



## **Bericht zum 1. Halbjahr 2005**

## **1. Halbjahr 2005**

- **Nettoergebnis auf 3,3 Mio EUR verbessert**
- **EBITDA auf 49,3 Mio EUR mehr als verdoppelt**
- **Vor Einmalkosten für Börsengang EBITDA von 58,3 Mio EUR**
- **Kerngeschäft wächst um 11,8 Prozent**
- **Abonnentenzahl steigt auf 3,313 Millionen**

## **Ausblick Gesamtjahr 2005**

- **3,55 bis 3,60 Millionen Abonnenten zum Jahresende**
- **EBITDA 120 Mio EUR bis 150 Mio EUR**
- **Gesamtumsatz über 1,1 Mrd EUR**

# Kennzahlen im Überblick

## Abonnenten

	HJ 1/05	HJ 1/04	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
<b>Abonnenten zum 01.01.</b>	<b>3.247.172</b>	<b>2.907.891</b>	<b>339.281</b>	<b>11,7</b>
Nettozuwachs	65.968	-14.388	80.356	>100
<b>Abonnenten zum 30.06.</b>	<b>3.313.140</b>	<b>2.893.503</b>	<b>419.637</b>	<b>14,5</b>
Durchschnittsbestand	3.280.156	2.900.697	379.459	13,1
Kündigungsquote (rollierend; in %) <sup>1)</sup>	11,5	16,0	-4,5	-28,0
Kern-ARPU (EUR/annualisiert) <sup>2)</sup>	292	295	-3	-1,1

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)

	HJ 1/05	HJ 1/04	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
<b>Umsatz</b>	<b>506,1</b>	<b>477,5</b>	<b>28,6</b>	<b>6,0</b>
Kern-Umsatz	478,8	428,1	50,7	11,8
Programm-Abonnement	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 <sup>3)</sup>	22,9	36,3	-13,4	-37,0
Sonstige Erlöse	4,4	13,1	-8,7	-66,3
Operative Kosten <sup>4)</sup>	456,8	456,8	0,0	0,0
<b>EBITDA <sup>5)</sup></b>	<b>49,3</b>	<b>20,7</b>	<b>28,6</b>	<b>&gt;100</b>
Abschreibungen	15,3	15,3	0,0	0,3
<b>EBITA <sup>6)</sup></b>	<b>34,0</b>	<b>5,4</b>	<b>28,6</b>	<b>&gt;100</b>
Abschreibung auf Abonnentenstamm	24,1	24,1	0,0	0,0
<b>EBIT <sup>7)</sup></b>	<b>9,8</b>	<b>-18,7</b>	<b>28,6</b>	<b>&gt;100</b>
Steuern	14,0	-3,9	17,9	>100
Finanzergebnis	-20,5	-38,6	18,1	46,9
<b>Ergebnis</b>	<b>3,3</b>	<b>-61,2</b>	<b>64,6</b>	<b>&gt;100</b>
<b>Ergebnis pro Aktie (in EUR)</b>	<b>0,04</b>	<b>-1,39</b>	<b>1,43</b>	<b>&gt;100</b>

## Konzernbilanz (in Mio EUR)

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

## Mitarbeiter

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

**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) Rollierend, bezogen auf die letzten 12 Monate
- 2) Durchschnittlicher Umsatz pro Abonnent aus Abonnement, Pay-per-View und Werbeeinnahmen (in EUR pro Jahr)
- 3) Erlöse aus Verkauf und Vermietung von Receivern
- 4) Exklusive Abschreibungen

- 5) Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen
- 6) Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibung auf Abonnentenstamm
- 7) Ergebnis vor Steuern und Finanzergebnis
- 8) Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme
- 9) Finanzverbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel

# Kennzahlen im Überblick

## Abonnenten

	Q2/05	Q2/04	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
<b>Abonnenten zum 01.04.</b>	<b>3.298.680</b>	<b>2.955.259</b>	<b>343.421</b>	<b>11,6</b>
Nettozuwachs	14.460	-61.756	76.216	>100
<b>Abonnenten zum 30.06.</b>	<b>3.313.140</b>	<b>2.893.503</b>	<b>419.637</b>	<b>14,5</b>
Durchschnittsbestand	3.305.910	2.924.381	381.529	13,0
Kündigungsquote (rollierend; in %) <sup>1)</sup>	11,5	16,0	-4,5	-28,0
Kern-ARPU (EUR/annualisiert) <sup>2)</sup>	295	313	-19	-5,9

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)

	Q2/05	Q2/04	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
<b>Umsatz</b>	<b>258,7</b>	<b>253,3</b>	<b>5,4</b>	<b>2,1</b>
Kern-Umsatz	243,7	229,2	14,5	6,3
Programm-Abonnement	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 <sup>3)</sup>	12,6	18,5	-5,9	-31,7
Sonstige Erlöse	2,4	5,7	-3,3	-57,3
Operative Kosten <sup>4)</sup>	232,2	230,8	1,4	0,6
<b>EBITDA <sup>5)</sup></b>	<b>26,5</b>	<b>22,5</b>	<b>4,0</b>	<b>18,0</b>
Abschreibungen	8,4	7,1	1,2	17,1
<b>EBITA <sup>6)</sup></b>	<b>18,2</b>	<b>15,4</b>	<b>2,8</b>	<b>18,4</b>
Abschreibung auf Abonnentenstamm	12,1	12,1	0,0	0,0
<b>EBIT <sup>7)</sup></b>	<b>6,1</b>	<b>3,3</b>	<b>2,8</b>	<b>85,4</b>
Steuern	8,7	-3,7	12,4	>100
Finanzergebnis	-8,2	-19,5	11,3	58,1
<b>Ergebnis</b>	<b>6,7</b>	<b>-19,9</b>	<b>26,6</b>	<b>&gt;100</b>

1) Rollierend, bezogen auf die letzten 12 Monate

2) Durchschnittlicher Umsatz pro Abonnent aus Abonnement, Pay-per-View und Werbeeinnahmen (in EUR pro Jahr)

3) Erlöse aus Verkauf und Vermietung von Receivern

4) Exklusive Abschreibungen

5) Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen

6) Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibung auf Abonnentenstamm

7) Ergebnis vor Steuern und Finanzergebnis

# Inhalt

## Lagebericht

Wirtschaftliches und politisches Umfeld	7
Umsatz- und Ertragslage	9
Geschäftsverlauf	12
Vermögens- und Finanzlage	14
Aktie	16
Forschung und Entwicklung	17
Organisation und Mitarbeiter	19
Ausblick	20

## Halbjahresabschluss

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	22
Konzernbilanz	24
Eigenkapitalveränderungsrechnung	26
Konzernkapitalflussrechnung	27

## Konzernanhang

Grundlagen und Methoden	29
Änderungen des Konsolidierungskreises	30
Wesentliche Einflüsse auf den Konzernzwischenabschluss	32
Sonstige Erläuterungen	36
Finanzkalender	38
Kontakt	38

# ■ Lagebericht

# Wirtschaftliches und politisches Umfeld

- **Moderater Anstieg des privaten Konsums**
- **Werbevolumen im Free-TV wird real schrumpfen**
- **Öffentlich-rechtlicher Rundfunk gerät weiter unter Druck**

Die leichte Belebung des privaten Konsums in Deutschland, die die Gesellschaft für Konsumforschung seit Oktober 2004 in ihren Umfrageergebnissen verzeichnet, soll sich bis Jahresende fortsetzen – allerdings nicht mit der noch zu Jahresbeginn erwarteten Dynamik. Für das Gesamtjahr wird ein moderater Anstieg des privaten Konsums um 0,4 Prozent erwartet.

## **Fernsehmarkt/Werbewirtschaft: Wachstumsraten sinken**

Der Bruttowerbemarkt in Deutschland verzeichnete im 1. Halbjahr 2005 rückläufige Wachstumsraten. Nachdem der Markt im Mai zwischenzeitlich sogar brutto ins Minus gerutscht war, schließen die klassischen Medien das Halbjahr mit einem Zuwachs von nur noch 3,6 Prozent auf 9,1 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahr ab. Fernsehen wächst nur unterdurchschnittlich um 2,3 Prozent, bleibt in der Brutto-Statistik aber mit Werbeumsätzen in Höhe von 3,8 Milliarden Euro umsatzstärkstes Medium (Quelle: Nielsen S+P). Nicht berücksichtigt ist dabei jedoch die gängige Rabattpolitik der TV-Sender, die heute zu einer Brutto-Netto-Schere von durchschnittlich 50 Prozent führt (Quelle: ZAW). Im Netto-Ergebnis rechnen die beiden großen, werbefinanzierten Sendergruppen dadurch für das Gesamtjahr 2005 mit einem rückläufigen Werbemarkt.

## **Öffentlich-rechtlicher Rundfunk im Visier der Politik und Staatsanwaltschaft**

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Deutschland und in Österreich ist im 2. Quartal verstärkt ins Visier der Politik und in ersten Fällen sogar der Staatsanwaltschaft geraten. Bereits im März monierte die EU-Wettbewerbskommission in einem Schreiben an die Bundesregierung das nicht mit dem gemeinsamen Markt zu vereinbarende System der Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland. Neben den kommerziellen Online-Aktivitäten von ARD und ZDF wurden unter anderem der Erwerb von Sportrechten sowie die Quersubvention und die fehlende Transparenz von Produktionstöchtern kritisiert. Außerdem wurde eine Konkretisierung des öffentlich-rechtlichen Auftrags gefordert.

Die Antwort der Bundesregierung auf den „blauen Brief aus Brüssel“ stellt allerdings nur in Aussicht, ARD und ZDF durch Selbstverpflichtungserklärungen zu einer Präzisierung ihres Auftrags zu bewegen. Auch die geforderte finanzielle Transparenz soll primär über Selbstverpflichtungen der Sendeanstalten garantiert werden. Zusätzlich soll die Kontrolle durch erweiterte Prüfungsrechte der Landesrechnungshöfe verbessert werden.

Die strukturellen Missstände im öffentlich-rechtlichen Rundfunk gehen jedoch offenbar weit über die zu unpräzise Definition des Auftrags und mangelnde Transparenz hinaus: Über Jahre hinweg sind in verschiedenen ARD-Serien verbotene Produktplatzierungen gegen Zahlungen in Millionenhöhe vorgenommen worden. Darüber hinaus ermittelte die Staatsanwaltschaft wegen des Verdachts von Korruption in ARD-Landesanstalten, was zur Verhaftung einzelner Mitarbeiter führte.

In Österreich sind die Behörden ebenfalls eingeschaltet und überprüfen den Vertrag des ORF mit dem Österreichischen Skiverband. Die Vereinbarung sichert dem Sender die TV-Rechte exklusiv ohne Ausschreibung über eine zehnjährige Laufzeit zu, eine nach Ansicht von Premiere unzulässige Vergabepaxis.

Die schwierige Lage der werbefinanzierten Sender und der politische Druck auf die öffentlich-rechtlichen Anstalten wird sich nach Einschätzung des Premiere Managements positiv auf Premiere als TV-Marke für Premium-Unterhaltung auswirken. In diesem Umfeld wird Premiere sich in der Wahrnehmung des Publikums noch klarer als Anbieter von exklusiven Qualitätsprogrammen vom herkömmlichen Fernsehen abgrenzen können.

# Umsatz- und Ertragslage

- **Gesamtumsatz legt um 6,0 Prozent auf 506,1 Mio EUR zu**
- **Starkes Kerngeschäft: Umsatz wächst um 11,8 Prozent auf 478,8 Mio EUR**
- **Operative Kosten auf Vorjahresniveau**
- **EBITDA von 20,7 Mio EUR auf 49,3 Mio EUR mehr als verdoppelt**
- **Vor Einmalkosten für Börsengang EBITDA bei 58,3 Mio EUR**
- **Netto-Ergebnis klettert auf 3,3 Mio EUR**

Premiere hat im 1. Halbjahr Umsatz und Ergebnis deutlich gesteigert. Das Umsatzwachstum lag erneut deutlich über dem Durchschnitt der deutschen Medienbranche: Der Gesamtumsatz stieg um 6,0 Prozent auf 506,1 Mio EUR (1. Halbjahr 2004: 477,5 Mio EUR), die Erlöse im Kerngeschäft mit Programm-Abos, Pay-per-View und Werbung kletterten um 11,8 Prozent auf 478,8 Mio EUR (428,1 Mio EUR). Damit erzielte Premiere 95 Prozent des Gesamtumsatzes im margenstarken Kerngeschäft (90 Prozent).

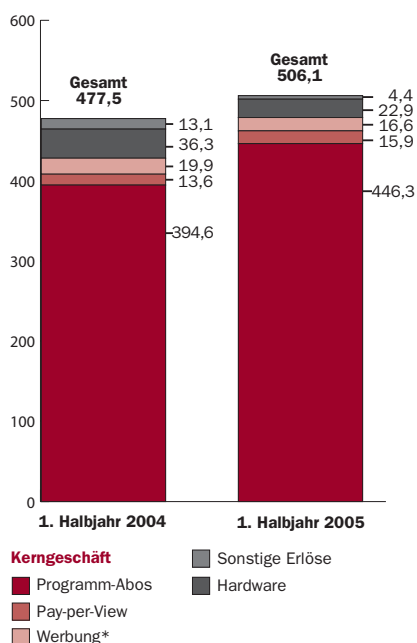
Beflügelt vom Wachstum der Abonnentenzahlen stiegen die Erlöse aus Programm-Abonnements im 1. Halbjahr um 13,1 Prozent auf 446,3 Mio EUR (394,6 Mio EUR). Im Vergleich zum Vorjahr gelang es Premiere, die Kündigungsquote von 16,0 Prozent auf 11,5 Prozent zu senken. Hierbei spielen auch saisonale Effekte 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 leicht 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 – um 37,0 Prozent auf 22,9 Mio EUR (36,3 Mio EUR) zurück. Der Verkauf der Tochtergesellschaft DPC Digital Playout Center GmbH zum Geschäftsjahresende 2004 bedeutete den vollständigen Rückzug aus dem Technikgeschäft. Die sonstigen Umsatzerlöse fielen entsprechend auf 4,4 Mio EUR (13,1 Mio EUR).

**Umsatz-Mix Premiere (in Mio EUR)**



\*inkl. Umsätze aus Direktmarketing, z. B. Vermittlung von Abonnenten für TV DIGITAL

### Kosten auf Vorjahresniveau

Trotz des kontinuierlichen Wachstums konnte Premiere das Ausgabenniveau stabil halten. Der Aufwand inklusive Abschreibungen lag zum Ende des 1. Halbjahres 2005 bei 496,3 Mio EUR und damit auf dem Niveau des Vorjahres (496,2 Mio EUR).

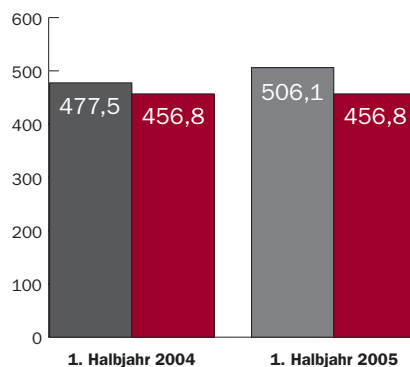
Im Programmbereich stiegen die Kosten von 238,6 Mio EUR auf 271,1 Mio EUR, insbesondere durch den Abschluss neuer Verträge mit den Fußball-Ligen in Deutschland und Österreich im letzten Jahr. Der Anstieg wurde durch die Aufgabe des Verlagsgeschäfts, optimierte Abläufe in der Kundenbetreuung und Einsparungen in den Bereichen Übertragung sowie Receiver kompensiert. Aufgrund der klaren Konzentration der Neukundengewinnung auf das 2. Halbjahr konnten die Marketing- und Vertriebskosten im 1. Halbjahr auf 58,2 Mio EUR gesenkt werden (64,2 Mio EUR). Dank größerer Effizienz bei der Neukundengewinnung sanken die Gewinnungskosten pro Abonnent um 17,2 Prozent auf 243 EUR (293 EUR). Infolge 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.

Die allgemeinen Verwaltungskosten lagen mit 35,9 Mio EUR nur leicht über dem Vorjahreswert (34,2 Mio EUR).

Die sonstigen betrieblichen Erträge veränderten sich gegenüber dem Vorjahr geringfügig auf 4,2 Mio EUR (4,3 Mio EUR). Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen stiegen infolge periodenfremder Kosten auf 6,1 Mio EUR (2,6 Mio EUR).

Die planmäßigen Abschreibungen auf den Abonnentenstamm lagen wie im Vorjahr bei 24,1 Mio EUR. Als immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer werden das Markenzeichen und der Goodwill nicht planmäßig abgeschrieben. Zum Zeitpunkt der Aufstellung des Halbjahresabschlusses ergab sich kein Abwertungsbedarf.

**Umsatz/Kosten\* (in Mio EUR)**

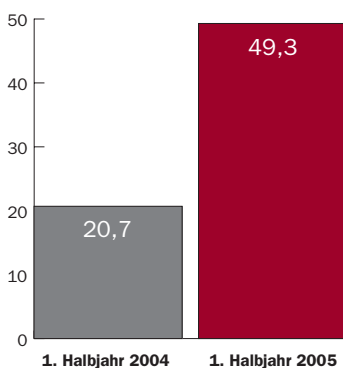


\*Basis: IFRS; operative Kosten exkl. Abschreibungen

### Operatives Ergebnis mehr als verdoppelt

Die operativen Kosten (ohne Abschreibungen) blieben mit 456,8 Mio EUR im Vergleich zum Vorjahr auf identischem Niveau. 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. Vor Einmalkosten für den Börsengang in Höhe von 9 Mio EUR hat Premiere im 1. Halbjahr ein EBITDA von 58,3 Mio EUR erzielt.

**EBITDA\* (in Mio EUR)**



\* Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen

### Finanzergebnis: deutlicher Rückgang der Zinsbelastung

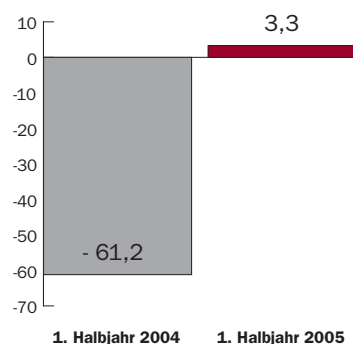
Zeitgleich mit dem Börsengang nahm Premiere eine komplette Neufinanzierung zu deutlich verbesserten Konditionen vor, alle bestehenden Altkredite wurden vollständig zurückgeführt. Im Vorjahresvergleich ergibt sich daher eine wesentlich niedrigere Zinsbelastung. Die Voraussetzungen zur Anwendung des Hedge Accounting für Zinsswapgeschäfte sind im Zuge der Neufinanzierung von Premiere weggefallen. Aus diesem Grund sind die

Zeitwertänderungen der Zinsswapgeschäfte in Höhe von minus 7,8 Mio EUR im Gegensatz zum Vorjahr erfolgswirksam innerhalb des Zinsergebnisses zu erfassen. Im Vorjahr erfolgte die Zeitwertanpassung direkt im Eigenkapital. Insgesamt verbesserte sich das Finanzergebnis deutlich um 46,9 Prozent, von minus 38,6 Mio EUR auf minus 20,5 Mio EUR.

### Netto-Ergebnis erstmals positiv

Die Gewinn- und Verlustrechnung weist zum Ende des 1. Halbjahres 2005 ein Ergebnis vor Steuern in Höhe von minus 10,7 Mio EUR auf (-57,3 Mio EUR). Damit verbesserte Premiere sein Vorsteuerergebnis um 46,7 Mio EUR. Latente Steuererträge in Höhe von 14,0 Mio EUR führten zu einem Konzerngewinn von 3,3 Mio EUR (-61,2 Mio EUR).

**Netto-Ergebnis (in Mio EUR)**



### Ergebnis pro Aktie

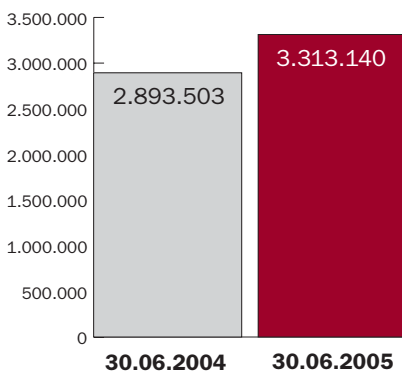
Pro Aktie ergibt die Gewinn- und Verlustrechnung ein Ergebnis in Höhe von 0,04 EUR. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist das eine Verbesserung um über 100 Prozent (-1,39 EUR).

# Geschäftsverlauf

- **Abonnentenzahl steigt auf 3,313 Millionen**
- **Neue Themenkanäle gestartet, Fiction- und Sportbereich ausgebaut**
- **Marketing und Vertrieb: neue Positionierung „Fernsehen erster Klasse“**

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

**Abonnentenzahl**



## Programmangebot gestärkt

Premiere hat sein exklusives und vielfältiges Programmangebot im 1. Halbjahr 2005 durch neue Verträge in den Bereichen Sport und Fiction erweitert. Im Bereich Sport erwarb Premiere im März 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 umfassende 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 exklusiv bei Premiere ausgestrahlt. Auch PREMIERE PLUS gewinnt zunehmend an Attraktivität: Mit DISCOVERY GESCHICHTE (31.03.2005) und FOCUS GESUNDHEIT (01.06.2005) startete Premiere im 1. Halbjahr zwei weitere hochwertige und exklusive Themenkanäle.

Das eigenständige Vollerotik-Angebot BLUE MOVIE wurde im Februar 2005 ausgebaut. Seitdem werden jeden Tag sechs Titel angeboten, pro Monat stehen 20 neue Filme zur Auswahl.

Insgesamt stieg im 1. Halbjahr 2005 die Anzahl der Bestellungen für die Pay-per-View-Angebote von Premiere um 13,8 Prozent von 2,76 auf 3,14 Millionen.

### **Werbung: Premium-Partnerschaften ausgebaut**

Einen namhaften TV-Werbepartner für die 1. Fußball-Bundesliga gewann Premiere zum Jahresauftakt mit der Volkswagen AG. Nach der Rückrunde 2004/2005 wirbt VW auch für die aktuelle Spielzeit 2005/2006 als einziges Unternehmen aus der Automobilbranche mit TV-Spots im Umfeld aller Übertragungen aus der 1. Fußball-Bundesliga. Ebenfalls für die neue Saison gewann Premiere zwei neue Co-Presenting-Partner: das Telekommunikationsunternehmen Arcor und den Reifenhersteller Continental. Im Januar 2005 startete Premiere im Internet unter <http://media.premiere.de> ein eigenes Mediaportal. Das Angebot informiert potenzielle Mediapartner umfassend über die breitgefächerten Werbe- und Kooperationsmöglichkeiten bei Premiere.

### **Marketing, Vertrieb und Kundenmanagement**

Im Marketing standen die ersten Monate des Jahres im Zeichen des Börsengangs der Premiere AG. Unter dem Motto „Premiere heißt Erster sein“ schlug die TV- und Printkampagne verständlich und überzeugend den Bogen vom vielfältigen und exklusiven Programm hin zu den Wachstumschancen des Abo-Senders. Neben den Privat-anlegern wurden die Premiere Abonnenten gezielt mit Spots, Mailings und Beilegern angesprochen.



Im Mai startete Premiere eine neue Marketingkampagne unter dem Motto „Fernsehen erster Klasse“. Mit diesem Leitmotiv positioniert Premiere sein exklusives und vielfältiges Programmangebot als erstklassiges Produkt, das sich qualitativ deutlich vom Free-TV und von anderen Wettbewerbern abhebt. Im Mittelpunkt der Kampagne steht das einmalige Fernseherlebnis für Premiere Abonnenten – ein Erlebnis, das herkömmliches Fernsehen nicht bieten kann.

Anfang des Jahres führte Premiere das Bonusprogramm Premiere Stars ein. Mit dem in der europäischen Fernsehindustrie bislang einzigartigen Kundenbindungsprogramm können Premiere Abonnenten Bonuspunkte sammeln und gegen attraktive Prämien einlösen. Je länger und je stärker der Abonnent Premiere nutzt, umso mehr Bonuspunkte – Premiere Stars – werden ihm gutgeschrieben. Nach dem erfolgreichen Start erwartet Premiere zwei Millionen teilnehmende Abonnenten bis zum Jahresende 2005.

## Vermögens- und Finanzlage

- **Überzeugendes Bilanzbild nach erfolgreichem Börsengang**
- **Eigenkapitalquote verbessert sich auf über 59 Prozent**

Die Bilanzsumme verringerte sich im Vergleich zum Jahresende 2004 um 2,1 Prozent auf 1.271,4 Mio EUR (31.12.2004: 1.298,8 Mio EUR). Die Bilanzrelationen verbesserten sich infolge des erfolgreichen Börsengangs und der neuen Finanzierungsstruktur signifikant.

Das Eigenkapital stieg um 333,9 Mio EUR auf 752,8 Mio EUR (418,9 Mio EUR). Die deutliche Stärkung der Eigenkapitalbasis resultierte insbesondere aus der im Rahmen des Börsengangs vorgenommenen Kapitalerhöhung. Das gezeichnete Kapital erhöhte sich durch die Ausgabe von 12 Millionen neuen Aktien um 12,0 Mio EUR. Das Aufgeld aus der Ausgabe der neuen Anteile, nach Berücksichtigung von Kapitalbeschaffungskosten und latenten Steuereffekten, betrug 315,5 Mio EUR. Die Eigenkapitalquote zum 30. Juni 2005 beträgt 59,2 Prozent (32,3 %).

Mit dem Börsengang erfolgte eine komplette Neufinanzierung. Die bestehenden Altkredite – der alte Betriebsmittelkredit und die begebenen Anleihen – wurden unter Verwendung der Emissionserlöse und des Mittelzuflusses aus der Inanspruchnahme eines neuen Kredits vollständig zurückgeführt. Als Folge der neuen Finanzierungsstruktur und planmäßiger Tilgungen von Leasingverbindlichkeiten sanken die gesamten Finanzverbindlichkeiten um 72,0 Prozent auf 120,9 Mio EUR (431,2 Mio EUR). Die Netto-Finanzverbindlichkeiten betragen zum Stichtag 30. Juni 106,6 Mio EUR (370,2 Mio EUR).

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen nahmen ab vor allem aufgrund der Erfüllung einer Forderung der DFL Deutsche Fußball Liga GmbH aus dem Lizenzvertrag, die mit dem Erhalt der Erlöse aus dem Börsengang fällig wurde, sowie aufgrund der Tilgung von Verbindlichkeiten aus dem Erwerb von Filmlicenzen. Die Rechnungsabgrenzungsposten gingen ebenfalls zurück. Der Rückgang resultierte aus der Auflösung der abgegrenzten Einzahlungen von im Voraus bezahlten Abonnements, die linear über die Laufzeit der Abonnements als Umsatz erfasst werden. Der Abbau der sonstigen Schulden ergab sich teilweise aufgrund der Zeitwertanpassungen bei derivativen Devisenterminkontrakten. Dagegen erhöhten sich die passiven latenten Steuern. Im Gegensatz zur Handelsbilanz werden die immateriellen Vermögenswerte Markenzeichen und Goodwill in der Steuerbilanz planmäßig abgeschrieben.

Die gesamten Aktiva (ohne flüssige Mittel) stiegen um 19,3 Mio EUR auf 1.257,1 Mio EUR (1.237,8 Mio EUR). Ausschlaggebend für diese Entwicklung waren der starke Anstieg des Filmvermögens sowie der geleisteten Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte und die deutliche Erhöhung der Rechnungsabgrenzungsposten. Für die Bereitstellung der neuen Kreditlinien fielen Zinsaufwendungen an, die aktivisch abgegrenzt wurden. Zudem erhöhten sich die sonstigen Vermögenswerte. Die Bewertung der Devisenterminkontrakte zum Zeitwert führte zum Ansatz eines entsprechenden Vermögenswerts. Die Vorräte stiegen ebenfalls. Die vorgenommenen Abwertungen sowie die Receiververkäufe an Händler und Neuabonnenten wurden durch den Zugang aus dem Erwerb neuer Receiver mehr als kompensiert. Darüber hinaus führte die Aktivierung zusätzlicher steuerlicher Verlustvorträge zu einem starken Aufbau der aktiven latenten Steuern. Dem standen der deutliche Rückgang der Forderungen

aus Lieferungen und Leistungen infolge des Ausgleichs fälliger Forderungen, insbesondere durch Händler, und der planmäßige Werteverzehr der immateriellen Vermögenswerte und des Sachanlagevermögens gegenüber.

#### **Vollständige Rückführung der Altkredite**

Der Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit erhöhte sich im 1. Halbjahr 2005 auf 34,4 Mio EUR (1. Halbjahr 2004: 0,2 Mio EUR). Die Veränderungen des Working Capital führten zu einem starken Mittelabfluss. Dem stand der Mittelzufluss aus dem positiven operativen Ergebnis gegenüber.

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit ging gegenüber dem Vorjahr um 0,6 Mio EUR auf 6,4 Mio EUR (7,0 Mio EUR) zurück. Die Investitionen betrafen im Wesentlichen die immateriellen Vermögenswerte.

Der Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit verbesserte sich um 16,5 Mio EUR auf 6,0 Mio EUR (22,5 Mio EUR). Die Netto-Emissionserlöse in Höhe von 322,5 Mio EUR und der Mittelzufluss aus der Inanspruchnahme des neuen Kredits wurden zur Tilgung der bestehenden Finanzverbindlichkeiten einschließlich Zinsen verwendet, vor allem zur vollständigen Rückführung des alten Betriebsmittelkredits und der begebenen Anleihen.

Insgesamt verfügte Premiere zum Stichtag 30. Juni über flüssige Mittel in Höhe von 14,3 Mio EUR. Im Vergleich zum 31. Dezember 2004 ging der Bestand an flüssigen Mitteln um 46,7 Mio EUR zurück.

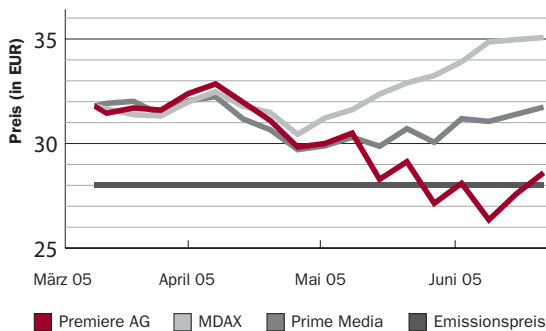
# Aktie

## Entwicklung der Premiere Aktie

Durch das schlechte wirtschaftliche Klima gerieten die europäischen Medienwerte im Frühjahr 2005 teilweise erheblich unter Druck. Diesem Trend konnte sich auch die Premiere Aktie nicht entziehen, sie entwickelte sich ab Mai 2005 im Vergleich zum MDAX und Prime Media Index schwächer. Die Ankündigung vorgezogener Bundestagswahlen im Herbst 2005 verbesserte die Stimmung an der Börse spürbar, unterstützt von positiven Zahlen und Wirtschaftsdaten aus Europa und den USA. Auch die Premiere Aktie erholte sich ab Mitte Juni und stabilisierte sich zuletzt auf einem Kursniveau zwischen 28 und 29 Euro.

Die Aktie schloss am 30. Juni 2005 mit 28,60 EUR. Sie lag damit um 2 Prozent über dem Emissionspreis von 28,00 EUR vom 9. März 2005. Mitte April erreichte die Aktie den Höchstkurs von 32,85 EUR, die niedrigste Notierung datiert vom 17. Juni mit 26,35 EUR.

**Kursentwicklung IPO bis 30. Juni 2005**



Das durchschnittliche Handelsvolumen seit dem Börsengang am 9. März 2005 betrug 388.000 Aktien pro Tag.

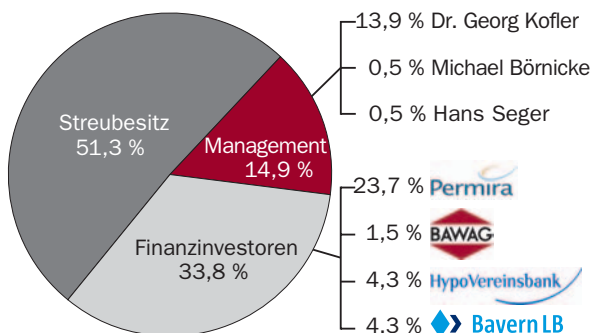
Auf Basis des Schlusskurses per 30. Juni 2005 von 28,60 EUR ergibt sich für die Premiere AG eine Marktkapitalisierung von 2,3 Mrd EUR sowie eine Free-Float-Kapitalisierung von 1,2 Mrd EUR.

## Aufnahme in MDAX-, Dow Jones Stoxx 600 Index und MSCI World Index

Seit dem 20. Juni 2005 ist die Premiere Aktie mit einer Gewichtung von 1,73 Prozent zum Stichtag Mitglied im MDAX. Die Aufnahme erfolgte nach der Fast-Entry-Regel der Deutschen Börse AG. Die Premiere AG lag zum Stichtag 30. Juni 2005 auf Rang 7 beim Handelsvolumen und auf Rang 19 bei der Marktkapitalisierung. Ebenfalls mit Wirkung zum 20. Juni rückte die Premiere Aktie in den Dow Jones Stoxx 600 Index auf, bereits Ende Mai wurde Premiere in den MSCI World Index aufgenommen.

## Aktionärsstruktur

Seit dem Börsengang am 9. März 2005 befinden sich 51,3 Prozent des Gesamtbestands von 82 Millionen Aktien im Streubesitz. Die restlichen Aktien werden von Finanzinvestoren (33,8%) sowie dem Premiere Management (14,9%) mit sechs- bzw. zwölfmonatigen Lock-up-Fristen gehalten.

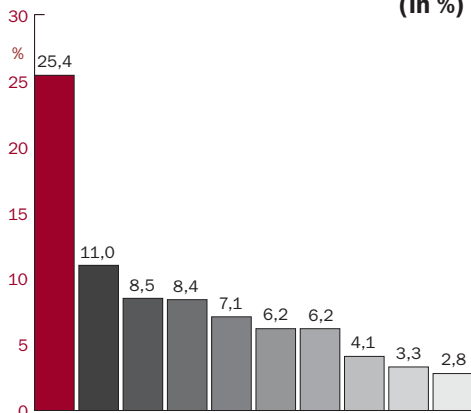


# Forschung und Entwicklung

- **Zuschauerforschung liefert Daten zur Programmgestaltung**
- **Neue Programmideen und -umsetzungen schärfen das Profil**
- **Neue Technologien konsequent ausgenutzt für mehr Komfort und Qualität**

Die hausinterne Zuschauerforschung misst rund um die Uhr die Nutzung des TV-Programms in Premiere Haushalten und liefert damit wesentliche Erkenntnisse für Rechteerwerb, Programmgestaltung und Werbevermarktung. Mit 25,4 Prozent ist der Premiere Anteil an der TV-Nutzung im 1. Halbjahr 2005 gegenüber dem Vorjahreshalbjahr um 0,7 Prozent gestiegen. Der Premiere Anteil liegt damit jetzt auf einem Niveau mit dem kumulierten Anteil von RTL, SAT.1 und ProSieben (25,6 %). Die meiste Zeit verbrachten die Abonnenten mit den Themenkanälen (51 %). Die sieben Kinokanäle PREMIERE 1 bis PREMIERE 7 vereinigten 25 Prozent auf sich, PREMIERE SPORT brachte es auf 24 Prozent.

**TV-Marktanteil in Premiere Haushalten\* (in %)**



PREMIERE RTL ARD SAT.1 ZDF ARDIII Pro7 RTL2 VOX Kabel1

\*Basis: Zuschauer ab 3 Jahren, Deutschland, HJ1 2005, Quelle: Modata GmbH/Premiere Panel

Im Juni startete Premiere eine Innovationsoffensive, mit der das Unternehmen seine Position als führende TV-Marke für Premium-Unterhaltung untermauert. 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. Premiere zeigt bis zu 15 Sportereignisse parallel – mehr als je zuvor im deutschen Fernsehen. Ende Juni startete PREMIERE DIREKT+, ein neuer Video-on-Demand-Service, der über einen normalen Fernsehanschluss 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.



Fernsehen à la minute mit dem Video-on-Demand-Service PREMIERE DIREKT+

Die Premiere AG erschließt das neue Wachstumsfeld Wetten und Gewinnspiele. Am 1. August startete mit PREMIERE WIN ein neuer TV-Sender, bei dem sich alles um Wetten und Gewinnspiele dreht. Das Motto: Gewinnen ist die schönste Unterhaltung.



Veranstalter von PREMIERE WIN ist die Premiere Win Fernsehen GmbH. Unter der Dachmarke PREMIERE WIN bündelt Premiere künftig alle Aktivitäten im Bereich Wetten und Gewinnspiele. Die Startvoraussetzungen für den Einstieg in das lukrative Geschäft mit Wetten und Gewinnspielen sind aus Sicht von Premiere ideal: Der Abo-Sender hat einen Kundenstamm von rund 3,3 Millionen Abonnenten, die Möglichkeiten eines vernetzten TV- und Marketinghauses und sendet fast 5000 Stunden Live-Sportprogramm pro Jahr. Bis zur Fußball-WM 2006 soll das Programm- und Wettangebot von PREMIERE WIN schrittweise ausgebaut werden. PREMIERE WIN kann von allen Premiere Abonnenten ohne weitere Kosten empfangen werden. Wichtigster Kooperationspartner von PREMIERE WIN ist die Magna Entertainment Corporation (MEC), einer der weltweit führenden Rennbahnbetreiber und Wettanbieter. Magna Entertainment liefert Bilder von Pferderennen, ermittelt die Quoten und managt die Rückkanäle für die Wettabgabe: Telefon, SMS und Internet.

Unter der Dachmarke PREMIERE INTERNATIONAL startet Premiere voraussichtlich am 1. September ein attraktives Abo-Angebot mit fremdsprachigen TV-Programmen. Über Satellit können Abonnenten zusätzlich zum Premiere Programm acht türkische, vier italienische und fünf russische TV-Kanäle empfangen, die in den jeweiligen Ländern besonders populär sind. Alle drei fremdsprachigen Angebote werden über die ASTRA-Orbitalposition 23,5° Ost ausgestrahlt, über die zukünftig auch das Schnupperangebot PREMIERE START zusätzlich angeboten wird.

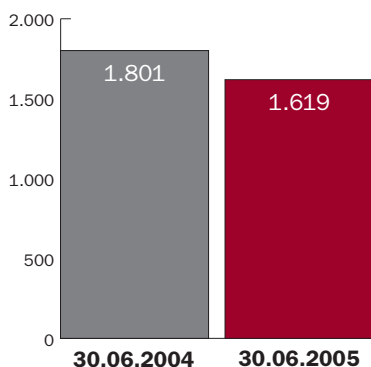
Für November 2005 ist der Start des ersten Programm-Bouquets im hochauflösenden Fernsehformat HDTV geplant. Auf drei Kanälen erleben Premiere Abonnenten Filme, Dokumentationen und Live-Sport in nie gekannter Schärfe und Brillanz.

# Organisation und Mitarbeiter

- **1.619 Ganztageskräfte zum 30. Juni 2005**
- **Neuorganisation des Vorstands**
- **Gründung einer Agentur für Sportrechte und Sportmarketing**

Die Premiere Gruppe beschäftigte zum Stichtag 30. Juni 2005 1.619 Mitarbeiter in Vollzeit. Das sind 182 weniger als im Vergleichszeitraum des vergangenen Jahres (1.801). Dieser Rückgang ist auf den Verkauf der Tochtergesellschaft DPC Digital Payout Center GmbH (heute: APS ASTRA Platform Services) sowie Umstrukturierungen bei der Premiere Österreich GmbH zurückzuführen.

**Mitarbeiter**



## Neuorganisation des Vorstands

Premiere baut die unternehmerische Handlungsfähigkeit, Innovationskraft und journalistische Kompetenz des Unternehmens weiter aus. Im Mai 2005 wurde entschieden, die Vorstandsarbeit neu zu ordnen. Mit Wirkung zum 1. September 2005 werden sich zwei Vorstandsressorts dem Ausbau des Programms und neuer, damit verbundener Geschäftsfelder widmen. Der neue Vorstands-

bereich Sports & New Business unter Leitung von Hans Mahr verantwortet das Sportprogramm, den Sportrechteeinkauf sowie die Entwicklung neuer Angebote im Internet und Mobilfunk. Außerdem übernimmt Hans Mahr die Geschäftsführung des Tochterunternehmens Premiere Österreich GmbH, die bisher bei Vorstandsmitglied Markus Schmid lag. Für die Programmbereiche Film, Serie und Themenkanäle zeichnet das Vorstandsressort Fiction & Special Interest unter Führung von Hans Seger verantwortlich. Den Vorstand unter Vorsitz von Dr. Georg Kofler komplettieren Michael Börnicke (Vorstandsressort Finance) und Markus Schmid (Vorstandsressort Marketing & Sales).

## Neue Agentur für Sportrechte und Sportmarketing

Im April 2005 gründete die Premiere AG die hundertprozentige Tochtergesellschaft Primus Sport. Geschäftszweck der Primus Sport ist der Einkauf und die Vermarktung von Sportrechten. Neben dem Erwerb von Pay-TV-Sportrechten für die Sender der Premiere AG strebt das Unternehmen den Kauf umfassender Rechtepakete an, die teilweise durch Premiere eigene Medien verwertet oder an andere Unternehmen sublizenzieren werden. Die Premiere AG gewinnt dadurch mehr Präsenz und Gewicht in der Sportindustrie und erhält bessere Chancen bei der Vergabe von Rechtepaketen. Darüber hinaus erschließt Premiere durch die Vermittlung von Lizenzrechten und innovativem Sportmarketing neue Erlösquellen. Der Werbe-wirtschaft wird die neue Agentur ein umfassendes Portfolio für vernetzte Kommunikation im Sportumfeld anbieten.

# Ausblick

- **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.

# ■ Halbjahresabschluss

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

in TEUR	01.01. bis 30.06.2005	01.01. bis 30.06.2004
Umsatzerlöse	506.123	477.502
Umsatzkosten	(376.335)	(375.456)
Kosten Film- und Sportlizenzen	(271.134)	(238.553)
Übertragungskosten	(45.974)	(48.654)
Abonnentenverwaltung und Service Management	(26.916)	(48.759)
Aufwendungen für Receiver	(32.311)	(39.490)
Bruttoergebnis vom Umsatz	129.788	102.047
Vertriebskosten	(58.156)	(64.181)
Allgemeine Verwaltungskosten	(35.855)	(34.214)
Sonstige betriebliche Erträge	4.240	4.312
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(6.058)	(2.568)
Abschreibungen auf Abonnentenstamm	(24.129)	(24.129)
Betriebliches Ergebnis	9.829	(18.733)
Zinsen und ähnliche Erträge	965	843
Aufwendungen aus assoziierten Unternehmen	(32)	0
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	(21.415)	(39.437)
Ergebnis vor Steuern	(10.653)	(57.327)
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	13.991	(3.900)
<b>Periodenergebnis</b>	<b>3.338</b>	<b>(61.227)</b>
<b>Zurechenbar zu:</b>		
Anteilseigner	3.338	(61.227)
Ergebnis pro Aktie		
unverwässertes/verwässertes Ergebnis (EUR)	0,04	(1,39)

## Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

in TEUR	01.04. bis 30.06.2005	01.04. bis 30.06.2004
Umsatzerlöse	258.726	253.299
Umsatzkosten	(189.674)	(187.838)
Kosten Film- und Sportlizenzen	(142.842)	(124.279)
Übertragungskosten	(20.935)	(25.753)
Abonnentenverwaltung und Service Management	(14.316)	(20.162)
Aufwendungen für Receiver	(11.582)	(17.645)
Bruttoergebnis vom Umsatz	69.052	65.461
Vertriebskosten	(32.455)	(33.374)
Allgemeine Verwaltungskosten	(15.352)	(16.942)
Sonstige betriebliche Erträge	2.209	1.396
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(5.261)	(1.172)
Abschreibungen auf Abonnentenstamm	(12.064)	(12.064)
Betriebliches Ergebnis	6.128	3.305
Zinsen und ähnliche Erträge	417	409
Aufwendungen aus assoziierten Unternehmen	(65)	0
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	(8.528)	(19.932)
Ergebnis vor Steuern	(2.048)	(16.217)
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	8.736	(3.650)
<b>Periodenergebnis</b>	<b>6.688</b>	<b>(19.867)</b>
<b>Zurechenbar zu:</b>		
Anteilseigner	6.688	(19.867)
Ergebnis pro Aktie		
unverwässertes/verwässertes Ergebnis	0,08	(0,45)

# Konzernbilanz

in TEUR	30.06.2005	31.12.2004
<b>Aktiva</b>		
<b>Kurzfristige Aktiva</b>		
Flüssige Mittel	14.267	60.995
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	43.568	60.429
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	407	12
Filmvermögen und geleistete Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte	59.075	47.938
Vorräte	24.225	20.404
Sonstige Vermögenswerte und aktive Rechnungsabgrenzungsposten	14.122	11.716
<b>Summe kurzfristige Aktiva</b>	<b>155.663</b>	<b>201.493</b>
<b>Langfristige Aktiva</b>		
Latente Steuern	74.518	46.723
Filmvermögen und geleistete Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte	7.114	2.891
Finanzanlagen	164	117
Anteile an assoziierten Unternehmen	1.549	788
Receiver	4.048	7.244
Sachanlagen	6.765	7.890
Immaterielle Vermögenswerte	1.009.062	1.029.144
Sonstige Vermögenswerte und aktive Rechnungsabgrenzungsposten	12.471	2.519
<b>Summe langfristige Aktiva</b>	<b>1.115.690</b>	<b>1.097.316</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>1.271.353</b>	<b>1.298.810</b>

# Konzernbilanz

in TEUR	30.06.2005	31.12.2004
<b>Passiva</b>		
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Finanzverbindlichkeiten	12.092	16.023
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	186.679	210.057
Sonstige Rückstellungen	23.867	25.000
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	29.097	37.265
Sonstige Schulden	34.923	50.957
<b>Summe kurzfristige Schulden</b>	<b>286.659</b>	<b>339.302</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Finanzverbindlichkeiten	108.758	415.142
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	16.777	20.376
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	8.007	6.071
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	4.520	5.973
Latente Steuern	72.679	62.141
Sonstige Schulden	21.199	30.906
<b>Summe langfristige Schulden</b>	<b>231.938</b>	<b>540.609</b>
<b>Summe Schulden</b>	<b>518.597</b>	<b>879.911</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	82.000	70.000
Kapitalrücklage	951.596	636.076
Gewinnrücklagen	2	(2.997)
Verlustvortrag	(284.180)	(203.559)
Periodenergebnis	3.338	(80.621)
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>752.756</b>	<b>418.899</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>1.271.353</b>	<b>1.298.810</b>

## Eigenkapitalveränderungsrechnung

in TEUR	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen Hedge Accounting Marktbewertung Finanzanlagen	Periodenergebnis	Verlustvortrag	Gesamt
<b>Stand 01.01.2004</b>	<b>25</b>	<b>41.776</b>	<b>(2)</b>	<b>(203.558)</b>	<b>(1)</b>	<b>(161.759)</b>
Umgliederung Jahresergebnis Vorjahr	0	0	0	203.558	(203.558)	0
Veränderung des beizulegenden Zeitwerts für zum Verkauf bestimmte Finanzanlagen	0	0	1	0	0	1
Bewertung Zinsswaps	0	0	(344)	0	0	(344)
Summe direkt im Eigenkapital berücksichtigter Ergebnisse	0	0	(344)	0	0	(344)
Periodenergebnis	0	0	0	(61.227)	0	(61.227)
Gesamteinkommen	0	0	(344)	(61.227)	0	(61.571)
<b>Stand 30.06.2004</b>	<b>25</b>	<b>41.776</b>	<b>(346)</b>	<b>(61.227)</b>	<b>(203.559)</b>	<b>(223.330)</b>
<b>Stand 01.01.2005</b>	<b>70.000</b>	<b>636.076</b>	<b>(2.997)</b>	<b>(80.621)</b>	<b>(203.559)</b>	<b>418.899</b>
Umgliederung Jahresergebnis Vorjahr	0	0	0	80.621	(80.621)	0
Erhöhung gezeichnetes Kapital	12.000	0	0	0	0	12.000
Agio Börsengang unter Berücksichtigung von Kapitalbeschaffungskosten nach latenten Steuereffekten	0	315.520	0	0	0	315.520
Summe der Transaktionen mit Anteilseignern	12.000	315.520	0	0	0	327.520
Veränderung des beizulegenden Zeitwerts für zum Verkauf bestimmte Finanzanlagen	0	0	3	0	0	3
Auflösung erfolgsneutraler Zeitwertanpassungen von nicht effektiven Sicherungsgeschäften (nach latenten Steuereffekten)	0	0	2.996	0	0	2.996
Summe direkt im Eigenkapital berücksichtigter Ergebnisse	0	0	2.999	0	0	2.999
Periodenergebnis	0	0	0	3.338	0	3.338
Gesamteinkommen	0	0	2.999	3.338	0	6.336
<b>Stand 30.06.2005</b>	<b>82.000</b>	<b>951.596</b>	<b>2</b>	<b>3.338</b>	<b>(284.180)</b>	<b>752.756</b>

# Konzernkapitalflussrechnung

in TEUR	01.01. bis 30.06.2005	01.01. bis 30.06.2004
Periodenergebnis vor Ertragsteuern	(10.653)	(57.327)
Zinsergebnis	20.450	38.594
Abschreibung auf Sachanlagen saldiert mit Zuschreibungen und Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	15.327	15.287
Abschreibung Abonnementstamm	24.129	24.129
Nichtzahlungswirksamer Verkauf d-Boxen gegen Verrechnung Kautions an Abonnenten	(1.725)	(5.148)
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge und Aufwendungen	948	(419)
Veränderungen der sonstigen Rückstellungen	(1.659)	(15)
Gewinne/Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	7	(411)
Veränderungen der Vorräte, Liefer- und Leistungsforderungen sowie anderer Aktiva	(7.621)	10.289
Veränderungen der Liefer- und Leistungsverbindlichkeiten sowie anderer Passiva	(73.561)	(25.176)
<b>Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>(34.358)</b>	<b>(197)</b>
Einzahlungen aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten, Sach- und Finanzanlagen	12	1.233
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	(5.884)	(7.737)
Investitionen in Finanzanlagen	(527)	(500)
<b>Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>(6.399)</b>	<b>(7.004)</b>
Netto-Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Gesellschafter	322.467	0
Einzahlungen aus der Begebung von (Finanz-)Krediten	107.451	7.250
Erhaltene Zinsen	965	843
Zahlung von Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	(14.497)	(10.682)
Auszahlungen für die Tilgung von (Finanz-)Krediten	(368.234)	0
Gezahlte Zinsen	(54.123)	(19.902)
<b>Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>(5.971)</b>	<b>(22.491)</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderungen</b>	<b>(46.728)</b>	<b>(29.692)</b>
Flüssige Mittel am Anfang der Periode	60.995	69.378
Flüssige Mittel am Ende der Periode	14.267	39.686

# ■ Konzernanhang

# Grundlagen und Methoden

Die Premiere AG (im Folgenden auch „die Gesellschaft“) hat einen Konzernzwischenabschluss in Übereinstimmung mit den vom International Accounting Standards Board (IASB) herausgegebenen International Financial Reporting Standards (IFRS) und deren Interpretationen durch das International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) aufgestellt. Der vorliegende Konzernzwischenabschluss wurde in Übereinstimmung mit den Vorschriften des International Accounting Standard (IAS) 34 erstellt.

Alle vom IASB veröffentlichten und zum 30. Juni 2005 verpflichtend anzuwendenden Standards und Interpretationen wurden berücksichtigt. Die Gesellschaft wendete IFRIC 4 „Determining whether an Arrangement contains a Lease“ bereits in ihrem Abschluss zum 31. Dezember 2004 freiwillig an. Die Vorjahreszahlen wurden gemäß den zum 31. Dezember 2004 gültigen Standards ermittelt.

Die nachfolgend aufgeführten Standards und Interpretationen sind verpflichtend für Geschäftsjahre, die am 1. Januar 2006 oder später beginnen, zu berücksichtigen:

- IFRS 6 Exploration for and Evaluation of Mineral Resources
- IFRIC 5 Rights to Interests arising from Decommissioning, Restoration and Environmental Rehabilitation Funds

Eine vorzeitige Anwendung wäre ohne Auswirkung auf den Konzernzwischenabschluss, da die Premiere AG und ihre Tochtergesellschaften (im Folgenden „Premiere“) keine entsprechenden Vermögenswerte besitzen.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zum 30. Juni 2005 entsprechen denen zum 31. Dezember 2004, aus diesem Grund wird auf den Konzernanhang zum 31. Dezember 2004 verwiesen. Der Konsolidierungskreis hat sich im Vergleich zum 31. Dezember 2004 durch den Kauf bzw. die Gründung von sieben neuen Tochtergesellschaften erweitert.

Der Abschluss vermittelt ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

## Änderungen des Konsolidierungskreises

Im 1. Halbjahr 2005 wurden folgende Gesellschaften gegründet; Premiere hält 100 Prozent der stimmberechtigten Anteile.

	Datum	Stammkapital/ Kommanditkapital TEUR
BLUE MOVIE Vertriebs GmbH, Wien, Österreich (BLUE MOVIE)	11.03.2005	35
Primus Sport GmbH & Co. KG, Unterföhring (Primus Sport KG)	15.04.2005	100

Darüber hinaus wurden im 1. Halbjahr 2005 100 Prozent der Anteile an folgenden Gesellschaften erworben:

	Kaufdatum	Kaufpreis TEUR
Premiere Win Fernsehen GmbH, Unterföhring (Premiere Win Fernsehen); vormals „Blitz 05-035 GmbH“	27.04.2005	27
Primus Sport Verwaltungs-GmbH, Unterföhring (Primus Sport GmbH); vormals „Blitz 05-027 GmbH“	15.04.2005	27
Roombase Beteiligungs Holding GmbH, München (Roombase Holding); vormals „Blitz 05-038 GmbH“	24.05.2005	27
TDV Technische Dienstleistungs- und Vertriebsgesellschaft mbH, Berlin (TDV GmbH)	31.05.2005	450
Heidenfelder Service GmbH, Frankfurt am Main (Heidenfelder GmbH)	28.06.2005	734

Die Kaufpreise wurden jeweils in bar geleistet.

Das Kapital der jeweiligen Gesellschaften ist voll eingezahlt.

Durch den Erwerb der Heidenfelder GmbH und der TDV GmbH wurden folgende Vermögenswerte und Schulden erworben:

	Heidenfelder GmbH		TDV GmbH	
	TEUR	TEUR	TEUR	TEUR
	Beizulegende Zeitwerte	Buchwerte 28.06.05	Beizulegende Zeitwerte	Buchwerte 31.05.05
<b>Vermögenswerte</b>				
Finanzanlagen	342	70	450	108
Forderungen	198	198	0	0
Flüssige Mittel	252	252	0	0
Sonstige Aktiva	1	1	0	0
	<b>793</b>	<b>521</b>	<b>450</b>	<b>108</b>
<b>Schulden</b>				
Rückstellungen	30	30	0	0
Sonstige Verbindlichkeiten	29	29	0	0
	<b>59</b>	<b>59</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Erworbenes Reinvermögen bewertet zum beizulegenden Zeitwert</b>	<b>734</b>	<b>462</b>	<b>450</b>	<b>108</b>

Der Erwerb der Heidenfelder GmbH sowie der TDV GmbH diente zum Erwerb weiterer 25 Prozent der Anteile an der Roombase Networks GmbH. Im Rahmen der Erstkonsolidierung der Tochtergesellschaften wurden die Beteiligungen an der Gesellschaft zu Zeitwerten angesetzt und damit der Unterschiedsbetrag auf die At-Equity-Beteiligung allokiert.

Durch den Unternehmenserwerb der übrigen Gesellschaften wurden ausschließlich Vermögenswerte in Form von flüssigen Mitteln in Höhe von TEUR 75 und ein gezeichnetes Kapital von TEUR 75 erworben.

Wären die Unternehmenserwerbe bzw. die Gründungen zum 1. Januar 2005 vorgenommen worden, dann hätten die Gesellschaften keinen nennenswerten Beitrag zu den Umsatzerlösen und zum Halbjahresergebnis geleistet.

# Wesentliche Einflüsse auf den Konzernzwischenabschluss

## Veränderung der Aktiva

### Receiver

Im Berichtszeitraum übte ein Leasinggeber sein Andienungsrecht zum Ende der Vertragslaufzeit aus. Dieser Vorgang führte zu einer Umbuchung innerhalb des Sachanlagevermögens in Höhe von TEUR 666 (Anschaffungskosten TEUR 1.218; kumulierte Abschreibungen TEUR 552) von „Receiver aus Finanzierungsleasing“ zu „Eigene Receiverbestände“. Darüber hinaus liefen zwei weitere Finanzierungsleasingverhältnisse planmäßig aus. Die ehemals geleaste Receiver wurden mit Beendigung der Leasingverhältnisse zurückgekauft. Hieraus resultierte eine Umbuchung von „Receiver aus Finanzierungsleasing“ zu „Eigene Receiverbestände“ in Höhe von TEUR 1.381 (Anschaffungskosten TEUR 3.468; kumulierte Abschreibungen TEUR 2.087).

Aufgrund gesunkener Marktwerte wurden die aktivierten Festplattenreceiver zum 31. März 2005 einem Werthaltigkeitstest unterzogen. Der durchgeführte Werthaltigkeitstest gemäß IAS 36 führte zu einem Abwertungsbedarf in Höhe von TEUR 462. Als erzielbarer Betrag wurde der beizulegende Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten angesetzt. Zum Stichtag 30. Juni 2005 lagen keine Anhaltspunkte für eine weitere Wertminderung oder eine Wertaufholung vor.

### Vorräte

Der Buchwert der zum Nettoveräußerungswert angesetzten Vorräte beträgt TEUR 10.842. Im Berichtszeitraum wurden Wertminderungen in Höhe von TEUR 3.671 als Aufwand erfasst. Die Wert-

minderungen betreffen die unter den Vorräten aktivierten Receiver. Die zum 31. Dezember 2004 vorgenommene Abwertung von Receivern in Höhe von TEUR 521 wurde um TEUR 110 zurückgenommen. Der neue Buchwert entspricht dem berichtigten Nettoveräußerungswert.

## Veränderung der Passiva

### Börsengang und Eigenkapital

In der außerordentlichen Hauptversammlung vom 28. Februar 2005 stimmten die Aktionäre der Premiere AG dem Börsengang der Gesellschaft, einschließlich der Zulassung des gesamten gezeichneten Kapitals der Gesellschaft zum amtlichen Markt (Prime Standard) sowie der Aufnahme des Börsenhandels der Aktien der Gesellschaft an der Frankfurter Wertpapierbörse ab dem 9. März 2005, zu.

Darüber hinaus stimmten die Anteilseigner in selbiger Hauptversammlung einer Erhöhung des gezeichneten Kapitals der Premiere AG von TEUR 70.000 um TEUR 12.000 auf TEUR 82.000 zu. Die Erhöhung sollte gegen Bareinlage durch Ausgabe von 12.000.000 neuen auf den Namen lautenden nennwertlosen Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil von je EUR 1,00 pro Aktie unter Ausschluss des gesetzlichen Bezugsrechts der Aktionäre erfolgen. Im Rahmen des Börsengangs am 9. März 2005 wurden 42.090.000 Aktien zugeteilt. Diese setzen sich zusammen aus 12.000.000 Aktien aus der Kapitalerhöhung durch Beschluss vom 28. Februar 2005, 24.600.000 Aktien aus dem Eigentum der Fernseh Holding III S.à.r.l. und 5.490.000 Aktien aus der eingeräumten Mehrzuteilungsoption („Greenshoe-Aktien“).

Der Emissionspreis für die Aktie der Premiere AG betrug EUR 28,00. Aus der Zuteilung ergab sich ein Emissionsvolumen von TEUR 1.179.000. Nach dem Börsengang weist die Premiere AG einen Gesamtbestand von 82.000.000 Aktien aus.

Ein Teil der im Zusammenhang mit dem Börsengang angefallenen Kosten konnte im 2. Quartal 2005 durch nachträgliche Preisverhandlungen reduziert werden. Der Teil der Gutschriften, die unmittelbar der Ausgabe der neuen Aktien zuzuordnen ist, wurde erfolgsneutral im Eigenkapital berücksichtigt. Der erfolgsneutral erfasste Betrag nach Berücksichtigung latenter Steuereffekte beläuft sich auf TEUR 600.

#### **Der alte Betriebsmittelkredit**

Der Betriebsmittelkredit mit einem Nominalvolumen von TEUR 140.000 („alter Betriebsmittelkredit“) zuzüglich aufgelaufener Zinsen in Höhe von TEUR 14.265 wurde zum 11. März 2005 vollständig an die Konsortialbanken durch die Verwendung von im Rahmen der Kapitalerhöhung zugeflossenen Mittel zurückgeführt.

#### **Der neue Betriebsmittelkredit**

Am 22. Dezember 2004 gewährten die Bayerische Landesbank, die Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG (HypoVereinsbank) und die österreichische Bank für Arbeit und Wirtschaft AG (BAWAG) der Premiere AG einen neuen Betriebsmittelkredit in Form einer Kontokorrentlinie von insgesamt TEUR 25.000. Dieser Kredit durfte nur für den operativen Geschäftsbetrieb, insbesondere für Vorbereitungsmaßnahmen für den Börsengang in Anspruch genommen werden. Dieser Kredit hatte

eine Laufzeit bis zum 23. März 2005. Der Kredit ist von Premiere nicht in Anspruch genommen worden.

#### **Anleihen**

Die zum 31. Dezember 2004 ausgewiesenen Anleihen in Höhe von insgesamt TEUR 228.234 zuzüglich der aufgelaufenen Zinsen in Höhe von TEUR 10.340 wurden zum 11. März 2005 vollständig an die Anleihegläubiger zurückgezahlt. Zusätzlich wurde eine Kickerzahlung in Höhe von TEUR 11.412 geleistet. Hinsichtlich näherer Erläuterungen zu der Kickerzahlung wird auf die Ausführungen des Konzernanhangs zum 31. Dezember 2004 verwiesen. Vom 1. Januar 2005 bis zur Rückzahlung der Anleihen fielen Zinsen in Höhe von TEUR 3.960 an.

#### **Refinanzierung**

Am 18. Februar 2005 hat Premiere eine neue Kreditfinanzierung mit einem Bankenkonsortium unter Führung der Bayerischen Hypo- und Vereinsbank AG und HSH Nordbank AG abgeschlossen. Der neue Kredit besteht aus einer festen Tranche (im Folgenden „Term Facility“) und einer revolvingierenden Tranche (im Folgenden „Revolving Facility“). Die Term Facility hatte ursprünglich einen Gesamtnennbetrag von maximal TEUR 175.000 und wurde aufgrund der Kapitalerhöhung im Rahmen des Börsengangs auf TEUR 100.000 reduziert. Dieser Betrag wurde zum 11. März 2005 in voller Höhe in Anspruch genommen. Die Term Facility ist beginnend am 30. Juni 2006 in halbjährlichen Tilgungsraten in ansteigender Höhe zurückzuzahlen. Die Term Facility ist variabel verzinslich, der Zinssatz setzt sich aus einem Basiszins (Euribor) und einer Marge zusammen.

Die Marge hängt von dem Leverage (definiert als Nettogesamtverschuldung zu EBITDA) von Premiere ab.

Die Revolving Facility hat einen Gesamtnennbetrag von TEUR 325.000, von dem bis zu TEUR 165.000 in bar in Anspruch genommen werden können. Verbleibende Beträge können in Form von Bankbürgschaften und Akkreditiven in Anspruch genommen werden. Bis zu TEUR 90.000 aus der Revolving Facility können zudem in Form eines Überziehungskredits in Anspruch genommen werden. Zum 30. Juni 2005 bestanden Barziehungen des Kredits in Höhe von TEUR 7.451. Die Revolving Facility steht der Gesellschaft für einen Zeitraum von fünf Jahren zur Verfügung. Die Bar-Inanspruchnahmen der Revolving Facility sind variabel verzinslich, der Zinssatz setzt sich aus einem Basiszins (Euribor) und einer Marge zusammen. Die Aval-Inanspruchnahmen verzinsen sich lediglich mit einer Marge. Die Marge hängt von dem Leverage (definiert als Nettogesamtverschuldung zu EBITDA) von Premiere ab.

Für die gesamte Refinanzierung waren diverse Transaktionskosten fällig, die über die Laufzeit des Kreditvertrags abgegrenzt werden.

## **Gewinn- und Verlustrechnung**

### **Sonstige betriebliche Erträge und sonstige betriebliche Aufwendungen**

Im Vorjahr und im Vorquartal wurden Kursgewinne und -verluste unter den sonstigen betrieblichen Erträgen bzw. Aufwendungen in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen. Beginnend mit dem Quartalsabschluss zum

30. Juni 2005 werden diese unter den Kosten Film- und Sportlizenzen gezeigt. Damit wird der Tatsache Rechnung getragen, dass alle wesentlichen Transaktionen in fremder Währung auf Lizenzeinkäufe zurückzuführen sind. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

### **Restrukturierungsaufwendungen und -erträge**

Im Vorjahr wurden die Restrukturierungsaufwendungen und -erträge separat in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen. Beginnend mit dem Geschäftsjahr 2005 wird auf einen gesonderten Ausweis verzichtet. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

## Ergebnis je Aktie

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie ergibt sich aus der Division des Ergebnisanteils der Aktionäre der Gesellschaft und der gewichteten durchschnittlichen Anzahl der während des 1. Halbjahrs bzw. 2. Quartals im Umlauf befindlichen Aktien.

Zum Stichtag haben keine Sachverhalte vorgelegen, die zu einer Verwässerung des Ergebnisses je Aktie geführt haben.

	1. Halbjahr		2. Quartal	
	2005	2004	2005	2004
Ergebnisanteil der Aktionäre der Premiere AG (TEUR)	3.338	(61.227)	6.688	(19.867)
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien in Tausend	78.000	44.135	82.000	44.135
<b>Unverwässertes Ergebnis je Aktie (EUR)</b>	<b>0,04</b>	<b>(1,39)</b>	<b>0,08</b>	<b>(0,45)</b>

## Kapitalflussrechnung

Die zahlungsunwirksamen Aufwendungen und Erträge resultierten im Wesentlichen aus der Zuführung zur Pensionsrückstellung in Höhe von TEUR 960 und aus Verkäufen von Receivern an Bestandskunden. Die Umsatzerlöse aus den Verkäufen in Höhe von TEUR 1.951 führten zu einer korrespondierenden Reduzierung der Verbindlichkeiten aus Kautionen. Den Umsatzerlösen standen Receiverabgänge zu Buchwerten in Höhe von TEUR 226 gegenüber.

Die aus der Kapitalerhöhung zugeflossenen Netto-Emissionserlöse (nach Berücksichtigung von Kapitalbeschaffungskosten) in Höhe von TEUR 322.467 und der Mittelzufluss aus der

Inanspruchnahme des neuen Kredits in Höhe von TEUR 107.451 wurden zur Tilgung bestehender Finanzverbindlichkeiten einschließlich Zinsen, vor allem zur vollständigen Rückführung des alten Betriebsmittelkredits und der begebenen Anleihen, verwendet.

## Sonstige Erläuterungen

### Wesentliche Vertragsabschlüsse

Im 2. Quartal hat Premiere von der FIFA die Pay-TV-Ausstrahlungsrechte an der Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika erworben.

### Derivative Finanzinstrumente

Zum 31. Dezember 2004 waren für die getätigten Zinsswapgeschäfte die Voraussetzungen zur Anwendung von Hedge Accounting erfüllt. Das Ergebnis aus der Bewertung wurde erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst. Zum Quartalsstichtag liegen die Voraussetzungen für das Hedge Accounting nicht mehr vor. Die Zeitwertveränderungen werden somit erfolgswirksam erfasst. Aus den Zeitwertveränderungen ergab sich im 1. Halbjahr 2005 ein Aufwand in Höhe von TEUR 7.793. In diesen Aufwendungen ist die Auflösung der im Vorjahr erfolgsneutral im Eigenkapital erfassten Zeitwertveränderungen der Zinsswapgeschäfte in Höhe von TEUR 4.781 enthalten.

Die Bewertung der Devisentermingeschäfte führte im 1. Halbjahr 2005 zu einem Ertrag in Höhe von TEUR 4.325.

### Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen setzen sich wie folgt zusammen:

	<b>SUMME</b>	<b>SUMME</b>
	<b>30.06.2005</b>	<b>31.12.2004</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
Filmlizenzen	362.487	388.245
Sportlizenzen	367.534	452.376
Partnerkanäle	436.882	410.703
Abnahmeverpflichtung Receiver	26.090	20.265
Übrige	70.962	83.328
<b>Summe</b>	<b>1.263.955</b>	<b>1.354.917</b>

Zum 30. Juni 2005 wurden finanzielle Verpflichtungen für von Major-Filmlieferanten betriebene Kanäle auf der Premiere Plattform unter den Partnerkanälen ausgewiesen. Für den 31. Dezember 2004 wurden dadurch TEUR 156.283 sonstige finanzielle Verpflichtungen aus den Filmlizenzen in die Partnerkanäle umgegliedert.

Die zukünftigen Verpflichtungen aus nicht kündbaren Operating-Leasingverhältnissen stellen sich wie folgt dar:

	<b>SUMME</b> <b>30.06.2005</b>	<b>SUMME</b> <b>31.12.2004</b>
	<b>TEUR</b>	<b>TEUR</b>
Netzbetreiber und Transpondermiete	518.173	502.630
Bürogebäude	27.776	30.248
Kfz	755	828
Technische Büroanlagen	242	292
<b>Summe</b>	<b>546.946</b>	<b>533.998</b>

### **Segmentberichterstattung**

Die Geschäftsaktivitäten von Premiere konzentrieren sich auf den Betrieb des Abonnementfernsehprogramms in Deutschland und Österreich. Innerhalb dieses Bereichs existieren keine unterschiedlichen Geschäftstätigkeiten oder nationale Unterschiede, die abweichende Chancen- und Risikoprofile aufweisen. Insofern entfällt ein Segmentbericht.

# Finanzkalender

- Veröffentlichung des 9-Monats-Berichts: 8. November 2005

# Kontakt

**Corporate Communications:**

Dirk Heerdegen  
Vice President Corporate Communications  
Company Spokesman  
Tel.: +49 89/99 58-63 50  
dirk.heerdegen@premiere.de

Stefan Vollmer  
Head of Financial and Business Communications  
Tel.: +49 89/99 58-63 77  
stefan.vollmer@premiere.de

**Investor Relations:**

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

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

**Disclaimer**

Dieser Bericht 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.

**Herausgeber:**  
**Premiere AG · Corporate Communications**  
**Medienallee 4 · 85774 Unterföhring**  
**[info.premiere.de](http://info.premiere.de)**