
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 setzt profitables Umsatz- und Ergebnis-Wachstum im zweiten Quartal 2016 fort

Seite 1

- Umsatz steigt im zweiten Quartal um 15% auf 886 Mio Euro
- Rec. EBITDA erhöht sich um 7% auf 254 Mio Euro
- Bereinigter Konzernüberschuss wächst um 8% auf 133 Mio Euro
- Große Akquisitionen Verivox und etraveli mit starkem Wachstum
- Konzern bestätigt positiven Gesamtjahres-Ausblick

München, 4. August 2016. Die ProSiebenSat.1 Group ist weiter auf Wachstumskurs. Im zweiten Quartal 2016 steigerte der Konzern seinen Umsatz erneut zweistellig – um 15 Prozent auf 886 Mio Euro (Vorjahr: 772 Mio Euro). Dazu trugen alle Segmente mit einem profitablen Umsatzwachstum bei. Das recurring EBITDA legte mit einem Plus von 7 Prozent auf 254 Mio Euro zu (Vorjahr: 238 Mio Euro). Der bereinigte Konzernüberschuss (underlying net income) stieg um 8 Prozent auf 133 Mio Euro (Vorjahr: 122 Mio Euro).

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 51

Auf Halbjahressicht entwickelte sich der Konzern ebenfalls dynamisch. Der Umsatz stieg um 18 Prozent auf 1.688 Mio Euro (Vorjahr: 1.427 Mio Euro). Das um Sondereffekte bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) erhöhte sich um 9 Prozent auf 424 Mio Euro (Vorjahr: 390 Mio Euro). Der bereinigte Konzernüberschuss nahm um 7 Prozent auf 207 Mio Euro zu (Vorjahr: 193 Mio Euro). Damit erzielte ProSiebenSat.1 bereits 44 Prozent seiner Umsatzerlöse außerhalb des TV-Werbegegeschäfts (Vorjahr: 35%). Bis Ende 2018 soll dieser Wert auf rund 50 Prozent steigen.

E-Mail:

Julian.Geist@ProSiebenSat1.com

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

Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media SE:

„Wir haben den Umsatz im zweiten Quartal um 15 Prozent gesteigert und unseren Wachstumskurs damit erfolgreich fortgesetzt. Gleichzeitig sind alle Segmente profitabel gewachsen. Auch für die zweite Jahreshälfte sind wir optimistisch. Die Prognosen für den Arbeitsmarkt sind weiterhin positiv, das Konsumentenvertrauen ist nach wie vor stark. Zudem profitieren wir davon, dass wir unsere Gruppe in den vergangenen Jahren über eine erfolgreiche Diversifikations- und M&A-Strategie konsequent ausgebaut haben. Das zahlt sich zunehmend aus. Insbesondere Verivox und etraveli, unsere bisher größten Akquisitionen, haben im ersten Halbjahr einen attraktiven Wachstumsbeitrag geleistet.“

E-Mail:

Stefanie.Prinz@ProSiebenSat1.com

Pressemitteilung online:

www.ProSiebenSat1.com

Broadcasting German-speaking: Konzern ist weiterhin führend im deutschen TV-Werbemarkt

Im Segment Broadcasting German-speaking setzte der Konzern sein profitables Wachstum fort. Im zweiten Quartal 2016 stiegen die externen Umsätze um 1



Prozent auf 541 Mio Euro (Vorjahr: 535 Mio Euro). Das recurring EBITDA erhöhte sich um 2 Prozent auf 201 Mio Euro (Vorjahr: 197 Mio Euro). Im ersten Halbjahr legten die externen Umsätze um 3 Prozent auf 1.034 Mio Euro zu (Vorjahr: 1.005 Mio Euro). Das recurring EBITDA wuchs ebenfalls um 3 Prozent auf 332 Mio Euro (Vorjahr: 323 Mio Euro).

Das erste Halbjahr war durch saisonale Effekte wie den frühen Ostertermin sowie der Fußball-Europameisterschaft gekennzeichnet. In diesem Umfeld erzielte die ProSiebenSat.1 Group mit ihren deutschen Sendern auf Halbjahressicht einen Zuschauermarktanteil von 28,0 Prozent (Vorjahr: 29,3%). Mit einem Brutto-Anteil von 42,4 Prozent (Vorjahr: 44,0%) war die Gruppe auch im TV-Werbemarkt weiterhin führend. Zugleich wuchs das Distributionsgeschäft erneut deutlich: Die Anzahl der HD-Abonnenten stieg bis zum 30. Juni 2016 auf 6,7 Mio (Vorjahresstichtag: 5,7 Mio). Bis 2018 rechnet der Konzern mit einem Anstieg auf rund 9 Mio HD-Abonnenten.

Digital & Adjacent: Umsatz und Ergebnis wachsen zweistellig

Im Segment Digital & Adjacent verzeichnete der Konzern in beiden Zeiträumen weiterhin ein dynamisches Wachstum. Im zweiten Quartal 2016 stiegen die externen Umsätze um 43 Prozent auf 263 Mio Euro (Vorjahr: 184 Mio Euro). Das recurring EBITDA erhöhte sich um 15 Prozent auf 43 Mio Euro (Vorjahr: 37 Mio Euro). Auf Halbjahressicht wuchs der Umsatz um 57 Prozent auf 504 Mio Euro (Vorjahr: 322 Mio Euro), das recurring EBITDA stieg um 21 Prozent auf 78 Mio Euro (Vorjahr: 64 Mio Euro).

Sowohl im zweiten Quartal 2016 als auch auf Halbjahressicht war das Ventures- & Commerce-Geschäft der stärkste Umsatztreiber. Aus dem Erwerb der Commerce-Plattformen etraveli und Verivox sowie des Multi-Channel-Networks CDS (heute Studio71) aus dem Bereich Digital Entertainment resultierten hohe Konsolidierungseffekte. Gleichzeitig beschleunigten die Beteiligungen ihr Wachstum nach dem Kauf innerhalb des Konzernverbunds deutlich. etraveli und Verivox werden seit Dezember bzw. August 2015 konsolidiert, CDS seit August 2015. Darüber hinaus trug das Ad-Tech-Geschäft zur Umsatzsteigerung bei. Das organische Wachstum wurde wesentlich von den Digital-Entertainment-Angeboten wie der Pay-Video-on-Demand-Plattform maxdome getragen. Die Erlöse aus dem Adjacent- sowie dem im Juni 2016 veräußerten Online-Games-Geschäft waren hingegen unter Vorjahr.

In den vergangenen Wochen hat der Konzern sein erfolgreiches Digitalportfolio weiter ausgebaut. ProSiebenSat.1 hat seine Anteile an der Stylight GmbH zum 1. Juli 2016 auf 100 Prozent aufgestockt und stärkt damit sein Commerce Vertical „Beauty & Accessories“. Für maxdome hat der Konzern eine Kooperation mit der Deutschen Bahn geschlossen. Das Video-on-Demand-Portal wird Ende des Jahres als exklusiver Partner in das ICE-Portal der Deutschen Bahn integriert und bietet Reisenden mit Serien und Filmen attraktive Unterhaltung. maxdome gewinnt dadurch deutlich an Reichweite, pro Jahr reisen in Deutschland rund 80 Mio Menschen mit dem ICE.



Content Production & Global Sales: US-Geschäft treibt starke Umsatz- und Ergebnis-Entwicklung von Red Arrow

Auch im Segment Content Production & Global Sales setzte die Gruppe ihre außerordentlich positive Entwicklung fort. Im zweiten Quartal 2016 stiegen die externen Umsätze um 42 Prozent auf 77 Mio Euro (Vorjahr: 54 Mio Euro). Das recurring EBITDA erhöhte sich auf 10 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro). Auf Halbjahressicht verzeichnete das Segment ebenfalls hohe Wachstumsraten. Die externen Umsätze legten um 40 Prozent auf 140 Mio Euro zu (Vorjahr: 100 Mio Euro). Das recurring EBITDA stieg auf 16 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro). Damit trug Red Arrow ebenfalls zur positiven Ergebnisentwicklung des Konzerns bei.

Das organische Wachstum basiert weiterhin auf dem erfolgreichen US-Produktionsgeschäft der Red Arrow Entertainment Group und internationalen Programmverkäufen wie „Kiss Bang Love“, „Married at First Sight“ oder „Cleverman“. Gleichzeitig profitierte der Konzern von weiteren Akquisitionen. Neben der Erstkonsolidierung des US-amerikanischen Unternehmens Karga Seven Pictures im November 2015 trug das im Januar 2016 erworbene Unternehmen Dorsey Pictures zum Umsatzanstieg bei. Im Juli 2016 setzte Red Arrow seine US-Expansion mit einer Mehrheitsbeteiligung an 44 Blue Productions fort. Insgesamt hält Red Arrow damit nun neun Beteiligungen in den USA.

Finanzergebnis und bereinigter Periodenüberschuss weiter verbessert

Im zweiten Quartal 2016 hat sich das Finanzergebnis deutlich verbessert und betrug minus 10 Mio Euro (Vorjahr: -20 Mio Euro). Ursache hierfür ist die Entwicklung des sonstigen Finanzergebnisses, das sich auf 9 Mio Euro belief (Vorjahr: -3 Mio Euro) und wesentlich von einer positiven Bewertungsänderung aus Finanzbeteiligungen profitierte. Das Zinsergebnis war im zweiten Quartal 2016 hingegen nahezu stabil und betrug minus 20 Mio Euro (Vorjahr: -19 Mio Euro). Das Periodenergebnis nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter stieg damit um 16 Prozent auf 136 Mio Euro (Vorjahr: 118 Mio Euro).

Das Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten betrug minus 42 Mio Euro (Vorjahr: -1 Mio Euro) und beinhaltet einen Steueraufwand in Höhe von 40 Mio Euro. Grund hierfür ist eine Steuernachforderung einer ehemaligen Betriebsstätte in Schweden, die der Konzern im zweiten Quartal 2016 beglichen hat. Demgegenüber wuchs das underlying net income (der um Sondereffekte bereinigte Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten) um 8 Prozent auf 133 Mio Euro (Vorjahr: 122 Mio Euro). Der bereinigte Konzernüberschuss ist die relevante Größe für die Dividendenbemessung.

Verschuldungsgrad weiterhin im Zielkorridor

Die Netto-Finanzverschuldung belief sich zum 30. Juni 2016 auf 2.005 Mio Euro; Der Anstieg um 13 Prozent oder 223 Mio Euro gegenüber dem Vorjahresstichtag reflektiert unter anderem das höhere Investitionsvolumen. Die ProSiebenSat.1 Group hat insbesondere im zweiten Halbjahr 2015 zahlreiche M&A-Projekte abgeschlossen und ihr Portfolio damit erfolgreich erweitert. Damit lag der Verschuldungsgrad – der sich aus dem Verhältnis der Netto-



Finanzverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate ergibt – zum 30. Juni 2016 bei 2,1 und damit im Zielkorridor von 1,5 bis 2,5 (Vorjahr: 2,0).

Seite 4 von 6

ProSiebenSat.1 bestätigt positiven Jahresausblick für 2016

Die ProSiebenSat.1 Group profitiert in ihren deutschsprachigen Märkten von einem positiven makroökonomischen Umfeld. Deshalb bestätigt der Konzern auch nach dem EU-Austritts-Referendum Großbritanniens seine Jahresprognose: Der Konzern unterstreicht seine Ziele für 2016 und erwartet einen Umsatzanstieg von über 10 Prozent. Das recurring EBITDA sowie der bereinigte Konzernüberschuss sollen das Vorjahresniveau übertreffen. Für den TV-Werbemarkt plant das Unternehmen auf Jahressicht weiterhin mit einem Netto-Wachstum von zwei bis drei Prozent.

Gleichzeitig erwartet die ProSiebenSat.1 Group, dass sich ihre Wachstumsbereiche infolge ihrer hohen TV-Reichweite und der konsequenten Vernetzung innerhalb der Gruppe dynamisch weiterentwickeln werden. Bei der Umsetzung seiner mittelfristigen Wachstumsziele liegt der Konzern ebenfalls weiter im Plan. Bis Ende 2018 will ProSiebenSat.1 den Umsatz im Vergleich zu 2012 um 1,85 Mrd Euro auf insgesamt 4,2 Mrd Euro steigern. Zum 30. Juni 2016 hatte der Konzern bereits 63 Prozent realisiert.


Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group auf Basis fortgeführter Aktivitäten

Seite 5 von 6

In Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015	Abweichung %	H1 2016	H1 2015	Abweichung %
Konzernumsatz	886	772	+15%	1.688	1.427	+18%
Gesamtkosten	688	584	+18%	1.371	1.125	+22%
Operative Kosten ⁽¹⁾	638	539	+18%	1.274	1.045	+22%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	254	238	+7%	424	390	+9%
Recurring EBITDA-Marge (in %)	28,7	30,8	-2,1 Pkte.	25,1	27,3	-2,2 Pkte.
EBITDA	258	226	+14%	420	371	+13%
Sondereffekte	4	-12	~	-5	-19	-74%
Betriebsergebnis (EBIT)	211	193	+9%	333	310	+8%
Finanzergebnis	-10	-20	-48%	-34	-48	-30%
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	136	118	+16%	203	179	+13%
Bereinigter Konzernüberschuss ⁽³⁾ (underlying net income)	133	122 ⁽⁵⁾	+8%	207	193 ⁽⁵⁾	+7%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt) (in Euro)	0,62	0,57 ⁽⁵⁾	+8%	0,97	0,90 ⁽⁵⁾	+7%
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	310	335	-8%	675	685	-2%
Free Cashflow	0	76	-100%	-2	76	~

In Mio Euro	30. Jun 16	31. Dez 15	30. Jun 15
Eigenkapital	628	943	675
Eigenkapitalquote (in %)	11,8	17,8	17,4
Liquide Mittel	672	734	193
Netto-Finanzverschuldung	2.005	1.940	1.782
Verschuldungsgrad ⁽⁴⁾	2,1	2,1	2,0



Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group auf Basis fortgeführter Aktivitäten

Seite 6 von 6

In Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015	Abweichung %	H1 2016	H1 2015	Abweichung %
Broadcasting German-speaking						
Umsatz (extern)	541	535	+1%	1.034	1.005	+3%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	201	197	+2%	332	323	+3%
Digital & Adjacent						
Umsatz (extern)	263	184	+43%	504	322	+57%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	43	37	+15%	78	64	+21%
Content Production & Global Sales						
Umsatz (extern)	77	54	+42%	140	100	+40%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	10	4	~	16	5	~

(1) Gesamtkosten abzüglich Sonderaufwendungen und Abschreibungen. (2) Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA. (3) Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter vor Effekten aus Kaufpreisallokationen und weiteren Sondereffekten. Dazu zählen im sonstigen Finanzergebnis erfasste Bewertungseffekte auf Finanzbeteiligungen, Put-Optionen und Earn-out-Verbindlichkeiten, Ineffektivitäten aus Finanzderivaten sowie Bewertungseffekte auf die Group-Save-Pläne. (4) Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate. (5) Anpassung aufgrund der rückwirkenden Bereinigung von Änderungen im beizulegenden Zeitwert von Put-Optionen und Earn-out-Verbindlichkeiten im zweiten Quartal 2016.

Erläuterung zur Berichtsweise: Die ProSiebenSat.1 Group verwendet in ihren Berichten auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen wie recurring EBITDA und underlying net income. Für die Überleitung und Definition verweisen wir auf die Erläuterungen im Lagebericht des Halbjahresfinanzberichts 2016 S. 5. Im Berichtsjahr wurden erstmals Änderungen des beizulegenden Zeitwertes der anteilsbasierten Vergütungspläne sowie der Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-outs bereinigt.

Zum dritten Quartal 2016 wird ProSiebenSat.1 aufgrund der Erweiterung des Vorstands die Segmentstruktur ändern und das bisherige Segment Digital & Adjacent in die Einzelsegmente Digital Ventures & Commerce sowie Digital Entertainment unterteilen. Künftig wird nach dieser Struktur intern und extern berichtet werden.

Weitere Kennzahlen erhalten Sie auf unserer Konzernwebsite www.ProSiebenSat1.com. Dort finden Sie auch den Zwischenbericht zum 2. Quartal und 1. Halbjahr 2016.