

---

## Pressemitteilung

---



### ProSiebenSat.1 setzt profitablen Wachstumskurs im dritten Quartal 2011 fort

Seite 1

- Konzernumsatz wächst um 8,9 Prozent auf 594,5 Mio Euro
- Recurring EBITDA um 19,5 Prozent erhöht auf 163,6 Mio Euro
- Periodengewinn nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter steigt auf insgesamt 340,3 Mio Euro
- Positiver Jahresausblick für 2011 bestätigt

[Anmerkung: Alle Aussagen und Werte beziehen sich, soweit nicht anders ausgewiesen, auf die fortgeführten Geschäftstätigkeiten der ProSiebenSat.1 Group. Die belgischen und niederländischen Gesellschaften werden aufgrund ihres Verkaufs gemäß IFRS 5 bis zum Zeitpunkt ihrer Entkonsolidierung im Juni bzw. Juli als „nicht-fortgeführte Geschäftstätigkeit“ ausgewiesen. Die Gewinn- und Verlustrechnung des Vorjahres wurde entsprechend angepasst.]

**München, 3. November 2011.** Die ProSiebenSat.1 Group setzt ihren profitablen Wachstumskurs im dritten Quartal 2011 fort. Das Unternehmen steigerte seinen Umsatz um 8,9 Prozent auf 594,5 Mio Euro. Das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) übertraf den Vorjahreswert um 19,5 Prozent und erreichte 163,6 Mio Euro. Der Periodengewinn nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter wuchs unter Berücksichtigung des Gewinns aus dem Verkauf der niederländischen Aktivitäten um 307,8 Mio Euro auf 340,3 Mio Euro.

#### „Auf der Zielgeraden zu einem neuen Rekordjahr“

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG: „Wir sind auf der Zielgeraden zu einem neuen Rekordjahr. Auf unserem Weg zu einem Powerhouse für TV und digitale Unterhaltung haben wir im dritten Quartal erneut einen großen Schritt nach vorne gemacht und unsere Umsätze in allen Segmenten gesteigert. Basis der positiven Geschäftsentwicklung ist unsere starke Positionierung im Kerngeschäft Fernsehen. Künftig werden wir uns mit unseren Wachstumsinitiativen noch stärker auf die attraktiven Perspektiven in der digitalen Welt sowie im Ausland konzentrieren. Ich bin überzeugt, dass wir damit unseren profitablen Wachstumskurs weiter fortsetzen können.“

#### Umsatz erneut in allen Segmenten gesteigert

Im deutschsprachigen TV-Segment – das mit Deutschland, Österreich und der Schweiz größte Umsatzsegment – erzielte die ProSiebenSat.1 Group im dritten Quartal 2011 ein Umsatzwachstum von 6,6 Prozent auf 413,9 Mio Euro (Vorjahr: 388,2 Mio Euro). Der Konzern konnte seine Erlöse aus TV-Werbung in allen drei Märkten steigern. Neben höheren Umsätzen im klassischen TV-Werbegeschäft gab die internationale Expansion von Red Arrow

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](mailto: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](mailto:Katrin.Schneider@ProSiebenSat1.com)

Pressemitteilung online:

[www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com)



Wachstumsimpulse. Das Unternehmen, das die Produktion und Entwicklung von Programmformaten sowie deren weltweiten Vertrieb unter einem Dach bündelt, hat zuletzt erfolgreich vermehrt englischsprachigen Content vermarktet. Anfang September orderte beispielsweise der US-amerikanische Sender ABC sechs Episoden der TV-Show „You Deserve It“. Das recurring EBITDA des deutschsprachigen TV-Segments erhöhte sich im dritten Quartal um 27,1 Prozent auf 132,2 Mio Euro (Vorjahr: 104,0 Mio Euro).

Im internationalen TV-Segment trieben die skandinavischen Sender das Umsatzwachstum an. Der Segmentumsatz betrug 102,3 Mio Euro und lag damit deutlich über dem Vorjahreswert (+14,9% bzw. 13,3 Mio Euro). Insbesondere Norwegen und Dänemark leisteten mit höheren TV-Werbeinnahmen einen signifikanten Beitrag. Auch die Distributionserlöse konnten gesteigert werden. In den osteuropäischen TV-Märkten lagen die Erlöse aufgrund der dort rezessiven Konjunkturlage allerdings unter Vorjahr. Das recurring EBITDA verringerte sich vor diesem Hintergrund um 13,4 Prozent auf 15,5 Mio Euro (Vorjahr: 17,9 Mio Euro).

Das Segment Diversifikation verzeichnete im dritten Quartal 2011 ein Umsatzwachstum um 13,8 Prozent auf 78,3 Mio Euro (Vorjahr: 68,8 Mio Euro). Die Umsatzsteigerung geht zum einen auf die dynamische Entwicklung des Bereichs Ventures mit dem Geschäftsmodell „Media for Revenue Share“ bzw. „Media for Equity“ zurück. Hier konnten im dritten Quartal weitere sechs Deals abgeschlossen werden. Die ProSiebenSat.1 Group startete dieses innovative Vermarktungsmodell nach dem Prinzip Umsatz- oder Unternehmensbeteiligung gegen Werbezeiten im Jahr 2010 und zählt damit nun 24 Unternehmen zu ihrem Portfolio. Zum anderen hat der erfolgreiche Ausbau der Bereiche Video-Advertising und Online-Games zur Steigerung des Segmentumsatzes beigetragen. Mit der Akquisition von burda:ic und der Mehrheitsbeteiligung an Covus Games – die Transaktionen wurden im Juli bzw. Mai abgeschlossen – hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Marktposition im Games-Bereich deutlich ausgebaut. Zudem trugen die Radionetzwerke in Nordeuropa zum Umsatzwachstum bei. Das recurring EBITDA des Diversifikationssegments stieg im dritten Quartal um 13,9 Prozent auf 15,6 Mio Euro (Vorjahr: 13,7 Mio Euro).

#### **Umsatzentwicklung auf Basis der 4-Säulen-Strategie**

Grundlage für das weitere Wachstum der ProSiebenSat.1 Group ist die Vier-Säulen-Strategie des Unternehmens. Ziel ist es, die Geschäftstätigkeit künftig noch konsequenter zu diversifizieren und unabhängiger vom werbefinanzierten TV-Geschäft zu werden. Insgesamt hat das Unternehmen bis 2015 ein zusätzliches Umsatzpotenzial von über 750 Mio Euro im Vergleich zu 2010 identifiziert und will im Jahr 2015 fast die Hälfte des Umsatzes jenseits des klassischen TV-Werbemarkts Deutschland erzielen.

Mit Beginn des Geschäftsjahres 2012 wird das Unternehmen die Segmentberichterstattung stärker an den vier Säulen ihrer Wachstumsstrategie ausrichten – „Deutschsprachiges Fernsehen“, „Broadcasting International“ sowie die beiden Säulen „Neue Medien und verwandte Bereiche“ und



„Produktion und weltweiter Vertrieb von Inhalten“. Auf Basis der zukünftigen Struktur fiel das Umsatzwachstum für diese Bereiche im dritten Quartal 2011 wie folgt aus:

Die Säule „Deutschsprachiges Fernsehen“ wächst gegenüber dem Vorjahresquartal um 5,0 Prozent auf 404,4 Mio Euro (Vorjahr: 385,1 Mio Euro). Zu diesem Segment gehören die werbefinanzierten TV-Sender in Deutschland, Österreich und der Schweiz, aber nicht mehr Red Arrow. Der Umsatz des Segments „Broadcasting International“, wozu künftig auch Radio zählt, liegt mit 123,1 Mio Euro um 13,5 Prozent über dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 108,5 Mio Euro). Das Wachstum des Segments Diversifikation beläuft sich auf 27,7 Prozent, der Umsatz beträgt insgesamt 66,9 Mio Euro (Vorjahr: 52,4 Mio Euro). In diesem Segment werden die Säulen „Neue Medien und verwandte Bereiche“ mit einem Umsatzbeitrag von 57,4 Mio Euro (Vorjahr: 49,3 Mio Euro) sowie „Produktion und weltweiter Vertrieb von Inhalten“ mit einem externen Umsatz von 9,5 Mio Euro (Vorjahr: 3,1 Mio Euro) gebündelt.

Für eine ausführliche Darstellung der Umsatzentwicklung auf Basis der vier strategischen Säulen verweisen wir auf die Präsentation anlässlich der heutigen Telefonkonferenz.

#### **Zuschauermarktanteile durch neue Sender konsequent gesteigert**

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihren Zuschauermarktanteil gegenüber dem Vorjahresquartal in nahezu allen Märkten ausgebaut. Das Unternehmen hat in den vergangenen Monaten neue TV-Sender gestartet und konnte so Marktanteile in den einzelnen Regionen hinzugewinnen. In Deutschland erreichten SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx im dritten Quartal einen gemeinsamen Marktanteil von 29,4 Prozent – ein Plus von 0,5 Prozentpunkten gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal. Im September überschritten die vier Sender zusammen sogar die 30-Prozent-Marke. Im gleichen Monat erzielte der noch junge Sender sixx erstmals einen Tagesmarktanteil von mehr als einem Prozent.

International verzeichneten vor allem die skandinavischen Sender hohe Wachstumsraten. In Norwegen erzielten TV Norge, FEM, MAX und The Voice im dritten Quartal einen Marktanteil von 17,0 Prozent, das sind 2,2 Prozentpunkte mehr als im Vorjahresquartal. Das starke Wachstum ist vornehmlich auf die erfolgreiche Entwicklung von MAX zurückzuführen. MAX hat seine Quoten seit dem Start im November 2010 beständig gesteigert und ist mit 2,9 Prozent mittlerweile die Nummer zwei unter den norwegischen TV-Sendern mit Fokus auf eine männliche Zielgruppe. In Finnland führten die starke Programmprominenz von TV5 aufgrund eines attraktiven Spielfilmportfolios sowie die zweite Voll-Lizenz für ein 24-Stunden-Programm im zweiten Quartal zu einem signifikanten Anstieg der Marktanteile. Die finnischen Sender TV5 und The Voice verzeichneten im dritten Quartal mit einem gemeinsamen Zuschauermarktanteil von 6,2 Prozent einen Zuwachs von 2,5 Prozentpunkten.



### **ProSiebenSat.1 investiert in Wachstumsfelder**

Die ProSiebenSat.1 Group investierte auch im dritten Quartal konsequent in neue Wachstumsfelder wie beispielsweise den weiteren Ausbau des Programm-Produktionsbereichs, Video-on-Demand, Online-Games und jüngst gestarteter Sender. Vor diesem Hintergrund sind die Kosten erwartungsgemäß gestiegen. Im klassischen TV-Geschäft konnte ProSiebenSat.1 die Kosten hingegen stabil halten. Insgesamt verzeichnete das Unternehmen im dritten Quartal operative Kosten in Höhe von 432,7 Mio Euro, was einer Steigerung von 5,0 Prozent bzw. 20,6 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr entspricht.

### **Deutliches Wachstum von recurring EBITDA und Periodenergebnis**

Auf Basis der dynamischen Umsatzentwicklung hat die ProSiebenSat.1 Group ihr recurring EBITDA im dritten Quartal 2011 um weitere 19,5 Prozent auf 163,6 Mio Euro gesteigert (Vorjahr: 136,9 Mio Euro). Mit 27,5 Prozent unterstreicht die operative Marge die hohe Profitabilität der ProSiebenSat.1 Group (Vorjahr: 25,1%).

Das Periodenergebnis nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter hat sich ebenfalls kräftig erhöht. So stieg der Periodengewinn unter Berücksichtigung des Gewinns aus der Veräußerung der niederländischen Gesellschaften um 307,8 Mio Euro und beträgt nun insgesamt 340,3 Mio Euro. Aus fortgeführter Tätigkeit erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group einen Periodenüberschuss von 13,4 Mio Euro (Vorjahr: 20,8 Mio Euro). Einmalige, im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesene Aufwendungen im Zusammenhang mit der Laufzeitenverlängerung und der vorzeitigen Rückführung der Darlehen im dritten Quartal 2011 wirkten sich hier aus.

### **ProSiebenSat.1 mit deutlich verbesserter Kapitalstruktur**

Der ProSiebenSat.1-Konzern hat im August 2011 mit 1,2 Mrd Euro einen signifikanten Teil seiner Finanzierungsdarlehen vorzeitig zurückgeführt und deren Laufzeiten größtenteils bis 2016 verlängert. Hierdurch reduzierte die ProSiebenSat.1 Group ihre Netto-Finanzverschuldung deutlich. Sie verringerte sich gegenüber dem 30. September 2010 um 36,8 Prozent auf 2,075 Mrd Euro. Der Verschuldungsgrad ist ebenfalls zurückgegangen und liegt mit einem Wert von 2,5 im definierten Zielkorridor. Zum 30. September 2010 betrug der Wert noch 3,8. Ziel ist es, das Verhältnis zwischen Netto-Finanzverschuldung und dem recurring EBITDA der jeweils letzten zwölf Monate auf einem Wert zwischen 1,5 und 2,5 zu halten.

Die verbesserte Ertragslage und die Darlehensrückführung haben die Eigenkapitalbasis des Konzerns nachhaltig gestärkt. Das Eigenkapital stieg gegenüber dem 30. September 2010 deutlich um 60,6 Prozent auf 1,269 Mrd Euro (Vorjahr: 790,4 Mio Euro). Die entsprechende Eigenkapitalquote betrug 26,5 Prozent nach 12,5 Prozent zum 30. September 2010.

### **Positive Neunmonatsbilanz**

Auch mit Blick auf den Neunmonatszeitraum steigerte die ProSiebenSat.1 Group Umsatz und Ergebnis. Der Konzernumsatz wuchs gegenüber dem



Vorjahreszeitraum um 6,2 Prozent auf 1,883 Mrd Euro (Vorjahr: 1,772 Mrd Euro). Das recurring EBITDA der Gruppe stieg um 11,1 Prozent auf 532,3 Mio Euro (Vorjahr: 479,0 Mio Euro) ebenfalls deutlich. Das Umsatz- und Ergebniswachstum wurde von allen Segmenten getragen.

Seite 5 von 8

Der Periodenüberschuss nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter erhöhte sich im Neunmonatszeitraum gegenüber dem Vorjahr um 376,3 Mio Euro auf 507,6 Mio Euro. Dieser Wert beinhaltet neben dem Gewinn aus der Veräußerung der TV- und Print-Aktivitäten in den Niederlanden auch den Verkaufsgewinn der belgischen TV-Gesellschaften.

### **Rekordwert für das recurring EBITDA**

Angesichts der positiven Geschäftsentwicklung der vergangenen Monate und dem guten Start in das wichtige vierte Quartal bekräftigt die ProSiebenSat.1 Group ihre bisherige Jahresprognose. Auf Jahressicht plant das Unternehmen, den Konzernumsatz im mittleren einstelligen Prozentbereich zu steigern. Dazu werden alle Segmente beitragen. Auf dieser Basis erwartet die ProSiebenSat.1 Group, das im vergangenen Jahr erzielte operative Rekordergebnis (recurring EBITDA) erneut zu übertreffen. Aus den fortgeführten Aktivitäten betrug das recurring EBITDA im vergangenen Geschäftsjahr 791,5 Mio Euro.

CEO Thomas Ebeling: „Die ProSiebenSat.1 Group ist operativ und finanziell sehr gut aufgestellt. Unser TV-Geschäft ist kerngesund und das Wachstumspotenzial in daran angrenzenden Bereichen hochattraktiv. Das sind hervorragende Voraussetzungen für unseren künftigen Geschäftserfolg.“



### Erläuterung zu den Finanzkennzahlen

Der Verkauf der belgischen TV-Aktivitäten wurde Anfang Juni 2011 vollzogen und die Gesellschaften entkonsolidiert. Die Transaktion in den Niederlanden wurde dagegen Ende Juli 2011 vollzogen. Gemäß IFRS 5 werden die veräußerten Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden bis zum Zeitpunkt ihrer Entkonsolidierung als „nicht-fortgeführte Aktivitäten“ ausgewiesen. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst. Die Kennzahlen für den Konzern inklusive der nicht-fortgeführten Aktivitäten für das dritte Quartal 2011 enthalten entsprechend IFRS 5 folglich den Ergebnisbeitrag und die Entkonsolidierungseffekte des niederländischen Geschäfts. Dagegen umfassen die Kennzahlen inklusive der nicht-fortgeführten Aktivitäten im Neunmonatszeitraum 2011 den Ergebnisbeitrag und die Entkonsolidierungseffekte sowohl des niederländischen als auch des belgischen Geschäfts.

### Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group für das dritte Quartal

| in Mio Euro   | ProSiebenSat.1 Group<br>(inkl. nicht-fortgeführte<br>Aktivitäten) |              | Nicht-fortgeführte<br>Aktivitäten |             | Fortgeführte Aktivitäten |              |
|---|---|--------------|-----------------------------------|-------------|--------------------------|--------------|
|   | Q3 2011   | Q3 2010      | Q3 2011                           | Q3 2010     | Q3 2011                  | Q3 2010      |
| Umsatz  | <b>613,9</b>  | <b>628,0</b> | <b>19,4</b>                       | <b>82,0</b> | <b>594,5</b>             | <b>546,0</b> |
| Gesamtkosten  | 506,2   | 519,5        | 10,1                              | 67,3        | 496,1                    | 452,2        |
| Operative Kosten <sup>(1)</sup>   | <b>446,9</b>  | <b>476,1</b> | <b>14,2</b>                       | <b>64,0</b> | <b>432,7</b>             | <b>412,1</b> |
| Recurring EBITDA <sup>(2)</sup>   | <b>168,8</b>  | <b>154,9</b> | <b>5,2</b>                        | <b>18,0</b> | <b>163,6</b>             | <b>136,9</b> |
| Recurring EBITDA-Marge (in %)   | 27,5  | 24,7         | 26,8                              | 22,0        | 27,5                     | 25,1         |
| EBITDA  | 463,8   | 144,1        | 330,1                             | 17,5        | 133,7                    | 126,6        |
| Einmaleffekte   | 295,0   | -10,8        | 324,9                             | -0,5        | -29,9                    | -10,3        |
| EBIT  | 431,1   | 111,4        | 330,1                             | 14,8        | 101,0                    | 96,6         |
| Finanzergebnis  | -82,7   | -66,2        | -0,3                              | 2,5         | -82,4                    | -68,7        |
| Netto-Ergebnis (Konzernergebnis<br>nach Anteilen anderer<br>Gesellschafter) | 340,3   | 32,5         | 328,9                             | 12,8        | 11,4                     | 19,7         |
| Bereinigtes Konzernergebnis <sup>(3)</sup><br>(underlying net income)       | 351,8   | 42,8         | 328,9                             | 13,7        | 22,9                     | 29,1         |
| Free Cashflow   | 1.051,2   | 9,5          | 1.052,6                           | 7,2         | -1,4                     | 2,3          |



**Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group für die ersten drei Quartale (kumuliert)**

| in Mio Euro   | ProSiebenSat.1 Group<br>(inkl. nicht-fortgeführte<br>Aktivitäten) |                | Nicht-fortgeführte<br>Aktivitäten |               | Fortgeführte Aktivitäten |                |
|---|---|----------------|-----------------------------------|---------------|--------------------------|----------------|
|   | Q1-Q3<br>2011   | Q1-Q3<br>2010  | Q1-Q3<br>2011                     | Q1-Q3<br>2010 | Q1-Q3<br>2011            | Q1-Q3<br>2010  |
| Umsatz  | <b>2.097,5</b>  | <b>2.048,6</b> | <b>215,0</b>                      | <b>276,5</b>  | <b>1.882,5</b>           | <b>1.772,1</b> |
| Gesamtkosten  | 1.692,2   | 1.689,9        | 166,7                             | 217,1         | 1.525,5                  | 1.472,8        |
| Operative Kosten <sup>(1)</sup>   | <b>1.519,4</b>  | <b>1.508,0</b> | <b>164,1</b>                      | <b>208,2</b>  | <b>1.355,3</b>           | <b>1.299,8</b> |
| Recurring EBITDA <sup>(2)</sup>   | <b>583,4</b>  | <b>547,3</b>   | <b>51,1</b>                       | <b>68,3</b>   | <b>532,3</b>             | <b>479,0</b>   |
| Recurring EBITDA-Marge (in %)   | 27,8  | 26,7           | 23,8                              | 24,7          | 28,3                     | 27,0           |
| EBITDA  | 864,4   | 468,7          | 392,8                             | 67,8          | 471,6                    | 400,9          |
| Einmaleffekte   | 281,0   | -78,6          | 341,7                             | -0,5          | -60,7                    | -78,1          |
| EBIT  | 753,0   | 365,4          | 390,1                             | 59,4          | 362,9                    | 306,0          |
| Finanzergebnis  | -174,0  | -175,4         | 3,0                               | -0,2          | -177,0                   | -175,2         |
| Netto-Ergebnis (Konzernergebnis<br>nach Anteilen anderer<br>Gesellschafter) | 507,6   | 131,3          | 380,6                             | 43,7          | 127,0                    | 87,6           |
| Bereinigtes Konzernergebnis <sup>(3)</sup><br>(underlying net income)       | 533,6   | 162,9          | 381,5                             | 46,5          | 152,1                    | 116,4          |
| Free Cashflow   | 1.246,2   | 24,8           | 1.241,7                           | 49,3          | 4,5                      | -24,5          |

| In Mio Euro              | 30. September 2011 | 31. Dezember 2010 | 30. September 2010 |
|--------------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| Eigenkapital             | 1.269,1            | 1.025,9           | 790,4              |
| Eigenkapitalquote (in %) | 26,5               | 16,2              | 12,5               |
| Liquide Mittel           | 257,3              | 740,7             | 743,4              |
| Netto-Finanzverschuldung | 2.075,0            | 3.021,0           | 3.283,8            |
| Verschuldungsgrad        | 2,5                | 3,3               | 3,8                |

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

<sup>(3)</sup> Bereinigter Periodenüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter: Konzernergebnis vor Effekten aus Kaufpreisallokationen. Der Wert für den Neunmonatszeitraum 2011 ist zudem 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.



**Kennzahlen nach Segmenten für das dritte Quartal**

| in Mio Euro                     | ProSiebenSat.1 Group<br>(inkl. nicht-fortgeführte<br>Aktivitäten) |         | Nicht-fortgeführte<br>Aktivitäten |         | Fortgeführte Aktivitäten |         |
|---------------------------------|---|---------|-----------------------------------|---------|--------------------------|---------|
|                                 | Q3 2011   | Q3 2010 | Q3 2011                           | Q3 2010 | Q3 2011                  | Q3 2010 |
| Free-TV Deutschsprachig         |   |         |                                   |         |                          |         |
| Umsatz (extern)                 | 413,9   | 388,2   | -/-                               | -/-     | 413,9                    | 388,2   |
| Recurring EBITDA <sup>(2)</sup> | 132,2   | 104,0   | -/-                               | -/-     | 132,2                    | 104,0   |
| Free-TV International           |   |         |                                   |         |                          |         |
| Umsatz (extern)                 | 116,6   | 156,7   | 14,3                              | 67,7    | 102,3                    | 89,0    |
| Recurring EBITDA <sup>(2)</sup> | 18,5  | 32,4    | 3,0                               | 14,5    | 15,5                     | 17,9    |
| Diversifikation                 |   |         |                                   |         |                          |         |
| Umsatz (extern)                 | 83,4  | 83,1    | 5,1                               | 14,3    | 78,3                     | 68,8    |
| Recurring EBITDA <sup>(2)</sup> | 17,8  | 18,5    | 2,2                               | 4,8     | 15,6                     | 13,7    |

**Kennzahlen nach Segmenten für die ersten drei Quartale(kumuliert)**

| in Mio Euro                     | ProSiebenSat.1 Group<br>(inkl. nicht-fortgeführte<br>Aktivitäten) |               | Nicht-fortgeführte<br>Aktivitäten |               | Fortgeführte Aktivitäten |               |
|---------------------------------|---|---------------|-----------------------------------|---------------|--------------------------|---------------|
|                                 | Q1-Q3<br>2011   | Q1-Q3<br>2010 | Q1-Q3<br>2011                     | Q1-Q3<br>2010 | Q1-Q3<br>2011            | Q1-Q3<br>2010 |
| Free-TV Deutschsprachig         |   |               |                                   |               |                          |               |
| Umsatz (extern)                 | 1.305,6   | 1.266,2       | -/-                               | -/-           | 1.305,6                  | 1.266,2       |
| Recurring EBITDA <sup>(2)</sup> | 407,1   | 371,3         | -/-                               | -/-           | 407,1                    | 371,3         |
| Free-TV International           |   |               |                                   |               |                          |               |
| Umsatz (extern)                 | 516,4   | 522,3         | 180,1                             | 232,2         | 336,3                    | 290,1         |
| Recurring EBITDA <sup>(2)</sup> | 109,0   | 116,7         | 41,6                              | 54,6          | 67,4                     | 62,1          |
| Diversifikation                 |   |               |                                   |               |                          |               |
| Umsatz (extern)                 | 275,5   | 260,1         | 34,9                              | 44,3          | 240,6                    | 215,8         |
| Recurring EBITDA <sup>(2)</sup> | 67,3  | 59,5          | 13,1                              | 16,5          | 54,2                     | 43,0          |