4	508,4
Netto-Finanzverschuldung	3.283,8	3.294,6	3.534,4
Mitarbeiter ⁽⁵⁾	4.726	4.814	4.916

⁽¹⁾ Der Wert für 9M 2010 beinhaltet Einmalaufwendungen in Höhe von 50,0 Mio Euro sowie Wertminderungen von 4,9 Mio Euro, die sich im Rahmen der N24-Transaktion im Juni 2010 ergaben. ⁽²⁾ Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. ⁽³⁾ Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. ⁽⁴⁾ Saldo aus Einmalaufwendungen und Einmalerträgen. ⁽⁵⁾ Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag.

Kennzahlen nach Segmenten

In Mio Euro	Q3 2010	Q3 2009	in %	Q3 2010	Q3 2009	in %
	Externe Erlöse			Recurring EBITDA		
Free-TV im deutschsprachigen Raum	387,1	337,3	+14,8	104,0	51,8	+100,8
Free-TV International	156,7	149,2	+5,0	32,4	27,0	+20,0
Diversifikation	83,1	73,0	+13,8	18,5	15,5	+19,4

**Kennzahlen nach Segmenten**

In Mio Euro	9M 2010	9M 2009	in %	9M 2010	9M 2009	in %
	Externe Erlöse			Recurring EBITDA		
Free-TV im deutschsprachigen Raum	1.263,5	1.150,7	+9,8	371,3	247,2	+50,2
Free-TV International	522,3	488,1	+7,0	116,7	95,8	+21,8
Diversifikation	260,1	241,6	+7,7	59,5	46,2	+28,8

Weitere Informationen

Der Bericht zum dritten Quartal 2010 steht Ihnen auf der ProSiebenSat.1-Homepage unter www.prosiebensat1.com/investor_relations/finanzberichte/ zum Download zur Verfügung. Dort finden Sie auch die Unternehmenspräsentation zu den Quartalszahlen.