

---

## Pressemitteilung

---



### Ergebnis über Vorjahr - Jahresüberschuss von 144,5 Mio Euro, bereinigtes EBITDA von 696,5 Mio Euro

Seite 1

Zahlen 2009 vorläufig und nicht testiert, Vorjahresvergleichszahlen - auch im Folgenden - bereinigt um CMore (Entkonsolidierung der nordischen Pay-TV-Sparte im November 2008):

- **Ergebnissteigerung:** Alle Ergebnisgrößen über Vorjahr. Recurring EBITDA steigt um 6,0 Prozent auf 696,5 Mio Euro, Jahresüberschuss verbessert sich von minus 119,1 Mio auf plus 144,5 Mio Euro.
- **Umsatzrückgang:** Jahresumsatz sinkt um 5,5 Prozent auf 2,761 Mrd Euro, leichtes Umsatzwachstum im vierten Quartal 2009.
- **Effizientes Kostenmanagement:** Operative Kosten um 9,6 Prozent auf 2,077 Mrd Euro reduziert.
- **Erhöhter Zuschauermarktanteil:** Marktanteil wächst von 29,4 Prozent auf 30,1 Prozent im Kernmarkt Deutschland.
- **Dividendenvorschlag:** 0,02 Euro pro Vorzugsaktie.
- **Dan Marks wird neuer Vorstand New Media**, Dr. Marcus Englert verlässt das Unternehmen.

**München, 4. März 2010.** Die ProSiebenSat.1 Group erzielte 2009 in einem schwierigen Marktumfeld ein solides Ergebnis. Das Unternehmen steigerte das recurring EBITDA um 6,0 Prozent auf 696,5 Mio Euro (2008 bereinigt um CMore: 656,8 Mio Euro; 2008 inkl. CMore: 674,5 Mio Euro). Der Jahresüberschuss nach Ergebnisanteilen anderer Gesellschafter erhöhte sich von minus 119,1 Mio Euro im Vorjahr auf plus 144,5 Mio Euro (2008 inkl. CMore: -129,1 Mio Euro). Auch mit Blick auf die Umsatzentwicklung holte die ProSiebenSat.1 Group zum Jahresende wieder auf und erzielte im vierten Quartal 2009 Erlöse in Höhe von 880,5 Mio Euro (Q4 2008 bereinigt um CMore: 864,6 Mio Euro; Q4 2008 inkl. CMore: 876,8 Mio Euro). Dies entspricht einem leichten Wachstum von 1,8 Prozent gegenüber dem vierten Quartal 2008, das vor allem auf höhere Werbeeinnahmen im deutschen Kernmarkt zurückzuführen ist.

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG: „Dank eines nachhaltigen Kostenmanagements und der guten Performance im vierten Quartal haben wir das Unternehmen 2009 in die Gewinnzone zurückgeführt. Dabei hat ProSiebenSat.1 gezeigt, dass Kreativität nicht nur eine Frage der Budgets ist. Die wachsende Zustimmung unserer Zuschauer und Kunden ist der beste Beweis dafür, dass Qualität des Programms und effizientes Kostenmanagement Hand in Hand gehen können.“

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  
Leitende Redakteurin  
Konzernkommunikation  
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](http://www.ProSiebenSat1.com)



Die ProSiebenSat.1 Group hat frühzeitig mit einem effizienten Kostenmanagement auf die konjunkturellen Rahmenbedingungen reagiert. Ein wesentliches Element war die Neuaufstellung der deutschen Senderfamilie am Standort München. So konnten die Zuschauermarktanteile im wichtigsten Umsatzmarkt Deutschland um 0,7 Prozentpunkte auf 30,1 Prozent gesteigert werden, während die operativen Kosten des Konzerns im Jahr 2009 um 9,6 Prozent auf 2,077 Mrd Euro sanken.

### **Umsatzverbesserung im vierten Quartal, Rückgang im Gesamtjahr**

Die ProSiebenSat.1 Group hat sich in einem Wettbewerbsumfeld, in dem die TV-Werbeinvestitionen in ihren Märkten im Schnitt um mehr als zehn Prozent netto sanken, mit einem Rückgang des Jahresumsatzes um 5,5 Prozent auf 2,761 Mrd Euro gut behauptet (2008 bereinigt um CMore: 2,922 Mrd Euro; 2008 inkl. CMore: 3,054 Mrd Euro). Dies lag maßgeblich an der großen Akzeptanz des Vermarktungsmodells für Werbezeiten im deutschen Kernmarkt und der Attraktivität der Programme in der für die Werbewirtschaft relevanten Zielgruppe.

Vor allem im vierten Quartal konnte der Konzern seine guten Erfolge im deutschen Zuschauermarkt kapitalisieren und die Werbeeinnahmen der deutschen Senderfamilie steigern. Die externen Erlöse des Segments Free-TV im deutschsprachigen Raum legten in den Monaten Oktober bis Dezember 2009 um 4,8 Prozent oder 25,2 Mio Euro auf 547,3 Mio Euro zu (Gesamtjahr 2009 vs 2008: -37,7 Mio Euro oder -2,2%). Der Konzernumsatz des vierten Quartals verbesserte sich damit um 1,8 Prozent auf 880,5 Mio Euro (Q4 2008 bereinigt um CMore: 864,6 Mio Euro; Q4 2008 inkl. CMore: 876,8 Mio Euro). Auch im internationalen Free-TV-Geschäft und im Diversifikationsbereich hat sich der Umsatzrückgang zum Jahresende verlangsamt. Zweistelliges Umsatzwachstum erzielten im Diversifikationsbereich die Music, Online- und Gaming-Angebote der Gruppe.

### **Effizientes Kostenmanagement**

Ein nachhaltiges Kostenmanagement ist gerade in einem rezessiven Marktumfeld unverzichtbar. Dies ist der Gruppe im vergangenen Jahr insbesondere durch die Bündelung der inländischen TV-Aktivitäten am Standort München gelungen. Die operativen Kosten sanken um 9,6 Prozent oder 221,3 Mio Euro auf 2,077 Mrd Euro (2008 bereinigt um CMore: 2,299 Mrd Euro; 2008 inkl. CMore: 2,413 Mrd Euro). Die neue Matrixstruktur der deutschen Senderfamilie ermöglicht eine noch bessere Programmabstimmung und –abgrenzung, was wiederum das Profil der jeweiligen Sender schärft. Gleichzeitig erhöht die Zusammenfassung der kreativen Kräfte an einem Standort den gruppenweiten Austausch und führt zu effizienteren Strukturen.

Die ProSiebenSat.1 Group hat 2009 ein straffes Kosten- und Cashflow-Management verfolgt und gleichzeitig gezielt in die Qualität ihrer Programme investiert. Der Abschluss langfristiger Lizenzverträge mit großen Hollywoodstudios wie Twentieth Century Fox Television für die Sender in



Deutschland, Österreich und der Schweiz ist ein Beispiel für den deutschsprachigen Raum. Auch auf internationaler Ebene hat der Konzern Exklusiv-Rechte an zahlreichen Hollywood-Blockbustern und US-Serien von Sony Pictures (BE), CBS International (NL, BE, RO, HU), Regency (BE, NL), Disney (RO) und NBC Universal (HU) erworben. Insgesamt lagen die Programminvestitionen mit 1,227 Mrd Euro unter dem Niveau des Vorjahres (2008 bereinigt um CMore: 1,298 Mrd Euro; 2008 inkl. CMore: 1,397 Mrd Euro).

### **Verbesserte Profitabilität**

Das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) erhöhte sich um 6,0 Prozent auf 696,5 Mio Euro (2008 bereinigt um CMore: 656,8 Mio Euro; 2008 inkl. CMore: 674,5 Mio Euro). Das EBITDA verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung um 3,5 Prozent auf 623,0 Mio Euro (2008 bereinigt um CMore: 601,7 Mio Euro; 2008 inkl. CMore: 618,3 Mio Euro). Der Umsatzrückgang des Jahres 2009 konnte durch das gruppenweite Kostenmanagement kompensiert werden. Die recurring EBITDA-Marge stieg auf 25,2 Prozent (2008 bereinigt um CMore: 22,5%; 2008 inkl. CMore: 22,1%).

Nach Steuern und Berücksichtigung von Ergebnisanteilen anderer Gesellschafter wies der Konzern einen Jahresüberschuss von 144,5 Mio Euro aus. Im Vorjahr betrug das Konzernergebnis – unter Berücksichtigung einer Wertminderung auf den Goodwill in Höhe von 180,0 Mio Euro – minus 119,1 Mio Euro (2008 inkl. CMore: -129,1 Mio Euro). Das bereinigte Konzernergebnis (underlying net income) verbesserte sich gegenüber dem Vorjahreswert um 23,9 Prozent auf 184,8 Mio Euro (2008 bereinigt um CMore: 149,1 Mio Euro; 2008 inkl. CMore: 170,4 Mio Euro).

Im vierten Quartal 2009 verzeichnete das recurring EBITDA ein Wachstum um 8,6 Prozent auf 307,2 Mio Euro (Q4 2008 bereinigt um CMore: 282,8 Mio Euro; Q4 2008 inkl. CMore: 279,3 Mio Euro).

### **Netto-Finanzverschuldung verringert**

Die Netto-Finanzverschuldung verringerte sich zum Jahresende gegenüber dem Vorjahresstichtag um 112 Mio Euro auf 3,295 Mrd Euro. Der Rückgang resultiert zum Großteil aus im Vergleich zum Vorjahresstichtag höheren liquiden Mitteln (+104,5 Mio Euro). Positiv auf die Liquidität des Konzerns wirkte sich zum einen die verbesserte Ertragslage des Konzerns, zum anderen die gegenüber dem Vorjahr reduzierte Dividendenzahlung aus.

### **Dividendenvorschlag**

Der Vorstand wird dem Aufsichtsrat auch für das Geschäftsjahr 2009 eine Dividende in Höhe von 0,02 Euro je Vorzugsaktie empfehlen, insgesamt also eine Ausschüttung in Höhe von 2,1 Mio Euro.



## **Dan Marks neuer Vorstand New Media/ Marcus Englert verlässt Unternehmen**

Seite 4 von 7

Dan Marks (47) wird zum 1. Mai 2010 Vorstandsmitglied der ProSiebenSat.1 Media AG und übernimmt den Geschäftsbereich von Dr. Marcus Englert, der das Unternehmen verlässt. Als Chief New Media Officer ist er künftig insbesondere für die Weiterentwicklung und Koordination der Digital-Strategie der Gruppe, sowie für die operative Führung des Online-, Pay-TV- und VoD-Geschäfts verantwortlich.

Dan Marks kommt von British Telecom, wo er als CEO von BT Vision die Entertainment-Strategie des Unternehmens entworfen und umgesetzt hat. Innerhalb von zwei Jahren etablierte Marks den IPTV-Service BT Vision als eines der führenden On-demand-Angebote mit 450.000 Kunden. Er hat für BT auch das Projekt „Canvas“ gegründet und aufgebaut, mit dem British Telecom, die BBC und ITV eine neue TV-Plattform etablieren, die TV und Breitband-Internet vereint. Er verantwortete als Deputy Managing Director von BT Consumer zudem das Onlinegeschäft, Media und Broadcast Services und das Business Development. BT Consumer ist mit 14 Millionen Telefonie- und 4,5 Millionen Breitband-Kunden Marktführer in Großbritannien. (Ausführliche Biographie unter [www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com))

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG: „Mit Dan Marks haben wir einen der profiliertesten Medienexperten aus dem internationalen Markt gewonnen. Er hat auf seinen vorherigen Berufsstationen strategischen Weitblick bewiesen und gezeigt, dass er visionäre Ideen rasch und erfolgreich umsetzen kann. Er ist ein Entertainment-Mann mit einem echten Gespür für neue TV- und Online-Entwicklungen. Ich freue mich sehr auf die gemeinsame Arbeit.“

Dr. Marcus Englert (44), Vorstand New Media und Diversifikation der ProSiebenSat.1 Media AG und Vorsitzender der Geschäftsführung der SevenOne Intermedia, verlässt die ProSiebenSat.1 Group zum 30. April 2010. Darauf haben sich der Aufsichtsrat und Marcus Englert im besten gegenseitigen Einvernehmen verständigt. Marcus Englert hat seit 1998 für die Gruppe gearbeitet und war seit August 2006 Mitglied des Vorstands.

Johannes Huth, Vorsitzender des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Group: „Marcus Englert hat ProSiebenSat.1 sehr wichtige Impulse gegeben. Er hat eines der interessantesten Online-Portfolios in Deutschland aufgebaut und mit Video-on-Demand, Games und Music neue strategische Geschäftsfelder für die Gruppe erschlossen. Daneben hat er die digitale Verbreitung der Sender maßgeblich vorangetrieben. Dafür, sowie für die stets sehr gute Zusammenarbeit, möchte ich ihm herzlich danken. Der Aufsichtsrat bedauert das Ausscheiden von Marcus Englert sehr und wünscht ihm für die Zukunft alles Gute und viel Erfolg.“



Dr. Marcus Englert, Vorstand New Media und Diversifikation der ProSiebenSat.1 Group: „Es hat mir große Freude gemacht, die Sendergruppe in die digitale Welt zu führen und für die Zukunft optimal aufzustellen. Nach zwölf Jahren ist es jetzt an der Zeit für mich, neue Herausforderungen anzunehmen. Ich möchte mich zukünftig noch stärker unternehmerisch betätigen. ProSiebenSat.1 wünsche ich viel Glück und Erfolg und werde dem Unternehmen freundschaftlich verbunden bleiben.“ (Ausführliche Biographie unter [www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com))

Seite 5 von 7

### **Ausblick 2010**

Trotz des über den Erwartungen verlaufenen Schlussquartals 2009 sind Aussagen für das laufende Geschäftsjahr 2010 nach wie vor mit Unsicherheiten behaftet. Gegenüber 2009 dürften sich die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen zwar leicht erholen, doch die Visibilität ist noch gering. Um in diesem Marktumfeld den Bewegungsspielraum nicht zu verlieren, wird Kostendisziplin weiterhin Priorität im Konzern haben.

„Um in diesem Marktumfeld auch künftig profitabel zu wachsen, wird uns eine straffe Kostenkontrolle weiterhin begleiten. Wir haben 2009 als Gruppe bewiesen, dass wir mit knappen Ressourcen kreativ und intelligent arbeiten können – und auch in schwierigen Werbemärkten kompetitiv sind“, so Ebeling. „An vielen Stellen des Konzerns haben wir 2009 Initiativen gestartet, um unsere Effizienz zu steigern und zusätzliche Erlösquellen zu erschließen. Neue Umsatzmodelle sind beispielsweise das Konzept Media-for-Revenue-Share, wo wir Umsatzbeteiligungen gegen Werbezeiten erhalten, der Ausbau unseres Pay-TV-Geschäfts oder unser Engagement in verwandten Geschäftsfeldern wie Event- und Live-Management. Dies gilt es 2010 fortzuführen.“



## Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group

### Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group (exkl. CMore im Jahr 2008)

In Mio Euro	Q4 2009	Q4 2008	in%	GJ 2009	GJ 2008	in%
Umsatz	880,5	864,6	+1,8	2.760,8	2.922,2	-5,5
Operative Kosten <sup>(1)</sup>	576,2	604,4	-4,7	2.077,5	2.298,8	-9,6
Werteverzehr auf das Programmvermögen	290,1	317,7	-8,7	1.068,6	1.181,5	-9,6
Recurring EBITDA <sup>(2)</sup>	307,2	282,8	+8,6	696,5	656,8	+6,0
Recurring EBITDA-Marge (in %)	34,9	32,7	+2,2-Pkte.	25,2	22,5	+2,7-Pkte.
EBITDA	293,0	255,2	+14,8	623,0	601,7	+3,5
Einmaleffekte <sup>(3)</sup>	14,2	27,6	-48,6	73,5	55,1	+33,4
Periodenergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	113,4	-140,4	-/-	144,5	-119,1	-/-
Underlying net income	137,1	78,2	+75,3	184,8	149,1	+23,9

Zahlen 2009 vorläufig und nicht testiert. Entkonsolidierung von CMore im November 2008. Die nordeuropäische Pay-TV-Sparte wurde im Segment Diversifikation ausgewiesen.

### Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group (inkl. CMore im Jahr 2008)

In Mio Euro	Q4 2009	Q4 2008	in%	GJ 2009	GJ 2008	in%
Umsatz	880,5	876,8	+0,4	2.760,8	3.054,2	-9,6
Gesamtkosten	651,8	915,8	-28,8	2.310,7	2.851,0	-19,0
Operative Kosten <sup>(1)</sup>	576,2	620,1	-7,1	2.077,5	2.413,1	-13,9
Werteverzehr auf das Programmvermögen	290,1	327,5	-11,4	1.068,6	1.247,1	-14,3
Recurring EBITDA <sup>(2)</sup>	307,2	279,3	+10,0	696,5	674,5	+3,3
Recurring EBITDA-Marge (in %)	34,9	31,9	+3,0-Pkte.	25,2	22,1	+3,1-Pkte.
EBITDA	293,0	251,7	+16,4	623,0	618,3	+0,8
Einmaleffekte <sup>(3)</sup>	14,2	27,6	-48,6	73,5	56,2	+30,8
EBIT	239,2	3,5	-/-	475,1	263,5	-/-
Finanzergebnis	-67,3	-133,3	+49,5	-244,5	-334,9	+27,0
Ergebnis vor Steuern	171,9	-128,0	-/-	231,0	-68,4	-/-
Periodenergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	113,4	-170,0	-/-	144,5	-129,1	-/-
Underlying net income <sup>(4)</sup>	137,1	78,2	-/-	184,8	170,4	+8,5
Investitionen in das Programmvermögen	267,8	329,3	-18,7	1.227,2	1.397,0	-12,2

Zahlen 2009 vorläufig und nicht testiert.



## Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group (inkl. CMore im Jahr 2008)

Seite 7 von 7

In Mio Euro	31. Dezember 2009	31. Dezember 2008	in%
Programmvermögen	1.526,5	1.380,0	+10,6
Eigenkapital	580,8	478,9	+21,3
Eigenkapitalquote (in %)	9,4	8,1	+1,3-Pkte.
Liquide Mittel	737,4	632,9	+16,5
Netto-Finanzverschuldung	3.294,6	3.406,7	-3,3
Mitarbeiter <sup>(5)</sup>	4.980	5.464	-8,9

Zahlen 2009 vorläufig und nicht testiert. (1) Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. (2) Bereinigtes EBITDA vor Einmaleffekten. (3) Saldo aus Einmalaufwendungen und Einmalerträgen. (4) Konzernjahresüberschuss vor Effekten aus Kaufpreisallokationen sowie nicht-liquiditätswirksamen Währungsbewertungsaufwand. Der Wert für 2008 ist zudem bereinigt um Wertminderungen (Impairment) in Höhe von 180,0 Mio Euro auf den SBS-Goodwill. (5) Durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen.

## Kennzahlen nach Segmenten

### Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group (exkl. CMore im Jahr 2008)

In Mio Euro	GJ 2009			GJ 2008		
	GJ 2009	GJ 2008	in%	GJ 2009	GJ 2008	in%
	<b>Externe Erlöse</b>			<b>Recurring EBITDA</b>		
Free-TV im deutschsprachigen Raum	1.698,0	1.735,7	-2,2	457,9	406,6	+12,6
Free-TV International	705,2	797,3	-11,6	158,2	193,5	-18,2
Diversifikation	357,6	389,2	-8,1	80,4	56,2	+43,1

In Mio Euro	Q4 2009			Q4 2008		
	Q4 2009	Q4 2008	in%	Q4 2009	Q4 2008	in%
	<b>Externe Erlöse</b>			<b>Recurring EBITDA</b>		
Free-TV im deutschsprachigen Raum	547,3	522,1	+4,8	210,7	191,3	+10,1
Free-TV International	217,1	232,2	-6,5	62,4	70,8	-11,9
Diversifikation	116,1	110,3	+5,3	34,2	21,6	+58,3

Zahlen 2009 vorläufig und nicht testiert. Entkonsolidierung von CMore im November 2008. Die nordeuropäische Pay-TV-Sparte wurde im Segment Diversifikation ausgewiesen.

### Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group (inkl. CMore im Jahr 2008)

In Mio Euro	GJ 2009			GJ 2008		
	GJ 2009	GJ 2008	in%	GJ 2009	GJ 2008	in%
	<b>Externe Erlöse</b>			<b>Recurring EBITDA</b>		
Free-TV im deutschsprachigen Raum	1.698,0	1.735,7	-2,2	457,9	406,6	+12,6
Free-TV International	705,2	797,3	-11,6	158,2	193,5	-18,2
Diversifikation	357,6	521,2	-31,4	80,4	73,9	+8,8

In Mio Euro	Q4 2009			Q4 2008		
	Q4 2009	Q4 2008	in%	Q4 2009	Q4 2008	in%
	<b>Externe Erlöse</b>			<b>Recurring EBITDA</b>		
Free-TV im deutschsprachigen Raum	547,3	522,1	+4,8	210,7	191,3	+10,1
Free-TV International	217,1	232,2	-6,5	62,4	70,8	-11,9
Diversifikation	116,1	122,5	-5,2	34,2	18,1	+89,0

Zahlen 2009 vorläufig und nicht testiert.