

---

## Pressemitteilung

---



### **ProSiebenSat.1 schließt das Jahr 2011 erneut mit einem Rekordergebnis ab**

Seite 1

- **Konzernumsatz um 6,0 Prozent auf 2,756 Mrd Euro gesteigert**
- **Recurring EBITDA von 791,5 Mio Euro auf 850,0 Mio Euro erhöht**
- **Bereinigter Jahresüberschuss steigt um 12,4 Prozent auf 309,4 Mio Euro**
- **Verschuldungsgrad von Faktor 3,3 auf 2,1 reduziert, Netto-Finanzverschuldung sinkt um knapp 40 Prozent**
- **Dividendenvorschlag von 1,17 Euro je Vorzugsaktie und 1,15 Euro je Stammaktie**
- **Positiver Start in das Jahr 2012**

Anmerkung: Alle Aussagen und Werte beziehen sich, soweit nicht anders ausgewiesen, auf die fortgeführten Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Group. Die belgischen und niederländischen Gesellschaften werden aufgrund ihres Verkaufs gemäß IFRS 5 bis zum Zeitpunkt ihrer Entkonsolidierung im Juni bzw. Juli 2011 als „nicht-fortgeführte Aktivitäten“ ausgewiesen. Die Gewinn- und Verlustrechnung des Vorjahres wurde entsprechend angepasst.

**München, 1. März 2012.** Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre Wachstumsziele für 2011 erreicht und alle relevanten Finanzkennzahlen verbessert. Das Unternehmen steigerte den Konzernumsatz gegenüber dem Vorjahr um 6,0 Prozent auf 2,756 Mrd Euro. Aufgrund des Umsatzanstiegs zeigte das recurring EBITDA ein Wachstum um 7,4 Prozent auf 850,0 Mio Euro. Der bereinigte Jahresüberschuss aus dem fortgeführten Geschäft nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter – die Basis für die Dividendenausschüttung – stieg um 12,4 Prozent auf 309,4 Mio Euro. Unter Berücksichtigung der nicht-fortgeführten Aktivitäten erwirtschaftete der Konzern einen bereinigten Jahresüberschuss von 685,3 Mio Euro (Vorjahr: 357,2 Mio Euro). Die Netto-Finanzverschuldung sank zum Jahresende auf 1,818 Mrd Euro – dies entspricht einer signifikanten Verbesserung gegenüber dem Vorjahr (3,021 Mrd Euro). Nach drei wachstumsstarken Quartalen hat der Konzern auch im wichtigen vierten Quartal 2011 die Vorjahreswerte bei Umsatz und operativem Ergebnis (recurring EBITDA) übertroffen.

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Group: „2011 war ein weiteres Rekordjahr für ProSiebenSat.1. Die gute Umsatzdynamik der ersten drei Quartale haben wir im Schlussquartal beibehalten. Dadurch konnten wir auf Jahressicht unsere Zielmarke beim recurring EBITDA deutlich übertreffen und das Nettoergebnis überproportional steigern.“

„Erst im Oktober 2011 haben wir unsere Vier-Säulen-Wachstumsstrategie vorgestellt. Auf dieser Basis wollen wir bis 2015 den Umsatz der Gruppe um

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)

Pressemitteilung online:

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



750 Millionen Euro gegenüber 2010 steigern. Schon jetzt haben wir rund 25 Prozent der angestrebten 750 Mio Euro erzielt und sind daher zuversichtlich, das gesamte Wachstumspotenzial bis 2015 zu realisieren. Um dieses Ziel zu erreichen, werden wir die Meilensteine aus unserem Strategieplan in allen Säulen umsetzen. Wir werden die Vernetzung von TV mit unseren Online-, Pay- und mobilen Angeboten vorantreiben. Dank unserer exklusiven Games-Partnerschaft mit Sony Online Entertainment werden wir in der Wachstumssäule „Digital & Adjacent“ in diesem Jahr einen deutlichen Schritt im weltweit am stärksten wachsenden Entertainmentsegment machen. In der Säule „Content Production & Global Sales“ planen wir, mit der Red Arrow Entertainment Group in den wachstumsstarken asiatischen TV-Markt einzusteigen und werden in den nächsten Wochen eine Dependence in Hong Kong eröffnen. Die Medienindustrie befindet sich in einem Transformationsprozess. Wir sehen das als große Chance, die wir mit Unternehmergeist, Innovationskraft und exzellenter Umsetzung nutzen wollen.“

Die ProSiebenSat.1 Group veröffentlicht die vollständigen und testierten Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2011 am 30. März 2012.

#### **Rekordwert beim recurring EBITDA durch dynamisches Umsatzwachstum**

Die für ProSiebenSat.1 relevanten TV-Werbemärkte zeigten sich im Jahr 2011 trotz der europäischen Schuldenkrise robust. Das Unternehmen hat von dieser Entwicklung profitiert und steigerte seinen Konzernumsatz um 6,0 Prozent auf 2,756 Mrd Euro (Vorjahr: 2,601 Mrd Euro). Die Gruppe investierte 2011 zudem konsequent in Wachstumfelder wie Online-Games oder Video-on-Demand sowie den Ausbau neuer TV-Sender. Angesichts dieser Investitionen sind die operativen Kosten erwartungsgemäß gestiegen. Im klassischen TV-Geschäft blieben sie hingegen trotz höherer Umsätze nahezu stabil. Auf Jahressicht verzeichnete das Unternehmen operative Kosten von 1,916 Mrd Euro, was einer Steigerung um 5,2 Prozent bzw. 95,1 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr entspricht. Damit lag der Kostenanstieg erneut unterhalb des Umsatzwachstums.

Auf Basis der dynamischen Umsatzentwicklung hat das Unternehmen das recurring EBITDA gegenüber dem Vorjahr um 7,4 Prozent auf 850,0 Mio Euro gesteigert (Vorjahr: 791,5 Mio Euro). Die operative Marge von 30,8 Prozent (Vorjahr: 30,4%) unterstreicht die hohe und nachhaltige Profitabilität des Unternehmens. Das EBITDA betrug 752,4 Mio Euro und lag damit 8,4 Prozent oder 58,6 Mio Euro über Vorjahresniveau. Der bereinigte Konzernjahresüberschuss nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter inklusive der nicht-fortgeführten Aktivitäten hat sich mit 685,3 Mio Euro nahezu verdoppelt (Vorjahr: 357,2 Mio Euro). Dieser Wert beinhaltet die Ergebnisbeiträge der veräußerten Gesellschaften in den Niederlanden und Belgien bis zum Zeitpunkt ihrer Entkonsolidierung sowie den Verkaufsgewinn aus der Transaktion in Höhe von 335,8 Mio Euro. Das bereinigte Konzernergebnis aus dem fortgeführten Geschäft stieg um 34,2 Mio Euro auf 309,4 Mio Euro (+12,4%).



### **Konzernumsatz im wichtigen vierten Quartal gesteigert**

Die ProSiebenSat.1 Group setzte ihren profitablen Wachstumskurs auch im vierten Quartal 2011 fort. Das Unternehmen steigerte den Konzernumsatz auf 873,7 Mio Euro und übertraf damit den hohen Vorjahreswert um 5,4 Prozent bzw. 44,8 Mio Euro. Die operativen Kosten in Höhe von 560,4 Mio Euro lagen insbesondere aufgrund höherer Investitionen in unsere Wachstumsfelder um 7,6 Prozent über dem Vorjahr (520,8 Mio Euro). Das recurring EBITDA konnte dennoch um 1,7 Prozent auf 317,7 Mio Euro gesteigert werden (Vorjahr: 312,5 Mio Euro). Das EBITDA lag im vierten Quartal bei 280,8 Mio Euro und damit um 4,1 Prozent oder 12,1 Mio Euro unter dem Wert des Vorjahresquartals. Darin enthalten sind einmalige Aufwendungen vor allem im Zusammenhang mit Maßnahmen zur Portfoliooptimierung, die zum Jahresende abgeschlossen wurden. Unter anderem hat das Unternehmen seine TV- und Vermarktungsaktivitäten in Ungarn neu aufgestellt.

### **Umsatz wächst in allen vier Säulen**

Alle Segmente der Gruppe haben im Jahr 2011 zum Umsatzwachstum beigetragen. Mit Beginn des Geschäftsjahres 2012 wird die ProSiebenSat.1 Group die Segmentberichterstattung an den vier Säulen ihrer Wachstumsstrategie ausrichten. Diese sind „Broadcasting German-speaking“, „Broadcasting International“, „Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“. Ziel der Vier-Säulen-Strategie ist es, die Geschäftstätigkeit künftig noch konsequenter zu diversifizieren und unabhängiger vom werbefinanzierten TV-Geschäft zu werden. Auf Basis der Vier-Säulen-Strategie entwickelte sich der Konzern im Jahr 2011 wie folgt:

Mit 1,903 Mrd Euro übertraf der Umsatz im Segment „Broadcasting German-speaking“ den Vorjahreswert um 2,7 Prozent oder 49,8 Mio Euro. Der deutsche TV-Werbemarkt entwickelte sich auch im Jahr 2011 positiv. In diesem Umfeld steigerte die deutsche TV-Familie ihre Netto-Werbeeinnahmen wie erwartet auf Marktniveau. Auch in Österreich und der Schweiz lagen die TV-Werbeerlöse über den Vergleichswerten. Neben höheren Einnahmen aus der Vermarktung von TV-Werbezeiten wirkte sich die Neuverhandlung von Distributionsverträgen mit verschiedenen Kabelnetzbetreibern bereits positiv aus.

Im Segment „Broadcasting International“ – der zweiten Säule – trieben primär die skandinavischen TV-Sender das Umsatzwachstum. Der Anstieg resultiert aus höheren Werbe- und Distributionserlösen in nahezu allen Märkten. Besonders Norwegen und Dänemark verzeichneten hohe Wachstumsraten in einem sehr positiven Konjunkturmilieu. Die dynamische Umsatzentwicklung ist zudem auf den erfolgreichen Ausbau neuer Sender wie MAX in Norwegen zurückzuführen. Auch im Bereich Radio stiegen die Werbeeinnahmen gegenüber dem Vorjahr an. Insgesamt erhöhte sich der Segmentumsatz um 12,4 Prozent auf 565,2 Mio Euro (Vorjahr: 502,8 Mio Euro).

Die Säulen „Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“ werden im Segment „Diversifikation“ zusammengefasst. Für den Bereich „Digital & Adjacent“ war das innovative Geschäftsmodell „Media-for-Revenue-



Share“ bzw. „Media-for-Equity“ ein wichtiger Wachstumstreiber, dabei stellt die ProSiebenSat.1 Group Start-Up-Unternehmen Werbezeit gegen eine Umsatz- und/oder Unternehmensbeteiligung zur Verfügung. Im Digitalbereich trug vor allem das Onlineportfolio zum Wachstum bei. Die ProSiebenSat.1 Group verzeichnete unter anderem mit der Vermarktung von Bewegtbild-Inhalten im Internet eine hohe zweistellige Wachstumsrate. Insgesamt stiegen die Erlöse aus „Digital & Adjacent“ um 9,8 Prozent auf 254,3 Mio Euro (Vorjahr: 231,5 Mio Euro). Bereinigt um die Schließung von 9Live zeigte der Umsatz eine Wachstumsrate von 28,7 Prozent auf 237,6 Mio Euro (Vorjahr: 184,6 Mio Euro). Die Säule „Content Production & Global Sales“, die mit der Red Arrow Entertainment Group auch zum Segment „Diversifikation“ gehört, trug mit 33,7 Mio Euro ebenfalls wesentlich zur Umsatzsteigerung bei (+149,6% oder 20,2 Mio Euro). Dem Programmproduktions- und Vertriebsunternehmen gelang es, sich mithilfe strategischer Beteiligungen in den weltweit wichtigsten Fernsehmärkten Großbritannien und den USA zu etablieren.

Auf Basis der alten Segmentstruktur, die mit Beginn des Geschäftsjahres 2012 von der oben beschriebenen Berichtsweise abgelöst wird, ergab sich folgende Umsatzentwicklung: Das Segment „Free-TV Deutschsprachig“, zu dem nach alter Segmentstruktur auch Red Arrow gehört, erzielte gegenüber dem Vorjahr ein Umsatzwachstum von 3,7 Prozent oder 69,8 Mio Euro auf 1,937 Mrd Euro. Der Umsatz des Segments „Free-TV International“ stieg um 12,6 Prozent bzw. 53,3 Mio Euro auf 475,2 Mio Euro. Das Segment „Diversifikation“ verzeichnete einen Umsatz von 344,4 Mio Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 10,3 Prozent oder 32,1 Mio Euro gegenüber 2010.

#### **Zuschauermarktanteile gesteigert**

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Jahr 2011 ihre Zuschauermarktanteile in nahezu allen Märkten ausgebaut. In Deutschland kamen SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx gemeinsam auf 28,9 Prozent und lagen damit 0,4 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert. Der im Mai 2010 gestartete Frauensender sixx entwickelte sich dynamisch – vor allem aufgrund seiner signifikanten Steigerung der Reichweite – und erzielte einen Jahresmarktanteil von 0,5 Prozent. Auch international trugen neue TV-Sender zu höheren Zuschauermarktanteilen bei. Der norwegische Männersender MAX steigerte seine Zuschauerquote um 2,2 Prozentpunkte auf 2,6 Prozent. MAX, einer der erfolgreichsten Senderneustarts in Europa, ist bereits ein Jahr nach seinem Launch die Nummer zwei innerhalb dieses Genres. Insgesamt erzielten die norwegischen Sender TV Norge, FEM, MAX und The Voice im Jahr 2011 eine Steigerung um 3,0 Prozentpunkte auf 17,4 Prozent.

#### **Kapitalstruktur deutlich gestärkt**

Die Netto-Finanzverschuldung der ProSiebenSat.1 Group betrug zum 31. Dezember 2011 noch 1,818 Mrd Euro und hat sich gegenüber dem Vorjahr damit um deutliche 39,8 Prozent verringert (Vorjahr: 3,021 Mrd Euro). Der Verschuldungsgrad ist ebenfalls zurückgegangen und liegt mit einem Wert von 2,1 im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5 (Vorjahr: 3,3).



Der ProSiebenSat.1-Konzern hat im August 2011 die Erlöse aus dem Verkauf der Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden genutzt, um 1,2 Mrd Euro und damit einen signifikanten Teil seiner Finanzierungsdarlehen vorzeitig zurückzuführen. Gleichzeitig hat das Unternehmen die Laufzeiten der verbleibenden Darlehen zu attraktiven Konditionen größtenteils bis 2016 verlängert.

Die erneut verbesserte Ertragslage und die Darlehensrückführung haben auch die Eigenkapitalbasis des Konzerns nachhaltig gestärkt. Die entsprechende Eigenkapitalquote verbesserte sich zum 31. Dezember 2011 auf 28,6 Prozent (Vorjahr: 16,2%) und spiegelt die solide Kapitalstruktur des Konzerns wider. Das Eigenkapital betrug 1,441 Mrd Euro und lag damit 40,5 Prozent bzw. 415,5 Mio Euro über dem Wert des Vorjahresstichtages.

Axel Salzmann, CFO: „Der Verkauf der Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden war ein wichtiger Schritt zur Stärkung der Kapitalstruktur. Wir sind hochprofitabel und haben eine stabile Bilanz mit einer langfristig gesicherten Finanzierung. Die signifikante Reduktion der Finanzverbindlichkeiten wird künftig zu deutlich geringeren Zinsaufwendungen führen und damit unsere Ertragskraft weiter stärken.“

#### **Dividende von 1,17 Euro je Vorzugsaktie und 1,15 Euro je Stammaktie vorgeschlagen**

Die ProSiebenSat.1 Group wird ihre Aktionäre am Erfolg des abgelaufenen Geschäftsjahres angemessen beteiligen. An der grundsätzlichen Dividendenpolitik, 80 bis 90 Prozent des um Sondereffekte bereinigten Überschusses der fortgeführten Aktivitäten auszuschütten, hält der Konzern fest. Daher wird der Vorstand dem Aufsichtsrat für das Jahr 2011 eine Dividende in Höhe von 1,17 Euro je Vorzugsaktie (Vorjahr: 1,14 Euro) bzw. 1,15 Euro je Stammaktie (Vorjahr: 1,12 Euro) vorschlagen. Insgesamt würde das Unternehmen damit 244,9 Mio Euro (Vorjahr: 241,2 Mio Euro) ausschütten, was einer Ausschüttungsquote von 79,2 Prozent bezogen auf den bereinigten Jahresüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten entspricht.

#### **Jahresausblick 2012: ProSiebenSat.1 plant weiteres Wachstum**

Das Unternehmen ist gut in das erste Quartal des Jahres gestartet und rechnet für das Jahr 2012 mit einem weiteren Wachstum von Umsatz und operativen Ergebnis. Das Umsatzwachstum soll erwartungsgemäß jedoch nicht nur zu einem Anstieg des recurring EBITDA gegenüber dem Jahreswert 2011 führen, sondern in Kombination mit geringeren Zinsaufwendungen auch zu einer weiteren Steigerung des bereinigten Jahresüberschusses beitragen. Bis 2015 sieht die ProSiebenSat.1 Group ein zusätzliches Umsatzpotenzial von 750 Mio Euro im Vergleich zur Umsatzbasis 2010. Grundlage hierfür ist die Vier-Säulen-Wachstumsstrategie.



## Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group für das Geschäftsjahr 2011

Seite 6 von 7

Eine Übersicht wichtiger Kennzahlen für das Jahr 2011 sowie das vierte Quartal finden Sie untenstehend, weitere Kennzahlen können Sie unter [www.prosiebensat1.com](http://www.prosiebensat1.com) herunterladen. Dort finden Sie auch die Präsentation anlässlich der Veröffentlichung der vorläufigen Zahlen für das Jahr 2011.

## Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group für das Geschäftsjahr 2011

in Mio Euro	ProSiebenSat.1 Group (inkl. nicht-fortgeführte Aktivitäten)		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		Fortgeführte Aktivitäten	
	FY 2011	FY 2010	FY 2011	FY 2010	FY 2011	FY 2010
Umsatz	2.971,2	3.004,2	215,0	403,2	2.756,2	2.601,0
Gesamtkosten	2.325,9	2.345,9	166,7	300,5	2.159,2	2.045,4
Operative Kosten <sup>(1)</sup>	2.079,7	2.109,4	164,0	288,8	1.915,7	1.820,6
Recurring EBITDA <sup>(2)</sup>	901,1	905,9	51,1	114,4	850,0	791,5
Recurring EBITDA-Marge (in %)	30,3	30,2	23,8	28,4	30,8	30,4
EBITDA	1.139,3	807,6	386,9	113,8	752,4	693,8
Einmaleffekte	238,2	-98,3	335,8	-0,6	-97,6	-97,7
EBIT	990,9	669,5	384,2	102,7	606,7	566,8
Finanzergebnis	-237,1	-240,5	3,0	-2,3	-240,1	-238,2
Netto-Ergebnis (Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter)	637,5	312,7	375,0	78,1	262,5	234,6
Bereinigtes Konzernergebnis <sup>(3)</sup> (underlying net income)	685,3	357,2	375,9	82,0	309,4	275,2
Free Cashflow	1.505,6	282,2	1.244,8	103,2	260,8	179,0

In Mio Euro	31. Dezember 2011	31. Dezember 2010
Eigenkapital	1.441,4	1.025,9
Eigenkapitalquote (in %)	28,6	16,2
Liquide Mittel	517,9	740,7
Netto-Finanzverschuldung	1.817,8	3.021,0
Verschuldungsgrad	2,1	3,3

**Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group für das vierte Quartal 2011**

	<b>Fortgeführte Aktivitäten</b>	
in Mio Euro	<b>Q4 2011</b>	<b>Q4 2010</b>
Umsatz	873,7	828,9
Gesamtkosten	633,7	572,6
Operative Kosten <sup>(1)</sup>	560,4	520,8
Recurring EBITDA <sup>(2)</sup>	317,7	312,5
Recurring EBITDA-Marge (in %)	36,4	37,7
EBITDA	280,8	292,9
Einmaleffekte	-36,9	-19,6
EBIT	243,8	260,8
Finanzergebnis	-63,1	-63,0
Netto-Ergebnis (Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter)	135,5	147,0
Bereinigtes Konzernergebnis <sup>(3)</sup> (underlying net income)	157,3	158,8
Free Cashflow	256,5	203,5

<sup>(1)</sup> Operative Kosten: Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. <sup>(2)</sup> Recurring EBITDA: Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA.

<sup>(3)</sup> Bereinigter Periodenüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter: Konzernergebnis vor Effekten aus Kaufpreisallokationen. Der Wert für das Gesamtjahr 2011 ist unter anderem bereinigt um Wertminderungen (Impairment) in Höhe von 11,2 Mio Euro auf die 9Live-Marke, die im ersten Quartal vorgenommen wurden, sowie Effekte aus der Erstkonsolidierung von maxdome in Höhe von 18,2 Mio Euro.