

---

## Pressemitteilung

---



### **ProSiebenSat.1 verdoppelt im Geschäftsjahr 2010 Netto-Gewinn auf 312,7 Mio Euro**

Seite 1 von 5

- **Recurring EBITDA wächst um 30,1% auf 905,9 Mio Euro**
- **Bereinigte EBITDA-Marge steigt von 25,2% auf 30,2%**
- **Umsatzsteigerung von 8,7% auf 3,0 Mrd Euro**
- **Dividendenvorschlag: 1,14 Euro je Vorzugsaktie / 1,12 Euro je Stammaktie**
- **Positiver Jahresausblick 2011**

**München, 3. März 2011** – Die ProSiebenSat.1 Group hat das Jahr 2010 sehr erfolgreich abgeschlossen. Das Unternehmen steigerte auf Basis noch nicht testierter Zahlen seinen Umsatz gegenüber dem Vorjahr um 8,7 Prozent auf 3,0 Mrd Euro. Das recurring EBITDA – das um Einmaleffekte bereinigte Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen – wuchs um 30,1 Prozent auf 905,9 Mio Euro. Das Netto-Ergebnis (Konzernergebnis nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter) verdoppelte sich auf 312,7 Mio Euro (2009: 146,6 Mio Euro). Nach einem hohen Umsatz- und Ergebniswachstum in den ersten drei Quartalen 2010 steigerte die ProSiebenSat.1 Group ihren Umsatz und die Profitabilität auch im wichtigen vierten Quartal gegenüber dem Vorjahr deutlich. Der Konzernumsatz erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahresquartal um 8,4 Prozent auf 954,1 Mio Euro, die operative Marge stieg um 2,7 Prozentpunkte auf 37,6 Prozent (auf recurring EBITDA-Basis). Die Netto-Finanzverschuldung sank zum Jahresende auf EUR 3,021 Mrd Euro (31.12.2009: 3,295 Mrd Euro).

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)

Katrin Schneider  
Leiterin Kommunikation  
Unternehmen und Finanzen  
ProSiebenSat.1 Media AG  
Medienallee 7  
D-85774 Unterföhring  
Tel. +49 [89] 95 07-11 64  
Fax +49 [89] 95 07-911 64

E-Mail:

[Katrin.Schneider@ProSiebenSat1.com](mailto:Katrin.Schneider@ProSiebenSat1.com)

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG: „Die ProSiebenSat.1 Group hat im Jahr 2010 ein hervorragendes Ergebnis erzielt. Unser Erfolg hängt nicht nur mit dem konjunkturellen Rückenwind zusammen, sondern ist auch auf die Effizienz unserer Prozesse und die richtigen strategischen Entscheidungen zurückzuführen. Wir sind als Gruppe exzellent positioniert, um auch künftig von neuen Wachstumsmöglichkeiten im Entertainment-Markt zu profitieren. Nur das Fernsehen hat die Kraft und Faszination, wirklich große Marken aufzubauen. Sie sind die Basis für unseren Erfolg – auf allen Plattformen.“

Pressemitteilung online:

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

#### **Starkes Umsatzwachstum**

Die Konjunktur hat sich 2010 wieder kräftig erholt. Davon haben auch die TV-Werbemärkte profitiert. Vor allem im deutschen Markt profilierte sich TV nach der rezessiven Phase 2009 als wachstumsstarkes Werbemedium.

Vor dem Hintergrund der Konjunkturerholung konnte die ProSiebenSat.1 Group ihren Konzernumsatz um 8,7 Prozent auf 3,0 Mrd Euro steigern (2009: 2,761 Mrd Euro). Neben einer deutlichen Umsatzsteigerung in den TV-



Segmenten haben unsere Wachstumsinitiativen im Segment Diversifikation sowie der Ausbau des Programm-Produktionsbereichs Erfolge verzeichnet. Mit Red Arrow hat die ProSiebenSat.1 Group 2010 ein Kreativ- und Produzentennetzwerk für Programminhalte aufgebaut und international expandiert.

### **Umsatzwachstum treibt Ergebnissteigerung**

Die operativen Gesamtkosten beliefen sich im Jahr 2010 auf 2,105 Mrd Euro (2009: 2,078 Mrd Euro), bereinigt um Einmalaufwendungen in Höhe von 98,4 Mio Euro (2009: 85,7 Mio Euro) und Abschreibungen von 138,1 Mio Euro (2009: 147,5 Mio Euro).

Das Umsatzwachstum in Verbindung mit einem effizienten Kostenmanagement schlägt sich positiv in allen Ergebnisgrößen nieder. Das recurring EBITDA erzielte gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung um 30,1 Prozent auf 905,9 Mio Euro (2009: 696,5 Mio Euro). Die entsprechende operative Marge stieg auf 30,2 Prozent (2009: 25,2%). Das EBITDA betrug 807,6 Mio Euro und lag damit 29,6 Prozent über dem Vorjahresniveau. Der Konzernjahresüberschuss nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter hat sich mit 312,7 Mio Euro mehr als verdoppelt (2009: 146,6 Mio Euro).

### **Hoher Periodenüberschuss auch im vierten Quartal**

Im vierten Quartal 2010 lag das Netto-Ergebnis bei 181,5 Mio Euro. Der deutliche Ergebniszuwachs in Höhe von plus 60,1 Prozent oder 68,1 Mio Euro wurde insbesondere von den gestiegenen TV-Werbeinnahmen getragen. Der Konzernumsatz erreichte 954,1 Mio Euro und übertraf den Vorjahreswert damit um 8,4 Prozent bzw. 73,7 Mio Euro. Das recurring EBITDA verzeichnete ein Wachstum um 16,7 Prozent auf 358,6 Mio Euro (2009: 307,2 Mio Euro), die recurring EBITDA-Marge stieg um 2,7 Prozentpunkte auf 37,6 Prozent.

### **Alle Segmente wachsen profitabel**

Im wichtigsten Umsatzsegment Free-TV im deutschsprachigen Raum konnte die ProSiebenSat.1 Group ihren Wachstumskurs fortsetzen. Auf Jahressicht erzielte das Unternehmen in diesem Segment ein Umsatzwachstum von 9,7 Prozent bzw. 164,6 Mio Euro auf 1,863 Mrd Euro. Das recurring EBITDA hat mit einer Steigerung um 37,9 Prozent auf 631,3 Mio Euro deutlich zugelegt (2009: 457,9 Mio Euro). Der Konzern konnte seine Quotenergebnisse in einem wachsenden Werbemarktumfeld kapitalisieren und seine Einnahmen aus TV-Werbung steigern.

Die ProSiebenSat.1-Sender erzielten einen gemeinsamen Marktanteil von 28,5 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern in Deutschland (um N24 auf Jahresbasis bereinigt). 2009 betrug der vergleichbare Marktanteil 28,8 Prozent. Damit haben sich die deutschen TV-Sender in einem wettbewerbsintensiven Branchenumfeld mit der Übertragung der olympischen Winterspiele und der Fußball-WM vergleichsweise gut behauptet. Neben reichweitenstarken Lizenzprogrammen und Raab-Events trugen hierzu unter anderem TV-Highlights made in Germany wie „Die perfekte Minute“, „Danni Lowinski“, „Säulen der Erde“ oder „Galileo“ und „Abenteuer Leben - täglich Wissen“ bei.



Im Frühjahr kehren quotenstarke Formate wie „Danni Lowinski“, „Der letzte Bulle“, „Die perfekte Minute“ oder „Germany's next Topmodel“ mit neuen Staffeln auf den Bildschirm zurück.

Seite 3 von 5

In den internationalen Märkten konnte die ProSiebenSat.1 Group ihre Marktposition in fast allen Ländern ausbauen und insbesondere im vierten Quartal bei ihren Zuschauern punkten. Der Umsatzbeitrag des internationalen Free-TV-Segments stieg im Jahr 2010 um 8,4 Prozent auf 764,2 Mio Euro (2009: 705,2 Mio Euro). Neben höheren Werbeeinnahmen im Großteil der internationalen TV-Märkte wuchsen auch die Distributionserlöse gegenüber dem Vorjahr. Die positive Umsatzentwicklung des Segments bei gleichzeitiger Kostenkontrolle führte zu einer Steigerung des um Einmaleffekte bereinigten EBITDA um 15,8 Prozent bzw. 25,0 Mio Euro auf 183,2 Mio Euro.

Im Segment Diversifikation konnten die Erlöse in Höhe von 373,2 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr um 4,4 Prozent gesteigert werden (2009: 357,6 Mio Euro). Das Umsatzwachstum wurde unter anderem durch die Vermarktung von Onlinewerbung und neue Geschäftsmodelle wie „Media for Revenue Share“ erzielt, die in Zukunft weiter ausgebaut werden sollen. Bei diesem Geschäftsmodell erhalten Unternehmen, die bislang nicht im Fernsehen geworben haben, Sendezeit für Spots gegen eine Beteiligung an ihrem Umsatz. Das recurring EBITDA des Diversifikationssegments verzeichnete im Vorjahresvergleich ein Wachstum um 13,8 Prozent auf 91,5 Mio Euro (2009: 80,4 Mio Euro).

#### **Verschuldungsgrad von Faktor 4,7 auf 3,3 verbessert**

Die Netto-Finanzverschuldung konnte gegenüber dem Vorjahresstichtag um 273,6 Mio Euro bzw. 8,3 Prozent auf 3,021 Mrd Euro reduziert werden. Der Verschuldungsgrad, gerechnet als Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der vergangenen zwölf Monate, verbesserte sich zum Ende des Geschäftsjahres 2010 auf den Faktor 3,3 (31.12.2009: 4,7).

Damit hat die ProSiebenSat.1 Group bereits vorzeitig das untere Ende der angestrebten Bandbreite im Verschuldungsgrad (3- bis 4-fache Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA) erreicht. Dabei wirkten sich sowohl der Rückgang der Netto-Finanzverschuldung als auch die hohe Ergebnissteigerung gegenüber dem Vorjahr positiv auf den Verschuldungsfaktor aus. Der Free Cashflow stieg als einer der wichtigsten Indikatoren für die Ertrags- und Finanzkraft ebenfalls deutlich um 72,5 Prozent auf 282,2 Mio Euro (2009: 163,6 Mio Euro).

#### **Strategische Überprüfung des Auslandsportfolios**

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Dezember 2010 die strategische Überprüfung ihrer Geschäftsaktivitäten in den nordischen Ländern sowie in den Niederlanden und Belgien gestartet. Die Überprüfung dieser Auslandsbeteiligungen ist allerdings noch ergebnisoffen. Mit Entscheidungen ist aus heutiger Sicht voraussichtlich im zweiten Quartal 2011 zu rechnen.



### **Dividendenvorschlag von 1,14 Euro je Vorzugsaktie und 1,12 Euro je Stammaktie**

Seite 4 von 5

Vor dem Hintergrund des sehr erfolgreich abgeschlossenen Geschäftsjahres wird der Vorstand dem Aufsichtsrat einen Gewinnverwendungsvorschlag für die Hauptversammlung vorlegen, der für das Jahr 2010 eine Dividende in Höhe von 1,14 Euro je Vorzugsaktie bzw. 1,12 Euro je Stammaktie vorsieht (2009: 0,02 Euro bzw. 0,00 Euro). Dies entspricht - unter Berücksichtigung des derzeitigen Bestands an nicht dividendenberechtigten eigenen Vorzugsaktien - einer Ausschüttung von insgesamt 240,8 Mio Euro (2009: 2,1 Mio Euro) bzw. einer Ausschüttungsquote von 67,4 Prozent (2009: 1,1 %) bezogen auf das bereinigte Konzernergebnis (underlying net income).

CFO Axel Salzmann: „Nachdem wir in den vergangenen zwei Jahren nur die Mindestdividende an die Vorzugsaktionäre gezahlt haben, wollen wir für das Geschäftsjahr 2010 – auch vor dem Hintergrund unseres Ausblicks für das laufende Geschäftsjahr – unsere ertragsorientierte Ausschüttungspolitik wieder aufnehmen. Dabei arbeiten wir gleichzeitig weiter konsequent am Abbau unserer Verschuldung.“

### **Positiver Jahresausblick 2011**

Die ProSiebenSat.1 Group rechnet auf Grundlage der derzeit bekannten Daten im Geschäftsjahr 2011 mit einem insgesamt guten makroökonomischen Marktumfeld in Deutschland und ihren europäischen Kernmärkten. Vor diesem Hintergrund geht die Gruppe nach heutigem Kenntnisstand von einer positiven Geschäftsentwicklung im laufenden Jahr aus. Im ersten Quartal 2011 wird das TV-Werbegeschäft in Deutschland voraussichtlich durch den späten Ostertermin beeinflusst. Insgesamt erwartet ProSiebenSat.1 im Jahr 2011 eine weitere Steigerung des Konzernumsatzes und des Ergebnisses (recurring EBITDA). Dazu werden alle Segmente beitragen.



### Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group

In Mio Euro	FY 2010	FY 2009	in %	Q4 2010	Q4 2009	in %
Umsatz	3.000,0	2.760,8	+8,7	954,1	880,4	+8,4
Gesamtkosten	2.341,7	2.310,7	+1,3	654,5	651,8	+0,4
Operative Kosten <sup>(1)</sup>	2.105,2	2.077,5	+1,3	599,9	576,2	+4,1
Recurring EBITDA <sup>(2)</sup>	905,9	696,5	+30,1	358,6	307,2	+16,7
Recurring EBITDA-Marge (in %)	30,2	25,2	+5,0 Pkte.	37,6	34,9	+2,7 Pkte.
EBITDA	807,6	623,0	+29,6	338,9	293,0	+15,7
Einmaleffekte <sup>(3)</sup>	-98,3	-73,5	-33,7	-19,7	-14,2	-38,7
EBIT	669,6	475,1	+40,9	304,2	239,2	+27,2
Finanzergebnis	-240,5	-242,4 <sup>(5)</sup>	+0,8	-65,1	-67,3	+3,3
Ergebnis vor Steuern	429,0	233,1 <sup>(5)</sup>	+84,0	239,0	171,9	+39,0
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	312,7	146,6 <sup>(5)</sup>	+113,3	181,5	113,4	+60,1
Bereinigtes Konzernergebnis <sup>(4)</sup> (underlying net income)	357,2	186,8 <sup>(5)</sup>	+91,2	194,3	137,1	+41,7

In Mio Euro	31.12.2010	31.12.2009
Free Cashflow	282,2	163,6
Liquide Mittel	740,7	737,4
Netto-Finanzverschuldung	3.021,0	3.294,6

Zahlen 2010 nicht testiert. <sup>(1)</sup> Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. <sup>(2)</sup> Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. <sup>(3)</sup> Saldo aus Einmalaufwendungen und Einmalerträgen. <sup>(4)</sup> Konzernergebnis vor Effekten aus Kaufpreisallokationen sowie nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten. <sup>(5)</sup> Nach Änderung der Bilanzierungsmethode gem. IAS 8 und entsprechender Anpassung der Vorjahreszahlen.

### Kennzahlen nach Segmenten

In Mio Euro	FY 2010	FY 2009	in %	FY 2010	FY 2009	in %
	Externe Erlöse			Recurring EBITDA		
Free-TV im deutschsprachigen Raum	1.862,6	1.698,0	+9,7	631,3	457,9	+37,9
Free-TV International	764,2	705,2	+8,4	183,2	158,2	+15,8
Diversifikation	373,2	357,6	+4,4	91,5	80,4	+13,8

In Mio Euro	Q4 2010	Q4 2009	in %	Q4 2010	Q4 2009	in %
	Externe Erlöse			Recurring EBITDA		
Free-TV im deutschsprachigen Raum	599,1	547,3	+9,5	260,0	210,7	+23,4
Free-TV International	241,9	217,1	+11,4	66,5	62,4	+6,6
Diversifikation	113,1	116,0	-2,5	32,0	34,2	-6,4

Zahlen 2010 nicht testiert.