
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 setzt hohes Umsatz- und Ergebniswachstum im 3. Quartal 2015 fort

Seite 1

- Konzernumsatz steigt um 17,2% auf 747,1 Mio Euro
- Recurring EBITDA erhöht sich um 9,1% auf 177,8 Mio Euro
- Bereinigter Konzernüberschuss steigt auf 78,3 Mio Euro
- Konzern schließt Exklusivvertrag mit Disney
- ProSiebenSat.1 hebt Umsatzprognose für 2015 an

München, 29. Oktober 2015. Die ProSiebenSat.1 Group ist auch im dritten Quartal 2015 dynamisch gewachsen. Der Konzern steigerte seinen Umsatz um 17,2 Prozent auf 747,1 Mio Euro (Vorjahr: 637,5 Mio Euro). Dazu trugen auch die zuletzt getätigten Akquisitionen bei. Das recurring EBITDA erhöhte sich mit einem Plus von 9,1 Prozent ebenfalls deutlich und erreichte 177,8 Mio Euro (Vorjahr: 162,9 Mio Euro). Trotz höherer einmaliger Aufwände in Höhe von 11,4 Mio Euro, die im Wesentlichen aus verstärkter M&A-Tätigkeit resultieren, stieg der bereinigte Konzernüberschuss auf 78,3 Mio Euro (underlying net income). Dies entspricht einer Steigerung von 4,8 Prozent bzw. 3,6 Mio Euro gegenüber dem dritten Quartal 2014.

Ansprechpartner:

Julian Geist
Konzernsprecher
ProSiebenSat.1 Media SE
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

Auf Neunmonatssicht legte ProSiebenSat.1 beim Konzernumsatz um 13,8 Prozent auf 2,174 Mrd Euro zu (Vorjahr: 1,910 Mrd Euro). Das deutliche Umsatzwachstum führte zu einem Anstieg des recurring EBITDA um 8,8 Prozent auf 568,1 Mio Euro (Vorjahr: 522,2 Mio Euro). Der bereinigte Konzernüberschuss erhöhte sich um 11,7 Prozent auf 266,4 Mio Euro (Vorjahr: 238,5 Mio Euro). Die Umsatzerlöse außerhalb des TV-Geschäfts baute ProSiebenSat.1 in den ersten neun Monaten auf einen Anteil von 32,4 Prozent (Vorjahr: 26,8%) aus.

Stefanie Prinz
Konzernkommunikation
ProSiebenSat.1 Media SE
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07-11 99
Fax +49 [89] 95 07-911 99

E-Mail:

Stefanie.Prinz@ProSiebenSat1.com

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media SE:

„Auch im dritten Quartal haben wir Umsatz und Ergebnis dynamisch gesteigert und sind in allen Segmenten profitabel gewachsen. Damit steuern wir erneut auf ein sehr gutes Jahr zu. Gleichzeitig werden wir unseren erfolgreichen Wachstumskurs fortsetzen. Bis 2018 planen wir, unseren Umsatz auf 4,2 Mrd Euro zu steigern im Vergleich zu 2012, beim recurring EBITDA streben wir 1,1 Mrd Euro an. Wir halten an unserer anlegerorientierten Dividendenpolitik fest und werden weiterhin 80 bis 90 Prozent des bereinigten Konzernüberschusses an unsere Aktionäre ausschütten. Auf diese Weise bieten wir Investoren auch in Zukunft einen deutlichen Mehrwert.“

Pressemitteilung online:

www.ProSiebenSat1.com

Broadcasting German-speaking: Zuschauer- und Werbemarktanteil in Deutschland, Österreich und Schweiz ausgebaut

Im Segment Broadcasting German-speaking steigerte ProSiebenSat.1 seinen externen Umsatz um 6,3 Prozent auf 465,1 Mio Euro (Vorjahr: 437,6 Mio Euro).



Das recurring EBITDA wuchs parallel um 6,3 Prozent auf 137,1 Mio Euro (Vorjahr: 129,0 Mio Euro). Auf Neunmonatsbasis legte die Gruppe ebenfalls deutlich zu: Die externen Umsätze stiegen um 5,2 Prozent auf 1,470 Mrd Euro (Vorjahr: 1,398 Mrd Euro), das recurring EBITDA erhöhte sich um 5,2 Prozent auf 459,9 Mio Euro (Vorjahr: 437,2 Mio Euro).

Die ProSiebenSat.1 Group steigerte ihre TV-Werbe- und Zuschauermarktanteile im dritten Quartal 2015 in allen deutschsprachigen Märkten. In Deutschland erzielte die ProSiebenSat.1 Group mit 30,1 Prozent (Vorjahr: 29,3%) den besten Zuschauermarktanteil in einem dritten Quartal seit 15 Jahren. Auch in den kommenden Jahren verfügt der Konzern über eine erstklassige Programmversorgung: ProSiebenSat.1 hat einen mehrjährigen Vertrag mit Disney geschlossen. Die Vereinbarung sichert dem Konzern den Zugriff auf neue Hollywood-Blockbuster und Serien aus den Produktionshäusern Disney, Disney•Pixar, Lucasfilm, Marvel und ABC Studios. Erstmals beinhaltet der Vertrag neben Free-TV-Rechten auch ausgewählte Exklusivrechte für Pay-TV und Subscription-Video-on-Demand (maxdome).

Im TV-Werbemarkt profitierte der Konzern von einem positiven Branchen- und Konjunkturmilieu und steigerte seinen TV-Werbemarktanteil in Deutschland auf 45,5 Prozent (Vorjahr: 43,8%). Gleichzeitig stieg die Zahl der HD-Nutzer weiter dynamisch: Sie erhöhte sich um 18 Prozent auf 6,0 Millionen (Vorjahr: 5,1 Mio). ProSiebenSat.1 erwartet, dass dieser Wert bis 2018 auf über neun Millionen Nutzer ansteigen wird. Zudem treibt ProSiebenSat.1 die Verbreitung seiner digitalen Angebote voran: Mitte Oktober schloss der Konzern für maxdome eine Distributionsvereinbarung mit TeleColumbus. Damit werden die Inhalte des Video-on-Demand-Portals ab Mitte des kommenden Jahres auch über den Kabelnetzbetreiber zur Verfügung stehen.

Digital & Adjacent: Umsatz und Ergebnis wachsen weiter zweistellig

Im Segment Digital & Adjacent stiegen die Umsatz- und Ergebnisgrößen in beiden Betrachtungszeiträumen im zweistelligen Prozentbereich: Im dritten Quartal 2015 legten die externen Umsätze mit 31,0 Prozent auf 207,9 Mio Euro zu (Vorjahr: 158,7 Mio Euro); das recurring EBITDA stieg um 16,7 Prozent auf 37,7 Mio Euro (Vorjahr: 32,3 Mio Euro).

Auf Neunmonatsbasis erhöhten sich die externen Umsätze mit einem Plus von 28,0 Prozent auf 529,6 Mio Euro ebenfalls deutlich (Vorjahr: 413,9 Mio Euro). Das hohe Umsatzwachstum führte zu einem recurring EBITDA-Anstieg von 17,4 Prozent auf 102,0 Mio Euro (Vorjahr: 86,9 Mio Euro).

Die positive Umsatz- und Ergebnisentwicklung war sowohl durch organisches Wachstum als auch durch Erstkonsolidierungen getrieben. Das Ventures- & Commerce-Portfolio leistete in beiden Betrachtungszeiträumen erneut den stärksten Wachstumsbeitrag. Gleichzeitig verzeichnete der Konzern im Digital-Entertainment-Bereich mit seinem Video-on-Demand-Portal maxdome und primär werbefinanzierten Online-Portalen deutliche Umsatzzuwächse. Zudem trug die Erstkonsolidierung des Vergleichsportals Verivox sowie des US-Multi-Channel-Networks Collective Digital Studio zum Segmentwachstum bei.



Anfang Oktober hat der Konzern mit der angekündigten Übernahme des pan-europäischen Online-Flugreisebüros Etraveli zudem weiteres Wachstumspotenzial für sein Travel-Vertical geschaffen: Etraveli ist in 40 Ländern vertreten und verkaufte bislang bereits 1,6 Mio Reisen pro Jahr. ProSiebenSat.1 wird das Wachstum der Flugbörse durch Werbung auf seinen Free-TV-Sendern nun weiter beschleunigen. Der Kauf von Etraveli muss noch durch die Kartellrechtsbehörden genehmigt werden, die Konsolidierung wird für das vierte Quartal 2015 erwartet.

Content Production & Global Sales: Produktionsgeschäft in den USA ist stärkster Umsatztreiber

Im Segment Content Production & Global Sales stiegen die externen Umsätze im dritten Quartal 2015 um 79,9 Prozent auf 74,1 Mio Euro (Vorjahr: 41,2 Mio Euro). Das recurring EBITDA erhöhte sich auf 5,3 Mio Euro (Vorjahr: 2,2 Mio Euro) und hat sich damit mehr als verdoppelt. Auf Neunmonatssicht wuchsen die externen Umsätze um 77,9 Prozent auf 174,1 Mio Euro (Vorjahr: 97,8 Mio Euro). Das recurring EBITDA stieg auf 10,1 Mio Euro (Vorjahr: 1,0 Mio Euro).

Die Segmentumsätze wuchsen primär organisch, wobei das Produktionsgeschäft in den USA erneut den höchsten Umsatzbeitrag leistete. Die USA ist der weltweit wichtigste Produktions- und Vertriebsmarkt für die Red Arrow Entertainment Group. Sie betreibt bereits vier TV-Produktionsunternehmen in Nordamerika und stärkt ihre Präsenz nun auch im Digitalgeschäft weiter: Mitte Oktober gründete Red Arrow in Los Angeles die Ripple Entertainment, LLC. Ripple wird eigene digitale Medienmarken entwickeln und zugleich das bestehende Red Arrow-Programmportfolio digital auswerten, um dessen Wert zu maximieren.

Investitionen in profitables und dynamisches Umsatzwachstum

Der Konzern investiert über alle Segmente hinweg in nachhaltiges Wachstum und stärkt seine Marktposition durch strategische Akquisitionen. Ziel ist es, Erlösmodelle zu diversifizieren und in schnell wachsende Märkte zu expandieren. Vor diesem Hintergrund erhöhten sich die Gesamtkosten im dritten Quartal 2015 auf 621,0 Mio Euro (Vorjahr: 520,0 Mio Euro). Die Steigerung um 19,4 Prozent ist insbesondere auf das höhere Geschäftsvolumen im Segment Content Production & Global Sales sowie den Ausbau des Ventures- & Commerce-Portfolios zurückzuführen. Auch der Anstieg der um Einmalaufwendungen und Abschreibungen bereinigten operativen Kosten auf 574,5 Mio Euro (Vorjahr: 478,8 Mio Euro) reflektiert diese Entwicklung.

Finanzergebnis signifikant verbessert, Verschuldungsgrad stabil im Zielkorridor

Das Finanzergebnis hat sich im dritten Quartal 2015 gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert und belief sich auf minus 1,5 Mio Euro (Vorjahr: -22,9 Mio Euro). Dabei hatte vor allem die Neubewertung der Anteile an SMARTSTREAM.TV und Collective Digital Studio (CDS) im Zuge der Erstkonsolidierung einen positiven Effekt. Das Zinsergebnis lag nahezu



unverändert auf Vorjahresniveau und betrug minus 22,7 Mio Euro (Vorjahr: -22,2 Mio Euro).

Seite 4 von 6

Der Verschuldungsgrad belief sich zum 30. September 2015 auf den Faktor 2,2 und lag damit weiterhin stabil im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5 (30. September 2014: 2,2). Der Verschuldungsgrad zeigt das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM recurring EBITDA) und ist ein wichtiger Finanzplanungswert für ProSiebenSat.1. Die Netto-Finanzverschuldung belief sich zum gleichen Stichtag auf 1,953 Mrd Euro nach 1,795 Mrd Euro im Vorjahr. Hintergrund für den Anstieg waren Kaufpreiszahlungen für die in den vergangenen Monaten getätigten Akquisitionen sowie die im Juni 2015 ausgeschüttete Dividende von in Summe 648,3 Mio Euro.

ProSiebenSat.1 hebt Umsatzprognose für das Jahr 2015 an

Die ProSiebenSat.1 Group ist auch in das vierte Quartal 2015 gut gestartet und bekräftigt ihren positiven Ausblick für das Jahr 2015. Gleichzeitig hebt der Konzern seine Umsatzprognose an: ProSiebenSat.1 rechnet für das laufende Geschäftsjahr nun mit einer Umsatzsteigerung im niedrigen zweistelligen Prozentbereich. Dazu werden alle Segmente beitragen. Mitte des Jahres war der Konzern noch von einer Steigerung im hohen einstelligen Prozentbereich ausgegangen. Neben der weiterhin guten Geschäftsentwicklung werden die zuletzt akquirierten Digital-Unternehmen das weitere Wachstum fördern. Das recurring EBITDA sowie der bereinigte Konzernüberschuss (underlying net income) sollen das Vorjahresniveau erneut übertreffen. Gleichzeitig hält ProSiebenSat.1 an einem Zielverschuldungsgrad von 1,5 bis 2,5 fest.

Mittelfristig strebt ProSiebenSat.1 ebenfalls ein dynamisches Wachstum an: Der Konzern hat sein Umsatzwachstumsziel 2018 auf dem Kapitalmarkttag Mitte Oktober deutlich angehoben: Das Unternehmen will seinen Umsatz im Vergleich zu 2012 nun um 1,85 Mrd Euro auf rund 4,2 Mrd Euro steigern. Zuvor war ein Anstieg um 1 Mrd Euro auf knapp 3,4 Mrd Euro vorgesehen. Das recurring EBITDA soll im gleichen Zeitraum um 350 Mio Euro auf 1,1 Mrd Euro steigen im Vergleich zum Basisjahr 2012.

Alle Aussagen und Werte beziehen sich – soweit nicht anders angegeben – auf die fortgeführten Geschäftstätigkeiten. ProSiebenSat.1 hatte Ende 2012 den Verkauf des Osteuropa-Portfolios angekündigt. Bis zu ihrer Entkonsolidierung stellten die osteuropäischen Gesellschaften nicht-fortgeführte Aktivitäten im Sinne des IFRS 5 dar. Die Veräußerung der ungarischen Aktivitäten wurde am 25. Februar 2014 vollzogen und die Gesellschaften zu diesem Datum entkonsolidiert. Der Verkauf der rumänischen Aktivitäten wurde am 2. April 2014 (TV) beziehungsweise am 4. August 2014 (Radio) formal und rechtlich vollzogen.



Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group auf Basis fortgeführter Aktivitäten

In Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014	Abweichung %	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2014	Abweichung %
Konzernumsatz	747,1	637,5	+17,2%	2.174,2	1.909,7	+13,8%
Gesamtkosten	621,0	520,0	+19,4%	1.746,4	1.514,8	+15,3%
Operative Kosten ⁽¹⁾	574,5	478,8	+20,0%	1.619,1	1.401,4	+15,5%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	177,8	162,9	+9,1%	568,1	522,2	+8,8%
Recurring EBITDA-Marge (in %)	23,8	25,6	-1,8 Pts.	26,1	27,3	-1,2 Pts.
EBITDA	166,4	156,9	+6,0%	537,8	501,5	+7,2%
Einmaleffekte	-11,4	-6,0	+89,4%	-30,3	-20,7	+46,3%
Betriebsergebnis (EBIT)	131,4	125,4	+4,8%	441,3	412,7	+6,9%
Finanzergebnis	-1,5	-22,9	-93,7%	-49,7	-105,3	-52,8%
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	73,1	67,3	+8,6%	252,1	205,7	+22,6%
Bereinigter Konzernüberschuss ⁽³⁾ (underlying net income)	78,3	74,7	+4,8%	266,4	238,5	+11,7%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt) (in Euro)	0,37	0,35	+4,6%	1,25	1,12	+11,5%
Free Cashflow	-154,0	26,0	>-100,0%	-78,1	-20,8	>+100,0%
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	339,9	299,6	+13,5%	1024,8	899,6	+13,9%

In Mio Euro	30. Sep 15	31. Dez 14	30. Sep 14
Eigenkapital	750,3	753,9	551,7
Eigenkapitalquote (in %)	16,5	19,3	15,3
Liquide Mittel	223,5	470,6	176,8
Netto-Finanzverschuldung	1.952,6	1.502,5	1.794,9
Verschuldungsgrad ⁽⁴⁾	2,2	1,8	2,2 ⁽⁵⁾



Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group auf Basis fortgeführter Aktivitäten

Seite 6 von 6

In Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014	Abweichung %	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2014	Abweichung %
Broadcasting German-speaking						
Umsatz (extern)	465,1	437,6	+6,3%	1.470,5	1.398,0	+5,2%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	137,1	129,0	+6,3%	459,9	437,2	+5,2%
Digital & Adjacent						
Umsatz (extern)	207,9	158,7	+31,0%	529,6	413,9	+28,0%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	37,7	32,3	+16,7%	102,0	86,9	+17,4%
Content Production & Global Sales						
Umsatz (extern)	74,1	41,2	+79,9%	174,1	97,8	+77,9%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	5,3	2,2	>+100,0%	10,1	1,0	>+100,0%

⁽¹⁾ Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. ⁽²⁾ Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. ⁽³⁾ Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter vor Effekten aus Kaufpreisallokationen und weiteren Sondereffekten. ⁽⁴⁾ Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate ⁽⁵⁾ Bereinigt um den recurring EBITDA-Beitrag der nord- und osteuropäischen Aktivitäten in den letzten zwölf Monaten.

Weitere Kennzahlen erhalten Sie auf unserer Konzernwebsite www.ProSiebenSat1.com. Dort finden Sie auch den Zwischenbericht zum dritten Quartal und den ersten neun Monaten 2015.