



Sky Deutschland AG veröffentlicht Ergebnisse für das zweite Quartal 2009

13.08.2009 - 08:00 Uhr, Sky

München (ots) - Wesentliche Kennzahlen Q2 2009:

- Umsatz von 230,6 Mio. EUR (Q2 2008: 252,1 Mio. EUR*)
- EBITDA -63,4 Mio. EUR (Q2 2008: +11,6 Mio. EUR)
- Netto-Verlust von 365,8 Mio. EUR, beeinflusst durch Netto-Sondereffekt in Höhe von 253,9 Mio. EUR durch Abschreibung der Marke Premiere
- 2,364 Mio. Abonnenten zum 30. Juni: Nettozuwachs von 23.000 Laufzeitabonnenten, Rückgang von 30.000 Flex-Kunden
- Monatlicher ARPU steigt auf 25,20 EUR gegenüber Q1 2009 (24,85 EUR)
- Ausblick für 2009 und Folgejahre bestätigt

München, 13. August 2009. Die Sky Deutschland AG hat im zweiten Quartal 2009 einen Gesamtumsatz von 230,6 Mio. EUR erzielt. (Q2 2008: 252,1 Mio. EUR). Die operativen Aufwendungen lagen mit 294,0 Mio. EUR über dem Niveau des Vorjahresquartals (Q2 2008: 240,5 Mio. EUR). Das EBITDA (Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen) betrug minus 63,4 Mio. EUR. (Q2 2008: 11,6 Mio. EUR). Der Rückgang des EBITDA um 75,0 Mio. EUR resultierte aus geringeren Umsätzen durch einen Einmaleffekt im zweiten Quartal des Vorjahres aus dem Verkauf von Lizenzrechten an der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2010, sowie höheren Kosten im zweiten Quartal 2009 - in erster Linie für die Bundesliga, den DFB-Pokal, der von Sky erstmalig im August 2008 übertragen wurde, sowie für die Vorbereitung des Marktstarts von Sky. Nach der Entscheidung, die Marke Premiere nicht weiter zu nutzen, schrieb das Unternehmen den Markenwert im zweiten Quartal vollständig ab. Daraus resultierte ein nicht liquiditätswirksamer Nettoeffekt in Höhe von 253,9 Mio. EUR, der das Nettoergebnis negativ beeinflusste. Der Nettoverlust lag bei 365,8 Mio. EUR (Q2 2008: 37,8 Mio. EUR).

Der operative Cash-Flow betrug im zweiten Quartal 2009 -38,4 Mio. EUR (Q2 2008: +10,8 Mio. EUR). Mit Ausnahme der Bundesliga-Garantie hatte Sky zum 30. Juni 2009 seine Kreditlinien nicht in Anspruch genommen. Der Saldo aus Finanzverbindlichkeiten und Barmittelbestand betrug 5,3 Mio. EUR (Q4 2008: -318,1 Mio. EUR).

Zum 30. Juni 2009 zählte Sky 2,634 Mio. direkte Abonnenten, 7.000 weniger als zum Ende des ersten Quartals 2009 (31. März 2009: 2,371 Mio.). Sky gewann netto 23.000 Laufzeitabonnenten hinzu. Dem gegenüber stand ein Rückgang von 30.000 Flex-Kunden. Die Anzahl der Flex-Kunden betrug zum Ende des zweiten Quartals 38.000. Die Kündigungsquote lag wie im Vorquartal bei 22,4 Prozent. Der monatliche Programm-ARPU stieg von 24,85 EUR im ersten Quartal auf 25,20 EUR im zweiten Quartal 2009. Im zweiten Quartal 2009 gewann Sky 117.000 Neukunden, doppelt so viel wie im Vergleichszeitraum 2008.

Neuer TV Entertainment Service von Sky erfolgreich gestartet

Sky hat am 4. Juli sein neues Entertainment-Angebot in Deutschland und Österreich erfolgreich gestartet. Kernstück des neuen Service ist das erweiterte Programmangebot, das Abonnenten deutlichen Mehrwert bietet. Es beinhaltet bis zu 40 allgemeine Unterhaltungssender und eine breite Auswahl erstklassiger Filme: 2009 zeigt Sky unter anderem Filmhighlights wie "Wall-E", "Hancock" und "Indiana Jones und des Königreich des Kristallschädels" als deutsche TV-Erstaussstrahlung - auch in HD-Qualität. Darüber hinaus bietet Sky das umfassendste Sportprogramm in Deutschland und Österreich an und ist die erste Adresse für alle Fußballfans. Nur Sky zeigt live alle Spiele der Bundesliga, des DFB-Pokals und der UEFA Champions League, dazu die

UEFA Europa League, internationalen Fußball, Formel 1, Golf, Eishockey, Tennis und natürlich die FIFA Fußballweltmeisterschaft 2010. Ein überzeugendes Verkaufsargument ist auch Sky HD, das erste umfassende HD-Angebot für Deutschland und Österreich. Bis dato war in diesen Ländern noch kein derartiges Angebot verfügbar. Auf momentan sieben HD-Sendern erleben Abonnenten faszinierendes Fernsehen mit erstklassigem Live-Sport, Blockbuster-Filmen und atemberaubenden Dokumentationen.

Sky hat Anfang Juli eine groß angelegte Marketingkampagne gestartet und den Handelsvertrieb deutlich ausgebaut, um die Zahl der Abonnenten und den Umsatz pro Kunde (ARPU) zu steigern. Bis Ende August wird Sky die Anzahl der Verkaufsstellen auf rund 8.000 erhöhen. In Kürze werden mehr als 2.000 Installationsbetriebe Kunden vor Ort bei der Einrichtung der Empfangstechnik unterstützen sowie Reparaturen und Upgrades vornehmen - alles zu attraktiven Preisen.

Mark Williams, Vorstandsvorsitzender der Sky Deutschland AG: "Wir sind sehr zufrieden mit dem Fortschritt, den wir seit unserem erfolgreichen Marktstart am 4. Juli erzielt haben. Die Marke Sky hat schnell einen Bekanntheitsgrad von über 50 Prozent erreicht. Die Resonanz in den ersten Wochen war sehr positiv - sowohl von unseren Bestandskunden, die ihr Abonnement auf das erweiterte Sky-Angebot einschließlich HDTV umgestellt haben, wie auch von neuen Kunden - was sich in einem starken Anstieg unseres Abonnenntenwachstums widerspiegelt."

Ausblick für 2009 und Folgejahre bestätigt
Sky bestätigt den Ausblick für 2009 und die Folgejahre.
- Negativer Cash-Flow im Bereich von 250 bis 275 Mio. EUR und deutliches EBITDA-Minus für 2009 erwartet
- Break-Even sowohl von EBITDA als auch Cash-Flow auf Monatsbasis während des 4. Quartals 2010 bei 3,0 bis 3,4 Mio. Abonnenten erwartet
- EBITDA und Cash-Flow werden für Gesamtjahr 2010 noch negativ sein
- Sky rechnet mit einem Nettogewinn und einem positiven Cash-Flow auf Jahresbasis ab dem Jahr 2011

* Umsätze und Kosten der aufgegebenen Geschäftsaktivität Home of Hardware wurden herausgerechnet. In dieser Meldung aufgeführte Werte für Q2 2008 sind nicht mit den im August 2008 veröffentlichten Zahlen vergleichbar.

Diese Meldung ist im Internet unter info.sky.de abrufbar.

Diese Medienmitteilung enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf gegenwärtigen, nach bestem Wissen vorgenommenen Einschätzungen und Annahmen des Managements der Sky Deutschland AG beruhen. Zukunftsgerichtete Aussagen unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Ungewissheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder das Ergebnis der Sky Deutschland AG oder der Erfolg der Medienindustrie wesentlich von derjenigen Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder demjenigen Ergebnis abweichen, die in diesen zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit angenommen oder beschrieben werden. In Anbetracht dieser Risiken, Ungewissheiten sowie anderer Faktoren sollten sich Empfänger dieser Unterlagen nicht unangemessen auf diese zukunftsgerichteten Aussagen verlassen. Die Sky Deutschland AG übernimmt keine Verpflichtung, derartige zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen.

@@infblk@@

Pressekontakt:
Dr. Hans Jürgen Croissant
Senior Vice President Communications
Tel.: +49 89/99 58-63 97
hans-juergen.croissant@sky.de

Stefan Vollmer
Director Corporate Communications
Tel.: +49 89/99 58-63 77
stefan.vollmer@sky.de

Originaltext:

Sky

ISIN:

DE000SKYD000

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/33221/sky>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_33221.rss2