

1. Halbjahr 2005: Premiere steigert EBITDA auf 49,3 Mio EUR und erzielt erstmals Nettogewinn von 3,3 Mio EUR

- Nettoergebnis von minus 61,2 Mio EUR auf plus 3,3 Mio EUR verbessert
- EBITDA von 20,7 Mio EUR auf 49,3 Mio EUR mehr als verdoppelt
- Vor Einmalkosten für den Börsengang liegt EBITDA bei 58,3 Mio EUR
- Gesamtumsatz legt um 6,0 Prozent auf 506,1 Mio EUR zu
- Starkes Kerngeschäft: Umsatz mit Programm-Abos wächst um 13,1 Prozent auf 446,3 Mio EUR
- Zahl der Abonnenten steigt um 14,5 Prozent auf 3.313.140
- Operative Kosten stabil bei 456,8 Mio EUR
- Ausblick Gesamtjahr 2005:
3,55 bis 3,60 Millionen Abonnenten, Gesamtumsatz über 1,1 Mrd EUR
EBITDA 120 Mio EUR bis 150 Mio EUR
- Kofler: „Solide Leistung im 1. Halbjahr, Zuversicht für das Gesamtjahr, Weichen für neuen Innovationszyklus gestellt“

München, 9. August 2005. Premiere hat im 1. Halbjahr seine Ziele erreicht und sieht dem weiteren Verlauf des Geschäftsjahres 2005 mit Zuversicht entgegen. Das Abo-TV-Unternehmen konnte das EBITDA (Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen) von 20,7 Mio EUR auf 49,3 Mio EUR mehr als verdoppeln. Ohne die Einmalkosten für den Börsengang in Höhe von 9 Mio EUR hat Premiere im 1. Halbjahr ein bereinigtes EBITDA von 58,3 Mio EUR erzielt. Erstmals in seiner Unternehmensgeschichte schreibt Premiere in einem Halbjahr schwarze Zahlen unter dem Strich: Das Nettoergebnis betrug 3,3 Mio EUR. Im 1. Halbjahr 2004 fiel noch ein Verlust von 61,2 Mio EUR an. Das Umsatzwachstum im 1. Halbjahr lag erneut deutlich über dem Durchschnitt der deutschen Medienbranche: Die Erlöse im Kerngeschäft mit Programm-Abonnements stiegen um 13,1 Prozent auf 446,3 Mio EUR (394,6 Mio EUR), der Gesamtumsatz um 6,0 Prozent von 477,5 Mio EUR auf 506,1 Mio EUR. Trotz steigender Abonnentenzahl blieben die operativen Kosten mit 456,8 Mio EUR auf unverändert stabilem Niveau.

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2005 stieg die Zahl der Abonnenten um 65.968 auf 3.313.140 Abonnenten. Im Jahresvergleich (Stichtag: 30.06.) erhöhte Premiere seinen Abonnentenbestand um 419.637 – dies entspricht einer Steigerung von 14,5 Prozent.

Zum Jahresende 2005 hat Premiere die Marke von 3,6 Millionen Abonnenten im Visier. Das Unternehmen rechnet im 2. Halbjahr mit einem beschleunigten Umsatzwachstum. Der Gesamtumsatz für das Jahr 2005 soll prozentual zweistellig zulegen und die Schwelle von 1,1 Mrd EUR überschreiten. Das EBITDA wird in einem Korridor zwischen 120 Mio und 150 Mio EUR erwartet.

Dr. Georg Kofler, Vorstandsvorsitzender der Premiere AG: „Premiere hat im 1. Halbjahr 2005 eine solide Leistung erbracht und die gesteckten Ziele vollständig erreicht. Erstmals schreibt Premiere auch unter dem Strich schwarze Zahlen. Wir rechnen im 2. Halbjahr mit einem beschleunigten Umsatzwachstum in den drei Bereichen des Kerngeschäfts: Programm-Abos, Pay-per-View und Werbung. Premiere hat die Weichen für einen neuen Innovationszyklus gestellt: die Neuorganisation der Vorstandsarbeit mit Stärkung des Sportbereichs, eine neue Angebotsstruktur mit separatem Live-Fußball-Abo, den Marktstart des Premiere Digital-Rekorders mit Video-on-Demand-Funktion. Der neue Wett- und Gewinnspielkanal PREMIERE WIN ist am 1. August erfolgreich gestartet und die Vorbereitungen für das hochauflösende Fernsehen HDTV verlaufen planmäßig.“

Nachhaltiges Wachstum im Kerngeschäft:

- Erlöse aus Programm-Abos steigen um **51,7 Mio EUR auf 446,3 Mio EUR**
- Kündigungsquote sinkt auf **11,5 Prozent**
- Pay-per-View-Umsatz wächst um **16,5 Prozent**

Im Kerngeschäft mit Programm-Abos, Pay-per-View und Werbung steigerte Premiere den Umsatz um 11,8 Prozent auf 478,8 Mio EUR (1. Halbjahr 2004: 428,1 Mio EUR). Damit erzielte Premiere 95 Prozent des Gesamtumsatzes im margenstarken Kerngeschäft (90 Prozent).

Beflügelt vom Wachstum der Abonnentenzahlen kletterten die Erlöse aus Programm-Abonnements im 1. Halbjahr um 13,1 Prozent auf 446,3 Mio EUR (394,6 Mio EUR). Im Vergleich zum Vorjahr gelang es Premiere, die Kündigungsquote von 16,0 Prozent auf 11,5 Prozent zu senken. Hierbei spielen auch saisonale Effekte eine Rolle. Für das Gesamtjahr wird eine Kündigungsquote zwischen 13 und 14 Prozent erwartet.

Das Pay-per-View-Geschäft legte um 16,5 Prozent auf 15,9 Mio EUR (13,6 Mio EUR) zu. Im Bereich Werbung erzielt Premiere seit der Einstellung des Verlagsgeschäfts (Programmzeitschrift und Kundenmagazin) im Frühjahr 2004 keine Erlöse mehr aus Print-Werbung. Der Umsatzausfall konnte durch steigende TV-Werbeerlöse und Erlöse aus Direktmarketing größtenteils kompensiert werden, der Umsatz ging von 19,9 Mio EUR auf 16,6 Mio EUR zurück. Für das Gesamtjahr wird im Bereich Werbung dennoch ein leichtes Wachstum im Vergleich zum Vorjahr erwartet.

Im Bereich Hardware gingen die Umsatzerlöse – insbesondere aus der Vermietung von Receivern – plangemäß um 37,0 Prozent auf 22,9 Mio EUR (36,3 Mio EUR) zurück.

Kosten im Griff:

- Operative Kosten stabil bei **456,8 Mio EUR**
- Gewinnungskosten pro Abonnent sinken um **17 Prozent**

Trotz kontinuierlichen Wachstums konnte Premiere das Ausgabenniveau stabil halten. Die operativen Kosten waren mit 456,8 Mio EUR im Vergleich zum Vorjahr unverändert. Im Programmbereich stiegen die Kosten von 238,6 auf 271,1 Mio EUR, bedingt durch die neuen Verträge mit den Fußball-Ligen in Deutschland und Österreich, die 2004 abgeschlossen wurden. Diese Zusatzkosten wurden durch die Aufgabe des Verlagsgeschäfts, optimierte Abläufe in der Kundenbetreuung und Einsparungen in den Bereichen Übertragung sowie Receiver kompensiert. Die Marketing- und Vertriebskosten gingen auf 58,2 Mio EUR zurück (64,2 Mio EUR). Mehr Effizienz bewies Premiere bei der Gewinnung von Neukunden: Die Gewinnungskosten pro Abonnent sanken um 17 Prozent auf 243 EUR (293 EUR). Aufgrund saisonaler Effekte liegen die durchschnittlichen Gewinnungskosten im 1. Halbjahr deutlich höher als im Jahresschnitt. Für das Gesamtjahr rechnet Premiere mit Gewinnungskosten pro Abonnent in Höhe von rund 200 EUR.

Analog zum Kostenniveau blieben die operativen Abschreibungen konstant bei 15,3 Mio EUR. Die planmäßigen Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte lagen wie im Vorjahreszeitraum bei 24,1 Mio EUR.

Erstmals schwarze Zahlen unter dem Strich – positives Nettoergebnis auf 6-Monats-Basis:

- **EBITDA von 20,7 Mio EUR auf 49,3 Mio EUR mehr als verdoppelt**
- **Vor Einmalkosten für den Börsengang liegt EBITDA bei 58,3 Mio EUR**
- **EBIT steigt von minus 18,7 Mio EUR auf plus 9,8 Mio EUR**
- **Sprung beim Nettoergebnis von minus 61,2 Mio EUR auf plus 3,3 Mio EUR**

Im 1. Halbjahr 2005 konnte Premiere das EBITDA im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mehr als verdoppeln – von 20,7 Mio EUR auf 49,3 Mio EUR. Ohne die Einmalkosten für den Börsengang in Höhe von 9 Mio EUR hat Premiere im 1. Halbjahr ein bereinigtes EBITDA von 58,3 Mio EUR erzielt. Eine noch deutlichere Verbesserung verzeichnete Premiere auf EBIT-Basis. Nach Abschreibungen und vor Steuern und Finanzergebnis lag das Ergebnis bei 9,8 Mio EUR. Im 1. Halbjahr 2004 fiel beim EBIT noch ein Verlust von 18,7 Mio EUR an.

Erstmals kann Premiere für ein Halbjahr auch unter dem Strich schwarze Zahlen melden: Das Nettoergebnis für die ersten sechs Monate 2005 lag bei 3,3 Mio EUR. Im Vorjahr fiel noch ein Verlust von 61,2 Mio EUR an. Damit konnte Premiere das Ergebnis pro Aktie von minus 1,39 EUR auf plus 0,04 EUR verbessern.

Gesundes Bilanzbild:

- **Eigenkapitalquote auf 59,2 Prozent verbessert**
- **Netto-Finanzverbindlichkeiten von 370,2 Mio EUR auf 106,6 Mio EUR reduziert**

Die Premiere AG weist nach dem erfolgreichen Börsengang im März ein erheblich verbessertes Bilanzbild aus. Das Eigenkapital stieg durch die Kapitalerhöhung um 333,9 Mio EUR auf 752,8 Mio EUR (31.12.2004: 418,9 Mio EUR). Die Eigenkapitalquote zum 30. Juni 2005 beträgt 59,2 Prozent (32,3 Prozent). Zeitgleich mit dem Börsengang hat Premiere eine komplette Neufinanzierung zu deutlich verbesserten Konditionen abgeschlossen. Die bestehenden Altkredite wurden mit den Emissionserlösen und einem neuen Betriebsmittelkredit vollständig zurückgeführt. Insgesamt sanken die Netto-Finanzverbindlichkeiten in den ersten sechs Monaten 2005 von 370,2 Mio EUR auf 106,6 Mio EUR.

2. Quartal 2005:

- **Umsatz steigt auf 258,7 Mio EUR**
- **EBITDA von 26,5 Mio EUR**
- **Nettoergebnis bei 6,7 Mio EUR**

Im 2. Quartal 2005 steigerte Premiere den Umsatz auf 258,7 Mio EUR (253,3 Mio EUR). Das EBITDA legte auf 26,5 Mio EUR (22,5 Mio EUR) zu. Das Nettoergebnis verbesserte sich um 26,6 Mio EUR auf 6,7 Mio EUR (-19,9 Mio EUR). Premiere gewann im 2. Quartal 14.460 Abonnenten hinzu. (2. Quartal 2004: -61.756). Kofler: „Wir sind mit den Ergebnissen des 2. Quartals zufrieden. Das 2. Quartal ist traditionell die Niedrigsaison im Abo-Geschäft, in der zusätzliches Wachstum nicht im Vordergrund steht. Wir haben solide gearbeitet und die Weichen für eine dynamische Entwicklung gestellt – der größere Wachstumsschritt kommt für Premiere im 2. Halbjahr.“

Programmqualität ausgebaut, Akzeptanz gesteigert:

- **TV-Marktanteil in Abo-Haushalten steigt auf 25,4 Prozent**
- **Exklusive Themenkanäle DISCOVERY GESCHICHTE und FOCUS GESUNDHEIT gestartet**
- **Attraktive Programmrechte gesichert: Fußball-WM 2010, co-finanzierte Serie „Rome“**

Die TV-Nutzung von Premiere steigt weiter: In den ersten sechs Monaten 2005 kletterte der Marktanteil von Premiere an der gesamten Fernsehnutzung in Abonnenten-Haushalten auf 25,4 Prozent (24,7 Prozent). Mit DISCOVERY GESCHICHTE (31. März 2005) und FOCUS GESUNDHEIT (1. Juni 2005) startete Premiere im ersten Halbjahr zwei attraktive, exklusive Themenkanäle. Im Bereich Sport erwarb Premiere im März die Ausstrahlungsrechte für die spanische Primera División und zeigt bis Ende der Saison 2005/2006 pro Spieltag mindestens ein Spiel aus Spaniens höchster Fußball-Spielklasse live und exklusiv im deutschen Fernsehen. Im Juni sicherte sich Premiere die umfassenden Ausstrahlungsrechte an der Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika. Als einziger Sender in Deutschland und Österreich wird Premiere alle 64 Spiele der FIFA WM 2010™ live zeigen, 18 davon exklusiv. Premiere konnte damit erstmals die Übertragungsrechte eines großen internationalen Sportereignisses direkt vom lizenzgebenden Verband erwerben. Im Bereich Fiction beteiligte sich Premiere bei der spektakulären Serie „Rome“ erstmals als Co-Financier an einer internationalen Produktion. Das TV-Ereignis des Jahres 2005 um die Ewige Stadt ist bereits abgedreht und wird Ende des Jahres bei Premiere ausgestrahlt. Mit Projekten wie „Rome“ untermauert Premiere seine Markenstrategie, sich auch im Serienbereich als Anbieter exklusiver Premium-Programme nachhaltig zu positionieren.

Wesentliche Weichenstellungen für neuen Innovationszyklus:

- **Neues Sportportal gestartet**
- **Mehr Transparenz und Flexibilität durch neues Angebotsmodell**
- **Premiere Digital-Rekorder mit Video-on-Demand**
- **PREMIERE WIN: die neue Marke für Wetten und Gewinnspiele**
- **Start von PREMIERE HD im 4. Quartal**

Nach erfolgreicher Sanierung und dem Börsengang hat Premiere im 2. Quartal 2005 den Beginn eines neuen Innovationszyklus eingeläutet – programmlich und technologisch. Seit dem 4. Juni erleben Premiere Abonnenten Sport in einer neuen Dimension. Im Premiere Sportportal haben Fans das komplette Sportprogramm von Premiere auf einer Portalseite im Blick. Von bis zu 15 Sportereignissen kann Premiere parallel berichten – mehr als je zuvor im deutschen Fernsehen.

Das neue Premiere Sportportal schafft auch die Voraussetzung für die preisliche Differenzierung des Premiere Sportprodukts. Ein neues, eigenständiges Live-Fußball-Abo ist zentraler Bestandteil einer Preis- und Angebotsstruktur, die seit 1. August gilt. PREMIERE FUSSBALL LIVE kostet 14,90 Euro im Monat und kann in Kombination mit jedem Premiere Standard-Abonnement (PREMIERE THEMA, PREMIERE SPORT, PREMIERE FILM) abonniert werden.

Für die wachsende Nachfrage nach individuellerer TV-Gestaltung hat Premiere ein neues Angebot geschaffen: Ende Juni startete ein neuer Video-on-Demand-Service, der über einen normalen Fernsehanschluss im Wohnzimmer genutzt werden kann. PREMIERE DIREKT+ bietet eine wöchentlich aktualisierte Auswahl von bis zu 30 Filmen, die über Nacht auf die Festplatte eines Premiere Digital-Rekorders (PDR) geladen und in mehreren Kategorien übersichtlich

abgelegt werden. Aus dieser Premiere Videothek für zu Hause kann der Zuschauer den Film seiner Wahl gegen Gebühr bestellen und sofort sehen.

Ein neues Wachstumsfeld hat Premiere mit einem eigenen Sender für Wetten und Gewinnspiele betreten. PREMIERE WIN ist am 1. August 2005 auf Sendung gegangen. Bis zur Fußball-WM 2006 wird das Programm- und Wettangebot kontinuierlich ausgebaut. Premiere setzt auf ein bislang einzigartiges Triple-Play im Wett- und Spielgeschäft: TV, Internet und stationäre Wettbüros, die in den mehr als 11.000 Premiere Sportsbars selektiv eröffnet werden. Kofler: „Wetten und Gewinnspiele sind als Direktkundengeschäft eine Domäne von Premiere. Was für andere Medienunternehmen aufwändige Diversifikation bedeutet, ist für uns eine organische Weiterentwicklung des Kerngeschäfts. Unser Kundenstamm von 3,3 Millionen Abonnenten und die Möglichkeiten eines vernetzten TV- und Marketinghauses mit 5000 Stunden Live-Sportprogramm im Jahr sind eine optimale Startvoraussetzung.“

Ende des Jahres beginnt eine neue Zeitrechnung im digitalen Fernsehen: Der Start von drei Kanälen im hochauflösenden Fernsehformat HDTV ist für November 2005 geplant. Details zur Programm- und Angebotsstruktur gibt Premiere im Rahmen der Internationalen Funkausstellung bekannt, die vom 2. bis 7. September in Berlin stattfindet. Kofler: „HDTV wird die Menschen begeistern, weil sie auf den ersten Blick die Vorzüge des digitalen Fernsehens erleben. Mit HDTV wird sich Premiere als Innovationsführer im deutschen Fernsehen weiter profilieren. Ich rechne fest damit, dass HDTV und die neue Generation der Flachbildschirme im deutschen Markt schneller wachsen als im europäischen Durchschnitt. Premiere HD auf den neuen Flachbildschirmen ist die perfekte Vision von Fernsehen erster Klasse.“

Ausblick auf das Gesamtjahr 2005:

- **3,55 bis 3,60 Millionen Abonnenten zum Jahresende**
- **Beschleunigtes Umsatzwachstum im 2. Halbjahr**
- **Gesamtumsatz 2005 soll Schwelle von 1,1 Mrd EUR überschreiten**
- **EBITDA zwischen 120 Mio EUR und 150 Mio EUR**

Premiere rechnet mit einem starken Abo-Wachstum im 2. Halbjahr 2005. Ende des 3. Quartals soll die Marke von 3,4 Millionen Abonnenten erreicht werden. Zum Jahresende 2005 erwartet Premiere einen Bestand von 3,55 bis 3,60 Millionen Abonnenten. Dies entspräche einem Nettozuwachs von 300.000 bis 350.000 Abonnenten in 2005. Im 2. Halbjahr erwartet Premiere ein beschleunigtes Umsatzwachstum im Kerngeschäft mit Programm-Abos, Pay-per-View und Werbung. Der Gesamtumsatz für das Jahr 2005 soll die Schwelle von 1,1 Mrd EUR überschreiten – ein Plus von mindestens 12 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das operative Ergebnis (EBITDA) soll sich um mindestens 50 Prozent verbessern: Premiere erwartet das EBITDA in einem Korridor zwischen 120 Mio EUR und 150 Mio EUR.

HINWEIS FÜR REDAKTIONEN:

Zu den Halbjahreszahlen findet um 12.30 Uhr eine Telefonkonferenz mit Dr. Georg Kofler (CEO) und Michael Börnicke (CFO) statt. Die Einwahldaten erhalten Sie telefonisch unter 089/ 99 58-6351.

Alternativ zur Telefonkonferenz können Sie die Präsentation im Internet ab 12.30 Uhr auf dieser Seite verfolgen:

http://info.premiere.de/inhalt/de/aktie_veroeffentlichungen_finanzberichte.jsp

Diese Meldung ist im Internet unter info.premiere.de abrufbar.

Für Rückfragen:

Dirk Heerdegen
Leiter Kommunikation
Unternehmenssprecher
Tel.: +49 89/99 58-63 50
dirk.heerdegen@premiere.de

Shane Naughton
Deputy CFO
Vice President Investor Relations
Tel.: +49 89/99 58-11 00
shane.naughton@premiere.de

Stefan Vollmer
Leiter Unternehmenskommunikation
Tel.: + 49 89/99 58-63 77
stefan.vollmer@premiere.de

Christine Scheil
Director Investor Relations
Tel.: + 49 89/99 58-10 10
christine.scheil@premiere.de

Diese Medienmitteilung 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 abweichen, die in diesen zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit angenommen oder beschrieben werden. In Anbetracht dieser Risiken, Ungewissheiten sowie 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.

Kennzahlenüberblick 1. Halbjahr 2005

Abonnenten	HJ1/05	HJ1/04	Veränderung	
			(absolut)	(in %)
Abonnenten zum 01.01.	3.247.172	2.907.891	339.281	11,7
Nettozuwachs	65.968	-14.388	80.356	>100
Abonnenten zum 30.06.	3.313.140	2.893.503	419.637	14,5
Durchschnittsbestand	3.280.156	2.900.697	379.459	13,1
Kündigungsquote (rollierend; in Prozent) ¹⁾	11,5%	16,0%	-4,5%	-28,0

Konzerngewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)	HJ1/05	HJ1/04	Veränderung	
			(absolut)	(in %)
Umsatz (in Mio EUR)	506,1	477,5	28,6	6,0
Kern-Umsatz	478,8	428,1	50,7	11,8
- Programm-Abonnements	446,3	394,6	51,7	13,1
- Pay-per-View	15,9	13,6	2,3	16,5
- Werbung	16,6	19,9	-3,2	-16,3
Hardware ²⁾	22,9	36,3	-13,4	-37,0
Sonstige Erlöse	4,4	13,1	-8,7	-66,3
Operative Kosten ³⁾	456,8	456,8	0,0	0,0
EBITDA⁴⁾	49,3	20,7	28,6	>100
Abschreibungen	15,3	15,3	0,0	0,3
EBITA⁵⁾	34,0	5,4	28,6	>100
Abschreibung auf immaterielle Vermögenswerte	24,1	24,1	0,0	0,0
EBIT⁶⁾	9,8	-18,7	28,6	>100
Steuern	14,0	-3,9	17,9	>100
Finanzergebnis	-20,5	-38,6	18,1	46,9
Ergebnis	3,3	-61,2	64,6	>100
Ergebnis pro Aktie (in EUR)	0,04	-1,39	1,43	>100

Konzernbilanz (in Mio EUR)	30.06.2005	31.12.2004	Veränderung	
			(absolut)	(in %)
Bilanzsumme	1.271,4	1.298,8	-27,5	-2,1
Eigenkapital	752,8	418,9	333,9	79,7
Eigenkapitalquote (in Prozent) ⁷⁾	59,2	32,3	27,0	83,6
Netto-Finanzverbindlichkeiten ⁸⁾	106,6	370,2	-263,6	-71,2

Mitarbeiter	30.06.2005	30.06.2004	Veränderung	
			(absolut)	(in %)
Ganztageskräfte	1.619	1.801	182	10,1

Kennzahlenüberblick 2. Quartal 2005

Abonnenten	Q2/05	Q2/04	Veränderung	
			(absolut)	(in %)
Abonnenten zum 01.04.	3.298.680	2.955.259	343.421	11,6
Nettozuwachs	14.460	-61.756	76.216	>100
Abonnenten zum 30.06.	3.313.140	2.893.503	419.637	14,5
Durchschnittsbestand	3.305.910	2.924.381	381.529	13,0
Kündigungsquote (rollierend; in Prozent) ¹⁾	11,5%	16,0%	-4,5%	-28,0

Konzerngewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)	Q2/05	Q2/04	Veränderung	
			(absolut)	(in %)
Umsatz (in Mio EUR)	258,7	253,3	5,4	2,1
Kern-Umsatz	243,7	229,2	14,5	6,3
- Programm-Abonnements	224,9	207,3	17,7	8,5
- Pay-per-View	7,6	8,2	-0,6	-7,3
- Werbung	11,2	13,7	-2,5	-18,5
Hardware ²⁾	12,6	18,5	-5,9	-31,7
Sonstige Erlöse	2,4	5,7	-3,3	-57,3
Operative Kosten ³⁾	232,2	230,8	1,4	0,6
EBITDA⁴⁾	26,5	22,5	4,0	18,0
Abschreibungen	8,4	7,1	1,2	17,1
EBITA⁵⁾	18,2	15,4	2,8	18,4
Abschreibung auf immaterielle Vermögenswerte	12,1	12,1	0,0	0,0
EBIT⁶⁾	6,1	3,3	2,8	85,4
Steuern	8,7	-3,7	12,4	>100
Finanzergebnis	-8,2	-19,5	11,3	58,1
Ergebnis	6,7	-19,9	26,6	>100

Erläuterungen zu den Kennzahlen:

Die Abschlüsse der Premiere Gruppe werden nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) unter Berücksichtigung der Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) aufgestellt. In Tabellen kann es bei Aufsummierung von Einzelpositionen zu Rundungsdifferenzen kommen.

- 1) Kündigungsquote, rollierend: Die rollierende Kündigungsquote zeigt das Verhältnis vom durchschnittlichen Abonnentenbestand $((\text{Anfangsbestand} + \text{Endbestand})/2)$ zur Anzahl der Kündigungen der letzten 12 Monate. Allein bezogen auf das 1. Quartal liegt die Kündigungsquote bei 12,2 Prozent.
- 2) Erlöse aus Verkauf und Vermietung von Receivern
- 3) Exklusive Abschreibungen
- 4) Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen
- 5) Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibung auf immaterielle Vermögenswerte
- 6) Ergebnis vor Steuern und Finanzergebnis
- 7) Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme
- 8) Finanzverbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel