
Pressemitteilung



Q2 2009: Recurring EBITDA in schwierigem Marktumfeld stabil

Seite 1

- **Umsatzrückgang:** Konzernumsatz sinkt in Q2 2009 auf 694,0 Mio Euro (-68,8 Mio Euro, -9,0%)* / in H1 2009 Rückgang auf 1,321 Mrd Euro (-129,0 Mio Euro, -8,9%)*
- **Effizientes Kostenmanagement:** Operative Kosten sinken in Q2 2009 auf 495,8 Mio Euro (-81,7 Mio Euro, -14,1%)* / in H1 2009 Rückgang auf 1,032 Mrd Euro (-143,6 Mio Euro, -12,2 %)*
- **Stabiles recurring EBITDA:** Recurring EBITDA in Q2 2009 mit 201,1 Mio Euro auf Vorjahresniveau (Q2 2008: 203,7 Mio Euro, Q2 2008 ohne CMore: 188,6 Mio Euro) / Recurring EBITDA in H1 2009 beträgt 295,0 Mio Euro (H1 2008: 292,2 Mio Euro, H1 2008 ohne CMore: 281,2 Mio Euro)
- **Gute Performance im Zuschauermarkt:** Deutsche Senderfamilie verbessert Marktanteile
- **Ausblick:** Wirtschaftliches Umfeld bleibt schwierig

*bereinigt um CMore

München, 6. August 2009. Die ProSiebenSat.1 Group hat in einem weiterhin schwierigen Marktumfeld ihre Profitabilität durch effizientere Organisationsstrukturen und straffes Kostenmanagement in allen Bereichen gesteigert und damit sowohl in strategischer als auch operativer Hinsicht ihre wesentlichen Ziele erreicht. Vor dem Hintergrund der rezessiven konjunkturellen Rahmenbedingungen in Europa liegen die Investitionen in TV-Werbung auch im zweiten Quartal 2009 teilweise deutlich unter Vorjahresniveau. Während der Konzernumsatz einen Rückgang um 9,0 Prozent auf 694,0 Mio Euro verzeichnete (Q2 2008 bereinigt um CMore: 762,8 Mio Euro), stieg das um den CMore-Effekt bereinigte recurring EBITDA um 6,6 Prozent auf 201,1 Mio Euro (Q2 2008 bereinigt um CMore: 188,6 Mio Euro). Für das erste Halbjahr 2009 ging der Konzernumsatz um 8,9 Prozent oder 129,0 Mio Euro auf 1,321 Mrd Euro zurück, das recurring EBITDA verbesserte sich jedoch um 4,9 Prozent oder 13,8 Mio Euro auf 295,0 Mio Euro (H1 2008 jeweils bereinigt um CMore).

„Die aktuellen Ergebnisse zeigen, dass wir mit unserem Maßnahmen-Paket rechtzeitig und angemessen auf das schwierige wirtschaftliche Umfeld reagiert haben. Das wirkt sich jetzt positiv auf unsere Ertragssituation aus“, sagt Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG. „Die Zusammenlegung der Sender am Standort München erweist sich heute nicht nur aus Effizienzgründen als weitsichtige Entscheidung. Auch aus strategischer Sicht war die Bündelung der TV- und Vermarktungsaktivitäten ein wichtiger Schritt. Durch die engere Zusammenarbeit unserer Mitarbeiter können wir auf die Anforderungen unserer Werbekunden besser reagieren. Dank der

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

Katrin Schneider
Unternehmenskommunikation
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



gemeinsamen Entwicklung von Programmideen erhöhen wir unseren kreativen Output und schärfen unsere Senderprofile.“

Seite 2 von 5

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2009

Der Konzernumsatz für das zweite Quartal 2009 betrug 694,0 Mio Euro und lag - vor Bereinigung von CMore – um 13,5 Prozent bzw. 107,9 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Obwohl die TV-Gruppe im zweiten Quartal 2009 Marktanteile im deutschen Zuschauer- und Werbemarkt gewinnen konnte, blieben die TV-Werbeinnahmen der ProSiebenSat.1 Group in ihrer wichtigsten Umsatzregion hinter dem Vorjahreswert zurück. Dies hat zur Folge, dass der Umsatzbeitrag des Segments Free-TV im deutschsprachigen Raum einen Rückgang um 27,7 Mio Euro auf 424,6 Mio Euro verzeichnete (-6,1%). Die Umsätze im Segment Free-TV International gingen im zweiten Quartal 2009 um 13,9 Prozent oder 29,8 Mio Euro zurück, wobei sich auch Wechselkurseinflüsse auf die Umsatzentwicklung dieses Segments auswirkten. Insgesamt verringerte sich der Umsatz des Geschäftsbereichs werbefinanziertes Fernsehen, worin die Segmente Free-TV im deutschsprachigen Raum und Free-TV International zusammengefasst werden, um 57,4 Mio Euro auf 609,6 Mio Euro (-8,6%). Neben geringeren TV-Werbeinnahmen und Wechselkurseinflüssen wirkte sich der Verkauf von CMore auf die Umsatzentwicklung der ProSiebenSat.1 Group aus. Die nordeuropäische Pay-TV-Sparte CMore wurde im Geschäftsjahr 2008 verkauft und ist in den Vorjahresvergleichszahlen mit einem Umsatzbeitrag von 39,1 Mio Euro enthalten. Ohne Berücksichtigung von CMore im zweiten Quartal 2008 verringerte sich der Konzernumsatz folglich um 9,0 Prozent oder 68,8 Mio Euro.

Der Umsatzrückgang konnte durch Kostenreduktionen kompensiert werden, so dass das EBITDA vor Einmaleffekten (recurring EBITDA) mit 201,1 Mio Euro auf Vorjahresniveau gehalten wurde (Q2 2008: 203,7 Mio Euro). Bereinigt um den CMore-Effekt lag das recurring EBITDA um 6,6 Prozent oder 12,5 Mio Euro jedoch über Vorjahresniveau. Das EBITDA verringerte sich um 6,4 Prozent bzw. 12,1 Mio Euro auf 177,2 Mio Euro. CMore trug im Vorjahresquartal 14,3 Mio Euro zum Konzern-EBITDA bei. Einmaleffekte in Höhe von 23,9 Mio Euro (Q2 2008: 14,4 Mio Euro) ergaben sich in den Monaten April bis Juni 2009 größtenteils aus Maßnahmen zur Effizienzsteigerung.

Das Finanzergebnis betrug minus 62,5 Mio Euro (Q2 2008: minus 64,3 Mio Euro). Das Vorsteuerergebnis verringerte sich auf 84,9 Mio Euro und lag damit 3,6 Prozent oder 3,2 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Nach Abzug des Steueraufwands von 33,9 Mio Euro (Q2 2008: 26,0 Mio Euro) sowie nach Anteilen Dritter in Höhe von 5,4 Mio Euro (Q2 2008: 2,6 Mio Euro) wies der Konzern damit ein Periodenergebnis von 45,5 Mio Euro aus (Q2 2008: 59,5 Mio Euro). Das Ergebnis je Vorzugsaktie lag bei 0,22 Euro nach 0,28 Euro für das zweite Quartal 2008.



Kostenentwicklung im 2. Quartal und 1. Halbjahr 2009

Die operativen Kosten, das bedeutet die um Einmalaufwendungen und Abschreibungen bereinigten Gesamtkosten, verringerten sich im zweiten Quartal 2009 um 17,6 Prozent auf 495,8 Mio Euro (Q2 2008: 601,5 Mio Euro). Bereinigt um den CMore-Beitrag für das zweite Quartal 2008 reduzierten sich die operativen Kosten um 14,1 Prozent oder 81,7 Mio Euro. Insgesamt verringerten sich die operativen Kosten (bereinigt um CMore) im ersten Halbjahr 2009 um 143,6 Mio Euro auf 1,032 Mrd Euro (-12,2%).

Der Kostenrückgang ist das Ergebnis von Kostenanpassungen in allen Bereichen und effizienteren Strukturen. Insbesondere die Programmaufwendungen, die größte Kostenposition, wurden reduziert. Der Werteverzehr des Programmvermögens wies - ohne Berücksichtigung von CMore für die Monate April bis Juni 2008 – im zweiten Quartal 2009 einen Rückgang um 45,1 Mio Euro auf 261,9 Mio Euro aus (H1 2009: -90,4 Mio Euro ggü. Vorjahr). Neben der Senkung der Programmkosten haben konzernweite Effizienzsteigerungsmaßnahmen zu Einsparungen beigetragen. So wurde der Standort Berlin - mit Ausnahme von N24 und maz&more - größtenteils geschlossen und die dortigen TV-Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Group in Deutschland nach München verlagert.

Programminvestitionen

Der Programmbestand ist Schwerpunkt der Investitionstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group. Neben Auftrags- und Eigenproduktionen sichert der Medienkonzern die Contentqualität seiner Sender durch langfristige Verträge mit Programmlizenzgebern. Auch in der ersten Jahreshälfte 2009 hat die ProSiebenSat.1 Group attraktive Filmpakete erworben und gleichzeitig eine angepasste Investitionspolitik verfolgt. Unter anderem hat der Konzern mehrjährige Lizenzverträge mit Sony Pictures International abgeschlossen und seine Kooperation mit CBS Paramount und den MGM-Studios ausgebaut. Insgesamt hat die ProSiebenSat.1 Group im ersten Halbjahr 658,0 Mio Euro in den Erwerb von Programmrechten investiert (H1 2008: 678,8 Mio Euro, H1 2008 bereinigt um CMore: 662,9 Mio Euro). Davon entfallen 470,9 Mio Euro auf den deutschsprachigen Raum (H1 2008: 475,2 Mio Euro).

Der positive Trend im deutschen Zuschauermarkt hält weiter an: Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 konnten während der Monate Januar bis Juni 2009 ihren gemeinsamen Zuschauermarktanteil um 0,8 Prozentpunkte auf 29,7 Prozent verbessern (Q2 2009: 30,5%, Q2 2008: 29,0%). Gute Gruppenmarktanteile in der für die Werbewirtschaft relevanten Zielgruppe erzielten neben der deutschen Free-TV-Familie unter anderem auch die TV-Sender in den Niederlanden und Dänemark.

Netto-Finanzverschuldung und Liquidität

Die Netto-Finanzverschuldung betrug zum 30. Juni 2009 3,427 Mrd Euro. Dies entspricht einem Rückgang gegenüber dem 30. Juni 2008 um 7,1 Prozent oder 261,8 Mio Euro. Die liquiden Mittel betragen 599,1 Mio Euro zum 30. Juni 2009 (30. Juni 2008: 122,8 Mio Euro). Positiv auf die Liquidität des ProSiebenSat.1-Konzerns wirkte sich neben der Veräußerung von CMore Ende 2008 die



gegenüber dem Vorjahresvergleichswert reduzierte Dividendenzahlung aus. Im Juni 2009 wurde für das Geschäftsjahr 2008 eine Dividende von 2,1 Mio Euro gezahlt, im Vorjahr belief sich die Ausschüttungssumme auf 269,9 Mio Euro. Gegenüber dem Bilanzwert des Vorquartals reduzierte sich die Netto-Finanzverschuldung um 85,1 Mio Euro. Im Vergleich zum Stichtag am 31. Dezember 2008 war die Netto-Finanzverschuldung nahezu unverändert (+0,6% oder 20,6 Mio Euro).

Seite 4 von 5

Ausblick

Im März 2009 hatte die ProSiebenSat.1 Group die Senkung der operativen Kosten in Höhe von 100 Mio Euro für das laufende Geschäftsjahr angekündigt. Aufgrund von zusätzlichen, im laufenden Geschäftsjahr ergriffenen Maßnahmen wird der Konzern die ursprünglich geplanten Kostenreduktionen übertreffen. Vor dem Hintergrund der geringen Marktvisibilität sind darüber hinaus jedoch keine Prognosen möglich.

„Das Umfeld bleibt auch in der zweiten Jahreshälfte sehr schwierig, zumal für unsere Jahresperformance vor allem das vierte Quartal 2009 ausschlaggebend ist.“ Thomas Ebeling, CEO. „Aufgrund der nach wie vor rezessiven Wirtschaftslage in Europa und der damit verbundenen schwierigen Planung werden wir auch in Zukunft alle notwendigen Maßnahmen ergreifen, um die Ertragskraft der ProSiebenSat.1 Group zu sichern. Dabei investieren wir weiterhin angemessen in Programme, um unsere Wettbewerbsposition im Zuschauermarkt zu stärken und beabsichtigen auch künftig, unsere Senderleistung zu adäquaten Preisen zu kapitalisieren.“

Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group

In Mio Euro	Q2 2009	Q2 2008	H1 2009	H1 2008
Umsatz	694,0	801,9	1.320,9	1.530,9
Gesamtkosten	547,2	657,2	1.124,8	1.340,0
Operative Kosten	495,8	601,5	1.032,1	1.245,7
Werteverzehr auf das Programmvermögen	261,9	318,5	540,1	672,3
Recurring EBITDA ⁽¹⁾	201,1	203,7	295,0	292,2
Recurring EBITDA-Marge	29,0%	25,4%	22,3%	19,1%
EBITDA	177,2	189,3	267,7	274,1
EBIT	147,1	151,6	206,2	201,5
Finanzergebnis	-62,5	-64,3	-128,7	-122,8
Ergebnis vor Steuern	84,9	88,1	77,8	79,5
Periodenergebnis nach Anteilen Dritter	45,5	59,5	43,8	51,6



In Mio Euro	30. Juni 2009	30. Juni 2008	31. Dezember 2008	31. März 2009
Programmvermögen	1.472,9	1.282,3	1.380,0	1.460,0
Eigenkapital	465,0	893,9	478,9	415,7
Eigenkapitalquote	7,8%	15,0%	8,1%	7,0%
Liquide Mittel	599,1	122,8	632,9	509,0
Netto-Finanzverschuldung	3.427,3	3.689,1 ⁽³⁾	3.406,7	3.512,4
Mitarbeiter ⁽²⁾	5.299	5.915	5.847	5.460

(1) Recurring EBITDA = Bereinigtes EBITDA vor Einmaleffekten. (2) Durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen.

(3) Inklusive Zahlungsmittelbestand von CMore.

Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group, bereinigt um CMore in 2008

In Mio Euro	Q2 2009	Q2 2008	H1 2009	H1 2008
Umsatz	694,0	762,8	1.320,9	1.449,9
Operative Kosten	495,8	577,5	1.032,1	1.175,7
Werteverzehr auf das Programmvermögen	261,9	307,0	540,1	630,5
Recurring EBITDA	201,1	188,6	295,0	281,2
Recurring EBITDA-Marge	29,0%	24,7%	22,3%	19,4%
EBITDA	177,2	175,0	267,7	264,3

Kennzahlen nach Segmenten

In Mio Euro	Q2 2009		Q2 2008	
	Externe Erlöse	Recurring EBITDA	Externe Erlöse	Recurring EBITDA
Free-TV im deutschsprachigen Raum	424,6	127,3	452,3	115,8
Free-TV International	184,9	55,7	214,7	54,4
Diversifikation	84,4	18,3	134,9 ⁽¹⁾	32,5 ⁽²⁾

(1) Der Wert für Q2 2008 beinhaltet CMore mit 39,1 Mio Euro. (2) Der Wert für Q2 2008 beinhaltet CMore mit 15,1 Mio Euro.

In Mio Euro	H1 2009		H1 2008	
	Externe Erlöse	Recurring EBITDA	Externe Erlöse	Recurring EBITDA
Free-TV im deutschsprachigen Raum	813,4	195,4	869,4	173,4
Free-TV International	338,9	68,8	390,7	81,9
Diversifikation	168,7	30,7	270,8 ⁽¹⁾	36,5 ⁽²⁾

(1) Der Wert für H1 2008 beinhaltet CMore mit 81,0 Mio Euro. (2) Der Wert für H1 2008 beinhaltet CMore mit 11,0 Mio Euro.