
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 erzielt 2013 neuen Umsatz- und Ergebnisrekord

Seite 1

Rückblick Geschäftsjahr 2013

- Umsatz wächst um 10,6 Prozent auf 2,605 Mrd Euro
- Recurring EBITDA steigt um 6,1 Prozent auf 790,3 Mio Euro
- Bereinigter Konzernjahresüberschuss auf 379,7 Mio Euro erhöht
- Digital & Adjacent erneut stärkster Umsatztreiber
- Dividendenvorschlag von 1,47 Euro je Stammaktie

Ausblick Geschäftsjahr 2014

- ProSiebenSat.1 strebt weiteren Umsatz- und Ergebnisanstieg an
- Konzern kauft führenden Games-Publisher Aeria Games Europe
- Red Arrow erwirbt Mehrheit an US-Produktionsfirma Half Yard
- Attraktive Vertriebspartnerschaft mit Deutscher Telekom für maxdome geschlossen

[Alle Aussagen und Werte beziehen sich – soweit nicht anders angegeben – auf die fortgeführten Geschäftstätigkeiten. Der Verkauf der nordeuropäischen TV- und Radio-Aktivitäten wurde am 9. April 2013 vollzogen und die Gesellschaften entkonsolidiert. Bis zu diesem Zeitpunkt wurde Nordeuropa als nicht-fortgeführt ausgewiesen. Die Gesellschaften in Osteuropa wurden im Dezember 2013 verkauft und werden bis zum rechtlichen Vollzug des Verkaufs als „nicht-fortgeführte Aktivitäten“ ausgewiesen. Die Vorjahreszahlen der Gewinn- und Verlustrechnung und der Kapitalflussrechnung werden auf Unternehmens- und Segmentebene auf vergleichbarer Basis dargestellt. Die Vergleichszahlen der Bilanz wurden nicht angepasst.]

München, 27. Februar 2014. Die ProSiebenSat.1 Group hat das Geschäftsjahr 2013 mit neuen Rekordwerten abgeschlossen: Der Konzernumsatz stieg um 10,6 Prozent auf 2,605 Mrd Euro (Vorjahr: 2,356 Mrd Euro). Das recurring EBITDA legte trotz Investitionen in strategische Wachstumsbereiche um 6,1 Prozent auf 790,3 Mio Euro zu (Vorjahr: 744,8 Mio Euro). Der bereinigte Jahresüberschuss erhöhte sich um 6,8 Prozent auf 379,7 Mio Euro (Vorjahr: 355,5 Mio Euro). Stärkster Umsatztreiber war erneut das Segment Digital & Adjacent mit einer Steigerungsrate von 44,5 Prozent und einem externen Umsatz von 483,7 Mio Euro (Vorjahr: 334,8 Mio Euro). 2013 erzielte die ProSiebenSat.1 Group 29,5 Prozent ihres Umsatzes außerhalb des klassischen TV-Werbegeschäfts (Vorjahr: 24,3%).

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Group: „2013 war ein sehr erfolgreiches Jahr für ProSiebenSat.1 – in finanzieller und strategischer Hinsicht: Wir haben einen neuen Umsatz- und Ergebnisrekord aufgestellt, zwei Free-TV-Sender gegründet, unsere führende Position im Zuschauer- und Werbemarkt ausgebaut und unsere Distributionserlöse weiter gesteigert. Unsere Digital & Adjacent-Sparte ist mit einem Umsatzplus von 45

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

Stefanie Prinz
Konzernkommunikation
ProSiebenSat.1 Media AG
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

Pressemitteilung online:

www.ProSiebenSat1.com



Prozent stark gewachsen. ProSiebenSat.1 ist operativ und strategisch voll auf Kurs. Wir haben uns bis 2018 ein neues Wachstumsziel gesetzt. Im Vergleich zu 2012 wollen wir eine Milliarde Euro zusätzlichen Umsatz erwirtschaften. ProSiebenSat.1 ist eines der größten unabhängigen Medienunternehmen Europas und hat attraktive Inhalte und Plattformen, um Millionen Menschen zu erreichen. Die Kombination von beidem bietet uns Chancen, über die kaum ein anderes Unternehmen verfügt. Damit sind wir hervorragend aufgestellt, um die Wachstumsgeschichte der ProSiebenSat.1 Group fortzuschreiben.“

Broadcasting German-speaking: Marktführerschaft ausgebaut, Distributionsumsätze dynamisch gesteigert

Der externe Umsatz im Segment Broadcasting German-speaking stieg 2013 um 3,7 Prozent auf 1,998 Mrd Euro (Vorjahr: 1,926 Mrd Euro). Dazu trugen neben höheren TV-Werbeerlösen auch dynamisch wachsende Umsätze aus dem Distributionsgeschäft bei.

Im deutschen TV-Werbemarkt hat die ProSiebenSat.1 Group ihre führende Position auf 43,6 Prozent brutto (Vorjahr: 42,8%) ausgebaut. Die Netto-TV-Werbeerlöse steigerte der Konzern erneut über Marktniveau. Zudem erhöhte die Gruppe ihren Neukundenumsatz auf 54,0 Mio Euro (Vorjahr: 47,3 Mio Euro). Dazu trugen auch die neuen Sender sixx, SAT.1 Gold sowie ProSieben MAXX bei, die 2013 rund 60 neue TV-Werbekunden gewinnen konnten.

Im deutschen Zuschauermarkt war die ProSiebenSat.1 Group mit einem Marktanteil von 28,1 Prozent ebenfalls Marktführer (Vorjahr: 27,8%, Zuschauer 14-49 Jahre). Der Konzern profitierte auch hier von seinen neuen Sendern, die sich dynamisch entwickelten. sixx übersprang in der Kernzielgruppe der 14- bis 39-jährigen Frauen erstmals die Zwei-Prozent-Marke und legte auf 2,1 Prozent zu (Vorjahr: 1,6%). Bei den 14- bis 49-Jährigen kam sixx auf einen Marktanteil von 1,2 Prozent (Vorjahr: 1,0%). Der erst im September gestartete Männersender ProSieben MAXX erzielte im Dezember 2013 bereits einen Marktanteil von 0,7 Prozent (Zuschauer 14-49). SAT.1 Gold verdoppelte seinen Marktanteil zwischen Januar und Dezember 2013 auf 0,8 Prozent (Frauen 40-64). Bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern erzielte SAT.1 Gold einen Marktanteil von 0,4 Prozent.

Auch im Distributionsgeschäft setzte der Konzern seinen Wachstumskurs fort. Die Umsatzerlöse aus dem Vertrieb der HD-Free-TV-Sender entwickelten sich weiterhin sehr positiv. Die Anzahl der ProSiebenSat.1-HD-Abonnenten stieg um 51 Prozent auf 4,2 Millionen. Die ProSiebenSat.1 Group rechnet damit, dass der Umsatzbeitrag aus dem Distributionsgeschäft in den kommenden Jahren weiter dynamisch wachsen wird. Dadurch wird der Konzern seine Unabhängigkeit vom klassischen TV-Werbegeschäft weiter stärken.

Trotz Investitionen in neue Programme und Sender erhöhte sich das recurring EBITDA im Segment Broadcasting German-speaking um 2,0 Prozent auf 678,6 Mio Euro (Vorjahr: 665,1 Mio Euro).



Umsatz im Segment Digital & Adjacent steigt um fast 45 Prozent

Im Segment Digital & Adjacent verbuchte ProSiebenSat.1 im Geschäftsjahr 2013 erneut ein signifikantes Wachstum: Der externe Segmentumsatz stieg um 44,5 Prozent auf 483,7 Mio Euro (Vorjahr: 334,8 Mio Euro). Damit erhöhte sich der Anteil der Digital & Adjacent-Aktivitäten am Konzernumsatz auf 18,6 Prozent (Vorjahr: 14,2%). 2013 trugen erneut alle drei Bereiche zu der dynamischen Entwicklung bei.

Digital Entertainment: Die ProSiebenSat.1 Group strebt in allen Geschäftsbereichen führende Marktpositionen an. Vor diesem Hintergrund hat der Konzern heute den Kauf des Games-Publishers Aeria Games Europe bekannt gegeben. Nach der Akquisition zählt ProSiebenSat.1 zu den Top 3-Playern im europäischen Online-Games-Markt. Neben dem Berliner Geschäftssitz übernimmt der Konzern alle internationalen Spiel-Lizenzen für PC sowie diverse Mobile Games Franchises. Mit dem Kauf wächst die ProSiebenSat.1 Games Community von 27 Millionen auf 77 Millionen Spieler. Die Anzahl der Lizenzen wird mehr als verdoppelt und steigt von 19 auf 39. ProSiebenSat.1 wird seine Games-Aktivitäten im Zuge der Übernahme in Berlin bündeln. Der neue Publisher soll unter dem Namen SevenGames firmieren und seine Spiele künftig in 35 Ländern anbieten. Der Erwerb steht unter dem Vorbehalt der kartellrechtlichen Genehmigung.

Zudem hat die ProSiebenSat.1 Group für ihr Video-on-Demand-Portal maxdome heute eine neue Vertriebskooperation mit der Deutschen Telekom angekündigt: Künftig können auch Entertain-Kunden direkt auf Deutschlands größte Online-Videothek zugreifen. maxdome ist bereits auf 80 Prozent aller Smart-TV-Geräte vorinstalliert und steht darüber hinaus auch auf mobilen Devices und PC zur Verfügung. Das Video-on-Demand-Portal bietet seinen Kunden über 60.000 Programmtitel verschiedenster Genres.

Auch 2013 stärkte ProSiebenSat.1 seinen Digital Entertainment-Bereich durch neue Angebote: Im September 2013 gründete das Unternehmen mit Studio71 ein so genanntes Multi-Channel-Network (MCN), über das der Medienkonzern Web-Inhalte produziert, aggregiert und vertreibt. Im Januar 2014 erzielte Studio 71 bereits über 100 Mio Video Views und zählt damit zu den führenden Multi-Channel-Networks Deutschlands.

Digital Commerce: Das Digital Commerce-Geschäft trieb das Segmentwachstum mit einem dreistelligen Umsatzplus erneut am stärksten. Neben dem Online-Reiseveranstalter Tropo lieferten die erstmals vollkonsolidierten Mehrheitsbeteiligungen billiger-mietwagen.de und mydays.de wesentliche Umsatzbeiträge. Im vierten Quartal hat der Konzern zudem die Reiseportale weg.de und ferien.de erworben, sie werden seit Januar 2014 vollkonsolidiert. Damit hat ProSiebenSat.1 sein Travel-Cluster weiter ausgebaut.

Ab sofort bündelt der Konzern seine Aktivitäten im Reisegeschäft in der ProSieben Travel GmbH. Für den Digital Commerce-Markt werden bis 2018 dynamische Zuwachsraten prognostiziert. Die ProSiebenSat.1 Group wird nach



dem Vorbild des Reiseportfolios deshalb weitere Commerce-Cluster aufbauen, etwa in den Bereichen Fashion sowie Home & Living.

Seite 4 von 7

Adjacent: Die Säule Adjacent umfasst im Wesentlichen die Bereiche Musik und Live-Entertainment. 2013 hat ProSiebenSat.1 über sein Musiclabel Starwatch Entertainment rund 3,5 Mio Tonträger verkauft und 60 Prozent der Top-20-Alben vermarktet.

Infolge des starken Umsatzwachstums erzielte die ProSiebenSat.1 Group im Segment Digital & Adjacent auch einen deutlichen Ergebnisanstieg. Das recurring EBITDA erhöhte sich trotz wachstumsbedingter Kosten um 24,2 Prozent auf 105,4 Mio Euro (Vorjahr: 84,9 Mio Euro).

Content Production & Global Sales: Red Arrow steigert Umsatz und Ergebnis

Im Segment Content Production & Global Sales erhöhten sich die externen Umsatzerlöse um 29,7 Prozent auf 123,8 Mio Euro (Vorjahr: 95,4 Mio Euro).

2014 wird die Red Arrow Entertainment Group ihre Präsenz in den angelsächsischen Märkten weiter stärken. In diesem Zusammenhang hat die ProSiebenSat.1-Tochter heute bekannt gegeben, eine Mehrheit an der US-Produktionsfirma Half Yard zu übernehmen. Half Yard zählt im Bereich Reality, Factual Entertainment sowie Dokumentationen zu den führenden US-Produktionsfirmen. Half Yard ist die vierte Beteiligung der Red Arrow Entertainment Group in den USA. Damit setzt Red Arrow seine erfolgreiche US-Akquisitions-Strategie fort: Das 2012 erworbene Produktionsunternehmen Left/Right hat im Geschäftsjahr 2013 wesentlich zum Umsatzwachstum der Gruppe beigetragen. „The Taste“, entwickelt von der US-Beteiligung Kinetic Content, verkaufte sich im vergangenen Geschäftsjahr in über 80 Länder. Zudem hat Red Arrow 2013 seinen Zugang zum wachsenden Auftragsmarkt der US-Plattformbetreiber ausgebaut: Mit „Bosch“ hat die Gruppe einen Krimipiloten für Amazon gedreht, für Netflix ist Red Arrow mit seiner US-Firma Fabric Entertainment aktuell mit der dritten Staffel der Erfolgsserie „Lilyhammer“ in Produktion.

Die deutliche Umsatzsteigerung spiegelt sich in der Ergebnisentwicklung wider. Im Segment Content Production & Global Sales erhöhte sich das recurring EBITDA um 6,3 Mio Euro auf 10,6 Mio Euro (Vorjahr: 4,3 Mio Euro).

ProSiebenSat.1 investiert in langfristiges Wachstum

Die ProSiebenSat.1 Group investiert durch den Ausbau strategisch relevanter Kernbereiche in ihr langfristiges Wachstum. Im vergangenen Jahr erweiterte der Konzern sein Senderportfolio, erwarb neue Beteiligungen im Bereich „Digital & Adjacent“ und baute sein Produktionsgeschäft weiter aus. Vor diesem Hintergrund erhöhten sich die operativen Kosten um 13,0 Prozent auf 1,836 Mrd Euro (Vorjahr: 1,625 Mrd Euro). Gleichzeitig investierte der Konzern rund 57 Mio Euro in Beteiligungen (Vorjahr: rund 27 Mio Euro), die das Geschäft strategisch ergänzen. Trotz höherer Investitionen ist es dem Konzern erneut gelungen, eine im Branchenvergleich überdurchschnittliche Ertragskraft



zu erzielen. Mit einer recurring EBITDA-Marge von 30,3 Prozent (Vorjahr: 31,6%) zählt ProSiebenSat.1 zu den profitabelsten unabhängigen Medienhäusern Europas.

Seite 5 von 7

Solide Finanzierungsstruktur

Die Netto-Finanzverschuldung reduzierte sich gegenüber dem Vorjahresstichtag um 18,8 Prozent auf 1,446 Mrd Euro (Vorjahr: 1,780 Mrd Euro). Dazu hat trotz diverser Unternehmensakquisitionen auch ein signifikant höherer Free Cashflow von 330,1 Mio Euro beigetragen (Vorjahr: 256,3 Mio Euro). Neben der guten operativen Performance gingen der ProSiebenSat.1 Group im Rahmen des Verkaufsvollzugs des Nordeuropa-Portfolios Netto-Zahlungsmittel von 1,312 Mrd Euro zu. Die ProSiebenSat.1 Group hat einen Teil des Verkaufserlöses für die vorzeitige Tilgung von Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 500 Mio Euro genutzt. Im Zuge der Rückführung hat das Unternehmen den verbliebenden Teil ihrer Darlehen bis 2018 verlängert. Damit verfügt der Konzern über eine solide Finanzierungsstruktur. Der Verschuldungsgrad belief sich zum Jahresende auf den Faktor 1,8 (Vorjahr: 2,0) und liegt damit weiterhin am unteren Ende des definierten Zielkorridors von 1,5 bis 2,5.

ProSiebenSat.1-Aktie ist Wachstumstitel mit attraktiver Dividende

Seit August 2013 verfügt die ProSiebenSat.1 Group über eine einheitliche Aktiegattung, wonach erstmals jede Aktie stimmberechtigt ist. Die ProSiebenSat.1-Aktie hat ihren Wert im Verlauf des vergangenen Geschäftsjahres um 69,0 Prozent auf 36,00 Euro zum Jahresende 2013 gesteigert (31.12.2012: 21,30 Euro). Infolge des Komplettausstiegs der bisherigen Hauptanteilseigner KKR und Permira im Januar 2014 befinden sich nun 97,4 Prozent der Aktien im Streubesitz.

Die ProSiebenSat.1 Group strebt eine angemessene Beteiligung ihrer Aktionäre am Unternehmenserfolg an. Der Vorstand wird dem Aufsichtsrat für das Jahr 2013 eine Dividende in Höhe von 1,47 Euro je Stammaktie vorschlagen. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 82,5 Prozent und liegt im Rahmen der ProSiebenSat.1-Dividendenpolitik.

Ausblick 2014: Weiteres Umsatz- und Ergebniswachstum erwartet

Die ProSiebenSat.1 Group ist mit allen Segmenten erfolgreich in das erste Quartal 2014 gestartet und profitiert im TV-Werbemarkt weiterhin von einem günstigen Konjunkturmilieu. Gleichzeitig hält die dynamische Entwicklung in den Wachstumsbereichen an. Vor diesem Hintergrund strebt die ProSiebenSat.1 Group für das Jahr 2014 abermals eine Steigerung des Konzernumsatzes im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich an. Trotz Investitionen in Wachstumsfelder geht der Konzern auch von einem weiteren Anstieg des recurring EBITDA sowie des bereinigten Konzernjahresüberschusses aus.



Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group auf Basis fortgeführter Aktivitäten

Seite 6 von 7

In Mio Euro	Q4 2013	Q4 2012	Abw. In%	FY 2013	FY 2012	Abw. in%
Konzernumsatz	840,8	789,3	+6,5%	2.605,3	2.356,2	+10,6%
Gesamtkosten	587,9	554,1	-6,1%	1.961,9	1.768,8	-10,9%
Operative Kosten ⁽¹⁾	547,3	509,5	-7,4%	1.835,8	1.624,6	-13,0%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	302,1	285,7	+5,8%	790,3	744,8	+6,1%
Recurring EBITDA-Marge (in %)	35,9	36,2	-0,3 %-Pkt.	30,3	31,6	-1,3 %-Pkt.
EBITDA	288,7	269,3	+7,2%	757,8	680,4	+11,4%
Einmaleffekte	-13,4	-16,5	+18,4%	-32,6	-64,4	+49,5%
Betriebsergebnis (EBIT)	262,1	241,3	+8,6%	668,9	600,9	+11,3%
Finanzergebnis	-32,3	-25,9	-24,6%	-142,0	-144,4	+1,7%
Konzernergebnis, das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	155,0	162,6 ⁽⁶⁾	-4,7%	359,5	324,7	+10,7%
Bereinigter Konzernüberschuss ⁽³⁾ (underlying net income)	158,9	163,8	-3,0%	379,7	355,5	+6,8%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt)	0,75	0,77	-3,5%	1,78	1,68	+6,3%
Free Cashflow	306,4	262,8	+16,6%	330,1	256,3	+28,8%
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	529,8	470,3	+12,6%	1.348,3	1.202,1	+12,2%

In Mio Euro	31. Dezember 2013	31. Dezember 2012	Abw. In%
Eigenkapital	584,1	1.500,8	-61,1%
Eigenkapitalquote (in %)	16,4	27,7	-11,3 %-Pkt.
Liquide Mittel	395,7	702,3	-43,7%
Netto-Finanzverschuldung	1.446,3 ⁽⁵⁾	1.780,4 ⁽⁷⁾	+18,8%
Verschuldungsgrad ⁽⁴⁾	1,8 ⁽⁶⁾	2,0 ⁽⁷⁾	+10,0%
Bilanzsumme	3.556,0	5.412,6	-34,3%



Kennzahlen nach Segmenten auf Basis fortgeführter Aktivitäten

Seite 7 von 7

In Mio Euro	Q4 2013	Q4 2012	Abw. in%	FY 2013	FY 2012	Abw. in%
Broadcasting German-speaking						
Umsatz (extern)	648,1	633,7	+2,3%	1.997,8	1.926,0	+3,7%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	258,6	253,3	+2,1%	678,6	665,1	+2,0%
Digital & Adjacent						
Umsatz (extern)	150,3	118,4	+27,0%	483,7	334,8	+44,5%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	33,9	29,0	+16,8%	105,4	84,9	+24,2%
Content Production & Global Sales						
Umsatz (extern)	42,4	37,3	+13,6%	123,8	95,4	+29,7%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	10,9	6,2	+76,8%	10,6	4,3	>+100%

⁽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⁾ Nach Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten. ⁽⁶⁾ Nach Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten. Bereinigt um den LTM recurring EBITDA Beitrag der nord- und osteuropäischen Aktivitäten. ⁽⁷⁾ Vor Umgliederung der liquiden Mittel der nord- und osteuropäischen Aktivitäten ⁽⁸⁾ Enthält einmaligen, periodenfremden Steuerertrag.

Weitere Kennzahlen erhalten Sie auf unserer Konzernwebsite www.ProSiebenSat1.com. Dort finden Sie auch die Präsentation zum Geschäftsjahr 2013.