
Pressemitteilung



Q1 2012: ProSiebenSat.1 wächst in allen Segmenten

Seite 1

- **Konzernumsatz steigt um 6,5 Prozent auf 634,8 Mio Euro**
- **Umsatz im Segment „Digital & Adjacent“ wächst um 31,0 Prozent auf 70,5 Mio Euro**
- **Recurring EBITDA um 8,9 Prozent auf 141,6 Mio Euro erhöht**
- **Netto-Gewinn wächst um 50,3 Prozent auf 50,8 Mio Euro**
- **Positiver Jahresausblick für 2012, Wachstumsziele 2015 bekräftigt**

[Mit Beginn des Jahres 2012 hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Segmentstruktur an die Vier-Säulen-Wachstumsstrategie angepasst. Das Unternehmen berichtet nun in folgenden Segmenten: „Broadcasting German-speaking“, „Broadcasting International“, „Digital & Adjacent“, „Content Production & Global Sales“. Die Segmentberichterstattung des Vorjahres wurde entsprechend angepasst. Alle Aussagen und Werte beziehen sich auf die fortgeführten Geschäftstätigkeiten der ProSiebenSat.1 Group. Die verkauften belgischen und niederländischen Gesellschaften wurden im Juni bzw. Juli 2011 entkonsolidiert.]

München, 10. Mai 2012. Die ProSiebenSat.1 Group ist gut in das Jahr 2012 gestartet. Der Konzern steigerte seinen Gesamtumsatz im ersten Quartal 2012 um 6,5 Prozent auf 634,8 Mio Euro. Das recurring EBITDA übertraf den Vorjahreswert um 8,9 Prozent und erreichte 141,6 Mio Euro. Die operative Marge verbesserte sich auf 22,3 Prozent (Vorjahr: 21,8%) und spiegelt die hohe Profitabilität der Gruppe wider. Der Periodengewinn nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter erhöhte sich um 50,3 Prozent und beläuft sich auf 50,8 Mio Euro.

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG: „Unsere Wachstumsstrategie ist auch im neuen Jahr aufgegangen. Wir haben heute bereits über 30 Prozent des zusätzlichen Umsatzpotenzials, das wir bis 2015 erreichen wollen, realisiert. Alle unsere Segmente haben dazu beigetragen. Das ist ein sehr gutes Ergebnis. Vor allem der Bereich Digital & Adjacent entwickelt sich immer stärker zu einem unserer Wachstumstreiber. Damit sind wir unserem Ziel, ein digitales Entertainment-Powerhouse zu werden, ein großes Stück nähergekommen.“

Solides Wachstum im deutschen TV-Geschäft

Der deutsche Werbemarkt ist im ersten Quartal 2012 weiter gewachsen. Dabei hat TV seinen Anteil am Gesamtwerbemarkt um 1,8 Prozentpunkte auf 42,8 Prozent brutto gesteigert und zu Lasten von Print weiter an Relevanz im Media-Mix gewonnen. Hiervon profitierte die ProSiebenSat.1 Group, die ihre Einnahmen aus der Vermarktung von TV-Werbezeiten in ihrem Kernmarkt erhöhte und die führende Position im Werbegeschäft erfolgreich behaupten konnte. Bei seinen Zuschauern steigerte das deutsche Senderportfolio den Marktanteil gegenüber dem Vorjahresquartal um 1,0 Prozentpunkte auf 28,5

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
Konzernkommunikation
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



Prozent. Zum Wachstum trug unter anderem die gute Performance von sixx bei. Der erst im Mai 2010 gestartete Sender hat seine Quoten kontinuierlich gesteigert und zwischenzeitlich auf 0,8 Prozent erhöht. Der Gruppenmarktanteil unserer Sender in Österreich stieg im ersten Quartal 2012 ebenfalls um 1,0 Prozentpunkte und erreichte 20,2 Prozent. Auch hier konnte das Unternehmen die Erfolge bei seinen Zuschauern zu angemessenen Preisen kapitalisieren. Mit dem im März 2012 erworbenen Sender Austria 9 will der Konzern seinen Marktanteil weiter ausbauen und noch im Sommer 2012 in Kooperation mit sixx einen Senderrelaunch durchführen.

Im Gegensatz zu den TV-Werbeinnahmen ging der Umsatz aus dem Verkauf von Programmvermögenswerten im ersten Quartal 2012 zurück. Insgesamt erhöhten sich die Erlöse im Segment „Broadcasting German-speaking“ im ersten Quartal 2012 dennoch um 1,8 Prozent bzw. 7,3 Mio Euro auf 417,9 Mio Euro. Das recurring EBITDA wuchs gegenüber dem Vorjahr um 11,0 Prozent auf 108,6 Mio Euro. Umsatzsteigerung und Kosteneffizienz führten zu diesem deutlichen Anstieg des recurring EBITDA um 10,8 Mio Euro.

Nordeuropa weiter mit hohen Wachstumsraten

Auch im Segment „Broadcasting International“ konnte der Konzern höhere externe Erlöse gegenüber dem Vorjahresquartal generieren. Mit 135,4 Mio Euro lag der Umsatz 6,3 Prozent bzw. 8,0 Mio Euro über dem Vorjahresniveau. Wichtigster Wachstumstreiber war erneut das nordeuropäische Senderportfolio. Vor allem die TV-Sender in Norwegen steigerten ihre Werbeeinnahmen gegenüber dem ersten Quartal 2011 deutlich. Höhere Zuschauerquoten gingen in den nordischen Ländern mit einem Anstieg der Werbeeinnahmen einher. In Norwegen baute der Konzern den Zuschauermarktanteil seiner Senderfamilie um 2,4 Prozentpunkte auf 18,6 Prozent aus. Neben der erfolgreichen Entwicklung des Männersenders MAX resultiert das Wachstum auch aus der Neueinführung des Senders VOX Ende Januar 2012. Der neue Sender richtet sich speziell an Zuschauer über 30 Jahre und erzielte im ersten Quartal 2012 bereits einen Marktanteil von 0,6 Prozent. Während die ProSiebenSat.1 Group in den skandinavischen Ländern von ihrer guten Performance im Zuschauermarkt und einem höheren Investitionsvolumen der TV-Werbebranche profitierte, blieben die TV-Werbeerlöse in Osteuropa konjunkturbedingt unter dem Vorjahreswert.

Das recurring EBITDA verringerte sich gegenüber dem ersten Quartal 2011 um 3,4 Mio Euro auf 16,9 Mio Euro (-16,7% ggü. Vorjahr). Kostensteigerungen aufgrund höherer Programmkosten für den Ausbau des nordeuropäischen Senderportfolios und das rückläufige Ergebnis in Osteuropa führten zu einem Rückgang des recurring EBITDA im Segment „Broadcasting International“.

Investitionen in neue Wachstumsfelder zahlen sich aus

Hohe Wachstumsraten bei Umsatz und Ergebnis erzielte die ProSiebenSat.1 Group im Segment „Digital & Adjacent“. Dort stiegen die externen Erlöse um 31,0 Prozent bzw. 16,7 Mio Euro auf 70,5 Mio Euro. Die Umsatzsteigerung geht primär auf die Online-Sparte zurück. Zudem trieb erneut das noch junge Ventures-Geschäft das Wachstum an, insbesondere die Vermarktung von



Medialeistung an Start-up-Unternehmen. Darüber hinaus waren die Online-Games-Angebote und das Video-on-Demand-Portal maxdome für den Umsatzanstieg verantwortlich. In beiden Sparten stellte sich ProSiebenSat.1 im ersten Quartal breiter auf. So schloss der Konzern mit Sony Online Entertainment einen Exklusivvertrag über die europaweiten Lizenzen für acht Blockbuster-Games. Von Warner Bros. erwarb der Konzern ein umfangreiches Rechtepakett für maxdome und schloss mit Panasonic einen Vertrag für die technische Verbreitung der Online-Videothek. Mit 45.000 Titeln ist maxdome nicht nur das größte Video-on-Demand-Portal in Deutschland, sondern nun auch auf nahezu allen hybriden TV-Geräten direkt verfügbar. Insgesamt führte die positive Umsatzentwicklung in Verbindung mit unterproportional gestiegenen Kosten zu einer Steigerung des recurring EBITDA um 70,9 Prozent bzw. 7,3 Mio Euro auf 17,6 Mio Euro.

Dynamisches Umsatzwachstum bei Red Arrow

Eine dynamische Umsatzentwicklung verzeichnete auch das Segment „Content Production & Global Sales“. Die externen Erlöse beliefen sich nach den ersten drei Monaten des Jahres 2012 auf 11,0 Mio Euro – ein Anstieg um 175,0 Prozent bzw. 7,0 Mio Euro gegenüber dem ersten Quartal 2011. Die Programmproduktions- und Vertriebstochter Red Arrow Entertainment Group hat ihr Portfolio in den vergangenen Monaten durch verschiedene Akquisitionen erweitert und im ersten Quartal 2012 beispielsweise eine Mehrheitsbeteiligung an der britischen TV- und Filmproduktion Endor Productions erworben. In der zweiten Jahreshälfte wird das Unternehmen ein Vertriebsbüro in Hongkong eröffnen, um seine Aktivitäten auch in den schnell wachsenden asiatischen Märkten auszubauen. Kostensteigerungen im Zuge der Portfolio-Erweiterung führten zu einem Rückgang des recurring EBITDA um 1,9 Mio Euro auf minus 1,5 Mio Euro.

Konzernumsatz und Gesamtergebnis erneut gestiegen

Das Umsatzwachstum in allen vier Segmenten führte zu einem Anstieg des Konzernumsatzes auf 634,8 Mio Euro, was einer Steigerung um 6,5 Prozent bzw. 39,0 Mio Euro gegenüber dem Vorjahresniveau entspricht. Die operativen Kosten der ProSiebenSat.1 Group erhöhten sich im ersten Quartal 2012 – bereinigt um einmalige Aufwendungen und Abschreibungen – um 6,0 Prozent bzw. 27,9 Mio Euro auf insgesamt 494,9 Mio Euro. Die Gesamtkosten des Konzerns stiegen um 2,9 Prozent auf 525,6 Mio Euro (Vorjahr: 510,8 Mio Euro). Damit lag der Kostenanstieg erneut unter dem Umsatzwachstum. Hauptursache für den Kostenanstieg waren Investitionen in neue Wachstumsfelder, beispielsweise den Ausbau junger bzw. die Gründung neuer TV-Sender und die Expansion des weltweiten Produktionsportfolios. Zudem stieg der Werteverzehr auf das Programmvermögen.

Das um Einmaleffekte bereinigte recurring EBITDA übertraf den Vorjahreswert um 8,9 Prozent bzw. 11,6 Mio Euro und belief sich auf 141,6 Mio Euro. Die entsprechende operative Marge stieg auf 22,3 Prozent (Vorjahr: 21,8%). Das EBITDA verzeichnete ein Wachstum um 9,7 Mio Euro auf 137,2 Mio Euro (+7,6%).



Das Finanzergebnis verbesserte sich im ersten Quartal 2012 um 8,2 Prozent bzw. 3,2 Mio Euro auf minus 35,7 Mio Euro. Ursache hierfür sind geringere Zinsaufwendungen infolge einer reduzierten durchschnittlichen Verschuldung des Konzerns. Die ProSiebenSat.1 Group hatte im Sommer vergangenen Jahres 1,2 Mrd Euro ihrer Darlehen vorzeitig zurückgeführt und gleichzeitig den Großteil der verbliebenen Darlehen zu attraktiven Konditionen verlängert. Vor diesem Hintergrund verbesserte sich das Zinsergebnis um 20,6 Prozent oder 10,9 Mio Euro auf minus 42,0 Mio Euro. Das sonstige Finanzergebnis verringerte sich dagegen um 10,6 Mio Euro auf 0,3 Mio Euro. Dies ist einerseits auf Währungseffekte zurückzuführen. Andererseits enthält der Vorjahreswert einen einmaligen Bewertungsertrag, der im Rahmen der Erstkonsolidierung des Video-on-Demand-Portals maxdome entstand.

Nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter belief sich das Periodenergebnis auf 50,8 Mio Euro – ein Plus von 50,3 Prozent bzw. 17,0 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Der bereinigte Konzernüberschuss (underlying net income) stieg von 33,8 Mio Euro auf 54,5 Mio Euro (+61,2% ggü. Vorjahr).

Axel Salzmann, CFO: „Wir haben unser profitables Wachstum im ersten Quartal fortgesetzt und bestätigen unsere Ziele für 2012. Das Unternehmen hat in den ersten drei Monaten nicht nur seinen Umsatz und das recurring EBITDA gesteigert. Gleichzeitig haben wir aufgrund geringerer Finanzverbindlichkeiten unsere Zinsaufwendungen gesenkt und damit ein deutlich besseres Netto-Ergebnis erwirtschaftet. Die ProSiebenSat.1 Group hat eine hohe Ertragskraft und steht auf einem soliden Fundament – operativ und bilanziell.“

Solide Bilanzstruktur mit Eigenkapitalquote von rund 30 Prozent

Das Eigenkapital verzeichnete gegenüber dem 31. März 2011 einen ergebnisbedingten Anstieg um 382,5 Mio Euro auf 1,476 Mrd Euro. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich entsprechend signifikant von 17,4 Prozent auf 29,3 Prozent. Neben der verbesserten Ertragslage hat die Darlehenstilgung im August 2011 die Eigenkapitalbasis des Konzerns nachhaltig gestärkt.

Die Netto-Finanzverschuldung belief sich zum 31. März 2012 auf 1,923 Mrd Euro. Dies entspricht einem Rückgang um 39,0 Prozent bzw. 1,229 Mrd Euro gegenüber dem 31. März 2011. Der Verschuldungsgrad hat sich im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls deutlich verbessert. So ergab das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate zum 31. März 2012 den Wert 2,2. Damit liegt der Leverage-Faktor im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5. Zum Vorjahresstichtag am 31. März 2011 hatte der Wert noch das 3,4-fache des bereinigten EBITDA betragen. Gegenüber dem 31. Dezember 2011 hat sich die Netto-Finanzverschuldung hingegen leicht erhöht. Der Anstieg um 5,8 Prozent bzw. 105,0 Mio Euro resultiert aus einem im ersten Quartal saisonal bedingten negativen Free Cashflow (Q1 2012: -111,8 Mio Euro; Q1 2011: -141,1 Mio Euro). Den Großteil ihres Free Cashflows generiert die ProSiebenSat.1 Group üblicherweise im vierten Quartal.

Positiver Jahresausblick 2012 bestätigt



Die ProSiebenSat.1 Group ist mit dem ersten Quartal erfolgreich in das Jahr gestartet und bestätigt ihre Ziele für 2012: Der Konzern strebt auf Jahressicht einen Anstieg des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Dazu werden voraussichtlich alle Segmente beitragen. Vor allem im Bereich „Digital & Adjacent“ erwartet der Konzern dynamische Zuwachsraten. Das Umsatzwachstum wird auf Jahressicht zu einer Verbesserung des recurring EBITDA auf über 850 Mio Euro beitragen. Bezogen auf das bereinigte Jahresergebnis ist es ebenfalls unser Ziel, einen neuen Rekordwert zu erreichen. Basis hierfür sind neben höheren Umsätzen geringere Zins- und Finanzierungsaufwendungen von voraussichtlich mehr als 50 Mio Euro.

Bis 2015 hat der Konzern über alle Segmente hinweg ein zusätzliches Umsatzpotenzial von insgesamt 750 Mio Euro im Vergleich zum Jahr 2010 identifiziert. Durch konsequente Diversifikation will das Unternehmen in TV-verwandten Geschäftszweigen zusätzliches Wachstum erreichen und bis 2015 die Hälfte der Umsätze jenseits der klassischen TV-Werbung in Deutschland Erlösen.

Thomas Ebeling, CEO: „ProSiebenSat.1 hat im TV-Geschäft eine attraktive Marktposition. Unser Ziel ist es, diese weiter auszubauen und gleichzeitig die Effektivität von TV zu nutzen, um neue Marktfelder in angrenzenden Bereichen zu erschließen. Der gelungene Start ins laufende Geschäftsjahr zeigt erneut, dass wir mit unserer Vier-Säulen-Strategie die richtigen Weichen für nachhaltiges Wachstum gestellt haben.“

Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group für das erste Quartal 2012

In Mio Euro	Q1 2012	Q1 2011
Umsatz	634,8	595,8
Gesamtkosten	525,6	510,8
Operative Kosten ⁽¹⁾	494,9	467,0
Recurring EBITDA ⁽²⁾	141,6	130,0
Recurring EBITDA-Marge (in %)	22,3	21,8
EBITDA	137,2	127,5
Einmaleffekte	-4,4	-2,5
EBIT	110,9	86,2
Finanzergebnis	-35,7	-38,9
Netto-Ergebnis (Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter)	50,8	33,8
Bereinigter Konzernüberschuss ⁽³⁾ (underlying net income)	54,5	33,8
Free Cashflow	-111,8	-141,1

Fortgeführte Aktivitäten.



In Mio Euro	31. März 2012	31. Dezember 2011	31. März 2011
Eigenkapital	1.476,4	1.441,4	1.093,9
Eigenkapitalquote (in %)	29,3	28,6	17,4
Netto-Finanzverschuldung	1.922,9	1.817,8	3.152,3
Verschuldungsgrad ⁽⁴⁾	2,2	2,1	3,4

Seite 6 von 6

Fortgeführte Aktivitäten.

Kennzahlen nach Segmenten für das erste Quartal 2012

In Mio Euro	Q1 2012	Q1 2011
Broadcasting German-speaking		
Umsatz (extern)	417,9	410,6
Recurring EBITDA ⁽²⁾	108,6	97,8
Broadcasting International		
Umsatz (extern)	135,4	127,4
Recurring EBITDA ⁽²⁾	16,9	20,3
Digital & Adjacent		
Umsatz (extern)	70,5	53,8
Recurring EBITDA ⁽²⁾	17,6	10,3
Content Production & Global Sales		
Umsatz (extern)	11,0	4,0
Recurring EBITDA ⁽²⁾	-1,5	0,4

Fortgeführte Aktivitäten. ⁽¹⁾ Operative Kosten: Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. ⁽²⁾ Recurring EBITDA: Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. ⁽³⁾ Bereinigter Periodenüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter: Konzernergebnis vor Effekten aus Kaufpreisallokationen sowie nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten. Der Wert für 2011 ist unter anderem bereinigt um Wertminderungen (Impairment) in Höhe von 11,2 Mio Euro auf die 9Live-Marke sowie Effekte aus der Erstkonsolidierung von maxdome in Höhe von 18,2 Mio Euro.

⁽⁴⁾ Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate.

Weitere Kennzahlen können Sie unter www.prosiebensat1.com herunterladen. Dort finden Sie auch die Präsentation anlässlich der Veröffentlichung der Quartalszahlen und den Finanzbericht zum ersten Quartal 2012.