

1.

Bericht zum 1. Quartal 2005

- **EBITDA steigt auf 22,7 Mio EUR**
- **Umsatz klettert auf 247,4 Mio EUR**
- **Kerngeschäft wächst um 18 Prozent**
- **Abonnentenzahl steigt auf 3,3 Millionen**
- **Netto-Finanzverbindlichkeiten sinken auf 83,6 Mio EUR**
- **Eigenkapitalquote steigt auf 58 Prozent**

Kennzahlen im Überblick

Abonnenten

	Q1/05	Q1/04	Veränderung (absolut)	Veränderung (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 ¹⁾ (in %)	13,8	12,9	1,0	7,6
Kern-ARPU ²⁾ (EUR/annualisiert)	287	271	16	5,9

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

	Q1/05	Q1/04	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
Umsatz (in Mio EUR)	247,4	224,2	23,2	10,3
Kernumsatz	235,1	198,9	36,2	18,2
Programm-Abonnement	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
Hardwareumsatz ³⁾	10,3	17,9	-7,6	-42,4
Sonstige Erlöse	2,0	7,4	-5,4	-73,3
Operative Kosten ⁴⁾ (in Mio EUR)	224,7	226,0	-1,4	-0,6
EBITDA⁵⁾ (in Mio EUR)	22,7	-1,8	24,6	>100
Abschreibungen (in Mio EUR)	7,0	8,2	-1,2	-14,5
EBITA⁶⁾ (in Mio EUR)	15,8	-10,0	25,7	>100
Abschreibung auf Abonnentenstamm (in Mio EUR)	12,1	12,1	0,0	0,0
EBIT⁷⁾ (in Mio EUR)	3,7	-22,0	25,8	>100
Steuern (in Mio EUR)	5,3	-0,2	5,5	>100
Finanzergebnis (in Mio EUR)	-12,3	-19,1	6,8	35,5
Ergebnis (in Mio EUR)	-3,4	-41,4	38,0	91,9
Ergebnis pro Aktie (in EUR)	-0,05	-0,94	0,89	94,7

Konzernbilanz

	31.03.2005	31.12.2004	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
Bilanzsumme (in Mio EUR)	1.282,0	1.298,8	-16,8	-1,3
Eigenkapital (in Mio EUR)	745,5	418,9	326,6	78,0
Eigenkapitalquote ⁸⁾ (in %)	58,1	32,3	25,9	80,3
Netto-Finanzverbindlichkeiten ⁹⁾ (in Mio EUR)	83,6	370,2	-286,5	-77,4

Mitarbeiter

	31.03.2005	31.03.2004	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
Ganztageskräfte	1.588	1.841	-253	-13,7

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

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

Inhalt

Lagebericht

Wirtschaftliches Umfeld	6
Umsatz- und Ertragslage	8
Geschäftsverlauf	11
Vermögens- und Finanzlage	14
Aktie	16
Forschung und Entwicklung	17
Organisation und Mitarbeiter	19
Ausblick	21

Quartalsabschluss

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung	23
Konzernbilanz	24
Eigenkapitalveränderungsrechnung	26
Konzernkapitalflussrechnung	27

Konzernanhang

Grundlagen und Methoden	29
Wesentliche Einflüsse auf den Konzernzwischenabschluss	30
Sonstige Erläuterungen	33
Finanzkalender	35
Kontakt	35

Lagebericht

Wirtschaftliches Umfeld

- **Verhaltenes Wirtschaftswachstum**
- **Markt für werbefinanziertes Fernsehen stagniert**
- **Digitalisierung des Fernsehens weiterhin dynamisch**
- **Politik begrenzt Expansion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks**

Die deutsche Wirtschaft hat zum Jahresanfang 2005 wieder etwas zugelegt und den im zweiten Halbjahr 2004 unterbrochenen Aufwärtstrend fortgesetzt. Im ersten Quartal dieses Jahres stieg das Bruttoinlandsprodukt als wichtigster Indikator der Wirtschaftskonjunktur um 0,5 Prozent und hat damit den leichten Rückgang im vierten Quartal 2004 kompensiert (Quelle: Deutsche Bundesbank).

Für das Gesamtjahr rechnen die führenden Wirtschaftsinstitute allerdings mit einem verlangsamten Wachstum gegenüber dem letzten Jahr und haben ihre Prognosen vom Herbstgutachten 2004 mittlerweile sogar halbiert. Die Wirtschaftsweisen rechnen in ihrer Gemeinschaftsdiagnose vom April 2005 nur noch mit einem um den Arbeitstage-Effekt bereinigten Wachstum von 0,7 Prozent gegenüber 1,7 Prozent in 2004. Damit würde Deutschland erneut deutlich hinter den globalen Wachstumsperspektiven zurückbleiben, die bei einer Zunahme der Wirtschaftsleistung um gut vier Prozent liegen (Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit). Wachstumsmotor in Deutschland ist unverändert die Nachfrage aus dem Ausland, von der Binnenwirtschaft gingen bislang keine konjunkturellen Impulse aus.

Trotz des insgesamt verlangsamten Wachstums wird allerdings in dem für Premiere wichtigsten Bereich eine leichte Dynamik für das Gesamtjahr

prognostiziert: Nach Jahren der Stagnation und des Rückgangs sollen die Konsumausgaben der privaten Haushalte in 2005 um 0,7 Prozent leicht ansteigen (Quelle: Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit).

Free-TV erwartet Rückgang der Werbeeinnahmen

Entsprechend der Gesamtkonjunktur hat auch der Brutto-Werbemarkt in Deutschland zulegen können. Insgesamt stiegen die Brutto-Werbeinvestitionen in den klassischen Medien im ersten Quartal 2005 um 4 Prozent auf 4,32 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahresquartal. Die höchsten Umsätze innerhalb der Mediengattungen verbucht nach wie vor das Fernsehen mit 1,8 Milliarden Euro, kann aber mit einem Plus von 2,6 Prozent im Vergleich zum ersten Quartal 2004 am Gesamtwachstum erneut nur unterdurchschnittlich partizipieren (Quelle: Nielsen S+P). Die Brutto-Werbeentwicklung ist jedoch nur bedingt aussagefähig, da sie beispielsweise mögliche Rabatte der Sender nicht berücksichtigt. Auf Basis der erwarteten Netto-Werbeinnahmen erwarten beide großen Free-TV-Sender-Gruppen, ProSiebenSat.1 und RTL, einen schrumpfenden TV-Werbemarkt für das Jahr 2005.

Begrenzung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Nach Jahren ungebremster Expansion stehen die Zeichen im öffentlich-rechtlichen Rundfunksektor auf Sparen. ARD und ZDF konnten ihre ursprüngliche Forderung einer Gebührenerhöhung von mehr als zwei Euro pro Monat und TV-Haushalt zum 1. Januar 2005 nicht durchsetzen. Erstmals hat die Politik sogar die von der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfes der Rundfunkanstalten (KEF) vorgeschlagene Gebührenerhöhung von 1,09

Euro unterlaufen. Nach der Zustimmung durch die deutschen Landesparlamente stiegen die Rundfunkgebühren 2005 zum 1. April um 88 Cent. Gegenwind verspürt der öffentlich-rechtliche Rundfunk auch aus Brüssel. In einem Schreiben an die Bundesregierung vom 3. März 2005 ist die EU-Wettbewerbskommission zu der Auffassung gekommen, dass das System zur Finanzierung des öffentlichen Rundfunks in Deutschland nicht mit dem gemeinsamen Markt vereinbar ist. Kritisiert werden unter anderem die kommerziellen Online-Aktivitäten von ARD und ZDF, der Erwerb von Sportrechten, die Quersubvention und die fehlende Transparenz von Produktionstöchtern. Außerdem wurde eine konkretere Definition der Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gefordert. Es ist daher zu erwarten, dass der Grundversorgungsauftrag mindestens auf den heutigen Stand beschränkt bleibt. Eine Ausweitung des derzeitigen öffentlich-rechtlichen Programmangebots ist daher nicht zu erwarten.

Auch das digitale Angebot der öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten wird begrenzt. Mit Inkrafttreten des Achten Rundfunkänderungsstaatsvertrags am 1. April 2005 ist einer beliebigen Ausweitung des bestehenden öffentlich-rechtlichen digitalen Programmbouquets ebenso ein Ende gesetzt wie der Umwandlung heutiger Info- und Kultursparten in Sportkanäle. Die notwendige Anpassung der regulatorischen Rahmenbedingungen für einen freien und ungehinderten Wettbewerb im digitalen Fernsehzeitalter ist damit einen weiteren wichtigen Schritt vorangekommen.

Der Sparkurs der werbefinanzierten Sender und die politischen Beschränkungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks werden sich nach Einschätzung des Premiere Managements positiv auf die Wahrnehmung der TV-Marke Premiere auswirken. Das Umfeld erlaubt eine klarere Profilierung als Anbieter von Qualitätsprogrammen.

TV-Konsum auf hohem Niveau

Fernsehen bleibt eine der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen der Deutschen. Der Gesamtkonsum ist im vergangenen Jahr sogar noch weiter gestiegen. Jeder Bundesbürger hat 2004 pro Tag durchschnittlich 210 Minuten mit Fernsehen verbracht. Das sind sieben Minuten mehr als 2003 (Quelle: Media Perspektiven).

Über sieben Millionen digitale Fernsehhaushalte

Die Digitalisierung des Fernsehens entwickelt sich weiterhin dynamisch. Die Anzahl der Haushalte in Deutschland, die ihr Fernsehsignal auf digitalem Wege empfangen, lag zum Jahresende 2004 mit 7,1 Millionen bei einem Anteil von 18,7 Prozent (Quelle: SES Astra, Satelliten Monitor, TNS Infratest).

Umsatz- und Ertragslage

- **Gesamtumsatz steigt um 10,3 Prozent auf 247,4 Mio EUR**
- **Kerngeschäft: Umsatz wächst um 18,2 Prozent auf 235,1 Mio EUR**
- **Operative Kosten stabil**
- **EBITDA verbessert sich auf 22,7 Mio EUR**
- **EBITDA vor IPO-Kosten bei 32 Mio EUR**

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. Das Kerngeschäft mit Programm-Abos, Pay-per-View und Werbung gewinnt im Umsatz-Mix von Premiere weiter an Gewicht. Der Umsatz im Kerngeschäft nahm um 18,2 Prozent auf 235,1 Mio EUR (Q1 2004: 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.

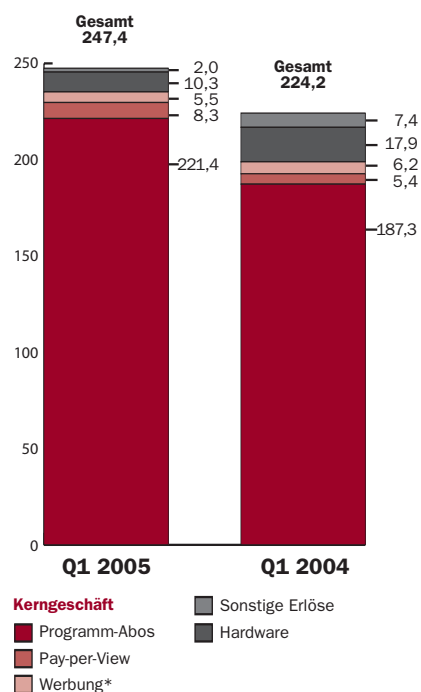
Die Erlöse aus Programm-Abonnements kletterten um 18,2 Prozent auf 221,4 Mio EUR (187,3 Mio EUR). Das Pay-per-View-Geschäft legte um 52,8 Prozent auf 8,3 Mio EUR (5,4 Mio EUR) zu. Die Erlöse im Bereich Werbung blieben mit 5,5 Mio EUR im Vergleich zum Vorjahresquartal (6,2 Mio EUR) nahezu unverändert,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

Insgesamt stieg der durchschnittliche Jahresumsatz pro Abonnent (ARPU, Average Revenue Per User; annualisiert) im Kerngeschäft auf 287 EUR.

Das sind 16 EUR (5,9 Prozent) mehr als im 1. Quartal 2004 (271 EUR).

Außerhalb des Kerngeschäfts, im Bereich Hardware, ging der Umsatz planmäßig 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 Geschäftsjahresende 2004 ist der Rückzug aus dem Technikgeschäft abgeschlossen. Entsprechend sanken die sonstigen Umsatzerlöse auf 2,0 Mio EUR (7,4 Mio EUR).

Umsatz-Mix Premiere (in Mio EUR)



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

Stabile Kostenstruktur

Die Kostenstruktur von Premiere blieb im 1. Quartal 2005 stabil. Der Aufwand inklusive Abschreibungen lag bei 231,6 Mio EUR (234,2 Mio EUR).

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 Einsparungen hingegen brachten die Einstellung der eigenen Programmzeitschriften sowie Effizienzgewinne im Kundenmanagement. Die Kosten sanken auf 12,6 Mio EUR (28,6 Mio EUR). Damit konnte der Zuwachs der Programmkosten kompensiert werden.

Übertragungskosten und Aufwendungen für Receiver blieben annähernd stabil. Während die Übertragungskosten leicht auf 25,0 Mio EUR stiegen (22,9 Mio EUR), gingen die Aufwendungen für Receiver auf 20,7 Mio EUR (21,8 Mio EUR) zurück.

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).

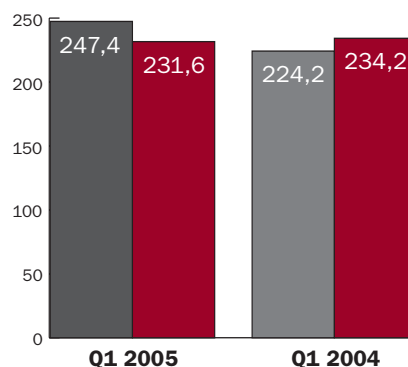
Durch erhöhte Aufwendungen im Zusammenhang mit dem erfolgreichen Börsengang von Premiere stiegen die allgemeinen Verwaltungskosten auf 20,5 Mio EUR (17,3 Mio EUR).

Die sonstigen betrieblichen Erträge verbesserten sich leicht auf 9,9 Mio EUR (8,4 Mio EUR), die

sonstigen betrieblichen Aufwendungen sanken auf 1,2 Mio EUR (2,0 Mio EUR).

Die planmäßigen Abschreibungen auf den Abonnentenstamm lagen wie im Vorjahresquartal bei 12,1 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.

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

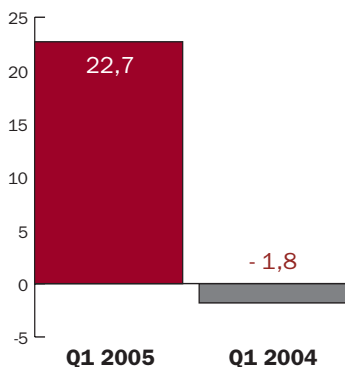


*Basis: IFRS; operative Kosten inkl. Abschreibungen

Positives operatives Ergebnis

Die gesamten operativen Kosten (ohne Abschreibungen und saldiert mit dem sonstigen betrieblichen Ergebnis) blieben mit 224,7 Mio EUR konstant (226,0 Mio EUR). Das positive operative Ergebnis untermauert den anhaltenden Aufwärtstrend von Premiere: Das EBITDA (Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen) verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr von minus 1,8 Mio EUR um 24,6 Mio EUR auf 22,7 Mio EUR. Bereinigt um einmalige Kosten für den Börsengang in Höhe von 9 Mio EUR lag das EBITDA im 1. Quartal 2005 bei 32 Mio EUR.

EBITDA* (in Mio EUR)



*Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen

Finanzergebnis: Zinsbelastung nimmt ab

Das Finanzergebnis verbesserte sich erheblich, um 35,5 Prozent von minus 19,1 Mio EUR auf minus 12,3 Mio EUR. Hier machte sich bereits die neue Finanzierungsstruktur bemerkbar. Zeitgleich mit dem Börsengang im März 2005 hat Premiere eine komplette Neufinanzierung vorgenommen, alle Altkredite wurden zurückgeführt. Die Netto-Finanzverbindlichkeiten sanken auf 83,6 Mio EUR. Durch den Abbau der Finanzverbindlichkeiten wird die Zinsbelastung von Premiere zukünftig weiter substantiell reduziert.

Nettoergebnis nur noch leicht negativ

Die Gewinn- und Verlustrechnung für das 1. Quartal 2005 weist ein Ergebnis vor Steuern in Höhe von minus 8,6 Mio EUR auf (-41,1 Mio EUR). Damit verbesserte Premiere sein Vorsteuerergebnis um 32,5 Mio EUR. Latente Steuererträge in Höhe von 5,3 Mio EUR führten zu einem Periodenergebnis von minus 3,4 Mio EUR (-41,4 Mio EUR).

Ergebnis pro Aktie

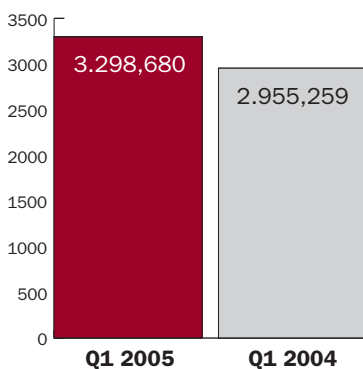
Pro Aktie ergibt die Gewinn- und Verlustrechnung ein Ergebnis in Höhe von minus 0,05 EUR. Im Vergleich zum Vorjahresquartal ist das eine Verbesserung um 94,7 Prozent (-0,94 EUR).

Geschäftsverlauf

- **Abonnentenzahl steigt auf 3,3 Millionen**
- **Programmangebot: Neuer Themenkanal gestartet, Serien- und Sportbereich ausgebaut**
- **Marketing und Vertrieb: Kundenbindung im Fokus**

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.

Abonnentenzahl (in Tsd.)



Programmangebot gestärkt

Premiere hat sein exklusives und vielfältiges Programmangebot im ersten Quartal 2005 durch neue Verträge im Film- und Sportbereich erweitert. Zusätzliche Akzente hat das Unternehmen auch bei PREMIERE PLUS gesetzt: Mit dem Start von DISCOVERY GESCHICHTE ging am 31. März 2005 bei Premiere ein neuer Dokumentationskanal on air, der Geschichte und Zeitgeschichte zuschauer-nah präsentiert. Der von Discovery Networks Europe veranstaltete 24-Stunden-Sender bietet ein speziell auf Deutschland zugeschnittenes Programm, darunter exklusive Inhalte von Spiegel TV. Der neue Kanal kann einzeln für drei Euro im Monat oder als Bestandteil von PREMIERE PLUS abonniert werden.

Verträge mit allen wichtigen Produzenten aus den USA und den großen europäischen Märkten sichern Premiere die Erstausstrahlungsrechte für internationale Kino- und Serienhits sowie den Zugriff auf Produktionen unterschiedlicher Genres aus 30 Jahren Filmgeschichte. Ergänzt wurde der umfangreiche Rechtestock im März 2005 durch eine Vereinbarung über deutsche Produktionen. Der mehrjährige Programmzuliefervertrag umfasst Serien und Fernsehfilme aus den Genres Drama, Komödie und Romantik, die ab Mai auf PREMIERE SERIE ausgestrahlt werden. Zu den Programmen zählen Erfolgsserien wie „Samt und Seide“, „Girlfriends“, „Unser Lehrer Dr. Specht“, „Die Nesthocker“ und „Die Biester“.

Im Sportbereich ergänzte Premiere sein vielfältiges und exklusives Angebot im März durch den Erwerb eines Rechte-Pakets an der spanischen Primera División. Premiere hat sich mit der Rechte-Inhaberin Media-Pro auf einen neuen Vertrag bis einschließlich der Saison 2005/2006 geeinigt und

zeigt pro Spieltag mindestens ein Spiel aus Spaniens höchster Fußball-Spielklasse live und exklusiv im deutschen Fernsehen.

Rund 50 Stunden umfasst die Live-Berichterstattung von Premiere über die Rahmenserien des Deutschen Tourenwagen Masters (DTM). Auf eine entsprechende Vereinbarung haben sich Premiere und der Lizenzinhaber Internationale Tourenwagen-Rennen (ITR e.V.) im März geeinigt. Wie in den letzten beiden Jahren überträgt Premiere auch in der Saison 2005 neben der Formel 3 Euro Serie die Formel BMW ADAC Meisterschaft, den Porsche Carrera Cup, den Seat Cup und den ADAC VW Polo Cup.

Erfolge im Geschäftskundenvertrieb

Auch im Bereich Geschäftskunden verlief der Start ins neue Jahr erfolgreich: Im März 2005 hat sich das 1000ste Hotel für Premiere entschieden. Unter dem Namen PREMIERE HOTEL bietet Premiere ein speziell auf Hotels und Kliniken zugeschnittenes „Free-to-Guest“-Produkt an. Hotels und Kliniken können aus insgesamt 17 Kanälen ihr individuelles Wunschbouquet zusammenstellen. Mit der zweiten Produktlinie Hotel-Pay-TV können Hotelbetreiber ihren Gästen mit nur geringem Aufwand erstklassige TV-Unterhaltung auf fünf Kanälen in digitaler Qualität bieten.

Gastwirte sind nach wie vor wichtige Geschäftskunden von Premiere. Die Premiere Sportsbars werden regelmäßig zu „Live-Arenen“ großer Sportereignisse. Das Gastro-Angebot beinhaltet das komplette Programm von PREMIERE SPORT 1 und 2.

Pay-per-View: 1,6 Millionen Tickets verkauft

Analog zur wachsenden Anzahl der Premiere Abonnenten stiegen auch die Bestellungen für die Pay-per-View-Angebote auf PREMIERE DIREKT: Knapp 1,6 Mio verkaufte Tickets im Berichtszeitraum bedeuten eine Zunahme von 13 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (Q1 2004: 1,4 Mio). Die Abonnenten bestellten insbesondere Tickets für BIG BROTHER 24 STUNDEN LIVE! und das Vollerotik-Angebot BLUE MOVIE. Das Angebot des Erotik-Telemediendienstes wurde im Februar 2005 ausgebaut. Insgesamt werden jetzt jeden Tag sechs Titel angeboten, pro Monat stehen 20 neue Filme zur Auswahl.

Wegfall von Print-Werbung kompensiert

Im Bereich Werbung gelang es Premiere im Berichtszeitraum die Umsatzausfälle zu kompensieren, die im Vergleich zum Vorjahresquartal durch die Aufgabe der Verlagsaktivitäten im 2. Quartal 2004 entstanden. Im April 2004 wurde die Programmzeitschrift „tv kofler“ eingestellt, im Juni 2004 das Premiere Magazin. Die Umsatzeinbußen konnten durch gestiegene Erlöse in der TV-Werbevermarktung und Erlöse aus Direktmarketing nahezu vollständig kompensiert werden.

Einen namhaften neuen TV-Werbepartner gewann Premiere zum Jahresauftakt mit der Volkswagen AG. VW wirbt exklusiv als einziges Unternehmen aus der Automobilbranche in der Rückrunde 2004/2005 mit TV-Spots im Umfeld aller Übertragungen aus der 1. Fußball-Bundesliga. Darüber hinaus hat Premiere im ersten Quartal 2005 die Vermarktung exklusiver Werbeflächen im Umfeld

der Live-Übertragungen des FIFA Konföderationen-Pokals 2005 sowie der Spiele der FIFA Fußballweltmeisterschaft 2006™ gestartet.

Im Januar 2005 startete Premiere im Internet unter <http://media.premiere.de> ein eigenes Mediaportal. Das Angebot informiert potenzielle Mediapartner umfassend über die breitgefächerten Werbe- und Kooperationsmöglichkeiten bei Premiere.

gutgeschrieben. Premiere Stars gibt es beispielsweise für den Umsatz mit dem jeweiligen Abo, für PREMIERE DIREKT Bestellungen oder für Freundschaftswerbung. Die Bonuspunkte können gegen attraktive Programm- und Sachprämien eingelöst werden. Darüber hinaus winken bei Premiere Stars exklusive Prämien, die man für Geld nicht kaufen kann, wie ein VIP-Bundesligaticket, ein Blick hinter die Kulissen von Hollywood oder eine Reise zur Golden-Globe-Verleihung.

Marketing, Vertrieb und Kundenmanagement

Nach der 2004 erfolgten Neuordnung des Bereichs stand im Vertrieb das erste Quartal im Zeichen von Kontinuität und Ausbau der erfolgreichen Vermarktungswege. Premiere ist heute in Deutschland und Österreich über 15 verschiedene Vertriebskanäle flächendeckend für jeden erhältlich.

Im Marketing stand im 1. Quartal 2005 eine breit angelegte Kampagne zum Börsengang der Premiere AG im Mittelpunkt. Unter dem Motto „Premiere heißt Erster sein“ schlug die TV- und Printkampagne verständlich und überzeugend den Bogen vom vielfältigen und exklusiven Programm hin zu den Wachstumschancen des Abo-Senders. Neben den Privatanlegern wurden die Premiere Abonnenten gezielt mit Spots, Mailings und Beilegern angesprochen.

Im Januar 2005 startete Premiere ein Bonusprogramm für Abonnenten: Premiere Stars. Mit dem in der europäischen Fernsehindustrie bislang einzigartigen Kundenbindungsprogramm können Premiere Abonnenten Bonuspunkte sammeln und gegen attraktive Prämien einlösen. Je länger und je stärker der Abonnent Premiere nutzt, umso mehr Bonuspunkte – Premiere Stars – werden ihm

Vermögens- und Finanzlage

- **Bilanzbild substantiell verbessert**
- **Eigenkapitalquote steigt auf 58 Prozent**
- **Netto-Finanzverbindlichkeiten sinken auf 83,6 Mio EUR**

Die Bilanzsumme verringerte sich im Vergleich zum Jahresende 2004 um 1,3 Prozent auf 1.282,0 Mio EUR (31.12.2004: 1.298,8 Mio EUR). Der Börsengang und eine neue Finanzierungsstruktur verbesserten die Bilanzrelationen jedoch signifikant.

Das Eigenkapital stieg um 326,6 Mio EUR auf 745,5 Mio EUR (418,9 Mio EUR). Die deutliche Stärkung der Eigenkapitalbasis resultierte aus der im Rahmen des Börsengangs vorgenommenen Kapitalerhöhung. Das gezeichnete Kapital erhöhte sich durch die Ausgabe von 12 Millionen neuen Aktien um 12,0 Mio EUR. Das Aufgeld aus der Ausgabe der neuen Anteile, nach Berücksichtigung von Kapitalbeschaffungskosten und latenten Steuereffekten, betrug 314,9 Mio EUR. Die Eigenkapitalquote beträgt zum Ende des 1. Quartals 2005 58,1 Prozent (32,3 Prozent).

Mit dem Börsengang erfolgte eine komplette Neufinanzierung zu deutlich verbesserten Konditionen. Die bestehenden Altkredite – der alte Betriebsmittelkredit und die begebenen Anleihen – wurden unter Verwendung der Emissionserlöse und des Mittelzuflusses aus der Inanspruchnahme eines neuen Betriebsmittelkredits in Höhe von 100,0 Mio EUR vollständig zurückgeführt. Als Folge der neuen Finanzierungsstruktur und planmäßiger Tilgungen von Leasingverbindlichkeiten sanken die gesamten Finanzverbindlichkeiten um 72,0 Prozent auf 120,9 Mio EUR (431,2 Mio EUR). Die Netto-Finanzverbindlichkeiten betragen zum Quartalsstichtag 83,6 Mio EUR (370,2 Mio EUR).

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen nahmen vor allem aufgrund der Tilgung von Verbindlichkeiten aus dem Erwerb von Receivern ab. Die Rechnungsabgrenzungsposten gingen ebenfalls zurück. Der Rückgang resultierte aus der Auflösung der abgegrenzten Einzahlungen von im Voraus bezahlten Abonnements, die linear über die Laufzeit der Abonnements als Umsatz erfasst werden. Der deutliche Abbau der sonstigen Schulden ergab sich im Wesentlichen aufgrund der Zeitwertanpassungen bei derivativen Devisenterminkontrakten, der Erfüllung der Verpflichtungen gegenüber Arbeitnehmern und der Tilgung von Umsatzsteuerverbindlichkeiten. Dagegen erhöhten sich die passiven latenten Steuern. Im Gegensatz zur Handelsbilanz werden die immateriellen Vermögenswerte Markenzeichen und Goodwill in der Steuerbilanz planmäßig abgeschrieben.

Die gesamten Aktiva (ohne flüssige Mittel) stiegen leicht um 6,9 Mio EUR auf 1.244,7 Mio EUR (1.237,8 Mio EUR). Ausschlaggebend für diese Entwicklung waren der starke Anstieg der geleisteten Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte und die deutliche Erhöhung der Rechnungsabgrenzungsposten. Für die Bereitstellung der neuen Kreditlinien fielen Zinsaufwendungen an, die aktivisch abgegrenzt wurden. Darüber hinaus führte die Aktivierung zusätzlicher steuerlicher Verlustvorträge zu einem starken Aufbau der aktiven latenten Steuern. Demgegenüber standen die Abnahme der Vorräte aufgrund der vorgenommenen Abwertung sowie der Receiververkäufe an Händler und Neuabonnenten, der deutliche Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen infolge des Ausgleichs fälliger Forderungen, insbesondere durch Händler, und der planmäßige Werteverzehr der immateriellen Vermögenswerte und des Sachanlagevermögens.

Hoher Mittelzufluss aus Emissionserlösen

Der Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit erhöhte sich nur leicht gegenüber dem 1. Quartal 2004 um 2,3 Mio EUR auf 29,5 Mio EUR (Q1 2004: 27,2 Mio EUR).

Der Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit ging gegenüber dem Vorjahresquartal um 0,9 Mio EUR auf 1,0 Mio EUR zurück. Die Investitionen betrafen im Wesentlichen die immateriellen Vermögenswerte und das Sachanlagevermögen.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit verbesserte sich um 14,2 Mio EUR auf 6,7 Mio EUR. Die Emissionserlöse in Höhe von 332,1 Mio EUR und der Mittelzufluss aus der Inanspruchnahme des neuen Kredits wurden zur Tilgung der bestehenden Finanzverbindlichkeiten einschließlich Zinsen, vor allem zur vollständigen Rückführung des alten Betriebsmittelkredits und der begebenen Anleihen, verwendet.

Insgesamt verfügte Premiere zum Quartalsstichtag über flüssige Mittel in Höhe von 37,3 Mio EUR. Im Vergleich zum 31. Dezember 2004 ging der Bestand an flüssigen Mitteln um 23,7 Mio EUR zurück.

Aktie

Der Börsengang der Premiere AG am 9. März 2005 war ein großer Erfolg. In der Bookbuildingphase vom 23. Februar bis 8. März 2005 haben Anleger 525 Millionen Aktien im Gesamtwert von 14,5 Mrd EUR gezeichnet. Die Emission war damit insgesamt mehr als 12,3fach überzeichnet. Der Emissionspreis der Premiere Aktie lag mit 28,00 EUR am oberen Ende der Preisspanne. Es wurden 42,1 Millionen Aktien platziert. 24,6 Millionen Aktien zuzüglich einer Mehrzuteilungsoption von 5,5 Millionen stammten aus Beständen der Altaktionäre, 12 Millionen Aktien aus einer Kapitalerhöhung. Das Emissionsvolumen lag bei 1,179 Mrd EUR. Der Börsengang der Premiere AG war die bislang größte Neuemission eines deutschen Medienunternehmens. Nach Börsengang und Kapitalerhöhung weist die Premiere AG einen Gesamtbestand von 82 Millionen Aktien aus.

Premiere hat Privatanleger bei der Zuteilung der Aktien bevorzugt behandelt. 30 Prozent aller angebotenen Aktien, 12,6 Millionen Stück, wurden Privatanlegern zugeteilt. 70 Prozent der angebotenen Aktien gingen an institutionelle Anleger. 39 Prozent der angebotenen Aktien wurden bei inländischen Aktionären, 32 Prozent in Großbritannien, 15 Prozent im restlichen Europa und 14 Prozent in den USA platziert.

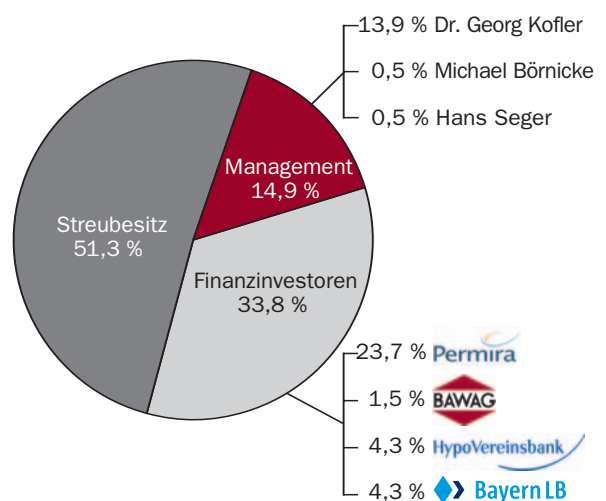
Der erste festgestellte Kurs der Premiere Aktie lag mit 30,50 EUR 9 Prozent über dem Emissionspreis von 28,00 EUR. Die positive und stabile Kursentwicklung der Premiere Aktie resultierte vor allem aus Zukäufen institutioneller Anleger in den ersten Handelstagen. In einem relativ stabilen Marktumfeld entwickelte sich die Premiere Aktie parallel zum Dax und MDAX auf einem durchgängig hohen Niveau. Zum Stichtag 31. März 2005 schloss die Premiere Aktie mit 31,95 EUR. Der Kurs lag damit um 14 Prozent über dem Emissionspreis.

Auf Basis des Schlusskurses per 31. März 2005 von 31,95 EUR ergibt sich eine Marktkapitalisierung von 2,6 Mrd EUR und eine Free-Float-Kapitalisierung von 1,3 Mrd EUR.

Mit der hohen Free-Float-Kapitalisierung und dem hohen durchschnittlichen Handelsvolumen erfüllt die Premiere AG wichtige Voraussetzungen für die Aufnahme in den MDAX.

Die Aktionärsstruktur

Von dem Gesamtbestand von 82 Millionen Aktien sind 51,3 Prozent im Streubesitz. Die restlichen Aktien werden von Finanzinvestoren (33,8 %) sowie dem Premiere Management (14,9 %) mit sechs- bzw. zwölfmonatigen Lock-up-Fristen gehalten.



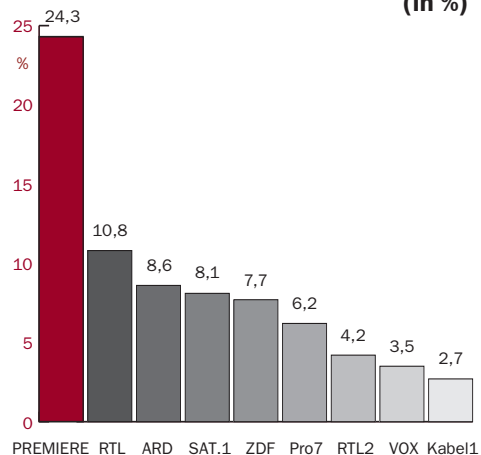
Forschung und Entwicklung

- **Zuschauerforschung: Premiere Nutzung in Abo-Haushalten steigt auf 24,3 Prozent**
- **Neue Programmformate schärfen Profil**
- **Innovative Technologien für neues TV-Erlebnis**

Die Hauptrolle bei Premiere spielt immer der Zuschauer. Deshalb betreibt der Abo-Sender selbst umfassende Zuschauerforschung. Ein eigenes digitales Panel mit über 500 Haushalten misst rund um die Uhr die Nutzung des TV-Programms in Premiere Haushalten. Die Zuschauerforschung liefert damit wesentliche Erkenntnisse für Rechteerwerb, Programmgestaltung und Werbevermarktung. Darüber hinaus geben regelmäßige Befragungen Aufschluss über Kundenzufriedenheit und Kündigungsbereitschaft. In Kombination mit den Kundeninformationen ergibt sich für Premiere eine äußerst umfangreiche Datenmatrix als Basis für die kontinuierliche Optimierung des Angebots.

Mit 24,3 Prozent war der Premiere Anteil an der TV-Nutzung im 1. Quartal 2005 fast so hoch wie der kumulierte Anteil von RTL, SAT.1 und ProSieben, die zusammen 25,1 Prozent erreichten. Die meiste Zeit verbrachten die Abonnenten mit den Themenkanälen (52,4 Prozent). Die sieben Kinokanäle, PREMIERE 1 bis PREMIERE 7, vereinigten 26,6 Prozent auf sich, PREMIERE SPORT 1 und 2 brachten es zusammen auf 20,9 Prozent.

TV-Marktanteil in Premiere Haushalten*
(in %)



*Basis: Zuschauer ab 3 Jahren, Deutschland, Q1 2005,
Quelle: Modata GmbH/Premiere Panel

Neuer Themenkanal vor dem Start

Am 1. Juni geht bei Premiere mit FOCUS GESUNDHEIT das erste deutschsprachige Gesundheits-TV auf Sendung. Der Fernsehsender widmet sich ausschließlich den Themen Medizin, Forschung, Fitness, Wellness, Ernährung und Schönheit. Produziert und veranstaltet wird das 24-Stunden-Programm von der Focus TV Produktions GmbH, der Fernsehtochter des Nachrichtenmagazins „Focus“.

Alles auf einen Blick im PREMIERE SPORT Portal

Neu ins Bild setzt Premiere außerdem sein Sportangebot: Ab Anfang Juni haben Premiere Abonnenten das komplette Angebot auf einer Portalseite im Blick. Mit moderner Bild-im-Bild-Gestaltung wird die neue Einstiegsseite dem Zuschauer einen komfortablen Überblick über alle zum jeweiligen Zeitpunkt laufenden Sportübertragungen und Services bieten. Dank der aus den Formel-1- und Fußball-Bundesliga-Übertragungen bekannten Multifeed-Technologie bietet das neue PREMIERE SPORT Portal den einfachen und direkten Zugriff auf bis zu 15 parallel ausgestrahlte Sportübertragungen. So kann der Abo-Sender in Zukunft mehr Sportereignisse als je zuvor im deutschen Fernsehen gleichzeitig ausstrahlen.



Spitzensport bei Premiere: ab Juni auf einen Blick im PREMIERE SPORT Portal



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

Aus technologischen Innovationen des digitalen Fernsehens heraus entwickelt Premiere auch komplett neue Programmangebote: Auf Basis eines innovativen digitalen Videorekorders startet im Juli mit PREMIERE DIREKT+ ein neuer Video-on-Demand-Service, der über einen normalen Fernsehanschluss genutzt werden kann. Der Dienst bietet Premiere Abonnenten eine wöchentlich aktualisierte Auswahl von bis zu 30 Filmen. Die Filme werden auf die Festplatte des Geräts gespielt und sind in mehreren Kategorien übersichtlich abgelegt. Aus dieser Videothek für zu Hause kann der Zuschauer den Film seiner Wahl gegen Gebühr direkt bestellen und sofort sehen.

Für November 2005 ist der Start des ersten Programm-Bouquets im hochauflösenden

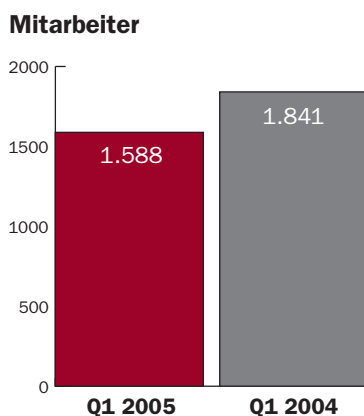
PREMIERE HD

Fernsehformat HDTV geplant. Auf drei Kanälen erleben Premiere Abonnenten Filme, Dokumentationen und Live-Sport in nie gekannter Brillanz.

Organisation und Mitarbeiter

- **Nach Outsourcing sinkt Mitarbeiterstamm auf 1.588 Ganztageskräfte**
- **Premiere AG: neuer Arbeitgeber für 150 Mitarbeiter**
- **Neues Tochterunternehmen PI Systems für IT-Dienstleistungen gegründet**

Zum Stichtag 31. März 2005 beschäftigte die Premiere Gruppe 1.588 Mitarbeiter in Vollzeit. Das sind 253 weniger als zum Ende des Vorjahresquartals (1.841). Der Rückgang ist größtenteils auf den Verkauf der DPC Digital Playout Center GmbH sowie Umstrukturierungen bei der Premiere Österreich GmbH zurückzuführen.



Die Premiere AG: neuer Arbeitgeber für 150 Mitarbeiter

Die Premiere AG, in der alle unternehmerischen Aktivitäten der Premiere Gruppe gebündelt sind, agiert als Steuerungszentrale in strategischen und kaufmännischen Funktionen sowie in den Dienstleistungssegmenten Personal, Recht und Kommunikation für sämtliche Beteiligungsgesell-

schaften der Gruppe. Im November 2004 wurde die Premiere AG in das Handelsregister München eingetragen, am 1. Januar 2005 erfolgte der Betriebsübergang von 141 Mitarbeitern in die neue Dachgesellschaft. Seitdem baute die Premiere AG ihren Personalbestand um neun Mitarbeiter aus und beschäftigte zum Ende des ersten Quartals 2005 insgesamt 150 Mitarbeiter in Vollzeit.

Mitarbeiter als Unternehmer

Nach dem Börsengang im März 2005 hält das Premiere Management rund 15 Prozent an Premiere. Unternehmertum ist bei Premiere damit nicht nur ein leeres Wort. Auch über den Vorstand hinaus haben sich zahlreiche Premiere Mitarbeiter als Aktionäre an „ihrer Firma“ beteiligt.

Gut ausgebildete und motivierte Mitarbeiter, die unternehmerisch denken und handeln, sind einer der größten Aktivposten eines Unternehmens. Mit einheitlichen Organisationsstrukturen und klaren Kommunikations- und Führungsrichtlinien hat Premiere über das Projekt „Shape“ im 2. Halbjahr 2004 die Rahmenbedingungen für mehr Kreativität, Eigenverantwortung und Leistungsbereitschaft verbessert. Bereits im 1. Quartal 2005 wurden eine Vielzahl zielgerichteter Personalentwicklungsmaßnahmen umgesetzt, die vom Coaching über persönliche Trainings bis hin zu Team-Seminaren reichen.

**Konzentration auf das Kerngeschäft:
Neues Tochterunternehmen PI Systems**

Im Zuge der konsequenten Konzentration auf das Kerngeschäft hat Premiere zum 15. März 2005 den operativen IT-Bereich in die PI Systems (Premiere Information Systems GmbH) ausgelagert. Die neue Gesellschaft ist eine hundertprozentige Tochter von Premiere und agiert künftig als IT-Dienstleister für die Premiere Gruppe. Geschäftsführer sind die Premiere Vorstände Dr. Friedrich-Carl Wachs und Michael Börnicke sowie Günter Weinrauch, bei Premiere seit Anfang des Jahres 2005 für die IT-Aktivitäten zuständig. Zum 1. Mai 2005 werden die operativ tätigen Bereiche System Management und IT Solution Center mit den knapp 100 Mitarbeitern aus der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG in die PI Systems überführt. Die Steuerung der IT-Aktivitäten, das heißt die Koordination der Anforderungen und Projekte sowie das Sicherstellen des Qualitätsmanagements und der Kostentransparenz, bleibt in der Verantwortung der Premiere Fernsehen GmbH & Co. KG.

Ausblick

- **Premiere bleibt 2005 auf Wachstumskurs**
- **Neues Sportangebot ab Juni**
- **PREMIERE DIREKT+: neuer 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 Abonnementhaushalte 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.

Premiere wird das Jahr 2005 nutzen, um den Abstand zum herkömmlichen Fernsehangebot zu vergrößern. Eine Innovationsoffensive soll vor allem dem 2. Halbjahr 2005 ihren Stempel aufdrücken. Das Ziel: mehr Neugier auf das digitale Fernsehen, mehr Lust auf Premiere. Alle Innovationen profilieren Premiere als führende TV-Marke für Premium-Unterhaltung. Das Unternehmen setzt darauf, dass die überzeugendsten Produkte diejenigen sind, die man auf den ersten Blick versteht. Das PREMIERE SPORT Portal, PREMIERE DIREKT+ und HDTV erfüllen diese Anforderung. Aufgrund der Innovationsstrategie wird Premiere die Marketing- und Vertriebsaktivitäten auf das 2. Halbjahr 2005 konzentrieren. Im Fokus der Vermarktung stehen Premium-Abonnements.

■ Quartalsabschluss

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung

in EUR	01.01. bis 31.03.2005	01.01. bis 31.03.2004
Umsatzerlöse	247.397.239,11	224.203.036,63
Umsatzkosten	(194.088.913,48)	(192.497.169,08)
Kosten Film- und Sportlizenzen	(135.720.116,14)	(119.154.411,28)
Übertragungskosten	(25.039.584,96)	(22.900.559,07)
Abonnentenverwaltung und Service Management	(12.600.490,15)	(28.597.540,52)
Aufwendungen für Receiver	(20.728.722,23)	(21.844.658,21)
Bruttoergebnis vom Umsatz	53.308.325,63	31.705.867,55
Vertriebskosten	(25.700.813,12)	(30.806.426,69)
Allgemeine Verwaltungskosten	(20.503.331,06)	(17.272.391,99)
Sonstige betriebliche Erträge	9.906.831,49	8.397.601,14
Sonstige betriebliche Aufwendungen	(1.245.690,18)	(1.998.477,86)
Abschreibungen auf Abonnentenstamm	(12.064.405,16)	(12.064.406,16)
Betriebliches Ergebnis	3.700.917,60	(22.038.234,01)
Erträge aus assoziierten Unternehmen	33.330,92	0,00
Zinsen und ähnliche Erträge	548.152,79	434.278,18
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	(12.887.142,76)	(19.505.691,40)
Ergebnis vor Steuern	(8.604.741,45)	(41.109.647,23)
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	5.254.404,18	(249.921,84)
Periodenergebnis	(3.350.337,27)	(41.359.569,07)
Zurechenbar zu:		
Anteilseigner	(3.350.337,27)	(41.359.569,07)
Ergebnis pro Aktie		
unverwässertes/verwässertes Ergebnis	(0,05)	(0,94)

Konzernbilanz

in EUR	31.03.2005	31.12.2004
Aktiva		
Kurzfristige Aktiva		
Flüssige Mittel	37.285.436,73	60.994.798,99
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	46.987.060,35	60.429.274,00
Forderungen gegen assoziierte Unternehmen	435.936,21	11.593,68
Filmvermögen und geleistete Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte	61.993.342,76	47.937.829,19
Vorräte	14.391.492,75	20.404.373,43
Sonstige Vermögenswerte und Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	15.416.970,43	11.715.540,19
Summe kurzfristige Aktiva	176.510.239,23	201.493.409,48
Langfristige Aktiva		
Latente Steuern	60.694.955,26	46.722.710,44
Filmvermögen und geleistete Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte	8.366.442,07	2.891.311,17
Finanzanlagen	117.906,00	117.038,00
Anteile an assoziierten Unternehmen	863.598,55	788.267,63
Receiver	5.213.866,45	7.244.430,61
Sachanlagen	7.231.910,00	7.890.370,00
Immaterielle Vermögenswerte	1.013.611.568,47	1.029.143.589,04
Sonstige Vermögenswerte und Aktive Rechnungsabgrenzungsposten	9.383.032,73	2.518.676,09
Summe langfristige Aktiva	1.105.483.279,53	1.097.316.392,98
Summe Aktiva	1.281.993.518,76	1.298.809.802,46

Konzernbilanz

in EUR	31.03.2005	31.12.2004
Passiva		
Kurzfristige Schulden		
Finanzschulden	11.694.315,91	16.022.975,83
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	204.168.080,29	210.056.564,26
Sonstige Rückstellungen	23.553.342,35	25.000.298,74
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	33.226.635,14	37.265.476,59
Sonstige Schulden	34.941.996,52	50.956.561,70
Summe kurzfristige Schulden	307.584.370,21	339.301.877,12
Langfristige Schulden		
Finanzschulden	109.239.417,18	415.142.431,88
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	18.159.323,41	20.375.723,01
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	6.209.981,00	6.070.531,00
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	5.246.243,12	5.972.925,47
Latente Steuern	67.232.995,08	62.140.627,31
Sonstige Schulden	22.856.027,88	30.906.417,79
Summe langfristige Schulden	228.943.987,67	540.608.656,46
Summe Schulden	536.528.357,88	879.910.533,58
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	82.000.000,00	70.000.000,00
Kapitalrücklage	950.995.947,05	636.076.057,18
Gewinnrücklagen	(824,60)	(2.997.164,00)
Verlustvortrag	(284.179.624,30)	(203.558.892,48)
Periodenergebnis	(3.350.337,27)	(80.620.731,82)
Summe Eigenkapital	745.465.160,88	418.899.268,88
Summe Passiva	1.281.993.518,76	1.298.809.802,46

Eigenkapitalveränderungsrechnung

in TEUR	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklagen Hedge Accounting Marktbewertung Finanzanlagen	Periodenergebnis	Verlustvortrag	Gesamt
Stand 01.01.2004	25	41.776	(2)	(203.558)	(1)	(161.759)
Umgliederung Jahresergebnis Vorjahr	0	0	0	203.558	(203.558)	0
Veränderung des beizulegenden Zeitwerts für zum Verkauf bestimmte Finanzanlagen	0	0	2	0	0	2
Bewertung Zinsswaps	0	0	(2.821)	0	0	(2.821)
Summe direkt im Eigenkapital berücksichtigter Ergebnisse	0	0	(2.820)	0	0	(2.820)
Periodenergebnis	0	0	0	(41.360)	0	(41.360)
Gesamteinkommen	0	0	(2.820)	(41.360)	0	(44.179)
Stand 31.03.2004	25	41.776	(2.822)	(41.360)	(203.559)	(205.939)
Stand 01.01.2005	70.000	636.076	(2.997)	(80.621)	(203.559)	418.899
Umgliederung Jahresergebnis Vorjahr	0	0	0	80.621	(80.621)	0
Erhöhung gezeichnetes Kapital	12.000	0	0	0	0	12.000
Agio Börsengang unter Berücksichtigung von Kapitalbeschaffungskosten nach latenten Steuereffekten	0	314.920	0	0	0	314.920
Summe der Transaktionen mit Anteilseignern	12.000	314.920	0	0	0	326.920
Veränderung des beizulegenden Zeitwerts für zum Verkauf bestimmte Finanzanlagen	0	0	1	0	0	1
Auflösung erfolgsneutraler Zeitwertanpassungen von nicht effektiven Sicherungsgeschäften (nach latenten Steuereffekten)	0	0	2.996	0	0	2.996
Summe direkt im Eigenkapital berücksichtigter Ergebnisse	0	0	2.996	0	0	2.996
Periodenergebnis	0	0	0	(3.350)	0	(3.350)
Gesamteinkommen	0	0	2.996	(3.350)	0	(354)
Stand 31.03.2005	82.000	950.996	(1)	(3.350)	(284.180)	745.465

Konzernkapitalflussrechnung

in EUR	01.01. bis 31.03.2005	01.01. bis 31.03.2004
Periodenergebnis vor Ertragsteuern	(8.604.741,45)	(41.109.647,23)
Zinsergebnis	12.338.989,97	19.071.413,22
Abschreibung auf Sachanlagen saldiert mit Zuschreibungen und Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	6.970.063,20	8.148.365,01
Abschreibung Abonnenstamm	12.064.405,16	12.064.406,16
Nichtzahlungswirksamer Verkauf d-Boxen gegen Verrechnung Kautions an Abonnenten	(1.092.706,38)	(3.715.568,82)
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge und Aufwendungen	9.741,09	67.365,92
Veränderungen der Sonstigen Rückstellungen	(1.716.967,79)	76.274,44
Gewinne/Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	6.906,52	(8.256,82)
Veränderungen der Vorräte, Liefer- und Leistungsforderungen sowie anderer Aktiva	(3.127.141,16)	6.609.235,26
Veränderungen der Liefer- und Leistungsverbindlichkeiten sowie anderer Passiva	(46.321.945,19)	(28.360.406,71)
Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit	(29.473.396,03)	(27.156.819,57)
Einzahlungen aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	12.348,48	8.770,71
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	(988.257,28)	(1.850.657,90)
Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit	(975.908,80)	(1.841.887,19)
Einzahlungen aus Kapitalerhöhungen der Gesellschafter	332.063.901,43	0,00
Einzahlungen aus erhaltenen (Finanz-)Krediten	100.000.000,00	7.250.000,00
Erhaltene Zinsen	548.152,79	434.278,18
Zahlung von Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	(7.026.974,49)	(9.262.994,16)
Auszahlungen für die Tilgung von (Finanz-)Krediten	(368.234.111,45)	0,00
Gezahlte Zinsen	(50.611.025,70)	(5.902.702,56)
Mittelzufluss/Mittelabfluss aus Finanzierungstätigkeit	6.739.942,57	(7.481.418,54)
Zahlungswirksame Veränderungen	(23.709.362,26)	(36.480.125,30)
Flüssige Mittel am Anfang der Periode	60.994.798,99	69.377.594,61
Flüssige Mittel am Ende der Periode	37.285.436,73	32.897.469,31

■ Konzernanhang

Grundlagen und Methoden

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

Alle vom IASB veröffentlichten und zum 31.03.2005 verpflichtend anzuwendenden Standards und Interpretationen wurden berücksichtigt. Die Gesellschaft wendete IFRIC 4 „Determining whether an Arrangement contains a Lease“ bereits in ihrem Abschluss zum 31.12.2004 freiwillig an. Die Vorjahreszahlen wurden gemäß der zum 31.12.2004 gültigen Standards ermittelt.

Die nachfolgend aufgeführten Standards und Interpretationen sind verpflichtend für Geschäftsjahre, die am 01.01.2006 oder später beginnen, zu berücksichtigen:

- IFRS 6 Exploration for and Evaluation of Mineral Resources
- IFRIC 3 Emission Rights
- IFRIC 5 Rights to Interests Arising from Decommissioning, Restoration and Environmental Rehabilitation Funds

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

Die angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zum 31.03.2005 entsprechen denen zum 31.12.2004, aus diesem Grund wird auf den Konzernanhang zum 31.12.2004 verwiesen. Der Konsolidierungskreis ist im Vergleich zum 31.12.2004 unverändert.

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

Wesentliche Einflüsse auf den Konzernzwischenabschluss

Veränderung der Aktiva

Receiver

Im Berichtszeitraum übte ein Leasinggeber sein Andienungsrecht zum Ende der Vertragslaufzeit aus. Dieser Vorgang führte zu einer Umbuchung innerhalb des Sachanlagevermögens in Höhe von TEUR 666 (Anschaffungskosten TEUR 1.218; kumulierte Abschreibungen TEUR 552) von „Receiver aus Finanzierungsleasing“ zu „Eigene Receiverbestände“. Darüber hinaus lief ein weiteres Finanzierungsleasingverhältnis planmäßig aus. Die ehemals geleasteten Receiver wurden mit Beendigung des Leasingverhältnisses zurückgekauft. Hieraus resultierte eine Umbuchung von „Receiver aus Finanzierungsleasing“ zu „Eigene Receiverbestände“ in Höhe von TEUR 576 (Anschaffungskosten TEUR 1.802; kumulierte Abschreibungen TEUR 1.226).

Zum 31.03.2005 wurden die aktivierten Festplattenreceiver einem Werthaltigkeitstest unterzogen. Der durchgeführte Werthaltigkeitstest gemäß IAS 36 führte zu einem Abwertungsbedarf in Höhe von TEUR 462. Als erzielbarer Betrag wurde der beizulegende Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten angesetzt.

Vorräte

Ein Teil der unter den Vorräten aktivierten Receiver in Höhe von TEUR 13.492 wurde um TEUR 3.136 auf einen Nettoveräußerungswert von TEUR 10.355 abgewertet. Die zum 31.12.2004 vorgenommene Abwertung von Receivern in Höhe von TEUR 521 wurde um TEUR 43 zurückgenommen. Der neue Buchwert in Höhe von TEUR 993 entspricht dem berechtigten Nettoveräußerungswert.

Veränderung der Passiva

Börsengang und Eigenkapital

In der außerordentlichen Hauptversammlung vom 28.02.2005 stimmten die Aktionäre der Premiere AG dem Börsengang der Gesellschaft, einschließlich der Zulassung des gesamten gezeichneten Kapitals der Gesellschaft zum Amtlichen Markt (Prime Standard) sowie der Aufnahme des Börsenhandels der Aktien der Gesellschaft an der Frankfurter Wertpapierbörse ab dem 09.03.2005, zu.

Darüber hinaus stimmten die Anteilseigner in selbiger Hauptversammlung einer Erhöhung des gezeichneten Kapitals der Premiere AG von TEUR 70.000 um TEUR 12.000 auf TEUR 82.000 zu. Die Erhöhung sollte gegen Bareinlage durch Ausgabe von 12.000.000 neuen auf den Namen lautenden nennwertlosen Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil von je EUR 1,00 pro Aktie unter Ausschluss des gesetzlichen Bezugsrechts der Aktionäre erfolgen.

Im Rahmen des Börsengangs am 09.03.2005 wurden 42.090.000 Aktien zugeteilt. Diese setzen sich zusammen aus 12.000.000 Aktien aus der Kapitalerhöhung durch Beschluss vom 28.02.2005, 24.600.000 Aktien aus dem Eigentum der Fernseh Holding III S.à.r.l. und 5.490.000 Aktien aus der eingeräumten Mehrzuteilungsoption („Greenshoe-Aktien“).

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

Der alte Betriebsmittelkredit

Der Betriebsmittelkredit mit einem Nominalvolumen von TEUR 140.000 („alter Betriebsmittelkredit“) zuzüglich aufgelaufener Zinsen in Höhe von TEUR 14.265 wurde zum 11.03.2005 vollständig an die Konsortialbanken durch die Verwendung der im Rahmen der Kapitalerhöhung zugeflossenen Mittel zurückgeführt.

Der neue Betriebsmittelkredit

Am 22.12.2004 gewährten die Bayerische Landesbank, die Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG (HypoVereinsbank) und die österreichische Bank für Arbeit und Wirtschaft AG (BAWAG) der Premiere AG einen neuen Betriebsmittelkredit in Form einer Kontokorrentlinie von insgesamt TEUR 25.000. Dieser Kredit durfte nur für den operativen Geschäftsbetrieb, insbesondere für Vorbereitungsmaßnahmen für den Börsengang in Anspruch genommen werden. Dieser Kredit hatte eine Laufzeit bis zum 23.03.2005. Der Kredit ist von Premiere nicht in Anspruch genommen worden.

Anleihen

Die zum 31.12.2004 ausgewiesenen Anleihen in Höhe von insgesamt TEUR 228.234 zuzüglich der aufgelaufenen Zinsen in Höhe von TEUR 10.340 wurden zum 11.03.2005 vollständig an die Anleihegläubiger zurückgezahlt. Zusätzlich wurde eine Kickerzahlung in Höhe von TEUR 11.412 geleistet. Hinsichtlich näherer Erläuterungen zu der Kickerzahlung wird auf die Ausführungen des Konzernanhangs zum 31.12.2004 verwiesen. Vom 01.01.2005 bis zur Rückzahlung der Anleihen fielen Zinsen in Höhe von TEUR 3.960 an.

Refinanzierung

Am 18.02.2005 hat Premiere eine neue Kreditfinanzierung mit einem Bankenkonsortium unter Führung der HypoVereinsbank und HSH Nordbank AG abgeschlossen. Der neue Kredit besteht aus einer festen Tranche (im Folgenden „Term Facility“) und einer revolvingenden Tranche (im Folgenden „Revolving Facility“). Die Term Facility hatte ursprünglich einen Gesamtnennbetrag von maximal TEUR 175.000 und wurde aufgrund der erfolgreichen Kapitalerhöhung im Rahmen des Börsengangs auf TEUR 100.000 reduziert. Dieser Betrag wurde zum 11.03.2005 in voller Höhe in Anspruch genommen. Die Term Facility ist in zwei Tilgungsraten pro Jahr in ansteigender Höhe, beginnend ab 30.06.2006, bis zum 31.12.2009 zurückzuzahlen. Die Term Facility ist variabel verzinslich, der Zinssatz hängt von dem Leverage (definiert als Nettogesamtverschuldung zu EBITDA) von Premiere ab. Die durchschnittliche Verzinsung für das erste Quartal 2005 betrug 4,34 Prozent.

Die Revolving Facility hat einen Gesamtnennbetrag von TEUR 325.000, von dem bis zu TEUR 165.000 in bar in Anspruch genommen werden können. Verbleibende Beträge können in Form von Bankbürgschaften und Akkreditiven in Anspruch genommen werden. Bis zu TEUR 90.000 aus der Revolving Facility können zudem in Form eines Überziehungskredits in Anspruch genommen werden. Zum 31.03.05 bestanden keine Barziehungen des Kredits. Die Revolving Facility steht der Gesellschaft für einen Zeitraum von fünf Jahren zur Verfügung; innerhalb dieses Zeitraums kann die Laufzeit von Barziehungen jeweils zwischen Premiere und den Kreditgebern vereinbart werden. Beträge, die im Rahmen der Revolving Facility getilgt wurden, können jederzeit bis zu einem Monat vor dem Ende der Laufzeit erneut aufgenommen

men werden. Die Revolving Facility ist variabel verzinslich, der Zinssatz kann je nach Leverage der Premiere (definiert als Nettogesamtverschuldung zu EBITDA) unterschiedlich sein.

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

Gewinn- und Verlustrechnung

Restrukturierungsaufwendungen und -erträge

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

Ergebnis je Aktie

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie ergibt sich aus der Division des Ergebnisanteils der Aktionäre der Gesellschaft durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl der während des Quartals im Umlauf befindlichen Aktien.

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

	31.03.2005	31.03.2004
Ergebnisanteil der Aktionäre der Premiere AG (TEUR)	(3.350)	(41.360)
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien in Tsd.	74.000	44.135
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (EUR)	(0,05)	(0,94)

Kapitalflussrechnung

Die zahlungsunwirksamen Aufwendungen resultierten im Wesentlichen aus Verkäufen von Receivern an Bestandskunden. Die Umsatzerlöse aus den Verkäufen in Höhe von TEUR 1.231 führten zu einer korrespondierenden Reduzierung der Verbindlichkeiten aus Kauttionen. Den Umsatzerlösen standen Receiverabgänge zu Buchwerten in Höhe von TEUR 141 gegenüber.

Die aus der Kapitalerhöhung zugeflossenen Emissionserlöse in Höhe von TEUR 332.064 und der Mittelzufluss aus der Inanspruchnahme eines neuen Kredits in Höhe von TEUR 100.000 wurden zur Tilgung bestehender Finanzschulden einschließlich Zinsen, vor allem zur vollständigen Rückführung des alten Betriebsmittelkredits und der begebenen Anleihen, verwendet.

Sonstige Erläuterungen

Derivative Finanzinstrumente

Zum 31.12.2004 waren für die getätigten Zinsswapgeschäfte die Voraussetzungen zur Anwendung von „hedge accounting“ erfüllt. Das Ergebnis aus der Bewertung wurde erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst. Zum Quartalsstichtag liegen die Voraussetzungen für das „hedge accounting“ nicht mehr vor. Die Zeitwertveränderungen werden somit erfolgswirksam erfasst. Aus den Zeitwertveränderungen ergab sich im ersten Quartal 2005 ein Aufwand in Höhe von TEUR 4.544. In diesen Aufwendungen ist die Auflösung der im Vorjahr erfolgsneutral im Eigenkapital erfassten Zeitwertveränderungen der Zinsswapgeschäfte in Höhe von TEUR 4.781 enthalten.

Die Bewertung der Devisentermingeschäfte führte im ersten Quartal 2005 zu einem Ertrag in Höhe von TEUR 409.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen setzen sich wie folgt zusammen:

	SUMME 31.03.2005	SUMME 31.12.2004
	TEUR	TEUR
Filmlizenzen	387.953	388.245
Sportlizenzen	374.444	452.376
Partnerkanäle	465.729	410.703
Abnahmeverpflichtung Receiver	35.362	20.265
Übrige	75.315	83.328
Summe	1.338.803	1.354.917

Zum 31.03.2005 wurden finanzielle Verpflichtungen für von Major-Filmlieferanten betriebene Kanäle auf der Premiere Plattform erstmals unter den Partnerkanälen ausgewiesen. Für den 31.12.2004 wurden dadurch TEUR 156.283 sonstige finanzielle Verpflichtungen aus den Filmlizenzen in die Partnerkanäle umgegliedert.

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

	SUMME 31.03.2005	SUMME 31.12.2004
	TEUR	TEUR
Netzbetreiber und Transpondermiete	481.076	502.630
Bürogebäude	28.799	30.248
Kfz	646	828
Technische Büroanlagen	254	292
Summe	510.775	533.998

Segmentberichterstattung

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

**Wesentliche Ereignisse nach Ende des
Berichtszeitraums**

Die Premiere AG gründete die Tochtergesellschaft Primus Sport, eine Agentur für Sportrechte und Sportmarketing. Geschäftszweck der Primus Sport ist der Einkauf und die Vermarktung von Sportrechten.

Finanzkalender

- Veröffentlichung der Halbjahreszahlen: 9. August 2005
- Veröffentlichung des 9-Monats-Berichts: 8. November 2005

Kontakt

Corporate Communications:

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

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

Investor Relations:

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

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

Disclaimer

Dieser Bericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf gegenwärtigen, nach bestem Wissen vorgenommenen Einschätzungen und Annahmen des Managements der Premiere AG beruhen. Zukunftsgerichtete Aussagen unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Ungewissheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder das Ergebnis der Premiere AG oder der Erfolg der Medienindustrie wesentlich von derjenigen Ertragslage, Profitabilität,

Wertentwicklung oder demjenigen Ergebnis abweicht, die in diesen zukunftsgerichteten Aussagen ausdrücklich oder implizit angenommen oder beschrieben werden. In Anbetracht dieser Risiken, Ungewissheiten sowie anderer Faktoren sollten sich Empfänger dieser Unterlagen nicht unangemessen auf diese zukunftsgerichteten Aussagen verlassen. Die Premiere AG übernimmt keine Verpflichtung, derartige zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen.

Herausgeber:
Premiere AG · Corporate Communications
Medienallee 4 · 85774 Unterföhring
info.premiere.de