



ProSiebenSat.1-Gruppe erzielt Rekordergebnis im Geschäftsjahr 2006

Seite 1

- EBITDA wächst um 16 Prozent auf 484 Mio Euro
- Ergebnis vor Steuern steigt um 10 Prozent auf 387 Mio Euro
- Konzernumsatz klettert um 5,8 Prozent auf 2,105 Mrd Euro
- EBITDA-Marge erreicht Spitzenwert von 23,0 Prozent
- Konzernjahresüberschuss steigt um 9,0 Prozent auf 240,7 Mio Euro
- Neue Geschäftsfelder beschleunigen das Wachstum der Gruppe
- Ausblick: Umsatz und Ergebnis des Konzerns werden 2007 weiter steigen

München, 22. Februar 2007. Die ProSiebenSat.1-Gruppe hat das Geschäftsjahr 2006 erneut mit einem Rekordergebnis abgeschlossen. Das EBITDA wuchs im Geschäftsjahr 2006 um 15,7 Prozent auf 484,3 Mio Euro. Das Vorsteuerergebnis stieg im Vergleich zum Vorjahr um 10,3 Prozent auf 386,7 Mio Euro. Dies ist der höchste Gewinn der Unternehmensgeschichte. Auf Basis der vorläufigen Zahlen erwirtschaftete der Konzern einen Umsatz von 2,105 Mrd Euro und übertraf den Vorjahreswert damit um 5,8 Prozent. Die EBITDA-Marge erhöhte sich damit auf 23,0 Prozent (2005: 21,0%), die Umsatzrendite stieg auf 18,4 Prozent (2005: 17,6%). Der Konzernjahresüberschuss legte im Berichtsjahr 2006 um 9,0 Prozent zu und betrug 240,7 Mio Euro. Das Ergebnis je Vorzugsaktie belief sich auf 1,11 Euro nach 1,02 Euro im Vorjahr.

„2006 war ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr für die ProSiebenSat.1-Gruppe. Wir konnten unsere TV-Werbeumsätze erhöhen und die Profitabilität der Senderfamilie weiter steigern. Unsere neuen Geschäftsfelder haben das Wachstum der Gruppe noch beschleunigt“, sagte Guillaume de Posch, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG. „Strategisch haben wir im vergangenen Jahr viel erreicht. Wir haben die digitale Verbreitung unserer Programme gesichert und neue Angebote wie unsere beiden Pay-TV-Kanäle auf den Markt gebracht. Bei Call-TV, Mobile-TV und Video-on-Demand sind wir inzwischen schon der größte Anbieter in Deutschland. Damit haben wir die Gruppe für die digitale Zukunft erfolgreich aufgestellt.“

Das Segment Free-TV hat im Geschäftsjahr 2006 seine Umsatzerlöse in höherem Maß gesteigert, als zu Beginn des Jahres erwartet. Gleichzeitig wurde der Geschäftsbereich Diversifikation durch den Ausbau bestehender Aktivitäten sowie durch die Erschließung neuer Erlöspotentiale und durch strategische Beteiligungen gestärkt. Die externen Erlöse im Segment

Ansprechpartner:
Katja Pichler
Konzernsprecherin
ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring
Tel +49 (89) 95 07-11 80
Fax +49 (89) 95 07-11 84

E-Mail:
Katja.Pichler@ProSiebenSat.1.com

Internet:
www.ProSiebenSat1.com

Pressemitteilung online:
www.ProSiebenSat1.com



werbefinanziertes Fernsehen stiegen um 55,4 Mio Euro oder 3,1 Prozent auf 1,866 Mrd Euro. Der Umsatzbeitrag der Segmente Transaktions-TV und Sonstige Diversifikation summierte sich im Geschäftsjahr 2006 auf 238,1 Mio Euro. Dies entspricht einem Anteil am Konzernumsatz von 11,3 Prozent. Im Geschäftsjahr 2005 lag der Beitrag bei 9,0 Prozent oder 178,5 Mio Euro.

Seite 2 von 7

Leichter Anstieg der Gesamtkosten

Die operativen Kosten der ProSiebenSat.1-Gruppe sind im Geschäftsjahr 2006 um 52,1 Mio Euro auf 1,672 Mrd Euro angestiegen. Der moderate Kostenanstieg um 3,2 Prozent ist zu einem großen Teil auf die ganzjährige Konsolidierung von 9Live zurückzuführen. 9Live wurde zum 1. Juni 2005 von der ProSiebenSat.1-Gruppe erworben und im Geschäftsjahr 2005 erst seit 1. Juni konsolidiert. In den ersten fünf Monaten des Geschäftsjahres 2006 hat 9Live 24,6 Mio Euro zu den operativen Kosten beigetragen. Neben diesen Konsolidierungseffekten haben höhere Personal- und Materialaufwendungen zu einem Anstieg der Gesamtkosten geführt. Die Personalkosten haben sich unter anderem durch Neueinstellungen im Geschäftsjahr 2006 und durch die zweite Stufe des auf der Hauptversammlung im August 2006 genehmigten Aktienoptionsprogramms erhöht.

Finanzergebnis durch Sondereffekt beeinflusst

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat im Geschäftsjahr 2006 eine Anleihe in Höhe von 200 Mio Euro zu einem Kurs von 105,625 Prozent des Nennbetrags zurückgezahlt. Neben der vorzeitigen Rückführung der Anleihe wurde die bestehende revolvingierende Kreditfazilität in Höhe von 325 Mio Euro durch eine neue revolvingierende Kreditfazilität in Höhe von 500 Mio Euro ersetzt. Beide Maßnahmen haben sich signifikant auf das Finanzergebnis ausgewirkt. Die Sonstigen Finanzierungskosten sind aufgrund dieser Einmaleffekte im Geschäftsjahr 2006 um 16,1 Mio Euro auf 18,8 Mio Euro gestiegen. Dies führte dazu, dass sich das Finanzergebnis von minus 33,0 Mio Euro auf minus 57,5 Mio Euro verändert hat.

Nettofinanzverschuldung signifikant reduziert

Am 31. Dezember 2006 betragen die Nettofinanzverbindlichkeiten 121,8 Mio Euro gegenüber 227,2 Mio Euro am 31. Dezember 2005. Diese deutliche Reduktion der Nettofinanzverschuldung um 46,4 Prozent ist auf die positive Entwicklung der Cash-flows im Geschäftsjahr 2006 zurückzuführen.

Investitionen in das Programmvermögen weiter auf hohem Niveau

Die Investitionen der ProSiebenSat.1-Gruppe bestehen im Wesentlichen aus Investitionen in das Programmvermögen. Im Jahr 2006 hat die



ProSiebenSat.1-Gruppe 955,0 Mio Euro in den Erwerb von Programmrechten investiert, nach 907,3 Mio Euro im Jahr zuvor.

Seite 3 von 7

Das Programmvermögen ist mit einem Anteil von 54,7 Prozent der wichtigste Aktivposten der ProSiebenSat.1-Gruppe. Zum 31. Dezember 2006 betrug das Programmvermögen 1,056 Mrd Euro nach 1,057 Mrd Euro im Vorjahr.

Personal

Die ProSiebenSat.1-Gruppe beschäftigte im Geschäftsjahr 2006 konzernweit durchschnittlich 2.976 Personen (2005: 2.788, Vollzeitstellen). Der Anstieg um 6,7 Prozent ist vor allem auf die höhere Mitarbeiterzahl im Segment Free-TV zurückzuführen, insbesondere bei den Tochtergesellschaften Producers at Work und ProSiebenSat.1 Produktion. Zudem reflektiert die höhere Zahl der Mitarbeiter den Ausbau im Geschäftsbereich Diversifikation.

Die Personalaufwendungen betrugen 235,5 Mio Euro und lagen damit 10,8 Prozent oder 22,9 Mio Euro über dem Vorjahreswert.

Segment Free-TV profitiert von hohen Werbeerlösen

Die ProSiebenSat.1-Gruppe erzielte im Segment Free-TV ein Umsatzplus und eine weitere Verbesserung der Ertragslage. Wesentlicher Wachstumstreiber waren höhere Werbeeinnahmen. Der Gesamtumsatz des Segments stieg im Geschäftsjahr 2006 auf 1,932 Mrd Euro. Dies entspricht einer Umsatzsteigerung von 3,9 Prozent oder 72,2 Mio Euro gegenüber der Vorjahresvergleichsperiode. Die externen Erlöse verzeichneten ein Wachstum von 3,1 Prozent auf 1,866 Mrd Euro. Das Betriebsergebnis erhöhte sich auf 401,3 Mio Euro und lag damit um 13,5 Prozent über dem Vorjahreswert. Das EBITDA verzeichnete im Geschäftsjahr 2006 ebenfalls eine überproportionale Steigerung. Es betrug 429,1 Mio Euro und übertraf damit den Vorjahreswert um 13,2 Prozent. Daraus folgt ein Anstieg der EBITDA-Marge von 20,4 Prozent auf 22,2 Prozent.

Sportjahr beeinflusst Zuschauermarktanteile

Im TV-Jahr 2006 erzielten die Sender Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 einen gemeinsamen Marktanteil von 29,4 Prozent (2005: 30,3%). Das TV-Jahr 2006 war mit den Olympischen Winterspielen im Februar und der Fußball-Weltmeisterschaft im Sommer stark von den sportlichen Großereignissen geprägt. Die Übertragungsrechte für diese Events lagen bei ARD, ZDF und RTL. Dies beeinflusste erwartungsgemäß die Quoten der ProSiebenSat.1-Gruppe.



Sat.1: Aufstieg in die Riege der profitabelsten TV-Sender

Seite 4 von 7

Sat.1 konnte im Geschäftsjahr 2006 Umsatz und Ergebnis weiter erhöhen. Die Umsatzerlöse erreichten 855,5 Mio Euro und stiegen damit im Vorjahresvergleich um 3,0 Prozent an. Das Ergebnis vor Steuern lag 27,1 Prozent über dem Vorjahresniveau und betrug 204,6 Mio Euro. Das EBITDA verzeichnet einen Anstieg auf vergleichbar hohem Niveau und erreichte 205,4 Mio Euro. Dies entspricht einem Zuwachs von 27,3 Prozent. Dieser kräftige Ergebnisanstieg ist neben der positiven Umsatzentwicklung insbesondere auf ein verbessertes Kostenmanagement zurückzuführen. Die Zunahme des EBITDA ging mit einem Anstieg der EBITDA-Marge von 19,4 Prozent auf 24,0 Prozent einher. Damit gehört nun auch Sat.1 zur Riege der profitabelsten TV-Sender im deutschen TV-Markt.

ProSieben zählt auch 2006 zu den profitabelsten deutschen TV-Sendern

Die Erlöse von ProSieben lagen im Geschäftsjahr 2006 leicht unter dem hohen Umsatzniveau des Vergleichszeitraums. Der Rückgang um 2,0 Prozent auf 736,8 Mio Euro ist größtenteils auf geringere Werbeerlöse zurückzuführen. Diese entwickelten sich zu Beginn des Jahres und vor allem im ersten Quartal 2006, infolge der Auswirkung der Quotenschwäche des Senders im Geschäftsjahr 2005, noch rückläufig. Mit der Steigerung seiner Zuschauermarktanteile konnte der Sender jedoch im vierten Quartal 2006 wieder deutlich höhere Erlöse aus TV-Werbung erzielen als in der Vorjahresvergleichsperiode. Eine weitere Ursache liegt in geringeren internen Programmverkäufen. Diese sind gegenüber dem Vorjahr um 9,5 Mio Euro auf 37,6 Mio Euro gesunken. Infolge der leicht rückläufigen Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr 2006 blieben auch das Ergebnis vor Steuern sowie das EBITDA unter Vorjahresniveau. Das Vorsteuerergebnis betrug 147,9 Mio Euro (2005: 167,1 Mio Euro), das EBITDA belief sich auf 147,6 Mio Euro (2005: 165,6 Mio Euro). Die EBITDA-Marge veränderte sich zwar entsprechend, knüpfte jedoch immer noch an die hohe Margenqualität des Vorjahres an. Mit einer EBITDA-Marge von 20,0 Prozent (2005: 22,0%) zählt ProSieben auch im Geschäftsjahr 2006 zu den profitabelsten deutschen TV-Sendern.

kabel eins verzeichnet deutlich höhere TV-Werbeeinnahmen

kabel eins setzte seine positive Entwicklung von Umsatz und Profitabilität auch im Jahr 2006 fort. Die gestiegene Programmleistung und das Qualitätsimage des Senders führten zu einem deutlichen Anstieg der Werbeerlöse im Geschäftsjahr 2006. Die Umsatzerlöse nahmen im Vergleich zum Vorjahr um 14,3 Prozent zu, was zu einem Gesamtumsatz von 255,2 Mio Euro führte. Das Ergebnis vor Steuern betrug 69,7 Mio Euro und lag damit 48,3 Prozent über dem Vorjahreswert. Trotz gesteigerter Kosten zugunsten der Programmqualität verzeichnete auch das EBITDA ein überproportionales Wachstum. Das



EBITDA übertraf den Vorjahreswert um 49,6 Prozent und erreichte 69,7 Mio Euro. Das profitable Wachstum von kabel eins spiegelt die EBITDA-Marge wider, die auf hohem Niveau von 20,9 Prozent auf 27,3 Prozent anstieg.

Seite 5 von 7

N24 setzt Erfolgskurs fort

Deutschlands führender Nachrichtensender N24 hat das Geschäftsjahr 2006 sehr erfolgreich abgeschlossen. Der Umsatz des Senders erreichte 89,4 Mio Euro und lag damit um 7,7 Prozent über dem Vorjahreswert. Wesentlicher Wachstumstreiber waren höhere Werbeerlöse. Gleichzeitig verbesserte sich auch die Ertragssituation. Das Ergebnis vor Steuern verzeichnete ein kräftiges Wachstum um 39,4 Prozent auf 13,1 Mio Euro. Das EBITDA steigerte sich um 33,0 Prozent auf 13,3 Mio Euro. Die EBITDA-Marge ist von 12,0 Prozent auf 14,9 Prozent gestiegen.

9Live – die führende Marke für interaktives Fernsehen

Im Segment Transaktions-TV wird der Quizsender 9Live ausgewiesen, der seine Umsätze hauptsächlich durch Telefonanrufe generiert. Darüber hinaus erzielt 9Live Erlöse durch Auftragsproduktionen von Call-TV-Formaten und als Dienstleister bei der Veranstaltung von Gewinnspielen.

9Live wurde von der ProSiebenSat.1-Gruppe zum 1. Juni 2005 vollständig übernommen und in den Konzern eingegliedert. Im Geschäftsjahr 2006 ist 9Live nach Unterföhring, an den Hauptsitz der Gruppe, umgezogen. Die direkte Anbindung ermöglicht es, Ressourcen gruppenweit effizienter einzusetzen.

Das Segment Transaktions-TV erzielte im Geschäftsjahr 2006 einen Gesamtumsatz in Höhe von 95,8 Mio Euro, gegenüber 54,9 Mio Euro im Jahr zuvor. Der deutliche Umsatzanstieg ist überwiegend auf Effekte durch die Vollkonsolidierung von 9Live im gesamten Jahr 2006 zurückzuführen. Im Geschäftsjahr 2005 wurde 9Live von Juni bis Dezember konsolidiert. Im Geschäftsjahr 2006 betrug der Umsatzbeitrag von 9Live zu den externen Erlösen des Konzerns 94,1 Mio Euro, gegenüber 54,0 Mio Euro im Vorjahr (Juni bis Dezember 2005). Die Konsolidierung von 9Live für das gesamte Geschäftsjahr 2006 kennzeichnet auch die Ergebnisentwicklung. Das operative Segmentergebnis verzeichnete im Geschäftsjahr 2006 eine Steigerung auf 17,9 Mio Euro (Juni bis Dezember 2005: 8,0 Mio Euro), das EBITDA stieg auf 26,5 Mio Euro (Juni bis Dezember 2005: 14,0 Mio Euro). Die EBITDA-Marge betrug 27,7 Prozent nach 25,5 Prozent im Jahr zuvor.

Wachstumsfeld Sonstige Diversifikation

Das Segment Sonstige Diversifikation legte im Geschäftsjahr 2006 eine sehr gute Umsatz- und Ergebnisentwicklung vor. Der Gesamtumsatz des Segments



ist um 22,7 Prozent auf 165,7 Mio Euro gestiegen. Auch die externen Erlöse verzeichneten eine deutliche Steigerung. Im Geschäftsjahr 2006 steuerte das Segment 144,0 Mio Euro zu den Erlösen des Konzerns bei und übertraf den Vorjahreswert damit um 15,7 Prozent. Die hohe Umsatzsteigerung wirkte sich auch auf die Ertragslage positiv aus. Das operative Ergebnis wies einen Zuwachs von 17,2 Prozent auf und belief sich auf 25,2 Mio Euro. Das EBITDA legte im Vergleich zum Vorjahr um 15,9 Prozent auf 29,1 Mio Euro zu. Die EBITDA-Marge bewegt sich mit 17,6 Prozent leicht unter Vorjahresniveau (2005: 18,6%).

Seite 6 von 7

Das Wachstum im Segment Sonstige Diversifikation wurde größtenteils von den etablierten Multimedia-Angeboten der SevenOne Intermedia getragen. Wesentlichen Anteil an der positiven Umsatzentwicklung hatten zudem der internationale Programmvertrieb SevenOne International sowie in der zweiten Jahreshälfte die neuen digitalen Angebote von SevenSenses. Dazu gehören die Pay-TV-Sender kabel eins classics und Sat.1 Comedy, die im Juni 2006 auf Sendung gegangen sind, sowie das Video-on-Demand-Portal maxdome, das im Juni 2006 erfolgreich eingeführt wurde. Neben organischem Wachstum stärkten externes Wachstum durch Akquisitionen und Beteiligungen das Segment. Die ProSiebenSat.1-Gruppe hat im Geschäftsjahr ihre Anteile an der wetter.com AG erhöht und mit Beteiligungen an den Online-Portalen MyVideo und lokalisten.de ihr Internetangebot ausgebaut. MyVideo und lokalisten.de sind Internetportale für „User generated Content“ und gehören zu den am meist besuchten interaktiven Plattformen im deutschsprachigen Internet.

Ausblick

Die deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute gehen davon aus, dass sich der Aufschwung der deutschen Gesamtwirtschaft im laufenden Jahr fortsetzen wird. Ihre Prognosen für das Wachstum des Bruttoinlandprodukts im Jahr 2007 liegen zwischen 1,4 Prozent und 2,1 Prozent. Als Grund für das Wachstum geben die Wirtschaftsforscher auch eine anziehende Binnennachfrage an. Die ProSiebenSat.1-Gruppe geht davon aus, dass sich dies positiv auf den TV-Werbemarkt auswirken dürfte und hält derzeit ein Netto-Wachstum des deutschen TV-Werbemarktes im Jahr 2007 von zwei bis drei Prozent für realistisch. Angesichts des kurzfristigen Buchungsverhaltens der Werbekunden steht eine langfristige Prognose für den TV-Werbemarkt jedoch immer unter Vorbehalt. Die ProSiebenSat.1-Gruppe geht davon aus, das Wachstum des TV-Werbemarktes zu übertreffen und damit ihre führende Position im deutschen TV-Markt weiter auszubauen, vorausgesetzt, die Senderfamilie erreicht ihre geplanten Marktanteile. Das profitable Wachstum der ProSiebenSat.1-Gruppe wird auch künftig größtenteils durch das Hauptgeschäftsfeld, das werbefinanzierte Fernsehen, getragen.



„Die ProSiebenSat.1-Gruppe wird ihre strategischen Ziele auch im laufenden Jahr mit Nachdruck verfolgen. Wir werden unser Kerngeschäft Free-TV mit einer ganzen Reihe an neuen Programmen stärken. Unsere Sender haben viele neue Formate, die im Frühjahr an den Start gehen. Gleichzeitig werden wir unsere neuen Geschäftsfelder ausbauen,“ sagte der Vorstandsvorsitzende Guillaume de Posch. „Unsere Diversifikations-Umsätze werden sowohl organisch als auch durch Akquisitionen wachsen. Mit der Beteiligung an Solute haben wir gerade ein weiteres innovatives Internet-Unternehmen übernommen. Damit bauen wir unsere Position als einer der größten Internet-Anbieter weiter aus.“

Vor diesem Hintergrund geht die ProSiebenSat.1-Gruppe davon aus, im laufenden Geschäftsjahr sowohl beim Umsatz als auch bei den Erträgen weitere Zuwächse zu erzielen. Der Konzern wird dabei seine Programme zur Effizienzsteigerung in allen Bereichen konsequent weiter verfolgen. Der Geschäftsbereich Diversifikation soll im laufenden Geschäftsjahr inklusive weiterer Akquisitionen bis zu 15 Prozent zum Konzernumsatz beitragen.

Alle Zahlen zum vorläufigen Jahresabschluss 2006 finden Sie im Internet unter www.prosiebensat1.com.

Zur Übernahme der Solute GmbH gibt es eine eigene Pressemitteilung, die ebenfalls heute veröffentlicht wurde und die auf der Website www.prosiebensat1.com zu finden ist.