
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 wächst im dritten Quartal 2014 weiter profitabel

Seite 1

- **Konzernumsatz wächst um 10,5% auf 637,5 Mio Euro**
- **Recurring EBITDA legt um 7,9% auf 162,9 Mio Euro zu**
- **Bereinigter Konzernüberschuss steigt um 13,9% auf 74,7 Mio Euro**
- **Konzern bekräftigt positiven Jahresausblick**
- **Umsatzziel 2015 wird bereits Ende 2014 erreicht**

München, 6. November 2014. ProSiebenSat.1 ist weiter auf Erfolgskurs: Im dritten Quartal 2014 steigerte der Konzern seinen Umsatz um 10,5 Prozent auf 637,5 Mio Euro (Vorjahr: 576,9 Mio Euro). Alle drei Segmente wuchsen profitabel, entsprechend stieg das recurring EBITDA im Vergleich zum Vorjahresquartal um 7,9 Prozent auf 162,9 Mio Euro (Vorjahr: 151,0 Mio Euro). Der bereinigte Konzernüberschuss (underlying net income) erhöhte sich deutlich um 13,9 Prozent auf 74,7 Mio Euro (Vorjahr: 65,6 Mio Euro).

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

Auch auf Neunmonatssicht zieht ProSiebenSat.1 eine positive Bilanz: Das Unternehmen steigerte seinen Umsatz um 8,2 Prozent und erwirtschaftete 1,910 Mrd Euro (Vorjahr: 1,765 Mrd Euro). Das recurring EBITDA erhöhte sich um 7,0 Prozent auf 522,2 Mio Euro (Vorjahr: 488,2 Mio Euro), der bereinigte Konzernüberschuss stieg um 7,9 Prozent auf 238,5 Mio Euro (Vorjahr: 221,1 Mio Euro).

E-Mail:

Julian.Geist@ProSiebenSat1.com

Stefanie Prinz
Konzernkommunikation
ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07-11 99
Fax +49 [89] 95 07-911 99

Das Wachstum wurde in beiden Zeiträumen maßgeblich von den Digitalaktivitäten des Konzerns getrieben, gleichzeitig entwickelte sich das Segment Content Production & Global Sales dynamisch. Damit sind die Umsatzerlöse außerhalb des klassischen TV-Werbe-geschäfts weiter gestiegen. Im dritten Quartal 2014 erhöhte sich ihr Anteil am Konzernumsatz auf 31,4 Prozent (Vorjahr: 26,9%).

E-Mail:

Stefanie.Prinz@ProSiebenSat1.com

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender: „ProSiebenSat.1 ist wirtschaftlich und strategisch auf einem sehr guten Weg. Wir sind im dritten Quartal 2014 in allen Segmenten profitabel gewachsen und streben ein neues Rekordjahr an. Gleichzeitig entwickeln wir unsere Gruppe in allen Bereichen zukunftsorientiert weiter. Durch den kontinuierlichen Ausbau und die Vernetzung unseres TV-Geschäfts mit dem Digitalsegment haben wir eine hervorragende Ausgangsbasis für weiteres Wachstum geschaffen.“

Pressemitteilung online:

www.ProSiebenSat1.com

Broadcasting German-speaking: TV-Zuschauermarktanteile klar ausgebaut, Distributionserlöse weiter gesteigert

Im Segment Broadcasting German-speaking legten die externen Umsätze im dritten Quartal 2014 um 3,7 Prozent auf 437,6 Mio Euro (Vorjahr: 421,9 Mio



Euro) zu, auf Neunmonatssicht stiegen sie um 3,6 Prozent auf 1,398 Mrd Euro (Vorjahr: 1,350 Mrd Euro). Die positive Umsatzentwicklung resultierte aus höheren TV-Werbeerlösen sowie weiter steigenden Distributionsumsätzen. Trotz wachstumsbedingt höherer Kosten im Zusammenhang mit dem Ausbau des Senderportfolios stieg das recurring EBITDA im dritten Quartal 2014 um 1,9 Prozent auf 129,0 Mio Euro (Vorjahr: 126,6 Mio Euro). Auf Neunmonatssicht erhöhte sich das recurring EBITDA um 4,1 Prozent auf 437,2 Mio Euro (Vorjahr: 420,0 Mio Euro).

Bei den Zuschauerquoten legte die ProSiebenSat.1 Group in beiden Betrachtungszeiträumen deutlich zu: Im dritten Quartal 2014 kam der Konzern auf einen Gruppenmarktanteil von 29,3 Prozent (Vorjahr: 28,5%, Zuschauer 14-49 Jahre). In den ersten neun Monaten stieg der Marktanteil – trotz der Olympischen Winterspiele sowie der Fußball-Weltmeisterschaft – auf 28,4 Prozent (Vorjahr: 27,6%). Ausschlaggebend waren insbesondere höhere Marktanteile in der SAT.1-Daytime, starke Showformate in SAT.1 und auf ProSieben sowie das kontinuierliche Wachstum der jüngeren Sender sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX.

Auch im TV-Werbemarkt ist ProSiebenSat.1 mit einem Brutto-Marktanteil von 43,8 Prozent weiterhin führend (Quelle: Nielsen Media Research). Die Sendergruppe profitierte im dritten Quartal 2014 sowohl von einem positiven Marktumfeld als auch von strukturellen Änderungen im Werbegeschäft: TV ist mit plus 7,0 Prozent erneut am stärksten gewachsen und konnte seinen Brutto-Anteil im Mediamix gleichzeitig um 1,7 Prozentpunkte auf 44,2 Prozent ausbauen.

Darüber hinaus sind die Distributionserlöse erneut gestiegen. Gegenüber dem Vorjahresquartal steigerte der Konzern seinen Distributionsumsatz um 27,9 Prozent. Dies ist vor allem auf höhere Nutzerzahlen zurückzuführen: Die Anzahl der HD-Free-TV-Nutzer stieg im dritten Quartal 2014 um 1,2 Mio auf insgesamt 5,1 Mio (Vorjahr: 3,9 Mio).

Digital & Adjacent: Umsatz und Ergebnis steigen weiter zweistellig

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihr dynamisches Wachstum im Segment Digital & Adjacent im dritten Quartal 2014 fortgesetzt: Der externe Umsatz stieg um 27,8 Prozent auf 158,7 Mio Euro (Vorjahr: 124,1 Mio Euro). Damit erhöhte sich der Anteil der Digital & Adjacent-Aktivitäten am Konzernumsatz auf 24,9 Prozent (Vorjahr: 21,5%). Auf Neunmonatssicht stieg der externe Umsatz um 24,1 Prozent auf 413,9 Mio Euro (Vorjahr: 333,4 Mio Euro). Dazu trugen alle drei Business-Units bei. Angesichts der starken Umsatzentwicklung ist auch das Ergebnis zweistellig gewachsen: Das recurring EBITDA erhöhte sich im dritten Quartal 2014 um 18,6 Prozent auf 32,3 Mio Euro (Vorjahr: 27,2 Mio Euro). Auf Neunmonatssicht betrug das recurring EBITDA 86,9 Mio Euro (Vorjahr: 71,6 Mio Euro), dies entspricht einem Plus von 21,4 Prozent.

Stärkster Umsatztreiber war das Digital-Commerce-Geschäft. Insbesondere das Reise-Cluster mit den im Januar 2014 erstmals in den Konzernabschluss einbezogenen Reiseportalen weg.de und ferien.de entwickelte sich weiterhin



sehr positiv. Aktuell umfasst das Ventures-Portfolio der ProSiebenSat.1 Group 57 Beteiligungen und Partnerschaften.

Seite 3 von 6

Auch im Digital-Entertainment-Geschäft hat das Unternehmen erneut zugelegt: Mit einem Plus von 23,6 Prozent hat ProSiebenSat.1 seine führende Position als Online-Bewegtbild-Vermarkter auf 50,4 Prozent ausgebaut (Vorjahr: 47,4%) und ist stärker gewachsen als der Markt (+16,3%). Die Zahl der Online-Video-Views steigerte der Konzern im dritten Quartal 2014 auf 1,14 Mrd (Vorjahr: 495 Mio), was maßgeblich auf die zunehmende Nutzerzahl bei Studio71, dem Multi-Channel-Network der ProSiebenSat.1 Group, zurückzuführen ist.

Content Production & Global Sales: US-Geschäft treibt Wachstum

Im Segment Content Production & Global Sales erhöhte sich der externe Umsatz im dritten Quartal 2014 um 33,4 Prozent auf 41,2 Mio Euro (Vorjahr: 30,9 Mio Euro). In den ersten neun Monaten des Jahres stiegen die externen Umsätze um 20,2 Prozent auf 97,8 Mio Euro (Vorjahr: 81,4 Mio Euro). Vor diesem Hintergrund legte das recurring EBITDA im dritten Quartal 2014 um 4,3 Mio Euro auf 2,2 Mio Euro (Vorjahr: -2,1 Mio Euro) zu. Auf Neunmonatssicht erreichte das recurring EBITDA 1,0 Mio Euro (Vorjahr: -0,3 Mio Euro).

Den größten Beitrag lieferte im dritten Quartal 2014 das Produktionsgeschäft in den USA. Neben organischem Wachstum wirkte sich hier auch die Konsolidierung der US-Produktionsfirma Half Yard Productions seit März 2014 positiv aus. Gleichzeitig erzielte die Red Arrow Entertainment Group neue Produktions- und Verkaufserfolge im US-amerikanischen TV-Markt: Die von der US-Tochter Kinetic Content produzierte Show „Married at First Sight“ ist das bislang erfolgreichste Format des US-Senders FYI. FYI hat eine zweite Staffel bereits in Auftrag gegeben. Insgesamt hat sich das erfolgreiche Red Arrow-Format bereits in über 15 Länder verkauft.

Konzern investiert in nachhaltiges Wachstum aller Segmente

Der Konzern investiert in allen Segmenten in nachhaltiges Wachstum und stärkt seine Marktposition durch strategische Akquisitionen. Ziel ist es, Erlösmodelle zu diversifizieren und in schnell wachsende Märkte zu expandieren. Insbesondere im Segment Digital & Adjacent stiegen die Kosten im dritten Quartal 2014 wachstumsbedingt. Im TV-Kerngeschäft wirkten sich zudem höhere Kosten im Zusammenhang mit dem Ausbau des Senderportfolios aus. Vor diesem Hintergrund erhöhten sich die Gesamtkosten um 13,8 Prozent bzw. 63,1 Mio Euro auf 520,0 Mio Euro. Die um Einmalaufwendungen und Abschreibungen bereinigten operativen Kosten betragen 478,8 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg um 11,6 Prozent oder 49,7 Mio Euro gegenüber dem Vorjahresquartal.

Finanzergebnis deutlich verbessert, Verschuldungsgrad im Zielkorridor

Das Finanzergebnis hat sich im dritten Quartal 2014 deutlich verbessert und belief sich auf minus 22,9 Mio Euro nach minus 35,2 Mio Euro im Vorjahr. ProSiebenSat.1 hat seine Finanzierung durch die Platzierung einer Anleihe sowie einer neuen syndizierten Kreditvereinbarung im April 2014 auf eine



breitere Basis gestellt und damit das Laufzeitenprofil verlängert und diversifiziert. Seither profitiert der Konzern von günstigeren Konditionen.

Seite 4 von 6

Der Verschuldungsgrad des Konzerns, der sich aus dem Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM recurring EBITDA) ergibt, belief sich zum 30. September 2014 auf den Faktor 2,2 und lag damit im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5 (30. September 2013: 2,2).

ProSiebenSat.1 bekräftigt positiven Jahresausblick

Die ProSiebenSat.1 Group bekräftigt ihren positiven Jahresausblick. Der Konzern hatte seine Umsatzprognose auf dem Kapitalmarkttag Mitte Oktober konkretisiert. ProSiebenSat.1 rechnet auf Jahressicht nun mit einem Umsatzzanstieg im hohen einstelligen Prozentbereich. Zuvor war das Unternehmen von einem Umsatzzanstieg im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich ausgegangen. Hinsichtlich des recurring EBITDA sowie des bereinigten Konzernüberschusses erwartet die Gruppe ebenfalls ein Ergebnis über Vorjahr. Zudem rechnet ProSiebenSat.1 damit, das Umsatzwachstumsziel für das Jahr 2015 – eine Steigerung des Konzernumsatzes um 800 Mio Euro gegenüber 2010 – bereits Ende dieses Jahres zu erreichen.

Alle Aussagen und Werte beziehen sich – soweit nicht anders angegeben – auf die fortgeführten Geschäftstätigkeiten. ProSiebenSat.1 hatte Ende 2012 den Verkauf des Osteuropa-Portfolios angekündigt. Bis zu ihrer Entkonsolidierung stellten die osteuropäischen Gesellschaften nicht-fortgeführte Aktivitäten im Sinne des IFRS 5 dar. Die Veräußerung der ungarischen Aktivitäten wurde am 25. Februar 2014 vollzogen und die Gesellschaften zu diesem Datum entkonsolidiert. Der Verkauf der rumänischen Aktivitäten wurde am 2. April 2014 (TV) beziehungsweise am 4. August 2014 (Radio) formal und rechtlich vollzogen. Das Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten für das dritte Quartal 2014 enthält demnach lediglich das erwirtschaftete Ergebnis der rumänischen Radio-Gesellschaften bis zu ihrer Entkonsolidierung sowie deren Entkonsolidierungsergebnis und ist auf Nachsteuerbasis dargestellt. Die Vorjahreszahlen der Gewinn- und Verlustrechnung und der Kapitalflussrechnung werden auf Unternehmens- und Segmentebene auf vergleichbarer Basis dargestellt. Die Vergleichszahlen der Bilanz wurden nicht angepasst.



Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group auf Basis fortgeführter Aktivitäten

Seite 5 von 6

In Mio Euro	Q3 2014	Q3 2013	9M 2014	9M 2013
Konzernumsatz	637,5	576,9	1.909,7	1.764,5
Gesamtkosten	520,0	456,9	1.514,8	1.373,9
Operative Kosten ⁽¹⁾	478,8	429,1	1.401,4	1.288,5
Recurring EBITDA ⁽²⁾	162,9	151,0	522,2	488,2
Recurring EBITDA-Marge (in %)	25,6	26,2	27,3	27,7
EBITDA	156,9	148,4	501,5	469,0
Einmaleffekte	-6,0	-2,7	-20,7	-19,1
Betriebsergebnis (EBIT)	125,4	125,7	412,7	406,7
Finanzergebnis	-22,9	-35,2	-105,3	-109,7
Netto-Ergebnis (Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter)	67,3	63,8	205,7	204,5
Bereinigter Konzernüberschuss ⁽³⁾ (underlying net income)	74,7	65,6	238,5	221,1
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt)	0,35	0,31	1,12	1,04
Free Cashflow	26,0	36,4	-20,8	23,7
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	299,6	248,4	899,6	818,5

In Mio Euro	30. September 2014	31. Dezember 2013	30. September 2013
Eigenkapital	551,7	584,1	527,9
Eigenkapitalquote (in %)	15,3	16,4	15,2
Liquide Mittel	176,8	395,7	204,5
Netto-Finanzverschuldung	1.794,9	1.446,3 ⁽⁵⁾	1.737,5 ⁽⁵⁾
Verschuldungsgrad ⁽⁴⁾	2,2 ⁽⁷⁾	1,8 ⁽⁶⁾	2,2 ⁽⁶⁾



Kennzahlen nach Segmenten auf Basis fortgeführter Aktivitäten

Seite 6 von 6

In Mio Euro	Q3 2014	Q3 2013	9M 2014	9M 2013
Broadcasting German-speaking				
Umsatz (extern)	437,6	421,9	1.398,0	1.349,7
Recurring EBITDA ⁽²⁾	129,0	126,6	437,2	420,0
Digital & Adjacent				
Umsatz (extern)	158,7	124,1	413,9	333,4
Recurring EBITDA ⁽²⁾	32,3	27,2	86,9	71,6
Content Production & Global Sales				
Umsatz (extern)	41,2	30,9	97,8	81,4
Recurring EBITDA ⁽²⁾	2,2	-2,1	1,0	-0,3

(1) Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. (2) Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. (3) Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter vor Effekten aus Kaufpreisallokationen und weiteren Sondereffekten. (4) Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate (5) Nach Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten. (6) Nach Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten. Bereinigt um den LTM recurring EBITDA Beitrag der nord- und osteuropäischen Aktivitäten. (7) Bereinigt um den LTM recurring EBITDA Beitrag der osteuropäischen Aktivitäten.

Weitere Kennzahlen erhalten Sie auf unserer Konzernwebsite www.ProSiebenSat1.com. Dort finden Sie auch den Bericht zum dritten Quartal 2014.