
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 schließt 2015 mit Umsatz- und Ergebnisrekord ab

Seite 1

- Umsatz steigt um 13,4% auf 3,261 Mrd Euro
- Rec. EBITDA erhöht sich um 9,2% auf 925,5 Mio Euro
- Bereinigter Konzernüberschuss wächst um 11,6% auf 467,5 Mio Euro
- Vorstand schlägt Dividendenerhöhung um 12,5% auf 1,80 Euro je Stammaktie vor
- Ausblick 2016: Umsatzwachstum von mehr als 10% und weiterer rec. EBITDA-Anstieg geplant
- Jan Frouman wird in ProSiebenSat.1-Vorstand berufen

München, 25. Februar 2016. Die ProSiebenSat.1 Media SE ist weiter auf Erfolgskurs. Das Unternehmen hat das Geschäftsjahr 2015 mit Rekordwerten abgeschlossen und ist erneut in allen Segmenten profitabel gewachsen. Der Konzern steigerte seinen Umsatz um 13,4 Prozent auf 3,261 Mrd Euro (Vorjahr: 2,876 Mrd Euro). Das recurring EBITDA entwickelte sich ebenfalls dynamisch und erhöhte sich um 9,2 Prozent auf 925,5 Mio Euro (Vorjahr: 847,3 Mio Euro). Der bereinigte Konzernüberschuss (underlying net income) wuchs mit einem Plus von 11,6 Prozent auf 467,5 Mio Euro (Vorjahr: 418,9 Mio Euro) erneut deutlich. Insgesamt generierte der Konzern bereits 39,5 Prozent (Vorjahr: 33,6%) seiner Umsätze außerhalb des TV-Werbegegeschäfts und ist damit auch strategisch gut aufgestellt: Bis 2018 soll der Anteil auf rund 50 Prozent steigen.

Ansprechpartner:

Julian Geist
Konzernsprecher
ProSiebenSat.1 Media SE
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07-11 51
Fax+49 [89] 95 07-911 11

E-Mail:

Julian.Geist@ProSiebenSat1.com

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media SE: „2015 war ein weiteres Rekordjahr für ProSiebenSat.1, wir sind erneut in allen Segmenten profitabel gewachsen. Diese starke Entwicklung wollen wir 2016 fortführen. Dabei setzen wir weiter auf den Erfolg unserer Strategie: Mit der wertsteigernden Vernetzung unseres TV- und Digitalgeschäfts schaffen wir konsequent neues Wachstum. Uns zeichnet aus, dass wir unsere Aktionäre angemessen am Unternehmenserfolg beteiligen. Daher schlägt der Vorstand eine Dividende von 1,80 Euro je Stammaktie vor. Dies reflektiert die hohe Ertragskraft der ProSiebenSat.1 Group und zeigt, dass wir ein verlässlicher Partner für unsere Investoren sind.“

Stefanie Prinz

Konzernkommunikation
ProSiebenSat.1 Media SE
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

Broadcasting German-speaking: Zehn-Jahreshoch im Zuschauermarkt, führende Position im TV-Werbemarkt gestärkt

Im Segment Broadcasting German-speaking legten die externen Umsätze im Geschäftsjahr 2015 um 4,3 Prozent auf 2,152 Mrd Euro (Vorjahr: 2,063 Mrd Euro) zu. Daraus resultierte ein Anstieg des recurring EBITDA um 4,5 Prozent auf 734,3 Mio Euro (Vorjahr: 702,8 Mio Euro).

Pressemitteilung online:

www.ProSiebenSat1.com

Die positive Entwicklung basiert auf dem anhaltenden Wachstum der Gruppe im TV-Werbemarkt. Hier profitierte der Konzern weiterhin von günstigen



Konjunkturdaten sowie strukturellen Veränderungen im Printmarkt und hat seine führende Position auf einen Brutto-Marktanteil von 44,4 Prozent ausgebaut (Vorjahr: 44,0%). Gleichzeitig erzielte die Sendergruppe in Deutschland mit 29,5 Prozent den höchsten Zuschauermarktanteil seit zehn Jahren. Hierzu trugen vor allem die steigenden Quoten der neuen TV-Sender bei, die ihre Marktanteile im Werbemarkt zunehmend effektiver kapitalisieren. Darüber hinaus stieg die Zahl der HD-Nutzer erneut dynamisch: Sie erhöhte sich um 18 Prozent auf 6,2 Millionen (Vorjahr: 5,3 Mio). ProSiebenSat.1 erwartet, dass dieser Wert bis 2018 auf über neun Millionen Nutzer ansteigen wird.

In Österreich und der Schweiz führte ProSiebenSat.1 sein Wachstum im Zuschauer- und Werbemarkt ebenfalls fort. Auch dort profitiert die Gruppe von ihrer Mehr-Sender-Strategie: Im Oktober 2015 startete in der Schweiz mit Puls 8 ein neuer Free-TV-Sender, der auf Anhieb einen Marktanteil von 1,1 Prozent in seiner Kernzielgruppe der 20- bis 49-Jährigen erzielte.

Die ProSiebenSat.1 Media SE hat heute bekannt gegeben, dass Jan Frouman zum 1. März 2016 in den Vorstand der Gesellschaft berufen wird. Das neu geschaffene Vorstandsressort Content & Broadcasting umfasst die TV-Aktivitäten mit allen Sendermarken sowie die Content-Strategie des Konzerns in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der 44-Jährige bleibt als Chairman und CEO weiterhin für das globale Produktionsgeschäft der Red Arrow Entertainment Group verantwortlich. ProSiebenSat.1 bündelt die beiden Themen in einem Vorstandsressort, um die Content-Strategie des TV-Konzerns weiter zu stärken. Die drei Berichtssegmente Broadcasting German-speaking, Digital & Adjacent sowie Content Production & Global Sales bleiben bestehen.

Digital & Adjacent: Umsatz- und Ergebniswachstum auf Rekordniveau

Im Segment Digital & Adjacent verzeichnete der Konzern bei den externen Umsätzen einen signifikanten Anstieg von 38,6 Prozent auf 846,4 Mio Euro (Vorjahr: 610,7 Mio Euro). Trotz wachstumsbedingt höherer Kosten stieg das recurring EBITDA ebenfalls zweistellig und legte um 31,6 Prozent auf 170,2 Mio Euro (Vorjahr: 129,3 Mio Euro) zu.

Die erfolgreiche Entwicklung war einerseits durch organisches Umsatzwachstum im zweistelligen Prozentbereich getrieben. Dazu trugen vor allem das Ventures-Geschäft, das Video-on-Demand-Portal maxdome sowie das Travel-Vertical bei. Im zweiten Halbjahr beschleunigten darüber hinaus Konsolidierungseffekte aus Akquisitionen mit sehr guten Ergebnisbeiträgen das starke Wachstum: Die ProSiebenSat.1 Group hat sich an Verivox, Deutschlands führendem Verbraucherportal für Energie, sowie dem internationalen Flugreiseportal etraveli beteiligt und das US-Multi-Channel-Network CDS (heute Studio71) vollständig übernommen. Damit hat der Konzern sein Commerce-Portfolio und den Digital-Entertainment-Bereich gestärkt und die Basis für weiteres Wachstum geschaffen.

Content Production & Global Sales: USA-Geschäft leistet höchsten Umsatzbeitrag



Im Segment Content Production & Global Sales stiegen die Außenumsätze 2015 um 29,7 Prozent auf 262,2 Mio Euro. Der Großteil des Umsatzwachstums war organisch, zugleich lieferte das US-Produktionsgeschäft erneut den größten Umsatzanteil. Das recurring EBITDA entwickelte sich mit einer Steigerung um 30,8 Prozent auf 25,0 Mio Euro (Vorjahr: 19,1 Mio Euro) ebenfalls dynamisch. 2015 baute Red Arrow seine globale Präsenz weiter aus: In den USA beteiligte sich Red Arrow an dem Produktionsunternehmen Karga Seven Pictures und gründete mit Ripple Entertainment einen Digital Hub, über den die Gruppe den Wert ihres bestehenden Content-Portfolios maximieren wird. Zudem hat das Unternehmen heute bekannt gegeben, dass Red Arrow gemeinsam mit der Produktionsfirma Smuggler das Joint Venture Cove Pictures gegründet hat. Cove produziert Fiction- und Comedy-Formate sowie Factual-Programme (siehe extra Meldung).

ProSiebenSat.1 investiert in profitables und dynamisches Wachstum

Die ProSiebenSat.1 Group ist 2015 in allen Segmenten organisch gewachsen und hat zugleich in neue, dynamische Märkte investiert. Die Kosten sind daher wachstumsbedingt gestiegen, was vor allem auf Portfolioerweiterungen und das höhere Geschäftsvolumen im Segment Digital & Adjacent zurückzuführen ist. Die um Einmalaufwendungen und Abschreibungen bereinigten operativen Kosten betragen 2,355 Mrd Euro. Dies entspricht einem Anstieg von 15,0 Prozent oder 307,6 Mio Euro im Vergleich zum Geschäftsjahr 2014.

Verschuldungsgrad trotz M&A-Maßnahmen weiterhin im Zielkorridor

Das Finanzergebnis hat sich gegenüber 2014 leicht verbessert und betrug minus 126,4 Mio Euro (Vorjahr: -134,4 Mio Euro). Die Zinsaufwendungen reduzierten sich um 8,0 Mio Euro auf 93,4 Mio Euro. Das sonstige Finanzergebnis betrug minus 39,0 Mio Euro (Vorjahr: -39,4 Mio Euro) und lag damit trotz negativer Bewertungseffekte auf einzelne Minderheitsbeteiligungen im vierten Quartal 2015 nahezu auf Vorjahresniveau.

Der Konzern verfolgt ein proaktives Finanzmanagement und nutzt günstige Marktfenster, um sich attraktive Konditionen für seine Fremdfinanzierung zu sichern. Aus diesem Grund hat der Konzern im April 2015 sein endfälliges Darlehen sowie die revolvingende Kreditfazilität um ein weiteres Jahr und damit bis April 2020 verlängert. Zudem hat ProSiebenSat.1 im Oktober 2015 das Darlehensvolumen um 700,0 Mio Euro auf 2,100 Mrd Euro erhöht.

Vor dem Hintergrund erhöhter M&A-Aktivitäten stieg die Netto-Finanzverschuldung zum 31. Dezember 2015 um 437,9 Mio Euro auf 1,940 Mrd Euro. Die Netto-Finanzverschuldung ist definiert als Saldo aus Finanzverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und bestimmter kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte. Aus ihr leitet sich der Verschuldungsgrad ab; er belief sich zum 31. Dezember 2015 auf einen Wert von 2,1 (Vorjahr: 1,8). Damit bewegt sich der Verschuldungsgrad weiterhin im geplanten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5.

Vorstand schlägt attraktive Dividende von 1,80 Euro vor



Der Konzern strebt eine angemessene Beteiligung seiner Aktionäre am Unternehmenserfolg an. Die Dividendenpolitik zielt daher darauf ab, jährlich 80 bis 90 Prozent des bereinigten Konzernüberschusses aus fortgeführten Aktivitäten auszuschütten. Der Vorstand empfiehlt dem Aufsichtsrat, der Hauptversammlung eine Anhebung der Dividende um 12,5 Prozent auf 1,80 Euro je Stammaktie für das Jahr 2015 vorzuschlagen (Vorjahr: 1,60 Euro). Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 82,5 Prozent (Vorjahr: 81,6 %). Daraus ergibt sich eine attraktive Dividendenrendite von 3,8 Prozent bezogen auf den Schlusskurs zum Jahresende 2015.

Positiver Ausblick für das Geschäftsjahr 2016

Die ProSiebenSat.1 Group ist – gestützt von einer weiterhin positiven Binnenkonjunktur – gut in das erste Quartal 2016 gestartet. Wir rechnen damit, dass wir unser profitables Umsatzwachstum in allen drei Segmenten fortsetzen werden und wollen unseren Konzernumsatz insgesamt um mehr als zehn Prozent steigern. Darin sind die Akquisitionen aus dem Jahr 2015 bereits enthalten. Das recurring EBITDA sowie der bereinigte Konzernüberschuss (underlying net income) sollen das Vorjahresniveau abermals übertreffen. Dank unserer hohen TV-Reichweite und der konsequenten Vernetzung mit unserem Digitalgeschäft haben wir die Basis für nachhaltiges Wachstum geschaffen: Bis Ende 2018 wollen wir unseren Umsatz im Vergleich zu 2012 um 1,85 Mrd Euro auf insgesamt 4,2 Mrd Euro steigern. Ende 2015 hatte der Konzern circa die Hälfte davon bereits realisiert.

Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group auf Basis fortgeführter Aktivitäten

In Mio Euro	2015	2014	Abweichung %
Konzernumsatz	3.260,7	2.875,6	+13,4%
Gesamtkosten	2.555,4	2.209,0	+15,7%
Operative Kosten ⁽¹⁾	2.354,5	2.046,9	+15,0%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	925,5	847,3	+9,2%
Recurring EBITDA-Marge (in %)	28,4	29,5	-1,1 Pkt.
EBITDA	881,1	818,4	+7,7%
Einmaleffekte	-44,4	-28,9	+53,6%
Betriebsergebnis (EBIT)	729,9	694,5	+5,1%
Finanzergebnis	-126,4	-134,4	-6,0%
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	390,6	373,5	+4,6%
Bereinigter Konzernüberschuss ⁽³⁾ (underlying net income)	467,5	418,9	+11,6%



Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt) (in Euro)	2,19	1,96	+11,4%
Free Cashflow	-1,2	276,5	- / -
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	1.520,5	1.424,8	+6,7%

In Mio Euro	31. Dez 15	31. Dez 14	Abweichung
Eigenkapital	943,1	753,9	25,1%
Eigenkapitalquote (in %)	17,7	19,3	-1,6 Pkt.
Liquide Mittel	734,4	470,6	56,1%
Netto-Finanzverschuldung	1.940,4	1.502,5	+29,1%
Verschuldungsgrad ⁽⁴⁾	2,1 ⁽⁵⁾	1,8 ⁽⁵⁾	+18,2%

Kennzahlen nach Segmenten auf Basis fortgeführter Aktivitäten

In Mio Euro	2015	2014	Abweichung %
Broadcasting German-speaking			
Umsatz (extern)	2.152,1	2.062,7	+4,3%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	734,3	702,8	+4,5%
Digital & Adjacent			
Umsatz (extern)	846,4	610,7	+38,6%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	170,2	129,3	+31,6%
Content Production & Global Sales			
Umsatz (extern)	262,2	202,2	+29,7%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	25,0	19,1	+30,8%

(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) Bereinigt um den recurring EBITDA-Beitrag der osteuropäischen Aktivitäten in den letzten zwölf Monaten.



Weitere Kennzahlen erhalten Sie auf unserer Konzernwebsite www.ProSiebenSat1.com. Dort finden Sie auch die Präsentation zum Geschäftsjahr 2015.