



Q2 2008: Umsatz- und Ergebnisentwicklung der ProSiebenSat.1 Group wie erwartet durch deutsches Free-TV-Geschäft beeinträchtigt

Seite 1

- **Umsatz und Ergebnis:** Umsatz- und Ergebniswachstum aufgrund SBS-Konsolidierung seit Juli 2007; Rückgang auf Pro-forma-Basis primär infolge schwacher Performance im deutschen Free-TV-Geschäft
- **Free-TV in Deutschland:** Geschäftsentwicklung wie erwartet durch Schwierigkeiten mit Werbezeiten-Verkaufsmodell und Fußball-Europameisterschaft im Juni beeinträchtigt; deutsche Senderfamilie hält Zuschauermarktanteile trotz EM auf hohem Niveau
- **Kosten:** Anstieg der Gesamtkosten aufgrund von Einmalaufwendungen im Zuge von Reorganisationen im 2. Quartal 2008
- **Portfolio-Optimierung:** Unterzeichnung eines Vertrags für den Verkauf der nordischen Pay-TV-Sparte C More im Juni 2008

München, 6. August 2008. Im zweiten Quartal 2008 steigerte die Gruppe den Konzernumsatz um 45,4 Prozent oder 250,3 Mio Euro auf 801,9 Mio Euro. Das recurring EBITDA übertraf den Vorjahreswert mit 203,7 Mio Euro um 28,0 Prozent (Q2 2007: 159,1 Mio Euro). Die Umsatzeinbußen im deutschen TV-Geschäft konnten durch die Konsolidierung der SBS Broadcasting Group seit Juli 2007 kompensiert werden. Auf Basis von Pro-forma-Zahlen für die kombinierte Gruppe verzeichneten die Konzern Erlöse jedoch einen Rückgang um 4,0 Prozent auf 801,9 Mio Euro (Pro-forma Q2 2007: 835,6 Mio Euro). Das recurring EBITDA minderte sich um 16,6 Prozent auf 203,7 Mio Euro (Pro-forma Q2 2007: 244,3 Mio Euro). Wie bereits im April 2008 angekündigt, war die Geschäftsentwicklung der ProSiebenSat.1 Group auch im zweiten Quartal durch das deutsche Free-TV-Geschäft beeinträchtigt. Akzeptanzprobleme des Werbezeiten-Verkaufsmodells führten zu einem Rückgang der TV-Werbeerlöse in Deutschland. Daneben hat wie erwartet die Fußball-EM in Österreich und der Schweiz das Buchungsverhalten der Werbekunden im zweiten Quartal 2008 beeinflusst.

Guillaume de Posch, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG: „Die erste Jahreshälfte war für die ProSiebenSat.1 Group nicht einfach. Der Grund liegt auf der Hand: Das deutsche Werbezeiten-Vermarktungsmodell wurde von Teilen des Marktes nicht angenommen. Wir sind jedoch optimistisch, mit dem im Mai überarbeiteten Modell im zweiten Halbjahr 2008 Marktanteile zurückzugewinnen. Grundsätzlich sind wir seit der Übernahme von SBS im vergangenen Jahr strategisch auf dem richtigen Weg. Wir investieren europaweit konsequent in unser Kerngeschäft Free-TV und die Entwicklung sowie den Erwerb attraktiver Inhalte. Unsere Erlösquellen konnten wir nicht nur geografisch diversifizieren, sondern nutzen auch alle

Ansprechpartner:
Julian Geist
Leiter Unternehmenskommunikation
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
Unternehmenskommunikation
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



elektronischen Verbreitungswege. Hier wird unser Portfolio ständig größer. Auch der Aufbau einer vollständig digitalen technologischen Plattform ist ein wichtiger Schritt, um ProSiebenSat.1 zu Europas führendem TV-Konzern zu machen.“

Seite 2 von 4

Geschäftsentwicklung in Q2 2008: Konsolidierung von SBS seit Juli 2007

Die ProSiebenSat.1 Group steigerte im zweiten Quartal 2008 ihren Konzernumsatz um 45,4 Prozent auf 801,9 Mio Euro. An dem Umsatzanstieg von 250,3 Mio Euro hatte die erstmalige Einbeziehung von SBS mit einem Beitrag von 293,0 Mio Euro maßgeblichen Anteil. Das recurring EBITDA betrug 203,7 Mio Euro und übertraf den Vorjahreswert um 28,0 Prozent oder 44,6 Mio Euro. Aus der Erstkonsolidierung von SBS resultiert ein Ergebnisbeitrag von 76,5 Mio Euro. Das EBITDA stieg um 19,2 Prozent auf 189,3 Mio Euro (Q2 2007: 158,8 Mio Euro).

Ertragslage in Q2 2008: Pro-forma Zahlen für 2007

Auf Basis einer Pro-forma-Rechnung für das zweite Quartal verringerte sich das recurring EBITDA um 16,6 Prozent auf 203,7 Mio Euro (Pro-forma Q2 2007: 244,3 Mio Euro). Das EBITDA lag mit 189,3 Mio Euro um 17,7 Prozent unter dem Vorjahreswert (Pro-forma Q2 2007: 229,9 Mio Euro). Die rückläufige Umsatzentwicklung minderte das operative Konzernergebnis. Zudem wirkten sich höhere Kosten auf das Ergebnis aus. Insgesamt verzeichneten die Gesamtkosten einen Anstieg um 15,7 Mio Euro auf 657,2 Mio Euro. Darin enthalten sind Ergebnis mindernde Einmaleffekte in Höhe von 18,8 Mio Euro (Pro-forma Q2 2007: 15,5 Mio Euro), die sich im zweiten Quartal 2008 aufgrund von Reorganisationen und Portfoliobereinigungen ergaben.

Entwicklung der Segmente in Q2 2008

- **Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum:** Die externen Erlöse verringerten sich um 8,8 Prozent oder 43,5 Mio Euro auf 452,3 Mio Euro. Wie erwartet prägten die Schwierigkeiten im deutschen TV-Geschäft die Quartalsergebnisse. In Österreich verzeichnete die ProSiebenSat.1 Group hingegen ein Wachstum der TV-Werbeeinnahmen. In der Schweiz konnte die Gruppe die Werbeerlöse aufgrund negativer EM-Effekte zwar nicht steigern, jedoch auf Vorjahresniveau halten. Der Umsatzrückgang im deutschen Markt konnte teilweise durch Einsparungen bei den operativen Kosten kompensiert werden. Das recurring EBITDA verzeichnete einen Rückgang um 22,3 Prozent auf 115,8 Mio Euro (Q2 2007: 149,1 Mio Euro). Die deutsche Senderfamilie hat ihren Zuschauermarktanteil im Q2 2008 trotz EM auf hohem Niveau von 29,0 Prozent gehalten (Q2 2007: 29,5%).
- **Segment Free-TV International:** Auf Basis einer Pro-forma-Rechnung stieg der externe Segmentumsatz im internationalen Free-TV-Geschäft um 2,8 Prozent auf 214,7 Mio Euro (Pro-forma Q2 2007: 208,9 Mio Euro). Der Umsatzanstieg ist größtenteils auf höhere Werbeeinnahmen zurückzuführen. Zudem hat die positive Entwicklung der Distributionserlöse sowie der im vergangenen Jahr neu gestarteten Sender das Umsatzwachstum beschleunigt. Ein Anstieg der operativen Kosten bremste jedoch das Ergebniswachstum, so dass sich das recurring EBITDA um



11,4 Prozent auf 54,4 Mio Euro minderte (Pro-forma Q2 2007: 61,4 Mio Euro). Dazu führten insbesondere höhere Programmkosten und Anlaufkosten für Senderneustarts. Das EBITDA lag mit 53,6 Mio Euro 16,8 Prozent über Vorjahresniveau (Pro-forma Q2 2007: 45,9 Mio Euro). Der Vorjahreswert beinhaltet EBITDA belastende Einmaleffekte, die sich aus der Integration von ProSiebenSat.1 und SBS ergeben.

- **Segment Diversifikation:** Auf Basis eines Pro-forma-Vergleichs stiegen die externen Erlöse um 3,1 Prozent oder 4,0 Mio Euro auf 134,9 Mio Euro. Das recurring EBITDA sank um 1,1 Mio Euro auf 32,5 Mio Euro (-3,3%). Das EBITDA verringerte sich um 0,3 Mio Euro auf 35,7 Mio Euro (-0,8%). Der Ergebnismrückgang ergibt sich unter anderem aufgrund geringerer Call-TV-Erlöse von 9Live in Deutschland.

Prognose für 2008

Vor dem Hintergrund der Schwierigkeiten im deutschen Markt strebt die ProSiebenSat.1 Group für das Gesamtjahr 2008 ein recurring EBITDA an, das auf dem Niveau der berichteten Pro-forma-Zahlen für das Jahr 2007 liegt. Dazu beitragen werden Effizienzsteigerungen und Synergien aus der Integration von SBS und ProSiebenSat.1. Guillaume de Posch: „Wir müssen jedoch klar sagen, dass dieses Ergebnisziel mit Unsicherheiten behaftet ist. Sie liegen einerseits in der geringen Visibilität im Werbemarkt, andererseits in der weiteren gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in unseren Märkten.“ Operativ und strategisch sieht der Vorstandsvorsitzende Guillaume de Posch den Konzern dennoch auf dem richtigen Weg. „Wir haben entscheidende Maßnahmen eingeleitet, um unser Portfolio zu straffen und unsere Wettbewerbsfähigkeit im deutschen Markt zu verbessern. Mit gruppenweiten Programmen zur Effizienzsteigerung wollen wir im laufenden Geschäftsjahr Kosten in Höhe von 70 Mio Euro im Vergleich zum ursprünglich geplanten Budget einsparen. Wir erwarten, die hier gesteckten Ziele in der zweiten Jahreshälfte zu erreichen und signifikante Einsparungen zu realisieren - ohne unsere langfristigen Wachstumsziele zu gefährden.“

Der Konzern strebt an, seinen Verschuldungsgrad über Ergebniswachstum sowie über aus Desinvestitionen zufließende Mittel zu reduzieren. Vorbehaltlich kartellrechtlicher Genehmigungen soll der Verkauf von C More mit einem Unternehmenswert von rund 320 Mio Euro im zweiten Halbjahr 2008 erfolgen.

Hinweis:

Den Bericht zum zweiten Quartal 2008 sowie Kennzahlen zur Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalentwicklung und der Segmentberichterstattung finden Sie auf unserer Internetseite unter http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/finanzberichte/.



Kennzahlen der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (Konsolidierung von SBS seit Juli 2007)

Seite 4 von 4

	Q2 2008	Q2 2007	H1 2008	H1 2007
Umsatz	801,9	551,6	1.530,9	1.052,8
Operative Kosten	657,2	407,1	1.340,0	839,4
Recurring EBITDA*	203,7	159,1	292,2	241,2
EBITDA	189,3	158,8	274,1	240,8
Konzernüberschuss****	59,5	87,2	51,6	127,8
Bereinigter Konzernüberschuss**	73,6	88,2	79,6	129,9

Weitere Kennzahlen (Konsolidierung von SBS seit Juli 2007)

	Q2 2008	Q2 2007	H1 2008	H1 2007
Cash-flow aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit	379,4	337,7	634,5	630,7
Cash-flow aus der Investitionstätigkeit	-386,2	-219,9	-714,4	-480,3
Free Cash-flow	-6,7	117,8	-79,9	150,3
Nettofinanzposition***	3.689,1	-26,9	3.689,1	-26,9

Kennzahlen der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (Pro-forma)

	Q2 2008	Q2 2007	H1 2008	H1 2007
Umsatz	801,9	835,6	1.530,9	1.579,6
Operative Kosten	657,2	641,5	1.340,0	1.301,3
Recurring EBITDA*	203,7	244,3	292,2	362,4
EBITDA	189,3	229,9	274,1	346,8
Konzernüberschuss****	59,5	51,3	51,6	74,1

Pro-forma-Zahlen für 2007: Konsolidierung von SBS seit Januar 2007. Zahlen Q2 2007 nicht testiert.

Externe Umsatzerlöse nach Segmenten (Pro-forma)

	Q2 2008	Q2 2007	H1 2008	H1 2007
Free-TV im deutschsprachigen Raum	452,3	495,8	869,4	934,4
Free-TV International	214,7	208,9	390,7	382,6
Diversifikation	134,9	130,9	270,8	262,6

Pro-forma-Zahlen für 2007: Konsolidierung von SBS seit Januar 2007. Zahlen Q2 2007 nicht testiert.

* Recurring EBITDA = Bereinigtes EBITDA vor einmaligen, nicht wiederkehrenden Effekten.

** Bereinigter Konzernüberschuss (underlying net income): Konzernüberschuss vor Effekten aus Kaufpreisallokation.

***Inkl. C More/BTI.

****Nach Anteilen Dritter.