

Halbjahresbericht 2006

Kennzahlenüberblick

	HJ1 2006	HJ1 2005	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
Abonnenten				
Abonnenten zum 01.01.	3.566.454	3.247.172	319.282	9,8
Nettozuwachs	-123.954	65.968	-189.922	<-100
Abonnenten zum 30.06.	3.442.500	3.313.140	129.360	3,9
Durchschnittsbestand	3.504.477	3.280.156	224.321	6,8
Kündigungsquote (rollierend; in %) ¹⁾	18,1	11,5	6,5	56,9
ARPU (in EUR) ²⁾	292	292	0	0,0
	HJ1 2006	HJ1 2005	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
Konzerngewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)				
Umsatz	542,5	506,1	36,4	7,2
Kernumsatz	511,8	478,8	32,9	6,9
Programmabonnements	471,6	446,3	25,3	5,7
Pay-per-View	8,4	15,9	-7,5	-47,4
Werbung	31,8	16,6	15,1	91,0
Hardware ³⁾	25,0	22,9	2,1	9,1
Sonstige Erlöse	5,8	4,4	1,4	31,3
Operative Kosten ⁴⁾	554,9	456,8	98,0	21,5
EBITDA⁵⁾	-12,3	49,3	-61,6	<-100
Abschreibungen	19,4	15,3	4,0	26,4
EBITA⁶⁾	-31,7	34,0	-65,7	<-100
Abschreibungen auf Abonnentenstamm	24,1	24,1	0,0	0,0
EBIT⁷⁾	-55,8	9,8	-65,7	<-100
Steuern	-96,4	14,0	-110,4	<-100
Finanzergebnis	-4,8	-20,5	15,7	76,7
Ergebnis	-157,1	3,3	-160,4	<-100
Ergebnis pro Aktie (in EUR)	-1,92	0,04	-1,96	<-100
	30.06.2006	31.12.2005	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
Konzernbilanz (in Mio EUR)				
Bilanzsumme	1.258,9	1.369,6	-110,7	-8,1
Eigenkapital	641,0	798,1	-157,1	-19,7
Eigenkapitalquote (in %) ⁸⁾	50,9	58,3	-7,4	-12,6
Netto-Finanzverbindlichkeiten ⁹⁾	188,1	105,8	82,4	77,9
	30.06.2006	30.06.2005	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
Mitarbeiter				
Ganztageskräfte	1.180	1.619	-439	-27,1

Kennzahlenüberblick

	Q2 2006	Q2 2005	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
Abonnenten				
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 %) ¹⁾	18,1	11,5	6,5	56,9
ARPU (in EUR) ²⁾	293	295	-2	-0,7
	Q2 2006	Q2 2005	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
Konzerngewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)				
Umsatz	269,3	258,7	10,5	4,1
Kernumsatz	254,9	243,7	11,2	4,6
Programmabonnements	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 ³⁾	11,1	12,6	-1,5	-12,2
Sonstige Erlöse	3,3	2,4	0,9	37,8
Operative Kosten ⁴⁾	291,1	232,2	58,9	25,4
EBITDA⁵⁾	-21,8	26,5	-48,4	<-100
Abschreibungen	9,8	8,4	1,4	16,9
EBITA⁶⁾	-31,6	18,2	-49,8	<-100
Abschreibungen auf Abonnentenstamm	12,1	12,1	0,0	0,0
EBIT⁷⁾	-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

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) Die rollierende Kündigungsquote zeigt das Verhältnis von durchschnittlichem Abonnentenbestand ((Anfangsbestand + Endbestand)/2) zur Anzahl der Kündigungen der letzten 12 Monate
 2) Annualisierter durchschnittlicher Kernumsatz pro Abonnent (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 Abschreibungen auf Abonnentenstamm
 7) Ergebnis vor Steuern und Finanzergebnis
 8) Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme
 9) Finanzverbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel

Inhalt

Lagebericht

- 5 Wirtschaftliches und politisches Umfeld
- 7 Umsatz- und Ertragslage
- 10 Geschäftsverlauf
- 15 Vermögens- und Finanzlage
- 17 Aktie
- 18 Ausblick

Halbjahresabschluss

- 19 Konzernbilanz
- 21 Konzerngewinn- und Verlustrechnung
- 23 Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 24 Konzernkapitalflussrechnung

Konzernanhang

- 25 Grundlagen und Methoden
- 27 Wesentliche Einflüsse auf den Konzernzwischenabschluss
- 29 Sonstige Erläuterungen

Weitere Informationen

- 31 Finanzkalender
- 31 Kontakt

Lagebericht

■ Wirtschaftliches und politisches Umfeld

- Deutsche Wirtschaft wieder mit beschleunigtem Wachstum
- Werbefinanzierter Fernsehmarkt legt leicht zu
- Politik reagiert auf neue Wettbewerbssituation im Rundfunkmarkt

Das Wachstumstempo der deutschen Wirtschaft hat im zweiten Quartal wieder angezogen. Nach Einschätzung der Deutschen Bundesbank wird der Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts sogar merklich über dem Wachstum der ersten drei Monate des Jahres (0,4%) liegen. Darüber hinaus signalisieren die Daten des Ifo-Geschäftsklimaindex einen guten Einstieg in das dritte Quartal. Die ursprüngliche Konjunkturerwartung für das Jahr 2006 von 1,7 bis 1,8% hat sich nach einer leichten Abwärtskorrektur im ersten Quartal damit wieder gefestigt (Quelle: Deutscher Bankenverband).

Mitgetragen wird das Wachstum erstmals seit langem wieder von einer gestärkten Binnenkonjunktur. Insbesondere die privaten Konsumausgaben steigen im Vorfeld der Mehrwertsteuererhöhung spürbar. Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ermittelte in ihrer Konsumklimastudie für Juni erneut eine steigende Konsumneigung in der deutschen Bevölkerung, wenngleich die Verbraucher in der Bewertung ihrer persönlichen Einkommensperspektiven skeptisch blieben. Der Konsumklimaindikator kletterte bereits zum zweiten Mal in Folge auf ein Rekordhoch. Schon im Mai war die Anschaffungsneigung auf einen historischen Höchstwert gestiegen. Das Ifo-Institut hält mittlerweile ein Anwachsen der privaten Konsumausgaben um 0,9% im Gesamtjahr 2006 für realistisch. Eine steigende Konsumneigung der privaten Haushalte könnte sich nach Einschätzung von Premiere auch positiv auf die Zahlungsbereitschaft für Medienprodukte auswirken.

Bruttowerbeumsätze steigen wieder etwas stärker

Die Bruttowerbeaufwendungen in den klassischen Medien sind im ersten Halbjahr 2006 im Vergleich zum Vorjahr um 513 Mio EUR auf 9,7 Mrd EUR gestiegen (Quelle: Nielsen Media Research). Das entspricht einer Wachstumsrate von 5,6%. Das zweite Quartal war dabei deutlich wachstumsstärker als die ersten drei Monate dieses Jahres. Neben der Telekommunikationsbranche trugen insbesondere die Werbeaufwendungen der Printmedien zu der positiven Statistik bei. Gleichzeitig sind es auch die Printmedien, die auf der Seite der Brutto-

werbeeinnahmen überdurchschnittliche Zuwächse verzeichnen konnten. Der werbefinanzierte Fernsehmarkt hingegen erzielte nur ein Plus von 3,9%, verteidigte aber mit einem Gesamtvolumen von 3,9 Mrd EUR seine führende Position unter den klassischen Medien. Unberücksichtigt bleibt in der Bruttostatistik die gängige Rabattpolitik der Fernsehunternehmen, die regelmäßig zu erheblichen Abweichungen zwischen Brutto- und Nettoumsatz führt.

Aktivitäten der Infrastrukturanbieter werden verstärkt Gegenstand medienpolitischer Diskussionen

Neben Auseinandersetzungen mit den öffentlich-rechtlichen Anstalten prägten Themen rund um neue Marktteilnehmer und neue Verbreitungswege das medienpolitische Geschehen. Zur Verfassungsbeschwerde des öffentlich-rechtlichen Rundfunks hinsichtlich des im 8. Rundfunkstaatsvertrags verankerten Verfahrens zur Gebührenfestsetzung kann Premiere über den Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT) Stellung beziehen.

Im Beihilfeverfahren der Europäischen Kommission zur Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland wurde unmittelbar nach Ende des zweiten Quartals ein weiterer Meilenstein erreicht. Die Ministerpräsidenten Kurt Beck und Edmund Stoiber verständigten sich mit EU-Wettbewerbskommissarin Neelie Kroes darauf, den öffentlich-rechtlichen Auftrag künftig klarer und angemessener zu definieren. Insbesondere sollen dieser Auftrag und die kommerziellen Aktivitäten der Anstalten deutlich voneinander getrennt werden. Bei der Ausübung kommerzieller Tätigkeiten gilt darüber hinaus auch für ARD und ZDF das Gebot marktkonformen Verhaltens.

Neue Gegebenheiten im Rundfunkmarkt stehen auf der Agenda der Landesmedienanstalten. Im Rahmen der Arbeitsgemeinschaft Plattform befassen sich die Aufsichtsbehörden mit regulatorischen Fragestellungen, die sich aus den Aktivitäten von Infrastrukturbetreibern wie Kabelnetzbetreibern als Inhabern ergeben. Nach Auffassung der Landesmedienanstalten müssen hinsichtlich des Zugangs zu und der Verbreitung in den Netzen rechtliche Vorkehrungen geschaffen werden, die faire Wettbewerbsbedingungen für netzunabhängige Contentanbieter und Vermarktungsplattformen sicherstellen. Eine Arbeitsgemeinschaft des Forums Digitale

Medien unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit befasst sich ebenfalls mit dieser Fragestellung. Als Folge haben auch die Rundfunkreferenten für die Novellierung des Rundfunkstaatsvertrags dieses Thema auf ihre Agenda gesetzt.

Auf einen neuen Verbreitungsweg setzt das so genannte Mobile TV. Im Juni wurden auf der Regional Radiocommunication Conference 2006 in Genf die für Deutschland angemeldeten DVB-H-Frequenzen voll bestätigt. Damit können die Planungen zur Rekonfiguration bestehender DVB-T-Netze und die Vergabe neuer Frequenzen auf nationaler Ebene beginnen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit will dazu jetzt eine „Task Force“ gründen, an der auch der VPRT teilnehmen wird. Parallel wurden bereits Anfang des Jahres in einigen Bundesländern Verfahren zur Verteilung von DVB-H-Frequenzen ausgeschrieben. Premiere als ein Unternehmen, das bereits in der Vergangenheit entscheidende Impulse für die Entwicklung neuer TV-Technologien gegeben hat, will sich auch in diesem Geschäftsfeld engagieren und hat sich beworben. Dabei kann das Unternehmen bereits auf erste Erfolge im Mobile TV durch Kooperationen mit Mobilfunkanbietern zur Fußball-WM zurückblicken.

Umsatz- und Ertragslage

- Gesamtumsatz steigt um 7,2% auf 542,5 Mio EUR
- Kerngeschäft: Umsätze erhöhen sich um 6,9% auf 511,8 Mio EUR
- Operative Kosten über Vorjahresniveau
- EBITDA liegt bei -12,3 Mio EUR
- Zinsbelastung deutlich gesenkt

Premiere hat im ersten Halbjahr 2006 den Umsatz weiter gesteigert. Der Gesamtumsatz stieg um 7,2% auf 542,5 Mio EUR (1. Halbjahr 2005: 506,1 Mio EUR), der Umsatz im Kerngeschäft mit Programmabonnements, Pay-per-View und Werbung um 6,9% auf 511,8 Mio EUR (478,8 Mio EUR).

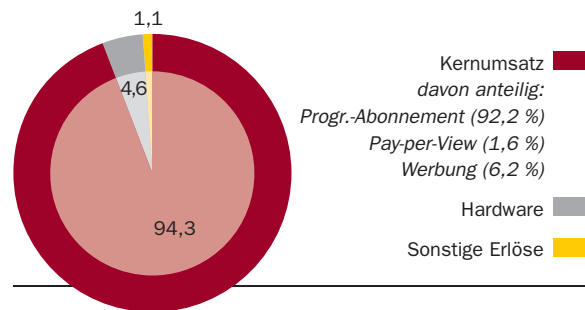
Die Erlöse aus Programmabonnements nahmen um 5,7% auf 471,6 Mio EUR (446,3 Mio EUR) zu. Der Umsatzzanstieg resultierte aus dem höheren durchschnittlichen Abonnentenbestand. Zum 30. Juni 2006 zählte Premiere 3,443 Millionen Abonnenten, 3,9% mehr als im Jahr zuvor (Stichtag: 30.06.).

Im Bereich Werbung konnte Premiere die Erlöse mit 31,8 Mio EUR im Vorjahresvergleich nahezu verdoppeln (16,6 Mio EUR). Für das starke Wachstum sorgten in erster Linie steigende Erlöse aus TV-Werbung und Direktmarketing sowie laufende Vermarktungsprovisionen für BLUE MOVIE. Seit der Übernahme des Erotik-Telemediendienstes im September 2005 durch die erotic media ag partizipiert Premiere über ein differenziertes Vermarktungs- und Provisionsmodell am Vollerotikgeschäft. Dagegen gingen die Umsätze im Bereich Pay-per-View vor allem durch den Wegfall der direkten BLUE MOVIE Erlöse auf 8,4 Mio EUR (15,9 Mio EUR) zurück.

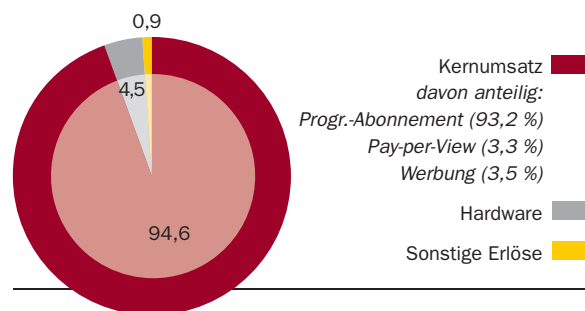
Der durchschnittliche Jahresumsatz pro Abonnent (ARPU, Average Revenue Per User; annualisiert) im Kerngeschäft entsprach zum Ende des ersten Halbjahres 2006 mit 292 EUR dem Vorjahreswert (Stichtag: 30.06.).

Die Hardwareumsätze erhöhten sich um 2,1 Mio EUR auf 25,0 Mio EUR (22,9 Mio EUR). Der Anstieg der Hardwareumsätze ist im Wesentlichen auf den Verkauf von HDTV-Receiver zurückzuführen. Nach der erfolgreichen Feldtestphase begann Ende Januar 2006 der breite Marktstart von PREMIERE HD. Die sonstigen Umsatzerlöse stiegen um 1,4 Mio EUR auf 5,8 Mio EUR (4,4 Mio EUR).

Umsatzanteile HJ1 2006 (in %)



Umsatzanteile HJ1 2005 (in %)



Kostenentwicklung

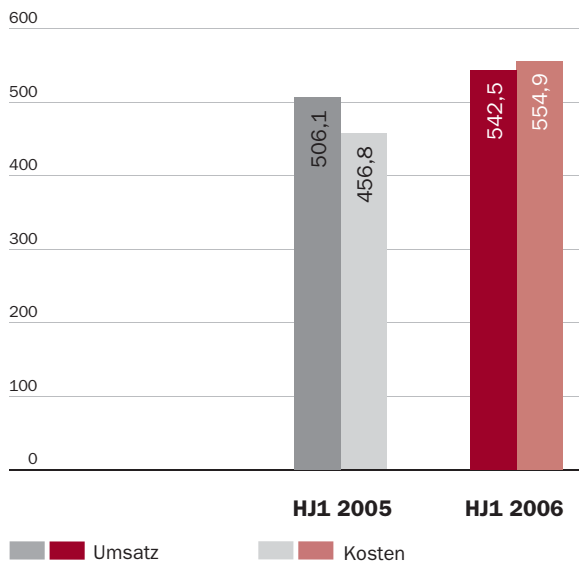
Die Kosten einschließlich Abschreibungen lagen zum Ende des ersten Halbjahres 2006 bei 574,2 Mio EUR (472,2 Mio EUR). Ausschlaggebend für den Anstieg waren vor allem Investitionen im Programmbereich, Kundenservice und Marketing.

Die Programmkosten erhöhten sich um 83,2 Mio EUR auf 354,3 Mio EUR (271,1 Mio EUR). Im Sportbereich schlug vor allem der Sonderaufwand 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 beliefen sich auf 41,5 Mio EUR (26,9 Mio EUR). Wesentliche Gründe für den Anstieg waren das neue Kundenmagazin „Premiere“, der Betrieb und Ausbau des „Premiere Shops“ sowie das Kundenbindungsprogramm „Premiere Stars“. Der erhöhte Informationsbedarf auf Seiten der Premiere Abonnenten nach der Vergabe der Bundesliga-Rechte Ende Dezember führte ebenfalls zu einem Anstieg der Kosten im Kundenservice.

Die Aufwendungen für Receiver erhöhten sich insbesondere aufgrund der vorgenommenen Abwertungen im Vorratsvermögen auf 37,7 Mio EUR (32,3 Mio EUR). Die Übertragungskosten veränderten sich leicht um 2,1 Mio EUR auf 48,1 Mio EUR (46,0 Mio EUR). Die Umsatzkosten stiegen insgesamt um 105,3 Mio EUR auf 481,7 Mio EUR (376,3 Mio EUR).

Umsatz/Kosten* (in Mio EUR)



*Basis: IFRS; operative Kosten exkl. Abschreibungen

Durch höhere Werbeaufwendungen nahmen die Marketing- und Vertriebskosten um 8,6 Mio EUR auf 66,8 Mio EUR (58,2 Mio EUR) zu.

Die allgemeinen Verwaltungskosten lagen mit 33,3 Mio EUR leicht unter dem Vorjahreswert (35,9 Mio EUR).

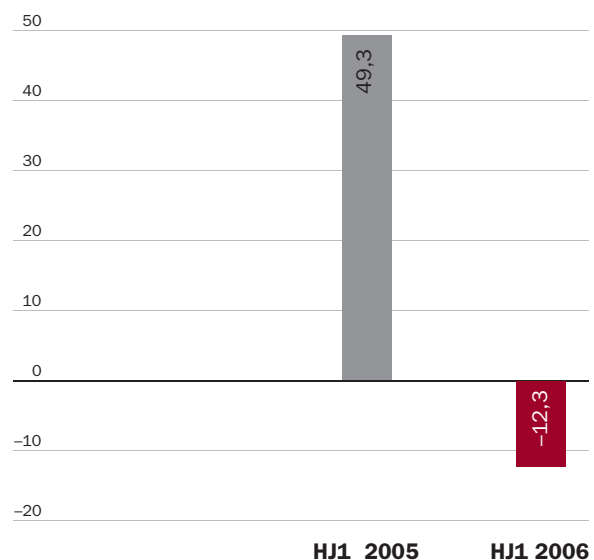
Die sonstigen betrieblichen Erträge nahmen um 5,0 Mio EUR auf 9,2 Mio EUR (4,2 Mio EUR) zu. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen gingen auf 1,7 Mio EUR (6,1 Mio EUR) zurück. Das Vorjahr war mit periodenfremden Kosten belastet.

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

Operatives Ergebnis

Die gesamten operativen Kosten (ohne Abschreibungen und saldiert mit dem sonstigen betrieblichen Ergebnis) lagen bei 554,9 Mio EUR (456,8 Mio EUR). Zum Ende des zweiten Quartals 2006 ergab sich ein EBITDA (Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen) von -12,3 Mio EUR (49,3 Mio EUR).

EBITDA (in Mio EUR)



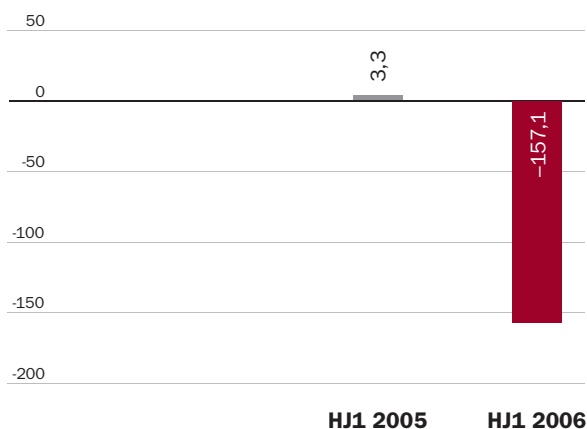
Finanzergebnis

Das Finanzergebnis verbesserte sich um 76,7%, von -20,5 Mio EUR auf -4,8 Mio EUR. Zeitgleich mit dem Börsengang im März 2005 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.

Ergebnis pro Aktie

Die Gewinn- und Verlustrechnung weist zum Ende des zweiten Quartals 2006 ein Ergebnis vor Steuern in Höhe von -60,6 Mio EUR auf (-10,7 Mio EUR). Latente Steueraufwendungen in Höhe von 96,4 Mio EUR (siehe auch Abschnitt Vermögens- und Finanzlage) führten zu einem Konzernverlust von 157,1 Mio EUR (Konzerngewinn 3,3 Mio EUR). Pro Aktie ergibt die Gewinn- und Verlustrechnung ein Ergebnis in Höhe von -1,92 EUR (0,04 EUR).

Nettoergebnis (in Mio EUR)

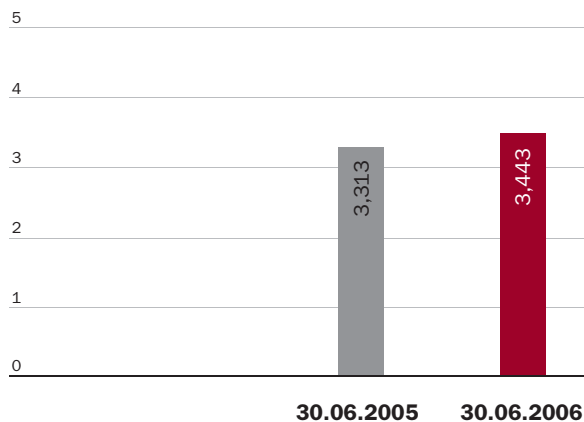


■ Geschäftsverlauf

- 3,443 Millionen Abonnenten zum 30. Juni 2006
- Programmangebot: neue attraktive Sportrechte
- Marketing und Vertrieb: FIFA WM 2006 im Mittelpunkt
- Innovationen: HDTV und Mobile TV
- Organisation und Mitarbeiter: Michael Börnicke stellvertretender Vorstandsvorsitzender

Zum Stichtag 30. Juni zählte Premiere 3.442.500 Abonnenten. Im Jahresvergleich (Stichtag 30.06.) erhöhte der Sender seinen Abonnentenbestand um 129.360, das entspricht einer Steigerung von 3,9% (1. Halbjahr 2005: 3.313.140).

Abonnentenzahl (in Mio)



Programmangebot weiter gestärkt

Premiere hat seine Position als Spielfilmsender Nummer 1 im ersten Halbjahr mittelfristig gesichert: Drei der wichtigsten Hollywoodstudios, Sony, Warner und Universal, haben ihre Output-Deals mit Premiere vorzeitig verlängert. Damit hat Premiere das exklusive Erstausstrahlungsrecht für alle Blockbuster und die wichtigsten TV-Produktionen. Durch die drei Vertragsverlängerungen verfügt Premiere weiterhin über mittelfristige Verträge mit allen Major Studios sowie wichtigen Independent Studios.

Die ersten beiden Quartale 2006 standen bei Premiere ganz im Zeichen des Fußballs. Der Abo-TV-Sender führte im April mit der Premiere Euroliga ein neues Fußball-Produkt ein und kann bei seinen Abonnenten mit Live-Ausstrahlungsrechten an sieben Top-Ligen Europas punkten. Im Februar hatte sich Premiere entsprechende

Rechte für die europäischen Top-Spielklassen Ligue 1 (Frankreich), Eredivisie (Niederlande) und Portugesa Liga 1 (Portugal) gesichert.

Alles über Ballack, Ronaldinho und Rooney erfahren Fans in den „Club Channels“ von Chelsea, Barcelona und Manchester United. Premiere erwarb von der Rechte-Agentur TWI die exklusiven Ausstrahlungsrechte bis 2009.

Neue attraktive Sportrechte

Im Sportbereich konnte Premiere weitere erstklassige Rechte über den Fußball hinaus erwerben. So bietet der Münchner Abo-Sender seinen Zuschauern seit diesem Jahr eine umfassende Live-Berichterstattung vom Grand-Slam-Tennisturnier in Wimbledon, ab 2008 überträgt Premiere das hochkarätige Event exklusiv. Darüber hinaus sicherte sich der Abo-TV-Sender die Rechte an der IAAF Golden League Series der Leichtathleten bis 2009. Premiere zeigt alle Golden-League-Meetings mit den besten Leichtathleten der Welt live und, bis auf das ISTAF in Berlin, auch exklusiv im deutschen Fernsehen.

Golf-Fans kommen bei Premiere mit den British Open, den US PGA Championships und den US-Open (alles bis 2009 exklusiv) sowie der PGA European Tour (bis 2010 exklusiv) voll auf ihre Kosten. Auch das umfassende Motorsport-Angebot konnte Premiere weiter ausbauen. Seit diesem Jahr zeigt Premiere das 24-Stunden-Rennen von Le Mans in voller Länge live, ab 2007 bis 2009 laufen die Übertragungen exklusiv bei Premiere. Zudem hat sich der Abo-Sender die Übertragungsrechte an der Formel 1 mit einem neuen Vertrag bis Ende 2007 gesichert. Die Rechte an der Formel 1 zählen zu den wichtigsten Premium-Rechten im Pay-TV.



Premiere hat sich die Übertragungsrechte an der Formel 1 gesichert

Im Februar kündigte Premiere den Einstieg ins Free-TV an. Unter der neuen Marke „Champions TV“ wird Premiere im Rahmen eines dreistündigen Programms Live-Spiele der UEFA Champions League im Deutschen Sportfernsehen (DSF) zeigen. Zu diesem Zweck haben sich beide Unternehmen auf eine strategische Kooperation verständigt, die auf drei Jahre ausgerichtet ist. Ab der Spielzeit 2006/2007 zeigt Champions TV an jedem Spieltag eine europäische Top-Begegnung der UEFA Champions League live und unverschlüsselt. Champions TV soll Abo-TV und Free-TV intelligent verzahnen. Ein Großteil der Lizenzkosten soll durch Werbeeinnahmen refinanziert werden.

Eine weit reichende Kooperation mit der Deutschen Telekom gab Premiere im Mai bekannt. Premiere überträgt die Fußball-Bundesliga in den Spielzeiten 2006/2007, 2007/2008 sowie 2008/2009 live im neuen Übertragungsstandard IPTV (Internet Protocol TV) über Breitbandnetze der Deutschen Telekom. Premiere und T-Com zeigen alle 612 Spiele der 1. und 2. Fußball-Bundesliga in der bekannten Premiere Qualität: live, einzeln sowie in der Konferenzschaltung. Die „Bundesliga auf Premiere powered by T-Com“ kostet 9,95 EUR pro Monat. Die redaktionelle Gestaltung und die medienrechtliche Verantwortung liegen dabei bei Premiere. Ab August sind auch alle anderen Premiere Pakete im IPTV-Standard über das VDSL-Netz der Telekom erhältlich. Abonnements und Preise sind identisch zum Angebot über Kabel und Satellit. Premiere wird seinen Kunden zusammen mit der Telekom ein innovatives und attraktives Produkt mit Fernsehen, Internet und Telefonie („Triple Play“) aus einer Hand anbieten – alles komplett über nur einen Anschluss. Hier kann Premiere seine Stärken als eigenständiges Programm- und Marketinghaus voll ausspielen und von Anfang an direkt vom Wachstumsmarkt IPTV profitieren.

WM total bei Premiere

Zur FIFA WM 2006 (9. Juni bis 9. Juli 2006) zeigte sich Premiere in Höchstform. Als einziger deutscher Sender bot Premiere zum Weltereignis im eigenen Land eine echte WM-Rundumversorgung – mit allen 64 Spielen live und in hochauflösender Bildqualität. Seinen Zuschauern lieferte Premiere Live-Übertragungen sowie aktuelle Kommentare, Analysen und Hintergrundberichte. Mit seinen Moderatoren berichtete Premiere zudem täglich live aus der „adidas world of football“, dem „13. WM-Stadion“ der Republik.



Premiere WM-Studio in der „adidas world of football“ vor dem Berliner Reichstag (v.l.): Gast Michael Henke, Experte Ottmar Hitzfeld und Moderator Roman Kilchsperger

Rund 800 Public-Viewing-Events erhielten für die Live-Übertragung der Fußball-Weltmeisterschaft das Signal und die Unterstützung von Premiere. Allein in 150 Kinos wurde das Weltturnier übertragen, die Hälfte empfing das Programm in HD-Qualität. Im gesamten Bereich Public Viewing, inklusive Sportsbars, konnte Premiere Kontakte im oberen zweistelligen Millionenbereich zählen.



Public-Viewing-Events mit Premiere lockten zur Fußball-Weltmeisterschaft die Zuschauermassen an

Marketing und Vertrieb

Die professionelle Premiere Berichterstattung zur FIFA WM 2006 mit gewohnt souveränen Kommentatoren und Moderatoren lockte auch die Werbekunden an. Die Spiele mit deutscher Beteiligung waren bereits Wochen vorher ausverkauft, bei den Top-Partien wurden 80% der Werbefläche verkauft, vor allem an namhafte Markenartikel wie Adidas, Coca-Cola oder Philips. Dabei kamen von klassischer Werbung über Sponsoring bis hin zu Sonderwerbformen verschiedene Formate zum Einsatz.

Um speziell die Händler auf das Weltereignis WM sowie auf das Thema HDTV bei Premiere vorzubereiten, lief von März bis Mai die große Roadshow des Premiere Handelsvertriebs. Zusammen mit Partnern aus der Unterhaltungselektronik hat das Münchner Unternehmen Geschäftspartner aus dem Elektronikfachhandel in sieben WM-Städten fit gemacht für die Umsatzmotoren des Jahres.

Einen besonderen Schwerpunkt auf die WM und das Thema HDTV legte auch die neue Produktkampagne (April/Mai), die Premiere im Anschluss an die übergeordnete Imagekampagne (März) lancierte. Die Kampagne rückte mit TV-Spots und Print-Anzeigen das vielfältige Programm und die Innovationskraft des Abo-Senders in den Mittelpunkt.

Erstklassiges Fernsehen – erstklassige Angebote

Im Juni stellte Premiere eine neue Preis- und Angebotsstruktur vor, die seit dem 1. August gilt. Das neue Modell zeichnet sich durch attraktive Einstiegspreise und klare Preisvorteile bei größeren Paket-Kombinationen aus. Fünf neue Pakete gibt es bereits ab jeweils 9,99 EUR* pro Monat: PREMIERE BLOCKBUSTER, PREMIERE ENTERTAINMENT, PREMIERE THEMA, PREMIERE SPORT und PREMIERE FUSSBALL – direkt abonnierbar, ohne verpflichtende Basispakete oder andere Zugangsvoraussetzungen. Alle fünf Pakete zusammen kosten als 5er-Kombi nur 34,99 EUR* pro Monat – ein Preisvorteil von 30% im Vergleich zur Einzelbuchung. Mit den neuen Preisen und Angeboten will Premiere auch neue Kundensegmente ansprechen und Akzente für den künftigen Wettbewerb setzen. Im Neukundengeschäft erwartet Premiere insbesondere neue Potenziale im Preissegment zwischen 10 und 20 EUR, für das es bislang keine adäquaten Angebote gab. Auch für Bestandsabonnenten bietet das neue Angebotsmodell attraktive Alternativen und erleichtert Premiere die Bindung preissensibler Kundengruppen.

Innovationen

Nach einer erfolgreichen Feldtestphase begann Ende Januar 2006 der breite Vermarktungsstart von PREMIERE HD in Deutschland und Österreich. In den ersten sechs Monaten des Jahres 2006 haben bereits mehr als 30.000 Abonnenten das neue hochauflösende Fernsehen abonniert. Mit dem Programmangebot PREMIERE HD können Zuschauer attraktive Inhalte, wie etwa Discovery-Dokumentationen, in deutlich verbesserter Bildqualität via Satellit oder TV-Kabel empfangen. Auch alle 64 Spiele der FIFA WM 2006 wurden in HD übertragen.



Im HDTV-Standard (r.) wirken Fernsehbilder realistischer als jemals zuvor

Bereits im Jahr 2005 traf Premiere die grundsätzliche Entscheidung für den Aufbau einer interaktiven Plattform ab dem zweiten Halbjahr 2006. Das Unternehmen reagiert damit auf die sich verändernden Wettbewerbsbedingungen im deutschen Fernsehmarkt sowie auf neue Kundenbedürfnisse. Bis Ende 2007 investiert Premiere mehr als 100 Mio EUR in den Aufbau der neuen Receiver-Infrastruktur. Ein flexibles Technik- und Abnahmekonzept garantiert eine optimale Ausrichtung auf die Anforderungen des Marktes. Premiere kann im Laufe der nächsten beiden Jahre die Ausstattung der Geräte Schritt für Schritt an Nachfrage und technischen Fortschritt anpassen. Damit wird das wirtschaftliche Risiko minimiert und die technologische Zukunftssicherheit gewährleistet.

Während der FIFA WM 2006 sammelte Premiere wichtige Erfahrungen im Bereich Mobiles Fernsehen. Über die Portale der beiden größten Mobilfunknetzbetreiber T-Mobile und Vodafone konnten Fans Berichte über das Weltturnier unterwegs auf ihrem Handy empfangen. Premiere bereitete für die Anbieter Hintergrundinformationen und Spielberichte sowie das Signal für die

*Preis für ein 24-Monats-Abo; Aufschlag bei 12-monatiger Laufzeit: 4,99 EUR pro Monat, zzgl. einmaliger Aktivierungsgebühr in Höhe von 29,99 EUR

Übertragung von Spielszenen (T-Mobile) speziell für den mobilen Empfang auf. Die Ergebnisse der mehrwöchigen WM-Zusammenarbeit werden in weitere innovative Handy-TV- und Interactive-Business-Projekte einfließen. In die mobile Welt von Premiere können Kunden der beiden großen Netzbetreiber zudem über wap.premiere.de eintauchen. Im neu gestalteten Premiere Mobilportal warten Programmtipps, Abo-Angebote und Games auf interessierte Nutzer und Premiere Abonnenten (siehe auch Kapitel „Wirtschaftliches und politisches Umfeld“).

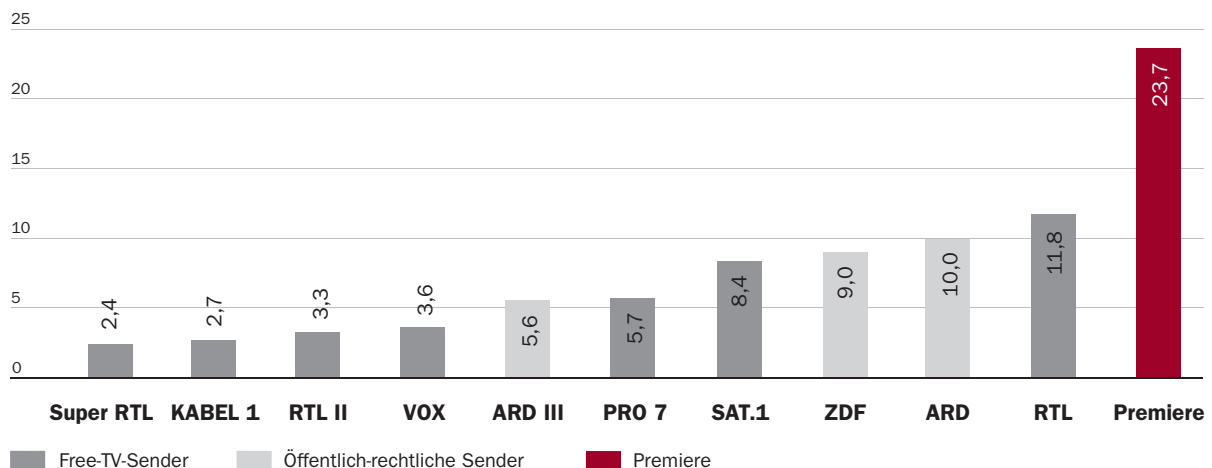


Während der FIFA WM 2006 sammelte Premiere wichtige Erfahrungen im Bereich Mobile TV

Kontinuierliche Zuschauerforschung

Um den Rechteeinkauf, die Programmgestaltung und die Werbevermarktung gezielter zu steuern, betreibt Premiere eine eigene umfassende Zuschauerforschung. Rund um die Uhr misst ein digitales Panel die Nutzung des TV-Programms in Premiere Haushalten. Im ersten Halbjahr war der Premiere Anteil an der TV-Nutzung mit 23,7% höher als der kumulierte Anteil von RTL und ARD, den quotenstärksten Sendern im deutschen Fernsehen. Neben der Messung der TV-Nutzung geben regelmäßige Befragungen Auskunft über die Zufriedenheit der Premiere Kunden.

Fernsehnutzung von Personen in Premiere Haushalten im 1. Halbjahr 2006 (Marktanteil in %)*



*Basis: Zuschauer ab 3 Jahre. Quelle: AGF/GfK-Panel; Modata GmbH/Premiere: Digitales Panel

Organisation und Mitarbeiter

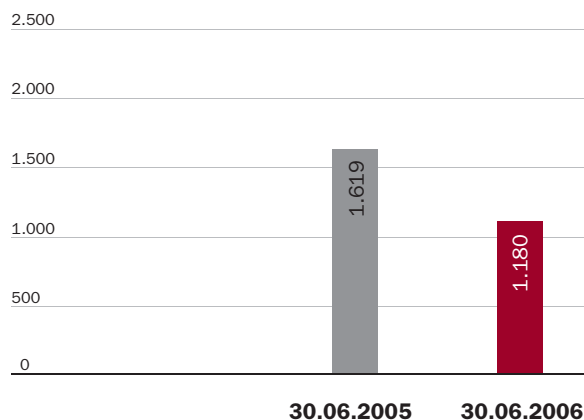
Premiere beschäftigte zum Stichtag 30. Juni 2006 1.180 Mitarbeiter in Vollzeit. Im Vergleich zum Vorjahr (30.06.2005: 1.619 Ganztageskräfte) hat sich die Zahl damit um 439 (27,1%) reduziert.

Der Premiere Standort Hamburg wurde mit Wirkung zum 30. Juni 2006 aufgelöst. Allein aus Hamburg sind im Zuge der Ausgliederungen der Bereiche IT und Services an Atos Origin und walter Telemedien 230 Ganztageskräfte in die neuen Gesellschaften gewechselt. Weitere Premiere Vollzeitbeschäftigte nahmen Arbeitsangebote am Standort München an. Hier hat sich etwa der Bereich Servicesteuerung erfolgreich neu etabliert.

Seinen Anteil an dem in Fürth ansässigen Spezialisten für Hotel-Pay-TV Roombase Networks GmbH hat Premiere kontinuierlich ausgebaut. Seit April 2006 firmiert die Tochtergesellschaft des Abo-Senders unter dem Namen Premiere Hotel Entertainment GmbH (PHE), Premiere hält 97,5% der Geschäftsanteile. Zum 30. Juni 2006 zählte PHE 40 Ganztageskräfte. Das Unternehmen bietet der Hotellerie einen bequemen, zentralen Medienservice aus einer Hand – vom Betrieb und Verkauf von In-Room-Entertainment-Systemen und interaktiven IP-Lösungen bis hin zu erstklassigem Content.

Im Juni verließ Marketing-Vorstand Markus Schmid die Premiere AG in freundschaftlichem Einvernehmen. Marketing und Vertrieb unterstehen seitdem direkt Vorstandschef Dr. Georg Kofler. Die Bereiche Technologie und Dienstleistungen übernahm Finanzvorstand Michael Börnicke, der darüber hinaus zum stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden ernannt wurde.

Mitarbeiterzahl (Ganztageskräfte)



■ Vermögens- und Finanzlage

- Rückgang der Bilanzsumme auf 1.258,9 Mio EUR
- Eigenkapitalquote weiterhin auf hohem Niveau
- Anstieg der Finanzverbindlichkeiten
- Rückführung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie der sonstigen Schulden

Die Bilanzsumme ging im Vergleich zum Jahresende 2005 um 110,7 Mio EUR zurück und betrug zum Quartalsstichtag 1.258,9 Mio EUR (31.12.2005: 1.369,6 Mio EUR).

Der leichte Anstieg des Filmvermögens und der geleisteten Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte ist auf die Zugänge im Filmvermögen zurückzuführen. Die Vorräte erhöhten sich deutlich. Die Receiver-Verkäufe an Händler, Geschäftskunden und Neuabonnenten sowie die Umgliederung von Festplatten-Receiver, die für das Mietgeschäft vorgesehen sind, in das Sachanlagevermögen wurden durch den Zugang aus dem Erwerb neuer Receiver mehr als kompensiert. Zudem wurden erstmals hochwertige Fernseher (HD ready) erworben. Infolge der Preisentwicklung am Absatzmarkt mussten zum Quartalsstichtag Abwertungen auf die Vorräte vorgenommen werden. Dem gegenüber standen der Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen infolge des Ausgleichs fälliger Forderungen, insbesondere durch Händler, sowie der vertragsgemäßen Umwandlung einer Forderung gegenüber der erotic media ag in ein verzinsliches Darlehen. Die sonstigen Vermögenswerte nahmen ebenfalls ab. Die Abnahme aufgrund der Begleichung von Kaufpreisforderungen sowie der Bewertung der Devisentermingeschäfte zum Zeitwert wurde durch den Zugang aus dem Darlehen an die erotic media ag nur zum Teil ausgeglichen.

Premiere hat sich im Rahmen der Erstellung des Halbjahresabschlusses auf Grundlage eines konservativen Bewertungsansatzes entschieden, die aktivierten latenten Steuern auf Verlustvorträge für alle wesentlichen operativen Gesellschaften vollständig abzuschreiben. Das Quartalsergebnis zum 30. Juni 2006 wird durch diese Maßnahme in Höhe von 90,4 Mio EUR belastet. Es handelt sich bei dieser Abschreibung um einen einmaligen, rein buchhalterischen und nicht liquiditätswirksamen Sondereffekt. Die operative Performance von Premiere bleibt davon völlig unberührt. Premiere hat sich für eine konservative Bewertung entschieden, weil der künftige Geschäftsverlauf von Premiere im neuen Wett-

bewerbsumfeld 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. Aktiv latente Steuern werden nur noch in Höhe von passiven Überhängen angesetzt. Die steuerliche Nutzbarkeit der gesamten Verlustvorträge in Höhe von 614,5 Mio EUR zum 31. Dezember 2005 bleibt von der Abwertung unberührt. Die Zugänge bei Receivern resultierten vor allem aus der Umgliederung der Festplatten-Receiver. Der Rückgang der Sachanlagen sowie der immateriellen Vermögenswerte ergab sich in erster Linie als Folge des planmäßigen Werteverzehrs.

Das Eigenkapital verringerte sich infolge des Periodenergebnisses auf 641,0 Mio EUR (798,1 Mio EUR). Die Eigenkapitalquote lag mit 50,9% (58,3%) weiterhin auf hohem Niveau. Die gesamten Finanzverbindlichkeiten stiegen auf 210,6 Mio EUR (131,4 Mio EUR). Die Nettofinanzverbindlichkeiten beliefen sich zum Quartalsstichtag auf 188,1 Mio EUR (105,8 Mio EUR). Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen konnten hingegen zurückgeführt werden. Die sonstigen Schulden nahmen ebenfalls ab. Der Tilgung von Umsatzsteuerverbindlichkeiten und der Auszahlung der variablen Vergütungskomponenten an die Mitarbeiter und den Vorstand standen die Zeitwertanpassungen bei Devisentermin- und Zinsswapgeschäften gegenüber. Die Rechnungsabgrenzungsposten verringerten sich gleichfalls. Der Rückgang resultierte vor allem aus der Auflösung der abgegrenzten Einzahlungen aus im Voraus bezahlten Abonnements, die linear über die Laufzeit der Abonnements als Umsatz erfasst werden. Dagegen erhöhten sich die passiven latenten Steuern. Im Gegensatz zur Handelsbilanz werden die immateriellen Vermögenswerte Markenzeichen und Firmenwert in der Steuerbilanz planmäßig abgeschrieben.

Liquidität und Cashflow

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug für das erste Halbjahr 2006 -59,1 Mio EUR (01.01.-30.06.2005: -34,4 Mio EUR). Die Veränderungen des Working Capital und das negative operative Ergebnis führten zu einem starken Mittelabfluss.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich auf –17,0 Mio EUR (–6,4 Mio EUR). Die Auszahlungen für Investitionen betrafen im Wesentlichen den Erwerb von Festplatten-Receivern, Software sowie von Betriebs- und Geschäftsausstattung. Die Einzahlungen aus dem Abgang von Vermögenswerten und die Auszahlungen für Investitionen in Finanzanlagen resultierten vor allem aus Wertpapierkäufen und -verkäufen.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit lag bei 72,9 Mio EUR (–6,0 Mio EUR). Den Einzahlungen aus der Inanspruchnahme bestehender Kreditlinien standen Auszahlungen zur Tilgung von sonstigen Krediten sowie Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing und Zinszahlungen gegenüber.

Insgesamt verfügte Premiere zum Quartalsstichtag über flüssige Mittel in Höhe von 22,5 Mio EUR (31.12.2005: 25,7 Mio EUR).

Aktie

Entwicklung der Premiere Aktie

Auch im zweiten Quartal 2006 setzte sich der Aufwärtstrend des deutschen Aktienmarkts zunächst fort und erreichte seinen Höhepunkt Anfang Mai. Die Angst vor einer höheren Inflationsrate, steigenden Zinsen und einem verlangsamten Wachstum führte ab Mitte Mai zu einschneidenden Marktkorrekturen. Die schlechte Stimmung hielt bis in den Juni an und schlug sich in einer deutlich stärkeren Volatilität der Kurse nieder – insbesondere zur Mitte des Monats. Zum Ende des zweiten Quartals erholte sich der Markt wieder etwas. Der Leitindex DAX fiel im zweiten Quartal des Jahres um rund 5% auf 5.683 Punkte, der MDAX sogar um 9% auf 7.887 Punkte.

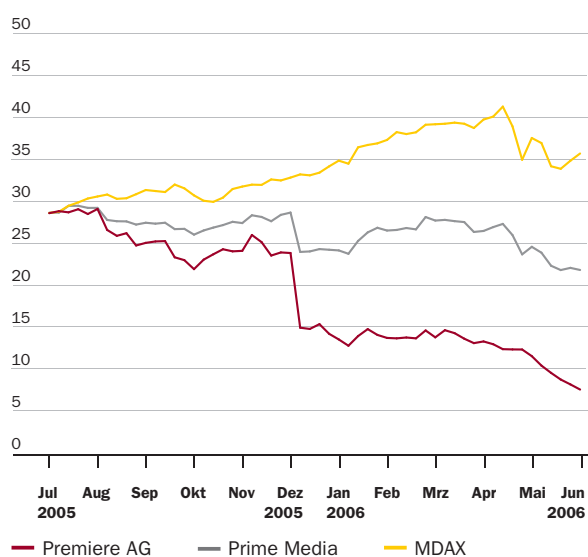
Die Aktie der Premiere AG geriet im zweiten Quartal ebenfalls stark unter Druck. Der Kurs erholte sich kurzfristig, als die Premiere AG im Mai 2006 eine strategische Zusammenarbeit mit der Deutschen Telekom zur Übertragung der Bundesliga ab August 2006 im Internet Protokoll (IP) Standard bekanntgab. Die drastischen Korrekturen des Gesamtmarktes verstärkten aber den Abwärtstrend der Premiere Aktie. Der Aktienpreis erholte sich daher bis zum Ende des zweiten Quartals nicht und schloss am 30. Juni 2006 mit 7,58 EUR.

Das durchschnittliche Handelsvolumen im zweiten Quartal 2006 betrug 1,2 Mio Aktien, seit dem Börsengang am 9. März 2005 bis zum Stichtag wurden durchschnittlich 1,1 Mio Aktien pro Tag gehandelt.

Auf Basis des Schlusskurses per 30. Juni 2006 von 7,58 EUR resultiert für die Premiere AG eine Marktkapitalisierung von 622 Mio EUR sowie eine Free-Float-Kapitalisierung von 477 Mio EUR.

Seit dem 20. Juni 2005 ist die Premiere Aktie mit einer Gewichtung von 0,57% zum Stichtag 30. Juni 2006 Mitglied im MDAX und lag damit auf Rang 8 beim Handelsvolumen sowie auf Rang 45 bei der Marktkapitalisierung. Darüber hinaus ist die Premiere Aktie im MSCI-World-Index vertreten.

Kursentwicklung 1. Juli 2005 bis 30. Juni 2006 (in EUR)



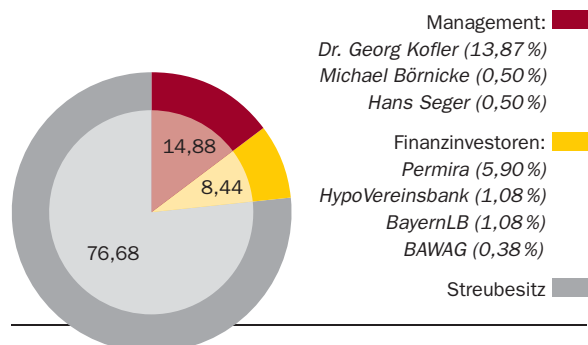
Aktionärsstruktur

Seit Beginn des zweiten Quartals befinden sich 76,68% des Gesamtbestandes von 82 Mio Aktien im Streubesitz. Die restlichen Aktien werden unverändert von Finanzinvestoren (8,44%) sowie dem Premiere Management (14,88%) gehalten.

Die Fidelity Management & Research Company, Boston, USA, verfügte laut eigener Mitteilung zum 4. Mai 2006 über einen Anteil von 5,01%. Des Weiteren teilte die Classic Fund Management Aktiengesellschaft, Vaduz, FL, mit, zum 6. Juni 2006 über einen Anteil von 5,09% zu verfügen. Nach Definition der Deutschen Börse AG sind diese Anteile dem Streubesitz zuzurechnen.

Die Beteiligungsverhältnisse bei der Premiere AG sind wie folgt verteilt:

Aktionärsstruktur (in %)



Vereinfachte Darstellung (Stand: Juni 2006)

■ Ausblick

- Premiere gut positioniert für das zweite 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 die Zukunft gut positioniert. Im Vergleich zum Anfang des Jahres hat sich das Chancen-Risiko-Profil des Abo-Senders 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 dritten Quartal sichtbar werden. Innovationen wie HDTV, der Premiere Digital-Rekorder und die neue Generation interaktiver Digital-Receiver sollen mittelfristig dazu beitragen, neue Erlösquellen zu erschließen und Premiere als Marke für erstklassiges Fernsehen weiter zu profilieren.

Noch lassen sich aus dem aktuellen Geschäftsverlauf keine konkreten Schlussfolgerungen für die Zukunft ziehen, die Entwicklungen der kommenden Monate müssen abgewartet werden. Wie bereits angekündigt wird das Abo-TV-Unternehmen im Herbst seine Jahresprognose überprüfen. Bis dahin kann Premiere die Akzeptanz der neuen Preis- und Angebotsstruktur, die Auswirkungen der verbesserten Exklusivität bei den Übertragungen der Champions League, die Reichweitenentwicklung von IPTV und das Verhalten der Abonnenten bei den Bundesliga-Angeboten verlässlicher einschätzen. Premiere hat unverändert die Absicht, eine aktualisierte Prognose mit der Vorlage der Neun-Monats-Zahlen am 7. November 2006 bekannt zu geben.

Halbjahresabschluss

Konzernbilanz

(in Tsd EUR)	30.06.2006	31.12.2005
Aktiva		
Kurzfristige Aktiva		
Flüssige Mittel	22.495	25.669
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	69.854	92.577
Filmvermögen und geleistete Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte	67.523	69.117
Vorräte	58.854	33.688
Sonstige Vermögenswerte und aktive Rechnungsabgrenzungsposten	15.447	29.625
Summe kurzfristige Aktiva	234.172	250.676
Langfristige Aktiva		
Latente Steuern	456	86.974
Filmvermögen und geleistete Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte	18.661	13.666
Finanzanlagen	1.609	255
Anteile an assoziierten Unternehmen	404	348
Receiver	23.751	11.496
Sachanlagen	11.611	12.796
Immaterielle Vermögenswerte	944.630	975.728
Sonstige Vermögenswerte und aktive Rechnungsabgrenzungsposten	23.603	17.658
Summe langfristige Aktiva	1.024.724	1.118.921
Summe Aktiva	1.258.896	1.369.597

Konzernbilanz

(in Tsd EUR)	30.06.2006	31.12.2005
Passiva		
Kurzfristige Schulden		
Finanzverbindlichkeiten	135.025	38.920
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	197.879	224.939
Verbindlichkeiten gegen nahe stehende Unternehmen und Personen	863	775
Sonstige Rückstellungen	23.130	23.032
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	31.505	40.723
Sonstige Schulden	31.421	34.103
Summe kurzfristige Schulden	419.823	362.492
Langfristige Schulden		
Finanzverbindlichkeiten	75.615	92.521
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	13.343	13.361
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	6.373	6.192
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	1.483	3.066
Latente Steuern	94.081	84.166
Sonstige Schulden	7.163	9.700
Summe langfristige Schulden	198.058	209.005
Summe Schulden	617.881	571.497
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	82.000	82.000
Kapitalrücklage	951.596	951.596
Gewinnrücklagen	-23	-1
Verlustvortrag	-235.505	-284.180
Periodenergebnis	-157.063	48.674
Minderheitenanteile	10	11
Summe Eigenkapital	641.015	798.100
Summe Passiva	1.258.896	1.369.597

Konzerngewinn- und Verlustrechnung

(in Tsd EUR)	01.01.– 30.06.2006	01.01.– 30.06.2005
Umsatzerlöse	542.521	506.123
Umsatzkosten	-481.641	-376.335
Kosten Film- und Sportlizenzen	-354.319	-271.134
Übertragungskosten	-48.098	-45.974
Abonnentenverwaltung und Service Management	-41.533	-26.916
Aufwendungen für Receiver	-37.690	-32.311
Bruttoergebnis vom Umsatz	60.880	129.788
Vertriebskosten	-66.798	-58.156
Allgemeine Verwaltungskosten	-33.299	-35.855
Sonstige betriebliche Erträge	9.203	4.240
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.703	-6.058
Abschreibungen auf Abonnentenstamm	-24.129	-24.129
Betriebliches Ergebnis	-55.846	9.829
Erträge aus assoziierten Unternehmen	56	0
Zinsen und ähnliche Erträge	4.267	965
Aufwendungen aus assoziierten Unternehmen	0	-32
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-9.092	-21.415
Ergebnis vor Steuern	-60.615	-10.653
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-96.447	13.991
Periodenergebnis	-157.062	3.338
Zurechenbar zu:		
Anteilseigner	-157.063	3.338
Minderheitenanteile	2	0
Ergebnis pro Aktie		
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis in EUR	-1,92	0,04

Konzerngewinn- und Verlustrechnung

(in Tsd EUR)	01.04.– 30.06.2006	01.04.– 30.06.2005
Umsatzerlöse	269.270	258.726
Umsatzkosten	-255.067	-189.674
Kosten Film- und Sportlizenzen	-193.095	-142.842
Übertragungskosten	-24.676	-20.935
Abonnentenverwaltung und Service Management	-18.285	-14.316
Aufwendungen für Receiver	-19.011	-11.582
Bruttoergebnis vom Umsatz	14.203	69.052
Vertriebskosten	-32.795	-32.455
Allgemeine Verwaltungskosten	-17.613	-15.352
Sonstige betriebliche Erträge	5.368	2.209
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-771	-5.261
Abschreibungen auf Abonnentenstamm	-12.064	-12.064
Betriebliches Ergebnis	-43.672	6.128
Erträge aus assoziierten Unternehmen	106	0
Zinsen und ähnliche Erträge	1.602	417
Aufwendungen aus assoziierten Unternehmen	0	-65
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-4.589	-8.528
Ergebnis vor Steuern	-46.554	-2.048
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-92.217	8.736
Periodenergebnis	-138.771	6.688
Zurechenbar zu:		
Anteilseigner	-138.780	6.688
Minderheitenanteile	9	0
Ergebnis pro Aktie		
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis in EUR	-1,69	0,08

Eigenkapitalveränderungsrechnung

	Gezeich- netes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen Hedge- Accounting/ Marktbewer- tung Finanz- anlagen	Perioden- ergebnis	Verlust- vortrag	Minder- heiten- anteile	Gesamt
(in Tsd EUR)							
Stand 01.01.2005	70.000	636.076	-2.997	-80.621	-203.559	0	418.899
Umgliederung Vorjaheresergebnis	0	0	0	80.621	-80.621	0	0
Erhöhung gezeichnetes Kapital	12.000	0	0	0	0	0	12.000
Agio Börsengang unter Berücksichtigung von Kapital- beschaffungskosten nach latenten Steuereffekten	0	315.520	0	0	0	0	315.520
Summe der Transaktionen mit Anteilseignern	12.000	315.520	0	0	0	0	327.520
Veränderung des beizulegenden Zeitwerts für zum Verkauf bestimmte Finanzanlagen	0	0	3	0	0	0	3
Auflösung erfolgsneutraler Zeitwertanpassungen von nicht effektiven Sicherungsgeschäften (nach latenten Steuereffekten)	0	0	2.996	0	0	0	2.996
Summe direkt im Eigenkapital berücksichtigter Ergebnisse	0	0	2.999	0	0	0	2.999
Periodenergebnis	0	0	0	3.338	0	0	3.338
Gesamteinkommen	0	0	2.999	3.338	0	0	6.336
Stand 30.06.2005	82.000	951.596	2	3.338	-284.180	0	752.756
Stand 01.01.2006	82.000	951.596	-1	48.674	-284.180	11	798.100
Umgliederung Vorjaheresergebnis	0	0	0	-48.674	48.674	0	0
Kauf weiterer 2,5% an der Premiere Hotel Entertainment GmbH (frühere Roombase Networks GmbH)	0	0	0	0	0	-2	-2
Veränderung des beizulegenden Zeitwerts für zum Verkauf bestimmte Finanzanlagen	0	0	-21	0	0	0	-21
Summe direkt im Eigenkapital berücksichtigter Ergebnisse	0	0	-21	0	0	-2	-23
Periodenergebnis	0	0	0	-157.063	0	2	-157.062
Gesamteinkommen	0	0	-21	-157.063	0	-0	-157.085
Stand 30.06.2006	82.000	951.596	-23	-157.063	-235.505	10	641.015

Konzernkapitalflussrechnung

(in Tsd EUR)	01.01.– 30.06.2006	01.01.– 30.06.2005
Periodenergebnis vor Ertragsteuern	-60.615	-10.653
Zinsergebnis	4.825	20.450
Abschreibung auf Sachanlagen saldiert mit Zuschreibungen und Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	19.371	15.327
Abschreibungen auf Abonnentenstamm	24.129	24.129
Nichtzahlungswirksamer Verkauf d-Boxen gegen Verrechnung Kautions an Abonnenten	-146	-1.725
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge und Aufwendungen	-946	948
Veränderungen der sonstigen Rückstellungen	-495	-1.659
Gewinne/Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-804	7
Veränderungen der Vorräte, Liefer- und Leistungsforderungen sowie anderer Aktiva	-5.613	-7.621
Veränderungen der Liefer- und Leistungsverbindlichkeiten sowie anderer Passiva	-38.837	-73.561
Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	-59.130	-34.358
Einzahlungen aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten, Sach- und Finanzanlagen	5.503	12
Auszahlungen für Unternehmenskäufe	-115	0
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	-16.808	-5.884
Investitionen in Finanzanlagen	-5.561	-527
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	-16.981	-6.399
Nettoeinzahlungen aus Kapitalerhöhung durch Gesellschafter/ Nettoemissionserlöse	0	322.467
Einzahlungen aus der Begebung von (Finanz-)Krediten	93.194	107.451
Erhaltene Zinsen	1.157	965
Zahlung von Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	-5.903	-14.497
Auszahlungen für die Tilgung von (Finanz-)Krediten	-7.500	-368.234
Gezahlte Zinsen	-8.011	-54.123
Mittelzufluss/Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	72.937	-5.971
Zahlungswirksame Veränderungen	-3.175	-46.728
Flüssige Mittel am Anfang der Periode	25.669	60.995
Flüssige Mittel am Ende der Periode	22.495	14.267

Konzernanhang der Premiere AG für das erste Halbjahr 2006

■ Grundlagen und Methoden

Die Premiere AG (im Folgenden auch „die Gesellschaft“ oder „Premiere“) 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) sowie den von der EU übernommenen IFRS und deren Interpretationen 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 2006 verpflichtend anzuwendenden Standards und Interpretationen wurden berücksichtigt. Die Vorjahreszahlen wurden gemäß den zum 31. Dezember 2005 gültigen Standards ermittelt.

Nachfolgende Standards waren erstmals ab dem 1. Januar 2006 verpflichtend anzuwenden:

IFRS 6	Mineral Resources
Amendment to IFRS 6	Exploration for and Evaluation of Mineral Resources
Amendments to IAS 19	Actuarial Gains and Losses, Group Plans and Disclosures
Amendment to IAS 21	Net Investment in a Foreign Operation
Amendments to IAS 39	Cash Flow Hedge Accounting, The Fair Value Option
Amendment to IAS 39 and IFRS 4	Financial Guarantee Contracts
IFRIC 4	Determining whether an Arrangement contains a Lease
IFRIC 5	Interests in Decommissioning Funds
IFRIC 6	Waste Electrical and Electronic Equipment (für Geschäftsjahre, die ab 1. Dezember 2005 beginnen)

Durch Anwendung der genannten Standards ergab sich keine Auswirkung auf den Konzernzwischenabschluss.

Die nachfolgend aufgeführten Standards und Interpretationen sind für Premiere verpflichtend für das am 1. Januar 2007 beginnende Geschäftsjahr zu berücksichtigen:

Amendment to IAS 1	Capital Disclosures
IFRS 7	
Financial Instruments	Disclosures
IFRIC 7	Applying the Restatement Approach under IAS 29
IFRIC 8 Scope of IFRS 2	
IFRIC 9	Reassessment of Embedded Derivatives

(IFRIC 8 und 9 sind noch nicht von der Europäischen Union übernommen worden.)

Eine vorzeitige Anwendung wäre ohne Auswirkung auf den Konzernzwischenabschluss, da der Ausweis von Fremd- und Eigenkapital bei Premiere unverändert bliebe. Ferner verzichtet Premiere grundsätzlich auf den Einsatz eigener Eigenkapitaltitel als Transaktionsmittel; es wird allerdings nicht ausgeschlossen, dass beispielsweise Mitarbeiterbeteiligungsprogramme eingeführt werden. Eingebettete Derivate werden bereits seit der erstmaligen Anwendung von IFRS entsprechend der Norm separiert, sofern die Voraussetzungen als erfüllt gelten.

Daher geht die Unternehmensführung davon aus, dass wesentliche Anpassungen zum Zeitpunkt der verpflichtenden Anwendung der aufgeführten Standards und Interpretationen nicht zu erwarten sind.

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zum 30. Juni 2006 entsprechen denen zum 31. Dezember 2005, aus diesem Grund wird auf den Konzernanhang zum 31. Dezember 2005 verwiesen.

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

Unternehmensgründungen und -erwerbe

Mit Geschäftsanteilskauf- und Abtretungsvertrag vom 8. Februar 2006 erwarb die Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG, Unterföhring (Premiere Fernsehen KG), einen weiteren Geschäftsanteil in Höhe von 2,5% an der Premiere Hotel Entertainment GmbH, Fürth (ehemals Roombase Networks GmbH, Fürth, umfirmiert durch Gesellschafterbeschluss vom 27. Januar 2006, eingetragen im Handelsregister am 16. Februar 2006). Der Kaufpreis wurde in bar geleistet.

Am 3. März 2006 wurde von der Premiere Fernsehen KG und der AS Magazin Verwaltungs GmbH, Berlin, die AS Magazin GmbH & Co. KG mit Sitz in Berlin gegründet. Gegenstand des Unternehmens ist Verlag und Herstel-

lung von Verlagsprodukten aller Art, insbesondere die Betreuung und Verwaltung der Abonnenten der Programmzeitschrift „TV DIGITAL“. Einzige Komplementärin ohne Kapitalanteil ist die AS Magazin Verwaltungs GmbH. Kommanditistin mit einem Kommanditanteil von 1 Tsd EUR ist die Premiere Fernsehen KG.

Im ersten Quartal 2006 gründete die Premiere AG die PR Beteiligungsgesellschaft München GmbH, München (ehemals HA Beteiligungsgesellschaft München GmbH), mit einem Stammkapital von 25 Tsd EUR. Der Geschäftszweck der Gesellschaft besteht im Erwerb, Halten und in der Veräußerung von Beteiligungen an Unternehmen.

Unternehmensabgänge und -aufgaben

Mit Gesellschafterbeschluss vom 2. Februar bzw. 6. März 2006 wurde die Auflösung der Roombase Beteiligungsgesellschaft I mbH, Unterföhring, und der Roombase Beteiligungsgesellschaft II mbH, Unterföhring, zum Ablauf des 28. Februar bzw. 31. März 2006 beschlossen. Die Gesellschaften befinden sich ab diesen Zeitpunkten in Liquidation.

Mit notariellem Vertrag vom 23. August 2005 erwarb die Premiere Fernsehen KG einen Geschäftsanteil in Höhe von 1% an der Atos Origin Information Systems GmbH, Hamburg (Atos Origin). Im selben Vertrag wurde ein Put Agreement vereinbart, mit dem die Premiere Fernsehen KG der Atos Origin GmbH, Stuttgart, das unwiderrufliche Angebot unterbreitete, den vorbenannten Geschäftsanteil der Premiere Fernsehen KG zurückzuerwerben. Mit notarieller Beurkundung vom 7. März 2006 hat die Atos Origin GmbH dieses Angebot angenommen und den Geschäftsanteil an Atos Origin von der Premiere Fernsehen KG erworben.

■ Wesentliche Einflüsse auf den Konzernzwischenabschluss

Veränderung der Bilanz

Forderungen/Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Aufgrund des traditionell starken Weihnachtsgeschäfts von Premiere sind Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zum Jahresende überdurchschnittlich hoch. Im Laufe des Geschäftsjahres findet regelmäßig eine Abnahme auf das vorliegende Niveau statt.

Receiver

Im Berichtszeitraum liefen zwei Finanzierungsleasingverträge planmäßig aus. Die ehemals geleaste Receiver wurden mit Beendigung der Leasingverhältnisse zurückgekauft. Hieraus resultierte eine Umbuchung innerhalb des Sachanlagevermögens von „Receiver aus Finanzierungsleasing“ zu „Eigene Receiverbestände“ in Höhe von 130 Tsd EUR (Anschaffungskosten 529 Tsd EUR; kumulierte Abschreibungen 399 Tsd EUR). Darüber hinaus wurde ein Finanzierungsleasingverhältnis vorzeitig beendet. Die ehemals geleaste Receiver wurden ebenfalls mit Beendigung des Leasingverhältnisses zurückgekauft. Dies führte zu einer Umbuchung in Höhe von 460 Tsd EUR (Anschaffungskosten 1.400 Tsd EUR; kumulierte Abschreibungen 940 Tsd EUR).

Die Zugänge bei Receivern in Höhe von 14.441 Tsd EUR betrafen im Wesentlichen Festplatten-Receiver. Sämtliche Receiverkäufe werden zunächst in den Vorräten aktiviert. Receiver, die zur Vermietung an Endkunden vorgesehen sind, werden von den Vorräten in das Sachanlagevermögen umgegliedert und linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer abgeschrieben.

Vorräte

Der Anstieg der Vorräte ist insbesondere durch den Marktstart von PREMIERE HD und die daraus resultierenden Käufe von hochwertigen HDTV-Receiver und -Fernsehern (HD ready) verursacht.

Der Buchwert der zum Nettoveräußerungswert angesetzten Vorräte beträgt 23.264 Tsd EUR. Im Berichtszeitraum wurden Wertminderungen in Höhe von 5.288 Tsd EUR als Aufwand erfasst.

Finanzverbindlichkeiten

Im zweiten Quartal wurde im Rahmen der nach dem Börsengang abgeschlossenen Kreditfinanzierung die Revolving Facility mit 25.000 Tsd EUR in Anspruch genommen.

Darüber hinaus wurde der bestehende Überziehungskredit stärker in Anspruch genommen.

Gewinn- und Verlustrechnung

Sonstige betriebliche Erträge

Im Vorjahr wurden Währungskursgewinne unter den sonstigen betrieblichen Erträgen 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.

Im ersten Halbjahr konnten Kursgewinne in Höhe von 805 Tsd EUR erzielt werden.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

Im Vorjahr wurden Währungskursverluste unter den sonstigen betrieblichen 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.

Steuern vom Einkommen und Ertrag

Premiere hat sich im Rahmen der Erstellung des Halbjahresabschlusses zum 30. Juni 2006 dazu entschlossen, den Ansatz der aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge für alle wesentlichen operativen Gesellschaften

vollständig zu bereinigen. Das Quartalsergebnis zum 30. Juni 2006 wird durch diese Maßnahme in Höhe von 90.352 Tsd EUR belastet.

Aufgrund der im ersten Halbjahr 2006 aufgetretenen Verluste und der Rechtsunsicherheit seit Verlust der Ausstrahlungsrechte an der 1. und 2. Bundesliga wird bis auf Weiteres auf eine Aktivierung von Verlustvorträgen verzichtet. Aktiv latente Steuern werden nur noch in Höhe von passiven Überhängen angesetzt.

Die steuerliche Nutzbarkeit der gesamten Verlustvorträge in Höhe von 614,5 Mio EUR zum 31. Dezember 2005 bleibt von der Abwertung unberührt.

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 ersten Halbjahres bzw. zweiten 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	
	2006	2005	2006	2005
Ergebnisanteil der Aktionäre der Premiere AG in Tsd EUR	-157.063	3.338	-138.780	6.688
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien in Tsd	82.000	78.000	82.000	82.000
Unverwässertes Ergebnis je Aktie in EUR	-1,92	0,04	-1,69	0,08

Kapitalflussrechnung

Zugänge im Sachanlagevermögen (Receiver), die aus Umgliederungen aus dem Umlaufvermögen resultieren, werden, soweit bereits im Vorjahr als zahlungswirksam gezeigt, in der Cashflow-Betrachtung eliminiert.

■ Sonstige Erläuterungen

Wesentliche Vertragsabschlüsse

Premiere erwarb im Berichtszeitraum ein umfangreiches Rechtepakett an drei europäischen Fußball-Ligen (Frankreich, Niederlande, Portugal) im Rahmen eines Zweieinhalbjahresvertrages.

Ab der Spielzeit 2006/2007 wird Premiere die UEFA Champions League im Free-TV präsentieren. Premiere hat im August 2005 alle Live-TV-Rechte für die Spielzeiten 2006/2007 bis 2008/2009 erworben und wird diese im Deutschen SportFernsehen (DSF) unter der neuen Marke „Champions TV“ verwerten.

Premiere sicherte sich die Formel-1-TV-Rechte bis Ende 2007 in einem entsprechenden Vertrag mit der Formula-One-Management Gruppe (FOM).

Im Rahmen einer strategischen Allianz hat die Deutsche Telekom die Übertragungsrechte an allen Spielen der 1. und 2. Fußballbundesliga im Internet Protokoll (IP) Standard für die Spielzeiten 2006/2007, 2007/2008 und 2008/2009 an Premiere vergeben. Dabei liegen redaktionelle Gestaltung und medienrechtliche Verantwortung auf Seiten von Premiere. Darüber hinaus wird das gesamte Programm von Premiere über das Angebot der Deutschen Telekom ausgestrahlt werden.

Organe

Premiere verkleinert den Vorstand von fünf auf vier Mitglieder mit Wirkung zum 30. Juni 2006. Außerdem wird

die Vorstandsarbeit neu geordnet. Markus Schmid, Vorstand Marketing und Vertrieb, verlässt das Unternehmen.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen zum Stichtag setzen sich wie folgt zusammen:

(in Tsd EUR)	Summe 30.06.2006	Summe 31.12.2005
Filmlizenzen	257.797	318.513
Sportlizenzen	330.237	446.087
Partnerkanäle	287.234	354.377
Abnahmeverpflichtung Receiver	149.993	46.511
Übrige	327.697	316.513
Summe	1.352.958	1.482.001

Die künftigen Verpflichtungen aus nicht kündbaren Operating-Leasing-Verhältnissen stellen sich wie folgt dar:

(in Tsd EUR)	Summe 30.06.2006	Summe 31.12.2005
Netzbetreiber und Transpondermiete	514.730	546.668
Bürogebäude	24.260	25.253
Kfz	1.703	1.197
Technische Büroanlagen	125	176
Summe	540.818	573.294

Segmentberichterstattung

Die Geschäftsaktivitäten von Premiere konzentrieren sich auf den Betrieb des Abonnementfernsehprogramms in Deutschland und Österreich. Innerhalb dieses Bereiches existieren keine unterschiedlichen Geschäftstätig-

keiten oder nationalen Unterschiede, die abweichende Chancen- und Risikoprofile aufweisen. Insofern entfällt ein Segmentbericht.

Wesentliche Ereignisse nach Ende des Berichtszeitraums

Premiere wird den neuen Bundesligasender arena in 13 Bundesländern (im Kabel-Deutschland-Gebiet) im Kabel vermarkten. Darüber hinaus werden die Kabelnetzanbieter ish, iesy und Tele Columbus ihren Kunden auch Premiere Pakete direkt offerieren.

Kabel BW und Premiere haben einen Vermarktungsvertrag für den neuen digitalen Bundesligasender arena abgeschlossen. Im Rahmen dieser Kooperation bietet Premiere allen Kunden im Gebiet von Baden-Württemberg das arena-Bundesliga-Paket an.

■ Finanzkalender

- Zwischenbericht Januar bis September 2006: 7. November 2006
- Jahresbericht 2006: 15. Februar 2007
- Zwischenbericht Januar bis März 2007: 10. Mai 2007
- Zwischenbericht Januar bis Juni 2007: 9. August 2007
- Zwischenbericht Januar bis September 2007: 8. November 2007

■ Kontakt

Corporate Communications:

Dirk Heerdegen
 Vice President Marketing and Corporate Communications
 Company Spokesman
 Tel.: +49 89/9958-6350
dirk.heerdegen@premiere.de

Stefan Vollmer
 Head of Financial and Business Communications
 Tel.: +49 89/9958-6377
stefan.vollmer@premiere.de

Investor Relations:

Shane Naughton
 Deputy CFO
 Vice President Investor Relations
 Tel.: +49 89/9958-1100
shane.naughton@premiere.de

Christine Scheil
 Director Investor Relations
 Tel.: +49 89/9958-1010
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
Medienallee 4
85774 Unterföhring
www.info.premiere.de