
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 steigert Umsatz und Ergebnis im dritten Quartal 2013 erneut deutlich

Seite 1

- **Konzernumsatz 3. Quartal 2013: +13,9% auf 576,9 Mio Euro**
- **Recurring EBITDA: +7,1% auf 151,0 Mio Euro**
- **Bereinigter Konzernüberschuss: +29,4% auf 65,6 Mio Euro**
- **Externer Umsatz Digital & Adjacent: +52,9% auf 124,1 Mio Euro**
- **Positiver Jahresausblick bestätigt**

[Alle Aussagen und Werte beziehen sich – soweit nicht anders angegeben – auf die fortgeführten Geschäftstätigkeiten. Der Verkauf der nordeuropäischen TV- und Radio-Aktivitäten wurde am 9. April 2013 vollzogen und die Gesellschaften entkonsolidiert. Die Gesellschaften in Osteuropa werden weiterhin als zur Veräußerung gehalten klassifiziert. Die Vorjahreszahlen der Gewinn- und Verlustrechnung und der Kapitalflussrechnung wurden auf Unternehmens- und Segmentebene entsprechend angepasst. Die Vergleichszahlen der Bilanz wurden nicht angepasst.]

München, 07. November 2013. Auch im dritten Quartal 2013 hat die ProSiebenSat.1 Group ihren dynamischen Wachstumskurs fortgesetzt: Der Konzern steigerte seinen Umsatz um 13,9 Prozent auf 576,9 Mio Euro. Das recurring EBITDA stieg trotz Investitionen in zahlreiche Wachstumsinitiativen um 7,1 Prozent auf 151,0 Mio Euro. Der bereinigte Konzernüberschuss (underlying net income) erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 29,4 Prozent bzw. 15,0 Mio Euro auf 65,6 Mio Euro. In den ersten neun Monaten 2013 stieg der Konzernumsatz um 12,6 Prozent auf 1,765 Mrd Euro (Vorjahr: 1,567 Mrd Euro). Das recurring EBITDA erhöhte sich im Neunmonatszeitraum um 6,3 Prozent auf 488,2 Mio Euro (Vorjahr: 459,1 Mio Euro). Der bereinigte Konzernüberschuss erhöhte sich auf 221,1 Mio Euro (Vorjahr: 191,6 Mio Euro) und lag damit 15,4 Prozent über dem Vorjahresniveau.

Den höchsten Wachstumsbeitrag lieferten auch im dritten Quartal 2013 die Digital & Adjacent-Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Group. Der Anteil des Segments Digital & Adjacent am Konzernumsatz stieg auf 21,5 Prozent bzw. 124,1 Mio Euro (Vorjahr: 16,0% bzw. 81,2 Mio Euro).

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender ProSiebenSat.1 Media AG: „Wir haben Umsatz und Ergebnis auch im dritten Quartal 2013 deutlich gesteigert. Im Bereich Digital & Adjacent expandieren wir weiter dynamisch. Unsere digitalen Aktivitäten tragen bereits über 20 Prozent zum Konzernumsatz bei. In den kommenden Jahren werden wir unsere führende Position als Broadcasting, Digital Entertainment & E-Commerce-Powerhouse weiter ausbauen. Bis 2018 wollen wir eine Milliarde Euro zusätzlichen Umsatz im Vergleich zu 2012 erwirtschaften. Mit unserem starken Kerngeschäft sowie den neuen Wachstumsbereichen haben wir dafür die besten Voraussetzungen.“

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
Konzernkommunikation
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



Segment Broadcasting German-speaking: Zuschauermarktanteil in Deutschland deutlich ausgebaut

Seite 2 von 7

Im Segment Broadcasting German-speaking stiegen die externen Umsätze im dritten Quartal 2013 um 6,5 Prozent auf 421,9 Mio Euro (Vorjahr: 396,0 Mio Euro). In den ersten neun Monaten erhöhten sich die Umsätze um 4,4 Prozent auf 1,350 Mrd Euro. Die ProSiebenSat.1 Group konnte ihre Erlöse in den Bereichen werbefinanziertes Free-TV und Distribution erneut steigern.

Im deutschen Zuschauermarkt legte die Sendergruppe im dritten Quartal 2013 mit einem Plus von 1,7 Prozentpunkten auf 28,5 Prozent (Vorjahr: 26,8%) deutlich zu. Damit waren SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX gemeinsam erneut Marktführer vor den von der IP vermarkteten Sendern (24,8%). Die neuen TV-Sender der ProSiebenSat.1 Group entwickelten sich weiter positiv: Der Männersender ProSieben MAXX erzielte im September 2013 – knapp vier Wochen nach Start – bereits einen Marktanteil von 0,4 Prozent. Der Frauensender sixx schloss das dritte Quartal 2013 mit 1,3 Prozent ab (Vorjahr: 1,0%). Alle Marktanteile beziehen sich auf Zuschauer zwischen 14 und 49 Jahren.

Auch im TV-Werbemarkt legte die Senderfamilie im dritten Quartal 2013 weiter zu. Die ProSiebenSat.1-Sender bauten die Marktführerschaft um 1,3 Prozentpunkte auf 43,8 Prozent brutto in Deutschland aus. Auf Nettobasis ist die Sendergruppe leicht stärker gewachsen als der Gesamtmarkt. Im TV-Werbemarkt profitierte die Senderfamilie ebenfalls vom Ausbau ihres TV-Portfolios: sixx, SAT.1 Gold sowie ProSieben MAXX konnten in den ersten neun Monaten über 40 neue Werbekunden gewinnen. In Österreich und der Schweiz verzeichnete die Gruppe auf Nettobasis ebenfalls steigende TV-Werbemarktanteile.

Gleichzeitig sind die Erlöse aus dem Distributionsgeschäft aufgrund steigender Abonentenzahlen in Deutschland weiter gewachsen: Gegenüber dem Vorjahr stieg die Zahl der ProSiebenSat.1-HD-Kunden um 72 Prozent auf 3,9 Millionen (Vorjahr: 2,3 Mio). Im Basic-Pay-TV-Geschäft erhöhte sich die Anzahl der Abonnenten um 12 Prozent auf vier Millionen (Vorjahr: 3,6 Mio). Der Konzern geht davon aus, dass sich diese positive Entwicklung in den kommenden Jahren fortsetzen wird. Dadurch wird sich der Anteil an wiederkehrenden, vom TV-Werbemarkt unabhängigen Erlösen im Segment Broadcasting German-speaking weiter erhöhen.

Aufgrund höherer Kosten im Zusammenhang mit dem Ausbau des Senderportfolios erhöhte sich das recurring EBITDA im dritten Quartal 2013 um 1,9 Prozent auf 126,6 Mio Euro (Vorjahr: 124,3 Mio Euro). Auf Neunmonatssicht stieg das recurring EBITDA im Segment Broadcasting German-speaking um 2,0 Prozent auf 420,0 Mio Euro (Vorjahr: 411,8 Mio Euro).



Segment Digital & Adjacent wächst erneut stark bei Umsatz und Ergebnis

Auch im dritten Quartal 2013 hat die Gruppe ihre externen Umsätze im Segment Digital & Adjacent deutlich ausgebaut: Sie stiegen um 52,9 Prozent auf 124,1 Mio Euro (Vorjahr: 81,2 Mio Euro). Der Anteil der Digital & Adjacent-Aktivitäten am Konzernumsatz legte im dritten Quartal auf 21,5 Prozent zu. Auf Neunmonatssicht übertraf das Umsatzwachstum den Vorjahreswert um 54,1 Prozent und erhöhte sich auf 333,4 Mio Euro.

Das Digital Commerce-Geschäft trieb das Segmentwachstum erneut am stärksten: Neben dem Online-Reiseveranstalter Tropo lieferten die in diesem Jahr erstmals vollkonsolidierten Mehrheitsbeteiligungen billiger-mietwagen.de (zweites Quartal) und mydays.de (drittes Quartal) wesentliche Umsatzbeiträge.

Auch im dritten Quartal 2013 entwickelten sich die Digital Entertainment-Angebote der ProSiebenSat.1 Group erfolgreich: Mit einem Marktanteil von 48 Prozent sowie 464 Mio Video Views war der Konzern erneut Deutschlands führender Bewegtbild-Vermarkter im Internet. Mit maxdome betreibt der Konzern die größte Online-Videothek in Deutschland. Sie bietet Nutzern 56.000 Titel auf Abruf und ist mit einem Anteil von 35 Prozent Marktführer im Video-on-Demand-Geschäft. Im dritten Quartal 2013 expandierte ProSiebenSat.1 mit maxdome nach Österreich. Darüber hinaus hat der Konzern seinen neuen Online-Musikdienst AMPYA weiter ausgebaut: Durch Kooperationen mit Bild.de sowie Vodafone steigert das Streamingportal seine Reichweite signifikant. Im dritten Quartal registrierten sich bereits über 220.000 User bei AMPYA.

Die dynamische Umsatzentwicklung des Segments Digital & Adjacent führte trotz wachstumsbedingter Kosten zu einem deutlich höheren Ergebnis: Das recurring EBITDA stieg im dritten Quartal 2013 um 36,5 Prozent auf 27,2 Mio Euro (Vorjahr: 20,0 Mio Euro). Zwischen Januar und September 2013 erhöhte sich das recurring EBITDA um 28,1 Prozent auf 71,6 Mio Euro.

Red Arrow Entertainment Group weiter auf Expansionskurs

Im dritten Quartal 2013 steigerte die Red Arrow Entertainment Group ihren externen Umsatz um 5,6 Prozent auf 30,9 Mio Euro (Vorjahr: 29,2 Mio Euro). Zwischen Januar und September 2013 stiegen die externen Umsätze um 40,0 Prozent auf 81,4 Mio Euro (Vorjahr: 58,2 Mio Euro). Hier zeigten sich Effekte aus der Erstkonsolidierung des US-Produktionsunternehmens LEFT/RIGHT im dritten Quartal 2012. Red Arrow hat Mitte vergangenen Jahres eine Mehrheitsbeteiligung an der Produktionsfirma erworben, seither trägt LEFT/RIGHT wesentlich zum Umsatzwachstum der Gruppe bei.

Red Arrow zählt mit 16 Beteiligungen in neun Ländern international zu den Top Ten der unabhängigen Produktionsfirmen. In den vergangenen drei Jahren hat sich die ProSiebenSat.1-Tochter mit erfolgreichen Programmen in den weltweit wichtigsten TV-Märkten USA und Großbritannien etabliert. Nachdem der Programmvertrieb Red Arrow International im Sommer 2012 eine Dependence in Hongkong eröffnete, zählt der Formatdistributor inzwischen zu den Top-3-Programmlieferanten für den dynamisch wachsenden chinesischen TV-Markt.



Im Oktober 2013 verkaufte Red Arrow International die Fernsehshow „The Taste“ an Chinas zweitgrößten TV-Sender CCTV2. Gleichzeitig baut die Red Arrow Entertainment Group ihr Produktionsgeschäft für Plattformbetreiber aus und erschließt sich damit den Zugang zu einem neuen Auftragsmarkt: Red Arrow produziert für Amazon derzeit die Krimiserie „Harry Bosch“.

Das recurring EBITDA lag im dritten Quartal 2013 bei minus 2,1 Mio Euro nach minus 1,4 Mio Euro im Vorjahr. Auf Neunmonatssicht verbesserte sich das recurring EBITDA im Segment Content Production & Global Sales um 1,5 Mio Euro auf minus 0,3 Mio Euro (Vorjahr: -1,9 Mio Euro).

Konzern setzt Investitionen in strategische Wachstumsbereiche fort

Die ProSiebenSat.1 Group verschafft sich durch den Ausbau strategisch relevanter Konzernbereiche langfristige Wachstumsperspektiven. Ziel ist es, sich sowohl im TV-Kerngeschäft als auch in den beiden anderen Segmenten zusätzliche Erlösquellen zu erschließen. Im dritten Quartal 2013 hat die ProSiebenSat.1 Group etwa mit dem Start des Männersenders ProSieben MAXX weiter in ihr Senderportfolio investiert und darüber hinaus neue Beteiligungen im Bereich Digital & Adjacent erworben. Vor diesem Hintergrund erhöhten sich die operativen Kosten im dritten Quartal 2013 um 16,6 Prozent auf 429,1 Mio Euro (Vorjahr: 368,0 Mio Euro). In den ersten neun Monaten 2013 investierte die ProSiebenSat.1 Group rund 60 Mio Euro in Bar-Akquisitionen. Der Großteil entfiel dabei auf den Erwerb von billigermietwagen.de. Im dritten Quartal 2013 betrug das Bar-Akquisitionsvolumen 1,5 Mio Euro.

Solide Finanzierungsstruktur

Im dritten Quartal 2013 reduzierte sich die Netto-Finanzverschuldung des Konzerns auf Basis fortgeführter Aktivitäten gegenüber dem 30. September 2012 deutlich um 15,9 Prozent bzw. 328,0 Mio Euro auf 1,738 Mrd Euro. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf den Netto-Veräußerungserlös aus dem Verkauf des Nordeuropa-Geschäfts zurückzuführen. Vor diesem Hintergrund verbesserte sich der Verschuldungsgrad im Vergleich zum Vorjahr weiter. Zum 30. September 2013 ergab das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM recurring EBITDA) den Faktor 2,2. Damit liegt der Verschuldungsgrad im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5. Zum Vorjahresstichtag am 30. September 2012 hatte der Wert noch das 2,4-fache des bereinigten EBITDA betragen.

ProSiebenSat.1 Group bestätigt positiven Jahresausblick 2013

Die ProSiebenSat.1 Group setzte ihre positive Geschäftsentwicklung auch im dritten Quartal 2013 fort und entwickelte sich in ihren Wachstumsbereichen unverändert dynamisch. Zugleich erzielte der Konzern im Vergleich zum TV-Werbemarkt insgesamt ein vergleichsweise hohes Wachstum bei den TV-Werbeerlösen. Dies ist vor allem auf sehr niedrige Vorjahresvergleichswerte zurückzuführen.

Im vierten Quartal 2013 wird sich das deutsche TV-Werbegeschäft der Gruppe nach heutigem Kenntnisstand stärker als der Markt entwickeln und in etwa auf



dem Niveau des Vorjahresquartals liegen, das eines der stärksten Schlussquartale in der ProSiebenSat.1-Historie war. Gleichzeitig wird die Gruppe weiterhin deutlich in ihre Wachstumsbereiche wie die jüngst gestarteten TV-Sender sowie die Digital Entertainment- und Ventures-Aktivitäten investieren.

Seite 5 von 7

Insgesamt geht der Konzern im laufenden vierten Quartal erneut von einem guten Ergebnis aus, wenngleich das Ergebniswachstum im laufenden vierten Quartal investitionsbedingt unter der Wachstumsrate der ersten neun Monate liegen dürfte.

Damit wird der Konzern auch 2013 abermals ein Rekordergebnis erzielen und bestätigt seinen positiven Gesamtjahresausblick für das laufende Geschäftsjahr.



Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group auf Basis fortgeführter Aktivitäten

In Mio Euro	Q3 2013	Q3 2012	Q1-Q3 2013	Q1-Q3 2012
Konzernumsatz	576,9	506,5	1.764,5	1.566,9
Gesamtkosten	456,9	394,1	1.373,9	1.214,7
Operative Kosten ⁽¹⁾	429,1	368,0	1.288,5	1.115,1
Recurring EBITDA ⁽²⁾	151,0	141,0	488,2	459,1
Recurring EBITDA-Marge (in %)	26,2	27,8	27,7	29,3
EBITDA	148,4	133,1	469,0	411,1
Einmaleffekte (saldiert)	-2,7	-7,9	-19,1	-48,0
Betriebsergebnis (EBIT)	125,7	114,8	406,7	359,5
Finanzergebnis	-35,2	-40,9	-109,7	-118,5
Netto-Ergebnis (Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter)	63,8	50,0	204,5	162,1
Bereinigter Konzernüberschuss ⁽³⁾ (underlying net income)	65,6	50,7	221,1	191,6
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt)	0,31	0,24	1,04	0,91
Free Cashflow	36,4	-27,1	23,7	-6,5
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	248,4	214,6	818,5	731,8

In Mio Euro	30. Sep. 2013	31. Dez. 2012	30. Sep. 2012
Eigenkapital	527,9	1.500,9	1.416,6
Eigenkapitalquote (in %)	15,2	27,7	26,8
Liquide Mittel	204,5	702,3	506,3
Netto- Finanzverschuldung	1.737,5 ⁵	1.780,4 ⁷	2.065,5
Verschuldungsgrad ⁽⁴⁾	2,2 ⁶	2,0 ⁷	2,4

**Kennzahlen nach Segmenten auf Basis fortgeführter Aktivitäten**

In Mio Euro	Q3 2013	Q3 2012	Q1-Q3 2013	Q1-Q3 2012
Broadcasting German-speaking				
Umsatz (extern)	421,9	396,0	1.349,7	1.292,3
Recurring EBITDA ⁽²⁾	126,6	124,3	420,0	411,8
Digital & Adjacent				
Umsatz (extern)	124,1	81,2	333,4	216,4
Recurring EBITDA ⁽²⁾	27,2	20,0	71,6	55,9
Content Production & Global Sales				
Umsatz (extern)	30,9	29,2	81,4	58,2
Recurring EBITDA ⁽²⁾	-2,1	-1,4	-0,3	-1,9

⁽¹⁾ Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. ⁽²⁾ Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. ⁽³⁾ Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter vor Effekten aus Kaufpreisallokationen und nicht liquiditätswirksamen 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⁾ Vor Umgliederung der liquiden Mittel der nord- und osteuropäischen Aktivitäten.

Weitere Kennzahlen erhalten Sie auf unserer Konzernwebsite www.ProSiebenSat1.com. Dort finden Sie auch den Bericht zum dritten Quartal und den ersten neun Monaten 2013.