
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 Group steigert Umsatz und Ergebnis bei stabilen Kosten im ersten Quartal 2010

Seite 1

- **Umsatzwachstum:** Umsatz steigt gegenüber dem ersten Quartal 2009 um 5,0 Prozent auf 658,4 Mio Euro.
- **Stabile Kosten:** Die operativen Kosten betragen 532,2 Mio Euro und liegen damit nahezu auf Vorjahresniveau (Q1 2009: 536,3 Mio Euro).
- **Ergebnissteigerung:** Das recurring EBITDA im Konzern wächst um 37,1 Prozent auf 128,6 Mio Euro. Alle anderen Ergebnisgrößen des Konzerns und seiner Segmente liegen ebenfalls über Vorjahresniveau.
- **Höherer Zuschauermarktanteil:** Marktanteil wächst gegenüber dem Vorjahresquartal von 29,1 Prozent auf 29,7 Prozent im Kernmarkt Deutschland.

München, 6. Mai 2010. Im ersten Quartal 2010 setzte die ProSiebenSat.1 Group die positive Geschäftsentwicklung fort: In einem vor allem in Deutschland verbesserten Werbeumfeld steigerte der Konzern seinen Umsatz gegenüber dem ersten Quartal 2009 um 5,0 Prozent auf 658,4 Mio Euro. Das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) lag mit 128,6 Mio Euro um 37,1 Prozent über dem Vorjahresquartal. Der Periodenüberschuss nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter erhöhte sich auf plus 21,2 Mio Euro gegenüber einem Minus von 1,7 Mio Euro im Jahr zuvor.

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG: „Wir sind erfolgreich in das Jahr 2010 gestartet und konnten an die guten Ergebnisse des vierten Quartals 2009 anknüpfen. Dies zeigt, dass wir mit unserer strategischen Ausrichtung den richtigen Weg eingeschlagen haben.“

Die Übertragung der Olympischen Spiele im Februar 2010 zog viele Zuschauer zu den öffentlich-rechtlichen Sendern. Im wettbewerbsintensiven ersten Quartal 2010 gelang es der ProSiebenSat.1 Group dennoch, die Zuschauermarktanteile im Kernmarkt Deutschland gegenüber dem Vorjahr auszubauen. Die deutsche Senderfamilie mit SAT.1, ProSieben, kabel eins und N24 steigerte ihren Marktanteil im ersten Quartal 2010 um 0,6 Prozentpunkte auf 29,7 Prozent.

Ausblick: Vorsichtiger Optimismus

Die bereits im vierten Quartal 2009 spürbare Verbesserung der werbewirtschaftlichen Situation schreitet derzeit vor allem in Deutschland, dem Hauptumsatzmarkt der ProSiebenSat.1 Group, weiter voran. Die Marktvisibilität ist jedoch nach wie vor gering.

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

Katrin Schneider
Leitung 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

Pressemitteilung online:
www.ProSiebenSat1.com



ProSiebenSat.1-Vorstandsvorsitzender Thomas Ebeling: „Der derzeitige positive Trend am Werbemarkt lässt uns etwas optimistischer in das Jahr blicken als zum Jahresanfang. Inwieweit dieser Trend nachhaltig ist, lässt sich allerdings noch nicht absehen. Unabhängig von der konjunkturellen Entwicklung sind unsere Aufgaben für 2010: weiterhin effizient zu wirtschaften, die Leistung im Zuschauermarkt zu verbessern und die Erschließung neuer Erlösquellen voranzutreiben. Es ist unser Ziel für das laufende Jahr, bei konstanten bis leicht reduzierten Kosten das Ergebnis weiter zu steigern.“

Robuste Umsätze im ersten Quartal 2010

Der Gesamtumsatz des Konzerns stieg gegenüber dem Vorjahresquartal um 5,0 Prozent oder 31,4 Mio Euro auf 658,4 Mio Euro. In einem positiveren Werbemarktumfeld steigerte der Konzern seine TV-Werbeeinnahmen vor allem im deutschen Markt. Insgesamt wies das Segment werbefinanziertes Fernsehen im deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz) ein externes Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahresquartal um 7,2 Prozent bzw. 27,9 Mio Euro auf 416,7 Mio Euro aus.

Das Segment Free-TV International, zu dem die TV-Märkte Niederlande, Belgien sowie der nord- und osteuropäische Raum zählen, startete ebenfalls mit einem Umsatzplus von 4,5 Prozent auf 160,8 Mio Euro in das Jahr 2010 (Q1 2009: 153,9 Euro Mio). Der Großteil des Umsatzwachstums resultiert aus höheren Distributionserlösen, die vor allem in den skandinavischen Märkten über dem Vorjahresniveau lagen.

Die externen Erlöse im Geschäftsbereich Diversifikation gingen im ersten Quartal 2010 hingegen um 4,0 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal auf 80,9 Mio Euro zurück (Q1 2009: 84,3 Mio Euro). Dies lag vor allem an Umsatzrückgängen aus Call-TV (9Live) aufgrund von regulierungsbedingten Änderungen im vergangenen Jahr. Die im März 2009 in Kraft getretene Gewinnspielsatzung der Landesmedienanstalten schreibt u.a. eine Reihe von zusätzlichen Informations- und Nachweispflichten im laufenden Programm vor und hat einen Rückgang der Anruferzahl bei 9Live gegenüber dem ersten Quartal 2009 bewirkt. Im Gegensatz dazu hat sich das Onlinegeschäft weiter sehr positiv entwickelt, sowohl die klassische Internetwerbung als auch der Bereich Video Advertising.

Die ProSiebenSat.1 Group hat in den vergangenen Monaten ein Maßnahmenpaket verabschiedet, um ihr Umsatzportfolio zu erweitern: Der Konzern hat seinen Programmvertrieb ausgebaut, neue Sender gelauncht und zusätzliche Erlösquellen wie beispielsweise das Geschäftsmodell „Werbezeiten gegen Umsatzbeteiligung“ etabliert. Diese strategischen Initiativen sollen künftig zum Umsatzwachstum beitragen.

Erhöhte Profitabilität, verbesserte Kostenstruktur

Angesichts der Umsatzsteigerung zeigte das recurring EBITDA der Gruppe bei konstanten Kosten ein Wachstum um 37,1 Prozent oder 34,8 Mio Euro auf 128,6 Mio Euro. Die recurring EBITDA-Marge stieg von 15,0 Prozent auf 19,5 Prozent. Das EBITDA erhöhte sich um 31,9 Prozent auf 119,2 Mio Euro (Q1



2009: 90,4 Mio Euro). Nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter wies die ProSiebenSat.1 Group im ersten Quartal 2010 einen Überschuss von 21,2 Mio Euro aus – eine Steigerung um 22,9 Mio Euro gegenüber dem Vorjahresquartal.

Seite 3 von 4

Die Gesamtkosten beliefen sich auf 574,2 Mio Euro (Q1 2009: 577,6 Mio Euro). Auch die operativen Kosten im Konzern – das bedeutet die Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen sowie Abschreibungen – bewegten sich mit 532,2 Mio Euro nahezu auf Vorjahresniveau (Q1 2009: 536,3 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group hat im vergangenen Jahr umfassende Maßnahmen umgesetzt, ihre Kosten zu reduzieren und Prozesse effizienter zu gestalten. Vor allem in Deutschland wurden durch die Verlagerung weiter Teile des Berliner Standorts nach München und die Einführung funktionsübergreifender Strukturen im Bereich Free-TV operative Kosten gesenkt. Die nachhaltig verbesserte Kostenstruktur wirkte sich auch auf die Ergebnisentwicklung der Segmente aus: Die ProSiebenSat.1 Group konnte in allen drei Segmenten das recurring EBITDA gegenüber dem ersten Quartal 2009 steigern.



Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group

Seite 4 von 4

In Mio Euro	Q1 2010	Q1 2009	in%
Umsatz	658,4	627,0	+5,0
Gesamtkosten	574,2	577,6	-0,6
Operative Kosten ⁽¹⁾	532,2	536,3	-0,8
Werteverzehr auf das Programmvermögen	278,4	278,2	+0,1
Recurring EBITDA ⁽²⁾	128,6	93,8	+37,1
Recurring EBITDA-Marge (in %)	19,5	15,0	+4,5 Pkte.
EBITDA	119,2	90,4	+31,9
Einmaleffekte ⁽³⁾	-9,4	-3,4	-/-
EBIT	86,6	59,0	+46,8
Finanzergebnis	-55,4	-66,2	+16,3
Ergebnis vor Steuern	31,2	-7,0	-/-
Periodenergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	21,2	-1,7	-/-
Investitionen in das Programmvermögen	397,8	380,0	+4,7

In Mio Euro	31. März 2010	31. März 2009	31. Dezember 2009
Programmvermögen	1.638,8	1.460,0	1.526,5
Eigenkapital	630,2	415,7	580,8
Eigenkapitalquote (in %)	10,2	7,0	9,4
Liquide Mittel	604,1	509,0	737,4
Netto-Finanzverschuldung	3.430,7	3.512,4	3.294,6
Mitarbeiter ⁽⁴⁾	4.801	5.460	4.814

(1) Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. (2) Bereinigtes EBITDA vor Einmaleffekten. (3) Saldo aus Einmalaufwendungen und Einmalerträgen. (4) Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag.

Kennzahlen nach Segmenten

In Mio Euro	Externe Erlöse			Recurring EBITDA		
	Q1 2010	Q1 2009	in%	Q1 2010	Q1 2009	in%
Free-TV im deutschsprachigen Raum	416,7	388,8	+7,2	95,7	68,1	+40,5
Free-TV International	160,8	153,9	+4,5	19,3	13,1	+47,3
Diversifikation	80,9	84,3	-4,0	13,6	12,4	+9,7