



1. Halbjahr 2005: ProSiebenSat.1-Gruppe steigert Umsatz und Ergebnis in schwierigem Werbemarkt

Seite 1

- Umsatz erhöht sich um 1 Prozent auf 937,8 Mio Euro
- EBITDA wächst um 2 Prozent auf 190,8 Mio Euro
- Vorsteuerergebnis steigt um 40 Prozent auf 164,3 Mio Euro
- Konzernüberschuss steigt um 38 Prozent auf 100,3 Mio Euro

München, 26. August 2005. Die ProSiebenSat.1-Gruppe hat das erste Halbjahr 2005 erfolgreich abgeschlossen. Das führende deutsche TV-Unternehmen konnte trotz des schwierigen Werbemarktes den Umsatz und das Ergebnis steigern und die Profitabilität erhöhen. Zu dieser positiven Zwischenbilanz trugen insbesondere der Geschäftsbereich Diversifikation, die vollständige Konsolidierung von Euvia Media zum 1. Juni 2005 und eine weiter optimierte Kostenstruktur bei.

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

Der Umsatz der ProSiebenSat.1-Gruppe stieg um 0,6 Prozent von 932,3 Mio Euro auf 937,8 Mio Euro. Das EBITDA fiel im Halbjahr mit 190,8 Mio Euro um 1,8 Prozent höher aus als im Vorjahreszeitraum (H1 2004: 187,4 Mio Euro). Das Vorsteuerergebnis wuchs um 40,1 Prozent von 117,3 Mio Euro auf 164,3 Mio Euro. Dies ist vor allem dem Finanzergebnis zuzuschreiben. Der geringere Zinsaufwand, ein Einmal-Ertrag aus einem Kaufpreis-Sicherungsgeschäft im Rahmen des Euvia Media-Erwerbs sowie deutlich geringere sonstige Finanzierungsaufwendungen wirkten sich positiv aus. Der Konzernüberschuss beläuft sich auf 100,3 Mio Euro gegenüber 72,7 Mio Euro in der Vorjahresperiode. Dies entspricht einer Steigerung von 38,0 Prozent. Die Umsatzrendite vor Steuern konnte von 12,6 Prozent auf 17,5 Prozent gesteigert werden. Die EBITDA-Marge stieg von 20,1 Prozent auf 20,3 Prozent.

E-Mail:
Katja.Pichler@
ProSiebenSat1.com

"Die ProSiebenSat.1-Gruppe steht trotz schwieriger Rahmenbedingungen hervorragend da. Das gute Halbjahresergebnis bestätigt unsere strategische Ausrichtung und die Entscheidung für Euvia Media", sagte Guillaume de Posch, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG. "Die Senderfamilie hat im ersten Halbjahr weitere Zuschauer- und Werbemarktanteile gewonnen. Wir sind sehr zufrieden, dass wir sowohl das Kerngeschäft Fernsehen stärken als auch starkes Wachstum in unseren neuen Geschäftsfeldern erzielen konnten."



Ergebnis je Aktie, Aufwand und Netto-Finanzverschuldung

Das Ergebnis je Vorzugsaktie beträgt für das erste Halbjahr 2005 0,47 Euro zu 0,37 Euro im Vorjahr. Allein das zweite Quartal trug dazu 0,34 Euro (Q2 2004: 0,24 Euro) bei. Allerdings ist hierbei die erhöhte Anzahl an Aktien seit der Kapitalerhöhung im April vergangenen Jahres zu berücksichtigen.

Der Aufwand hat sich im ersten Halbjahr trotz der Übernahme von Euvia Media leicht reduziert. Insgesamt sanken die Kosten um 3,4 Mio Euro, was einer Reduktion von 0,4 Prozent entspricht. Auch die Nettofinanzverschuldung konnte trotz der Akquisition von Euvia Media sowie einer deutlich erhöhten Dividendenzahlung in 2005 weiter zurückgeführt werden und belief sich zum 30. Juni 2005 auf 392,5 Mio Euro im Vergleich zu 423,3 Mio Euro in der Vorjahresperiode.

Die Sender

Die Sender der ProSiebenSat.1-Gruppe weisen eine erfreuliche Entwicklung bei den Zuschauermarktanteilen auf. Die Senderfamilie erzielte im ersten Halbjahr 2005 einen Marktanteil von 30,5 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Der Senderfamilie ist damit eine Steigerung von einem Prozentpunkt in den ersten sechs Monaten im Vergleich zum Vorjahr gelungen.

Sat.1 hat im ersten Halbjahr mit einem Umsatz von 395,4 Mio Euro die Vorjahresbasis von 396,9 Mio Euro annähernd gehalten und musste nur einen leichten Rückgang von 1,5 Mio Euro verbuchen. Der Umsatzrückgang resultiert aus gesunkenen Werbeerlösen vor allem im ersten Drittel des Jahres. Die Kostenstruktur konnte dabei auf Vorjahresniveau gehalten werden, so dass das EBITDA mit 65,1 Mio Euro nur um 0,1 Mio Euro unter dem Wert des Vorjahres liegt. Die Umsatzrendite erhöhte sich von 15,7 Prozent auf 15,9 Prozent.

ProSieben hat im ersten Halbjahr den Umsatz von 379,7 Mio Euro auf 384,7 Mio Euro steigern können und damit einen Zuwachs von 1,3 Prozent erzielt. Dieser Umsatzzuwachs beruht jedoch fast ausschließlich auf höheren gruppeninternen Programmverkäufen. Nach Bereinigung ergibt sich eine abnehmende Umsatzentwicklung. Hier macht sich ebenfalls der rückläufige Werbemarkt im Ergebnis bemerkbar. Durch die Erlösentwicklung einerseits und einen Anstieg der Kosten andererseits musste der Sender einen Rückgang des EBITDA von 98,0 Mio Euro auf 84,1 Mio Euro hinnehmen. Mit einer Umsatzrendite von 22,0 Prozent ist ProSieben weiterhin einer der profitabelsten Sender im deutschen TV-Markt.



kabel eins ist es gelungen, die Umsätze und das Ergebnis weiter auszubauen. So erzielte der Sender im ersten Halbjahr Umsätze in Höhe von 104,8 Mio Euro zu 95,0 Mio Euro im Vorjahr. Der Sender konnte seine Kostenstruktur auf Vorjahresniveau halten, so dass sich das EBITDA mit 21,9 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum nahezu verdoppelt hat (H1 2004: 12,0 Mio Euro). Die Umsatzrendite konnte in den ersten sechs Monate von 13,1 Prozent auf 21,2 Prozent gesteigert werden.

Seite 3 von 5

N24 erreichte mit einem Halbjahresumsatz von 39,9 Mio Euro eine Steigerungsrate von 14,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (H1 2004: 34,8 Mio Euro). Das EBITDA belief sich im Halbjahr auf 4,1 Mio Euro zu 0,9 Mio Euro im ersten Halbjahr 2004. Der Sender konnte seine Umsatzrendite von 0,6 Prozent auf 9,3 Prozent steigern.

Diversifikation

Die Multimedia-Tochter SevenOne Intermedia hat im ersten Halbjahr 2005 Umsatz und Ergebnis deutlich gesteigert. Die Umsätze erhöhten sich von 27,5 Mio Euro auf 46,5 Mio Euro. Das EBITDA wuchs auf 8,2 Mio Euro von 5,8 Mio Euro. Das Wachstum ist einerseits auf gestiegene Umsätze mit Online-Werbung und Telefonmehrwertdiensten zurückzuführen. Zum anderen konnte das Geschäft mit Zuschauerclubs, das bislang bei MM Merchandising Media ausgewiesen wurde, bei SevenOne Intermedia durch Synergien mit dem Multimediageschäft noch erfolgreicher weitergeführt werden.

Die Umsatzerlöse von MM Merchandising Media summierten sich auf 13,7 Mio Euro nach 23,7 Mio Euro im ersten Halbjahr 2004. Das EBITDA blieb trotz der Umsatzverluste stabil bei 4,2 Mio Euro. Der Umsatzrückgang ergibt sich zum einen aus dem rückläufigen Geschäftsfeld Sports Merchandising sowie aus der Verlagerung des Geschäfts mit den Zuschauerclubs zu SevenOne Intermedia.

9Live konnte für das erste Halbjahr einen Umsatz von 52,1 Mio Euro verbuchen im Vergleich zu 39,2 Mio Euro im Vorjahreszeitraum. Das entspricht einer Steigerung von 32,9 Prozent, die vor allem aus einem Zuwachs der Call-Erlöse resultieren. Das EBITDA stieg im Halbjahresvergleich entsprechend von 12,3 Mio Euro auf 18,6 Mio Euro. Die EBITDA-Marge wuchs von 31,4 Prozent auf 35,7 Prozent. Der Erwerb der Anteile an Euvia Media wurde am 1. Juni 2005 vollzogen. Aus diesem Grund werden die Zahlen von 9Live erst ab diesem Monat voll konsolidiert. Im Monat Juni hat 9Live Umsätze von 8,4 Mio Euro erzielt (Juni 2004: 6,8 Mio Euro). Das EBITDA betrug 2,7 Mio Euro nach 2,4 Mio Euro im Juni des Vorjahres.



Ausblick

Seite 4 von 5

Die weitere Entwicklung des Fernsehwerbemarktes im laufenden Jahr ist nur schwer zu prognostizieren. Die Verunsicherung bei den Verbrauchern hält an, eine Belebung des privaten Konsums ist derzeit nicht abzusehen. Die sechs führenden Wirtschaftsforschungsinstitute haben ihre Prognose für das Wachstum des Brutto-Inlandsproduktes im April von ursprünglich 1,5 Prozent auf 0,7 Prozent nach unten korrigiert. Weitere Indikatoren für die deutsche Wirtschaft und das Konsumklima fallen derzeit ausgesprochen unterschiedlich aus.

Eine verlässliche Prognose für das Investitionsverhalten der Werbekunden ist auf dieser Basis nur sehr eingeschränkt möglich. Die ProSiebenSat.1-Gruppe bleibt bei ihrer Einschätzung, dass der Netto-TV-Werbemarkt im Jahr 2005 um rund zwei Prozent rückläufig sein wird. Dieser Einschätzung liegt zugrunde, dass das zweite Halbjahr eine stärkere Dynamik aufweist als das erste.

Die ProSiebenSat.1-Gruppe rechnet damit, dass sie im Geschäftsjahr 2005 besser abschneidet als der Markt, um sowohl ihren Umsatz zu steigern als auch ihr Ergebnis zu verbessern. Dazu tragen zum einen die Leistungssteigerung der Sender, zum anderen das Wachstum im Geschäftsbereich Diversifikation bei. Hier wird neben dem organischen Wachstum insbesondere die vollständige Übernahme von Euvia Media einen deutlich positiven Effekt sowohl auf den Umsatz als auch auf das Ergebnis der Gruppe haben.

Die Senderfamilie hat ihren Erfolgskurs auch im Juli bestätigt. Mit einem Zuschauermarktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen von 29,5 Prozent haben die Sender den besten Juli-Wert der letzten fünf Jahre erzielt. Für die kommende TV-Saison ist die Senderfamilie mit attraktiven Programmen gut gerüstet. Sat.1 zeigt beispielsweise mit "Bis in die Spitzen" eine neue, hochklassige Primetime-Serie. Das TV-Event "Die Luftbrücke" steht in der Tradition von "Das Wunder von Lengede" oder "Der Tunnel". ProSieben bietet einen großen Spielfilm-Lineup mit Titeln wie "Gangs of New York" oder "xXx – Triple X", die neuen Staffeln von "Desperate Housewives" und "Lost" sowie neue Erfolgsserien aus Hollywood wie "Numb3rs". Bei kabel eins sind "Die Sopranos" zu sehen sowie neue Shows wie "Die kultigsten Autos aller Zeiten". N24 baut seine Live- und Wirtschaftsberichterstattung weiter aus und hat Arabella Kiesbauer für eine neue Talkshow verpflichtet.

"Der Erfolg der ProSiebenSat.1-Gruppe beruht auf ihrer Innovationskraft. Wir haben die richtigen Leute und inzwischen auch die richtigen Strukturen, um Ideen zu entwickeln und schnell umzusetzen - sowohl bei unseren Sendern als



auch bei neuen Geschäftsmodellen", so der Vorstandsvorsitzende Guillaume de Posch. "Wir werden die Ziele erreichen, die wir uns für das Geschäftsjahr 2005 gesetzt haben. Auch in der TV-Saison 2005/2006 wird es die ProSiebenSat.1-Gruppe sein, die die Trends im deutschen Fernsehen setzt."

Seite 5 von 5

Anlässlich der Veröffentlichung der Halbjahreszahlen findet um 10.30 Uhr (CET) eine Telefonkonferenz mit dem Vorstand der ProSiebenSat.1 AG statt. Weitere Informationen erhalten Sie bei: Isabel Milojevic (Tel. 089-9507-1165)
Überdies übertragen wir die Telefonkonferenz live auf unserer Internet-Homepage www.ProSiebenSat1.com.

Des Weiteren finden Sie die Gewinn- und Verlustrechnung, die Kapitalflussrechnung, die Bilanz sowie die Eigenkapitalentwicklung unter: http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/finanzberichte/