

Sky Deutschland AG veröffentlicht Ergebnisse für das 3. Quartal 2009

Wesentliche Kennzahlen Q3 2009*:

- Umsatz von 208,5 Mio. € (Q3 2008: 221,9 Mio. €)
- EBITDA: -87,9 Mio. € (Q3 2008: -27,0 Mio. €)
- 2,431 Mio. Abonnenten zum 30. September
- Bruttozuwachs von 201.000 Abonnenten – Steigerung um 46 Prozent gegenüber Q3 2008
- Nettozuwachs von 67.000 Abonnenten
- Monatlicher ARPU steigt auf 25,77 € gegenüber 25,20 € in Q2 2009
- Finanzieller Ausblick für 2010 und Folgejahre bestätigt
- Break-even von EBITDA und operativem Cashflow auf Monatsbasis in Q4 2010 erwartet, wegen starken ARPU-Wachstums bei niedrigerer Abonnentenzahl von 2,8 bis 3,0 Mio.

München, 12. November 2009. Die Sky Deutschland AG hat im 3. Quartal 2009 ihre Abonnentenzahl um netto 67.000 auf insgesamt 2,431 Mio. direkte Abonnenten zum 30. September 2009 erhöht. Dem Netto-Zugang von 93.000 Laufzeitabonnenten stand ein Rückgang von 26.000 Flex-Abonnenten gegenüber. Die Kündigungsquote im 3. Quartal 2009 erhöhte sich gegenüber dem 2. Quartal 2009 leicht von 22,4 auf 23,3 Prozent. Sie reflektiert nach wie vor das Auslaufen von stark rabattierten sowie Flex-Abonnements. Im Vergleich zum 3. Quartal 2008 stieg der Brutto-Abonnentenzuwachs um 46 Prozent auf 201.000. Der Bruttozuwachs bei den Laufzeitabonnenten – ohne Flexzugänge – erhöhte sich um 58 Prozent. Der monatliche Programm-ARPU stieg im 3. Quartal 2009 weiter an auf 25,77 € gegenüber 25,20 € im 2. Quartal 2009.

Dem durch den weiter steigenden ARPU höheren direkten Programmumsatz standen geringere Umsätze in anderen Bereichen gegenüber. Somit sank der Gesamtumsatz im 3. Quartal 2009 auf 208,5 Mio. € (Q3 2008: 221,9 Mio. €). Aufgrund höherer Programm- sowie höherer Sales- und Marketing-Kosten stiegen die operativen Aufwendungen auf 296,5 Mio. € (Q3 2008: 248,9 Mio. €). Folglich sank das EBITDA (Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen) auf -87,9 Mio. € (Q3 2008: -27,0 Mio. €) und das Periodenergebnis bezifferte sich auf -116,7 Mio. € (Q3 2008: -89,1 Mio. €).

* Umsätze und Kosten der aufgegebenen Geschäftsaktivität Home of Hardware wurden herausgerechnet. In dieser Meldung aufgeführte Werte für Q3 2008 sind nicht mit den im November 2008 veröffentlichten Zahlen vergleichbar.

Erfolgreicher Start des neuen Unterhaltungsangebots von Sky

Seit dem Start von Sky am 4. Juli 2009 hat die Marke bereits einen Bekanntheitsgrad von 66 Prozent (Stand: Mitte Oktober 2009) erreicht, was einen deutlichen Anstieg gegenüber den 25 Prozent vor dem Launch bedeutet. Sky Deutschland hat seither eine Anzahl von Vertriebsinitiativen zur Steigerung des Abonnenten- und ARPU-Wachstums unternommen. So wurden das Händlernetz von 3.500 auf mehr als 7.000 Verkaufsstellen ausgebaut und die Zahl der Außendienstmitarbeiter deutlich vergrößert.

Seit wenigen Wochen bietet Sky in ganz Deutschland und Österreich einen umfangreichen Installationservice für Receiver und Sat-Anlagen an. Sky Partner installieren und schließen zu Hause bei den Kunden alle zum Empfang von Sky erforderlichen Komponenten an und vertreiben darüber hinaus die Sky Angebote.

Das neue Fußball-Bundesliga-Angebot von Sky bietet den Abonnenten einen deutlichen Mehrwert – einschließlich des 12. Spieltags am letzten Wochenende stieg die aggregierte Zuschauerzahl gegenüber dem vergangenen Jahr um 65 Prozent.

Mark Williams, Vorstandsvorsitzender der Sky Deutschland AG: „Wir sind zufrieden mit unserem sehr soliden Start und der erfolgreichen Markteinführung unseres neuen Sky Unterhaltungsangebots. Die Reaktionen unserer Bestandskunden sind sehr positiv: Viele Abonnenten haben sich für den sofortigen Wechsel in die neuen Sky Pakete entschieden. Mehr als 200.000 Brutto-Neuabschlüsse in unserem ersten Quartal unterstreichen zudem, dass Familien und Sportfans in Deutschland und Österreich das vergrößerte Programmangebot und die Qualität von Sky sehr zu schätzen wissen.“

HD-Schwerpunkt in der Weihnachtszeit: Auswahl und Qualität

Mit derzeit sieben HD-Sendern verfügt Sky über das umfangreichste HD-Angebot im deutschsprachigen Markt. Das hochauflösende Fernsehen steht auch im Mittelpunkt der vorweihnachtlichen Marketing- und Sales-Kampagne, die auf die Präsentation der großen Programmauswahl und die hohe Qualität der bei Sky verfügbaren Sender abzielt. Die exklusiven Sky HD-Sender bilden genau diejenigen Genres ab, die ganz besonders vom deutlich verbesserten Übertragungsstandard profitieren: Live-Sport, Blockbuster-Filme und hochwertige Dokumentationen.

Sky Deutschland wird sein HD-Angebot mit vier zusätzlichen Sendern Mitte 2010 weiter ausbauen. Derzeit sind alle sieben HD-Kanäle per Satellit in ganz Deutschland und Österreich und in rund 70 Prozent der deutschen Kabelhaushalte zu empfangen. HD ist für Sky ein wichtiger Wachstumstreiber, zumal HD-Fernseher in immer mehr deutschen und österreichischen Haushalten vorhanden sind.

Ausblick

2009:

- Negatives EBITDA für das Gesamtjahr 2009 im Bereich von 250 bis 270 Mio. € erwartet.
- Negativer Cashflow aus operativem Geschäft im Bereich von 250 bis 275 Mio. € für das Gesamtjahr 2009 erwartet.

- Monatlicher ARPU von ca. 27 € für das 4. Quartal 2009 und ca. 29 € für das 1. Quartal 2010 erwartet.

Finanz-Ausblick für 2010 und Folgejahre bestätigt

- Break-even von EBITDA und operativem Cashflow auf Monatsbasis während des 4. Quartals 2010 bei niedrigerer Abonnentenbasis von 2,8 bis 3,0 Millionen aufgrund starken ARPU-Wachstums erwartet.
- Cashflow- und EBITDA-Erwartung für das Gesamtjahr 2010 negativ.
- Sky rechnet mit einem Nettogewinn und einem positiven Cashflow auf Jahresbasis ab dem Jahr 2011.

Zu den Geschäftszahlen für das 3. Quartal findet heute um 11.00 Uhr eine Telefonkonferenz für Journalisten statt. Die Einwahldaten sind telefonisch unter 089/9958-6347 zu erhalten.

Diese Meldung ist im Internet unter info.sky.de abrufbar.

Kontakt für Journalisten:

Dr. Hans-Jürgen Croissant
Senior Vice President Communications
Tel.: +49 89/99 58-63 97
hans-juergen.croissant@sky.de

Kontakt für Investoren und Analysten:

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

Diese Medienmitteilung 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. In Anbetracht dieser Risiken, Ungewissheiten sowie anderer Faktoren sollten sich Empfänger dieser Unterlagen nicht unangemessen auf diese zukunftsgerichteten Aussagen verlassen. Die Sky Deutschland AG übernimmt keine Verpflichtung, derartige zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen.

Medienmitteilung

info.sky.de



Die Abonnenten-Entwicklung im Überblick:

in Tsd.	Q3 08	Q4 08	Q1 09	Q2 09	Q3 09
Direkte Abonnenten zu Beginn	2.376	2.411	2.399	2.371	2.364
Neuabonnenten	138	153	112	117	201
Kündigungen	-103	-165	-140	-123	-135
Nettoveränderung	35	-12	-28	-7	67
Direkte Abonnenten zum Ende	2.411	2.399	2.371	2.364	2.431
davon Flex	118	85	68	38	12
Direkter Programmumsatz (in Mio. €)	171,8	172,2	177,8	179,0	185,3
Programm ARPU (in €, monatlich)	23,92	23,86	24,85	25,20	25,77
Kündigungsrate (rollierende Kündigungsrate der letzten 12 Monate)	21,4%	23,1%	22,4%	22,4%	23,3%
Wholesale Abonnenten zum Ende	704	691	710	334	140

Kennzahlen:

in Mio. €	Q3 09	Q3 08	Veränderung	9M 09	9M 08	Veränderung
Umsatzerlöse	208,5	221,9	-13,4	671,8	705,1	-33,2
Operative Kosten	296,5	248,9	47,5	853,0	717,6	135,4
EBITDA	-87,9	-27,0	-60,9	-181,1	-12,5	-168,6
Abschreibungen	8,7	12,4	-3,8	34,8	37,7	-2,8
Abschreibungen auf Abonnentenstamm/Marke	12,2	12,2	0,0	368,3	36,7	331,6
EBIT	-108,8	-51,6	-57,2	-584,3	-86,8	-497,4
Finanzergebnis	-6,6	-16,0	9,4	-30,9	-32,0	1,1
Ergebnis vor Steuern	-115,4	-67,6	-47,7	-615,2	-118,8	-496,3
Steuern	-1,4	-19,6	18,2	52,7	-33,3	86,0
Ergebnis der fortgeführten Geschäftsaktivitäten	-116,7	-87,2	-29,5	-562,5	-152,1	-410,4
Ergebnis von aufgegebenen Geschäftsaktivitäten	0,0	-1,9	1,9	0,0	-2,9	2,9
Periodenergebnis	-116,7	-89,1	-27,6	-562,5	-155,0	-407,5

Umsatz und Kosten:

in Mio. €	Q3 09	Q3 08	Veränderung	9M 09	9M 08	Veränderung
Umsatzerlöse						
Programm	190,7	189,3	1,5	581,5	581,0	0,5
Werbung	3,4	6,7	-3,4	12,7	22,5	-9,8
Hardware	6,1	13,0	-6,9	33,8	32,8	1,0
Sonstige Erlöse	8,3	13,0	-4,7	43,9	68,8	-24,9
Gesamt	208,5	221,9	-13,4	671,8	705,1	-33,2
Kosten (inkl. Abschreibungen)						
Programm	163,1	133,5	29,6	522,0	480,6	41,4
Übertragung	36,0	31,9	4,2	101,2	91,7	9,5
Kundenservice	13,2	14,7	-1,5	37,9	41,1	-3,2
Hardware	8,6	25,8	-17,2	38,6	49,8	-11,2
Vertriebskosten	64,3	36,4	27,9	122,4	79,5	42,9
Allgemeine Verwaltungskosten	20,8	18,1	2,7	62,3	48,9	13,4
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	-1,0	1,0	-1,9	3,4	-36,4	39,8
Gesamt	305,1	261,3	43,8	887,8	755,2	132,6
enthaltene Abschreibungen	8,7	12,4	-3,8	34,8	37,7	-2,8
Kosten (ohne Abschreibungen)	296,5	248,9	47,5	853,0	717,6	135,4
EBITDA	-87,9	-27,0	-60,9	-181,1	-12,5	-168,6

Abonnentenzahlen:

in Tsd.	Q3 09	Q3 08	Veränderung	9M 09	9M 08	Veränderung
Direkte Abonnenten zu Beginn	2.364	2.376	-12	2.399	2.534	-135
Neuabonnenten	201	138	63	430	282	148
Kündigungen	-135	-103	-32	-398	-405	7
Nettoveränderung	67	35	31	32	-123	155
Direkte Abonnenten zum Ende	2.431	2.411	20	2.431	2.411	20
davon Flex	12	118	-106	12	118	-106
Direkter Programmumsatz (in Mio. €)	185,3	171,8	13,6	542,1	523,2	18,9
Programm ARPU (in €, monatlich)	25,77	23,92	1,85	24,94	23,51	1,43
Kündigungsrate (rollierende Kündigungsrate der letzten 12 Monate)	23,3%	21,4%	1,9	23,3%	21,4%	1,9
Wholesale Abonnenten zum Ende	140	704	-564	140	704	-564