

**2. Quartal 2006:
Premiere steigert Umsatz um 4,1 Prozent
Abonnentenzahl nahezu stabil**

- Gesamtumsatz steigt um 10,5 Mio EUR auf 269,3 Mio EUR
- Umsatz im Kerngeschäft wächst um 4,6 Prozent auf 254,9 Mio EUR
- Abonnentenzahl bei 3,4425 Millionen:
Zuwachs von 3,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr
Rückgang um 2,3 Prozent (79.256) im Vergleich zu Q1 2006
- Sondereffekte belasten EBITDA und Netto-Ergebnis
- Gut positioniert für das 2. Halbjahr:
reduzierte Kostenbasis, Bundesliga-Kooperationen, verbesserte Exklusivität bei der Champions League, neues Preismodell seit 1. August im Markt
- Kofler: „Premiere kann Marktposition im neuen Wettbewerbsumfeld gut behaupten.“

München, 8. August 2006 Premiere hat im 2. Quartal 2006 den Gesamtumsatz um 10,5 Mio EUR auf 269,3 Mio EUR gesteigert. Dies entspricht einem Plus von 4,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal (Q2 2005: 258,7 Mio EUR). Der Umsatz im Kerngeschäft mit Programmabonnements, Pay-per-View und Werbung legte um 4,6 Prozent oder 11,2 Mio EUR auf 254,9 Mio EUR zu (243,7 Mio EUR). Das operative Quartalsergebnis wurde durch einen Sonderaufwand in Höhe von 35 Mio EUR für Lizenz und Produktion der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 belastet: Die operativen Kosten stiegen auf 291,1 Mio EUR (232,2 Mio EUR), das EBITDA (Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen) ging auf minus 21,8 Mio EUR zurück (26,5 Mio EUR). Nach Abschreibungen (EBIT) erzielte Premiere ein Ergebnis von minus 43,7 Mio EUR (6,1 Mio EUR).

Ein buchhalterischer Sondereffekt beeinflusste das Nettoergebnis im 2. Quartal: Premiere hat die aktivierten latenten Steuern auf Verlustvorträge in der Bilanz vollständig abgeschrieben. Diese Maßnahme, die aus einem konservativen Bewertungsansatz resultiert, hat zu einer einmaligen Belastung des Nettoergebnisses in Höhe von 90,4 Mio EUR geführt – in der Folge betrug das Nettoergebnis minus 138,8 Mio EUR (6,7 Mio EUR). Die steuerliche Nutzbarkeit der gesamten Verlustvorträge in Höhe von 614,5 Mio EUR (Stand: 31.12.2005) bleibt von der Bereinigung der Bilanzposition „latente Steuern“ unberührt. Premiere kann diese Verlustvorträge in Zukunft weiter uneingeschränkt nutzen. Für die immateriellen Vermögenswerte Goodwill, Markenzeichen und Abonnentenstamm besteht kein Abwertungsbedarf, ein entsprechender Impairment-Test wurde durchgeführt.

Zum 30. Juni 2006 zählte Premiere 3.442.500 Abonnenten-Haushalte – 79.256 oder 2,3 Prozent weniger als zum 31. März 2006 (3.521.756). Im Jahresvergleich (Stichtag: 30.06.) verzeichnet Premiere einen Abonnenten-Zuwachs von 3,9 Prozent (Q2 2005: 3.313.140).

Kofler:

„Marktposition gut behauptet, Umsatz solide, Abonnentenzahl im Rahmen der Erwartungen“

Dr. Georg Kofler, Vorstandsvorsitzender der Premiere AG: „Premiere hat seine starke Marktposition auch im 2. Quartal 2006 gut behauptet. Im Vergleich zum 1. Quartal 2006 hat Premiere lediglich einen Rückgang von 2,3 Prozent des Abonnentenbestandes zu verzeichnen. In den ersten sechs Monaten 2006 betrug der Rückgang kumuliert 124.000 oder 3,5 Prozent. Diese Entwicklung liegt im Rahmen unserer Erwartungen. Angesichts der öffentlichen Diskussion über den Verlust der Bundesligarechte von Premiere, der dadurch ausgelösten Verunsicherung der Abonnenten und der außergewöhnlichen Marketinganstrengungen des neuen Wettbewerbers arena ist dieser Rückgang als moderat zu bewerten. Insgesamt ist festzustellen, dass die Abonnentenbasis von Premiere nach wie vor stabil ist. Dasselbe gilt für den Umsatz, insbesondere im Kerngeschäft.“

Latente Steuern: Bilanzposition vollständig bereinigt

Auf Grundlage eines konservativen Bewertungsansatzes hat sich Premiere entschieden, die aktivierten latenten Steuern auf Verlustvorträge vollständig abzuschreiben. Kofler: „Es handelt sich bei dieser Abschreibung um einen einmaligen, rein buchhalterischen und nicht liquiditätswirksamen Sondereffekt. Die operative Performance von Premiere bleibt davon völlig unberührt. Wir haben uns für eine konservative Bewertung entschieden, weil der künftige Geschäftsverlauf von Premiere im neuen Wettbewerbsumfeld zum heutigen Zeitpunkt noch nicht klar genug bestimmbar ist. Diese Maßnahme hat zur Folge, dass das Nettoergebnis von Premiere in Zukunft nicht mehr negativ durch aktivierte latente Steuern auf Verlustvorträge beeinflusst werden kann. Andererseits bestehen Chancen, dass bei einem positiven Geschäftsverlauf das Nettoergebnis durch die Position der latenten Steuern weiter verbessert wird.“

Kerngeschäft wächst um 4,6 Prozent

- **Umsatz aus Programm-Abos steigt um 10,0 Mio EUR auf 234,9 Mio EUR**
- **Bereich Werbung legt um 5,2 Mio EUR auf 16,4 Mio EUR zu**

Premiere konnte den Umsatz im Kerngeschäft mit Programmabonnements, Pay-per-View und Werbung im Vergleich zum Vorjahresquartal um 4,6 Prozent auf 254,9 Mio EUR (Q2 2005: 243,7 Mio EUR) steigern.

Die Erlöse aus Programmabonnements erhöhten sich um 4,4 Prozent auf 234,9 Mio EUR (Q2 2005: 224,9 Mio EUR). Im Bereich Werbung konnte Premiere im Vergleich zum Vorjahresquartal die Erlöse um 47,0 Prozent auf 16,4 Mio EUR (11,2 Mio EUR) steigern. Im Bereich Pay-per-View ging der Umsatz vor allem durch den Wegfall der direkten Blue-Movie-Erlöse auf 3,6 Mio EUR (7,6 Mio EUR) zurück. Seit der Übernahme von BLUE MOVIE durch die erotic media ag partizipiert Premiere durch Provisionen am Vollerotikgeschäft, die im Bereich Werbung verbucht werden.

Im Bereich Hardware und Technik erzielte Premiere einen Umsatz von 11,1 Mio EUR (12,6 Mio EUR), die sonstigen Umsatzerlöse stiegen leicht auf 3,3 Mio EUR (2,4 Mio EUR).

Kostenanstieg durch Sondereffekte:

- **Erhöhte Aufwendungen für Programm und Innovation**
- **Einmaliger Mehraufwand für die Fußball-Weltmeisterschaft**

Die operativen Kosten stiegen im 2. Quartal insgesamt auf 291,1 Mio EUR (Q2 2005: 232,2 Mio EUR). Die Programmkosten erhöhten sich um 50,3 Mio EUR auf 193,1 Mio EUR (142,8 Mio EUR). Im Sportbereich schlug vor allem der Sonderaufwand in Höhe von 35,0 Mio EUR für Lizenz und Produktion der Fußball-Weltmeisterschaft zu Buche. Außerdem erhöhten sich die Programmkosten im Vergleich zum Vorjahr durch Exklusivlizenzen für die Ausstrahlung hochwertiger Serien wie „Desperate Housewives“ oder „Lost“ sowie der neuen, zusätzlichen Themenkanäle DISCOVERY GESCHICHTE und FOCUS GESUNDHEIT. Auch die Produktion und der Erwerb von Lizenzrechten für die neuen HDTV-Sender von Premiere kamen nach dem Marktstart von PREMIERE HD erstmals voll zum Tragen. Darüber hinaus waren im Programmaufwand buchhalterische Verluste aus Währungssicherungsgeschäften und höhere Lizenzzahlungen aufgrund der gestiegenen Abonnentenzahl zu verzeichnen.

Die Kosten für Abonnentenbetreuung und Service Management stiegen auf 18,3 Mio EUR (14,3 Mio EUR). Die Marketing- und Vertriebskosten lagen nahezu unverändert bei 32,8 Mio EUR (32,5 Mio EUR).

Im Bereich Übertragung und Technik stiegen die Kosten auf 24,7 Mio EUR (20,9 Mio EUR). Im Bereich Receiver erhöhte sich der Aufwand insbesondere aufgrund der erforderlichen Hardware für den Marktstart von PREMIERE HD auf 19,0 Mio EUR (11,6 Mio EUR). Die allgemeinen Verwaltungskosten nahmen leicht auf 17,6 Mio EUR (15,4 Mio EUR) zu. Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen auf 5,4 Mio EUR (2,2 Mio EUR), die sonstigen betrieblichen Aufwendungen gingen auf 0,8 Mio EUR zurück (5,3 Mio EUR). Die operativen Abschreibungen lagen bei 9,8 Mio EUR (8,4 Mio EUR), die planmäßigen Abschreibungen auf den Abonnentenstamm wie im Vorjahr bei 12,1 Mio EUR.

Weichen für das 2. Halbjahr 2006 gestellt

- **IPTV: Start in ein neues TV-Zeitalter mit Bundesliga auf Premiere powered by T-Com**
- **Vermarktung des neuen Bundesligasenders arena im Kabel in 14 Bundesländern**
- **Exklusiv wie nie zuvor: Start der UEFA Champions League im September**
- **Neues Preis- und Angebotsmodell seit 1. August im Markt**

Premiere hat mehrere Verträge für die Vermarktung der Fußball-Bundesliga abgeschlossen. Pünktlich zum Start der neuen Saison hat Premiere gleich zweimal Bundesliga-Fußball im Angebot: Einmal unter der Marke Premiere und einmal unter der Marke arena.

Am 11. August 2006 startet die „Bundesliga auf Premiere powered by T-Com“ über das neue VDSL-Hochgeschwindigkeitsnetz der Deutschen Telekom. Premiere zeigt alle 612 Spiele der 1. und 2. Fußball-Bundesliga in der bekannten Qualität: live, einzeln und in der vielfach ausgezeichneten Premiere Live-Konferenzschaltung. Kofler: „Das Produkt bleibt weitgehend unverändert, nur der Verbreitungsweg IPTV ist neu. IPTV wird sich in den kommenden zwei Jahren als dritter Verbreitungsweg für Fernsehen neben Kabel und Satellit etablieren. Das VDSL-Netz wird bis zum Jahresende sechs Millionen Haushalte erreichen und ermöglicht attraktive Triple-Play-Angebote mit erstklassigem Fernsehen, Highspeed-Internet und Telefonie aus einer Hand. Die Bundesliga unter der Marke Premiere wird dabei ein starkes Zugpferd für die Vermarktung sein.“

Im herkömmlichen Kabelfernsehen bleibt Premiere bei der Bundesliga ebenfalls im Spiel. Premiere hat mit arena einen Distributions- und Vermarktungsvertrag für das Gebiet von Kabel Deutschland abgeschlossen. Auch in Baden-Württemberg bietet Premiere durch eine Vermarktungskoooperation mit Kabel BW Bundesliga-Fußball von arena an. Kofler: „Beide Verträge eröffnen Premiere gute Marktchancen. Ohne wesentliche finanzielle Vorleistungen kann Premiere die Bundesliga in 14 von 16 Bundesländern anbieten und vielen Abonnenten weiter die Fußball-Bundesliga zeigen. Auch für das Neugeschäft erschließen wir uns Potenzial. Technisch erreichen wir in den Gebieten von Kabel Deutschland und Kabel BW knapp 12 Millionen Haushalte mit Kabelanschluss.“

Einen besonderen Anreiz für den Abschluss eines Premiere Abos bietet die UEFA Champions League, die im September startet. Premiere hat sich alle Live-TV-Rechte gesichert und zeigt die europäische Königsklasse für die nächsten drei Spielzeiten mit erheblich mehr Exklusivität als bisher. Premiere überträgt alle 125 Partien live, die Top-Spiele und eine tagesaktuelle ausführliche Zusammenfassung gibt es nur noch bei Premiere. Im Free-TV wird Premiere unter der neuen Marke „ChampionsTV“ im Rahmen eines dreistündigen Programms ausgewählte Live-Spiele und Spielberichte im DSF zeigen. Kofler: „Nach der hervorragenden Fußball-WM rechnen wir mit großem Interesse für internationalen Spitzenfußball. Die Top-Spiele der Champions League werden zukünftig exklusiv bei Premiere zu sehen sein. Mit dem neuen Format „ChampionsTV“ haben wir im Free-TV eine ideale Plattform, um die Fußball-Abos von Premiere gegenüber einer breiten Zielgruppe zu bewerben.“ Neben der Champions League zeigt Premiere auch die Premiere Euroliga mit den besten Spielen aus Europas Top-Ligen und den UEFA Cup. Für den UEFA Cup sicherte sich Premiere die Übertragungsrechte im Pay-TV an allen Viertelfinal- und Halbfinalspielen sowie am Endspiel des UEFA Cups bis einschließlich 2009. Insgesamt überträgt Premiere pro Spielzeit 13 Partien, davon mindestens acht exklusiv. Im Viertelfinale wird Premiere von den acht Hin- und Rückspielen sechs Begegnungen exklusiv zeigen, im Halbfinale jeweils ein Match pro Spieltag. In dem Paket enthalten sind auch drei UEFA Super Cup-Spiele.

Das komplette internationale Fußball-Angebot ist im Abonnement PREMIERE FUSSBALL gebündelt. Dieses Abonnement ist eines von fünf neuen Premium-Paketen, die Premiere seit der Einführung des neuen Angebots- und Preismodells zum 1. August 2006 anbietet (PREMIERE BLOCKBUSTER, PREMIERE ENTERTAINMENT, PREMIERE THEMA, PREMIERE SPORT, PREMIERE FUSSBALL). Die fünf neuen Pakete sind ab jeweils 9,99 Euro pro Monat direkt abonnierbar, ohne verpflichtende Basispakete oder andere Zugangsvoraussetzungen. Kofler: „Die neue Preis- und Angebotspolitik ist ein grundlegender Bestandteil der künftigen Ausrichtung von Premiere im Wettbewerb um bestehende und neue Kunden. Die neuen Preispunkte und die flexiblen Kombinationsmöglichkeiten eröffnen uns neue Möglichkeiten, Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zu verbessern. Auch im Neugeschäft sehen wir Potenzial, insbesondere im Preissegment zwischen 10 und 20 Euro, das Premiere bisher nicht bedient hat.“

Ausblick: Premiere gut positioniert für das 2. Halbjahr

- **Chancen-Risiko-Profil deutlich verbessert**
- **Kostenbasis erheblich reduziert**
- **Aktualisierte Prognose mit Vorlage der Neun-Monats-Zahlen**

Nach den Weichenstellungen der letzten Monate sieht sich Premiere für das 2. Halbjahr 2006 gut positioniert. Kofler: „Im Vergleich zum Anfang des Jahres hat sich das Chancen-Risiko-Profil von Premiere deutlich verbessert. Premiere ist bei der Bundesliga weiter am Ball, hat die Programmexklusivität in wichtigen Bereichen gestärkt und ist mit dem neuen Angebotsmodell für bestehende Abonnenten ebenso wie für Neukunden attraktiver geworden.“

Außerdem hat Premiere durch die neue Konstellation bei den Bundesliga-Rechten seine Kostenbasis erheblich reduziert: Dies wird bereits ab dem 3. Quartal sichtbar werden. Innovationen wie HDTV, der Premiere-Digital-Rekorder und die neue Generation interaktiver Digital-Receiver werden mittelfristig dazu beitragen, neue Erlösquellen zu erschließen und Premiere als Marke für erstklassiges Fernsehen weiter zu profilieren.“

Es sei noch zu früh, so Kofler, aus dem aktuellen Geschäftsverlauf konkrete Schlussfolgerungen für die Zukunft zu ziehen. „Wir müssen noch die Entwicklungen der kommenden Monate abwarten. Wir werden, wie bereits angekündigt, im Herbst unsere Jahresprognose überprüfen. Bis dahin können wir die Akzeptanz der neuen Preis- und Angebotsstruktur von Premiere, die Auswirkungen der verbesserten Exklusivität bei der Champions League, die Reichweitenentwicklung von IPTV und das Verhalten der Abonnenten bei den Bundesliga-Angeboten verlässlicher einschätzen. Wir haben unverändert die Absicht, eine neue Prognose mit der Vorlage der Neun-Monats-Zahlen am 7. November 2006 bekannt zu geben.“

HINWEIS FÜR REDAKTIONEN:

Zu den Zahlen des zweiten Quartals 2006 findet um 12.00 Uhr eine Telefonkonferenz mit Dr. Georg Kofler (CEO) und Michael Börnicke (CFO) statt. Die Einwahldaten erhalten Sie telefonisch unter 089/99 58-63 51.

Alternativ zur Telefonkonferenz können Sie die Präsentation im Internet ab 12.00 Uhr auf dieser Seite verfolgen: <http://info.premiere.de/veroeffentlichungen>.

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

Für Rückfragen:

Dirk Heerdegen
Leiter Marketing & 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 2. Quartal 2006

| Abonnenten | Q2 2006 | Q2 2005 | Veränderung | |
|--|-------------------|-------------------|--------------------|-----------------|
| | | | (absolut) | (in %) |
| Abonnenten zum 01.04. | 3.521.756 | 3.298.680 | 223.076 | 6,8 |
| Nettozuwachs | -79.256 | 14.460 | -93.716 | <-100 |
| Abonnenten zum 30.06. | 3.442.500 | 3.313.140 | 129.360 | 3,9 |
| Durchschnittsbestand | 3.482.128 | 3.305.910 | 176.218 | 5,3 |
| Kündigungsquote (rollierend; in Prozent) ¹⁾ | 18,1% | 11,5% | 6,5 | 56,9 |
| Konzerngewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR) | Q2 2006 | Q2 2005 | Veränderung | |
| | | | (absolut) | (in %) |
| Umsatz (in Mio EUR) | 269,3 | 258,7 | 10,5 | 4,1 |
| Kern-Umsatz | 254,9 | 243,7 | 11,2 | 4,6 |
| - Programm-Abonnements | 234,9 | 224,9 | 10,0 | 4,4 |
| - Pay-per-View | 3,6 | 7,6 | -4,1 | -53,2 |
| - Werbung | 16,4 | 11,2 | 5,2 | 47,0 |
| Hardware ²⁾ | 11,1 | 12,6 | -1,5 | -12,2 |
| Sonstige Erlöse | 3,3 | 2,4 | 0,9 | 37,8 |
| Operative Kosten ³⁾ | 291,1 | 232,2 | 58,9 | 25,4 |
| EBITDA⁴⁾ | -21,8 | 26,5 | -48,4 | <-100 |
| Abschreibungen | 9,8 | 8,4 | 1,4 | 16,9 |
| EBITA⁵⁾ | -31,6 | 18,2 | -49,8 | <-100 |
| Abschreibungen auf Abonnentenstamm | 12,1 | 12,1 | 0,0 | 0,0 |
| EBIT⁶⁾ | -43,7 | 6,1 | -49,8 | <-100 |
| Steuern | -92,2 | 8,7 | -101,0 | <-100 |
| Finanzergebnis | -2,9 | -8,2 | 5,3 | 64,8 |
| Ergebnis | -138,8 | 6,7 | -145,5 | <-100 |
| Ergebnis pro Aktie (in EUR) | -1,69 | 0,08 | -1,77 | <-100 |
| Konzernbilanz (in Mio EUR) | 30.06.2006 | 31.12.2005 | Veränderung | |
| | | | (absolut) | (in %) |
| Bilanzsumme | 1.258,9 | 1.369,6 | -110,7 | -8,1 |
| Eigenkapital | 641,0 | 798,1 | -157,1 | -19,7 |
| Eigenkapitalquote (in Prozent) ⁷⁾ | 50,9 | 58,3 | -7,4 | -12,6 |
| Netto-Finanzverbindlichkeiten ⁸⁾ | 188,1 | 105,8 | 82,4 | 77,9 |
| Mitarbeiter | 30.06.2006 | 30.06.2005 | Veränderung | |
| | | | (absolut) | (in %) |
| Ganztageskräfte | 1.180 | 1.619 | -439 | -27,1 |

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) Kündigungsquote, rollierend: Die rollierende Kündigungsquote zeigt das Verhältnis vom durchschnittlichen Abonnentenbestand $((\text{Anfangsbestand} + \text{Endbestand})/2)$ zur Anzahl der Kündigungen der letzten 12 Monate.
- 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 Abonnentenstamm
- 6) Ergebnis vor Steuern und Finanzergebnis
- 7) Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme
- 8) Finanzverbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel