

MEDIENMITTEILUNG

1. Quartal 2005: Premiere steigert den Umsatz um 10,3 Prozent und erzielt ein positives EBITDA von 22,7 Mio EUR

- EBITDA steigt von minus 1,8 Mio EUR auf plus 22,7 Mio EUR
- Vor Einmalkosten für den Börsengang liegt EBITDA bei 32 Mio EUR
- Gesamtumsatz wächst um 10,3 Prozent auf 247,4 Mio EUR
- Umsatz im Kerngeschäft mit Programm-Abos steigt um 18,2 Prozent
- Abonnentenzahl klettert auf 3,3 Millionen – ein Plus von 11,6 Prozent im Jahresvergleich
- Bilanzbild substanziell verbessert: Netto-Finanzverbindlichkeiten sinken auf 84 Mio EUR, Eigenkapitalquote steigt auf 58 Prozent
- Kofler: „Alle operativen Ziele erreicht – Fokus auf Innovation und Wachstum im 2. Halbjahr 2005“

München, 19. Mai 2005. Premiere hat im 1. Quartal 2005 Umsatz und Ergebnis kräftig gesteigert. Das Abo-TV-Unternehmen konnte ein Umsatzwachstum von 10,3 Prozent verzeichnen – von 224,2 Mio EUR im 1. Quartal 2004 auf 247,4 Mio EUR im 1. Quartal 2005. Im Kerngeschäft mit Programm-Abonnements stieg der Umsatz um 18,2 Prozent auf 221,4 Mio EUR (1. Quartal 2004: 187,3 Mio EUR). Die operativen Kosten blieben im Berichtszeitraum mit 224,7 Mio EUR (226,0 Mio EUR) stabil – trotz steigender Abonnentenzahl. Das EBITDA (Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen) verbesserte sich von minus 1,8 Mio EUR auf plus 22,7 Mio EUR. Ohne Einmalkosten für den Börsengang in Höhe von 9 Mio EUR hat Premiere im 1. Quartal 2005 ein bereinigtes EBITDA von 32 Mio EUR erzielt.

Die Zahl der Abonnenten stieg innerhalb der ersten drei Monate des Jahres 2005 um 51.508 auf 3.298.680 Abonnenten. Im Jahresvergleich (Stichtag: 31.03.) erhöhte Premiere seinen Abonnentenbestand um 343.421 – dies entspricht einer Steigerung von 11,6 Prozent.

Dr. Georg Kofler, Vorstandsvorsitzender der Premiere AG: „Premiere hat im 1. Quartal 2005 alle operativen Ziele erreicht. Das Umsatzwachstum von 10 Prozent liegt klar über dem Schnitt der deutschen Medienindustrie, die eher stagnierende bis rückläufige Tendenzen meldet. Besonders ermutigend ist das starke Wachstum von 18 Prozent im Kerngeschäft mit Programm-Abos, weil hier die größten Margen-Potenziale liegen. Das bereinigte EBITDA von 32 Mio EUR zeigt, dass Premiere zunehmend profitabel arbeitet.“

18 Prozent Wachstum im Kerngeschäft

- **Gesamtumsatz wächst um 10,3 Prozent auf 247,4 Mio EUR**
- **Umsatz mit Programm-Abos wächst auf 221,4 Mio EUR – plus 18,2 Prozent**
- **Pay-per-View-Umsätze klettern um 52,8 Prozent**
- **ARPU steigt im Kerngeschäft um 5,9 Prozent**

Das Kerngeschäft mit Programm-Abos, Pay-per-View und Werbung gewinnt im Umsatz-Mix von Premiere weiter an Gewicht. Der Gesamtumsatz stieg im 1. Quartal 2005 um 10,3 Prozent auf 247,4 Mio EUR (224,2 Mio EUR). Der Umsatz im Kerngeschäft nahm um 18,2 Prozent auf 235,1 Mio EUR (198,9 Mio EUR) zu. Damit hat Premiere 95 Prozent des Gesamtumsatzes im Kerngeschäft erwirtschaftet. Im entsprechenden Vorjahreszeitraum lag der Kerngeschäftsanteil bei 89 Prozent, im 1. Quartal 2003 noch bei 74 Prozent.

Die Erlöse aus Programm-Abonnements kletterten um 18,2 Prozent auf 221,4 Mio EUR (187,3 Mio EUR). Das Pay-per-View-Geschäft legte um 52,8 Prozent auf 8,3 Mio EUR (5,4 Mio EUR) zu. Die Erlöse im Bereich Werbung blieben mit 5,5 Mio EUR im Vergleich zum Vorjahresquartal (6,2 Mio EUR) nahezu unverändert, obwohl seit der Einstellung der eigenen Programmzeitschrift im Frühjahr 2004 die Erlöse aus Print-Werbung vollständig entfielen. Dieser Umsatzausfall konnte durch steigende TV-Werbeerlöse und Erlöse aus Direktmarketing fast vollständig kompensiert werden.

Der durchschnittliche Jahresumsatz pro Abonnent (ARPU, Average Revenue Per User; annualisiert) stieg im Kerngeschäft im 1. Quartal 2005 auf 287 EUR. Das sind 16 EUR (5,9 Prozent) mehr als im 1. Quartal des Vorjahres (271 EUR).

Im Bereich Hardware, der nicht zum Kerngeschäft von Premiere zählt, ging der Umsatz plangemäß weiter zurück. Die Einnahmen aus Vermietung und Verkauf von Receivern sanken um 42,4 Prozent auf 10,3 Mio EUR (17,9 Mio EUR).

Mit dem Verkauf der Tochtergesellschaft DPC Digital Playout Center GmbH zum Jahresende 2004 ist der strategische Rückzug aus dem Technikgeschäft abgeschlossen. Entsprechend fielen die sonstigen Umsatzerlöse auf 2,0 Mio EUR (7,4 Mio EUR).

Nachhaltig gesunde Kostenstruktur

- **Operative Kosten insgesamt auf stabilem Niveau**
- **Höherer Programmaufwand durch Einsparungen in anderen Bereichen ausgeglichen**

Die Kostenstruktur von Premiere blieb im 1. Quartal 2005 mit 224,7 Mio EUR (226,0 Mio EUR) insgesamt stabil. Zugenommen hat der Aufwand für das Programm – um rund 15 Mio EUR von 119,2 Mio EUR auf 135,7 Mio EUR. Hier schlagen insbesondere die im letzten Jahr neu abgeschlossenen Verträge mit den Fußball-Ligen in Deutschland und Österreich zu Buche. Deutliche Kostensenkungen hingegen brachten die Einstellung der eigenen Programmzeitschrift sowie Effizienzgewinne im Kundenmanagement. Damit konnte der Zuwachs der Programmkosten kompensiert werden. Übertragungskosten und Aufwendungen für Receiver blieben stabil.

Die Marketing- und Vertriebskosten sanken aufgrund eines veränderten Mix der Vertriebskanäle und Marketingschwerpunkte um 5,1 Mio EUR auf 25,7 Mio EUR (30,8 Mio EUR). Die Gewinnungskosten pro Abonnent lagen bei 169 EUR, 8 Prozent unter den Gewinnungskosten im Jahresdurchschnitt 2004 (184 EUR).

Die operativen Abschreibungen verringerten sich von 8,2 Mio EUR auf 7,0 Mio EUR. Die planmäßigen Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte lagen wie im Vorjahresquartal bei 12,1 Mio EUR.

Deutliche Ergebnisverbesserung auf allen Berichtsebenen

- **EBITDA steigt von minus 1,8 Mio EUR auf plus 22,7 Mio EUR**
- **EBITDA vor IPO-Kosten bei 32 Mio EUR**
- **EBIT steigt von minus 22 Mio EUR auf plus 3,7 Mio EUR**
- **Finanzergebnis verbessert sich von minus 19,1 Mio EUR auf minus 12,3 Mio EUR**

Im operativen Geschäft schreibt Premiere nach einem leichten Minus im Vorjahresquartal nun deutlich schwarze Zahlen. Das EBITDA erreichte im 1. Quartal 2005 22,7 Mio EUR – eine Verbesserung um 24,6 Mio EUR zum Vorjahreszeitraum (–1,8 Mio EUR). Bereinigt um einmalige IPO-Kosten in Höhe von 9 Mio EUR lag das EBITDA bei 32 Mio EUR. Auch auf EBIT-Basis erreichte Premiere die Gewinnzone. Nach Abschreibungen und vor Steuern und Finanzergebnis verzeichnete das Unternehmen ein Ergebnis von 3,7 Mio EUR. Im Vorjahresquartal fiel beim EBIT noch ein Verlust von 22 Mio EUR an. Das Finanzergebnis verbesserte sich um 35,5 Prozent von minus 19,1 Mio EUR auf minus 12,3 Mio EUR. Durch den im März 2005 erfolgten Abbau der Finanzverbindlichkeiten wird Premiere seine Zinsbelastung in den kommenden Quartalen weiter reduzieren können.

Als Netto-Ergebnis verzeichnet Premiere für das 1. Quartal ein Minus von 3,4 Mio EUR (–41,4 Mio EUR). Pro Aktie ergibt die Gewinn- und Verlustrechnung ein Ergebnis in Höhe von minus 0,05 EUR. Im Vergleich zum Vorjahresquartal ist das eine Verbesserung um 94,7 Prozent (–0,94 EUR).

Überzeugendes Bilanzbild nach erfolgreichem Börsengang

- **Eigenkapitalquote steigt auf 58 Prozent**
- **Netto-Finanzverbindlichkeiten sinken auf 84 Mio EUR**

Der erfolgreiche Börsengang der Premiere AG und eine neue Finanzierungsstruktur haben das Bilanzbild substanziell verbessert. Durch die Kapitalerhöhung stieg das Eigenkapital um 326,6 Mio EUR auf 745,5 Mio EUR (31.12.2004: 418,9 Mio EUR). Die Eigenkapitalquote beträgt zum 31.03.2005 58,1 Prozent (32,3 Prozent).

Zeitgleich mit dem Börsengang hat Premiere eine komplette Neufinanzierung zu deutlich verbesserten Konditionen abgeschlossen. Die bestehenden Altkredite wurden mit den Emissionserlösen und einem neuen Betriebsmittelkredit vollständig zurückgeführt. Insgesamt sanken die Netto-Finanzverbindlichkeiten vom 31.12.2004 bis zum 31.03.2005 von 370,2 Mio EUR auf 83,6 Mio EUR.

Steigende Akzeptanz des Programmangebots von Premiere

- **TV-Marktanteil in Abo-Haushalten steigt auf 24,3 Prozent**
- **Attraktivität des Programms weiter ausgebaut**

Die Nutzung des Premiere Programms nimmt weiter zu: Im 1. Quartal stieg der Marktanteil von Premiere an der gesamten Fernsehnutzung in Abonnenten-Haushalten auf 24,3 Prozent (24,0 %). Am 31. März 2005 hat Premiere mit DISCOVERY GESCHICHTE einen neuen Kanal gestartet, der Geschichte und Zeitgeschichte zuschauernah präsentiert. Im Sportbereich hat Premiere im 1. Quartal ein Rechte-Paket an der spanischen Primera División erworben. Bis Ende der Saison 2005/2006 zeigt Premiere pro Spieltag mindestens ein Spiel aus Spaniens höchster Fußball-Spielklasse live und exklusiv im deutschen Fernsehen. Neu im Programm ist auch die Live-Berichterstattung über die Rahmenserie des Deutschen Tourenwagen Masters (DTM). Fortgesetzt wird der im Vorjahresquartal erfolgreich auf Sendung gebrachte BIG BROTHER Kanal. Im Pay-per-View-Bereich wurde im 1. Quartal das als eigenständige Marke geführte Vollerotik-Angebot BLUE MOVIE weiter ausgebaut.

Ausblick 2005: Premiere weiter auf Wachstumskurs

- **Neues Sportportal ab Juni**
- **Premiere Digital-Rekorder (PDR) mit Video-on-Demand-Service ab Juli**
- **HDTV-Angebote ab November**
- **Marketing für Premium-Abos auf 2. Halbjahr 2005 konzentriert**

Premiere bleibt auch im weiteren Verlauf des Jahres 2005 auf Wachstumskurs. Das Wachstum wird im 2. Halbjahr 2005 an Dynamik gewinnen, mit Schwerpunkt im 4. Quartal. Eine Reihe von Innovationen wird dazu beitragen, die Alleinstellung von Premiere im deutschen TV-Markt weiter zu festigen.

Ab 4. Juni setzt Premiere neue Akzente im digitalen Sportfernsehen: Das PREMIERE SPORT Portal ermöglicht Sportfans ein einzigartiges TV-Erlebnis. Abonnenten haben das komplette Sportprogramm von Premiere dann auf einer Portalseite im Blick. Mit moderner Bild-im-Bild-Gestaltung bietet das PREMIERE SPORT Portal einen komfortablen Überblick über alle laufenden Sportübertragungen. Von bis zu 15 Sportereignissen kann Premiere dann parallel berichten – mehr als je zuvor im deutschen Fernsehen.

Im Juli startet PREMIERE DIREKT+, ein neuer Video-on-Demand-Service, der über einen normalen Fernsehanschluss im Wohnzimmer genutzt werden kann. PREMIERE DIREKT+ bietet eine wöchentlich aktualisierte Auswahl von bis zu 30 Filmen – von aktuellen Filmhighlights bis hin zu Vollerotik. Die Filme werden über Nacht auf die Festplatte eines Premiere Digital-Rekorders (PDR) geladen und in mehreren Kategorien übersichtlich abgelegt. Aus dieser Premiere Videothek für zu Hause kann der Zuschauer den Film seiner Wahl gegen Gebühr bestellen und sofort sehen. PREMIERE DIREKT+ und den passenden PDR gibt es zunächst nur für Abonnentenhaushalte mit Satellitenempfang.

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 Brillanz. Ausgestrahlt werden die Programme digital via Satellit über ASTRA. Außerdem wird eine Verbreitung der Premiere HDTV-Programme im Kabel angestrebt.

Kofler: „Premiere wird das Jahr 2005 nutzen, um den Abstand zum herkömmlichen Fernsehangebot zu vergrößern. Wir werden die neue Markenpositionierung ‚Fernsehen Erster Klasse‘ mit Leben füllen. Eine Innovationsoffensive wird dem 2. Halbjahr 2005 ihren Stempel aufdrücken. Damit wecken wir zusätzliche Neugier auf das digitale Fernsehen und machen Lust auf Premiere. Alle Innovationen profilieren Premiere als führende TV-Marke für Premium-Unterhaltung. Die überzeugendsten Produkte sind diejenigen, die man auf den ersten Blick versteht. Das PREMIERE SPORT Portal, PREMIERE DIREKT+ und HDTV erfüllen diese Anforderung. Sie werden ins Auge fallen und ersparen so manches abstrakte Argument über die Vorteile des digitalen Fernsehens. Aufgrund der Innovationsstrategie werden wir die Marketing- und Vertriebsaktivitäten aufs 2. Halbjahr 2005 konzentrieren. Im Fokus der Vermarktung stehen Premium-Abonnements.“

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

Für Rückfragen:

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

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

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

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

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

Kennzahlenüberblick 1. Quartal 2005

Abonnenten	Q1 2005	Q1 2004	Veränderung	
			(absolut)	(in %)
Abonnenten zum 01.01.	3.247.172	2.907.891	339.281	11,7
Nettozuwachs	51.508	47.368	4.140	8,7
Abonnenten zum 31.03.	3.298.680	2.955.259	343.421	11,6
Durchschnittsbestand	3.272.926	2.931.575	341.351	11,6
Kündigungsquote (rollierend, in Prozent) ¹⁾	13,8	12,9	1,0	7,6
ARPU (EUR) ²⁾	287	271	16	5,9

Konzerngewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)	Q1 2005	Q1 2004	Veränderung	
			(absolut)	(in %)
Umsatz	247,4	224,2	23,2	10,3
Kernumsatz	235,1	198,9	36,2	18,2
- Programmabonnements	221,4	187,3	34,1	18,2
- Pay-per-View	8,3	5,4	2,9	52,8
- Werbung	5,5	6,2	-0,7	-11,5
Hardware ³⁾	10,3	17,9	-7,6	-42,4
Sonstige Erlöse	2,0	7,4	-5,4	-73,3
Operative Kosten ⁴⁾	224,7	226,0	-1,4	-0,6
EBITDA ⁵⁾	22,7	-1,8	24,6	>100
Abschreibungen	7,0	8,2	-1,2	-14,5
EBITA ⁶⁾	15,8	-10,0	25,7	>100
Abschreibung auf immaterielle Vermögenswerte	12,1	12,1	0,0	0,0
EBIT ⁷⁾	3,7	-22,0	25,8	>100
Steuern	5,3	-0,2	5,5	>100
Finanzergebnis	-12,3	-19,1	6,8	35,5
Ergebnis	-3,4	-41,4	38,0	91,9
Ergebnis pro Aktie (in EUR)	-0,05	-0,94	0,89	94,7

Konzernbilanz (in Mio EUR)	31.3.2005	31.12.2004	Veränderung	
			(absolut)	(in %)
Bilanzsumme	1.282,0	1.298,8	-16,8	-1,3
Eigenkapital	745,5	418,9	326,6	78,0
Eigenkapitalquote ⁸⁾ (in Prozent)	58,1	32,3	25,9	80,3
Netto-Finanzverbindlichkeiten ⁹⁾	83,6	370,2	-286,5	-77,4

Mitarbeiter	31.3.2005	31.3.2004	Veränderung	
			(absolut)	(in %)
Ganztageskräfte	1.588	1.841	-253	-13,7

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 zwischen dem durchschnittlichen Abonnentenbestand $((\text{Anfangsbestand} + \text{Endbestand})/2)$ und der Anzahl der Kündigungen der letzten 12 Monate. Allein bezogen auf das 1. Quartal liegt die Kündigungsquote bei 12,2 Prozent.
- 2) ARPU: durchschnittlicher Umsatz pro Abonnent aus Abonnements, Pay-per-View sowie Werbung (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 immaterielle Vermögenswerte
- 7) Ergebnis vor Steuern und Finanzergebnis
- 8) Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme
- 9) Finanzverbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel