

---

## Pressemitteilung

---



### **ProSiebenSat.1 setzt deutliches Umsatz- und Ergebnis-Wachstum im dritten Quartal 2016 fort**

Seite 1

- **Umsatz steigt um 15 % auf 857 Mio Euro**
- **Recurring EBITDA erhöht sich um 13 % auf 202 Mio Euro**
- **Bereinigter Konzernüberschuss wächst um 11 % auf 87 Mio Euro**
- **Akquisitionen leisten deutlichen Wachstumsbeitrag**
- **ProSiebenSat.1 bestätigt positiven Gesamtjahres-Ausblick**

**München, 3. November 2016.** Die ProSiebenSat.1 Group ist auch im dritten Quartal 2016 dynamisch gewachsen. Der Konzern steigerte seinen Umsatz um 15 Prozent auf 857 Mio Euro (Vorjahr: 747 Mio Euro). Das recurring EBITDA legte mit einem Plus von 13 Prozent auf 202 Mio Euro zu (Vorjahr: 178 Mio Euro). Der bereinigte Konzernüberschuss (underlying net income) stieg ebenfalls deutlich und erhöhte sich um 11 Prozent auf 87 Mio Euro (Vorjahr: 79 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

Im Neunmonatszeitraum steigerte ProSiebenSat.1 den Umsatz um 17 Prozent auf 2.545 Mio Euro (Vorjahr: 2.174 Mio Euro). Zugleich erhöhte sich das recurring EBITDA um 10 Prozent auf 626 Mio Euro (Vorjahr: 568 Mio Euro); der bereinigte Konzernüberschuss verzeichnete einen Anstieg um 8 Prozent auf 294 Mio Euro (Vorjahr: 271 Mio Euro). Wichtigster Wachstumstreiber war weiterhin das E-Commerce-Portfolio. Gleichzeitig entwickelte sich das Produktionsnetzwerk Red Arrow Entertainment dynamisch. In beiden Geschäftsbereichen beschleunigten erfolgreiche Akquisitionen das Wachstum.

E-Mail:

[Julian.Geist@ProSiebenSat1.com](mailto: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 machen mit der Transformation unseres Unternehmens von einem TV-Haus zu einem digitalen Player sehr gute Fortschritte. In den ersten neun Monaten haben wir bereits 46 Prozent unserer Erlöse außerhalb des klassischen TV-Werbegegeschäfts realisiert. Diese Entwicklung treiben wir konsequent voran. Mit dem starken TV-Geschäft als Basis und den digitalen Entertainment-, Commerce- und Produktionsaktivitäten als Wachstumstreibern, sind wir gut aufgestellt, um unsere Ziele zu erreichen. 2018 wollen wir mit unserem Digitalgeschäft bereits 1,7 Mrd Euro Umsatz erzielen.“

E-Mail:

[Stefanie.Prinz@ProSiebenSat1.com](mailto:Stefanie.Prinz@ProSiebenSat1.com)

Pressemitteilung online:

[www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com)

Mit dem dritten Quartal 2016 hat die ProSiebenSat.1 Group ihr bisheriges Segment Digital & Adjacent in die beiden Einzelsegmente Digital Entertainment sowie Digital Ventures & Commerce unterteilt. Damit berichtet der Konzern nun in vier Segmenten über sein operatives Geschäft: Broadcasting German-speaking, Digital Entertainment, Digital Ventures & Commerce und Content Production & Global Sales.



### **Broadcasting German-speaking: solides Umsatz- und Ergebniswachstum**

Im Segment Broadcasting German-speaking stiegen die externen Umsätze im dritten Quartal 2016 um 2 Prozent auf 472 Mio Euro (Vorjahr: 465 Mio Euro). Das recurring EBITDA erhöhte sich um 7 Prozent auf 147 Mio Euro (Vorjahr: 137 Mio Euro). Auch im Neunmonatszeitraum wuchs das Segment Broadcasting German-speaking äußerst profitabel: Die externen Umsätze erhöhten sich um 2 Prozent auf 1.506 Mio Euro (Vorjahr: 1.470 Mio Euro), das recurring EBITDA stieg um 4 Prozent auf 479 Mio Euro (Vorjahr: 460 Mio Euro). Besonders im dritten Quartal 2016 entwickelten sich die Distributionserlöse weiter dynamisch.

### **Digital Entertainment: Multi-Channel-Network Studio71 ist stärkster Umsatzwachstumstreiber**

Im Segment Digital Entertainment stiegen die Umsätze in beiden Zeiträumen deutlich. Trotz der Entkonsolidierung des Online-Games-Geschäfts erhöhte sich der externe Umsatz im dritten Quartal 2016 um 23 Prozent auf 99 Mio Euro (Vorjahr: 80 Mio Euro). In den ersten neun Monaten legten die externen Umsätze um 33 Prozent auf 304 Mio Euro zu (Vorjahr: 228 Mio Euro). Insbesondere das Ad-Video-on-Demand-Geschäft mit dem Multi-Channel-Network Studio71 und dem Ad-Tech-Bereich trieben das Wachstum. Auch das Online-Video-Portal maxdome, für das der Konzern heute eine mehrjährige Vertragsverlängerung mit Unitymedia bekannt gibt, entwickelt sich weiter positiv.

Das recurring EBITDA lag im dritten Quartal 2016 mit 4 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro) aufgrund wachstumsbedingter Investitionen sowie einem Umsatzrückgang bei den Adjacent-Aktivitäten auf Vorjahresniveau. Aus den gleichen Gründen verringerte sich das recurring EBITDA im Neunmonatszeitraum um 15 Prozent auf 19 Mio Euro (Vorjahr: 23 Mio Euro).

### **Digital Ventures & Commerce: Commerce-Geschäft wächst weiterhin stark und profitabel**

Im dritten Quartal 2016 erhöhten sich die externen Umsätze des Segments Digital Ventures & Commerce auf 181 Mio Euro (Vorjahr: 125 Mio Euro). Dies entspricht einer Steigerung von 44 Prozent. Gleichzeitig stieg das Ergebnis deutlich: Das recurring EBITDA legte um 14 Prozent auf 40 Mio Euro zu (Vorjahr: 35 Mio Euro). In den ersten neun Monaten erhöhten sich die externen Umsätze um 65 Prozent auf 483 Mio Euro (Vorjahr: 293 Mio Euro). Das recurring EBITDA verzeichnete ein Plus von 30 Prozent und stieg damit auf 105 Mio Euro (Vorjahr: 81 Mio Euro). Die größten Beiträge zum Umsatzwachstum lieferten das Online-Reiseportal etraveli sowie das Preisvergleichs-Portal Verivox.

### **Content Production & Global Sales: US-Geschäft treibt Umsatz- und Ergebniswachstum**

Das Segment Content Production & Global Sales entwickelt sich weiterhin wachstumsstark: Die externen Umsätze stiegen im dritten Quartal 2016 um 34 Prozent auf 100 Mio Euro (Vorjahr: 74 Mio Euro), das recurring EBITDA erhöhte sich auf 11 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro). Auf Neunmonatssicht stiegen die externen Umsätze um 38 Prozent auf 240 Mio Euro (Vorjahr: 174 Mio Euro). Parallel hat sich das recurring EBITDA mit 27 Mio Euro (Vorjahr: 10 Mio Euro)



mehr als verdoppelt. Das Wachstum wurde insbesondere vom erfolgreichen US-Geschäft getrieben.

Seite 3 von 5

#### **Verschuldungsgrad weiterhin im Zielkorridor**

Die Netto-Finanzverschuldung ist zum 30. September 2016 gegenüber dem Vorjahresstichtag auf 2.419 Mio Euro gestiegen (Vorjahr: 1.953 Mio Euro). Damit lag der Verschuldungsgrad, der sich aus dem Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate ergibt, bei 2,5 (Vorjahr: 2,2). Der Anstieg gegenüber dem Vorjahresstichtag im September 2015 reflektiert die Saisonalität im operativen Cashflow innerhalb des Jahres sowie die Investitionstätigkeit des Konzerns.

#### **ProSiebenSat.1 bestätigt höhere Umsatzprognose für 2016**

Wie bereits auf dem Capital Markets Day Mitte Oktober bekannt gegeben, geht die ProSiebenSat.1 Group auf Jahressicht von einem Umsatzwachstum von mindestens 15 Prozent aus (zuvor mindestens 10 Prozent). Für den deutschen Netto-TV-Werbemarkt rechnet der Konzern im Gesamtjahr mit einem Wachstum von etwas über zwei Prozent (zu Jahresbeginn 2016: zwei bis drei Prozent). Das Wachstum der TV-Werbeerlöse von ProSiebenSat.1 wird voraussichtlich leicht unter dem Marktwachstum liegen. Im Digital- und Produktionsgeschäft wird der Konzern weiterhin dynamisch wachsen. Das recurring EBITDA sowie der bereinigte Konzernüberschuss sollen jeweils über Vorjahr liegen.

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Oktober 2016 ihre Finanzziele für das Jahr 2018 erneut angehoben. Im Vergleich zu 2012 steigt das Umsatzwachstumsziel von 1,85 Mrd Euro um 300 Mio Euro auf 2,15 Mrd Euro. 2018 soll der Konzernumsatz damit bei 4,5 Mrd Euro liegen (zuvor: 4,2 Mrd Euro). Das Digitalgeschäft soll dann einen Umsatzbeitrag von 1,7 Mrd Euro leisten. Das recurring EBITDA-Wachstumsziel erhöhte ProSiebenSat.1 gegenüber 2012 um 50 Mio Euro auf 400 Mio Euro. Damit strebt das Unternehmen im Jahr 2018 ein recurring EBITDA von 1,15 Mrd Euro an.



**Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group auf Basis fortgeführter Aktivitäten**

In Mio Euro	Q3 2016	Q3 2015	Abweichung %	9M 2016	9M 2015	Abweichung %
Konzernumsatz	857	747	+15 %	2.545	2.174	+17 %
Gesamtkosten	727	621	+17 %	2.098	1.746	+20 %
Operative Kosten <sup>(1)</sup>	658	575	+15 %	1.932	1.619	+19 %
Recurring EBITDA <sup>(2)</sup>	202	178	+13 %	626	568	+10 %
Recurring EBITDA-Marge (in %)	23,5	23,8	-0,3 %-Pkte.	24,6	26,1	-1,5 %-Pkte.
EBITDA	188	166	+13 %	608	538	+13 %
Sondereffekte	-13	-11	+15 %	-18	-30	-40 %
Betriebsergebnis (EBIT)	137	131	+4 %	470	441	+6 %
Finanzergebnis	-35	-1	>+100 %	-69	-50	+38 %
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	68	73	-7 %	271	252	+7 %
Bereinigter Konzernüberschuss <sup>(3)</sup> (underlying net income)	87	79 <sup>(5)</sup>	+11 %	294	271 <sup>(5)</sup>	+8 %
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt) (in Euro)	0,41	0,37 <sup>(5)</sup>	+10 %	1,37	1,27 <sup>(5)</sup>	+8 %
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	326	340	-4 %	1.001	1.025	-2 %
Free Cashflow	-18	-154	-88 %	-21	-78	-74 %

In Mio Euro	30. Sep 16	31. Dez 15	30. Sep 15
Eigenkapital	658	943	750
Eigenkapitalquote (in %)	12,9	17,8	16,5
Liquide Mittel	309	734	224
Netto-Finanzverschuldung	2.419	1.940	1.953
Verschuldungsgrad <sup>(4)</sup>	2,5	2,1	2,2



## Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group auf Basis fortgeführter Aktivitäten

Seite 5 von 5

In Mio Euro	Q3 2016	Q3 2015	Abweichung %	9M 2016	9M 2015	Abweichung %
<b>Broadcasting German-speaking</b>						
Umsatz (extern)	472	465	+2 %	1.506	1.470	+2 %
Recurring EBITDA <sup>(2)</sup>	147	137	+7 %	479	460	+4 %
<b>Digital Entertainment</b>						
Umsatz (extern)	99	80	+23 %	304	228	+33 %
Recurring EBITDA <sup>(2)</sup>	4	4	+0 %	19	23	-15 %
<b>Digital Ventures &amp; Commerce</b>						
Umsatz (extern)	181	125	+44 %	483	293	+65 %
Recurring EBITDA <sup>(2)</sup>	40	35	+14 %	105	81	+30 %
<b>Content Production &amp; Global Sales</b>						
Umsatz (extern)	100	74	+34 %	240	174	+38 %
Recurring EBITDA <sup>(2)</sup>	11	5	>+100 %	27	10	>+100 %

(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-Share-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.

Weitere Kennzahlen erhalten Sie auf unserer Konzernwebsite [www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com). Dort finden Sie auch den Zwischenbericht zum dritten Quartal und den ersten neun Monaten 2016.