

## ProSiebenSat.1 steigert im 1. Quartal 2013 in allen Segmenten Umsatz und Ergebnis

ProSiebenSat.1 steigert im 1. Quartal 2013 in allen Segmenten Umsatz und Ergebnis  
[Alle Aussagen und Werte beziehen sich - soweit nicht anders angegeben - auf die fortgeführten Geschäftstätigkeiten. Die nord- und osteuropäischen TV- und Radio-Aktivitäten wurden im Dezember 2012 veräußert bzw. stehen zum Verkauf. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst. Der Abschluss der Nordeuropa-Transaktion erfolgte am 9. April 2013.]  
München, 7. Mai 2013. Die ProSiebenSat.1 Group ist im ersten Quartal 2013 weiter dynamisch gewachsen. Der Konzern steigerte seinen Gesamtumsatz um 12,7 Prozent auf 562,8 Mio Euro (Vorjahr: 499,4 Mio Euro). Das recurring EBITDA übertraf den Vorjahreswert um 4,7 Prozent und erreichte 128,0 Mio Euro (Vorjahr: 122,2 Mio Euro). Zu dieser positiven Entwicklung haben alle drei Segmente beigetragen. Stärkster Wachstumstreiber war mit einer Steigerung von 43,9 Prozent auf 96,7 Mio Euro erneut das Segment Digital <br> Adjacent (Vorjahr: 67,2 Mio Euro). Auch im Segment Broadcasting German-speaking entwickelte sich der Umsatz aufgrund gestiegener Werbe- und Distributionserlöse positiv. Der bereinigte Konzernüberschuss (underlying net income) erhöhte sich um 23,8 Prozent auf 50,9 Mio Euro (Vorjahr: 41,1 Mio Euro).  
Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG: "Wir sind sehr zufrieden mit unserem Start in das neue Geschäftsjahr. Alle Segmente sind im ersten Quartal 2013 gewachsen, unser Digital <br> Adjacent-Geschäft entwickelt sich weiterhin äußerst dynamisch. Auch bei unseren langfristigen Zielen machen wir sehr gute Fortschritte. 61 Prozent des Umsatzwachstums, das wir ausgehend vom Jahr 2010 bis 2015 zusätzlich erwirtschaften wollen, haben wir bereits umgesetzt. Für unser Segment Digital <br> Adjacent haben wir bis 2015 aufgrund der starken Performance ein weiteres Umsatz-Wachstumspotenzial von mehr als 150 Millionen Euro identifiziert. Wir treiben die Vernetzung unserer TV- und Digitalbereiche mit aller Kraft voran, darin liegt für uns ein großes Erfolgspotenzial. Als Nummer 1 im deutschsprachigen Free-TV-Markt erreichen wir mit unseren Fernsehsendern jeden Tag viele Millionen Menschen. Diese Reichweite nutzen wir konsequent, um neue Geschäftsfelder und Produkte aufzubauen und haben damit eine starke Perspektive für langfristiges Wachstum."  
Deutsche ProSiebenSat.1-Sender wachsen stärker als der Markt  
Im Segment Broadcasting German-speaking stieg der Umsatz der ProSiebenSat.1 Group im ersten Quartal 2013 um 4,7 Prozent auf 441,1 Mio Euro (Vorjahr: 421,2 Mio Euro). In Deutschland konnte der Konzern seine Einnahmen aus der Vermarktung von TV-Werbezeiten nach einem positiven Vorjahresquartal weiter steigern und seine führende Position im TV-Werbemarkt auf 44,3 Prozent brutto ausbauen (Vorjahr: 42,7%). Zudem sind die deutschen TV-Sender stärker gewachsen als der Markt. Gleichzeitig ist die Relevanz des Fernsehens als Werbemedium weiter gestiegen, der Bruttoanteil am Gesamtwerbemarkt erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 1,6 Prozentpunkte auf 44,2 Prozent (Vorjahr: 42,6%, brutto). Die österreichischen ProSiebenSat.1-Sender steigerten ihren Anteil am Brutto-TV-Werbemarkt auf 35,6 Prozent (Vorjahr: 32,3 Prozent) und stiegen damit zum Marktführer auf.  
Der Gruppenmarktanteil der deutschen TV-Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx sowie SAT.1 Gold lag im ersten Quartal 2013 bei 26,6 Prozent (Vorjahr: 28,5%). Im Verlauf des ersten Quartals konnte die Gruppe deutlich zulegen. Gegenüber Januar 2013 stieg der Marktanteil des deutschen Senderportfolios um 1,2 Prozentpunkte auf 27,2 Prozent im März 2013. SAT.1 übertraf das Januar-Ergebnis im März 2013 um 0,7 Prozentpunkte. Die ProSiebenSat.1 Group startet in den kommenden Wochen insbesondere für SAT.1 eine umfangreiche Programmoftensive und hat sich beispielsweise den Comedy-Star "Cindy aus Marzahn" für eine exklusive Zusammenarbeit gesichert. Darüber hinaus laufen Formate wie "Der letzte Bulle" (bis zu 17,3%), "Homeland" (bis zu 18,3%) oder "The Biggest Loser" (bis zu 14,3%) kontinuierlich über Senderschnitt. Mit der neuen Erfolgsshow "The Voice Kids" und durchschnittlichen Marktanteilen von 20,6 Prozent sicherte sich SAT.1 in den vergangenen Wochen mehrfach den Tagessieg.  
Auch die weiterhin dynamische Steigerung der Distributionserlöse - vor allem aus dem Vertrieb der HD-Sender - trug im ersten Quartal 2013 erneut zum Wachstum des Segments Broadcasting German-speaking bei. Die Umsätze aus dem Basic-Pay-TV-Geschäft, die im ersten Quartal 2013 erstmals im Segment Broadcasting German-speaking unter den Distributionserlösen ausgewiesen wurden, haben sich ebenfalls positiv entwickelt. Mit der Umgliederung bündelt der Konzern seine Free- und Pay-TV-Aktivitäten nun konsequent in einem Segment. Über steigende Distributionserlöse aus dem Vertrieb der HD- und Basic-Pay-TV-Sender diversifizierte die ProSiebenSat.1 Group ihre Umsatzquellen auch innerhalb des TV-Kerngeschäfts.  
Das recurring EBITDA des Segments Broadcasting German-speaking stieg im ersten Quartal 2013 auf 111,0 Mio Euro. Dies entspricht einer Steigerung um 1,7 Prozent bzw. 1,9 Mio Euro gegenüber dem Vorjahreswert. Hier wirkten sich neben Maßnahmen zum Ausbau des Senderportfolios höhere Programmkosten auf die Ergebnisentwicklung aus.  
Digital <br> Adjacent wächst um über 40 Prozent  
Das Segment Digital <br> Adjacent setzte seinen starken Wachstumskurs im ersten Quartal 2013 weiter fort. Die externen Umsatzerlöse stiegen um 43,9 Prozent bzw. 29,5 Mio Euro auf 96,7 Mio Euro. Damit verbuchte ProSiebenSat.1 in diesem Segment erneut einen Umsatzanstieg von über 40 Prozent. Zu dieser Entwicklung trugen alle vier Segmentsäulen mit einem mindestens zweistelligen Wachstum bei, die Umsätze aus dem Ventures- <br> Commerce-Bereichs stiegen überproportional.  
Online-Video: Die ProSiebenSat.1 Group ist mit einem Marktanteil von 48 Prozent auch im Internet Deutschlands führender Bewegtbild-Vermarkter. Im ersten Quartal trieb die Gruppe den Ausbau des Internetportals MyVideo zu einem Online-TV-Sender weiter voran. Mit "Last Man Standing", einem achtstündigen Poker-Live-Event, generierte MyVideo im März über vier Millionen Video Views. Zudem leistete die Video-on-Demand-Plattform maxdome einen wesentlichen Beitrag zum Umsatzwachstum. Das Portal ist mit 50.000 Titeln, einem Marktanteil von 40 Prozent sowie einer Million aktiver User Deutschlands größte Onlinevideothek. Darüber hinaus ist maxdome auf 70 Prozent aller Smart-TV-Geräte bereits vorinstalliert.  
Online-Games: Die Games-Sparte ist im ersten Quartal 2013 weiter dynamisch gewachsen. Der Konzern sicherte sich mit "Gunz2" sowie "Creatures" erneut zwei attraktive Titel für die internationale Vermarktung und brachte zudem eine europaweite Games-App erfolgreich auf den Markt. Auf den Gaming-Plattformen der ProSiebenSat.1 Group sind rund 16 Millionen Gamer registriert.  
Ventures <br> Commerce: Das Ventures- <br> Commerce-Geschäft leistete im ersten Quartal den stärksten Wachstumsbeitrag innerhalb des Segments. Die ProSiebenSat.1 Group stellt ausgewählten Start-up-Unternehmen TV-Werbung auf seinen reichweitenstarken Sendern zur Verfügung und erhält im Gegenzug eine Umsatz- und/oder Unternehmensbeteiligung. Seit 2010 hat die ProSiebenSat.1 Group auf diese Weise ein Ventures-Portfolio mit 61 Partnerschaften inklusive strategischer Beteiligungen aufgebaut. Im ersten Quartal erweiterte der Konzern sein Portfolio um strategische Beteiligungen an der Fashion-Community Stylight sowie dem E-Commerce-Anbieter Outstore. Zudem gründete der Konzern den Inkubator Epic Companies, der Start-up-Unternehmen von der Gründungsphase an mit aufbaut.  
Music: Auch die Erlöse aus dem Music- und Live-Entertainment-Geschäft entwickelten sich erfreulich. Der Konzern betreibt mit TICKETHALL seit Februar 2013 eine eigene Online-Ticketing-Plattform und hat erfolgreiche Künstler wie Lenny Kravitz, Die Fantastischen Vier oder Heino unter Vertrag.  
Das recurring EBITDA des Segments Digital <br> Adjacent stieg im ersten Quartal 2013 auf 20,0 Mio Euro. Dies entspricht einer Steigerung um 14,6 Prozent, hier wirkten sich Investitionen in die Wachstumsinitiativen des Konzerns aus.  
Red Arrow-Formate weltweit erfolgreich auf Sendung  
Im Segment Content Production <br> Global Sales übertraf der externe Umsatz mit 25,1 Mio Euro den Vorjahreswert von 11,0 Mio Euro deutlich. Red Arrow Entertainment profitiert von einem breit aufgestellten Portfolio mit weltweit 17 Produktionsfirmen in neun Ländern. Drei Jahre nach Start zählt die ProSiebenSat.1-Tochter bereits zu den Top 10 der international unabhängigen Produktionsunternehmen. Im ersten Quartal 2013 waren weltweit erfolgreiche Red Arrow-Formate on Air: Auf dem US-Sender ABC lief die innovative Kochshow "The Taste" als stärkstes nicht-fiktionales Programm seit zwei Jahren an. In Großbritannien erreichte die TV-Show "Off Their Rockers" auf dem größten Privatsender ITV1 fast sechs Millionen Zuschauer.  
Das recurring EBITDA des Segments verbesserte sich aufgrund höherer Umsätze sowie gleichzeitig unterproportional gestiegener Kosten im ersten Quartal 2013 um 0,4 Mio Euro auf minus 1,2 Mio Euro (Vorjahr: minus 1,5 Mio Euro).  
ProSiebenSat.1 investiert kontinuierlich in Wachstumfelder  
Die ProSiebenSat.1 Group verschafft sich durch den Ausbau strategisch relevanter Konzernbereiche langfristige Wachstumsperspektiven. Ziel ist es, die Geschäftsaktivitäten noch stärker zu diversifizieren und sich zusätzlich zum klassischen TV-Werbegeschäft weitere Erlösquellen zu erschließen. Neben den Akquisitionen der vergangenen Monate führten weitere Investitionen in die Wachstumssegmente erwartungsgemäß zu einem Kostenanstieg im ersten Quartal 2013. Die operativen Kosten erhöhten sich im Vergleich zum Vorjahr um 15,7 Prozent bzw. 59,4 Mio Euro auf 438,3 Mio Euro.  
ProSiebenSat.1 mit sehr solider Kapitalstruktur  
Die Netto-Finanzverschuldung verbesserte sich gegenüber dem 31. März 2012 um 4,9 Prozent bzw. 93,8 Mio Euro auf 1,829 Mrd Euro. Der Verschuldungsgrad hat sich im Vergleich zum Vorjahr leicht verbessert. Zum 31. März 2013 ergab das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung vor Umgliederung der liquiden Mittel der nord- und osteuropäischen Aktivitäten

zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM recurring EBITDA) den Faktor 2,1. Damit liegt der Verschuldungsgrad im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5. Zum Vorjahresstichtag am 31. März 2012 hatte der Wert noch das 2,2-fache des bereinigten EBITDA betragen. Am 9. April 2013 wurde der Verkauf der nordeuropäischen TV- und Radio-Aktivitäten an Discovery Communications vollzogen. Die ProSiebenSat.1 Group wird wie angekündigt einen Betrag von 500 Mio Euro aus den Verkaufserlösen zur Reduzierung ihrer Finanzverbindlichkeiten verwenden und damit ihre Kapitalstruktur weiter stärken. Ende April dieses Jahres hat der Konzern bereits 113 Mio Euro vorzeitig zurückgeführt, ein zusätzlicher Betrag in Höhe von 387 Mio Euro wird im zweiten Quartal 2013 folgen. Danach werden sich die Darlehen der Gruppe auf 1,860 Mrd Euro (Nominalvolumen) belaufen. Die Gruppe betreibt ein proaktives Bilanzmanagement und zieht in Betracht, zur weiteren Optimierung der Finanzierungsstruktur einen Teil der bis Juli 2015/2016 laufenden endfälligen Darlehen bis Juli 2018 zu verlängern. Die ProSiebenSat.1 Group hat den Darlehensgebern ein entsprechendes Angebot unterbreitet. Dividende von 5,65 Euro je Vorzugsaktie und 5,63 Euro je Stammaktie vorgeschlagen. Neben den genannten Darlehensrückführungen in Höhe von 500 Mio Euro wird die ProSiebenSat.1 Group die Erlöse aus dem Verkauf des nordeuropäischen TV- und Radioportfolios in den laufenden Geschäftsbetrieb investieren. Dementsprechend steht der operative Cashflow in größerem Umfang für andere Zwecke zur Verfügung. Der Vorstand wird der Hauptversammlung, die am 23. Juli 2013 stattfindet, für das Jahr 2012 eine Dividende in Höhe von 5,65 Euro je Vorzugsaktie (Vorjahr: 1,17 Euro) bzw. 5,63 Euro je Stammaktie (Vorjahr: 1,15 Euro) vorschlagen. Dies entspricht einer Ausschüttungssumme von rund 1,2 Mrd Euro (Vorjahr: 245,7 Mio Euro). Der Verschuldungsgrad der ProSiebenSat.1 Group wird sich nach der Ausschüttung weiterhin in dem bereits früher kommunizierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5 bezogen auf das Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA des Konzerns bewegen (LTM). Zudem wird das Unternehmen der kommenden Hauptversammlung eine Umwandlung der stimmrechtslosen Vorzugsaktien in stimmberechtigte Stammaktien vorschlagen. Im Rahmen dieser Umwandlung, die ohne Erfordernis einer Zuzahlung seitens der Vorzugsaktionäre durchgeführt werden soll, würden sämtliche Stammaktien zum Börsenhandel zugelassen. ProSiebenSat.1 bestätigt positiven Jahresausblick. Die ProSiebenSat.1 Group ist mit allen Segmenten positiv in das Jahr 2013 gestartet und bestätigt ihren Ausblick für das Gesamtjahr. Beim Umsatz rechnet der Konzern nach wie vor mit einer Steigerungsrate im mittleren einstelligen Prozentbereich. In Bezug auf das recurring EBITDA strebt der Konzern einen Wert über dem entsprechenden Vorjahresniveau von 744,8 Mio Euro (fortgeführte Aktivitäten) an. Dazu werden alle Segmente beitragen. Darüber hinaus unterstreicht die Gruppe auch ihre langfristigen Wachstumsziele. Mit Abschluss des ersten Quartals 2013 hat der Konzern bereits 61 Prozent des Umsatzpotenzials realisiert, das im Vergleich zum Jahr 2010 bis 2015 erwirtschaftet werden soll. Nach dem Verkauf der nordeuropäischen TV- und Radio-Aktivitäten beträgt das Wachstumsziel bis 2015 über 600 Mio Euro. In diesem Betrag ist das zusätzliche Umsatzpotenzial von 150 Mio Euro aus dem Segment Digital Adjacent nicht enthalten. Ansprechpartner: Julian Geist, Konzernsprecher, ProSiebenSat.1 Media AG, Medienallee 7, D-85774 Unterföhring, Tel. +49 [89] 95 07-1151, Fax +49 [89] 95 07-91151, E-Mail: Julian.Geist@ProSiebenSat1.com, Stefanie Prinz, Leiterin Kommunikation Unternehmen und Finanzen, ProSiebenSat.1 Media AG, Medienallee 7, D-85774 Unterföhring, Tel. +49 [89] 95 07-1199, Fax +49 [89] 95 07-91199, E-Mail: Stefanie.Prinz@ProSiebenSat1.com

## Pressekontakt

ProSiebenSat.1 Media AG

85767 Unterföhring

prosiebensat1.de

## Firmenkontakt

ProSiebenSat.1 Media AG

85767 Unterföhring

prosiebensat1.de

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.