



2. Quartal 2008

Wichtige Meilensteine 2008 bis heute (I)

- Pay-TV-Rechte am DFB-Pokal bis einschließlich der Saison 2011/2012 gesichert.
- Video-on-Demand jetzt zeitgleich zum DVD-Start.
- Neuer Einspeisevertrag mit Kabel Deutschland sichert Kabelverbreitung bis Ende 2012 in den 13 von der KDG versorgten Bundesländern.
- Erfolgreicher juristischer Schlag gegen Import und Vertrieb von Hacker-Receivern.
- Oliver Kaltner seit 1. Juli 2008 neuer Vorstand Marketing & Vertrieb.



Kabel Deutschland



Wichtige Meilensteine 2008 bis heute(II)

- UEFA Champions League bis 2011/2012 weiter exklusiv im Pay-TV bei Premiere.
- 2010 FIFA World Cup™: Premiere kooperiert mit RTL.
- International erfolgreicher Seriensender Fox startet im Oktober bei Premiere.
- Erlebnisfernsehen Premiere: Klare Positionierung mit neuer Markenstrategie, neuer Claim „Alles außer alltäglich“.
- Neue Preis- und Angebotsstruktur am 1. Juli erfolgreich eingeführt.
- Große Vermarktungsoffensive im August gestartet.
- Q2 2008: Ergebnisse wie in beiden Vorquartalen durch Piraterie beeinflusst.
 - Rund 4,2 Mio. Abonnenten, Netto-Rückgang von 85.000.
 - Umsatz steigt um 18,9 Prozent auf 272,4 Mio. EUR.
 - EBITDA bei 11,2 Mio. EUR.



UEFA
**CHAMPIONS
LEAGUE**



Wählen Sie Ihr Lieblingsprogramm. **PREMIERE**

Die vier Hauptkategorien:

- SPORT**
- FUSSBALL EUROPEISCH**
- FILM**
- FAMILIE**

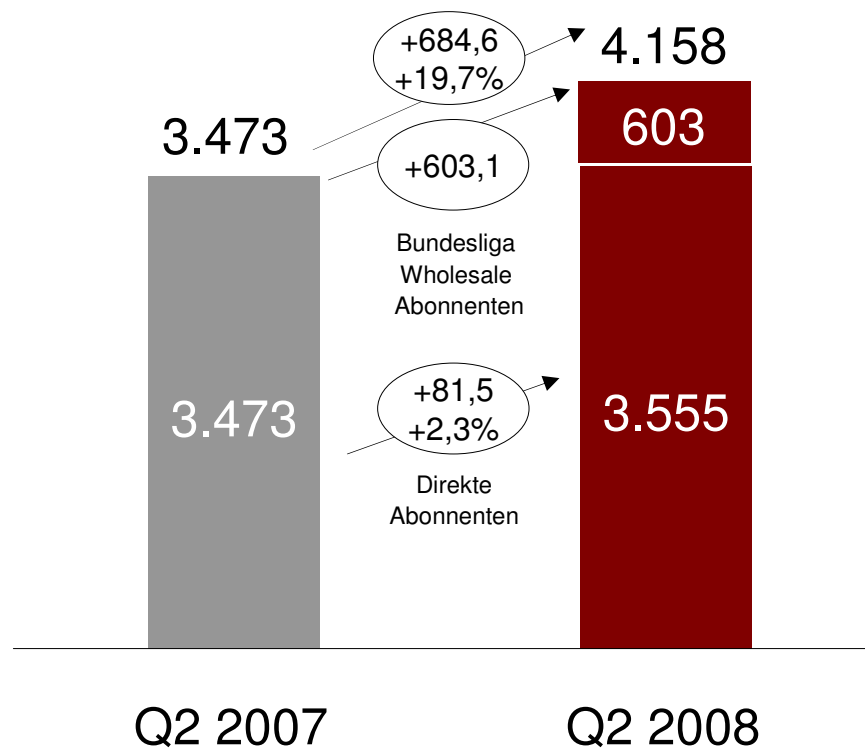
1 Paket nur € 19,99
2 Pakete nur € 34,99
4 Pakete nur € 44,99

SD € 19,99 12 Monate 12 Monate € 19,99	HD € 34,99 12 Monate 12 Monate € 34,99	4K € 44,99 12 Monate 12 Monate € 44,99
---	---	---

Abonnentenentwicklung weiter durch Piraterie gebremst: Nettorückgang von etwa 85.000 Abonnenten

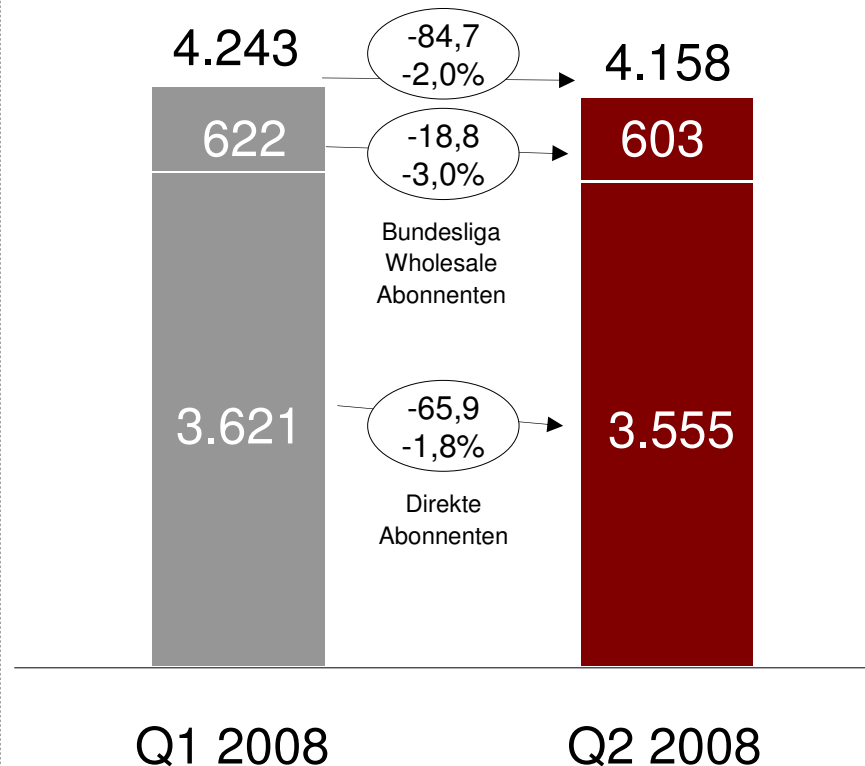
Abo-Endbestand

(zum Quartalsende in '000)



Abo-Endbestand

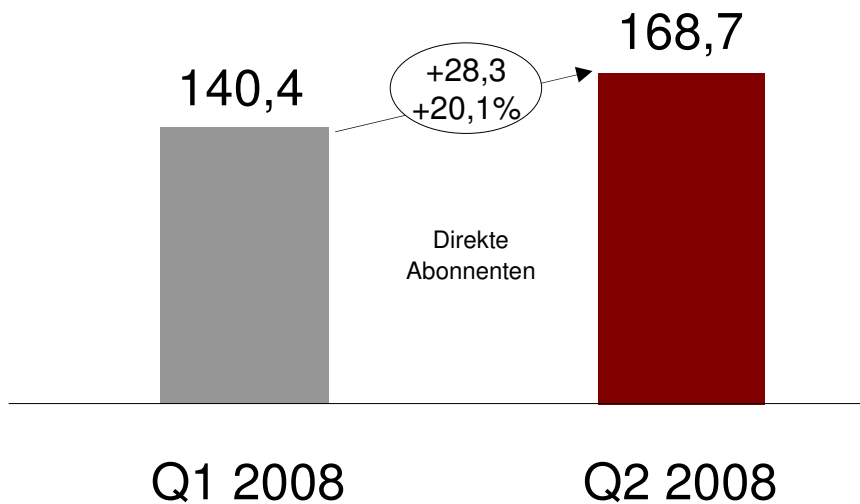
(zum Quartalsende in '000)



Sicherheitslücke und „Flex-Effekt“ beeinflussen maßgeblich Entwicklung von Neuabonnenten und Kündigungen

Neuabonnenten

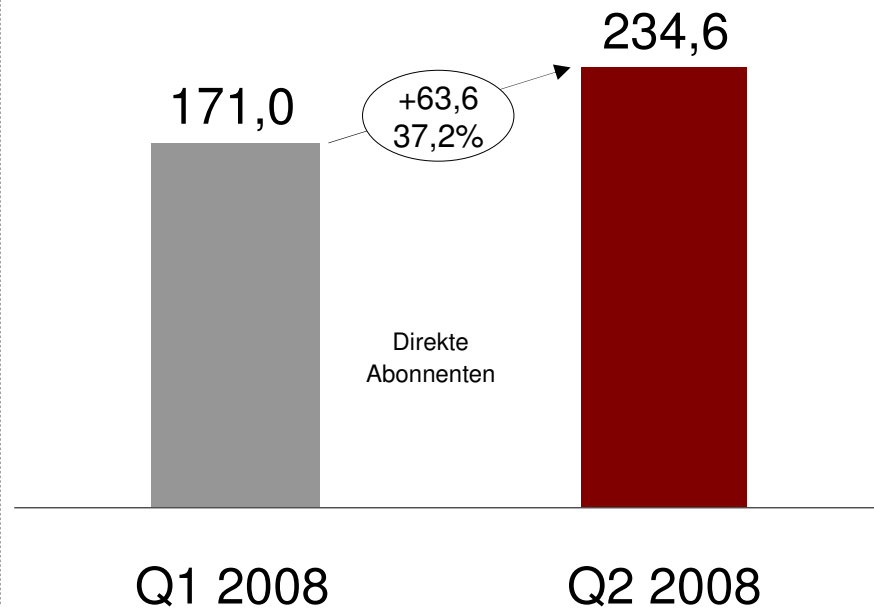
(in '000)



Kündigungen

(in '000)

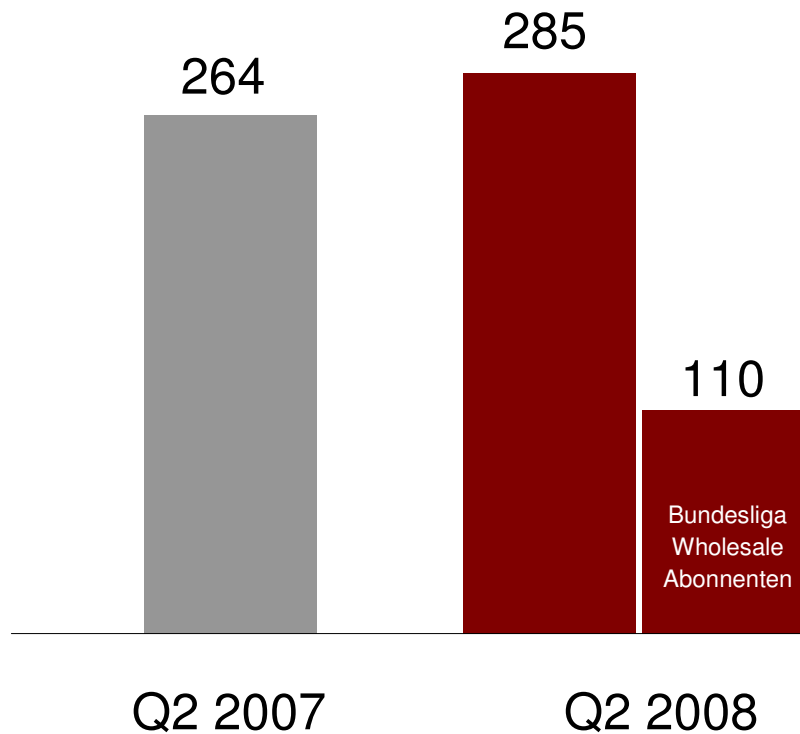
- Rollierende Kündigungsquote bei 18,8% in Q2 2008 vs. 14,8% in Q1 2008.



Gesamt-ARPU gestiegen – Programm ARPU leicht gesunken

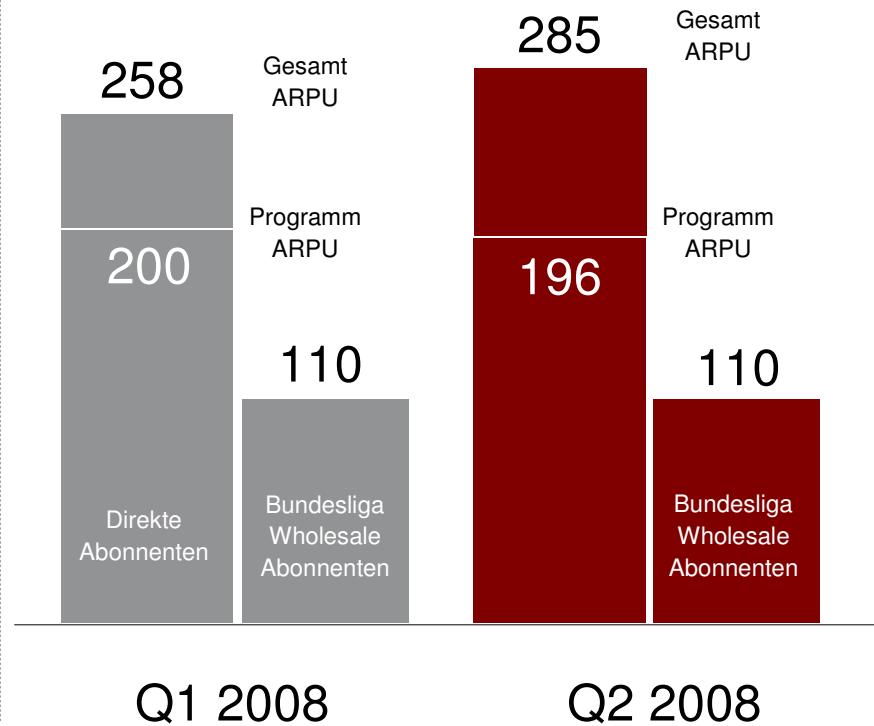
ARPU

(annualisiert in EUR)



ARPU

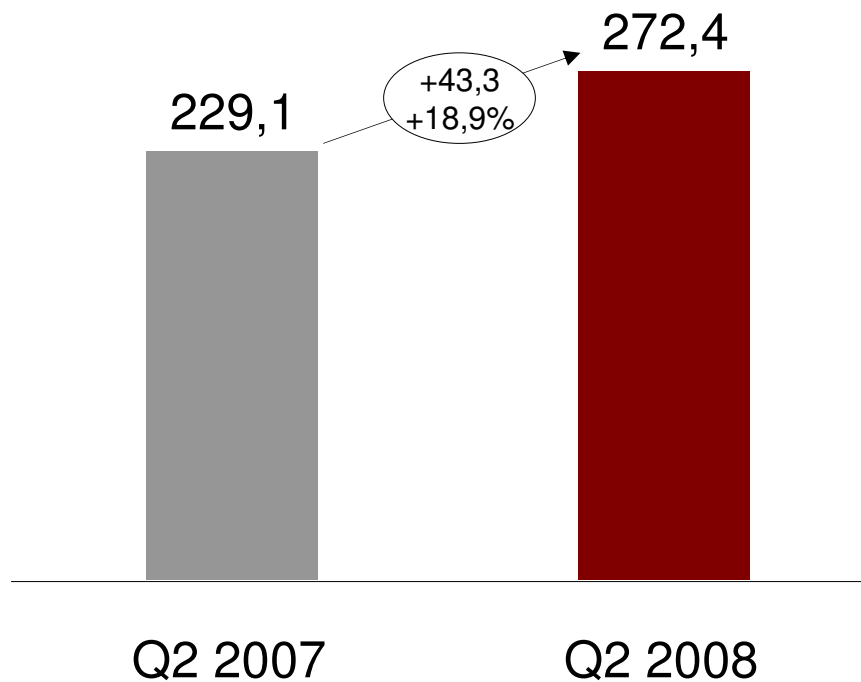
(annualisiert in EUR)



Umsatzplus von 18,9%, Kostenanstieg hauptsächlich durch Bundesliga

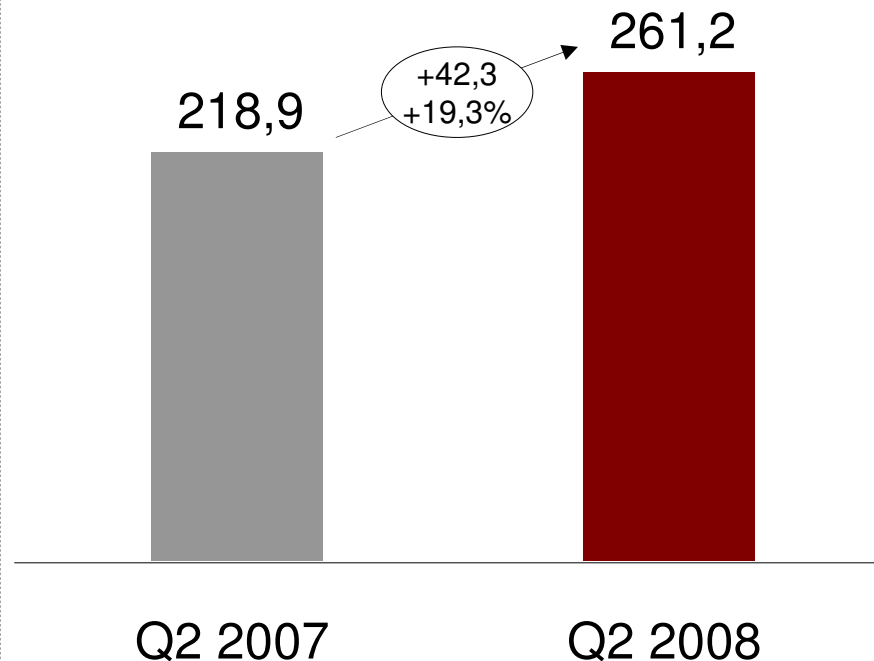
Gesamtumsatz

(in Mio. EUR)



Kosten (exkl. Abschreibungen)

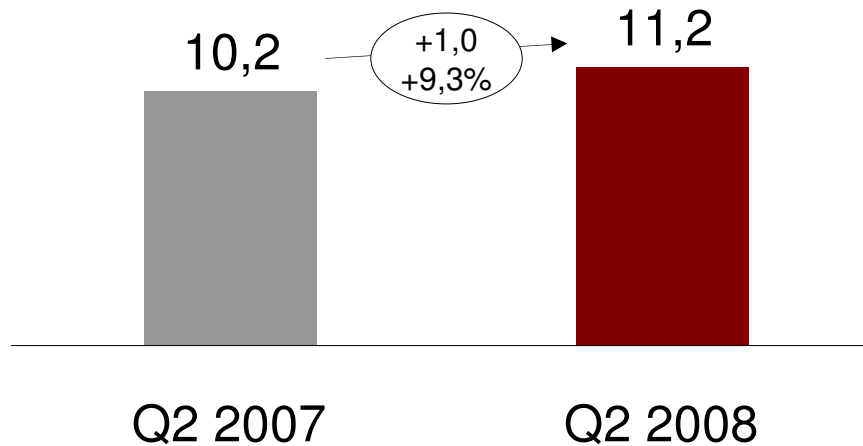
(in Mio. EUR)



EBITDA leicht gestiegen, latente Steuern belasten Nettoergebnis

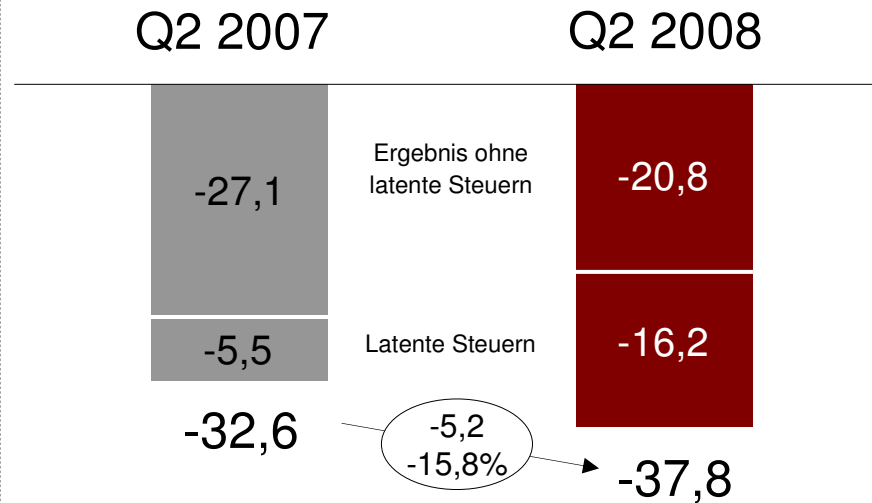
EBITDA

(in Mio. EUR)



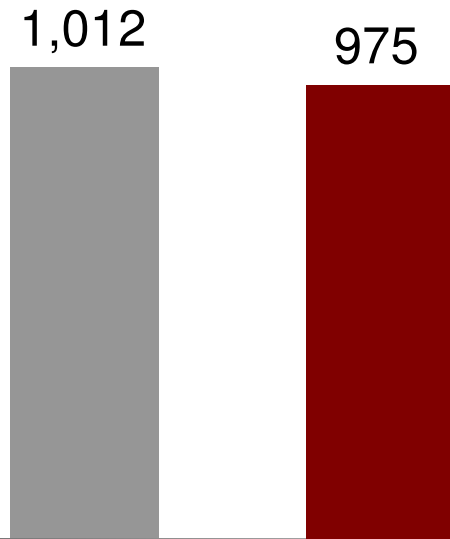
Ergebnis

(in Mio. EUR)



Operativer Cash-flow positiv, Netto-Finanzverbindlichkeiten stabil

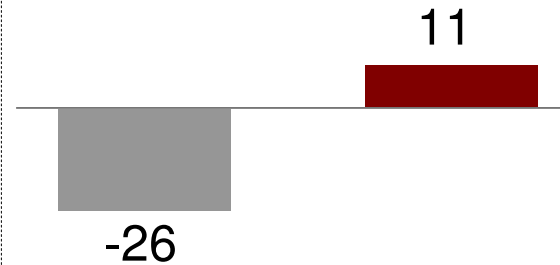
Eigenkapital (in Mio. EUR)



31.03.08

30.06.08

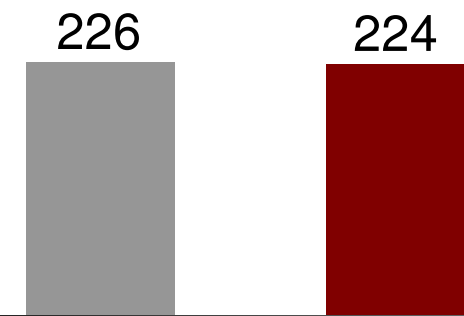
Operativer Cash-flow (in Mio. EUR)



30.06.07

30.06.08

Netto-Finanz- verbindlichkeiten (in Mio. EUR)



31.03.08

30.06.08

Premiere erwirbt Pay-TV-Rechte für UEFA Champions League bis 2011/2012 – und bietet exklusiv das „Fußball-Triple“ an

- Premiere erwirbt exklusive, plattformneutrale Pay-TV-Rechte (Kabel, Satellit, IPTV, Internet und Mobile) für die Spielzeiten 2009/2010 bis 2011/2012.
 - Rechtepakete beinhaltet über die 125 Spiele der Champions League hinaus erstmals auch alle Begegnungen der dritten Qualifikationsrunde sowie des UEFA Super Cups. Das garantiert Premiere 20 zusätzliche Livespiele – 18 davon exklusiv.
 - Premiere zeigt alle Spiele live, einzeln, in der Konferenz und mindestens ein Spiel pro Runde in HD-Qualität.
 - Alle 125 Partien der Königsklasse werden parallel als Live-Stream im Internet auf vod.premiere.de gegen Gebühr angeboten.
- Premiere präsentiert mit Beginn der neuen Saison das Triple bestehend aus Bundesliga, DFB-Pokal und UEFA Champions League. Alle Spiele, alle Tore - live, in der Konferenz und in der Zusammenfassung - die umfangreichste Berichterstattung von den drei wichtigsten Fußball-Wettbewerben.



Neue Angebotsstruktur am 1. Juli erfolgreich eingeführt

- Vier klarer positionierte und einfacher zu verkaufende Pakete: Premiere Sport, Premiere Fußball Bundesliga, Premiere Film, Premiere Familie.
- Umfangreichere Pakete, faire Preise, attraktive Kombiangebote.
- Bestandskunden werden mit Auslaufen ihres Vertrages in neue Struktur überführt: Fokussierung auf profitable Kundenbeziehungen.
- Fokus auf ARPU-Steigerung – Gewinnung neuer Abonnenten mit höherem Pro-Kopf-Umsatz und Verkauf höherwertiger Paketkombinationen (4 Pakete und mehr).
- Neue Angebote werden vom Markt gut angenommen, unmittelbar positiver ARPU-Effekt bei Neuabonnenten.

Wählen Sie Ihr Lieblingsprogramm. PREMIERE

Die vier Programmpakete:

- SPORT**
 - Das Beste aus der Welt des Sports
 - Formel 1 ohne Nebenbestimmung
 - Alle Spiele der UEFA Champions League
 - Fußball aus europäischen Top-Ligen
 - UEFA Cup der Champions
 - Eishockey, Golf, Wintersport, MMA u.a.
- FUSSBALL BUNDESLIGA**
 - Alle Spiele, alle Tore, alles live
 - Die 1. und 2. Bundesliga live
 - Alle Spiele direkt und in der Konkurrenzschaltung
 - Zusammenfassung aller Bundesliga-Highlights
 - Spielanalysen und Hintergrundberichte
 - Wiederholungen aller Spiele in voller Länge
- FILM**
 - Das Beste aus Film und Serie
 - Kino-Highlights und Top-Serien auf 10 Kanälen
 - Alle großen Kinofilme an deutsche TV-Premiere
 - Internationalen Kinofilme und deutsche Fundamentals
 - Beste Krimi-Unterhaltung und Spielfilmklassiker
 - Fundamentalerhaltung mit dem Disney Channel
- FAMILIE**
 - Für jede Stimmung der richtige Sender
 - Große Programmvielfalt auf 17 Sendern
 - Einblicke Dokumentationen
 - Action, Sci-Fi, Hollywood-Klassiker
 - Kinderprogramme
 - Musik, Comedy
 - Prickelnde Unterhaltung 3D Erwachsene mit Disney-USA-TV

1 Paket nur € 19,99^{net}
weitere Angebote:

- STAR** € 19,99^{net}
In Kombination mit mind. einem weiteren Paket nur € 10,-^{net}
- Meine Sternzeit**
 - US Sport live
 - Comedy-Spektakel
 - Kinoklassiker
 - Cartoons
 - Musik, Dokumentarfilm u.a.m.
 - Für SAT-Empfang
- HDTV** € 19,99^{net}
In Kombination mit mind. einem weiteren Paket nur € 10,-^{net}
- Aus Sehen wird Erleben**
 - Film-Highlights und Top-Serien
 - Live-Fußball aus Bundesliga und UEFA Champions League
 - Dokumentationen
 - Geschichten über die Welt
 - Premiere HD-Rechner erforderlich

2 Pakete nur € 34,99^{net} **4 Pakete nur € 44,99^{net}**
inkl. TV Digital

TV Digital (unfassen informiert mit der 14-tägigen Programmzeitschrift für Premiere und 41 weitere Sender € 1,75 pro Ausgabe inkl. Zustellgebühr)
*Stapel-Preis gegenüber einem Verlagspreis von 24 Monaten. Die Preise umfassen den Anteil der jeweiligen Pakete € 5,- pro Monat im Vergleich zu einem 12-Monats-Abonnement mit demselben Angebot von € 30,00

www.premiere.de

Neue Markenstrategie mit Fokus auf das Erlebnis Premiere

- Emotionalität: Positionierung als Erlebnisfernsehen, „Arena der außergewöhnlichen Erlebnisse und großen Gefühle“ – jeden Tag, für die ganze Familie.
 - Differenzierung und Mehrwert: Außeralltägliche Erlebnisse, Programme, die es im herkömmlichen Fernsehen überhaupt nicht, selten oder erst so spät gibt, dass sie ihren Reiz längst verloren haben.
 - Konzentration auf das Gesamtbild und Öffnung für breiteres Publikum.
- Die neue Markenleitidee: Energiepuls
- Neuer, unique Auftritt auf allen Ebenen:
Design, Sprache, Bildwelt, Sound-Branding
- Neuer Claim: Alles außer alltäglich

(Bild- und Tonmaterial auf info.premiere.de)



Vermarktungsoffensive: Vier Ansätze für die beschleunigte Neukundengewinnung...

- Konsequente Umsetzung der neuen Angebotsstruktur: Fokus auf Komplett-Abos und Steigerung des Zugangs-ARPU.
 - „HDTV-Welle“: Verstärkter Absatz von HD-Paketen (Flatscreen+Content) durch Ausbau Kooperationen mit führenden TV-Herstellern und Handelspartnern.
 - Zusätzliches Potenzial durch Angebote für bisherige arena-Kunden ohne Premiere Abo.
 - Piraten werden Kunden: Großes Vermarktungspotenzial im 4. Quartal über spezielle Distributionskanäle
- ➔ Hoher Marketingdruck: Bruttovolumen von 40 Mio. EUR - rund 50 Prozent über dem Durchschnitt der letzten Jahre.



... und vier Ansätze zur Erhöhung des ARPU bei Bestandskunden

- Kampagne für Premiere Kunden, die die Bundesliga bisher bei arena sehen.
- Upselling Bestandskunden mit Einstiegspaketen in Komplett-Abos durch differenzierte Angebote.
- Steigerung Hardware-Absätze mit PDR und Premiere Interaktiv-Receiver: Ab 2009 breite Markteinführung von HD-Festplattenreceivern.
- HDTV: Gezielte Bundle-Angebote mit Premiere HD + Hardware.



Smartcard-Tausch verläuft planmäßig – Umstellung Ende Q3 2008 abgeschlossen

- Dual-Strategie: Einführung einer neuen Version von Nagravision und der Verschlüsselungstechnologie NDS Videoguard®.
- Einfache Umstellung für Premiere Kunden:
 - Nach erfolgreicher Testphase: Automatischer Softwaredownload von NDS Videoguard® auf alle updatefähigen Receivern gestartet, Kartentausch läuft.
 - Alle anderen Kunden erhalten neue Smartcard von Nagravision.
- Kartentausch Ende Q3 2008 abgeschlossen.



Premiere zuversichtlich für Vergabe der Bundesligarechte

- Premiere bereitet sich auf alle Szenarien vor.
- Wenn die Ausschreibungsunterlagen vorliegen wird Premiere die darin angebotenen Modelle und Pakete prüfen und dafür entsprechende Angebote abgeben.
- Premiere will und wird sicherstellen, dass die Bundesliga auch zukünftig bei Premiere zu sehen ist.
- Premiere sieht weiterhin gute Möglichkeiten, die Rechte an der Fußball-Bundesliga mit einer insgesamt höheren Exklusivität zu erwerben.



Agenda für das 2. Halbjahr 2008: Starkes organisches Wachstum

- Umsetzung der Vermarktungsoffensive mit Fokus auf beschleunigte Neukundengewinnung und Erhöhung ARPU.
- Sicheres Verschlüsselungssystem.
- Erwerb der Bundesligarechte.





ANHANG

Finanzzahlen Q2 2008 vs. Q2 2007

in MEUR	Q2 2008	Q2 2007	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Umsatzerlöse	272,4	229,1	43,3	18,9%
Operative Kosten	261,2	218,9	42,3	19,3%
EBITDA	11,2	10,2	1,0	9,3%
Abschreibungen	13,1	11,0	2,1	18,7%
EBITA	-1,9	-0,8	-1,1	<-100%
Abschreibungen auf Abonnementstamm	12,2	12,1	0,2	1,3%
EBIT	-14,1	-12,9	-1,3	-9,8%
Finanzergebnis	-6,6	-14,2	7,6	53,5%
Ergebnis vor Steuern	-20,8	-27,1	6,4	23,4%
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-17,0	-5,5	-11,5	<-100%
Ergebnis	-37,8	-32,6	-5,2	-15,8%
Minderheitenanteile	0,8	0,0	0,8	>100%
Ergebnis pro Aktie (in EUR)	-0,34	-0,40	0,06	13,9%

Umsätze Q2 2008 vs. Q2 2007

in MEUR	Q2 2008	Q2 2007	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Umsatzerlöse	272,4	229,1	43,3	18,9%
Programm	193,0	184,6	8,4	4,5%
davon Bundesliga Wholesale	16,9	0,0	16,9	
Werbung	9,0	9,7	-0,7	-7,0%
Hardware	30,4	21,6	8,7	40,4%
Sonstige Erlöse	40,0	13,2	26,8	>100%
Abonnenten (in 000)				
Anfangsbestand	4.242,5	3.460,6	781,9	22,6%
Neuabonnenten	168,7	111,7	57,1	51,1%
Kündigungen	-253,4	-99,1	-154,3	<-100%
Kündigungsquote (rollierend)	18,3%	19,5%	-1,2%	-6,1%
Nettozuwachs	-84,7	12,6	-97,3	<-100%
Endbestand	4.157,8	3.473,2	684,6	19,7%
Durchschnittsbestand	4.200,1	3.466,9	733,3	21,2%
ARPU (annualisiert in EUR)	259 €	264 €	-5 €	-1,9%
Programm	184 €	213 €	-29 €	-13,7%
Werbung	9 €	11 €	-3 €	-23,3%
Hardware	29 €	25 €	4 €	15,9%
Sonstige Erlöse	38 €	15 €	23 €	>100%

Umsätze Q2 2008 vs. Q2 2007

in MEUR	Q2 2008	Q2 2007	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Abonnenten Gesamt (in 000)				
exkl. Bundesliga Wholesale				
Anfangsbestand	3.620,6	3.460,6	160,0	4,6%
Neuabonnenten	168,7	111,7	57,1	51,1%
Kündigungen	-234,6	-99,1	-135,5	<-100%
Kündigungsquote (rollierend)	18,8%	19,5%	-0,7%	-3,8%
Nettozuwachs	-65,9	12,6	-78,5	<-100%
Endbestand	3.554,7	3.473,2	81,5	2,3%
Durchschnittsbestand	3.587,6	3.466,9	120,8	3,5%
ARPU (annualisiert in EUR)	285 €	264 €	21 €	7,8%
exkl. Bundesliga Wholesale				
Programm	196 €	213 €	-17 €	-7,8%
Werbung	10 €	11 €	-1 €	-10,2%
Hardware	34 €	25 €	9 €	35,7%
Sonstige Erlöse	45 €	15 €	29 €	>100%
Abonnenten Bundesliga Wholesale in (000)				
Anfangsbestand	621,9	0,0		
Nettozuwachs	-18,8	0,0		
Endbestand	603,1	0,0		
Durchschnittsbestand *	612,5	0,0		
ARPU Bundesliga Wholesale *	110 €	0 €		
(annualisiert in EUR)				

* geänderte Berechnungslogik wegen Wholesale-Zugänge zum 01.08.07, Mittelwert der einzelnen Monate

Kosten Q2 2008 vs. Q2 2007

in MEUR	Q2 2008	Q2 2007	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Total Kosten (inkl. Abschreibung)	274,3	229,9	44,4	19,3%
Programm	175,3	144,1	31,3	21,7%
Übertragung	30,4	22,1	8,2	37,2%
Kundenservice	13,0	15,1	-2,1	-13,9%
Hardware	31,0	26,4	4,6	17,3%
Vertriebskosten	20,2	23,3	-3,2	-13,7%
Allgemeine Verwaltungskosten	16,0	15,9	0,0	0,3%
Sonst. betriebl. Erträge/Aufwendungen	-11,5	-17,0	5,6	32,7%
enthaltene Abschreibung	13,1	11,0	2,1	18,7%
Total Kosten (exkl. Abschreibung)	261,2	218,9	42,3	19,3%
SAC (in EUR)				
exkl. Bundesliga Wholesale				
Gewinnungskosten pro Neuabonnent	119 €	209 €	-90 €	-42,9%

Cash flow Q2 2008 vs. Q2 2007

in MEUR	01.04. - 30.06.08	01.04. - 30.06.07
Mittelzufluss/Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	10,8	-26,0
Mittelzufluss/Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	2,2	3,8
Mittelzufluss/Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-11,9	70,4
Zahlungswirksame Veränderungen	1,2	48,2
Flüssige Mittel am Anfang der Periode	66,9	18,7
Flüssige Mittel am Ende der Periode	68,1	66,9

Finanzzahlen Q2 2008 vs. Q1 2008

in MEUR	Q2 2008	Q1 2008	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Umsatzerlöse	272,4	251,5	20,9	8,3%
Operative Kosten	261,2	248,6	12,6	5,1%
EBITDA	11,2	2,8	8,3	>100%
Abschreibungen	13,1	12,3	0,8	6,4%
EBITA	-1,9	-9,4	7,5	79,6%
Abschreibungen auf Abonnementstamm	12,2	12,2	0,0	0,0%
EBIT	-14,1	-21,7	7,5	34,7%
Finanzergebnis	-6,6	-9,9	3,3	33,0%
Ergebnis vor Steuern	-20,8	-31,5	10,8	34,2%
Steuern vom Einkommen und Ertrag	-17,0	3,4	-20,4	<-100%
Ergebnis	-37,8	-28,1	-9,7	-34,3%
Minderheitenanteile	0,8	0,4	0,4	>100%
Ergebnis pro Aktie (in EUR)	-0,34	-0,25	-0,09	-35,2%

Umsätze Q2 2008 vs. Q1 2008

in MEUR	Q2 2008	Q1 2008	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Umsatzerlöse	272,4	251,5	20,9	8,3%
Programm	193,0	198,7	-5,7	-2,9%
davon Bundesliga Wholesale	16,9	17,2	-0,3	-1,6%
Werbung	9,0	6,8	2,2	32,5%
Hardware	30,4	30,2	0,2	0,8%
Sonstige Erlöse	40,0	15,8	24,2	>100%
Abonnenten (in 000)				
Anfangsbestand	4.242,5	4.278,7	-36,2	-0,8%
Neuabonnenten	168,7	140,4	28,3	20,1%
Kündigungen	-253,4	-176,7	-76,7	-43,4%
Kündigungsquote (rollierend)	18,3%	14,1%	4,2%	29,5%
Nettozuwachs	-84,7	-36,2	-48,5	<-100%
Endbestand	4.157,8	4.242,5	-84,7	-2,0%
Durchschnittsbestand	4.200,1	4.260,6	-60,4	-1,4%
ARPU (annualisiert in EUR)	259 €	236 €	23 €	9,9%
Programm	184 €	187 €	-3 €	-1,5%
Werbung	9 €	6 €	2 €	34,4%
Hardware	29 €	28 €	1 €	2,3%
Sonstige Erlöse	38 €	15 €	23 €	>100%

Umsätze Q2 2008 vs. Q1 2008

in MEUR	Q2 2008	Q1 2008	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Abonnenten Gesamt (in 000)				
exkl. Bundesliga Wholesale				
Anfangsbestand	3.620,6	3.651,1	-30,6	-0,8%
Neuabonnenten	168,7	140,4	28,3	20,1%
Kündigungen	-234,6	-171,0	-63,6	-37,2%
Kündigungsquote (rollierend)	18,8%	14,8%	4,0%	26,8%
Nettozuwachs	-65,9	-30,6	-35,3	<-100%
Endbestand	3.554,7	3.620,6	-65,9	-1,8%
Durchschnittsbestand	3.587,6	3.635,9	-48,2	-1,3%
ARPU (annualisiert in EUR)	285 €	258 €	27 €	10,5%
exkl. Bundesliga Wholesale				
Programm	196 €	200 €	-3 €	-1,7%
Werbung	10 €	7 €	3 €	34,3%
Hardware	34 €	33 €	1 €	2,2%
Sonstige Erlöse	45 €	17 €	27 €	>100%
Abonnenten Bundesliga Wholesale in (000)				
Anfangsbestand	621,9	627,5	-5,6	-0,9%
Nettozuwachs	-18,8	-5,6	-13,2	<-100%
Endbestand	603,1	621,9	-18,8	-3,0%
Durchschnittsbestand *	612,5	623,2	-10,7	-1,7%
ARPU Bundesliga Wholesale * (annualisiert in EUR)	110 €	110 €	0 €	0,1%

* geänderte Berechnungslogik wegen Wholesale-Zugänge zum 01.08.07,
Mittelwert der einzelnen Monate

Kosten Q2 2008 vs. Q1 2008

in MEUR	Q2 2008	Q1 2008	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Total Kosten (inkl. Abschreibung)	274,3	260,9	13,4	5,1%
Programm	175,3	171,9	3,5	2,0%
Übertragung	30,4	29,5	0,9	3,0%
Kundenservice	13,0	13,5	-0,5	-3,6%
Hardware	31,0	32,1	-1,1	-3,5%
Vertriebskosten	20,2	25,1	-4,9	-19,6%
Allgemeine Verwaltungskosten	16,0	14,9	1,1	7,4%
Sonst. betriebl. Erträge/Aufwendungen	-11,5	-25,9	14,5	55,8%
enthaltene Abschreibung	13,1	12,3	0,8	6,4%
Total Kosten (exkl. Abschreibung)	261,2	248,6	12,6	5,1%
SAC (in EUR)				
exkl. Bundesliga Wholesale				
Gewinnungskosten pro Neuabonnent	119 €	179 €	-59 €	-33,1%

Cash flow Q2 2008 vs. Q1 2008

in MEUR	01.04. - 30.06.08	01.01. - 31.03.08
Mittelzufluss/Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	10,8	-45,9
Mittelzufluss/Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	2,2	7,5
Mittelzufluss/Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	-11,9	-9,7
Zahlungswirksame Veränderungen	1,2	-48,1
Flüssige Mittel am Anfang der Periode	66,9	115,0
Flüssige Mittel am Ende der Periode	68,1	66,9

Bilanz 06/30/2008

in MEUR	30.06.2008	31.12.2007
Summe Aktiva	1.681,6	1.771,7
Summe kurzfristige Aktiva	329,1	401,8
Flüssige Mittel	68,1	115,0
Filmvermögen und geleistete Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte	84,4	91,9
Sonstige kurzfristige Aktiva	176,6	194,8
Summe langfristige Aktiva	1.352,5	1.370,0
Filmvermögen und geleistete Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte	53,3	37,1
Immaterielle Vermögensgegenstände	1.145,0	1.169,5
Sonstige langfristige Aktiva	154,1	163,4
Summe Passiva	1.681,6	1.771,7
Summe Schulden	707,0	731,3
Summe kurzfristige Schulden	266,7	292,6
Finanzverbindlichkeiten	12,0	11,1
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	175,2	194,8
Sonstige kurzfristige Schulden	79,5	86,7
Summe langfristige Schulden	440,4	438,7
Finanzverbindlichkeiten	279,8	279,5
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	26,8	29,0
Sonstige langfristige Schulden	133,8	130,1
Summe Eigenkapital	974,5	1.040,5

Disclaimer

Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf gegenwärtigen, nach bestem Wissen vorgenommenen Einschätzungen und Annahmen des Managements der Premiere AG beruhen. Zukunftsgerichtete Aussagen unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Ungewissheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder das Ergebnis der Premiere AG oder der Erfolg der Medienindustrie wesentlich von derjenigen Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder demjenigen Ergebnis abweicht, die in diesen zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit angenommen oder beschrieben wird. In Anbetracht dieser Risiken, Ungewissheiten sowie der anderer Faktoren sollten sich Empfänger dieser Unterlagen nicht unangemessen auf diese zukunftsgerichteten Aussagen verlassen. Die Premiere AG übernimmt keine Verpflichtung, derartige zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen.

Obwohl die Premiere AG versucht sicherzustellen, dass die bereitgestellten Informationen und Fakten exakt sowie die Meinungen und Erwartungen fair und angemessen sind, wird keine Haftung oder Garantie auf Vollständigkeit, Richtigkeit, Angemessenheit und Genauigkeit jeglicher hier enthaltener Informationen und Meinungen übernommen. Außerdem wird darauf hingewiesen, dass die vorliegende Präsentation möglicherweise nicht alle Informationen über die Premiere AG oder die Premiere Gruppe enthält bzw. diese unvollständig oder zusammengefasst sein können.

Die Premiere AG behält sich das Recht vor, ohne vorherige Ankündigung Änderungen und Ergänzungen der hier bereitgestellten Informationen vorzunehmen.



2. Quartal 2008

Fragen & Antworten