

---

## Pressemitteilung

---



### ProSiebenSat.1 setzt dynamisches Umsatzwachstum im dritten Quartal 2012 fort

Seite 1

- Konzernumsatz steigt um 7,1 Prozent auf 636,9 Mio Euro
- Segment „Digital & Adjacent“ steigert Umsatz um 49,7 Prozent auf 85,9 Mio Euro und ist stärkster Wachstumstreiber
- Recurring EBITDA wächst um 2,3 Prozent auf 167,3 Mio Euro
- Bereinigtes Netto-Ergebnis mit 65,1 Mio Euro mehr als verdoppelt
- Konzern bestätigt Jahresausblick 2012

[Alle Aussagen und Werte beziehen sich auf die fortgeführten Geschäftstätigkeiten. Die verkauften belgischen und niederländischen Gesellschaften wurden im Juni bzw. Juli 2011 entkonsolidiert.]

**München, 8. November 2012.** Die ProSiebenSat.1 Group setzt ihren profitablen Wachstumskurs auch im dritten Quartal 2012 weiter fort. Der Konzern steigerte seinen Gesamtumsatz um 7,1 Prozent auf 636,9 Mio Euro (Vorjahr: 594,5 Mio Euro). Das recurring EBITDA übertraf den Vorjahreswert um 2,3 Prozent und erreichte 167,3 Mio Euro (Vorjahr: 163,6 Mio Euro). Das bereinigte Netto-Ergebnis stieg um 184,3 Prozent bzw. 42,2 Mio Euro auf 65,1 Mio Euro und hat sich damit mehr als verdoppelt.

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Group: „Wir haben in den letzten Jahren konsequent in neue Wachstumsmärkte investiert. Das zahlt sich heute aus. Unsere Digital- & Adjacent-Aktivitäten sind mit einem Umsatzplus von fast 50 Prozent auch im dritten Quartal 2012 stärkster Wachstumstreiber. Wir entwickeln ProSiebenSat.1 von einem klassischen TV-Anbieter zu einem digitalen Entertainment Powerhouse – und stellen damit die Weichen für eine langfristig erfolgreiche Entwicklung der Gruppe.“

#### **Broadcasting German-speaking: Entwicklung im Kernmarkt beeinflusst von starkem Vorjahresquartal – positiver Start ins vierte Quartal 2012**

Im Segment „Broadcasting German-speaking“ erzielte die ProSiebenSat.1 Group im dritten Quartal 2012 einen externen Umsatz von 391,4 Mio Euro und lag mit 3,2 Prozent unter dem Vorjahreswert (404,4 Mio Euro). Diese Entwicklung war vor allem von einem starken Vorjahresquartal geprägt. Das dritte Quartal 2011 wies mit einer Steigerungsrate von fünf Prozent das stärkste Umsatzwachstum im vergangenen Geschäftsjahr auf. In das vierte Quartal 2012 ist das Segment positiv gestartet.

Im deutschen TV-Zuschauermarkt machte sich vor allem der Einfluss der Olympischen Spiele bemerkbar, die ausschließlich von öffentlich-rechtlichen Sendern übertragen wurden. Im dritten Quartal 2012 lag der gemeinsame Marktanteil von SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx bei 26,8 Prozent und damit erwartungsgemäß unter dem Vorjahr (29,4%). Der erst im Mai 2010

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)

Stefanie Prinz  
Leiterin Kommunikation  
Unternehmen & Finanzen  
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](mailto:Stefanie.Prinz@ProSiebenSat1.com)

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



gegründete Frauensender sixx konnte seinen Zuschauermarktanteil mit einem Plus von 0,4 Prozentpunkten auf 1,0 Prozent erneut deutlich steigern. In Österreich ging sixx Austria im Juli 2012 on Air und erreichte im dritten Quartal 2012 sogar einen Marktanteil von 1,1 Prozent. Die erfolgreiche Entwicklung neuer Sender zeigt, dass sich der ProSiebenSat.1 Group im klassischen TV-Geschäft auch in Zukunft attraktive Wachstumschancen bieten. Daher wird der Konzern mit SAT.1 Gold und ProSieben MAXX im kommenden Jahr zwei weitere Free-TV-Sender starten.

Zudem diversifiziert die Gruppe ihre Erlösquellen auch im Kerngeschäft konsequent weiter. Die ProSiebenSat.1 Group ist mit ihren vier deutschen TV-Sendern im HD-Paket aller großen Kabel-, Satelliten- und IPTV-Betreiber vertreten. Im dritten Quartal 2012 sind die HD-Distributionserlöse weiter gestiegen.

Das um Einmaleffekte bereinigte operative Segmentergebnis (recurring EBITDA) betrug 122,3 Mio Euro und lag damit 6,6 Prozent unter Vorjahr (130,9 Mio Euro).

#### **Broadcasting International: Höhere TV-Werbeinnahmen und Distributionserlöse treiben Wachstum in Nordeuropa**

Im Segment „Broadcasting International“ stiegen die externen Erlöse im dritten Quartal 2012 um 8,8 Prozent auf 134,1 Mio Euro (Vorjahr: 123,2 Mio Euro) weiter an. Die Umsatzsteigerung wurde erneut von den nordeuropäischen TV-Sendern getragen. Insbesondere Norwegen und Dänemark konnten ihre TV-Werbeinnahmen weiter ausbauen und ihre steigenden Zuschauermarktanteile kapitalisieren.

Auch in den nordeuropäischen Märkten profitiert die ProSiebenSat.1 Group vom Wachstum neuer TV-Sender. Das Unternehmen hat in den vergangenen sechs Jahren acht TV-Sender in Norwegen, Schweden, Finnland und Dänemark gegründet, die schnell und kontinuierlich Marktanteile hinzugewinnen. Dazu gehören beispielsweise die norwegischen TV-Sender MAX und VOX. VOX ging erst im Januar 2012 on Air und erzielte im dritten Quartal bereits einen Marktanteil von 1,2 Prozent. Der Männersender MAX ist um 0,7 Prozentpunkte auf 3,6 Prozent gewachsen. Insgesamt stiegen die Zuschauermarktanteile in Norwegen im dritten Quartal 2012 um 2,4 Prozentpunkte auf 19,4 Prozent. Außerdem trugen höhere Distributionserlöse – insbesondere in Dänemark und Schweden – zum Umsatzwachstum im Segment „Broadcasting International“ bei.

Die Steigerung der externen Segmenterlöse führte im dritten Quartal 2012 zu einem deutlichen Anstieg des recurring EBITDA um 42,8 Prozent auf 24,7 Mio Euro.

#### **„Digital & Adjacent“: Umsatz steigt um fast 50 Prozent**

Das Segment „Digital & Adjacent“ wies im dritten Quartal 2012 eine überaus dynamische Entwicklung auf. Die externen Erlöse stiegen um 49,7 Prozent auf 85,9 Mio Euro (Vorjahr: 57,4 Mio Euro). Dazu trugen insbesondere die



Vermarktung von Online-Video-Werbung, das Video-on-Demand-Portal maxdome, die Music-Sparte sowie das Ventures & Commerce-Business bei. Die ProSiebenSat.1 Group betreibt ihre Ventures & Commerce-Aktivitäten auf Basis eines innovativen Geschäftsmodells: Der Konzern stellt Werbezeiten seiner reichweitenstarken TV-Sender ausgewählten Start-up-Unternehmen zur Verfügung und erhält im Gegenzug eine Umsatz- bzw. Unternehmensbeteiligung. Seit 2010 hat ProSiebenSat.1 auf diese Weise ein attraktives Ventures-Portfolio mit rund 50 Partnerschaften und strategischen Beteiligungen aufgebaut.

Im dritten Quartal 2012 trieb die ProSiebenSat.1 Group zudem die Expansion ihres Games-Geschäfts voran. Die Gruppe schloss zur internationalen Vermarktung ihres attraktiven Online-Games-Portfolios Vertriebspartnerschaften mit dem türkischen TV-Marktführer Dogan Media sowie dem französischen TV-Sender TF1. ProSiebenSat.1 hatte sich zu Beginn des Jahres durch Partnerschaften mit Anbietern wie Sony Online Entertainment die europaweiten Exklusivrechte an zahlreichen Blockbuster-Online-Games wie „DC Universe“ oder „Planetside 2“ gesichert.

Die dynamische Umsatzentwicklung führte in Verbindung mit einem strikten Kostenmanagement zu einem deutlichen Anstieg des recurring EBITDA um 57,2 Prozent auf 21,7 Mio Euro (Vorjahr: 13,8 Mio Euro).

#### **„Content Production & Global Sales“: Red Arrow als internationales Produktionshaus etabliert**

Der externe Umsatz im Segment „Content Production & Global Sales“ lag mit 25,5 Mio Euro im dritten Quartal 2012 ebenfalls deutlich über dem Vorjahr (9,5 Mio Euro). Im August 2012 tätigte die Red Arrow Entertainment Group, unter deren Dach die ProSiebenSat.1 Group alle Programmvertriebs- und Produktionsaktivitäten bündelt, ihre bisher größte Akquisition. Das Unternehmen übernahm eine Mehrheit an dem US-amerikanischen Produktionsunternehmen Left/Right. Dies war 2012 bereits die vierte Mehrheitsbeteiligung in den Schlüsselmärkten USA und Großbritannien.

Damit hat sich die Red Arrow Entertainment Group zweieinhalb Jahre nach ihrer Gründung als internationales Produktions- und Sales-Haus etabliert und verfügt nun über 18 Beteiligungen in neun Ländern. Das Unternehmen produziert TV-Formate für große Fernsehsender wie NBC („Off Their Rockers“ / USA), ABC („The Taste“ / USA), BBC („Restless“ / GB) oder ITV1 („My Man Can“ / GB). Die neue Kochshow „The Taste“ ist das jüngste Beispiel dafür, wie die Red Arrow Entertainment Group an der gesamten Fernseh-Wertschöpfungskette partizipiert: Das Format ist eine Eigenentwicklung der US-Tochter Kinetic-Content, die das Format auch für den US-Sender ABC produziert. Die weltweiten Vertriebsrechte liegen bei Red Arrow International. Die ProSiebenSat.1-Programmvertriebtochter hat die TV-Show neben den USA bereits in Frankreich (M6) und Indien (Fox International Channels) platziert.



Aufgrund von Anlaufkosten bei den neu erworbenen Produktionsgesellschaften reduzierte sich das recurring EBITDA im Segment „Content Production & Global Sales“ gegenüber dem dritten Quartal 2011 um 2,7 Mio Euro auf minus 1,4 Mio Euro (Vorjahr: 1,3 Mio Euro).

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

Die ProSiebenSat.1 Group investierte auch im dritten Quartal 2012 konsequent in Wachstumsfelder wie neue TV-Sender, die Expansion des weltweiten Produktionsportfolios sowie den Ausbau des Digitalgeschäfts. Vor diesem Hintergrund sind die Kosten erwartungsgemäß gestiegen. Insgesamt verzeichnete die ProSiebenSat.1 Group im dritten Quartal 2012 (d.h. bereinigt um Abschreibungen und Einmalaufwendungen) operative Kosten in Höhe von 472,3 Mio Euro (Vorjahr: 432,7 Mio Euro). Die höheren operativen Kosten fielen vor allem in den Wachstumsbereichen an, im TV-Kerngeschäft blieben sie weitgehend stabil.

#### **Positive Bilanz für die ersten neun Monate 2012**

Aufgrund der kontinuierlichen Umsatz- und Ergebnissteigerung in den ersten drei Quartalen 2012 ist die ProSiebenSat.1 Group auch auf Neunmonatssicht dynamisch gewachsen. Zwischen Januar und September 2012 erhöhte sich der Umsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 6,0 Prozent bzw. 112,5 Mio Euro auf 1,995 Mrd Euro. Die Steigerung ist hier ebenfalls auf die dynamische Umsatzentwicklung in den Segmenten „Digital & Adjacent“ und „Content Production & Global Sales“ sowie die gute Performance der nordeuropäischen Senderfamilie zurückzuführen. Das recurring EBITDA stieg zwischen Januar und September 2012 um 3,8 Prozent bzw. 20,1 Mio Euro auf 552,4 Mio Euro (Vorjahr: 532,3 Mio Euro). Die Gruppe erzielte ein Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter von 196,0 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg um 54,3 Prozent bzw. 69,0 Mio Euro. Das Netto-Ergebnis erhöhte sich um 58,5 Prozent auf 241,1 Mio Euro und ist damit auch im Neunmonatszeitraum deutlich gestiegen (Vorjahr: 152,1 Mio Euro).

#### **Solide Bilanzstruktur mit Eigenkapitalquote von 26,8 Prozent**

Das Eigenkapital stieg ergebnisbedingt gegenüber dem 30. September 2011 um 11,6 Prozent auf 1,417 Mrd Euro. Die Eigenkapitalquote erreichte 26,8 Prozent (Vorjahr: 26,5 Prozent).

Die Netto-Finanzverschuldung reduzierte sich zum 30. September 2012 auf 2,066 Mrd Euro. Der Verschuldungsgrad (Leverage-Faktor) hat sich ebenfalls leicht verbessert. Das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate ergab zum 30. September 2012 den Faktor 2,4 und bewegte sich damit im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5. Zum Vorjahresstichtag 30. September 2011 hatte der Wert das 2,5-fache des bereinigten EBITDA betragen. Aufgrund des wichtigen vierten Quartals im Hinblick auf den Free-Cashflow geht die Gruppe davon aus, dass sich der Verschuldungsgrad gegenüber dem 30. September 2012 bis Jahresende spürbar reduzieren wird.



### **ProSiebenSat.1 bestätigt Ausblick für das Geschäftsjahr 2012**

Die ProSiebenSat.1 Group ist in allen Segmenten positiv in das vierte Quartal gestartet und bestätigt ihren Ausblick für das Gesamtjahr 2012. Das Unternehmen erwartet insgesamt einen Anstieg des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich. Die Gruppe geht davon aus, das recurring EBITDA des Vorjahres in Höhe von 850 Mio Euro zu übertreffen. Darüber hinaus erwartet das Unternehmen auf Jahressicht eine weitere Steigerung des bereinigten Netto-Ergebnisses, die vor allem von geringeren Zins- und Finanzierungsaufwendungen getragen werden wird.



## Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group

Seite 6 von 7

In Mio Euro	Q3 2012	Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
Umsatz	636,9	594,5	1.995,0	1.882,5
Gesamtkosten	512,5	496,1	1.593,9	1.525,5
Operative Kosten	472,3	432,7	1.450,2	1.355,3
Recurring EBITDA	167,3	163,6	552,4	532,3
Recurring EBITDA-Marge (in %)	26,3	27,5	27,7	28,3
EBITDA	155,1	133,7	499,0	471,6
Einmaleffekte	-12,2	-29,9	-53,4	-60,7
EBIT	127,1	101,0	408,7	362,9
Finanzergebnis	-37,0	-82,4	-119,2	-177,0
Netto-Ergebnis (Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter)	61,3	11,4	196,0	127,0
Bereinigtes Netto- Ergebnis (underlying net income)	65,1	22,9	241,1	152,1
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie (bereinigt)	0,31	0,11	1,15	0,72
Free Cashflow	-27,8	-1,4	6,1	4,5

In Mio Euro	30. September 2012	31. Dezember 2011	30. September 2011
Eigenkapital	1.416,6	1.441,4	1.269,1
Eigenkapitalquote (in %)	26,8	28,6	26,5
Netto- Finanzverschuldung	2.065,5	1.817,8	2.075,0
Verschuldungsgrad	2,4	2,1	2,5



## Kennzahlen nach Segmenten

Seite 7 von 7

In Mio Euro	Q3 2012	Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
<b>Broadcasting German-speaking</b>				
Umsatz (extern)	391,4	404,4	1.280,3	1.287,3
Recurring EBITDA	122,3	130,9	407,5	402,8
<b>Broadcasting International</b>				
Umsatz (extern)	134,1	123,2	431,8	403,2
Recurring EBITDA	24,7	17,3	87,4	78,4
<b>Digital &amp; Adjacent</b>				
Umsatz (extern)	85,9	57,4	228,5	173,6
Recurring EBITDA	21,7	13,8	59,4	43,2
<b>Content Production &amp; Global Sales</b>				
Umsatz (extern)	25,5	9,5	54,4	18,4
Recurring EBITDA	-1,4	1,3	-1,9	4,6

Weitere Kennzahlen können Sie unter [www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com) herunterladen. Dort finden Sie auch den Finanzbericht sowie die Präsentation zum dritten Quartal 2012.