



## ProSiebenSat.1 Capital Markets Day: "Starke Leistung und großes Wachstumspotenzial in attraktiver Branche"

ProSiebenSat.1 Capital Markets Day: "Starke Leistung und großes Wachstumspotenzial in attraktiver Branche" ProSiebenSat.1 startet 2013 zwei neue Free-TV-Sender in Deutschland Segment "Digital <br> Adjacent" wesentlicher Wachstumstreiber ProSiebenSat.1-Games expandiert in die Türkei: Distributionspartnerschaft mit Dogan Media Group Ausblick für Geschäftsjahr 2012 bestätigt München, 10. Oktober 2012. Die ProSiebenSat.1 Group setzt ihre Wachstumsstrategie erfolgreich um. Bis Ende 2015 will der Konzern seinen Umsatz aus fortgeführten Aktivitäten gegenüber dem Jahr 2010 um mindestens 750 Mio Euro steigern. Über ein Drittel dieses Potenzials hat die ProSiebenSat.1 Group bereits zum Ende des zweiten Quartals 2012 realisiert. Das Segment "Digital <br> Adjacent" entwickelte sich deutlich dynamischer als erwartet und wird auch in den kommenden Jahren einen wesentlichen Wachstumsbeitrag leisten. Das gab das Unternehmen heute auf seinem Capital Markets Day in München bekannt. <br> Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Group: "Die erste Etappe auf dem Weg zu unserem Wachstumsziel 2015 haben wir schneller erreicht als geplant. Wir haben eine gute Wachstumsstrategie, die wir konsequent umsetzen: Fernsehen ist das Herzstück unseres Unternehmens. Gleichzeitig treiben wir die Diversifizierung unseres Konzerns voran und investieren in neue Wachstumsfelder wie Online-Games oder das Ventures-Geschäft. Die Millionenreichweite und Werbekraft unserer TV-Sender nutzen wir, um Produkte aus angrenzenden Geschäftsfeldern zu großen und erfolgreichen Marken aufzubauen. ProSiebenSat.1 zeigt eine starke operative Leistung und hat große Wachstumsmöglichkeiten in einer hochattraktiven Branche." <br> <br> 1. Broadcasting German-speaking: Neue TV-Sender und Marktinitiativen sorgen für Wachstum <br> Im Segment "Broadcasting German-speaking" plant die ProSiebenSat.1 Group bis Ende 2015 einen zusätzlichen Umsatz von mindestens 250 Mio Euro gegenüber dem Jahr 2010. Das Unternehmen erwirtschaftete bis Ende des ersten Halbjahres 2012 bereits 22 Prozent oder 56 Mio Euro des Wachstumsziels und erzielte damit den geplanten Wachstumsfortschritt im deutschsprachigen Raum. Den Hauptteil der zusätzlichen Erlöse erwartet ProSiebenSat.1 ab 2013. <br> 2013 starten SAT.1 Gold und ProSieben MAXX <br> Dazu werden auch zwei neue Free-TV-Sender beitragen, die der Konzern im kommenden Jahr startet. Am 17. Januar 2013 geht "SAT.1 Gold" on Air. Der Kanal richtet sich an kaufkräftige ältere, vorwiegend weibliche Zuschauer, eine Zielgruppe, die für Werbekunden immer mehr an Relevanz gewinnt. Mit "ProSieben MAXX" (Arbeitstitel) wird der Konzern 2013 einen zweiten neuen Free-TV-Sender starten. Der TV-Kanal fokussiert sich ebenfalls auf einkommensstarke Zuschauer, wird aber deutlich männlicher positioniert sein. <br> Mit zusätzlichem Wachstum rechnet die ProSiebenSat.1 Group auch durch steigende Distributionserlöse, die vor allem von der wachsenden HD-Verbreitung getrieben werden. Bis Ende 2015 erwartet der Konzern in Deutschland Umsatzerlöse von über 50 Mio Euro aus dem Distributionsgeschäft im Vergleich zum Jahr 2010. Darüber hinaus ergeben sich Wachstumsmöglichkeiten aus der Liberalisierung des regulatorischen Umfelds. Ab 2013 tritt für die öffentlich-rechtlichen Sender das Sponsoring-Verbot in Kraft. Auf Basis einer konservativen Schätzung beziffert die ProSiebenSat.1 Group das daraus resultierende Umsatzpotenzial für den privaten deutschen TV-Werbemarkt bis 2015 auf ca. 25 Mio Euro. Die Legalisierung von Werbung für Wetten und Lotterien dürfte im privaten deutschen TV-Werbemarkt bis 2015 zu einem Umsatzplus von ca. 80 Mio Euro führen. Weiteres Wachstumspotenzial sieht der Konzern in der Erschließung neuer Geschäftsmodelle wie dezentraler Werbung. <br> 2. Broadcasting International: Starke Position im Zuschauer- und Werbemarkt sowie neue TV-Sender stimulieren Wachstum <br> Die internationale TV- und Radiosparte der ProSiebenSat.1 Group soll bis 2015 im Vergleich zum Jahr 2010 zusätzlich mindestens 150 Mio Euro Umsatz erzielen. Bis zum Ende des zweiten Quartals 2012 realisierte die Gruppe bereits 53 Prozent oder 80 Mio Euro der geplanten Umsatzerlöse. ProSiebenSat.1 hat in seinen nordischen Märkten in den vergangenen sechs Jahren acht neue TV-Sender erfolgreich gestartet. Zudem profitiert das Unternehmen vom starken Konjunktur- und Werbemarktumfeld in Nordeuropa. <br> 3. Digital <br> Adjacent: Digitale Angebote und Ventures-Aktivitäten sind wesentliche Umsatztreiber <br> Das Segment "Digital <br> Adjacent" entwickelt sich mit seinen vier strategischen Bereichen Online-Video, Online-Games, Ventures <br> Commerce sowie Music besonders dynamisch. Bis Ende 2015 will das Unternehmen gegenüber 2010 im Segment "Digital <br> Adjacent" einen zusätzlichen Umsatz von mindestens 250 Mio Euro erzielen. Davon hat die Gruppe zum Ende des ersten Halbjahres 2012 bereits 38 Prozent oder 95 Mio Euro realisiert. <br> ProSiebenSat.1 erschließt türkischen Online-Games-Markt <br> Einen wichtigen neuen Akzent setzt ProSiebenSat.1 im Online-Games-Markt, dem weltweit am schnellsten wachsenden Entertainment-Bereich. Durch eine Distributionspartnerschaft mit der größten türkischen Mediengruppe, der Dogan Media Group, wird ProSiebenSat.1 sein Online-Games-Geschäft international weiter ausbauen. Mit rund 22 Millionen aktiven Spielern zählt die Türkei zu den strategisch wichtigsten Gaming-Märkten. Im August 2012 hatte ProSiebenSat.1 bereits eine Vermarktungskonkurrenz mit dem französischen TV-Sender TF 1 geschlossen. Weitere Distributionspartnerschaften innerhalb Europas folgen in Kürze. <br> ProSiebenSat.1 Group ist Deutschlands größter Media-Investor <br> Auch der Bereich "Ventures <br> Commerce" liefert starke Zuwachsraten. Die ProSiebenSat.1 Group betreibt ihr Ventures-Geschäft auf Basis eines innovativen Geschäftsmodells: Der Konzern stellt Werbezeiten seiner reichweitenstarken TV-Sender ausgewählten Start-up-Unternehmen zur Verfügung und erhält im Gegenzug eine Umsatz- und/oder Unternehmensbeteiligung. Damit ist die ProSiebenSat.1 Group Deutschlands größter Media-Investor und hat seit 2010 ein Ventures-Portfolio mit mehr als 40 Partnern bzw. Beteiligungen aufgebaut. <br> Bis 2015 erwartet die ProSiebenSat.1 Group mit ihren Digital- und Ventures-Aktivitäten mindestens auf Niveau des geplanten Umsatzziels von 435 Mio Euro zu liegen. Das Unternehmen geht jedoch davon aus, dass sich das Wachstum unter anderem durch den Ausbau der Internetplattform MyVideo zu einem Online-TV-Sender, die Internationalisierung des Games-Geschäfts sowie das starke Ventures-Portfolio stärker beschleunigt als ursprünglich angestrebt. Dadurch ergeben sich für die ProSiebenSat.1 Group bis zum Jahr 2015 über das bisherige Umsatzziel von 435 Mio hinausgehende Wachstumspotenziale im Segment "Digital <br> Adjacent". <br> 4. Content Production <br> Global Sales: Red Arrow als internationales Produktionshaus etabliert <br> Auch das Segment "Content Production <br> Global Sales" wächst schneller als geplant. Im Vergleich zum Jahr 2010 soll die vierte Säule bis 2015 über 100 Mio Euro zum zusätzlichen Umsatzwachstum beitragen. Davon realisierte ProSiebenSat.1 mit Ende des ersten Halbjahres 2012 bereits 40 Prozent, dies entspricht 40 Mio Euro. <br> Die Red Arrow Entertainment Group hat sich in kurzer Zeit von einem Start-up-Unternehmen zu einem international schlagkräftigen Produktions- und Vertriebshaus mit 18 Firmen in neun Ländern entwickelt. Zweieinhalb Jahre nach seiner Gründung liegt Red Arrow bereits auf Platz acht der weltweit führenden unabhängigen Produktionsunternehmen. Das Unternehmen produziert in den Schlüsselmärkten USA und Großbritannien TV-Formate für große Fernsehsender wie NBC ("Off Their Rockers"), ABC ("The Taste"), BBC ("Restless") oder ITV1 ("My Man Can"). <br> ProSiebenSat.1 bestätigt Ausblick für das Geschäftsjahr 2012 <br> Die ProSiebenSat.1 Group bestätigt ihre Ziele für das Gesamtjahr 2012. Das TV-Unternehmen strebt weiterhin eine Steigerung des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Hinsichtlich des recurring EBITDA ist es das Ziel, den Vorjahreswert von 850 Mio Euro zu übertreffen. Darüber hinaus erwartet das Unternehmen eine weitere Steigerung des bereinigten Jahresüberschusses, die vor allem von geringeren Zins- und Finanzierungsaufwendungen getragen werden wird. <br> Auf unserer Website [www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com) können Sie ab 11.00 Uhr alle Vorträge des Capital Markets Day 2012 live verfolgen und Präsentationsmaterial herunterladen. <br> <br> Ansprechpartner: <br> Julian Geist <br> Konzernsprecher <br> ProSiebenSat.1 Media AG <br> Medienallee 7 <br> D-85774 Unterföhring <br> Tel. +49 [89] 95 07-11 51 <br> Fax +49 [89] 95 07-911 51 <br> E-Mail: <br> Julian.Geist@ProSiebenSat1.com <br> <br> Stefanie Prinz <br> Konzernkommunikation <br> ProSiebenSat.1 Media AG <br> Medienallee 7 <br> D-85774 Unterföhring <br> Tel. +49 [89] 95 07-11 99 <br> Fax +49 [89] 95 07-911 99 <br> E-Mail: <br> Stefanie.Prinz@ProSiebenSat1.com <br>  [http://www.pressrelations.de/new/pmcouter.cfm?n\\_pnr\\_=510355](http://www.pressrelations.de/new/pmcouter.cfm?n_pnr_=510355) width="1" height="1">

### Pressekontakt

ProSiebenSat.1 Media AG

85767    Unterföhring

### **Firmenkontakt**

ProSiebenSat.1 Media AG

85767    Unterföhring

Die ProSieben Media AG und SAT.1 haben sich zum größten deutschen Fernsehunternehmen zusammengeschlossen. Die vier Fernsehsender SAT.1, ProSieben, Kabel 1 und N24 sowie sämtliche Tochterunternehmen und Beteiligungen beider Partner firmieren unter der Beteiligungsgesellschaft ProSiebenSat.1 Media AG.