
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 erzielt 2014 erneut Umsatz- und Ergebnisrekord

Seite 1

- Umsatz steigt um 10,4% auf 2,876 Mrd Euro
- Recurring EBITDA wächst um 7,2% auf 847,3 Mio Euro
- Bereinigter Konzernüberschuss erhöht sich um 10,3% auf 418,9 Mio Euro
- Digital & Adjacent erneut stärkster Umsatztreiber
- Dividendenvorschlag von 1,60 Euro je Stammaktie
- Konzern erfüllt Wachstumsziele 2015 vorzeitig und startet mit allen Segmenten positiv ins neue Geschäftsjahr
- ProSiebenSat.1 und Unitymedia KabelBW bauen Kooperation für maxdome aus

München, 26. Februar 2015. 2014 war ein weiteres Rekordjahr für ProSiebenSat.1. Der Konzern ist in allen Segmenten profitabel gewachsen und erhöhte seinen Umsatz um 10,4 Prozent auf 2,876 Mrd Euro (Vorjahr: 2,605 Mrd Euro). Das recurring EBITDA legte um 7,2 Prozent auf 847,3 Mio Euro zu (Vorjahr: 790,3 Mio Euro). Der bereinigte Konzernüberschuss (underlying net income) entwickelte sich ebenfalls dynamisch und stieg um 10,3 Prozent auf 418,9 Mio Euro (Vorjahr: 379,7 Mio Euro). Gleichzeitig erzielte ProSiebenSat.1 bereits 33,6 Prozent der Umsatzerlöse außerhalb des TV-Werbegeschäfts (Vorjahr: 28,6%) und setzte seine Wachstumsstrategie erfolgreich um: Der Konzern hat seine Umsatzziele 2015 bereits ein Jahr früher als geplant erreicht.

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Group: „2014 war ein sehr erfolgreiches Jahr für ProSiebenSat.1. Wir haben erneut einen Umsatz- und Ergebnisrekord aufgestellt und unsere 2015er-Ziele vorzeitig erreicht. Die neuen Sender und das HD-Distributionsgeschäft treiben unser Wachstum im TV-Segment. Unser Digitalgeschäft entwickelt sich weiter dynamisch. 2015 werden wir unser Digital Entertainment- und Digital Commerce-Geschäft weiter ausbauen und internationalisieren.“

Broadcasting German-speaking: Führung im TV-Werbemarkt ausgebaut, Distributionserlöse dynamisch gesteigert

Im Segment Broadcasting German-speaking stiegen die externen Umsatzerlöse um 3,2 Prozent auf 2,063 Mrd Euro (Vorjahr: 1,998 Mrd Euro). Die positive Entwicklung resultierte aus höheren TV-Werbeerlösen sowie dynamisch steigenden Distributionsumsätzen. Das recurring EBITDA erhöhte sich trotz Investitionen in neue Programme und Sender um 3,6 Prozent auf 702,8 Mio Euro (Vorjahr: 678,6 Mio Euro).

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



Bei den Zuschauerquoten legte die ProSiebenSat.1 Group in einem kompetitiven Umfeld weiter zu: Der Konzern steigerte seinen Gruppenmarktanteil trotz der Olympischen Winterspiele sowie der Fußball-Weltmeisterschaft deutlich auf 28,7 Prozent (Vorjahr: 28,1%). Vor allem die jungen Sender sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX trieben das Wachstum im Zuschauermarkt. Auch im deutschen TV-Werbemarkt baute ProSiebenSat.1 seine Spitzenposition aus: Der Brutto-Marktanteil stieg auf 44,0 Prozent (Vorjahr: 43,6%). Deutliche Wachstumsimpulse setzte zudem das Neukundengeschäft: 2014 gewann die Sendergruppe über 100 Kunden, die zuvor noch nie TV-Werbung gebucht hatten.

Auch im Distributionsgeschäft führte der Konzern seinen Wachstumskurs fort. Die Umsatzerlöse aus dem Vertrieb der Free-TV-Sender in HD-Qualität entwickelten sich weiterhin sehr positiv. Die Anzahl der ProSiebenSat.1-HD-Nutzer stieg um 25 Prozent auf 5,3 Millionen. ProSiebenSat.1 erwartet, dass diese Zahl bis 2018 auf bis zu neun Millionen steigen wird. Gleichzeitig stärkt der Konzern seinen Video-on-Demand-Vertrieb: ProSiebenSat.1 hat heute eine neue Kooperation für maxdome mit Unitymedia KabelBW bekannt gegeben. maxdome wird integraler Bestandteil der neuen TV- und 3Play-Tarife (TV, Internet, Telefonie) und ist für Kunden von Unitymedia KabelBW damit direkt buchbar (siehe auch separate Pressemitteilung).

Digital & Adjacent: Umsatz und Ergebnis wachsen zweistellig

Im Segment Digital & Adjacent verbuchte ProSiebenSat.1 im Geschäftsjahr 2014 erneut ein signifikantes Wachstum: Der externe Segmentumsatz stieg um 26,3 Prozent auf 610,7 Mio Euro (Vorjahr: 483,7 Mio Euro). Gleichzeitig erhöhte sich das recurring EBITDA trotz weiterer Investitionen mit einem Anstieg um 22,7 Prozent auf 129,3 Mio Euro (Vorjahr: 105,4 Mio Euro) deutlich. Das Segment wuchs annähernd zu gleichen Teilen organisch und akquisitionsbedingt.

Den stärksten Umsatzbeitrag lieferte erneut das Digital-Commerce-Geschäft. Dazu trug unter anderem die Erstkonsolidierung des Touristikanbieters COMVEL GmbH mit den Reiseportalen weg.de und ferien.de bei. Aktuell umfasst das Ventures-Portfolio der ProSiebenSat.1 Group 59 Beteiligungen und Partnerschaften. Der Konzern wird den Bereich 2015 sowohl durch Media-for-Equity- und Media-for-Revenue-Share-Beteiligungen als auch durch klassische Akquisitionen ausbauen. Zudem wird die Gruppe die Internationalisierung des Ventures-Portfolios vorantreiben. 2014 hat der Konzern damit begonnen, ein Portfolio an internationalen Minderheitsbeteiligungen aufzubauen, darunter Jawbone (USA), Talenhouse (USA), Deezer (Frankreich) und Dynamic Yield (Israel).

Auch im Digital-Entertainment-Geschäft hat sich das Unternehmen dynamisch entwickelt: Das Video-on-Demand-Portal maxdome und das Online-Werbegeschäft lieferten einen hohen organischen Umsatzbeitrag. Der Konzern hat seine führende Position als Online-Bewegtbildvermarkter in Deutschland auf 48,6 Prozent ausgebaut (Vorjahr: 47,5%). Die Zahl der Online-Video-Views steigerte ProSiebenSat.1 im Jahresverlauf auf 4,2 Mrd (Vorjahr: 1,8 Mrd), was



maßgeblich auf die stark wachsende Nutzerzahl bei Studio71, dem Multi-Channel-Network der ProSiebenSat.1 Group, zurückzuführen war. Studio71 wurde im September 2013 gegründet und zählt bereits jetzt zu den führenden Multi-Channel-Networks in Europa.

Seite 3 von 6

Content Production & Global Sales: Red Arrow steigert Umsatz und Ergebnis deutlich

Im Segment Content Production & Global Sales erhöhten sich die externen Umsatzerlöse um 63,4 Prozent auf 202,2 Mio Euro (Vorjahr: 123,8 Mio Euro). Das recurring EBITDA stieg um 8,5 Mio Euro auf 19,1 Mio Euro (Vorjahr: 10,6 Mio Euro).

Dabei profitierte Red Arrow vom organischen Wachstum seiner Tochterfirmen in den USA und Großbritannien. Über 70 Prozent der Umsätze generierte die Gruppe 2014 in englischsprachigen Märkten (USA: 55%, GB: 18%). Darüber hinaus wirkte sich die Konsolidierung der US-Produktionsfirma Half Yard Productions seit März 2014 positiv auf die Umsatzentwicklung aus. Auch bei den wichtigsten Programmen handelte es sich 2014 um US-Formate: Red Arrow produzierte für Amazon die zehnteilige Krimiserie „Bosch“. Zudem erzielte die Gruppe mit ihrer Show „Married at First Sight“ auf dem US-Sender FYI weit überdurchschnittliche Marktanteile.

ProSiebenSat.1 investiert in nachhaltiges Wachstum aller Segmente

Der Konzern investiert in allen Segmenten in nachhaltiges Wachstum und stärkt seine Marktposition durch strategische Akquisitionen. Ziel ist es, Erlösmodelle zu diversifizieren und in schnell wachsende Märkte zu expandieren. Im Segment Digital & Adjacent sind die Kosten vor allem wachstumsbedingt gestiegen, im TV-Kerngeschäft kamen höhere Kosten im Zusammenhang mit dem Ausbau des Senderportfolios zum Tragen. Die Gesamtkosten erhöhten sich im Jahr 2014 folglich um 12,6 Prozent auf 2,209 Mrd Euro (Vorjahr: 1,962 Mrd Euro). Die um Einmalaufwendungen und Abschreibungen bereinigten operativen Kosten betragen 2,047 Mrd Euro. Dies entspricht einem Anstieg um 11,5 Prozent oder 211,1 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr.

Finanzergebnis verbessert, Verschuldungsgrad im Zielkorridor

Das Finanzergebnis hat sich im Geschäftsjahr 2014 verbessert und belief sich auf minus 134,4 Mio Euro (Vorjahr: -142,0 Mio Euro). ProSiebenSat.1 hat seine Finanzierung durch die Platzierung einer Anleihe sowie einer neuen syndizierten Kreditvereinbarung im April 2014 auf eine breitere Basis gestellt und damit das Laufzeitenprofil verlängert und diversifiziert. Infolgedessen verringerten sich die Netto-Zinsaufwendungen im Geschäftsjahr 2014 um 33,5 Mio Euro auf 101,5 Mio Euro. Der Verschuldungsgrad, der sich aus dem Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM recurring EBITDA) ergibt, belief sich zum 31. Dezember 2014 auf den Faktor 1,8 und lag damit weiterhin am unteren Ende des definierten Zielkorridors von 1,5 bis 2,5 (31. Dezember 2013: 1,8).



ProSiebenSat.1 schlägt attraktive Dividende vor

Seite 4 von 6

Der Konzern strebt eine angemessene Beteiligung seiner Aktionäre am Unternehmenserfolg an. Der Vorstand wird dem Aufsichtsrat für das Jahr 2014 deshalb eine Dividende in Höhe von 1,60 Euro (Vorjahr: 1,47 Euro) je Stammaktie vorschlagen. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 81,6 Prozent – bezogen auf den bereinigten Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten – und liegt damit im Rahmen der ProSiebenSat.1-Dividendenpolitik.

Ausblick 2015: Weiteres Umsatz- und Ergebniswachstum geplant

Die ProSiebenSat.1 Group ist in allen Segmenten gut in das erste Quartal 2015 gestartet und profitiert weiterhin von einem positiven Konjunkturmilieu. Gleichzeitig strebt der Konzern an, seine dynamische Entwicklung in den Wachstumsbereichen fortzusetzen. Vor diesem Hintergrund plant die ProSiebenSat.1 Group beim Konzernumsatz mit einem Anstieg im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich. Das recurring EBITDA sowie der bereinigte Konzernüberschuss (underlying net income) sollen das Vorjahresniveau abermals übertreffen.

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre 2015er-Wachstumsziele vorzeitig erreicht: Ursprünglich war bis Ende 2015 eine Steigerung des Konzernumsatzes um 800 Mio Euro gegenüber dem Geschäftsjahr 2010 vorgesehen. Dieses Ziel hat der Konzern bereits Ende 2014 erfüllt. Auch bei der Umsetzung der 2018er-Wachstumsziele liegt das Unternehmen über Plan. Bis Ende 2018 will der Konzern seinen Umsatz um 1 Mrd Euro im Vergleich zum Jahr 2012 steigern. Ende 2014 hatte ProSiebenSat.1 davon bereits 52 Prozent realisiert, geplant war, bis zu diesem Zeitpunkt ein Drittel des Umsatzziels zu erreichen.



Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group auf Basis fortgeführter Aktivitäten

Seite 5 von 6

| In Mio Euro | Q4 2014 | Q4 2013 | 2014 | 2013 |
|---|---------|---------|---------|---------|
| Konzernumsatz | 965,9 | 840,8 | 2.875,6 | 2.605,3 |
| Gesamtkosten | 694,2 | 587,9 | 2.209,0 | 1.961,9 |
| Operative Kosten ⁽¹⁾ | 645,6 | 547,3 | 2.046,9 | 1.835,8 |
| Recurring EBITDA ⁽²⁾ | 325,1 | 302,1 | 847,3 | 790,3 |
| Recurring EBITDA-Marge (in %) | 33,7 | 35,9 | 29,5 | 30,3 |
| EBITDA | 316,9 | 288,7 | 818,4 | 757,8 |
| Einmaleffekte | -8,2 | -13,4 | -28,9 | -32,6 |
| Betriebsergebnis (EBIT) | 281,8 | 262,1 | 694,5 | 668,9 |
| Finanzergebnis | -29,1 | -32,3 | -134,4 | -142,0 |
| Netto-Ergebnis (Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter) | 167,8 | 155,0 | 373,5 | 359,5 |
| Bereinigter Konzernüberschuss ⁽³⁾ (underlying net income) | 180,4 | 158,9 | 418,9 | 379,7 |
| Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt) | 0,84 | 0,75 | 1,96 | 1,78 |
| Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit | 525,2 | 529,8 | 1.424,8 | 1.348,3 |

| In Mio Euro | 31. Dezember 2014 | 31. Dezember 2013 |
|----------------------------------|--------------------|------------------------|
| Eigenkapital | 753,9 | 584,1 |
| Eigenkapitalquote (in %) | 19,3 | 16,4 |
| Liquide Mittel | 470,6 | 395,7 |
| Netto-Finanzverschuldung | 1.502,5 | 1.446,3 ⁽⁵⁾ |
| Verschuldungsgrad ⁽⁴⁾ | 1,8 ⁽⁶⁾ | 1,8 ⁽⁷⁾ |



Kennzahlen nach Segmenten auf Basis fortgeführter Aktivitäten

Seite 6 von 6

| In Mio Euro | Q4 2014 | Q4 2013 | 2014 | 2013 |
|--|---------|---------|---------|---------|
| Broadcasting German-speaking | | | | |
| Umsatz (extern) | 664,7 | 648,1 | 2.062,7 | 1.997,8 |
| Recurring EBITDA ⁽²⁾ | 265,6 | 258,6 | 702,8 | 678,6 |
| | | | | |
| Digital & Adjacent | | | | |
| Umsatz (extern) | 196,9 | 150,3 | 610,7 | 483,7 |
| Recurring EBITDA ⁽²⁾ | 42,4 | 33,9 | 129,3 | 105,4 |
| | | | | |
| Content Production & Global Sales | | | | |
| Umsatz (extern) | 104,3 | 42,4 | 202,2 | 123,8 |
| Recurring EBITDA ⁽²⁾ | 18,1 | 10,9 | 19,1 | 10,6 |

Zahlen testiert. Alle Angaben beziehen sich auf die fortgeführten Geschäftstätigkeiten. ⁽¹⁾ Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. ⁽²⁾ Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. ⁽³⁾ Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter vor Effekten aus Kaufpreisallokationen und weiteren Sondereffekten. ⁽⁴⁾ Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate. ⁽⁵⁾ Nach Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten. ⁽⁶⁾ Bereinigt um den LTM recurring EBITDA Beitrag der osteuropäischen Aktivitäten. ⁽⁷⁾ Nach Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten. Bereinigt um den LTM recurring EBITDA Beitrag der nord- und osteuropäischen Aktivitäten.

Weitere Kennzahlen erhalten Sie auf unserer Konzernwebsite www.ProSiebenSat1.com. Dort finden Sie auch die Präsentation zum Geschäftsjahr 2014.