
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 erzielt 2012 neues Rekordniveau bei Umsatz und Ergebnis

Seite 1

- **Das Jahr 2012 inklusive nicht-fortgeführter Aktivitäten:**
Konzernumsatz: +7,7 Prozent auf 2,969 Mrd Euro gesteigert
Recurring EBITDA: +21,7 Mio Euro auf 871,7 Mio Euro verbessert
Bereinigter Konzernüberschuss: +34,2 Prozent auf 415,1 Mio Euro erhöht
- **Das Jahr 2012 auf Basis fortgeführter Aktivitäten:**
Konzernumsatz: +7,1 Prozent auf 2,356 Mrd Euro gewachsen
Recurring EBITDA: +19,3 Mio Euro auf 744,8 Mio Euro gesteigert
Bereinigter Konzernüberschuss: +30,5 Prozent auf 355,5 Mio Euro erhöht
- **Segment „Digital & Adjacent“ steigert Umsatz um 38,1 Prozent auf 351,2 Mio Euro und ist stärkster Wachstumstreiber**
- **Dividendenvorschlag von 5,65 Euro je Vorzugsaktie und 5,63 Euro je Stammaktie**
- **Positiver Start in das Jahr 2013**

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

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

E-Mail

Stefanie.Prinz@ProSiebenSat1.com

Pressemitteilung online:

www.ProSiebenSat1.com

[Alle Aussagen und Werte beziehen sich – soweit nicht anders angegeben – auf die fortgeführten Geschäftstätigkeiten. Die nord- und osteuropäischen TV- und Radioaktivitäten wurden im Dezember 2012 veräußert bzw. stehen zum Verkauf. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst und neben den Aktivitäten in Nord- und Osteuropa um die im Jahr 2011 veräußerten Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden bereinigt. Die Angaben zu den Kennzahlen inklusive der nicht-fortgeführten Aktivitäten werden in den Fußnoten der Kennzahlentabelle erläutert.]

München, 28. Februar 2013. Die ProSiebenSat.1 Group hat das Geschäftsjahr 2012 erfolgreich abgeschlossen und bei der Umsetzung ihrer Wachstumsstrategie entscheidende Fortschritte gemacht. Inklusiv der im Dezember 2012 veräußerten bzw. zum Verkauf stehenden TV- und Radioaktivitäten in Nord- und Osteuropa steigerte das Medienunternehmen seinen Konzernumsatz um 7,7 Prozent auf 2,969 Mrd Euro. Dazu trugen alle Segmente bei. Das recurring EBITDA stieg um 21,7 Mio Euro auf 871,7 Mio Euro (Vorjahr: 850,0 Mio Euro). Der bereinigte Konzernüberschuss konnte inklusiv nicht-fortgeführter Aktivitäten um 34,2 Prozent auf 415,1 Mio Euro gesteigert werden. Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre nordeuropäischen TV- und Radioaktivitäten im Dezember 2012 an Discovery Communications veräußert, der Vollzug der Transaktion wird bis Ende März 2013 erwartet.

Wachstumsbereiche tragen rund 150 Mio Euro zum Umsatzanstieg bei

Auf Basis fortgeführter Aktivitäten, d.h. ohne die veräußerten bzw. zur Veräußerung gehaltenen Unternehmensteile, legte der Konzernumsatz um 7,1



Prozent auf 2,356 Mrd Euro zu, das recurring EBITDA erhöhte sich um 19,3 Mio Euro auf 744,8 Mio Euro. Der bereinigte Konzernüberschuss stieg um 30,5 Prozent auf 355,5 Mio Euro (Vorjahr: 272,4 Mio Euro). Die Wachstumsbereiche des Konzerns entwickelten sich äußerst dynamisch. Die Segmente „Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“ steuerten rund 150 Mio Euro zum Umsatzwachstum bei. Beim Konzernumsatz lag der Anteil der beiden Wachstumsbereiche bei 19,0 Prozent (Vorjahr: 13,3%).

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Group: „2012 war ein weiteres Rekordjahr für die ProSiebenSat.1 Group. Wir haben unsere Expansion in die digitale Welt erfolgreich fortgesetzt und den Umsatz in unserem Segment ‚Digital & Adjacent‘ um fast 40 Prozent gesteigert. In unserem Kerngeschäft Free-TV haben wir ebenfalls wichtige Ziele erreicht: Wir konnten unsere Distributionserlöse deutlich steigern und haben in Deutschland und Österreich erfolgreich neue Free-TV-Sender gegründet. Damit sind wir für die Zukunft hervorragend aufgestellt. Wir werden die Vernetzung unseres TV-Kerngeschäfts mit den digitalen Aktivitäten weiter intensivieren und ProSiebenSat.1 von einem klassischen Fernsehanbieter zu einem digitalen Entertainment & E-Commerce Powerhouse entwickeln. Damit sind die Weichen für nachhaltiges und langfristiges Wachstum der Gruppe gestellt.“

„Broadcasting German-speaking“: Umsatz aus HD-Distribution legt deutlich zu

Im Segment „Broadcasting German-speaking“ steigerte die ProSiebenSat.1 Group ihren Umsatz auf 1,910 Mrd Euro (Vorjahr: 1,903 Mrd Euro). In Deutschland stiegen die Netto-TV-Werbeerlöse des Unternehmens 2012 erwartungsgemäß leicht. Die ProSiebenSat.1 Group diversifiziert ihre Erlösquellen nicht nur über den Ausbau der digitalen Aktivitäten, sondern auch innerhalb ihres Kerngeschäfts. Damit stärkt die Gruppe ihre Unabhängigkeit von den TV-Werbemärkten. 2012 konnte der Konzern den Umsatz aus der Distribution, vor allem getrieben durch die HD-Sender, deutlich steigern und erreichte in Deutschland im vierten Quartal früher als erwartet den Break-even. Damit überstiegen die Distributionserlöse in Deutschland erstmals die Distributionskosten des Konzerns. Die ProSiebenSat.1 Group ist mit ihren TV-Sendern im HD-Paket aller großen Kabel-, Satelliten- und IPTV-Betreiber vertreten. Die Anzahl der HD-Haushalte dürfte sich in Deutschland von derzeit rund 5 Millionen auf rund 10 Millionen bis 2015 verdoppeln.

Im deutschen Zuschauermarkt machte sich 2012 der Einfluss der Fußball-Europameisterschaft sowie der Olympischen Spiele bemerkbar, die ausschließlich von den öffentlich-rechtlichen Sendern übertragen wurden. Dennoch waren SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx mit einem gemeinsamen Marktanteil von 27,8 Prozent (Vorjahr: 28,9%) erneut Marktführer bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Der 2010 gestartete Frauensender sixx konnte seinen Jahresmarktanteil 2012 auf 1,0 Prozent verdoppeln. Im Juli 2012 ging sixx auch in Österreich erfolgreich on air und hat sich mit einem Marktanteil von 1,1 Prozent in den ersten sechs Monaten innerhalb kurzer Zeit etabliert.



Durch die Gründung neuer TV-Sender bieten sich der ProSiebenSat.1 Group auch in ihrem Kerngeschäft weiterhin attraktive Wachstumsmöglichkeiten. In Deutschland startete die Senderfamilie Anfang 2013 mit SAT.1 Gold einen neuen TV-Kanal. Kernzielgruppe sind weibliche Zuschauerinnen zwischen 49 und 64 Jahren. Seit dem Start am 17. Januar erzielte SAT.1 Gold bereits einen Marktanteil von 0,4 Prozent in der Kernzielgruppe. Im Laufe des Jahres bringt ProSiebenSat.1 mit ProSieben MAXX einen weiteren Free-TV-Kanal auf Sendung.

Das um Einmaleffekte bereinigte operative Segmentergebnis (recurring EBITDA) betrug 660,3 Mio Euro nach 657,7 Mio Euro im Vorjahr.

„Digital & Adjacent“: Umsatz um fast 40 Prozent gesteigert

Das Segment „Digital & Adjacent“ war im Geschäftsjahr 2012 stärkster Wachstumstreiber der ProSiebenSat.1 Group. Die externen Umsatzerlöse stiegen um 38,1 Prozent bzw. 96,8 Mio Euro auf 351,2 Mio Euro (Vorjahr: 254,4 Mio Euro). Bereinigt um den Beitrag von 9Live im Vorjahr stieg der Umsatz um 47,7 Prozent. Zu dieser dynamischen Entwicklung trugen alle vier Business-Bereiche des Segments mit zweistelligen Wachstumsraten bei:

- **Online Video:** Die ProSiebenSat.1 Group ist auch im Internet Deutschlands führender Bewegtbild-Vermarkter und erreicht mit ihrem Online-Netzwerk jeden Monat über 25 Millionen Unique User. Zudem betreibt der Konzern mit maxdome Deutschlands größtes Video-on-Demand-Portal und bietet Nutzern über 50.000 Titel auf Abruf. Zur Stärkung ihres Online-Video-Geschäfts hat die ProSiebenSat.1 Group 2012 die Internet-Plattform MyVideo zu einem Online-TV-Sender mit zahlreichen Live-Shows und exklusiven Serien-Premieren ausgebaut. Die Video-Abrufe stiegen 2012 auf 490 Millionen (Vorjahr: 340 Millionen).
- **Online Games:** ProSiebenSat.1 Games hat 2012 die europaweiten Exklusivrechte an attraktiven Blockbuster-Games von Sony Online Entertainment erworben. Mit „DC Universe Online“ und „PlanetSide 2“ wurden bereits zwei Blockbuster-Titel aus dem Sony-Portfolio erfolgreich veröffentlicht. Zur internationalen Vermarktung der Online-Games vereinbarte die Gruppe 2012 unter anderem Kooperationen mit TF1 in Frankreich sowie mit der türkischen Dogan Media Group. Im vergangenen Geschäftsjahr verdoppelten sich die Registrierungen auf den ProSiebenSat.1-Gaming-Plattformen beinahe auf 16,0 Millionen (Vorjahr: 8,2 Millionen).
- **Ventures & Commerce:** Das Ventures-Geschäft lieferte 2012 den größten Wachstumsbeitrag im Segment „Digital & Adjacent“. Die ProSiebenSat.1 Group stellt ausgewählten Start-up-Unternehmen dabei Werbezeiten seiner reichweitenstarken TV-Sender 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 über 50 Partnerschaften inklusive strategischer Beteiligungen aufgebaut.

Seite 4 von 8

- **Music:** Auch in der Musik-Sparte entwickelten sich die Erlöse äußerst positiv. Die ProSiebenSat.1 Group betreibt mit Starwatch Entertainment ein eigenes Musiclabel und hat dort erfolgreiche Künstler wie Lenny Kravitz, Die Fantastischen Vier oder Heino unter Vertrag. Zudem vermarktet und produziert Starwatch Entertainment Musik- und Live-Events und betreibt mit TICKETHALL seit Februar 2013 eine Online-Ticketing-Plattform.

Infolge des dynamischen Umsatzwachstums erzielte die ProSiebenSat.1 Group im Segment „Digital & Adjacent“ einen signifikanten Ergebnisanstieg: Das recurring EBITDA erhöhte sich um 34,1 Prozent auf 89,7 Mio Euro (Vorjahr: 66,9 Mio Euro).

„Content Production & Global Sales“: Red Arrow als internationales Produktionshaus etabliert

Im Segment „Content Production & Global Sales“ ist die ProSiebenSat.1 Group im Geschäftsjahr 2012 ebenfalls stark gewachsen. Die externen Umsätze erhöhten sich auf 95,4 Mio Euro nach 37,7 Mio Euro im Vorjahr. 2012 hat die Red Arrow Entertainment Group ihr internationales Beteiligungsportfolio in den englischsprachigen Schlüsselmärkten USA und Großbritannien mit vier neuen Mehrheitsbeteiligungen weiter ausgebaut. Im August tätigte Red Arrow mit dem New Yorker Produktionsunternehmen Left/Right die bisher größte Akquisition. Damit verfügt die Gruppe über ein Portfolio von 18 Mehrheitsbeteiligungen in neun Ländern. Drei Jahre nach Start zählt Red Arrow Entertainment bereits zu den Top 10 der weltweit erfolgreichsten unabhängigen Produktionsunternehmen. Zudem eröffnete der Programmvertrieb Red Arrow International 2012 eine feste Vertriebs-Dependance in Hongkong. Insgesamt verkaufte Red Arrow International 2012 TV-Formate in 150 Länder. In den USA platzierte die Gruppe die innovative Kochshow „The Taste“ bei ABC. Das Format startete dort Anfang 2013 als erfolgreichstes nicht-fiktionales US-Programm seit zwei Jahren.

Im Segment „Content Production & Global Sales“ lag das recurring EBITDA aufgrund von Anlaufkosten im Zuge der internationalen Expansion im Geschäftsjahr 2012 bei 4,3 Mio Euro (Vorjahr: 9,6 Mio Euro).

ProSiebenSat.1 investierte 2012 konsequent in Wachstumsfelder

Die ProSiebenSat.1 Group investierte auch 2012 konsequent in die Gründung neuer Sender, den Ausbau des Digitalgeschäfts sowie die Expansion des weltweiten Produktionsportfolios. Vor diesem Hintergrund sind die Gesamtkosten um 8,6 Prozent oder 140,8 Mio Euro auf 1,769 Mrd Euro gestiegen. In den Gesamtkosten sind Einmalaufwendungen enthalten, die im Wesentlichen aus Aufwendungen im Zusammenhang mit einem im vierten Quartal abgeschlossenen Kartellrechtsverfahren resultieren. Aufgrund der genannten Wachstumsinitiativen verzeichnete die ProSiebenSat.1 Group operative Kosten in Höhe von 1,625 Mrd Euro (Vorjahr: 1,483 Mrd Euro). Im



Kerngeschäft bewegten sich die operativen Kosten nahezu auf Vorjahresniveau (+1,1%).

Seite 5 von 8

Solide Bilanzstruktur

Das Eigenkapital stieg gegenüber dem 31. Dezember 2011 ergebnisbedingt auf 1,501 Mrd Euro (Vorjahr: 1,441 Mrd Euro). Die Eigenkapitalquote erreichte 27,7 Prozent (Vorjahr: 28,6%). Die Netto-Finanzverschuldung verbesserte sich zum 31. Dezember 2012 vor Umgliederung der liquiden Mittel der nord- und osteuropäischen Aktivitäten auf 1,780 Mrd Euro (Vorjahr: 1,818 Mrd Euro). Der Verschuldungsgrad – das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate – ergab zum 31. Dezember 2012 den Faktor 2,0 (Vorjahr: 2,1). Damit bewegt sich der Verschuldungsgrad im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5.

Dividende von 5,65 Euro je Vorzugsaktie und 5,63 Euro je Stammaktie vorgeschlagen

Bei erfolgreichem Vollzug des Verkaufs der nordeuropäischen TV- und Radio-Aktivitäten plant der Konzern, den Verkaufserlös in Höhe eines Betrages von 500 Mio Euro zur vorzeitigen Teil-Rückführung endfälliger Darlehensverbindlichkeiten und im Übrigen für Investitionen in den laufenden Geschäftsbetrieb zu verwenden. Dementsprechend steht der operative Cashflow in größerem Umfang für andere Zwecke zur Verfügung. Daher beabsichtigt der Vorstand in Abstimmung mit der Hauptaktionärin der Gesellschaft, Lavena, der Hauptversammlung bei erfolgreichem Vollzug des genannten Verkaufs 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) vorzuschlagen. Insgesamt würde das Unternehmen damit rund 1,2 Mrd Euro (Vorjahr: 245,7 Mio Euro) ausschütten. 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.

Außerdem beabsichtigt die Gesellschaft, der kommenden Hauptversammlung eine Umwandlung der stimmrechtslosen Vorzugsaktien in stimmberechtigte Stammaktien vorzuschlagen. Im Rahmen dieser Umwandlung, die ohne Erfordernis einer Zuzahlung seitens der Vorzugsaktionäre durchgeführt werden soll, würden sämtliche Stammaktien zum Börsenhandel zugelassen.

Jahresausblick 2013: ProSiebenSat.1 plant weiteres Wachstum

Die ProSiebenSat.1 Group ist auf Basis fortgeführter Aktivitäten in allen Segmenten positiv in das erste Quartal 2013 gestartet und rechnet für das Gesamtjahr mit einem weiteren Umsatz- und Ergebnisanstieg. Beim Umsatz strebt der Konzern eine Steigerungsrate im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Hierzu werden insbesondere unsere Wachstumsbereiche außerhalb des klassischen TV-Werbe-geschäfts mit dynamischen Steigerungs-raten beitragen. 2013 wird die ProSiebenSat.1 Group durch die Gründung neuer Sender auch im Kerngeschäft die Basis für weiteres Wachstum schaffen. Im Segment „Digital & Adjacent“ wächst der Konzern



sowohl organisch als auch durch strategische Akquisitionen. In Bezug auf das recurring EBITDA strebt der Konzern einen Wert über dem entsprechenden Vorjahresniveau an. Auf Basis der fortgeführten Aktivitäten betrug das recurring EBITDA im Jahr 2012 744,8 Mio Euro. Vor diesem Hintergrund wird auch eine weitere Steigerung des Konzernüberschusses erwartet.

Seite 6 von 8

Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group auf Basis fortgeführter Aktivitäten

In Mio Euro	Q4 2012	Q4 2011	FY 2012	FY 2011
Konzernumsatz	789,3	712,4	2.356,2	2.199,2
Gesamtkosten	554,1	466,7	1.768,8	1.628,0
Operative Kosten ⁽¹⁾	509,5	434,7	1.624,6	1.482,9
Recurring EBITDA ⁽²⁾	285,7	281,9	744,8	725,5
Recurring EBITDA-Marge (in %)	36,2	39,6	31,6	33,0
EBITDA	269,3	266,5	680,4	652,5
Einmaleffekte	-16,5	-15,4	-64,4	-73,0
Betriebsergebnis (EBIT)	241,3	249,3	600,9	580,5
Finanzergebnis	-25,9	-58,9	-144,4	-232,7
Netto-Ergebnis (Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter)	177,6	166,2	324,7	264,2
Bereinigter Konzernüberschuss ⁽³⁾ (underlying net income)	178,9	175,9	355,5	272,4
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie (bereinigt)	0,84	0,83	1,67	1,28
Free Cashflow	262,8	237,5	256,3	201,2



In Mio Euro	31. Dezember 2012	31. Dezember 2011
Eigenkapital	1.500,9	1.441,4
Eigenkapitalquote (in %)	27,7	28,6
Liquide Mittel	702,3	517,9
Netto- Finanzverschuldung	1.870,8	1.817,8
Netto- Finanzverschuldung (vor Umgliederung der liquiden Mittel der nord- und osteuropäischen Aktivitäten)	1.780,4	1.817,8
Verschuldungsgrad ⁽⁴⁾	2,0	2,1

Kennzahlen nach Segmenten auf Basis fortgeführter Aktivitäten

In Mio Euro	Q4 2012	Q4 2011	FY 2012	FY 2011
Broadcasting German-speaking				
Umsatz (extern)	629,3	615,7	1.909,5	1.903,0
Recurring EBITDA ⁽²⁾	252,0	254,4	660,3	657,7
Digital & Adjacent				
Umsatz (extern)	122,8	80,7	351,2	254,4
Recurring EBITDA ⁽²⁾	30,3	23,7	89,7	66,9
Content Production & Global Sales				
Umsatz (extern)	37,3	15,8	95,4	37,7
Recurring EBITDA ⁽²⁾	6,2	5,0	4,3	9,6



Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group inklusive nicht-fortgeführter Aktivitäten

Seite 8 von 8

In Mio Euro	2012 ⁽⁵⁾	2011 ⁽⁶⁾	Veränderung absolut	Veränderung relativ
Konzernumsatz	2.969,1	2.756,2	+212,9	+7,7%
Operative Kosten ⁽¹⁾	2.111,0	1.915,7	-195,3	-10,2%
Gesamtkosten	2.389,3	2.159,2	-230,1	-10,7%
Umsatzkosten	1.607,3	1.503,5	-103,8	-6,9%
Vertriebskosten	354,3	345,6	-8,7	-2,5%
Verwaltungskosten	316,0	281,1	-34,9	-12,4%
Sonstige betriebliche Aufwendungen	111,7	29,0	-82,7	>-100%
Betriebsergebnis (EBIT)	593,7	606,7	-13,0	-2,1%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	871,7	850,0	+21,7	+2,6%
Einmaleffekte (saldiert)	-78,3	-97,6	+19,3	+19,8%
EBITDA	793,4	752,4	+41,0	+5,5%
Netto-Ergebnis (Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter)	295,0	262,5	+32,5	+12,4%
Bereinigter Konzernüberschuss ⁽³⁾ (underlying net income)	415,1	309,4	+105,7	+34,2%
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	1,40	1,24	+0,16	+12,9%
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie (bereinigt)	1,97	1,46	+0,51	+34,9%

⁽¹⁾ Operative Kosten: Gesamtkosten abzüglich Einmalauftwendungen und Abschreibungen.

⁽²⁾ Recurring EBITDA: Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. ⁽³⁾ Bereinigter Konzernüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter: Konzernergebnis vor Effekten aus Kaufpreisallokationen, nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten, 2012 angefallenen Aufwendungen für das Kartellrechtsverfahren sowie 2012 vorgenommenen Goodwill-Impairments im Bereich der nicht-fortgeführten Aktivitäten. ⁽⁴⁾ Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate. ⁽⁵⁾ Werte inklusive der nicht-fortgeführten Aktivitäten in Nord- und Osteuropa. ⁽⁶⁾ Werte inklusive Nord- und Osteuropa; exklusive der 2011 veräußerten Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden.

Weitere Kennzahlen finden Sie unter www.ProSiebenSat1.com. Dort erhalten Sie auch die Präsentation anlässlich der Geschäftszahlen für das Jahr 2012.