

Sky Deutschland hat mehr als 3 Millionen Kunden

Zusätzliche Finanzierung in Höhe von 300 Mio. € für kontinuierliches Wachstum und Produktinnovationen

Jahresergebnis

- 3.012.000 Kunden zum Jahresende 2011
- Nettozuwachs von 359.000 Neukunden ist das beste Ergebnis in der Unternehmensgeschichte
- Bruttozuwachs steigt um 12 Prozent auf 671.000 Abonnenten
- Kündigungsquote sinkt auf 11,0 Prozent (2010: 16,2 Prozent)
- Umsatzsteigerung um 17 Prozent auf 1,139 Mrd. €*
- Verbesserung des EBITDA um 42 Prozent auf -155 Mio. €*
- Durchschnittlicher ARPU steigt um 1,77 € auf 30,46 €*
- Zahl der Sky Premium HD-Kunden steigt um 64 Prozent auf 974.000
- Sky+ Receiver nun in 411.000 Haushalten (2010: 39.000)
- 594.000 Kunden nutzen Sky Go

Q4 Highlights

- Nettokundenwachstum: Steigerung um 18 Prozent auf 155.000 im Jahresvergleich
- Bruttozuwachs von 246.000 Abonnenten (Anstieg um 18 Prozent im Jahresvergleich)
- Annualisierte Quartals-Kündigungsquote bei 12,4 Prozent
- ARPU im 4. Quartal steigt auf 31,29 €*
- Erstmals die Marke von 10 Millionen Zuschauern übertroffen
- Sky Sport News HD mit 1,6 Mio. unterschiedlichen Zuschauern im ersten Monat
- Kundenzufriedenheit und Zahl der Weiterempfehlungen auf Rekordniveau

Zusätzliche Finanzierung

- Finanzierung in Höhe von 300 Mio. € wird in voller Höhe durch News Corporation abgesichert
- Zusätzliche Investitionen in die Kernbereiche Inhalte, Innovation und Kundenservice

Ausblick

- Es wird erwartet, dass sich im Gesamtjahr 2012 das EBITDA im Vergleich zum Vorjahr signifikant verbessern und im Gesamtjahr 2013 positiv sein wird.

NICHT ZUR VERÖFFENTLICHUNG ODER VERBREITUNG IN DEN VEREINIGTEN STAATEN.

Brian Sullivan, Vorstandsvorsitzender der Sky Deutschland AG: „Wir haben im Jahr 2011 eine Reihe von wichtigen Meilensteinen erreicht, die unser Unternehmen in eine profitable Zukunft führen werden. Unsere Zahlen zeigen, dass wir die bisher beste Unternehmensperformance überhaupt erzielt haben: Das Neukundenwachstum sowie unsere Kundenzufriedenheits- und Weiterempfehlungswerte sind auf einem historischen Höchststand.

Auch vor dem Hintergrund der unsicheren Wirtschaftslage haben wir eine klare Vision für kontinuierliches Wachstum vor Augen: Wir wollen neue Kunden gewinnen, indem wir großartigen Mehrwert durch qualitativ hochwertige Inhalte, führende Innovationen und verbesserten Kundenservice liefern. Mehr als drei Millionen Kunden haben sich bewusst für Sky entschieden. Das ist ein fantastisches Ergebnis, aber es gibt noch viel zu tun. Die heute bekannt gegebenen Finanzierungsmaßnahmen unterstützen uns bei dem Vorhaben, unseren Kunden auch in Zukunft ein attraktives Angebot zu liefern und Werte für unsere Aktionäre zu schaffen.“

Unterföhring, 2. Februar 2012. Sky Deutschland verzeichnete im Jahr 2011 ein starkes Wachstum und erreichte zum Ende des Jahres eine Gesamtzahl von 3.012.000 Abonnenten. Die Zahl der Nettoneukunden stieg um 359.000, was fast dem Doppelten des Nettowachstums im Vorjahreszeitraum (2010: 183.000) entspricht und damit den höchsten Nettokundenzuwachs in der Unternehmensgeschichte darstellt. Der Bruttozuwachs im Jahr 2011 betrug 671.000 Kunden, was im Jahresvergleich einem Anstieg um 12 Prozent entspricht (2010: 599.000). Die Kundenbindung verbesserte sich kontinuierlich und die rollierende 12-Monats-Kündigungsquote ging auf 11,0 Prozent zurück (Q4 2010: 16,2%).

Die Zahl der Sky Premium HD-Kunden stieg um über 60 Prozent auf insgesamt 974.000 weiterhin stark an (2010: 593.000). Ende 2011 waren insgesamt 32 Prozent aller Sky Abonnenten Sky Premium HD-Kunden.

Die Nachfrage nach Sky+, dem integrierten digitalen Video-Rekorder, der den Zuschauern die volle Kontrolle über ihr TV-Erlebnis ermöglicht, ist ebenfalls stark gestiegen. Ende 2011 nutzten 411.000 Abonnenten Sky+. Verglichen mit 39.000 Kunden Ende 2010 hat sich diese Zahl damit mehr als verzehnfacht.

Mit dem Start von Sky Go im April 2011 wurde ein weiterer wichtiger Maßstab für Innovationen gesetzt. Damit haben die Kunden eine noch größere Flexibilität sowie mehr Komfort und können ihr TV-Programm live und auf Abruf unterwegs über das Internet, auf dem iPad, iPhone und der Xbox 360 sehen. In nur neun Monaten hat Sky Go 594.000 Nutzer gewonnen und verzeichnete allein im vierten Quartal über 4 Mio. unterschiedliche Zuschauerzugriffe.

Das fortgesetzte Kundenwachstum und die gestiegene Nachfrage nach den Produkten und Services von Sky reflektieren die wachsende Stärke des Unternehmens. Im Jahr 2011 stiegen die Einnahmen um 17 Prozent auf 1,139 Mrd. €* (2010: 977 Mio. €). Das EBITDA verbesserte sich

*vorläufige Zahlen

um 42 Prozent auf -155 Mio. €* (2010: -269 Mio. €). Der durchschnittliche Umsatz pro Kunde (ARPU) stieg um 1,77 € auf 30,46 € (2010: 28,68 €).

Q4 Highlights

Im vierten Quartal 2011 erzielte das Unternehmen die höchsten Reichweiten seit Beginn der AGF-Messung im April 2011. Insgesamt 10 Mio. unterschiedliche Zuschauer sahen das einzigartige Entertainment-Angebot von Sky. Dies zeigt deutlich die wachsende Attraktivität des exklusiven und hochwertigen Programmangebots von Sky.

Sky Sport News HD legte im Dezember 2011 einen überaus erfolgreichen Start hin. Allein im ersten Sendemonat schalteten mehr als 1,6 Mio. Zuschauer ein. Außerdem wurde Sky Sport News HD zu einem Marktführer in der deutschen Medienlandschaft, der bereits über 1.000 Mal als Quelle genannt wurde. Damit ist Sky Sport News HD schon jetzt eines der meistzitierten Sportmedien in Deutschland.

Der Schlüssel zum Erfolg von Sky ist das Zusammenspiel von qualitativ hochwertigen Inhalten und marktführenden Innovationen, die zusammen ein Entertainment-Erlebnis schaffen, für das eine immer größere Nachfrage besteht. Mit Zuschauerquoten und Kundenzufriedenheitswerten auf Rekordniveau profitiert das Unternehmen von neuen Wachstumsfeldern. Beispielsweise haben sich 40 Prozent der Neukunden im vierten Quartal 2011 aufgrund von Empfehlungen von Bestandskunden für Sky entschieden.

Investitionen in kontinuierliches Wachstum

Die Strategie von Sky ist es, herausragende Inhalte und marktführende Innovationen zu bieten, um bestehende Kunden zu binden und neue zu gewinnen. Deshalb wird das Unternehmen weiter in die starken Kernbereiche investieren. Dazu zählen qualitativ hochwertige und exklusive Inhalte, neue und aufregende Innovationen, um diese Inhalte zum Kunden zu bringen und ein hervorragender Kundenservice, um sie zu untermauern. Diese Kernbereiche waren im letzten Jahr die großen Wachstumstreiber bei Sky und die heute bekannt gegebenen Finanzierungsmaßnahmen werden das Unternehmen bei der Fortführung dieser Bestrebungen weiter unterstützen.

1). Qualitativ hochwertige und exklusive Inhalte

Sky bietet genreübergreifend die exklusivste Programmauswahl und ist sowohl in Deutschland als auch in Österreich HD- und 3D-Marktführer. Um noch mehr Kunden davon zu überzeugen, sich für Sky zu entscheiden, wird das Unternehmen seine Investitionen in qualitativ hochwertige Inhalte verstärken, indem noch exklusivere Rechte erneuert und erworben werden sowie der marktführende Premium-HD-Service noch weiter ausgebaut wird. Beispielsweise ist geplant, das HD-Angebot von derzeit 42 auf mehr als 60 Sender auszuweiten. Damit wird es noch mehr Menschen ermöglicht, ihre Lieblingssendungen in der bestechenden Bild- und Soundqualität zu genießen, die HD bietet.

Des Weiteren hat Sky diese Woche eine strategische Partnerschaft mit Warner Bros. verkündet. Diese wegweisende Vereinbarung beinhaltet die exklusiven Pay-TV-Rechte für sämtliche Warner-Filme auf allen Plattformen inklusive Satellit, Kabel, IPTV, Internet und Mobilfunk. Die Vereinbarung gilt sowohl für das lineare Angebot der Sky Filmsender als auch für die Abrufdienste Sky Anytime und Sky Select sowie Sky Go über das Internet und für iPad und die Xbox 360.

2). Neue und aufregende Innovationen

In den letzten beiden Jahren haben die innovativen Produkte und Services von Sky das Fernsehverhalten von Millionen von Menschen verändert und wesentlich zum nachhaltigen Wachstum des Unternehmens beigetragen. Sky beabsichtigt, noch mehr in bahnbrechende Produkte und Dienstleistungen zu investieren, um dem Kunden neue, innovative Möglichkeiten zu bieten Sky zu genießen, und damit ein Entertainment-Erlebnis zu schaffen, das wirklich smart, seamless und social ist.

Seit der Einführung im Jahr 2010 hat sich der Sky+ Festplattenreceiver zu einem der wichtigsten Treiber für Kundenwachstum und die Steigerung des ARPU entwickelt; beeindruckende 93 Prozent der Sky+ Kunden würden das Produkt ihren Freunden weiter empfehlen. Im Jahr 2011 wurde Sky+ um einige nützliche Funktionen erweitert, die den Kunden eine noch größere Auswahl und Kontrolle ermöglichen. Dazu gehören der Start von Sky Anytime, einem Abrufservice für eine ständig aktualisierte und erweiterte Medienbibliothek mit qualitativ hochwertigen, exklusiven Programminhalten, und der neue, intuitive Sky Guide.

Weiterhin ist geplant, neue Features wie eine Fernaufnahmefunktion und eine optionale Erweiterung der Speicherkapazität auf zwei Terabyte zu integrieren. Das schnelle Wachstum von Sky+ ist eine attraktive Geschäftschance und einer der Gründe, warum Sky für dieses Jahr geplant hat, die Marktdurchdringung von Sky+ mehr als zu verdoppeln.

NICHT ZUR VERÖFFENTLICHUNG ODER VERBREITUNG IN DEN VEREINIGTEN STAATEN.

Weitere Innovationen sind unter anderem die Bereitstellung von Filmen über Sky Go auf dem iPhone, der Start von speziellen Kinderprogrammen auf Sky Anytime und Sky Go sowie die Integration von zusätzlichen interaktiven und sozialen Elementen bei Sky Sport News HD. Außerdem steht die Aktivierung von über einer Million hybrider Set-Top-Boxen der nächsten Generation an, die sich bereits in den Kundenhaushalten befinden.

3). Ausgezeichneter Kundenservice

Einen konstant hervorragenden Kundenservice zu bieten hat höchste Priorität bei Sky. In den letzten Jahren hat Sky einige wichtige Schritte unternommen, um die Servicequalität weiter zu steigern, so wurde die Geschwindigkeit der Aktivierung sowie die Lieferung der Hardware und die Verfügbarkeit des Servicepersonals verbessert. Diese Initiativen sind von Erfolg gekrönt, was sich deutlich in den derzeit höchsten Wachstumsraten in der Geschichte des Unternehmens sowie den Werten für Kundenzufriedenheit und Kundenempfehlungen zeigt.

Um weiterhin sichergehen zu können, dass die Kunden die Servicequalität bekommen, die sie erwarten, plant Sky, weiter in Technologien, Prozesse und Personal zu investieren. Unter anderem wird Sky ein neues eigenes Call Center aufbauen, um der starken Nachfrage nach Sky Produkten gerecht zu werden und gleichzeitig einen noch besseren Kundenservice zu bieten.

Finanzierung

Um die oben beschriebenen Pläne umsetzen zu können und die finanzielle Flexibilität des Unternehmens zu erhöhen, plant Sky Deutschland im Jahr 2012 die Aufnahme weiterer Finanzmittel in Höhe von 300 Mio. €. Die Finanzierung wird in zwei Schritten erfolgen. Bis Ende März 2012 erwartet Sky Erlöse von 100 Mio. € entweder durch ein Bezugsrechtsangebot, eine Privatplatzierung (maximal bis zu 10 Prozent der Namensaktien), ein Gesellschafterdarlehen oder eine Kombination aus diesen Maßnahmen. Die verbleibenden Erlöse bis zu einer Gesamthöhe von 300 Mio. € werden bis Ende September 2012 mit einer oder einer Kombination aus den oben genannten Maßnahmen geplant – und/oder einschließlich der Platzierung einer Wandelanleihe. Die News Corporation hat sich bereit erklärt, diese Finanzierungsmaßnahmen abzusichern. Sky Deutschland und die News Corporation werden zu gegebener Zeit über die Art, die Ausgestaltung und das Volumen der geplanten Finanzierungsmaßnahmen entscheiden. Die Finanzierungsmaßnahmen werden so strukturiert sein, dass der Anteil der News Corporation an Sky Deutschland das aktuelle Niveau von 49,9 Prozent nicht überschreitet, es sei denn, die News Corporation entscheidet sich dafür.

NICHT ZUR VERÖFFENTLICHUNG ODER VERBREITUNG IN DEN VEREINIGTEN STAATEN.

Sky Deutschland hat sein Kreditbankenconsortium gebeten, auf die Pflicht zur Tilgung der Bankkredite aus den Erlösen der geplanten Finanzierungsmaßnahmen zu verzichten und die bestehenden Kreditaufgaben (financial covenants) hinsichtlich der Finanzierungsmaßnahmen und erhöhten Investitionen anzupassen. Gespräche über die Refinanzierung der bestehenden Kreditlinien wurden initiiert und werden zu gegebener Zeit fortgeführt. Die beiden größten Kreditgeber von Sky Deutschland haben der Verzichtserklärung und den entsprechenden Änderungen an den Kreditvereinbarungen bereits zugestimmt. Die formale Zustimmung aller Darlehensgeber wird in den nächsten Wochen erwartet.

Heute hat Sky eine eigene Ad-hoc-Meldung veröffentlicht, die weitere Informationen zu den Finanzierungsmaßnahmen enthält.

Kontakt für Journalisten:

Dr. Jörg E. Allgäuer
Vice President Corporate Communications
Tel.: +49 89/99 58-63 77
joerg.allgaeuer@sky.de

Kontakt für Investoren und Analysten:

Christine Scheil
Vice President Investor Relations
Tel.: +49 89/99 58-10 10
christine.scheil@sky.de

Der Presse-Call findet heute um 11:00 Uhr statt. Die Einwahldaten erhalten Sie unter folgender Telefonnummer: 089/9958-5015.

Die Bekanntgabe der Q4- und Jahresergebnisse 2011 ist für den 23. Februar 2012 geplant.

Diese Mitteilung darf nicht in den Vereinigten Staaten von Amerika veröffentlicht, verteilt oder übermittelt werden. Diese Mitteilung stellt weder ein Angebot zum Kauf von Wertpapieren noch die Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf von Wertpapieren der Sky Deutschland AG (die „Gesellschaft“) in den Vereinigten Staaten von Amerika, Deutschland oder sonstigen Staaten dar. Die Wertpapiere der Gesellschaft dürfen in den Vereinigten Staaten von Amerika nur nach vorheriger Registrierung oder ohne vorherige Registrierung nur aufgrund einer Ausnahmeregelung von dem Registrierungserfordernis nach den Vorschriften des U.S. Securities Act von 1933 in der derzeit gültigen Fassung (der „Securities Act“) verkauft oder zum Kauf angeboten werden. Die Wertpapiere der Gesellschaft sind nicht und werden nicht unter dem Securities Act registriert.

Diese Mitteilung 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. Angesichts der Risiken und Unsicherheiten sowie anderer Faktoren sollten die Leser dieser Medienmitteilung diese Aussagen nicht überbewerten. Die Sky Deutschland AG übernimmt keine Verpflichtung, derartige zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen.

NICHT ZUR VERÖFFENTLICHUNG ODER VERBREITUNG IN DEN VEREINIGTEN STAATEN.

Abonnentenentwicklung:

in Tsd.	Q4 11	Q3 11	Q2 11	Q1 11	Q4 10
Direkte Abonnenten zu Beginn	2.857	2.759	2.726	2.653	2.521
Bruttozugänge	246	188	98	140	208
Kündigungen	-91	-89	-65	-67	-76
Nettozugänge	155	98	33	73	131
Direkte Abonnenten zum Ende	3.012	2.857	2.759	2.726	2.653
Premium-HD-Abonnenten (in Tsd.)	974	818	714	664	593
Premium HD Penetration (in %)	32,3	28,6	25,9	24,4	22,4
Sky+ Abonnenten (in Tsd.)	411	215	116	81	39
Sky+ Penetration (in %)	13,6	7,5	4,2	3,0	1,5
Programm ARPU (in €, monatlich)*	31,29	30,94	30,69	30,57	30,22
Kündigungsrate (in %, quartalsweise annualisiert)	12,4	12,7	9,4	9,9	11,8
Kündigungsrate (in %, letzte 12 Monate rollierend)	11,0	11,0	12,4	13,8	16,2
Wholesale Abonnenten zum Ende	131	131	131	133	132

*Vorläufige Zahlen

Abonnenten:

in Tsd.	Q4 11	Q4 10	Abw. (absolut)	Abw. (in %)	2011	2010	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Direkte Abonnenten zu Beginn	2.857	2.521	336	13,3	2.653	2.470	183	7,4
Bruttozugänge	246	208	38	18,2	671	599	72	12,1
Kündigungen	-91	-76	-14	-19,0	-312	-415	104	25,0
Nettozugänge	155	131	23	17,8	359	183	176	96,0
Direkte Abonnenten zum Ende	3.012	2.653	359	13,5	3.012	2.653	359	13,5
Premium-HD-Abonnenten (in Tsd.)	974	593	381	64,2	974	593	381	64,2
Premium HD Penetration (in %)	32,3	22,4	9,9	-	32,3	22,4	9,9	-
Sky+ Abonnenten (in Tsd.)	411	39	372	>100	411	39	372	>100
Sky+ Penetration (in %)	13,6	1,5	12,2	-	13,6	1,5	12,2	-
Programm ARPU (in €, monatlich)*	31,29	30,22	1,07	3,5	30,46	28,68	1,78	6,2
Kündigungsrate (in %, quartalsweise annualisiert)	12,4	11,8	0,6	-	11,0	16,2	-5,2	-
Kündigungsrate (in %, letzte 12 Monate rollierend)	11,0	16,2	-5,2	-	11,0	16,2	-5,2	-
Wholesale Abonnenten zum Ende	131	132	-1	-0,9	131	132	-1	-0,9

*Vorläufige Zahlen

*vorläufige Zahlen

NICHT ZUR VERÖFFENTLICHUNG ODER VERBREITUNG IN DEN VEREINIGTEN STAATEN.

Kennzahlen:

in Mio. €	Q4 11*	Q4 10**	Abw. (absolut)	Abw. (in %)	2011*	2010**	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Umsatzerlöse	308,9	264,0	44,9	17,0	1.138,7	976,8	161,9	16,6
Operative Kosten	367,1	365,8	1,3	0,4	1.293,9	1.245,4	48,5	3,9
EBITDA	-58,1	-101,7	43,6	42,9	-155,2	-268,6	113,4	42,2
Abschreibungen	15,9	13,4	2,5	18,3	56,1	49,8	6,3	12,6
Abschreibungen auf Abonnementstamm	0,4	12,5	-12,1	-96,9	8,3	49,2	-40,9	-83,2
EBIT	-74,4	-127,6	53,2	41,7	-219,5	-367,6	148,0	40,3
Finanzergebnis	-14,3	-7,4	-6,8	-91,9%	-53,1	-33,4	-19,7	-59,0
Ergebnis vor Steuern	-88,7	-135,1	46,4	34,4	-272,6	-401,0	128,3	32,0
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1,2	-4,4	3,1	72,3%	-4,6	-6,6	2,0	30,7
Periodenergebnis	-89,9	-139,4	49,5	35,5	-277,2	-407,6	130,4	32,0

*Vorläufige Zahlen, **Im Geschäftsjahr 2011 wurden Werbepartnern gewährte Bündelungsrabatte erstmalig erlösschmälernd als Kürzung der Werbeerlöse berücksichtigt. Aus Gründen der Vergleichbarkeit wurde das Vorjahr entsprechend angepasst und 937 Tsd. € wurden aus den Kundenservice- und sonstigen Umsatzkosten in die Werbeerlöse umgliedert.

Umsätze und Kosten:

in Mio. €	Q4 11*	Q4 10**	Abw. (absolut)	Abw. (in %)	2011*	2010**	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Umsatzerlöse								
Programm	275,5	234,6	40,9	17,4	1.035,2	881,5	153,7	17,4
Hardware	10,6	7,0	3,6	50,5	34,1	25,1	9,1	36,1
Wholesale	3,4	3,3	0,1	3,0	13,9	14,3	-0,3	-2,3
Werbung	10,5	8,0	2,5	31,7	24,2	20,5	3,7	18,2
Sonstige Erlöse	8,9	11,1	-2,1	-19,3	31,2	35,4	-4,3	-12,1
Gesamt	308,9	264,0	44,9	17,0	1.138,7	976,8	161,9	16,6
Kosten (inkl. Abschreibungen)								
Programm	201,8	207,7	-5,8	-2,8	737,9	751,6	-13,7	-1,8
Technik	45,7	39,4	6,3	16,1	168,6	149,4	19,2	12,8
Hardware	21,2	16,2	5,0	30,8	62,0	52,9	9,1	17,3
Kundenservice und sonstige Umsatzkosten	20,9	17,6	3,3	18,5	74,7	64,0	10,7	16,7
Vertriebskosten	70,8	67,4	3,3	5,0	216,6	188,2	28,4	15,1
Allgemeine Verwaltungskosten	23,5	22,3	1,2	5,5	96,3	88,2	8,2	9,3
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	-1,0	8,5	-9,6	0,7	-6,1	1,0	-7,1	>-100
Gesamt	382,9	379,2	3,8	1,0	1.350,0	1.295,2	54,8	4,2
enthaltene Abschreibungen	15,9	13,4	2,5	18,3	56,1	49,8	6,3	12,6
Kosten (ohne Abschreibungen)	367,1	365,8	1,3	0,4	1.293,9	1.245,4	48,5	3,9
EBITDA	-58,1	-101,7	43,6	42,9	-155,2	-268,6	113,4	42,2

*Vorläufige Zahlen, **Im Geschäftsjahr 2011 wurden Werbepartnern gewährte Bündelungsrabatte erstmalig erlösschmälernd als Kürzung der Werbeerlöse berücksichtigt. Aus Gründen der Vergleichbarkeit wurde das Vorjahr entsprechend angepasst und 937 Tsd. € wurden aus den Kundenservice- und sonstigen Umsatzkosten in die Werbeerlöse umgliedert.