



ProSiebenSat.1-Gruppe steigert Umsatz und Ergebnis im ersten Quartal 2007

- Konzernumsatz steigt um 7,7 Prozent auf 501,2 Mio Euro
- EBITDA verbessert sich um 16,1 Prozent auf 82,0 Mio Euro
- Vorsteuerergebnis wächst um 34,7 Prozent auf 67,5 Mio Euro
- Konzernüberschuss um 32,2 Prozent auf 40,6 Mio Euro gesteigert
- Höhere TV-Werbeinnahmen und neue Geschäftsmodelle treiben Wachstum
- Positiver Ausblick für das Geschäftsjahr 2007

München, 9. Mai 2007. Die ProSiebenSat.1-Gruppe ist mit einem kräftigen Umsatzwachstum erfolgreich in das Jahr 2007 gestartet. Der Konzernumsatz stieg im ersten Quartal 2007 um 7,7 Prozent auf 501,2 Mio Euro. Zur Umsatzsteigerung haben alle Segmente beigetragen. Das Vorsteuerergebnis kletterte um 34,7 Prozent auf 67,5 Mio Euro. Das EBITDA wuchs mit einem Plus von 16,1 Prozent auf 82,0 Mio Euro. Die EBITDA-Marge erhöhte sich damit auf 16,4 Prozent (Q1 2006: 15,2%), die Umsatzrendite stieg auf 13,5 Prozent (Q1 2006: 10,8 %). Der Konzernüberschuss erhöhte sich um 32,2 Prozent auf 40,6 Mio Euro. Das Ergebnis je Vorzugsaktie betrug 0,19 Euro (Q1 2006: 0,14 Euro).

„Der Jahresauftakt ist für die ProSiebenSat.1-Gruppe erfreulich verlaufen. Sowohl unser Kerngeschäft Free-TV als auch unsere neuen Geschäftsaktivitäten sind gewachsen“, sagte Guillaume de Posch, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG. „Wir sind zuversichtlich, dass unsere Senderfamilie weiter an Leistung zulegen wird. Gleichzeitig werden wir unsere Diversifikations- und Online-Aktivitäten weiter ausbauen.“

Das profitable Wachstum der ProSiebenSat.1-Gruppe wurde größtenteils durch höhere Werbeeinnahmen im Kerngeschäft Free-TV getragen. Der Geschäftsbereich Diversifikation wuchs vor allem in den Bereichen Online, Pay-TV und Video-on-Demand. Neben organischem Wachstum stärkte die Beteiligung an der Internetfirma solute GmbH diesen Geschäftsbereich. Die externen Erlöse im Segment werbefinanziertes Fernsehen stiegen um 5,9 Prozent auf 438,6 Mio Euro (Q1 2006: 414,0 Mio Euro). Der Außenumsatz der beiden Segmente des Geschäftsbereichs Diversifikation, Transaktions-TV und Sonstige Diversifikation, steigerte sich um 22,0 Prozent. Die beiden Segmente steuerten insgesamt 62,6 Mio Euro zu den Erlösen des Konzerns bei. Dies entspricht einem Anteil am Konzernumsatz von 12,5 Prozent. Im ersten Quartal 2006 lag der Beitrag des Geschäftsbereichs Diversifikation bei 11,0 Prozent oder 51,3 Mio Euro.

Seite 1

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@ProSiebenSat1.com

Pressemitteilung online:
www.ProSiebenSat1.com



Konzern steigert Profitabilität

Das Konzernergebnis vor Steuern stieg im ersten Quartal 2007 um 34,7 Prozent auf 67,5 Mio Euro. Der signifikante Anstieg ist auf die deutliche Umsatzsteigerung sowie auf die Verbesserung des Finanzergebnisses zurückzuführen. Auch der Periodenüberschuss konnte deutlich gesteigert werden. Der Konzernüberschuss wuchs um 32,2 Prozent auf 40,6 Mio Euro. Das Ergebnis je Vorzugsaktie verbesserte sich infolgedessen von 0,14 Euro auf 0,19 Euro. Das Ergebnis je Stammaktie betrug ebenfalls 0,19 Euro (Q1 2006: 0,14 Euro). Die Umsatzrendite stieg um 2,7 Prozentpunkte auf 13,5 Prozent (Q1 2006: 10,8 Prozent).

Seite 2 von 5

Die Gesamtkosten des Konzerns stiegen im ersten Quartal 2007 um 6,2 Prozent auf 432,2 Mio Euro. Die höheren operativen Kosten sind zum einen auf einen Anstieg der Personalaufwendungen zurückzuführen. Zum anderen haben die ebenfalls in den Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten enthaltenen Programm- und Materialaufwendungen zu höheren Gesamtkosten geführt.

Kerngeschäft Free-TV steigert Umsatz durch höhere Werbeeinnahmen

Das Segment Free-TV verzeichnete im ersten Quartal 2007 eine sehr gute Umsatz- und Ergebnisentwicklung. Wesentlicher Wachstumstreiber waren deutlich höhere Werbeeinnahmen. In den ersten drei Monaten des laufenden Geschäftsjahres stiegen die externen Erlöse um 5,9 Prozent auf 438,6 Mio Euro an. Der Gesamtumsatz des Segments verzeichnete ein Wachstum um 7,4 Prozent und betrug 456,4 Mio Euro. Das Betriebsergebnis erhöhte sich auf 63,3 Mio Euro und lag damit 27,9 Prozent über dem Vorjahresniveau. Trotz eines leichten Kostenanstiegs verzeichnete auch das EBITDA ein überproportionales Wachstum. Es betrug 70,6 Mio Euro und übertraf damit den Vergleichswert um 25,8 Prozent. Verantwortlich für die moderate Kostensteigerung sind höhere Programm- und Materialaufwendungen sowie höhere Personalaufwendungen.

Sat.1 steigert Umsatz und Profitabilität

Sat.1 konnte im ersten Quartal 2007 seinen Umsatz weiter steigern und ein deutliches Ergebniswachstum erzielen. Die Erlöse des Senders sind im ersten Quartal um 5,2 Prozent auf 204,2 Mio Euro gestiegen. Die Umsatzsteigerung ist zum einen auf höhere Werbeeinnahmen, zum anderen auf gestiegene Erlöse aus internen Programmverkäufen zurückzuführen. Das Ergebnis vor Steuern stieg um 34,5 Prozent auf 44,1 Mio Euro. Das EBITDA lag 27,4 Prozent über dem Vorjahreswert und erreichte 42,8 Mio Euro. Das Management von Sat.1 arbeitet derzeit an einer Reihe von neuen Formaten,



um die Quoten des Senders zu steigern, die im ersten Quartal 2007 schwächer ausfielen als im Vorjahresquartal.

Seite 3 von 5

ProSieben verzeichnet deutliches Umsatzplus

ProSieben ist gut in das neue Geschäftsjahr gestartet. Der Sender konnte seine Umsätze im ersten Quartal 2007 weiter steigern. Im Geschäftsjahr 2006 war das erste Quartal noch rückläufig. Die verbesserte Programmleistung und die höheren Zuschauermarktanteile führten zu einem deutlichen Anstieg der Werbeerlöse im Berichtszeitraum. Darüber hinaus trug eine leichte Zunahme der Einnahmen aus internen Programmverkäufen zur positiven Entwicklung der Erlöse bei. Insgesamt verzeichnete ProSieben ein Umsatzwachstum von 9,3 Prozent auf 170,6 Mio Euro. Das Ergebnis vor Steuern sowie das EBITDA blieben unter dem Vorjahresniveau. Dies ist auf höhere Programm- und Materialaufwendungen zurückzuführen. Das Ergebnis vor Steuern lag bei 6,5 Mio Euro (Q1 2006: 7,4 Mio Euro). Das EBITDA betrug 6,3 Mio Euro (Q1 2006: 6,9 Mio Euro).

kabel eins ist weiterhin auf Wachstumskurs

kabel eins setzte sein ertragsstarkes Wachstum im neuen Geschäftsjahr fort. Im ersten Quartal 2007 kletterte der Umsatz des Senders auf 64,1 Mio Euro. Das Umsatzwachstum von 14,9 Prozent ist fast ausschließlich auf die gestiegenen Werbeerlöse des Senders zurückzuführen. Die deutliche Umsatzsteigerung wirkte sich auch auf das Ergebnis positiv aus. Das Ergebnis vor Steuern stieg im ersten Quartal 2007 um 73,0 Prozent auf 19,9 Mio Euro. Das EBITDA verzeichnete gegenüber dem Vorjahresquartal einen Anstieg auf vergleichbar hohem Niveau und erreichte 19,7 Mio Euro. Dies entspricht einem Zuwachs von 72,8 Prozent.

N24 setzt Erfolgskurs fort

N24 hat das erste Quartal 2007 sehr erfolgreich abgeschlossen. Mit einer deutlichen Steigerung der TV-Werbeeinnahmen unterstrich N24 seine Position als führender Nachrichtensender in Deutschland. Der Gesamtumsatz des Senders nahm im Vergleich zum Vorjahresquartal um 12,8 Prozent zu und belief sich auf 22,9 Mio Euro. Das Ergebnis vor Steuern betrug 3,5 Mio Euro und übertraf den Vergleichswert damit um 84,2 Prozent. Der kräftige Ergebnisanstieg ist auf die hohe Umsatzsteigerung zurückzuführen, die auch das EBITDA positiv beeinflusste. Das EBITDA steigerte sich um 70,0 Prozent und erreichte einen Wert von 3,4 Mio Euro.

Segment Transaktions-TV steigert Umsatz

Umsatzträger im Segment Transaktions-TV ist 9Live, der führende Sender für interaktive Programmangebote in Deutschland. In seinem Kerngeschäft Call-



TV generiert der Quizsender Umsätze hauptsächlich durch Telefonanrufe. Im Zuge der Neuausrichtung von 9Live als zentraler Dienstleister für die telefonbasierten und interaktiven Anwendungen der ProSiebenSat.1-Gruppe wird seit dem 1. Januar 2007 zudem der bislang von SevenOne Intermedia verantwortete iTV-Bereich im Segment Transaktions-TV ausgewiesen. Durch die Bündelung der interaktiven Aktivitäten bei 9Live nutzt die ProSiebenSat.1-Gruppe zum einen konsequent zahlreiche Synergieeffekte. Zum anderen profitiert die Gruppe von den Kompetenzen des Senders und unterstreicht die Bedeutung, die die inhaltliche und technische Weiterentwicklung der Interaktionsangebote für das Unternehmen hat.

Seite 4 von 5

Die externen Erlöse des Segments wuchsen im ersten Quartal 2007 um 5,0 Prozent auf 27,1 Mio Euro. Der Gesamtumsatz des Segments nahm um 5,7 Prozent zu und belief sich auf 27,7 Mio Euro. Das Betriebsergebnis verringerte sich gegenüber dem Vorjahresquartal um 25,4 Prozent auf 5,0 Mio Euro. Das EBITDA betrug 6,9 Mio Euro und lag damit 21,6 Prozent unter Vorjahresniveau. Die rückläufige Ergebnisentwicklung resultierte hauptsächlich aus einem Anstieg der Programm- und Materialaufwendungen gegenüber dem ersten Quartal 2006. Diese sind infolge der Umstrukturierung des Geschäftsbereichs Diversifikation zu Beginn des Jahres gestiegen.

Online- und digitale Angebote treiben Segment Sonstige Diversifikation

Das Segment Sonstige Diversifikation erzielte im ersten Quartal 2007 eine deutliche Steigerung der externen Erlöse um 39,6 Prozent auf 35,6 Mio Euro. Der Gesamtumsatz des Segments stieg um 21,6 Prozent auf 37,1 Mio Euro. Wesentlicher Wachstumstreiber waren das Online- und Gaming-Geschäft sowie der internationale Programmvertrieb. Auch im Musikbereich verzeichnete die ProSiebenSat.1-Gruppe Erfolge. Zu wichtigen Umsatzträgern haben sich zudem die im letzten Jahr gestarteten Video-on-Demand- und Pay-TV-Angebote entwickelt. Neben organischem Wachstum hatte die Vollkonsolidierung der solute GmbH seit Februar 2007 positive Effekte auf die Umsatzentwicklung. solute bereibt mit billiger.de die zweitgrößte deutsche Online-Preissuchmaschine.

Das Ergebnis im Geschäftsbereich Diversifikation wurde stark beeinflusst von der Investitionstätigkeit. Das Betriebsergebnis verringerte sich um 27,5 Prozent auf 3,7 Mio Euro, das EBITDA um 22,0 Prozent auf 4,6 Mio Euro. Dies ist insbesondere auf das hohe Investitionsvolumen infolge des Ausbaus der Aktivitäten von SevenSenses zurückzuführen. SevenSenses hat seine Geschäftstätigkeit im vergangenen Jahr aufgenommen und betreibt unter anderem die Pay-TV-Sender kabel eins classics und Sat.1 Comedy sowie das Video-on-Demand-Portal maxdome.



Ausblick für 2007 weiter positiv

Die Wirtschaftsforschungsinstitute prognostizieren, dass sich der Aufschwung der deutschen Wirtschaft im laufenden Jahr fortsetzt. Dies dürfte sich auch auf den Werbemarkt auswirken. Die ProSiebenSat.1-Gruppe geht weiterhin davon aus, dass der deutsche TV-Werbemarkt netto um zwei bis drei Prozent wächst. Die Gruppe erwartet, ihre Werbeumsätze im Geschäftsjahr 2007 leicht überproportional zu steigern, vorausgesetzt, die Senderfamilie erreicht die geplanten Zuschauermarktanteile. Zudem wird der Ausbau der Aktivitäten im Geschäftsbereich Diversifikation einen positiven Effekt auf Umsatz und Ergebnis der Gruppe haben. Die ProSiebenSat.1-Gruppe setzt ihr Kostenmanagement fort und erwartet für das Gesamtjahr einen Anstieg der Gesamtkosten im niedrigen einstelligen Prozentbereich. Vor diesem Hintergrund rechnet die ProSiebenSat.1-Gruppe für das Geschäftsjahr 2007 mit einem weiteren Wachstum von Umsatz und Ergebnis sowie einer weiteren Steigerung ihrer Profitabilität.

Seite 5 von 5

Die Gewinn- und Verlustrechnung, die Bilanz, die Kapitalflussrechnung, die Eigenkapitalentwicklung sowie die Segmentberichterstattung finden Sie auf unserer Homepage unter:

http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/finanzberichte/