

## **1. Quartal 2006: Premiere steigert Umsatz um 10,5 Prozent**

- Umsatz steigt um 10,5 Prozent auf 273,3 Mio EUR
- EBITDA bei 9,5 Mio EUR
- 3,522 Millionen Abonnenten zum 31. März 2006
- Fortgeschrittene Verhandlungen über Bundesliga-Rechte
- Neue, flexible Preisstruktur ab 1. August 2006
- Neue Receiver-Generation: Weichen für das interaktive TV-Zeitalter gestellt
- Kofler: „2006 wird ein Jahr des Übergangs, der Investition und Innovation – Premiere wird sich schlagkräftig im neuen Wettbewerb positionieren“

München, 11. Mai 2006. Premiere hat im ersten Quartal 2006 den Gesamtumsatz um 25,9 Mio EUR auf 273,3 Mio EUR gesteigert (Q1 2005: 247,4 Mio EUR) – dies entspricht einem Plus von 10,5 Prozent. Der Umsatz im Kerngeschäft mit Programmabonnements, Pay-per-View und Werbung legte um 9,3 Prozent (21,8 Mio EUR) auf 256,9 Mio EUR zu (Q1 2005: 235,1 Mio EUR). Die operativen Kosten stiegen im Vergleich zum Vorjahresquartal auf 263,8 Mio EUR (224,7 Mio EUR). Das EBITDA (Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen) lag bei 9,5 Mio EUR (22,7 Mio EUR). Nach Abschreibungen (EBIT) erzielte Premiere ein Ergebnis von minus 12,2 Mio EUR (3,7 Mio EUR), das Nettoergebnis lag bei minus 18,3 Mio EUR (minus 3,4 Mio EUR). Nach den ersten drei Monaten des Jahres 2006 zählte Premiere 3.521.756 Abonnenten-Haushalte – 44.698 weniger als zum Jahresende 2005 (31.12.2005: 3.566.454). Im Jahresvergleich (Stichtag: 31.03.) verzeichnet Premiere einen Zuwachs um 6,8 Prozent (Q1 2005: 3.298.680 Abonnenten).

Dr. Georg Kofler, Vorstandsvorsitzender der Premiere AG: „Das erste Quartal liegt im Rahmen unserer Erwartungen. Die Umsatzsteigerung von 10,5 Prozent ist erfreulich, auch im Kerngeschäft sind wir kräftig gewachsen. Trotz der Unsicherheit nach der Vergabe der Bundesliga-Rechte ist es Premiere gelungen, die Kundenbasis zu stabilisieren.“

### **Kofler: „Grundlegende strategische Weichenstellungen im ersten Quartal“**

Premiere hat im ersten Quartal eine Reihe grundlegender strategischer Weichenstellungen vorgenommen. Das Unternehmen investiert mehr als 100 Millionen Euro in den Aufbau einer neuen Generation interaktiver Digital-Receiver. Der veränderten Wettbewerbssituation trägt Premiere mit einer neuen, flexiblen Preis- und Angebotsstruktur Rechnung, die ab 1. August gilt. Der Zugang zu ausgewählten Premium-Inhalten soll flexibler und günstiger werden. So wird es das neue Abonnement „Premiere Fußball International“ bereits ab 9,99 EUR im Monat geben. In diesem neuen Fußball-Paket sind alle 125 Spiele der UEFA Champions League sowie die „Premiere Euroliga“ mit Live-Fußball aus sieben europäischen Top-Ligen enthalten.

Premiere sieht aufgrund fortgeschrittener Verhandlungen zudem hohe Chancen, mit einem neuen Partner als Lizenzgeber auch ab der kommenden Saison die Live-Berichterstattung von der Fußball-Bundesliga zu präsentieren. Kofler: „Wir sind heute sehr zuversichtlich, dass Premiere auch ab August Bundesliga live präsentieren kann. Unabhängig vom Ausgang der laufenden Verhandlungen haben wir im ersten Quartal eine Reihe von Maßnahmen eingeleitet, um Premiere für den künftigen Wettbewerb schlagkräftig zu positionieren. Dazu gehört vor allem die Förderung einer neuen Generation interaktiver Digital-Receiver, die bis Ende 2007 die Generation d-box endgültig ablösen wird. Darüber hinaus bauen wir die Exklusivität im Pro-

gramm weiter aus. Für den langfristigen Erfolg von Premium-Pay-TV ist ein exklusives Gesamtpaket mit Sport, Filmen, Serien und Unterhaltung entscheidend. Wir werden den Wandel in der deutschen TV-Landschaft aktiv gestalten und uns im Wettbewerb angriffslustig präsentieren. 2006 wird ein Jahr des Übergangs und der Innovation, bereits 2007 werden sich unsere Investitionen auszahlen.“

#### **Kerngeschäft wächst um 9,3 Prozent**

- **Umsatz aus Programm-Abos steigt um 15,3 Mio EUR auf 236,7 Mio EUR**
- **Bereich Werbung legt um 9,9 Mio EUR auf 15,4 Mio EUR zu**

Premiere konnte den Umsatz im Kerngeschäft mit Programmabonnements, Pay-per-View und Werbung im Vergleich zum Vorjahresquartal um 9,3 Prozent auf 256,9 Mio EUR (Q1 2005: 235,1 Mio EUR) steigern.

Die Erlöse aus Programmabonnements erhöhten sich um 6,9 Prozent auf 236,7 Mio EUR (Q1 2005: 221,4 Mio EUR). Im Bereich Werbung konnte Premiere die Erlöse mit 15,4 Mio EUR im Vergleich zum Vorjahresquartal nahezu verdreifachen (5,5 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. In der Konsequenz des neuen Wertschöpfungsmodells gingen die im Bereich Pay-per-View konsolidierten Umsätze vor allem durch den Wegfall der direkten Blue-Movie-Erlöse auf 4,8 Mio EUR (8,3 Mio EUR) zurück.

Im Bereich Hardware und Technik erzielte Premiere einen Umsatz von 13,9 Mio EUR (10,3 Mio EUR), die sonstigen Umsatzerlöse stiegen leicht auf 2,4 Mio EUR (2,0 Mio EUR).

#### **Erhöhte Aufwendungen in den Bereichen Programm, Marketing und Innovation**

- **Erhöhte Aufwendungen zur Stabilisierung des Kundenstamms**
- **Investitionen zur Exklusivitätssteigerung des Programmangebotes**
- **Einmaleffekt bedingt durch Unsicherheiten im Zusammenhang mit Bundesliga-Rechten**

Die operativen Kosten stiegen im ersten Quartal auf 263,8 Mio EUR (Q1 2005: 224,7 Mio EUR). Ausschlaggebend waren vor allem Investitionen in den Feldern Programm, Kundenservice, Marketing und Innovation.

Die Programmkosten erhöhten sich um 32,9 Mio EUR auf 161,2 Mio EUR (128,3 Mio EUR). Im Sportbereich schlugen höhere Kosten für die Fußball-Bundesliga und die UEFA Champions League zu Buche. Auch der Erwerb der Live-Ausstrahlungsrechte an den Top-Fußball-Ligen Frankreichs, der Niederlande und Portugals sowie der Ausbau des Motorsport-Angebots erhöhten den Aufwand. Im Bereich Fiction und Non-Fiction stiegen die Kosten durch Lizenzen für die Ausstrahlung hochwertiger Serien und der neuen, zusätzlichen Themenkanäle DISCOVERY GESCHICHTE und FOCUS GESUNDHEIT. Als übergreifende Effekte waren auf der Programmaufwandsseite Währungsverluste und höhere variable Lizenzzahlungen zu verzeichnen, die aus den gestiegenen Abonentenzahlen resultierten.

Die Kosten für Abonnentenbetreuung und Service Management beliefen sich auf 23,2 Mio EUR (12,6 Mio EUR). Wesentliche Gründe für den Anstieg im Quartalsvergleich waren das neue Kundenmagazin „Premiere“, der Betrieb und Ausbau des „Premiere Shops“ sowie das Kundenbindungsprogramm „Premiere Stars“. Auch ein erhöhter Informationsbedarf auf Seiten der Premiere Abonnenten nach der Vergabe der Bundesliga-Rechte Ende Dezember führte zu einem Anstieg der Kosten im Kundenservice.

Erstmals seit mehreren Jahren hat Premiere im ersten Quartal 2006 eine Imagekampagne gestartet, die auf die mittelfristige Profilierung und Positionierung der Marke Premiere einzahlt. Vor allem durch die höheren Werbeaufwendungen nahmen die Marketing- und Vertriebskosten um 8,3 Mio EUR auf 34,0 Mio EUR (25,7 Mio EUR) zu.

Ein erheblicher Teil der gestiegenen Aufwendungen für Kundenservice und Marketing ist auf die Sondersituation im Zusammenhang mit der Diskussion um die Bundesliga-Rechte bei Premiere zurückzuführen. Es handelt sich um Einmaleffekte, die nach endgültiger Klärung der Bundesliga-Frage nicht wieder zu erwarten sind.

Im Bereich Übertragung und Technik gingen die Kosten mit 23,4 Mio EUR (25,0 Mio EUR) leicht zurück, auch im Bereich Receiver reduzierte sich der Aufwand auf 18,7 Mio EUR (20,7 Mio EUR). Die allgemeinen Verwaltungskosten sanken auf 15,7 Mio EUR (20,5 Mio EUR). Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen auf 3,8 Mio EUR (2,0 Mio EUR), die sonstigen betrieblichen Aufwendungen lagen mit 0,9 Mio EUR auf Vorjahresniveau (0,8 Mio EUR). Die operativen Abschreibungen lagen bei 9,6 Mio EUR (7,0 Mio EUR), die planmäßigen Abschreibungen auf den Abonnentenstamm wie im Vorjahr bei 12,1 Mio EUR.

Übergreifend in allen Kostenpositionen haben sich die Investitionen von Premiere in innovative Produkte ausgewirkt. Der Aufwand für das neue Angebot im hochauflösenden Fernsehen HDTV, PREMIERE HD, schlug nach dem Marktstart im ersten Quartal erstmals voll zu Buche. Auch in die Einführung von Premiere Digital-Receiver mit Festplatte für das neue Video-on-Demand-Angebot PREMIERE DIREKT+ wurde weiter investiert. Nach erfolgreichen Verhandlungen ist PREMIERE DIREKT+ außer über Satellit jetzt auch über Kabel verfügbar. Die Anschubfinanzierung für die Entwicklung der neuen, interaktiven Receiver-Generation schlug sich ebenfalls auf der Kostenseite nieder. Insgesamt gab Premiere für Innovation und Entwicklung im ersten Quartal einen hohen einstelligen Millionen-Euro-Betrag aus.

#### **Programmangebot weiter ausgebaut:**

- **Premiere Euroliga mit Euroliga-Konferenz**
- **Einführung von „ChampionsTV“ im Free-TV**
- **Stärkung des Serienangebotes im Fiction-Bereich**

Mit Blick auf die neue Wettbewerbssituation hat Premiere im ersten Quartal 2006 seine Position als unabhängiges Programmhaus mit einer Reihe von Maßnahmen gestärkt. „Wir reagieren offensiv auf die veränderten Rahmenbedingungen“, sagte Kofler. „Unabhängig vom Ausgang der Verhandlungen über die Bundesliga-Rechte haben wir eine Reihe von Programminitiativen umgesetzt oder auf den Weg gebracht, die Premiere nachhaltig stärken werden. Exklusivität als oberster Maßstab stand bei allen Entscheidungen im Vordergrund.“

Die Fans des internationalen Fußballs kommen bei Premiere noch mehr auf ihre Kosten. Im Februar sicherte sich Premiere alle exklusiven Live-Ausstrahlungsrechte für die europäischen Top-Spielklassen Ligue 1 (Frankreich), Eredivisie (Niederlande) und Portugesa Liga 1 (Portugal). Damit hat Premiere jetzt insgesamt sieben Top-Ligen Europas im Programm, allen voran die englische Premier League, die spanische Primera División und die italienische Serie A. Mit dem erweiterten Rechtekanon hat Premiere Anfang April ein neues Fußball-Produkt etabliert: die Premiere Euroliga. Neben den Top-Spielen, die weiterhin wie gewohnt live und in voller Länge gezeigt werden, zeigt Premiere das Beste aus Europas Spitzen-Ligen in der packenden Konferenzschaltung. Schon vor der WM 2006 können Premiere Abonnenten damit live die Künste der weltbesten Ballzauberer bewundern – von Ronaldinho bis Beckham und von Shevchenko bis zu Thierry Henry. Vom Start weg konnte Premiere die Reichweiten bei der Berichterstattung aus ausländischen Ligen durch die Einführung der Euroliga mehr als verdoppeln. Tendenz steigend.

Einen neuen Schritt geht Premiere bei der Auswertung von TV-Rechten. Erstmals präsentiert Premiere wichtige Sportereignisse auch im Free-TV. Unter der neuen Marke „ChampionsTV“ zeigt der Abo-Sender im Rahmen eines dreistündigen Programms Live-Spiele der UEFA Champions League im DSF. Ab der Spielzeit 2006/2007 zeigt „ChampionsTV“ an jedem Spieltag eine Begegnung der UEFA Champions League live und unverschlüsselt. Premiere hat damit erstmals auch die Verantwortung für Gestaltung, Auswahl und Vermarktung der Free-TV-Berichterstattung. Die Präsenz im Free-TV ermöglicht Premiere bisher ungekannte Möglichkeiten, eine breite Fußball-Zielgruppe für seine Sport-Abos zu begeistern. Die Top-Spiele und eine tagesaktuelle ausführliche Zusammenfassung der UEFA Champions League gibt es ab der Saison 2006/2007 nur noch bei Premiere.

Mit neuen exklusiven Live-Übertragungsrechten wertete der Abo-Sender auch sein Motorsport-Angebot weiter auf. Seit März können Abonnenten auch die NASCAR- und IndyCar-Serien auf Premiere verfolgen. Ebenfalls erfolgreich verhandelt hat Premiere im ersten Quartal in der Königsklasse des Motorsports: Premiere wird auch im kommenden Jahr alle Rennen der Formel-1-Weltmeisterschaft übertragen. Die Vereinbarung läuft bis Ende 2007. Premiere wird damit weiterhin als einziger deutscher TV-Sender die Formel 1 auf mehreren, frei wählbaren Kanälen und ohne Werbeunterbrechungen zeigen. Mit den Rechten an der Formel 1 hat sich Premiere einen Garanten für breiten Publikumszuspruch gesichert, insbesondere in den Reihen der Sportfans.

Neben dem Sportbereich hat Premiere vor allem das serielle Fiction-Angebot gestärkt. Der programmstrategische Ansatz ist dabei ähnlich wie im Sport: klare Fangruppen über einen längeren Zeitraum regelmäßig ansprechen und ans Produkt binden. Zudem haben Serien den Vorteil, dass sie vor der Ausstrahlung auf Premiere weder im Kino noch auf DVD zu sehen waren. Im ersten Quartal starteten die neuesten Staffeln der Top-Serien „Desperate Housewives“ und „Lost“ als exklusive Deutschland-Premiere. Die Serie „Rom“, an deren aufwändiger Produktion sich Premiere gemeinsam mit Partnern beteiligt hatte, wurde von den Zuschauern sehr gut angenommen. Die erste Staffel der Historienproduktion war die bislang erfolgreichste Serie bei Premiere. Die zweite Staffel soll im November 2006 abgedreht sein, Premiere wird die neuen Folgen in deutscher Erstaussstrahlung Anfang nächsten Jahres zeigen. Bereits 2006 präsentiert Premiere die Serien „Invasion“, „E-Ring“ und „Supernatural“.

Seine Position als Spielfilmsender Nummer 1 hat Premiere im ersten Quartal auch mittelfristig gesichert: Drei der wichtigsten Hollywood-Studios, Sony, Warner und Universal, haben ihre Output-Deals mit Premiere vorzeitig verlängert. Damit hat Premiere das exklusive Erstaussstrah-

lungsrecht für alle Blockbuster und die wichtigsten TV-Produktionen. Durch die drei Vertragsverlängerungen hat Premiere jetzt mittelfristige Verträge mit allen Major Studios. Kofler: „Die frühzeitige Verlängerung der Programmverträge beweist das Vertrauen der amerikanischen Filmindustrie in die Rolle von Premiere als mit Abstand wichtigstem Pay-TV-Anbieter in Deutschland. Die lückenlose Versorgung mit dem Besten, was Hollywood zu bieten hat, macht uns im Filmbereich – einer elementaren Säule des Programmangebotes von Premiere – unangreifbar.“

### **Fortgeschrittene Verhandlungen über Bundesliga-Rechte**

Premiere ist sehr zuversichtlich, bei den Übertragungsrechten für die Fußball-Bundesliga im Spiel zu bleiben. Kofler: „Aufgrund fortgeschrittener Verhandlungen sehen wir heute hohe Chancen, dass Premiere mit einem neuen Partner als Lizenzgeber auch ab der kommenden Saison die Live-Berichterstattung von der Fußball-Bundesliga präsentieren kann. Die Bundesliga wird im angestrebten Szenario weiterhin in der gewohnten Premiere Qualität gezeigt werden. Weitere Einzelheiten über das Angebot des neuen Partners, die Vermarktung durch Premiere, technische Aspekte, Produkte und Preise werden in Kürze – nach Abschluss der laufenden Verhandlungen – bekannt gegeben. Schon jetzt können wir sagen, dass Premiere ab August eine neue, flexible Preis- und Paketstruktur einführen wird, die auch günstige Einstiegspreise für Fußball- und andere Sportfans enthält.“

### **Neue Preis- und Angebotsstruktur:**

- **Flexibles Bausteinkonzept – günstige Einstiegspreise für ausgewählte Premium-Inhalte**
- **„Premiere Fußball International“ mit UEFA Champions League und sieben europäischen Top-Ligen schon ab 9,99 EUR im Monat**

Der veränderten Wettbewerbssituation trägt Premiere mit einer neuen, flexiblen Preis- und Paketstruktur Rechnung, die ab 1. August gelten wird. Die Einstiegspreise für ausgewählte Premium-Pakete werden dabei gesenkt. Das neue Abonnement „Premiere Fußball International“ mit allen 125 Spielen der UEFA Champions League und Live-Fußball aus sieben europäischen Top-Ligen gibt es beispielsweise bereits ab 9,99 EUR im Monat. Nach abschließender Klärung aller Rechtfragen wird Premiere die Einzelheiten des neuen Preismodells im Laufe des Monats Juni vorstellen.

Kofler: „Wir gehen davon aus, dass die Digitalisierung sich durch die hohen Investments neuer Wettbewerber beschleunigen wird – sowohl im klassischen digitalen Fernsehen als auch im digitalen Fernsehen über den Internet Protokoll Standard, IPTV. Premiere sieht darin eine große Chance, Kundengruppen anzusprechen, die uns bislang verschlossen blieben. In Abgrenzung zum Wettbewerb positionieren wir uns eindeutig als Premium-Anbieter. Mit dem neuen Preismodell werden wir auch für ein erweitertes Zielgruppen-Potenzial als Komplementärprodukt attraktiv.“

### **Weichen für Einstieg in das interaktive Fernsehen gestellt**

- **Neue interaktive Receiver-Generation mit Rückkanal via Internet ab August 2006**
- **Neue Erlöschancen durch interaktive Dienste und Zusatzangebote**

Bereits im Jahr 2005 hat Premiere die grundsätzliche Entscheidung für den Aufbau einer interaktiven Plattform ab dem zweiten Halbjahr 2006 getroffen. Das Unternehmen reagiert damit auf die sich verändernden Wettbewerbsbedingungen im deutschen Fernsehmarkt sowie neue Kundenbedürfnisse. Kofler: „Die TV-Landschaft in Deutschland wird sich in den nächsten Jahren nachhaltig verändern. Neue Akteure wie Kabelnetzanbieter, die sich bislang auf die Transportdienstleistung für TV-Anbieter beschränkten, oder Telekommunikationsfirmen schicken sich an, als Medienanbieter zu agieren. Das Internet Protokoll (IP) wird ein neuer Fernsehstandard neben PAL und DVB. Triple-Play-Angebote aus TV, Internet und Telefonie werden auf den Markt kommen, die sich auch an eine neue, vom Medium Internet geprägte Kundengeneration richten. Der Trend hin zu mehr Individualität beim Fernsehen wird zunehmen, die Nachfrage nach neuen Zusatzservices wie On-Demand-Dienste, elektronische Programmführer (EPG) oder interaktive Wett- und Spielangebote wird kontinuierlich steigen. Mit der neuen Receiver-Generation tragen wir dieser Entwicklung Rechnung und sichern langfristig die Wettbewerbsfähigkeit von Premiere. Wir schaffen zusätzliche Chancen für neue Erlösquellen und können durch innovative Zusatzangebote die Kundenzufriedenheit erhöhen.“

Bis Ende 2007 investiert Premiere mehr als 100 Mio EUR in den Aufbau der neuen Receiver-Infrastruktur. Bei insgesamt vier Herstellern hat Premiere Receiver bestellt: Humax, Philips, Samsung und Thomson. 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.

Die ersten Geräte sollen ab August an die Kunden ausgeliefert werden. Die Receiver werden den Kunden interaktive Anwendungen via Internet ermöglichen – beispielsweise Pay-per-View-Bestellungen über die Fernbedienung ohne Medienbruch. Als Rückkanal reicht ein Internetzugang über DSL, ISDN oder analoge Telefonleitung, wobei der Umfang der nutzbaren Dienste von der Bandbreite der IP-Verbindung abhängen wird. Optionale Funkverbindungen über W-LAN (Wireless LAN) ermöglichen eine kabellose Verbindung von Receiver und Telefonsteckdose. Premiere wird das Angebot interaktiver Anwendungen sukzessive ausbauen, in Eigenregie und als Plattformanbieter für Dritte. Für 2007 ist die Markteinführung von HDTV-fähigen Festplatten-Receiver geplant.

Möglich werden die neuen Funktionen durch eine spezielle Software – die so genannte Middleware –, die in den Receivern integriert ist. Premiere setzt für die neuen Receiver das Middleware-Konzept der Firma NDS ein. Kofler: „NDS ist für uns der ideale Partner für den Aufbau der interaktiven Plattform. Die Middleware von NDS hat sich weltweit bewährt und läuft bereits auf Millionen von Receivern. Sie ist äußerst leistungsfähig und flexibel und bildet vom EPG bis hin zu fortgeschrittener PVR-Technologie alle Funktionen ab, die wir benötigen. Wir schaffen so einen schnellen und effizienten Einstieg ins moderne, interaktive Fernsehen.“ Die Middleware lässt sich leicht durch die Receiver-Hersteller integrieren und beschleunigt die Einführung neuer Receiver und Services erheblich, da Änderungen nur einmal entwickelt werden müssen und dann auf der gesamten Plattform zur Verfügung stehen.

**Ausblick 2006:**

- **Abonnenten: 3,35 Millionen bis 3,45 Millionen Abonnenten**
- **Umsatz: 1,05 bis 1,15 Mrd EUR**
- **EBITDA: 70 Mio bis 90 Mio EUR**

2006 wird für Premiere ein Jahr des Übergangs, der Investition und Innovation. Das spiegelt sich auch im Ausblick auf die wirtschaftlichen Kenndaten wider. Premiere rechnet zum Jahresende 2006 mit 3,35 bis 3,45 Millionen Abonnenten. Es wird ein Umsatz zwischen 1,05 und 1,15 Mrd EUR prognostiziert. Das EBITDA wird in einem Korridor zwischen 70 Mio EUR und 90 Mio EUR erwartet.

**Prognose 2007: Umsatz bei mehr als 1,2 Mrd EUR, EBITDA über 170 Mio EUR**

Bereits 2007 sollen sich Investitionen und Innovationen des Jahres 2006 in einem beschleunigten Wachstum bei Abonnenten, Umsatz und Ergebnis auswirken. Für das Geschäftsjahr 2007 rechnet Premiere mit einem Umsatz von mehr als 1,2 Mrd EUR und einem EBITDA von mindestens 170 Mio EUR. Zum Jahresende 2007 soll die Marke von 3,7 Millionen Abonnenten überschritten werden.

**HINWEIS FÜR REDAKTIONEN:**

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

Alternativ zur Telefonkonferenz können Sie die Präsentation im Internet ab 12.00 Uhr auf dieser Seite verfolgen:

[http://info.premiere.de/inhalt/de/aktie\\_veroeffentlichungen\\_finanzberichte.jsp](http://info.premiere.de/inhalt/de/aktie_veroeffentlichungen_finanzberichte.jsp)

Diese Meldung ist im Internet unter [info.premiere.de](http://info.premiere.de) abrufbar.

**Für Rückfragen:**

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

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

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

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

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

## Kennzahlenüberblick 1. Quartal 2006

<b>Abonnenten</b>	<b>Q1 2006</b>	<b>Q1 2005</b>	<b>Veränderung</b>	
			(absolut)	(in %)
<b>Abonnenten zum 01.01.</b>	<b>3.566.454</b>	<b>3.247.172</b>	<b>319.282</b>	<b>9,8</b>
Nettozuwachs	-44.698	51.508	-96.206	<-100
<b>Abonnenten zum 31.03.</b>	<b>3.521.756</b>	<b>3.298.680</b>	<b>223.076</b>	<b>6,8</b>
Durchschnittsbestand	3.544.105	3.272.926	271.179	8,3
Kündigungsquote (rollierend; in Prozent) <sup>1)</sup>	15,1%	13,8%	1,3	-
<b>Konzerngewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)</b>	<b>Q1 2006</b>	<b>Q1 2005</b>	<b>Veränderung</b>	
			(absolut)	(in %)
<b>Umsatz (in Mio EUR)</b>	<b>273,3</b>	<b>247,4</b>	<b>25,9</b>	<b>10,5</b>
Kern-Umsatz	256,9	235,1	21,8	9,3
- Programm-Abonnements	236,7	221,4	15,3	6,9
- Pay-per-View	4,8	8,3	-3,5	-41,9
- Werbung	15,4	5,5	9,9	>100
Hardware <sup>2)</sup>	13,9	10,3	3,6	35,2
Sonstige Erlöse	2,4	2,0	0,5	23,2
Operative Kosten <sup>3)</sup>	263,8	224,7	39,1	17,4
<b>EBITDA<sup>4)</sup></b>	<b>9,5</b>	<b>22,7</b>	<b>-13,2</b>	<b>-58,3</b>
Abschreibungen	9,6	7,0	2,6	37,7
<b>EBITA<sup>5)</sup></b>	<b>-0,1</b>	<b>15,8</b>	<b>-15,9</b>	<b>&lt;-100</b>
Abschreibung auf immaterielle Vermögenswerte	12,1	12,1	0,0	0,0
<b>EBIT<sup>6)</sup></b>	<b>-12,2</b>	<b>3,7</b>	<b>-15,9</b>	<b>&lt;-100</b>
Steuern	-4,2	5,3	-9,5	<-100
Finanzergebnis	-1,9	-12,3	10,4	84,7
<b>Ergebnis</b>	<b>-18,3</b>	<b>-3,4</b>	<b>-14,9</b>	<b>&lt;-100</b>
Ergebnis pro Aktie (in EUR)	-0,22	-0,05	-0,17	<-100
<b>Konzernbilanz (in Mio EUR)</b>	<b>31.03.2006</b>	<b>31.12.2005</b>	<b>Veränderung</b>	
			(absolut)	(in %)
Bilanzsumme	1.363,8	1.369,6	-5,8	-0,4
Eigenkapital	779,8	798,1	-18,3	-2,3
Eigenkapitalquote (in Prozent) <sup>7)</sup>	57,2	58,3	-1,1	-
Netto-Finanzverbindlichkeiten <sup>8)</sup>	150,8	105,8	45,1	42,6
<b>Mitarbeiter</b>	<b>31.03.2006</b>	<b>31.03.2005</b>	<b>Veränderung</b>	
			(absolut)	(in %)
Ganztageskräfte	1.180	1.588	-408	-25,7

**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 vom durchschnittlichen Abonnentenbestand  $((\text{Anfangsbestand} + \text{Endbestand})/2)$  zur Anzahl der Kündigungen der letzten 12 Monate.
- 2) Erlöse aus Verkauf und Vermietung von Receivern
- 3) Exklusive Abschreibungen
- 4) Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen
- 5) Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibung auf immaterielle Vermögenswerte
- 6) Ergebnis vor Steuern und Finanzergebnis
- 7) Eigenkapital im Verhältnis zur Bilanzsumme
- 8) Finanzverbindlichkeiten abzüglich flüssiger Mittel