
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 steigert Umsatz und alle Ergebnisgrößen im zweiten Quartal deutlich

Seite 1

- **Wachstum des Konzernumsatzes aus fortgeführten Aktivitäten um 6,5 Prozent auf 692,2 Mio Euro**
- **Recurring EBITDA der fortgeführten Aktivitäten steigt um 6,8 Prozent auf 238,7 Mio Euro**
- **Bereinigter Periodenüberschuss der ProSiebenSat.1 Group verbessert sich um 63,4 Prozent auf 142,5 Mio Euro**
- **Zuschauermarktanteile gesteigert**
- **Rückführung der Verschuldung um 1,2 Mrd Euro nach Abschluss des Verkaufs der belgischen und niederländischen Gesellschaften**
- **Positiver Jahresausblick angesichts guter Quartalsergebnisse bekräftigt**

München, 4. August 2011. Die ProSiebenSat.1 Group ist weiter auf Wachstumskurs. Das Medienunternehmen steigerte seinen Umsatz aus fortgeführtem Geschäft, d.h. ohne die veräußerten belgischen und niederländischen Gesellschaften, im zweiten Quartal 2011 um 6,5 Prozent auf 692,2 Mio Euro. Das recurring EBITDA verzeichnete mit einem Plus von 6,8 Prozent auf 238,7 Mio Euro ebenfalls eine deutliche Steigerung. Einschließlich der nicht-fortgeführten Aktivitäten erhöhte der Konzern den Umsatz im zweiten Quartal 2011 um 5,0 Prozent auf 799,6 Mio Euro und sein bereinigtes EBITDA um 3,1 Prozent auf 272,0 Mio Euro. Umsatzwachstum und Erlöse aus dem Verkauf der belgischen Aktivitäten führten zu einem deutlichen Anstieg des bereinigten Periodenüberschusses von 63,4 Prozent auf 142,5 Mio Euro.

Gemäß IFRS 5 weist die ProSiebenSat.1 Group die Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden im zweiten Quartal bzw. im Halbjahr 2011 erstmals als sogenannte „nicht-fortgeführte Aktivitäten“ aus. Die belgischen TV-Aktivitäten wurden mit Vollzug des Kaufvertrags im Juni 2011 entkonsolidiert, die Transaktion in den Niederlanden wurde am 29. Juli 2011 vollzogen.

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG: „Wir haben eine gute Position im TV-Werbegeschäft und bauen die Bereiche, die unmittelbar an das klassische werbefinanzierte Fernsehen angrenzen, weiter aus. So konnten wir unser Wachstum beschleunigen. ProSiebenSat.1 ist auf dem Weg zu einem neuen Rekordjahr.“

Umsatzwachstum in allen Segmenten

Getragen wurde das Umsatzwachstum im zweiten Quartal 2011 von allen drei Segmenten. Im größten Umsatzsegment, Free-TV im deutschsprachigen Raum, erhöhten sich die Erlöse um 3,7 Prozent auf 477,2 Mio Euro (Vorjahr:

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



460,3 Mio Euro). Sowohl im Kernmarkt Deutschland als auch in Österreich und der Schweiz stiegen die Einnahmen aus der Vermarktung von TV-Werbung gegenüber dem Vorjahresquartal.

Den größten Wachstumsbeitrag leisteten die Sender in Nordeuropa. Die ProSiebenSat.1 Group konnte hier ihre TV-Werbeeinnahmen in allen Ländern steigern, wobei vor allem in Norwegen und Dänemark die Werbeeinnahmen deutlich zulegten. Höhere Distributionserlöse trieben zudem erneut das Umsatzwachstum im internationalen TV-Segment. Auf Basis fortgeführter Aktivitäten stieg der Segmentumsatz um 16,1 Prozent auf 126,6 Mio Euro (Vorjahr: 109,0 Mio Euro).

Im Segment Diversifikation erhöhten sich die Erlöse auf Basis fortgeführter Aktivitäten auf 88,4 Mio Euro (Vorjahr: 80,7 Mio Euro). Dies entspricht einer Steigerung um 9,5 Prozent. Umsatztreiber im Diversifikationssegment waren neben Radio beispielsweise auch junge Geschäftsmodelle wie Video-Advertising, Games oder Mobile. Zudem wirkte sich die Vollkonsolidierung des Video-on-Demand-Portals maxdome positiv auf die Umsatzperformance aus. Die Erlöse von 9Live lagen hingegen unter Vorjahr. Aufgrund des Umsatzrückgangs der vergangenen Jahre wird die ProSiebenSat.1 Group den Sendebetrieb von 9Live am 9. August 2011 vollständig einstellen.

Zuschauermarktanteile gesteigert

Bei den Zuschauermarktanteilen konnte die Mediengruppe wieder zulegen. In Deutschland erzielten die Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx mit 29,2 Prozent den stärksten Gruppenmarktanteil in einem zweiten Quartal seit zwei Jahren. Gegenüber dem Vorjahresquartal ergibt sich ein Plus von 1,0 Prozentpunkten (Vorjahr: 28,2 Prozent, ohne sixx und ohne N24). Hierzu trugen vor allem erfolgreiche Formate wie „Germany's next Topmodel“ oder „Danni Lowinski“ und „Der letzte Bulle“ bei. International entwickelten sich die Sender im zweiten Quartal ebenfalls positiv. So erzielten beispielsweise in Norwegen TV Norge, FEM, MAX und The Voice im zweiten Quartal ein Plus von 3,2 Prozentpunkten gegenüber dem Vergleichsquartal und erreichten mit einem gemeinsamen Zuschauermarktanteil von 17,7 Prozent den höchsten Wert in ihrer Geschichte.

Investitionen in neue Wachstumsfelder

Wie erwartet führten im zweiten Quartal 2011 insbesondere Investitionen in Wachstumsfelder – wie beispielweise Programmproduktion und -vertrieb, Video-on-Demand oder die jüngst gestarteten TV-Sender – zu höheren Kosten. Im Kerngeschäft lagen die operativen Kosten hingegen nahezu auf Vorjahresniveau. Insgesamt stiegen die operativen Kosten der fortgeführten Aktivitäten auf 455,6 Mio Euro (Vorjahr: 427,8 Mio Euro). Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem zweiten Quartal 2010 um 6,5 Prozent.

Profitabilität auf hohem Niveau

Angesichts des hohen Umsatzwachstums konnte die ProSiebenSat.1 Group das Ergebnis trotz höherer Kosten deutlich steigern. Das recurring EBITDA aus fortgeführten Aktivitäten stieg um 6,8 Prozent auf 238,7 Mio Euro (Vorjahr



223,5 Mio Euro). Hierzu haben alle Geschäftssegmente beigetragen. Die operative Marge spiegelt mit 34,5 Prozent die unverändert hohe Profitabilität der ProSiebenSat.1 Group wider (Vorjahr: 34,4%).

Seite 3 von 6

Signifikante Ergebnissteigerung

Aus fortgeführter Tätigkeit erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group im zweiten Quartal 2011 ein Netto-Ergebnis von 84,8 Mio Euro – eine Steigerung um 58,5 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert (Vorjahr: 53,5 Mio Euro). Das Ergebnis nach Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten stieg um 82,9 Prozent auf 47,2 Mio Euro (Vorjahr: 25,8 Mio Euro). Ursache hierfür sind Effekte aus der Veräußerung der Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden. So ist insbesondere der Veräußerungsgewinn aus dem Verkauf der belgischen Tochterunternehmen in dieser Position enthalten (20,9 Mio Euro).

Insgesamt steigerte die Mediengruppe das Periodenergebnis nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter damit auf 129,0 Mio Euro. Das entspricht einer deutlichen Erhöhung um 67,5 Prozent bzw. 52,0 Mio Euro. Der bereinigte Periodenüberschuss zeigte ein Wachstum um 63,4 Prozent auf 142,5 Mio Euro (Vorjahr: 87,2 Mio Euro).

Positive Halbjahresbilanz

Auf Halbjahresicht steigerte die ProSiebenSat.1 Group ebenfalls Umsatz und Ergebnis. Der Konzernumsatz aus fortgeführten Aktivitäten verzeichnete im ersten Halbjahr 2011 ein Plus von 5,0 Prozent auf 1,288 Mrd Euro (Vorjahr: 1,226 Mrd Euro). Unter Berücksichtigung der nicht-fortgeführten Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden stieg der Konzernumsatz um 4,4 Prozent auf 1,484 Mrd Euro (Vorjahr: 1,421 Mrd Euro).

Auch für das recurring EBITDA übertraf das Wachstum aus fortgeführten Aktivitäten die Ergebnissteigerung der Gruppe inklusive der verkauften Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden: So verzeichnete das recurring EBITDA aus fortgeführten Aktivitäten ein Wachstum um 7,8 Prozent auf 368,7 Mio Euro (Vorjahr: 342,1 Mio Euro), während der Wert einschließlich der Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden um 5,7 Prozent auf 414,6 Mio Euro stieg (Vorjahr: 392,4 Mio Euro).

Deutliche Reduktion der Netto-Verschuldung

Die ProSiebenSat.1 Group hat in den vergangenen Monaten ihre Netto-Finanzverschuldung deutlich reduziert. Zum 30. Juni 2011 sanken die Netto-Finanzverbindlichkeiten um 5,9 Prozent auf 2,842 Mrd Euro (31. Dezember 2010: 3,021 Mrd Euro). Auch den sogenannten Verschuldungsgrad, berechnet als das Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate, hat das Unternehmen erneut verbessert: Der Wert sank auf 3,1. Zum Ende des ersten Halbjahres 2010 hatte der Verschuldungsgrad noch 4,1 betragen. Die genannten Werte reflektieren die Verkaufserlöse aus der Transaktion in den Niederlanden noch nicht.



Im Rahmen eines proaktiven Bilanzmanagements wird die ProSiebenSat.1 Group die Erlöse aus dem Verkauf des Auslandsportfolios in Belgien und den Niederlanden nutzen, um noch in diesem Monat 1,2 Mrd Euro ihrer Darlehen vorzeitig zurückzuführen. Gleichzeitig hat die Gruppe mit ihren Kreditgebern eine Laufzeitverlängerung für rund 2,1 Mrd Euro und damit des Großteils des verbleibenden Darlehenbetrags von 2,4 Mrd Euro bis 2016 vereinbart. Unter Berücksichtigung der Erlöse aus dem Verkauf der niederländischen Gesellschaften hätte sich die Netto-Finanzverschuldung zum Ende des ersten Halbjahrs 2011 damit auf rund 1,8 Mrd Euro reduziert.

Axel Salzmann, CFO der ProSiebenSat.1 Media AG: „Ich bin sehr zufrieden, dass die Vertragsanpassungen auf so breite Zustimmung bei den Kreditgebern gestoßen sind. Dies spiegelt die starke Position der ProSiebenSat.1 Group im Kapitalmarkt wider. Wir verfolgen ein proaktives Bilanzmanagement und reduzieren mit der vorzeitigen Rückführung nicht nur unsere Finanzverschuldung und Zinsaufwendungen erheblich. Wir optimieren durch die Verlängerung der Laufzeiten auch das Fälligkeitsprofil der verbleibenden Darlehen.“

ProSiebenSat.1 hat erst kürzlich bekannt gegeben, einen Verschuldungsgrad zwischen 1,5 und 2,5 anzustreben. Das Unternehmen geht davon aus, bereits zum Jahresende einen Wert innerhalb des Zielkorridors zu erreichen.

Positiver Jahresausblick 2011 bekräftigt

Die ProSiebenSat.1 Group bekräftigt auf Grundlage der guten Geschäftsentwicklung in allen Segmenten ihren positiven Jahresausblick. Das Unternehmen rechnet auf Jahressicht mit einem Wachstum des Konzernumsatzes aus fortgeführten Aktivitäten im mittleren einstelligen Prozentbereich. Dazu werden alle Segmente beitragen: Für das deutschsprachige TV-Segment erwartet das Unternehmen ein Umsatzwachstum im mindestens niedrigen einstelligen Prozentbereich. In den Segmenten Free-TV International und Diversifikation geht ProSiebenSat.1 davon aus, das dynamische Umsatzwachstum fortsetzen zu können. Dies wird auch auf Jahressicht zu einer signifikanten Zunahme des Netto-Ergebnisses führen. In Bezug auf das recurring EBITDA aus fortgeführter Tätigkeit wird die ProSiebenSat.1 Group ebenfalls ihren Wachstumskurs fortsetzen und erwartet einen neuen Höchstwert.



Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	ProSiebenSat.1 Group (inkl. BE/NL)		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		Fortgeführte Aktivitäten (exkl. BE/NL)	
	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011
Umsatz	761,2	799,6	111,2	107,4	650,0	692,2
Operative Kosten ⁽¹⁾	498,7	529,9	70,9	74,3	427,8	455,6
Recurring EBITDA ⁽²⁾	263,8	272,0	40,3	33,3	223,5	238,7
EBITDA	205,4	265,8	40,3	55,4	165,1	210,4
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	77,0	129,0	25,8	47,2	51,2	81,8
Bereinigter Periodenüberschuss ⁽³⁾ (underlying net income)	87,2	142,5	27,4	47,2	59,8	95,3

Kennzahlen nach Segmenten

in Mio Euro	ProSiebenSat.1 Group (inkl. BE/NL)		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		Fortgeführte Aktivitäten (exkl. BE/NL)	
	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011
Free-TV Deutschsprachig						
Umsatz	460,3	477,2	-/-	-/-	460,3	477,2
Recurring EBITDA ⁽²⁾	171,6	176,8	-/-	-/-	171,6	176,8
Free-TV International						
Umsatz	204,8	218,8	95,8	92,2	109,0	126,6
Recurring EBITDA ⁽²⁾	65,0	62,7	34,7	29,6	30,3	33,1
Diversifikation						
Umsatz	96,1	103,6	15,4	15,2	80,7	88,4
Recurring EBITDA ⁽²⁾	27,4	32,8	6,2	6,0	21,2	26,8



Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	ProSiebenSat.1 Group (inkl. BE/NL)		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		Fortgeführte Aktivitäten (exkl. BE/NL)	
	H1 2010	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010	H1 2011
Umsatz	1.420,6	1.483,6	194,5	195,6	1.226,1	1.288,0
Operative Kosten ⁽¹⁾	1.031,9	1.072,4	144,2	149,8	887,7	922,6
Recurring EBITDA ⁽²⁾	392,4	414,6	50,3	45,9	342,1	368,7
EBITDA	324,6	400,6	50,3	62,7	274,3	337,9
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	98,8	167,3	30,9	51,7	67,9	115,6
Bereinigter Periodenüberschuss ⁽³⁾ (underlying net income)	120,0	181,7	34,1	53,3	85,9	128,4

Kennzahlen nach Segmenten

in Mio Euro	ProSiebenSat.1 Group (inkl. BE/NL)		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		Fortgeführte Aktivitäten (exkl. BE/NL)	
	H1 2010	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010	H1 2011
Free-TV Deutschsprachig						
Umsatz	878,0	891,7	-/-	-/-	878,0	891,7
Recurring EBITDA ⁽²⁾	267,3	274,9	-/-	-/-	267,3	274,9
Free-TV International						
Umsatz	365,6	399,8	164,5	165,8	201,1	234,0
Recurring EBITDA ⁽²⁾	84,3	90,5	40,1	38,6	44,2	51,9
Diversifikation						
Umsatz	177,0	192,1	30,0	29,8	147,0	162,3
Recurring EBITDA ⁽²⁾	41,0	49,5	11,7	10,9	29,3	38,6

Die belgischen TV-Aktivitäten wurden mit Vollzug des Anteilskaufvertrags Anfang Juni 2011 entkonsolidiert. Der Verkauf der niederländischen TV- und Print-Aktivitäten war zum Berichtsstichtag am 30. Juni 2011 noch nicht vollzogen (der Vollzug erfolgte am 29. Juli 2011). Die betroffenen Gesellschaften werden als nicht-fortgeführte Aktivitäten im Sinne von IFRS 5 ausgewiesen.

⁽¹⁾ Operative Kosten: Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. ⁽²⁾ Recurring EBITDA: Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA.

⁽³⁾ Bereinigter Periodenüberschuss nach Anteilen Dritter: Konzernergebnis vor Effekten aus Kaufpreisallokationen. Der Wert für H1 2011 ist v.a. bereinigt um Wertminderungen (Impairment) in Höhe von 11,2 Mio Euro auf die 9Live-Marke sowie Effekte aus der Erstkonsolidierung von maxdome in Höhe von 18,2 Mio Euro.