
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 investiert verstärkt in nachhaltiges Wachstum / Q3 2018 im Rahmen der Erwartungen

Strategie-Update:

- ProSiebenSat.1 strebt mittelfristig Anstieg des Konzernumsatzes von 4 Mrd Euro auf 6 Mrd Euro und des adjusted EBITDA von 1 Mrd Euro auf 1,5 Mrd Euro an
- Investitionen in Programm, Daten und Werbetechnologien
- Entertainment: Fokus auf lokale Inhalte, digitale Reichweite, verbesserte Monetarisierung
- Red Arrow Studios: deutlich mehr deutsche Produktionen für eigenes Entertainment-Geschäft
- NuCom Group: mittelfristiges Umsatzwachstum von 0,8 Mrd Euro auf 2 Mrd Euro, getrieben von den vier Kernmarken Verivox, Parship Elite Group, Jochen Schweizer mydays und Flaconi

Investitionsfokus / Finanzausblick:

- Verstärkte Investitionen in lokale Programmformate; gleichzeitig Überprüfung und Neuverhandlung von US-Studio-Verträgen bis Jahresende
- ProSiebenSat.1 bestätigt mittelfristige Kapitalmarktziele
- Konzern passt Ausschüttungspolitik an: künftiger Total-Shareholder-Return-Fokus entlang verschiedener Komponenten, Ankündigung eines Aktienrückkaufs

Drittes Quartal 2018:

- Konzernumsatz steigt bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte um 4%
- Stabile TV-Werbeerlöse; Segmente Commerce (NuCom Group) und Content Production & Global Sales (Red Arrow Studios) mit dynamischem organischen Umsatzwachstum
- Rückgang des Konzernumsatzes im Gesamtjahr 2018 im niedrigen einstelligen Prozentbereich auf rund 4 Mrd Euro erwartet; um Konsolidierungs- und Währungseffekte bereinigtes Umsatzwachstum im niedrig einstelligen Prozentbereich erwartet

München, 7. November 2018.

Max Conze, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media SE: „Wir stoßen jetzt die notwendigen Veränderungen und Investitionen an, um aus ProSiebenSat.1 ein absolut digitales, diversifiziertes und schnell wachsendes Unternehmen zu machen. Wir fokussieren uns auf Entertainment, das Menschen lieben, und Commerce-Angebote, die Menschen brauchen. Dabei stellen wir den

Ansprechpartner:

Stefanie Rupp-Menedetter
Konzernsprecherin
Tel. +49 [89] 95 07-2598
E-Mail:

Stefanie.Rupp@ProSiebenSat1.com

Susanne Brieu
Stv. Leiterin Unternehmens- &
Finanzkommunikation
Tel. +49 [89] 95 07-1137
E-Mail:

Susanne.Brieu@ProSiebenSat1.com

ProSiebenSat.1 Media SE
Medienallee 7
D-85774 Unterföhring

Pressemitteilung online:
www.ProSiebenSat1.com

Twitter:
[@P7S1Group](https://twitter.com/P7S1Group)



Konsumenten, Inhalte und digitale Angebote in den Mittelpunkt. So wollen wir unseren Umsatz mittelfristig von 4 auf 6 Milliarden Euro steigern – mindestens die Hälfte soll dabei aus Digital-Umsätzen kommen. Unsere starken Entertainment-Zuschauermarktanteile sowie das zweistellige Wachstum bei der NuCom und Red Arrow Studios zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Wir haben einen klaren Wachstumsplan – und setzen diesen nun mit Nachdruck um.“

Mit einem Strategie-Update adressiert der Konzern die Chancen und Herausforderungen der sich verändernden Medienlandschaft und schafft gleichzeitig die Voraussetzungen, nachhaltiges Wachstum für seine Aktionäre zu erwirtschaften. Dabei treibt ProSiebenSat.1 die Diversifizierung der Gruppe weiter voran und plant, die Umsätze und Erlöse außerhalb des TV-Werbe-geschäfts deutlich zu erhöhen: In den nächsten rund fünf Jahren beabsichtigt ProSiebenSat.1, den Konzernumsatz auf 6 Mrd Euro (Q3 LTM 2018: 4 Mrd Euro) und das adjusted EBITDA auf 1,5 Mrd Euro (Q3 LTM 2018: 1 Mrd Euro) zu steigern. Dabei sollen 50 Prozent der Umsätze aus dem Digitalgeschäft kommen (Q3 LTM 2018: 30%). Gleichzeitig strebt der Konzern an, eine durchschnittliche jährliche Aktienrendite von 10 bis 15 Prozent zu erzielen. ProSiebenSat.1 wird das Strategie-Update des Konzerns umfassend am Capital Markets Day am 14. November präsentieren.

Die strategischen Prioritäten der drei Säulen sind klar definiert:

Entertainment: Der Fokus liegt auf lokalen Inhalten, die über möglichst viele Kanäle verbreitet werden, um eine hohe Gesamtreichweite zu erzielen und diese noch besser zu monetarisieren. In einem nächsten Schritt sollen diese Reichweiten adressierbar und Werbung somit optimal auf den jeweiligen Zuschauer zugeschnitten werden. Mittelfristig strebt der Konzern einen Umsatzanteil der adressierbaren Werbung von 25 Prozent an (Q3 LTM 2018: niedrig einstelliger Anteil). Deshalb liegt ein wichtiger Investment-Fokus auf den Bereichen Daten und Werbetechnologien.

Red Arrow Studios (Content Production & Global Sales): Um den lokalen Programmanteil auf den eigenen Kanälen zu erhöhen, beabsichtigt der Konzern, den Anteil von Red Arrow Studios an den vom Entertainment-Geschäft lokal beauftragten Inhalten in den nächsten rund fünf Jahren von heute 13 Prozent auf über 30 Prozent zu steigern. Gleichzeitig wird Red Arrow auch seine internationale Expansion mit Fokus auf die Kernmärkte USA und UK fortsetzen. Im Digital-Video-Geschäft ist es das Ziel, Studio71 zum führenden Anbieter aufzubauen. ProSiebenSat.1 wird in diesem Segment weiterhin strategische Partnerschaften prüfen, sofern diese die Größe und das Wachstum des Produktionsgeschäfts steigern.

NuCom Group (Commerce): Ziel der NuCom Group ist es, führende Marktpositionen ihrer Unternehmen weiter auszubauen und das Portfolio auf die vier Bereiche Verbraucherberatung, Partnervermittlung, Erlebnis- und Geschenkgutscheine sowie Beauty & Lifestyle zu fokussieren. ProSiebenSat.1 setzt dabei sowohl auf organisches Wachstum als auch auf ergänzende selektive Akquisitionen und nutzt die Partnerschaft mit General Atlantic, insbesondere um die operative Performance der Commerce-Unternehmen weiter zu verbessern. Gleichzeitig profitiert die NuCom Group weiterhin von Synergien in den Bereichen Daten und Technologie mit dem ProSiebenSat.1-Entertainment-Geschäft. Der



Konzern strebt eine Verdopplung des Commerce-Umsatzes in den nächsten rund fünf Jahren auf 2 Mrd Euro an (Q3 LTM 2018: 0,8 Mrd Euro), getrieben von den Kernmarken Verivox, Parship Elite Group, Jochen Schweizer mydays und Flaconi.

Investitionsfokus / Finanzausblick: Für ein modernes und zukunftsorientiertes Entertainment-Geschäft wird ProSiebenSat.1 ab 2019 zusätzlich in lokale Programminhalte, den Ausbau digitaler Plattformen und eine verbesserte Monetarisierung der Reichweite investieren. Unter Berücksichtigung von gegenläufigen Kosteneffizienzmaßnahmen sowie eines erwarteten moderaten Segment-Umsatzanstiegs wird dies im Entertainment-Segment im Jahr 2019 zu einem Rückgang des adjusted EBITDA führen.

Parallel zu seinem stärkeren lokalen Fokus in der Entertainment-Content-Strategie überprüft der Konzern aktuell seine bestehenden US-Studio-Verträge. ProSiebenSat.1 ist diesbezüglich an die jeweiligen Lizenzgeber herangetreten, um für Lizenzvolumina aus bestehenden Verträgen und für künftige Verträge relevante Verbesserungen im Rechteumfang und/oder Volumenzufluss zu erreichen. Mit dem langjährigen Partner, dem US-Studio Warner Bros., konnte ProSiebenSat.1 bereits einen neuen Rahmenvertrag für neue Lizenzrechte abschließen. Dieser stellt einen qualitativ deutlich optimierten Zufluss sicher und weist einen erheblich verbesserten Rechteumfang auf. In Abhängigkeit von weiteren Verhandlungsergebnissen sowie der Evaluierung weiterer Alternativen schließt der Konzern allerdings eine einmalige Ergebnisbelastung aus bereits bilanzierten und aus kontrahierten, aber noch nicht bilanzierten Lizenzvolumina in Höhe von bis zu 400 Mio Euro noch im Jahr 2018 nicht aus. Aufgrund von bereits in der Vergangenheit geleisteten Zahlungen sowie entlastenden planmäßigen und außerplanmäßigen Steuereffekten würde sich die Belastung des Free-Cash-Flows aufgrund der künftig für diese Lizenzrechte noch zu leistenden Zahlungen auf voraussichtlich bis zu 110 Mio Euro belaufen. Dieser Betrag würde sich dabei im Wesentlichen über die kommenden vier Jahre verteilen.

Unabhängig vom zukünftigen Investitionsbedarf bestätigt ProSiebenSat.1 die mittelfristigen Finanzziele des Konzerns: So strebt das Unternehmen für die nächsten rund fünf Jahre weiter einen durchschnittlichen jährlichen Umsatzanstieg (CAGR) im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Gleichzeitig rechnet der Konzern unverändert auf Gruppenebene mit einer Profitabilität im mittleren 20-Prozentbereich bezogen auf das adjusted EBITDA. Während der Konzern auch im Jahr 2019 von einem Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich ausgeht, werden sich jedoch insbesondere die geplanten aufwandswirksamen Investitionen im Entertainment-Segment auf die Profitabilität und die Ergebnisentwicklung der Gruppe auswirken. Unter Berücksichtigung des erwarteten profitablen Wachstums der Segmente Content Production & Global Sales und Commerce sowie der gegenläufigen Kosteneffizienzmaßnahmen wird das adjusted EBITDA der gesamten Gruppe im Jahr 2019 mit voraussichtlich rund 50 Mio Euro belastet. Ziel ist es, durch diese Investitionen die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens weiter zu verbessern und das Umsatz- und Ergebniswachstum mittelfristig zu beschleunigen.

Dividendenpolitik / Aktienrückkauf: Vor diesem Hintergrund passt ProSiebenSat.1 seine Dividendenpolitik an. Der Konzern zielt hierbei auf eine Maximierung der Aktienrendite entlang verschiedener Komponenten, die neben einer attraktiven Dividendenrendite insbesondere eine Steigerung des



Ergebniswachstums beinhaltet. So beabsichtigt der Konzern erstmals für das Geschäftsjahr 2018 (zahlbar im Jahr 2019), 50 Prozent des bereinigten Konzernjahresüberschusses als Dividende auszuschütten (zuvor: 80 bis 90%). Die damit freiwerdenden Mittel wird ProSiebenSat.1 vorrangig für ergebnissteigernde Investitionen in organisches und anorganisches Wachstum verwenden. Darüber hinaus wird die Gruppe künftig opportunistisch Aktienrückkäufe vornehmen. So plant ProSiebenSat.1 über die angekündigten Investitionen in Kernbereiche sowie angrenzende Akquisitionen hinaus ein Aktienrückkaufprogramm von bis zu 250 Mio Euro mit einer Laufzeit von 12 bis 24 Monaten. Auf dem aktuellen Bewertungsniveau nutzt der Konzern damit den Aktienrückkauf als Instrument zur Verbesserung seiner Kapitaleffizienz. Im Rahmen dieses Aktienrückkaufprogramms soll kurzfristig, beginnend ab dem 9. November 2018, eine erste Tranche mit einem Volumen von bis zu 50 Mio Euro zurückgekauft werden.

Dr. Jan Kemper, Finanzvorstand der ProSiebenSat.1 Media SE: „Wir wollen bei ProSiebenSat.1 die Zukunft des Medien- und Commerce-Geschäfts aktiv mitgestalten. Eine Anpassung unserer Dividendenpolitik und die damit verbundene reduzierte Ausschüttungsquote sind deshalb der konsequente Schritt. So erhalten wir größeren finanziellen Spielraum für wichtige Investitionsfelder wie lokale Inhalte, Plattformen und Technologien. Gleichzeitig wollen wir zukünftig durch eine Kombination aus organischem Wachstum, selektiven Zukäufen sowie Aktienrückkäufen nachhaltig die Gesamtrendite für unsere Aktionäre stärken.“

Drittes Quartal 2018: Die Umsatzentwicklung der ProSiebenSat.1 Group ist im dritten Quartal 2018 weiterhin von Konsolidierungs- und Währungseffekten geprägt. Trotz dieser Effekte stieg der Konzernumsatz leicht um 1 Prozent auf 892 Mio Euro (Vorjahr: 883 Mio Euro). Bereinigt um diese Faktoren erzielte der Konzern ein Umsatzwachstum von 4 Prozent, wozu insbesondere das um Konsolidierungs- und Währungseffekte bereinigte Wachstum von jeweils 14 Prozent in den Segmenten Content Production & Global Sales (Red Arrow Studios) sowie Commerce (NuCom Group) beitrug. Die TV-Werbeerlöse entwickelten sich stabil. Die operativen Ertragskennzahlen waren in diesem Zeitraum wie erwartet unter anderem von einer abweichenden Saisonalität der Programmkosten gekennzeichnet: Das adjusted EBITDA ging entsprechend um 13 Prozent auf 175 Mio Euro zurück (Vorjahr: 202 Mio Euro), die adjusted EBITDA-Marge lag bei 19,7 Prozent (Vorjahr: 22,9%). Der bereinigte Konzernüberschuss sank um 24 Prozent auf 75 Mio Euro (Vorjahr: 99 Mio Euro).

Ausblick Finanzjahr 2018: Wie angekündigt werden sich die Entkonsolidierungen des Video-on-Demand-Portals maxdome, des Online-Fitness-Anbieters 7NXT und des Reiseveranstalters Tropo, die bis zum Ende des dritten Quartals erfolgt sind, auf das Umsatzwachstum des Konzerns im Gesamtjahr auswirken. Hinzu kommt ein insgesamt moderaterer organischer Umsatzanstieg. ProSiebenSat.1 passt entsprechend das Ziel für den Konzernumsatz im Jahr 2018 an: Der Konzern geht nun von einem Umsatzrückgang im niedrigen einstelligen Prozentbereich auf rund 4 Mrd Euro aus (2017: 4,1 Mrd Euro). Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte soll dieser jedoch im niedrigen einstelligen Prozentbereich wachsen. Zuvor war ProSiebenSat.1 von einem Anstieg des nicht-bereinigten Konzernumsatzes im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich sowie des bereinigten Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich gegenüber dem Vorjahr ausgegangen. Die 2018-Finanzziele für die adjusted EBITDA-Marge



sowie den bereinigten Konzernüberschuss bleiben unabhängig von der Anpassung des Umsatzausblicks und der möglichen Ergebnisbelastungen aus den US-Studioverträgen unverändert bestehen. Der Verschuldungsgrad soll sich zum Jahresende 2018 auch weiterhin im Zielkorridor von 1,5 bis 2,5 bewegen.

Weitere Kennzahlen zum dritten Quartal und den ersten neun Monaten 2018 erhalten Sie auf unserer Konzernwebsite www.ProSiebenSat1.com. Dort finden Sie auch ab 8. November 2018, 8 Uhr, die entsprechende Präsentation und die Quartalsmitteilung.

Unseren Capital Markets Day können Sie am 14. November ab 10.30 Uhr auf unserer Website live mitverfolgen: <https://www.prosiebensat1.com/investor-relations/presentationen-events/capital-markets-day>

Finanzziele 2018 der ProSiebenSat.1 Group

	Gesamtjahr 2018	Vorherige Prognose
Umsatz	Rückgang im niedrigen einstelligen Prozentbereich	Wachstum im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
Umsatz bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte	Wachstum im niedrigen einstelligen Prozentbereich	Wachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich
Adjusted EBITDA-Marge	Marge im mittleren 20-Prozentbereich	Marge im mittleren 20-Prozentbereich
Bereinigter Konzernüberschuss	Konversionsrate des adjusted EBITDA zum bereinigten Konzernüberschuss von etwa 50 Prozent	Konversionsrate des adjusted EBITDA zum bereinigten Konzernüberschuss von etwa 50 Prozent
Verschuldungsgrad (Verhältnis von Nettofinanzverschuldung zum adjusted EBITDA)	Zielkorridor von 1,5 - 2,5	Zielkorridor von 1,5 - 2,5
Dividendenausschüttung	50 Prozent des bereinigten Konzernjahresüberschusses	80 bis 90 Prozent des bereinigten Konzernjahresüberschusses

Mittelfristige Finanzziele der ProSiebenSat.1 Group

	Mittelfristige Wachstumsspanne	Mittelfristige adjusted EBITDA-Profitabilität
Entertainment	+0 - 5%	
Content Production & Global Sales	+5 - 10%	
Commerce	+10 - 15%	
ProSiebenSat.1 Group	mittlerer einstelliger Prozentbereich	Adjusted EBITDA-Marge im mittleren 20-Prozentbereich

Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Q3 2018	Q3 2017	Abweichung %	Q1-Q3 2018	Q1-Q3 2017	Abweichung %
Konzernumsatz	892	883	1%	2.685	2.755	-3%
Gesamtkosten	-782	-1.016	-23%	-2.332	-2.584	-10%



Operative Kosten ⁽¹⁾	-721	-685	5%	-2.071	-2.108	-2%
Adjusted EBITDA ⁽²⁾	175	202	-13%	634	661	-4%
Adjusted EBITDA-Marge (in %)	19,7%	22,9%	-3,3% Pkte	23,6%	24,0%	-0,4% Pkte.
EBITDA	187	281	-33%	550	702	-22%
Sondereffekte (saldiert)	12	79	-85%	-84	41	~
Betriebsergebnis (EBIT)	133	174	-23%	393	487	-19%
Finanzergebnis	44	-41	~	14	-79	~
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	126	122	3%	279	304	-8%
Bereinigter Konzernüberschuss ⁽³⁾ (adjusted net income)	75	99	-24%	305	331	-8%
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt) (in Euro)	0,33	0,43		1,33	1,45	
Free Cashflow ⁽⁴⁾	3	521	-99%	-140	484	~
Free Cashflow vor M&A ⁽⁵⁾	22	47	-52%	105	117	-10%
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	301	308	-2%	909	957	-5%

Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	30. Sep 18	31. Dez 17	30. Sep 17
Eigenkapital	1.151	1.252	1.129
Eigenkapitalquote (in %)	18,5%	19,1%	18,2%
Liquide Mittel	1.000	1.552	1.320
Netto-Finanzverschuldung ⁽⁶⁾	2.189	1.632	1.865
Verschuldungsgrad ⁽⁷⁾	2,1	1,6	1,8

Segment-Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Q3 2018	Q3 2017	Abweichung %	Q1-Q3 2018	Q1-Q3 2017	Abweichung %
Entertainment						
Umsatzerlöse	562	575	-2%	1.850	1.862	-1%
Außenumsatz	547	565	-3%	1.799	1.824	-1%
Adjusted EBITDA ⁽²⁾	150	163	-8%	567	565	0%
Content Production & Global Sales						
Umsatzerlöse	155	143	8%	394	425	-7%
Außenumsatz	148	131	12%	361	375	-4%
Adjusted EBITDA ⁽²⁾	6	10	-39%	19	20	-4%
Commerce						
Umsatzerlöse	197	186	6%	525	557	-6%
Außenumsatz	197	186	6%	525	556	-6%
Adjusted EBITDA ⁽²⁾	19	30	-36%	48	77	-37%

(1) Gesamtkosten abzüglich zu bereinigende Aufwendungen 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) Nach M&A; Summe der im operativen Geschäft erwirtschafteten liquiden Mittel abzüglich des Saldos der im Rahmen der Investitionstätigkeit verwendeten und erwirtschafteten Mittel. (5) Free Cashflow bereinigt um verwendete und erwirtschaftete Mittel aus M&A-Transaktionen (exkl. Transaktionskosten) im Rahmen von durchgeführten und geplanten Mehrheitserwerben sowie dem Erwerb und Verkauf von at-Equity bewerteten Anteilen. (6) In der Definition der Netto-Finanzverschuldung von ProSiebenSat.1 sind zum 30. September 2018 keine Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 in Höhe von 142 Mio Euro sowie Immobilienverbindlichkeiten in Höhe von 22 Mio Euro enthalten. (7) Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate.