

## Neun-Monats-Bericht 2006

## Kennzahlenüberblick

	Q1-Q3 2006	Q1-Q3 2005	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
<b>Abonnenten</b>				
<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	-192.522	162.341	-354.863	<-100
<b>Abonnenten zum 30.09.</b>	<b>3.373.932</b>	<b>3.409.513</b>	<b>-35.581</b>	<b>-1,0</b>
Durchschnittsbestand	3.470.193	3.328.343	141.851	4,3
Kündigungsquote (rollierend; in %) <sup>1)</sup>	20,0	11,9	8,1	68,0
Gesamt-ARPU (in EUR)	312	312	0	0,0
Kern-ARPU (in EUR) <sup>2)</sup>	286	294	-7	-2,5
	Q1-Q3 2006	Q1-Q3 2005	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
<b>Konzerngewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)</b>				
<b>Umsatz</b>	<b>812,1</b>	<b>778,7</b>	<b>33,4</b>	<b>4,3</b>
Kernumsatz	745,4	733,5	12,0	1,6
Programmabonnements	687,9	680,6	7,3	1,1
Pay-per-View	11,0	22,3	-11,3	-50,6
Werbung	46,6	30,6	16,0	52,2
Hardware <sup>3)</sup>	51,6	37,1	14,5	39,1
Sonstige Erlöse	15,0	8,1	6,9	85,1
Operative Kosten <sup>4)</sup>	791,3	668,9	122,4	18,3
<b>EBITDA<sup>5)</sup></b>	<b>20,8</b>	<b>109,8</b>	<b>-89,1</b>	<b>-81,1</b>
Abschreibungen	26,9	23,9	3,0	12,5
<b>EBITA<sup>6)</sup></b>	<b>-6,2</b>	<b>85,9</b>	<b>-92,1</b>	<b>&lt;-100</b>
Abschreibungen auf Abonnentenstamm	36,2	36,2	0,0	0,0
<b>EBIT<sup>7)</sup></b>	<b>-42,4</b>	<b>49,7</b>	<b>-92,1</b>	<b>&lt;-100</b>
Steuern	-101,0	22,5	-123,5	<-100
Finanzergebnis	-8,3	-20,2	11,9	58,9
<b>Ergebnis</b>	<b>-151,6</b>	<b>52,0</b>	<b>-203,7</b>	<b>&lt;-100</b>
Ergebnis pro Aktie (in EUR)	-1,85	0,66	-2,51	<-100
	30.09.2006	31.12.2005	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
<b>Konzernbilanz (in Mio EUR)</b>				
Bilanzsumme	1.294,7	1.369,6	-74,9	-5,5
Eigenkapital	646,4	798,1	-151,7	-19,0
Eigenkapitalquote (in %) <sup>8)</sup>	49,9	58,3	-8,4	-14,3
Netto-Finanzverbindlichkeiten <sup>9)</sup>	191,1	105,8	85,3	80,7
	30.09.2006	30.09.2005	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
<b>Mitarbeiter</b>				
Ganztageskräfte	1.198	1.216	-18	-1,5

## Kennzahlenüberblick

	Q3 2006	Q3 2005	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
<b>Abonnenten</b>				
<b>Abonnenten zum 01.07.</b>	<b>3.442.500</b>	<b>3.313.140</b>	<b>129.360</b>	<b>3,9</b>
Nettozuwachs	-68.568	96.373	-164.941	<-100
<b>Abonnenten zum 30.09.</b>	<b>3.373.932</b>	<b>3.409.513</b>	<b>-35.581</b>	<b>-1,0</b>
Durchschnittsbestand	3.408.216	3.361.327	46.890	1,4
Kündigungsquote (rollierend; in %) <sup>1)</sup>	20,0	11,9	8,1	68,0
Gesamt-ARPU (in EUR)	316	324	-8	-2,5
Kern-ARPU (in EUR) <sup>2)</sup>	274	303	-29	-9,5
	Q3 2006	Q3 2005	Veränderung (absolut)	Veränderung (in %)
<b>Konzerngewinn- und Verlustrechnung (in Mio EUR)</b>				
<b>Umsatz</b>	<b>269,5</b>	<b>272,6</b>	<b>-3,0</b>	<b>-1,1</b>
Kernumsatz	233,7	254,6	-21,0	-8,2
Programmabonnements	216,2	234,3	-18,1	-7,7
Pay-per-View	2,6	6,4	-3,8	-58,8
Werbung	14,8	14,0	0,8	6,1
Hardware <sup>3)</sup>	26,6	14,2	12,4	87,3
Sonstige Erlöse	9,2	3,7	5,5	>100
Operative Kosten <sup>4)</sup>	236,4	212,0	24,4	11,5
<b>EBITDA<sup>5)</sup></b>	<b>33,1</b>	<b>60,6</b>	<b>-27,5</b>	<b>-45,3</b>
Abschreibungen	7,6	8,6	-1,1	-12,2
<b>EBITA<sup>6)</sup></b>	<b>25,5</b>	<b>51,9</b>	<b>-26,4</b>	<b>-50,8</b>
Abschreibungen auf Abonnentenstamm	12,1	12,1	0,0	0,0
<b>EBIT<sup>7)</sup></b>	<b>13,5</b>	<b>39,9</b>	<b>-26,4</b>	<b>-66,2</b>
Steuern	-4,5	8,6	-13,1	<-100
Finanzergebnis	-3,5	0,3	-3,8	<-100
<b>Ergebnis</b>	<b>5,4</b>	<b>48,7</b>	<b>-43,3</b>	<b>-88,9</b>
Ergebnis pro Aktie (in EUR)	0,07	0,59	-0,53	-88,8

Die Abschlüsse der Premiere Gruppe werden nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) unter Berücksichtigung der Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) aufgestellt. In Tabellen kann es bei Aufsummierung von Einzelpositionen zu Rundungsdifferenzen kommen.

1) Die rollierende Kündigungsquote zeigt das Verhältnis von durchschnittlichem Abonnentenbestand ((Anfangsbestand + Endbestand)/2) zur Anzahl der Kündigungen der letzten 12 Monate  
 2) Annualisierter durchschnittlicher Kernumsatz pro Abonnent (in EUR pro Jahr)  
 3) Erlöse aus Verkauf und Vermietung von Hardware  
 4) Exklusive Abschreibungen

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

## Inhalt

### **Lagebericht**

---

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

### **Neun-Monats-Abschluss**

---

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

### **Konzernanhang**

---

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

### **Weitere Informationen**

---

- 31 Finanzkalender
- 31 Kontakt

# Lagebericht

## ■ Wirtschaftliches und politisches Umfeld

- Positives Wirtschafts- und Konsumklima
- Höhere Bruttowerbeaufwendungen
- Anpassung der rechtlichen Rahmenbedingungen an neue digitale Realität notwendig
- Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks weiterhin in der Diskussion

Der Aufwärtstrend der deutschen Wirtschaft hat sich im dritten Quartal fortgesetzt. Nach Einschätzung des Deutschen Bankenverbandes wird das Wirtschaftswachstum im gesamten Jahr 2006 bei 2,2% liegen. In ihrem Herbstgutachten erwartet die Arbeitsgemeinschaft deutscher wirtschaftswissenschaftlicher Forschungsinstitute, dass das reale Bruttoinlandsprodukt um 2,3% steigt und somit die zweithöchste Wachstumsrate innerhalb der letzten zehn Jahre erreicht wird.

Die Verbraucherstimmung hat sich im September im Vergleich zum Vormonat erneut leicht verbessert und erreichte laut der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) bereits zum dritten Mal im Jahr 2006 einen historischen Höchstwert. Eher skeptisch beurteilen die Konsumenten allerdings die weitere Entwicklung von Konjunktur und Einkommen. Mit Blick auf die Mehrwertsteuererhöhung 2007 werden größere Anschaffungen von den Verbrauchern in die zweite Jahreshälfte 2006 vorgezogen. Der Ifo-Geschäftsklimaindex lag im dritten Quartal stabil bei 105 Zählern.

### Höhere Bruttowerbeaufwendungen

In den klassischen Medien sind die Bruttowerbeinvestitionen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von Januar bis September 2006 um 5,1% auf insgesamt 14 Mrd EUR gestiegen (Quelle: Nielsen Media Research). Medienunternehmen und Telekommunikationsanbieter waren hier die Umsatztreiber. Einen guten Anteil am Werbeaufkommen hatte laut Nielsen Media Research die Fußball-Weltmeisterschaft. Auch Premiere profitierte im Bereich Werbung von dem sportlichen Großereignis im eigenen Land. Insgesamt verbuchte die deutsche Fernsehwirtschaft in den ersten drei Quartalen des Jahres Bruttowerbeeinnahmen von 5,6 Mrd EUR. Dies entspricht einem Wachstum von 2,9% im Vergleich zum Vorjahr.

### Anpassung der rechtlichen Rahmenbedingungen an neue digitale Realität notwendig

Nach der Analyse des Marktes für Rundfunk-Übertragungsdienste in Deutschland durch die Bundesnetzagentur sind die Betreiber der Netzebene 3 im Breitbandkabel (Kabel Baden-Württemberg, Kabel Deutschland und Unity Media) im Einspeisemarkt marktbeherrschend. Die EU-Kommission hat die ihr notifizierte Marktanalyse und somit die Regulierungsbedürftigkeit der Netzebene-3-Betreiber gebilligt. Als nächsten Schritt bereitet die Bundesnetzagentur eine Regulierungsverfügung vor, durch die Vorkehrungen gegen die festgestellte marktbeherrschende Stellung getroffen werden sollen.

Nach Auffassung des Premiere Managements führt die Digitalisierung der Fernsehindustrie zu einem Paradigmenwechsel vom Transportmodell hin zum Vermarktungsmodell. Meinungsvielfalt wird daher künftig wesentlich vom Wettbewerb auf der Vermarktungsebene bestimmt. Bisher galt die Maxime, dass Fernsehunternehmen Programme anbieten und Infrastrukturbesitzer, wie Kabelnetz- oder Satellitenbetreiber, diese Fernsehprogramme als neutrale Transporteure zu den Endkunden bringen. Jetzt werden diese Ebenen vermischt. Beispiel hierfür sind die nach Analyse der Bundesnetzagentur marktbeherrschenden Kabelnetzbetreiber Kabel Deutschland, Kabel BW und Unity, die neben dem Plattformgeschäft selbst Inhalte vermarkten. Wenn Netzbetreiber zu Vermarktern werden, besteht nach Auffassung von Premiere die Gefahr, dass eigene oder über den Netzbetreiber vermarktete Inhalte bei der Verbreitung bevorzugt werden und anderen Anbietern die Verbreitung verweigert oder nur zu nicht marktgerechten Konditionen angeboten wird.

Premiere fordert daher Medienpolitik und Gesetzgeber auf, sich diesen Themen verstärkt zu widmen und die rechtlichen Instrumente an die neuen digitalen Realitäten anzupassen. Insbesondere muss der Zugang für netzunabhängige Vermarktungsplattformen wie Premiere rechtlich gewährleistet sein und es muss sichergestellt werden, dass Fernsehprogramme auch in Zukunft diskriminierungsfrei und zu fairen Konditionen den Zuschauer erreichen – via Kabel, Satellit oder Breitbandnetz.

Premiere setzt sich insbesondere dafür ein, dass die Bundesnetzagentur in der anstehenden Regulierungsverfügung geeignete Maßnahmen ergreift, um den diskriminierungsfreien Zugang von infrastrukturunabhängigen Vermarktungsplattformen zu den Kabelnetzen zu gewährleisten.

#### **Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks weiterhin in der Diskussion**

Im Beihilfeverfahren der Europäischen Kommission zur Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland haben sich zu Beginn des dritten Quartals die Ministerpräsidenten Kurt Beck und Edmund Stoiber als Vertreter der Länder mit EU-Wettbewerbskommissarin Neelie Kroes darauf verständigt, dass der Funktionsauftrag der öffentlich-rechtlichen Anstalten in Zukunft klarer definiert und öffentlicher Auftrag und kommerzielle Tätigkeiten deutlich voneinander getrennt werden. Bis Ende 2006 soll es eine Einigung zwischen den Bundesländern und der EU-Kommission geben.

Auch die deutsche Monopolkommission als unabhängiges Beratungsgremium auf den Gebieten Wettbewerbspolitik und Regulierung hat in ihrem 16. Hauptgutachten vom Juli 2006 unter anderem die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks beleuchtet und ordnungspolitische Empfehlungen gegeben, etwa, den Auftrag öffentlich-rechtlicher Sender präzise zu definieren.

## Umsatz- und Ertragslage

- Gesamtumsatz steigt auf 812,1 Mio EUR
- Kerngeschäft: Umsätze erhöhen sich auf 745,4 Mio EUR
- Operative Kosten über Vorjahresniveau
- Positives EBITDA in Höhe von 20,8 Mio EUR
- Zinsbelastung deutlich gesenkt

Premiere hat in den ersten neun Monaten 2006 den Umsatz weiter gesteigert. Der Gesamtumsatz stieg auf 812,1 Mio EUR (Q1–Q3 2005: 778,7 Mio EUR), der Umsatz im Kerngeschäft mit Programmabonnements, Pay-per-View und Werbung auf 745,4 Mio EUR (733,5 Mio EUR).

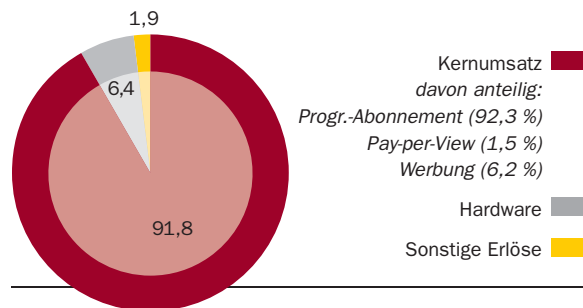
Die Erlöse aus Programmabonnements nahmen leicht auf 687,9 Mio EUR (680,6 Mio EUR) zu. Der Umsatzzanstieg resultierte aus einem höheren durchschnittlichen Abonnentenbestand. Zum 30. September 2006 zählte Premiere 3,374 Millionen Abonnenten.

Im Bereich Werbung konnte Premiere die Erlöse deutlich um 16,0 Mio EUR auf 46,6 Mio EUR steigern (30,6 Mio EUR). Für das starke Wachstum sorgten in erster Linie steigende Erlöse aus TV-Werbung und Direktmarketing sowie laufende Vermarktungsprovisionen für BLUE MOVIE. Seit der Übernahme des Erotik-Telemediendienstes im September 2005 durch die erotic media ag partizipiert Premiere über ein differenziertes Vermarktungs- und Provisionsmodell am Vollerotikgeschäft. Dagegen gingen die Umsätze im Bereich Pay-per-View vor allem durch den Wegfall der direkten Blue-Movie-Erlöse auf 11,0 Mio EUR (22,3 Mio EUR) zurück.

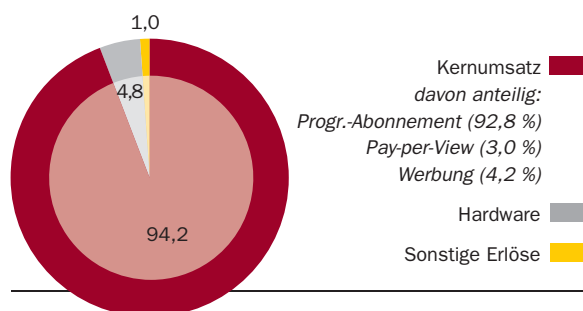
Der durchschnittliche Jahresumsatz pro Abonnent (ARPU, Average Revenue Per User; annualisiert) im Kerngeschäft betrug zum Quartalsstichtag 286 EUR (Vorjahreswert zum 30.09.: 294 EUR).

Die Hardware-Umsätze erhöhten sich um 14,5 Mio EUR auf 51,6 Mio EUR (37,1 Mio EUR). Der Anstieg der Hardware-Umsätze ist unter anderem auf den Verkauf von hochwertigen Fernsehern (HD ready) und HDTV-Receivern zurückzuführen. Nach der erfolgreichen Feldtestphase begann Ende Januar 2006 der breite Marktstart von PREMIERE HD. Die sonstigen Umsatzerlöse stiegen um 6,9 Mio EUR auf 15,0 Mio EUR (8,1 Mio EUR).

Umsatzanteile Q1–Q3 2006 (in %)



Umsatzanteile Q1–Q3 2005 (in %)



### Kostenentwicklung

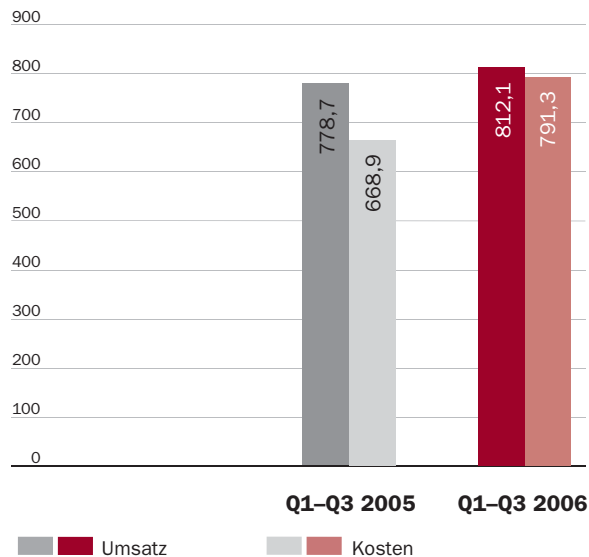
Die Kosten einschließlich Abschreibungen lagen zum Ende des dritten Quartals 2006 bei 818,2 Mio EUR (692,8 Mio EUR). Ausschlaggebend für den Anstieg waren vor allem Investitionen in den Bereichen Programm, Kundenservice und Hardware.

Die Programmkosten erhöhten sich um 78,2 Mio EUR auf 482,9 Mio EUR (404,7 Mio EUR). Im Sportbereich schlug vor allem der Sonderaufwand für Lizenz und Produktion der Fußball-Weltmeisterschaft zu Buche. Die exklusivere Berichterstattung über die UEFA Champions League, der Start der Premiere Euroliga mit den Spitzenspielen der europäischen Top-Ligen und die Kooperation mit arena führten ebenfalls zu einem Anstieg der Kosten. Einsparungen ergaben sich aus dem Wegfall der direkten Lizenzzahlungen für die Bundesliga. Außerdem erhöhten sich die Programmkosten im Vergleich zum Vorjahr durch Exklusivlizenzen für die Ausstrahlung hochwertiger Serien wie „Desperate Housewives“ oder „Lost“ sowie der neuen, zusätzlichen Themenkanäle DISCOVERY GESCHICHTE und FOCUS GESUNDHEIT. Auch die Produktion und der Erwerb von

Lizenzrechten für die neuen HDTV-Sender von Premiere kamen nach dem Marktstart von PREMIERE HD erstmals voll zum Tragen. Darüber hinaus waren im Programmaufwand nicht zahlungswirksame Verluste aus Währungssicherungsgeschäften zu verzeichnen.

Die Kosten für Abonnentenbetreuung und Service-Management beliefen sich auf 64,8 Mio EUR (44,3 Mio EUR). Wesentliche Gründe für den Anstieg waren das neue Kundenmagazin „Premiere“ sowie der Betrieb und Ausbau des „Premiere Shops“. Der erhöhte Informationsbedarf auf Seiten der Premiere Abonnenten nach der Vergabe der Bundesliga-Rechte Ende Dezember führte ebenfalls zu einem Anstieg der Kosten im Kundenservice.

Umsatz/Kosten\* (in Mio EUR)



\*Basis: IFRS; operative Kosten exkl. Abschreibungen

Die Aufwendungen für Receiver erhöhten sich auf 69,1 Mio EUR (50,0 Mio EUR), unter anderem aufgrund der Verkäufe der Fernseher und HDTV-Receiver sowie der vorgenommenen Abwertungen im Vorratsvermögen. Die Übertragungskosten veränderten sich leicht um 4,2 Mio EUR auf 73,4 Mio EUR (69,2 Mio EUR). Die Umsatzkosten stiegen insgesamt um 121,9 Mio EUR auf 690,2 Mio EUR (568,3 Mio EUR).

Die Marketing- und Vertriebskosten gingen um 5,7 Mio EUR auf 92,7 Mio EUR (98,4 Mio EUR) zurück.

Die allgemeinen Verwaltungskosten lagen mit 47,7 Mio EUR leicht unter dem Vorjahreswert (50,8 Mio EUR).

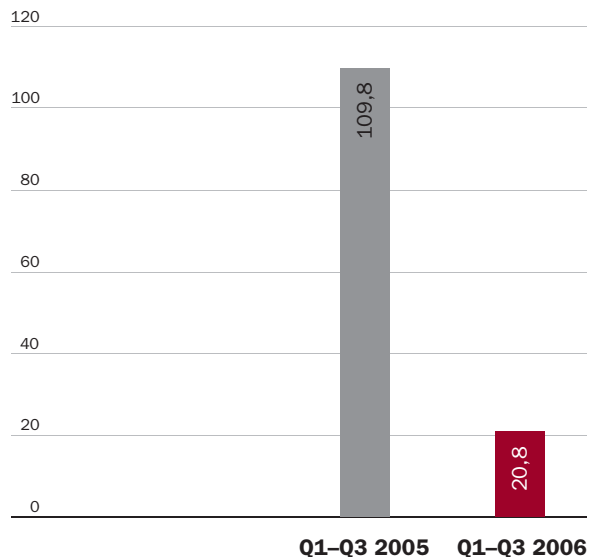
Die sonstigen betrieblichen Erträge/Aufwendungen nahmen insgesamt um 12,3 Mio EUR auf 12,3 Mio EUR (24,6 Mio EUR) ab. Das Vorjahr enthielt Erträge aus dem Verkauf von Tochterunternehmen und Geschäftseinheiten.

Die planmäßigen Abschreibungen auf den Abonnentensamm lagen wie im Vorjahr bei 36,2 Mio EUR. Als immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer werden das Markenzeichen und der Firmenwert nicht planmäßig abgeschrieben. Zum Zeitpunkt der Aufstellung des Quartalsabschlusses ergab sich kein Abwertungsbedarf.

**Operatives Ergebnis**

Die gesamten operativen Kosten (ohne Abschreibungen und saldiert mit dem sonstigen betrieblichen Ergebnis) lagen bei 791,3 Mio EUR (668,9 Mio EUR). Zum Ende des dritten Quartals 2006 ergab sich ein EBITDA (Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen) von 20,8 Mio EUR (109,8 Mio EUR).

EBITDA (in Mio EUR)



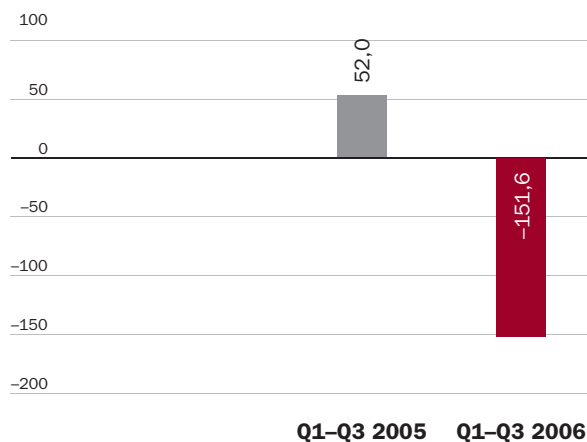
### Finanzergebnis

Das Finanzergebnis verbesserte sich um 58,9%, von –20,2 Mio EUR auf –8,3 Mio EUR. Gleichzeitig mit dem Börsengang im März 2005 nahm Premiere eine komplette Neufinanzierung zu deutlich verbesserten Konditionen vor, alle bestehenden Altkredite wurden vollständig zurückgeführt. Im Vorjahresvergleich ergibt sich daher eine wesentlich niedrigere Zinsbelastung.

### Ergebnis pro Aktie

Die Gewinn- und Verlustrechnung weist zum Ende des dritten Quartals 2006 ein Ergebnis vor Steuern in Höhe von –50,7 Mio EUR auf (29,5 Mio EUR). Latente Steuer aufwendungen in Höhe von 101,0 Mio EUR (siehe auch Abschnitt Vermögens- und Finanzlage) führten zu einem Konzernverlust von 151,6 Mio EUR (Konzerngewinn 52,0 Mio EUR). Pro Aktie ergibt die Gewinn- und Verlustrechnung ein Ergebnis in Höhe von –1,85 EUR (0,66 EUR).

### Nettoergebnis (in Mio EUR)

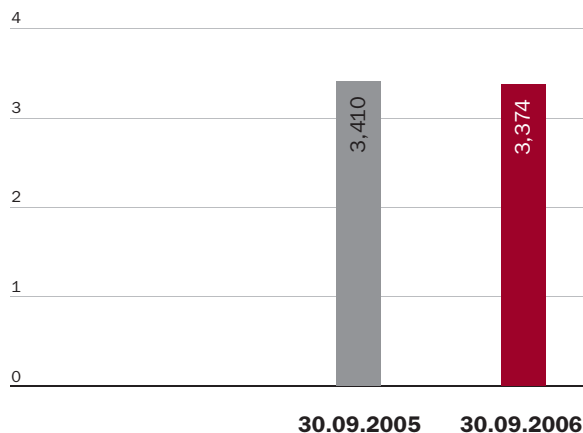


## ■ Geschäftsverlauf

- 3,374 Millionen Abonnenten zum 30. September 2006
- Programm: Output-Deals verlängert, Free-TV-Format „ChampionsTV“ erfolgreich gestartet
- Marketing und Vertrieb: Neue Preis- und Angebotsstruktur verbessert Kundenzufriedenheit
- Innovationen: Bezahlte Live-Streaming-Angebote stärken [www.premiere.de](http://www.premiere.de)
- Organisation und Mitarbeiter: neue Logistik- und Dienstleistungstochter Premus

Zum 30. September 2006 zählte Premiere 3.373.932 Abonnenten – 68.568 oder 2,0% weniger als zum 30. Juni 2006 (3.442.500). Im Jahresvergleich (Stichtag: 30.09.) verzeichnet Premiere einen Rückgang von 35.581 Abonnenten (Q3 2005: 3.409.513), umgerechnet 1%.

### Abonnentenzahl (in Mio)



### Output-Deals vorzeitig verlängert

Premiere hat seine Position als Spielfilmsender Nummer eins in den ersten Monaten des Jahres mittelfristig gesichert: Vier der wichtigsten Hollywoodstudios, Sony, Warner, Fox und Universal, haben ihre Output-Deals mit Premiere vorzeitig verlängert. So verfügt Premiere weiterhin über mittelfristige Verträge mit allen Major Studios sowie wichtigen Independent Studios.

### Free-TV-Format „ChampionsTV“ erfolgreich gestartet

Positiv auf die Wahrnehmung der Marke und der Angebote von Premiere hat sich die zusätzliche Exklusivität im Bereich der UEFA Champions League ausgewirkt. Seit Beginn dieser Spielsaison verantwortet Premiere

zusätzlich zur Live-Übertragung im Pay-TV erstmals Auswahl und Produktion der Free-TV-Berichterstattung des wichtigsten internationalen Fußballwettbewerbs. Während der ersten vier Spieltage ist es Premiere gelungen, eine gesunde Balance zwischen einem exklusiven Pay-TV-Angebot und einem attraktiven Free-TV-Angebot herzustellen. Das Abo PREMIERE FUSSBALL war im August und September – nach Einführung der neuen Angebotsstruktur – das meistverkaufte Premiere Abo. Gleichzeitig hat das neue Free-TV-Format „ChampionsTV“ pro Spiel knapp vier Millionen Zuschauer erreicht.



Sebastian Hellman moderiert für Premiere das Format „ChampionsTV“ im Deutschen SportFernsehen

„ChampionsTV“ ist eine neue Erlösquelle für die Premiere Werbevermarktung und gleichzeitig ein massenattraktives Schaufenster für die Arbeit der Premiere Sportredaktion und des Premiere Abo-Angebotes.

### Neue attraktive Sportrechte

Premiere kann weiterhin mit attraktivem Live-Fußball bei seinen Abonnenten punkten. Im April führte der Abo-TV-Sender mit der Premiere Euroliga ein neues Fußball-Produkt ein.

Mit dem UEFA Cup bietet Premiere seinen Abonnenten darüber hinaus ab der Saison 2006/2007 ein weiteres Fußball-Highlight, der Sender verfügt seit Juli über die Übertragungsrechte im Pay-TV an allen Viertelfinal- und Halbfinalspielen sowie am Endspiel des UEFA Cups bis einschließlich 2009.

Tennisfans bietet Premiere seit diesem Jahr eine umfassende Live-Berichterstattung vom Grand-Slam-Turnier in Wimbledon, ab 2008 wird das hochkarätige Event exklusiv gezeigt. Golfspieler kommen weiterhin bei

Premiere voll auf ihre Kosten, denn der Abo-Sender hat im August die exklusiven Live-Übertragungsrechte an der US PGA Tour der Profigolfer für weitere drei Jahre bis einschließlich 2009 erworben. Bereits im ersten Halbjahr kaufte Premiere die Exklusivrechte für die PGA European Tour bis 2010. Im Bereich Basketball wurden die Verträge für die Übertragung der NBA-Spiele bis 2007 verlängert.



Golfspieler kommen bei Premiere mit Live-Übertragungen der US PGA Tour und der European PGA Tour voll auf ihre Kosten

Auch im Motorsport stockte Premiere seinen Rechtebestand auf: Seit diesem Jahr zeigt der Münchner Sender das 24-Stunden-Rennen von Le Mans in voller Länge live, ab 2007 bis 2009 laufen die Übertragungen exklusiv bei Premiere. Die Übertragungsrechte an der Formel 1, die zu den wichtigsten Premium-Rechten im Pay-TV zählen, hat sich Premiere mit einem neuen Vertrag bis Ende 2007 gesichert. Dazu können sich Premiere Abonnenten mit der Rennserie A1 Grand Prix eine weitere Saison auf die „Weltmeisterschaft des Motorsports“ freuen.

#### **Premiere und die Fußball-Bundesliga**

Im Mai gab Premiere eine weitreichende Kooperation mit der Deutschen Telekom bekannt. Premiere überträgt die Fußball-Bundesliga in den Spielzeiten 2006/2007, 2007/2008 und 2008/2009 live im neuen Übertragungsstandard IPTV (Internet Protocol TV) über Breitbandnetze der Deutschen Telekom. Premiere und T-Com zeigen alle 612 Spiele der 1. und 2. Fußball-Bundesliga in der bekannten Premiere Qualität: live, einzeln und in der Konferenzschaltung. Drei Partien pro Spieltag werden im hochauflösenden Fernsehstandard HDTV übertragen. Immer auf Ballhöhe sind Fußballfans durch einen High-

light- und Datenkanal mit den besten Szenen und aktuellen Statistiken. Direkt im Anschluss an die Live-Übertragungen gibt es die Zusammenfassung aller Spiele in „Alle Spiele, alle Tore“. Premiere ist zuversichtlich, dass sich IPTV zu einem anerkannten und erfolgreichen Fernsehstandard entwickeln wird. Neben Kabel und Satellit wird Fernsehen über Breitbandnetze der dritte reichweitenstarke Weg zum Zuschauer.

Im Juli einigten sich Premiere und der neue Bundesliga-Rechteinhaber arena auf eine Kooperation bei der Verbreitung der Bundesliga im Kabel. Premiere vermarktet das Angebot von arena in 13 Bundesländern im Gebiet von Kabel Deutschland für das TV-Kabel. Darüber hinaus haben auch Kabel BW sowie zahlreiche kleinere Kabelnetzbetreiber mit Premiere Vermarktungsverträge für arena abgeschlossen.

#### **WM total bei Premiere**

Zur FIFA WM (9. Juni bis 9. Juli 2006) zeigte sich Premiere in Höchstform. Als einziger deutscher Sender bot Premiere zum Weltereignis im eigenen Land alle 64 Spiele live und mit HDTV in hochauflösender Bildqualität. Rund 800 Public-Viewing-Events erhielten für die Live-Übertragung der Fußball-Weltmeisterschaft das Signal und die Unterstützung von Premiere. Im Rahmen einer großen Roadshow des Premiere Handelsvertriebs wurden im Vorfeld der WM zudem die Fachhändler fit gemacht für die Umsatzmotoren WM und HDTV.



Zur FIFA WM 2006 bot Premiere eine echte Rundumversorgung – mit allen 64 Spielen live und in hochauflösender Bildqualität sowie einem 24-Stunden-Kanal

### Neue Preis- und Angebotsstruktur verbessert Kundenzufriedenheit

Premiere hat am 1. August eine neue Preis- und Angebotsstruktur eingeführt, die sich durch niedrigere Einstiegspreise und flexiblere Kombinationsmöglichkeiten auszeichnet. Die bisherigen Erfahrungen mit dem neuen Preismodell sind eindeutig positiv. Rund 100.000 Kunden, die bereits gekündigt hatten, haben sich aufgrund der neuen Angebote aktiv bei Premiere gemeldet und die Kündigung von sich aus zurückgenommen. Insgesamt wird heute das Preis-Leistungs-Verhältnis von Premiere sowohl von Bestandsabonnenten wie auch von Neukunden attraktiver als früher eingeschätzt. Zwei Drittel der Kunden, die ein Abonnement auf Basis des neuen Preismodells abschließen, entscheiden sich für einen 24-Monats Vertrag. Nach Auffassung des Managements erhöhen die längeren Vertragslaufzeiten die Stabilität und Werthaltigkeit der Kundenbasis von Premiere.

Das Kundenverhalten bei der Zusammenstellung der Programmpakete hat sich seit der Einführung der neuen Angebotsstruktur nicht wesentlich verändert. Der Anteil der Komplett-Abonnements (5er-Kombi oder mehr) liegt mit 38 Prozent nur geringfügig unter dem Vorjahreswert von 41 Prozent. Außerdem zeigen erste Trends, dass Premiere durch seine 9,99-Euro-Kampagne neue Zielgruppen im Preissegment zwischen 10 und 20 Euro erfolgreich ansprechen kann.



Fußball-Experte Franz Beckenbauer und Chef-Kommentator Marcel Reif schlüpfen für die Premiere Kampagne in neue Rollen

### Beckenbauer und Reif in neuen Rollen

Mit einer spektakulären Imagekampagne machte Premiere im August auf sich aufmerksam: Marcel Reif und Franz Beckenbauer zeigten darin mit Witz und Charme, dass in ihnen noch ein ganz „normaler“ Fan

steckt. Die originelle Kampagne, mit der auch die Einführung der neuen Angebotsstruktur unterstützt wurde, stieß auf großes Medienecho.

### Entdecker gesucht

Mit dem Premiere Media Day 2006 ging die Premiere Werbevermarktung zum zweiten Mal auf Deutschlandtour. Der Abo-Sender stellte im Juli und August an vier verschiedenen Orten neue Werbeumfelder und innovative Werbeformen sowie vernetzte Vermarktungskonzepte für Free- und Pay-TV vor.

### Innovationen

Ende Januar begann der breite Vermarktungsstart von PREMIERE HD in Deutschland und Österreich. In den ersten neun Monaten des Jahres 2006 haben rund 40.000 Abonnenten das neue hochauflösende Fernsehen HDTV abonniert. PREMIERE HD bietet Filmhighlights, Live-Sport und packende Dokumentationen von Discovery in herausragender Bild- und Tonqualität via Satellit oder TV-Kabel.

Während der Fußball-Weltmeisterschaft sammelte Premiere wichtige Erfahrungen im Bereich mobiles Fernsehen. Über die Portale der beiden größten Mobilfunknetzbetreiber T-Mobile und Vodafone konnten Fans Berichte über das Weltturnier unterwegs auf ihrem Handy empfangen. Die Ergebnisse der mehrwöchigen WM-Zusammenarbeit werden in weitere innovative Handy-TV- und Interactive-Business-Projekte einfließen. In der Saison 2006/2007 können sich T-Mobile-Kunden zudem via UMTS ausgewählte Top-Spiele und die Konferenzschaltungen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga live auf ihr Handy holen, das Signal dafür liefert Premiere.

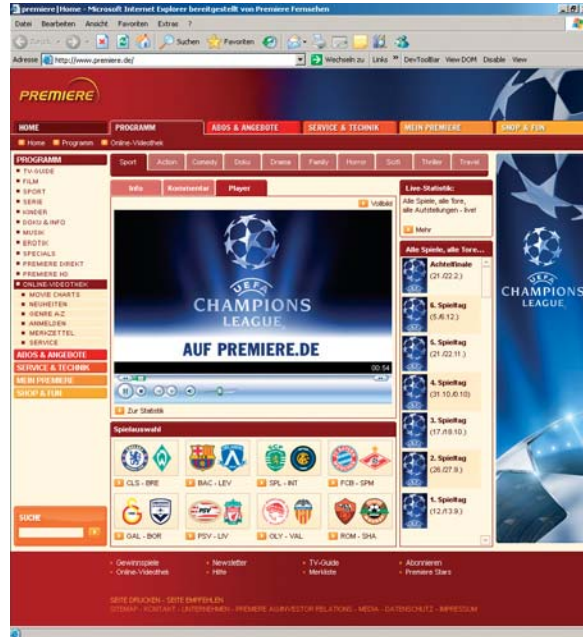
Bereits im Jahr 2005 traf Premiere die grundsätzliche Entscheidung für den Aufbau einer interaktiven Plattform ab dem zweiten Halbjahr 2006. Das Unternehmen reagiert damit auf die sich verändernden Wettbewerbsbedingungen im deutschen Fernsehmarkt sowie auf neue Kundenbedürfnisse. Bis Ende 2007 investiert Premiere mehr als 100 Mio EUR in den Aufbau der neuen Receiver-Infrastruktur. Die Geräte sind für neue Dienste vorbereitet und technologisch zukunftssicher.

**Bezahlte Live-Streaming-Angebote stärken  
 www.premiere.de**

Premiere überträgt seit Anfang der neuen Spielsaison alle Einzelspiele sowie die Premiere Konferenz der UEFA Champions League auch live im Web. Hier hat sich "ChampionsTV" als wirkungsvolles Umfeld für die Bewerbung der neuen Pay-Streaming-Angebote auf www.premiere.de erwiesen. Die Cross-Promotion zur Übertragung der Champions League hat zu einer sprunghaften Steigerung der Bekanntheit der neuen Live-Streaming-Angebote und der Premiere Website geführt. Bis zu 200.000 User griffen während einer „ChampionsTV“-Sendung auf www.premiere.de zu, informierten sich über Premiere, buchten einen Live-Stream oder schlossen gleich ein TV-Abo ab. Innerhalb weniger Wochen konnte Premiere ein neues Pay-Angebot via Internet bei der fußballaffinen Zielgruppe bekannt machen und damit Möglichkeiten für neue Umsatzpotenziale eröffnen.

**Kontinuierliche Zuschauerforschung**

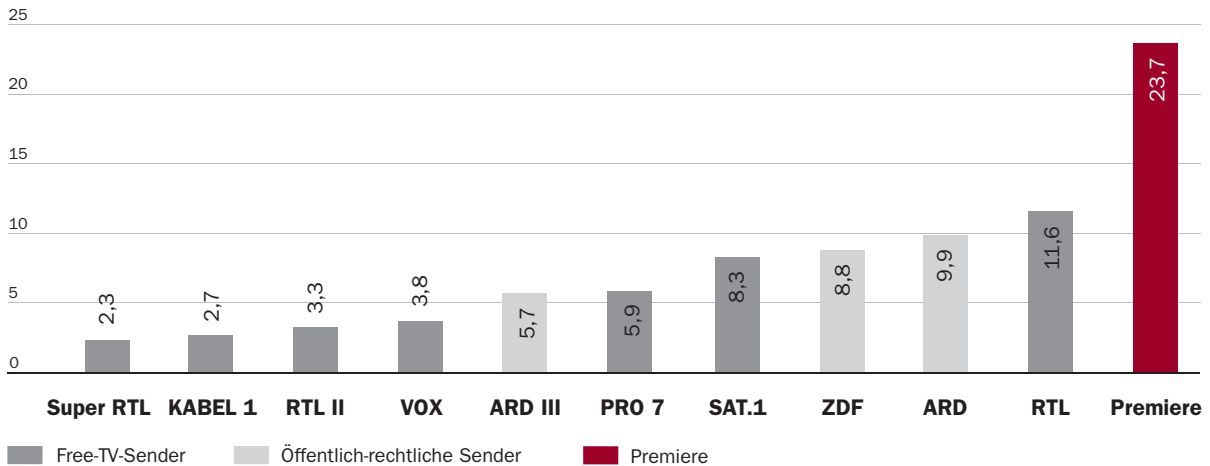
Premiere betreibt eine eigene umfassende Zuschauerforschung. Ziel ist es, den Rechteeinkauf, die Programmgestaltung und die Werbeermarktung gezielter zu steuern. Ein digitales Panel misst rund um die Uhr die Nutzung des TV-Programms in Premiere Haushalten. In den ersten neun Monaten des Jahres war der Premiere



Premiere Kunden und Nicht-Abonnenten können alle Spiele der UEFA Champions League nun auch als Live-Stream im Internet abrufen

Anteil an der TV-Nutzung mit 23,7 % erneut höher als der kumulierte Anteil von RTL und ARD, den quotenstärksten Sendern im deutschen Fernsehen.

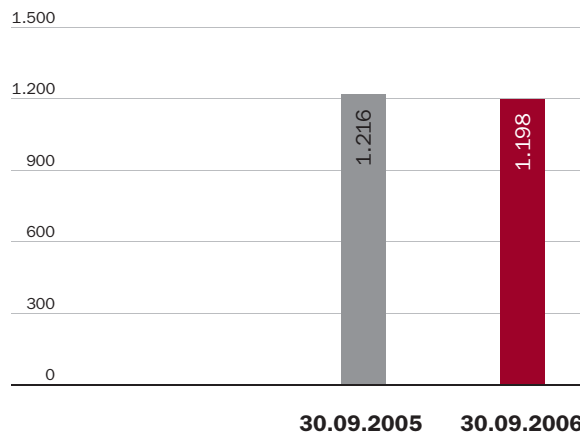
**Fernsehnutzung von Personen in Premiere Haushalten Januar bis September 2006 (Marktanteil in %)\***



\*Basis: Zuschauer ab 3 Jahre. Quelle: Modata GmbH/Premiere: Digitales Panel; Januar–September 2006; 3.00–3.00 Uhr

**Organisation und Mitarbeiter**

Zum Stichtag 30. September 2006 beschäftigte Premiere 1.198 Mitarbeiter in Vollzeit. Im Vergleich zum Vorjahr (30.09.2005: 1.216) verringerte sich die Zahl der Mitarbeiter damit um 18 (-1,5%).

**Mitarbeiterzahl (Ganztageskräfte)**

Der Premiere Standort Hamburg wurde mit Wirkung zum 30. Juni 2006 aufgelöst. Allein aus Hamburg sind im Zuge der Ausgliederungen der Bereiche IT und Services an Atos Origin und walter Telemedien 230 Ganztageskräfte in die neuen Gesellschaften gewechselt, weitere Premiere Vollzeitbeschäftigte nahmen Arbeitsangebote am Standort München an.

Seinen Anteil an dem in Fürth ansässigen Spezialisten für Hotel-Pay-TV Roombase Networks GmbH hat Premiere kontinuierlich ausgebaut. Seit April 2006 firmiert die Tochtergesellschaft des Abo-Senders unter dem Namen Premiere Hotel Entertainment GmbH (PHE), Premiere hält 97,5% der Geschäftsanteile. Zum 30. September 2006 zählte die PHE 37 Ganztageskräfte. Das Unternehmen bietet der Hotellerie einen bequemen, zentralen Medienservice aus einer Hand.

Zum 1. August 2006 ging die Premus Logistik und Service GmbH an den Start. Das Unternehmen ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft des Münchner Abo-Senders. Premus nutzt die langjährige Expertise aus der Receiver- und Smartcardlogistik bei Premiere, um externen Kunden maßgeschneiderte Lösungen rund um Logistik & Fulfillment, Customer Care sowie Sales Service anzubieten. Zum 30. September 2006 waren 33 Ganztageskräfte bei Premus beschäftigt.

Neue Arbeitsplätze schuf Premiere im Premiere Service Center Schwerin (SCS): Von Januar 2006 bis September 2006 stieg die Zahl der Ganztageskräfte im SCS um 22% auf 348. Damit erhöhte Premiere seine Kapazitäten im Kundenservice und gab ein positives Signal für den Arbeitsmarkt in Schwerin.

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

## ■ Vermögens- und Finanzlage

- Rückgang der Bilanzsumme auf 1.294,7 Mio EUR
- Eigenkapitalquote weiterhin auf hohem Niveau
- Anstieg der Finanzverbindlichkeiten
- Positiver Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit im dritten Quartal

Die Bilanzsumme ging im Vergleich zum Jahresende 2005 um 74,9 Mio EUR zurück und betrug zum Quartalsstichtag 1.294,7 Mio EUR (31.12.2005: 1.369,6 Mio EUR).

Der Anstieg des Filmvermögens und der geleisteten Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte ist insbesondere auf die Zugänge im Filmvermögen sowie die höheren Anzahlungen auf Filmrechte zurückzuführen. Die Vorräte erhöhten sich deutlich. Den Receiver-Verkäufen an Händler, Geschäftskunden und Neuabonnenten sowie der Umgliederung von Festplatten-Receiver und Interaktiv-Receiver, die für das Mietgeschäft vorgesehen sind, in das Sachanlagevermögen standen hohe Zugänge aus dem Erwerb neuer Receiver gegenüber. Die Zugänge betrafen im Wesentlichen Interaktiv-Receiver. Der Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen resultierte unter anderem aus der vertragsgemäßen Umwandlung einer Forderung gegenüber der erotic media ag in ein verzinsliches Darlehen. Die sonstigen Vermögenswerte nahmen ebenfalls ab. Die Abnahme aufgrund der Begleichung von Kaufpreisforderungen sowie der Bewertung der Devisentermingeschäfte zum Zeitwert wurde durch den Zugang aus dem Darlehen an die erotic media ag nur zum Teil ausgeglichen. Die Zugänge bei Receiver ergaben sich vor allem aus der Umgliederung der Festplatten-Receiver und Interaktiv-Receiver. Der Rückgang der Sachanlagen sowie der immateriellen Vermögenswerte ist auf den planmäßigen Werteverzehr zurückzuführen.

Auf der Grundlage eines konservativen Bewertungsansatzes wurden zum 30. Juni 2006 die aktivierten latenten Steuern auf Verlustvorträge für alle wesentlichen operativen Gesellschaften vollständig abgeschrieben. Das Ergebnis wurde durch diese Maßnahme in Höhe von 90,4 Mio EUR belastet. Aktive latente Steuern werden nur noch in Höhe von passiven Überhängen angesetzt. Die steuerliche Nutzbarkeit der gesamten Verlustvorträge bleibt von der Abwertung unberührt.

Das Eigenkapital verringerte sich infolge des Periodenergebnisses auf 646,4 Mio EUR (798,1 Mio EUR). Die Eigenkapitalquote lag mit 49,9% (58,3%) weiterhin auf

hohem Niveau. Premiere verfügt derzeit über eine Kreditlinie in Höhe von 417,5 Mio EUR. Die gesamten Finanzverbindlichkeiten stiegen auf 206,0 Mio EUR (131,4 Mio EUR). Die Netto-Finanzverbindlichkeiten beliefen sich zum Quartalsstichtag auf 191,1 Mio EUR (105,8 Mio EUR). Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen nahmen insbesondere infolge des Erwerbs der Interaktiv-Receiver zu. Die sonstigen Schulden gingen zurück. Der Tilgung von Umsatzsteuerverbindlichkeiten und der Auszahlung der variablen Vergütungskomponenten an die Mitarbeiter und den Vorstand standen die Zeitwertanpassungen bei Devisentermin- und Zinsswapgeschäften gegenüber. Die Rechnungsabgrenzungsposten verringerten sich ebenfalls. Der Rückgang resultierte vor allem aus der Auflösung der abgegrenzten Einzahlungen aus im Voraus bezahlten Abonnements, die linear über die Laufzeit der Abonnements als Umsatz erfasst werden. Dagegen erhöhten sich die passiven latenten Steuern. Im Gegensatz zur Handelsbilanz werden die immateriellen Vermögenswerte Markenzeichen und Firmenwert in der Steuerbilanz planmäßig abgeschrieben.

### Liquidität und Cashflow

Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug zum Ende des dritten Quartals 2006 –37,5 Mio EUR (01.01.–30.09.2005: –40,4 Mio EUR). Die Veränderungen des Working Capital führten zu einem starken Mittelabfluss. Dem stand der Mittelzufluss aus dem positiven operativen Ergebnis gegenüber. Innerhalb des dritten Quartals 2006 verbesserte sich der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit um 21,7 Mio EUR.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit belief sich auf –38,9 Mio EUR (–10,9 Mio EUR). Die Auszahlungen für Investitionen betrafen im Wesentlichen den Erwerb der Festplatten-Receiver und Interaktiv-Receiver. Die Einzahlungen aus dem Abgang von Vermögenswerten und die Auszahlungen für Investitionen in Finanzanlagen resultierten vor allem aus Wertpapierkäufen und -verkäufen.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit lag bei 65,6 Mio EUR (8,1 Mio EUR). Den Einzahlungen aus der Inanspruchnahme bestehender Kreditlinien standen Auszahlungen zur Tilgung von Krediten sowie von Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing und Zinszahlungen gegenüber.

Insgesamt verfügte Premiere zum Quartalsstichtag über flüssige Mittel in Höhe von 14,9 Mio EUR (31.12.2005: 25,7 Mio EUR).

## Aktie

### Entwicklung der Premiere Aktie

Auf die Korrekturen im Mai und Juni folgte in den Sommermonaten an den Aktienmärkten ein wie gewohnt ruhiger Handel mit niedrigen Volumina. Nach dem Labor Day am 4. September in den USA, der traditionell das Ende der Sommerperiode markiert, nahmen die Märkte wieder Fahrt auf und erholten sich bis zum Ende des Quartals. Positive Wirtschaftsnachrichten wie fallende Ölpreise ließen die Investoren wieder zuversichtlicher in die Zukunft blicken und die Indizes bewegten sich in Richtung 5-Jahres-Hoch. Der Leitindex DAX stieg im dritten Quartal des Jahres um rund 6% auf 6.004 Punkte, der MDAX sogar um 8% auf 8.547 Punkte.

Im Verlauf des dritten Quartals tendierte die Aktie der Premiere AG zunächst weiter schwächer. Einen kräftigen Kurssprung um 19,8% auf 9,88 EUR verzeichnete das Papier am 13. Juli. An diesem Tag gab die Premiere AG sowohl den Abschluss einer Distributions- und Vermarktungspartnerschaft mit Unity Media und arena zur Übertragung der Bundesliga ab August 2006 im TV-Kabel als auch den Erwerb der Pay-TV-Rechte am UEFA Cup und drei UEFA-Super-Cup-Spielen bekannt. Der Kurs entwickelte sich im Verlauf des Quartals weiter positiv: Die Aktie schloss am 30. September 2006 bei 10,52 EUR um 38,8% höher als zum Ende des Vorquartals.

Das durchschnittliche Handelsvolumen im dritten Quartal 2006 betrug 837.000 Aktien, seit dem Börsengang am 9. März 2005 bis zum Stichtag wurden durchschnittlich 976.000 Aktien pro Tag gehandelt.

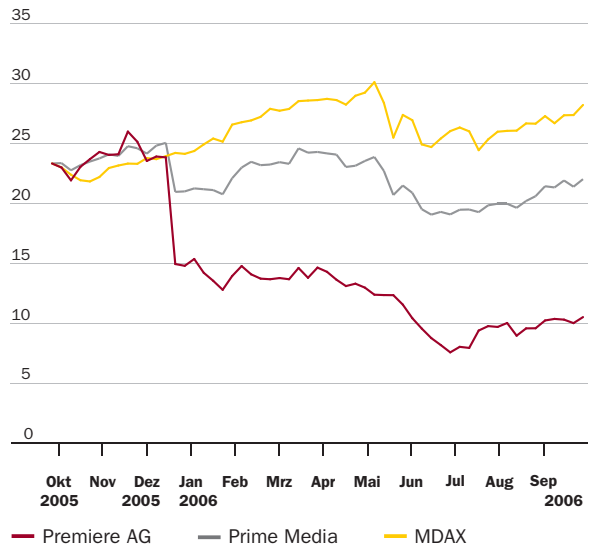
Auf Basis des Schlusskurses per 30. September 2006 von 10,52 EUR resultieren für die Premiere AG eine Marktkapitalisierung von 863 Mio EUR sowie eine Free-Float-Kapitalisierung von 661 Mio EUR.

Seit dem 20. Juni 2005 ist die Premiere Aktie mit einer Gewichtung von 0,76% zum Stichtag 30. September 2006 Mitglied im MDAX und lag damit auf Rang 7 beim Handelsvolumen sowie auf Rang 44 bei der Marktkapitalisierung. Darüber hinaus ist die Premiere Aktie im MSCI-World-Index vertreten.

### Aktionärsstruktur

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

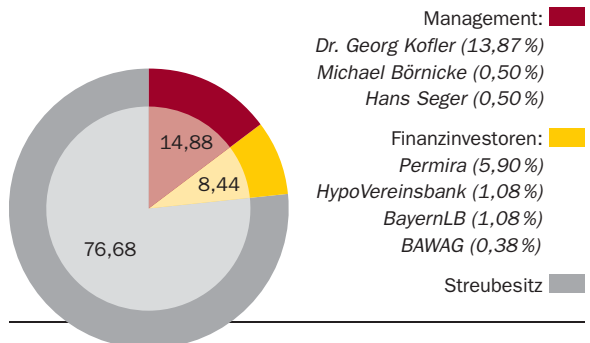
Kursentwicklung 1. Oktober 2005 bis 30. September 2006 (in EUR)



Die Fidelity Management & Research Company, Boston, USA, reduzierte laut eigener Mitteilung vom 17. Juli 2006 ihren Anteil von vormals 5,01% auf 4,98%. Des Weiteren hält die Classic Fund Management Aktiengesellschaft, Vaduz, FL, gemäß Mitteilung vom 6. Juni 2006 weiterhin einen Anteil von 5,09% an der Premiere AG. Darüber hinaus verfügt die NWQ Investment Management Company, Los Angeles, USA, laut eigener Mitteilung vom 2. August 2006 über einen Anteil von 5,01%. Nach Definition der Deutschen Börse AG sind diese Anteile dem Streubesitz zuzurechnen.

Die Beteiligungsverhältnisse bei der Premiere AG stellen sich wie folgt dar:

### Aktionärsstruktur (in %)



Vereinfachte Darstellung (Stand: September 2006)

## ■ Ausblick

- Innovationen mit Potenzial
- Fokussierung der Organisation

### Prognose 2006

- Wieder Nettowachstum der Abo-Zahlen im vierten Quartal: rund 3,40 Millionen Abonnenten zum Jahresende
- Umsatz zwischen 1,05 und 1,10 Mrd EUR
- EBITDA zwischen 40 und 50 Mio EUR

### Ausblick 2007

- Zum Jahresende zwischen 3,5 und 3,6 Millionen Abonnenten
- Umsatz zwischen 1,05 und 1,10 Mrd EUR
- EBITDA zwischen 120 und 140 Mio EUR

Zusätzliche Potenziale erwartet sich Premiere von der Neuausrichtung seines HDTV-Angebotes und der zunehmenden Marktpräsenz für das neue IPTV-Angebot.

Ab dem 13. November bietet Premiere seine beiden HDTV-Kanäle – PREMIERE HD und DISCOVERY HD – einzeln ab 9,99 EUR pro Monat an. Damit sinkt die Einstiegsschwelle für HD-Interessierte deutlich: Bislang war das HDTV-Angebot nur in Verbindung mit der 5er-Kombi ab 44,99 EUR pro Monat erhältlich. Das neue HD-Angebot soll den Einstieg in das hochauflösende Fernseherlebnis HDTV rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft günstiger und einfacher machen. Premiere erwartet positive Impulse für das Abo-Geschäft und den Verkauf von Premiere HD-Receiver, die nicht nur die HD-Kanäle, sondern auch die übrigen Digital-Programme in brillanter Qualität auf den Fernsehschirm bringen.

Auch die Marktpräsenz des neuen IPTV-Angebots von Premiere wird in den kommenden Wochen zunehmen. Seit Kurzem bewirbt die Deutsche Telekom ihr neues Triple-Play-Angebot T-Home, das Fernsehen über das neue Hochgeschwindigkeitsnetz VDSL ermöglicht. VDSL wird für Premiere neben Kabel und Satellit der dritte Verbreitungsweg in die deutschen Fernsehhaushalte. Premiere zeigt über T-Home sein gesamtes Programmangebot und zusätzlich alle Spiele der 1. und 2. Fußball-Bundesliga. Premiere verfügt über die exklusiven Rechte für Live-Übertragungen der Bundesliga via VDSL bis Mitte 2009. Nach Auffassung von Premiere ist Bundesliga live in der bekannten Premiere Qualität ein attraktives Argument für IPTV und T-Home. Einzigartig ist

die Live-Übertragung von drei Bundesliga-Spielen pro Wochenende – jeweils eines am Freitag, Samstag und Sonntag – im HDTV-Format. Premiere ist von IPTV überzeugt, weil es die Vorteile des klassischen Fernsehens mit interaktiven, individuelleren Nutzungsmöglichkeiten verbindet. Damit werden die Pay-TV-Angebote von Premiere für neue Zielgruppen interessant. Premiere rechnet bis Ende 2007 mit 50.000 bis 100.000 Abonnenten via IPTV.

### Fokussierung der Organisation: Premiere Content, Premiere Plattform, Premiere Interactive

Auf den künftigen Wettbewerb bereitet sich Premiere mit einer klaren, noch fokussierteren Organisation vor. Die Aktivitäten werden in drei strategischen Geschäftsfeldern gebündelt: „Premiere Content“, „Premiere Plattform“ und „Premiere Interactive“.

Premiere Content verantwortet den Einkauf, die Redaktion und Produktion von Programmen – vom einzelnen Format bis zum vollständigen Sender. Bei Premiere Plattform stehen Kundenbeziehungen, Vermarktung, Service, Logistik und technische Dienstleistungen im Mittelpunkt. Premiere Interactive soll neue Geschäftsmodelle entwickeln, die auf Interaktivität und Transaktion beruhen. Dazu zählen innovative Internet- und TV-Angebote – beispielsweise Live-Streamings und Video-on-Demand. Darüber hinaus produziert Premiere Interactive maßgeschneiderte Inhalte für neue Verbreitungswege, z. B. mobile Dienste und Web-Portale.

Jeder Geschäftsbereich wird in Zukunft sein Leistungsportfolio auch Drittkunden anbieten. So wird Premiere Content auch Pay-TV-Programme für andere Plattformen und Distributionssysteme zur Verfügung stellen, auf Wunsch auch gezielt dafür entwickeln. Ein erstes Beispiel hierfür sind die Premiere Angebote auf der IPTV-Plattform von T-Home. Premiere Plattform wird auch Inhalte anderer Programmanbieter vermarkten. Wichtigstes Beispiel: Premiere ist heute der größte Vermarkter von arena.

Mit der neuen Organisation stellt Premiere seine Assets und Kompetenzen noch klarer heraus und kann durch die konsequent marktorientierte Aufstellung der Bereiche mehr aus seinen Möglichkeiten machen. Jenseits des eigenen Endkundengeschäfts positioniert sich Premiere als Full-Service-Dienstleister für andere

Akteure im TV- und IPTV-Sektor. Premiere kann seine Einkaufsposition verbessern und Ressourcen effektiver nutzen. Die neu geordneten Geschäftsbereiche könnten in einem zweiten Schritt zur Keimzelle neuer unternehmerischer Partnerschaften werden.

### **Prognose 2006**

Nach dem Rückgang der Abo-Zahlen in den ersten drei Quartalen rechnet Premiere im vierten Quartal 2006 wieder mit einem Nettowachstum des Abonnentenbestandes. Zum Jahresende 2006 erwartet Premiere rund 3,40 Millionen Kunden. Nach Auffassung des Managements liegt der Großteil der Kündigungen, die durch den Verlust der Fußball-Bundesliga-Rechte ausgelöst wurden, bereits hinter Premiere. Das Unternehmen verzeichnet eindeutige Hinweise, dass sich das Kündigungsverhalten im Verlauf des vierten Quartals weiter normalisiert. Im Neugeschäft erwartet Premiere Impulse von der neuen Preis- und Angebotsstruktur und dem günstigen HDTV-Einstiegsangebot. Außerdem spielen im Weihnachtsgeschäft erfahrungsgemäß nicht die Bundesliga, sondern Filme, Dokumentationen und das Familienprogramm die Hauptrolle. In diesen Programmfeldern sieht sich Premiere gegenüber dem Wettbewerb nach wie vor einzigartig positioniert.

Für das Gesamtjahr 2006 prognostiziert Premiere einen Umsatz zwischen 1,05 und 1,10 Mrd EUR. Das EBITDA wird in einem Korridor zwischen 40 und 50 Mio EUR erwartet.

### **Ausblick 2007**

Für das Jahr 2007 rechnet Premiere mit einem weiteren Wachstum seiner Abonnentenzahl. Zum Jahresende 2007 soll der Abonnentenbestand auf 3,5 bis 3,6 Millionen zunehmen. Der Umsatz soll zwischen 1,05 und 1,10 Mrd EUR liegen. Aufgrund der sinkenden Kosten prognostiziert Premiere für 2007 eine deutliche Verbesserung des operativen Ergebnisses. Das EBITDA wird in einer Bandbreite zwischen 120 und 140 Mio EUR erwartet.

# Neun-Monats-Abschluss

## Konzernbilanz

(in Tsd EUR)	30.09.2006	31.12.2005
<b>Aktiva</b>		
<b>Kurzfristige Aktiva</b>		
Flüssige Mittel	14.932	25.669
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	80.236	92.577
Filmvermögen und geleistete Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte	86.028	69.117
Vorräte	66.714	33.688
Sonstige Vermögenswerte und aktive Rechnungsabgrenzungsposten	13.849	29.625
<b>Summe kurzfristige Aktiva</b>	<b>261.758</b>	<b>250.676</b>
<b>Langfristige Aktiva</b>		
Latente Steuern	1.165	86.974
Filmvermögen und geleistete Anzahlungen auf Sport- und Filmrechte	17.545	13.666
Finanzanlagen	1.468	255
Anteile an assoziierten Unternehmen	464	348
Receiver	40.536	11.496
Sachanlagen	12.297	12.796
Immaterielle Vermögenswerte	936.113	975.728
Sonstige Vermögenswerte und aktive Rechnungsabgrenzungsposten	23.397	17.658
<b>Summe langfristige Aktiva</b>	<b>1.032.985</b>	<b>1.118.921</b>
<b>Summe Aktiva</b>	<b>1.294.743</b>	<b>1.369.597</b>

## Konzernbilanz

(in Tsd EUR)	30.09.2006	31.12.2005
<b>Passiva</b>		
<b>Kurzfristige Schulden</b>		
Finanzverbindlichkeiten	129.697	38.920
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	234.213	224.939
Verbindlichkeiten gegen nahe stehende Unternehmen und Personen	716	775
Sonstige Rückstellungen	25.015	23.032
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	21.605	40.723
Sonstige Schulden	37.079	34.103
<b>Summe kurzfristige Schulden</b>	<b>448.325</b>	<b>362.492</b>
<b>Langfristige Schulden</b>		
Finanzverbindlichkeiten	76.317	92.521
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	12.632	13.361
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	6.464	6.192
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	779	3.066
Latente Steuern	99.245	84.166
Sonstige Schulden	4.627	9.700
<b>Summe langfristige Schulden</b>	<b>200.064</b>	<b>209.005</b>
<b>Summe Schulden</b>	<b>648.390</b>	<b>571.497</b>
<b>Eigenkapital</b>		
Gezeichnetes Kapital	82.000	82.000
Kapitalrücklage	951.596	951.596
Gewinnrücklagen	-111	-1
Verlustvortrag	-235.505	-284.180
Periodenergebnis	-151.632	48.674
Minderheitenanteile	6	11
<b>Summe Eigenkapital</b>	<b>646.354</b>	<b>798.100</b>
<b>Summe Passiva</b>	<b>1.294.743</b>	<b>1.369.597</b>

## Konzerngewinn- und Verlustrechnung

(in Tsd EUR)	01.01.– 30.09.2006	01.01.– 30.09.2005
Umsatzerlöse	812.055	778.694
Umsatzkosten	-690.183	-568.255
Kosten Film- und Sportlizenzen	-482.861	-404.704
Übertragungskosten	-73.432	-69.241
Abonnentenverwaltung und Service Management	-64.783	-44.281
Aufwendungen für Receiver	-69.106	-50.029
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>121.873</b>	<b>210.439</b>
Vertriebskosten	-92.657	-98.368
Allgemeine Verwaltungskosten	-47.711	-50.817
Sonstige betriebliche Erträge	14.274	31.235
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1.964	-6.597
Abschreibungen auf Abonnentenstamm	-36.193	-36.193
<b>Betriebliches Ergebnis</b>	<b>-42.378</b>	<b>49.698</b>
Erträge aus assoziierten Unternehmen	116	26
Zinsen und ähnliche Erträge	4.697	1.335
Sonstiges Finanzergebnis	51	0
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-13.168	-21.581
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>-50.682</b>	<b>29.477</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-100.953	22.545
<b>Periodenergebnis</b>	<b>-151.635</b>	<b>52.022</b>
Zurechenbar zu:		
Anteilseigner	-151.632	52.022
Minderheitenanteile	-3	0
Ergebnis pro Aktie		
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis in EUR	-1,85	0,66

## Konzerngewinn- und Verlustrechnung

(in Tsd EUR)	01.07.– 30.09.2006	01.07.– 30.09.2005
Umsatzerlöse	269.535	272.571
Umsatzkosten	-208.542	-191.919
Kosten Film- und Sportlizenzen	-128.542	-133.570
Übertragungskosten	-25.334	-23.267
Abonnentenverwaltung und Service Management	-23.250	-17.365
Aufwendungen für Receiver	-31.416	-17.718
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>60.993</b>	<b>80.651</b>
Vertriebskosten	-25.859	-40.212
Allgemeine Verwaltungskosten	-14.412	-14.962
Sonstige betriebliche Erträge	5.070	26.995
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-260	-539
Abschreibungen auf Abonnentenstamm	-12.064	-12.064
<b>Betriebliches Ergebnis</b>	<b>13.467</b>	<b>39.869</b>
Erträge aus assoziierten Unternehmen	60	58
Zinsen und ähnliche Erträge	430	369
Sonstiges Finanzergebnis	51	0
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-4.076	-166
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>9.933</b>	<b>40.130</b>
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-4.506	8.554
<b>Periodenergebnis</b>	<b>5.426</b>	<b>48.684</b>
Zurechenbar zu:		
Anteilseigner	5.431	48.684
Minderheitenanteile	-5	0
Ergebnis pro Aktie		
Unverwässertes/verwässertes Ergebnis in EUR	0,07	0,59

## ■ Eigenkapitalveränderungsrechnung

	Gezeich- netes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklagen Hedge- Accounting/ Marktbewer- tung Finanz- anlagen	Perioden- ergebnis	Verlust- vortrag	Minder- heiten- anteile	<b>Gesamt</b>
(in Tsd EUR)							
<b>Stand 01.01.2005</b>	<b>70.000</b>	<b>636.076</b>	<b>-2.997</b>	<b>-80.621</b>	<b>-203.559</b>	<b>0</b>	<b>418.899</b>
Umgliederung Vorjaheresergebnis	0	0	0	80.621	-80.621	0	0
Erhöhung gezeichnetes Kapital	12.000	0	0	0	0	0	12.000
Agio Börsengang unter Berücksichtigung von Kapital- beschaffungskosten nach latenten Steuereffekten	0	315.520	0	0	0	0	315.520
Summe der Transaktionen mit Anteilseignern	12.000	315.520	0	0	0	0	327.520
Veränderung des beizulegenden Zeitwerts für zum Verkauf bestimmte Finanzanlagen	0	0	3	0	0	0	3
Auflösung erfolgsneutraler Zeitwertanpassungen von nicht effektiven Sicherungsgeschäften (nach latenten Steuereffekten)	0	0	2.996	0	0	0	2.996
Summe direkt im Eigenkapital berücksichtigter Ergebnisse	0	0	2.999	0	0	0	2.999
Periodenergebnis	0	0	0	52.022	0	0	52.022
Gesamteinkommen	0	0	2.999	52.022	0	0	55.021
<b>Stand 30.09.2005</b>	<b>82.000</b>	<b>951.596</b>	<b>2</b>	<b>52.022</b>	<b>-284.180</b>	<b>0</b>	<b>801.440</b>
<b>Stand 01.01.2006</b>	<b>82.000</b>	<b>951.596</b>	<b>-1</b>	<b>48.674</b>	<b>-284.180</b>	<b>11</b>	<b>798.100</b>
Umgliederung Vorjaheresergebnis	0	0	0	-48.674	48.674	0	0
Kauf weiterer 2,5% an der Premiere Hotel Entertainment GmbH (frühere Roombase Networks GmbH)	0	0	0	0	0	-2	-2
Veränderung des beizulegenden Zeitwerts für zum Verkauf bestimmte Finanzanlagen	0	0	-109	0	0	0	-109
Summe direkt im Eigenkapital berücksichtigter Ergebnisse	0	0	-109	0	0	-2	-111
Periodenergebnis	0	0	0	-151.632	0	-3	-151.635
Gesamteinkommen	0	0	-109	-151.632	0	-5	-151.746
<b>Stand 30.09.2006</b>	<b>82.000</b>	<b>951.596</b>	<b>-111</b>	<b>-151.632</b>	<b>-235.505</b>	<b>6</b>	<b>646.354</b>

## Konzernkapitalflussrechnung

(in Tsd EUR)	01.01.– 30.09.2006	01.01.– 30.09.2005
Periodenergebnis vor Ertragsteuern	-50.682	29.477
Zinsergebnis	8.471	20.246
Abschreibung auf Sachanlagen saldiert mit Zuschreibungen und Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	26.935	23.943
Abschreibungen auf Abonentenstamm	36.193	36.193
Sonstige zahlungsunwirksame Erträge und Aufwendungen	-1.273	-18.758
Veränderungen der sonstigen Rückstellungen	1.111	-1.947
Gewinne/Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	-910	10
Veränderungen der Vorräte, Liefer- und Leistungsforderungen sowie anderer Aktiva	-41.080	-40.390
Veränderungen der Liefer- und Leistungsverbindlichkeiten sowie anderer Passiva	-16.246	-89.176
<b>Mittelabfluss aus laufender Geschäftstätigkeit</b>	<b>-37.480</b>	<b>-40.401</b>
Einzahlungen aus dem Abgang von immateriellen Vermögenswerten, Sach- und Finanzanlagen	6.136	170
Einzahlungen aus Verkäufen von Unternehmensteilen	0	5.786
Auszahlungen für Unternehmenskäufe	-115	0
Auszahlungen für Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte	-39.320	-15.441
Investitionen in Finanzanlagen	-5.561	-1.457
<b>Mittelabfluss aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-38.860</b>	<b>-10.941</b>
Nettoeinzahlungen aus Kapitalerhöhung durch Gesellschafter/ Nettoemissionserlöse	0	322.467
Einzahlungen aus der Begebung von (Finanz-)Krediten	89.472	124.628
Erhaltene Zinsen	1.684	1.335
Zahlung von Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	-6.892	-15.263
Auszahlungen für die Tilgung von (Finanz-)Krediten	-7.500	-368.234
Gezahlte Zinsen	-11.161	-56.828
<b>Mittelzufluss aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>65.603</b>	<b>8.104</b>
<b>Zahlungswirksame Veränderungen</b>	<b>-10.738</b>	<b>-43.238</b>
Flüssige Mittel am Anfang der Periode	25.669	60.995
Flüssige Mittel am Ende der Periode	14.932	17.757

# Konzernanhang der Premiere AG

## ■ Grundlagen und Methoden

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

Alle vom IASB veröffentlichten und zum 30. September 2006 verpflichtend anzuwendenden Standards und Interpretationen wurden berücksichtigt. Die Vorjahreszahlen wurden gemäß den zum 31. Dezember 2005 gültigen Standards ermittelt.

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

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

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

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

Amendment to IAS 1	Capital Disclosures
IFRS 7	
Financial Instruments	Disclosures
IFRIC 7	Applying the Restatement Approach under IAS 29
IFRIC 8	Scope of IFRS 2
IFRIC 9	Reassessment of Embedded Derivatives
IFRIC 10	Interim Financial Reporting and Impairment

(IFRIC 10 ist noch nicht von der Europäischen Union übernommen worden.)

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

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

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

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

### **Unternehmensgründungen und -erwerbe**

---

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

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

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

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

### **Unternehmensabgänge und Unternehmensaufgaben**

---

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

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

## ■ Wesentliche Einflüsse auf den Konzernzwischenabschluss

### Veränderung der Bilanz

#### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Der Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen resultierte insbesondere aus der vertragsgemäßen Umwandlung einer Forderung gegenüber der erotic media ag in ein verzinsliches Darlehen, welches unter den sonstigen langfristigen Vermögenswerten ausgewiesen wird.

#### Receiver

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

Die Zugänge bei Receivern in Höhe von 33.428 Tsd EUR betrafen im Wesentlichen Festplatten-Receiver und Interaktiv-Receiver. Sämtliche Receiververkäufe werden zunächst in den Vorräten aktiviert. Receiver, die zur Vermietung an Endkunden vorgesehen sind, werden von

den Vorräten in das Sachanlagevermögen umgegliedert und linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer abgeschrieben.

#### Vorräte

Der Anstieg der Vorräte resultierte insbesondere aus dem Erwerb von Interaktiv-Receivern. Die Vermarktung der Interaktiv-Receiver startet Anfang November.

Der Buchwert der zum Nettoveräußerungswert angesetzten Vorräte beträgt 6.342 Tsd EUR. Im Berichtszeitraum wurden Wertminderungen in Höhe von 5.325 Tsd EUR als Aufwand erfasst.

#### Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Im Zusammenhang mit dem Erwerb von Interaktiv-Receivern stiegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

#### Finanzverbindlichkeiten

Im Berichtszeitraum wurde die Revolving Facility mit 60.000 Tsd EUR in Anspruch genommen, die als Teil der mit Börsengang 2005 abgeschlossenen Kreditfinanzierung vereinbart wurde.

#### Sonstige Schulden

In den kurzfristigen sonstigen Schulden sind in Höhe von 2.418 Tsd EUR Leistungen an ehemalige Vorstände gemäß IAS 24.16 enthalten.

### Gewinn- und Verlustrechnung

#### Kosten für Abonnentenverwaltung und Service Management

Der Anstieg im Vergleich zum Vorjahresberichtszeitraum resultiert im Wesentlichen aus dem erhöhten Informationsbedarf auf Seiten der Premiere Abonnenten nach Vergabe der Bundesliga-Rechte Ende Dezember 2005, dem neuen Kundenmagazin „Premiere“ und dem Betrieb und Ausbau des „Premiere Shops“.

#### Sonstige betriebliche Erträge

Im Vorjahr wurden Währungskursgewinne unter den sonstigen betrieblichen Erträgen in der Konzerngewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen. Beginnend mit dem

Quartalsabschluss zum 30. Juni 2005 werden diese unter den Kosten Film- und Sportlizenzen gezeigt. Damit wird der Tatsache Rechnung getragen, dass alle wesentlichen Transaktionen in fremder Währung auf Lizenzkäufe zurückzuführen sind.

Im abgelaufenen Zeitraum konnten Kursgewinne in Höhe von 805 Tsd EUR erzielt werden.

Im Vorjahr enthielt dieser Posten Erträge aus den damals stattgefundenen Unternehmensverkäufen und Ausgliederungen in Höhe von 24.699 Tsd EUR.

**Sonstige betriebliche Aufwendungen**

Im Vorjahr wurden Währungskursverluste unter den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in der Konzerngewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen. Beginnend mit dem Quartalsabschluss zum 30. Juni 2005 werden diese unter den Kosten Film- und Sportlizenzen gezeigt. Damit wird der Tatsache Rechnung getragen, dass alle wesentlichen Transaktionen in fremder Währung auf Lizenzeinkäufe zurückzuführen sind.

**Zinsen und ähnliche Erträge**

Die Bewertung der Zinssicherungsgeschäfte führte zum Stichtag zu einem Ertrag in Höhe von 3.013 Tsd EUR. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres führte die Bewertung noch zu einem Aufwand in Höhe von 5.435 Tsd EUR.

**Steuern vom Einkommen und Ertrag**

Premiere hatte sich bereits im Rahmen der Erstellung des Halbjahresabschlusses zum 30. Juni 2006 dazu entschlossen, den Ansatz der aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge für alle wesentlichen operativen Gesellschaften vollständig zu bereinigen. Das Quartals-

ergebnis zum 30. Juni 2006 war durch diese Maßnahme in Höhe von 90.352 Tsd EUR belastet.

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

Die steuerliche Nutzbarkeit der gesamten Verlustvorträge bleibt von der Abwertung unberührt.

**Ergebnis je Aktie**

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie ergibt sich aus der Division des Ergebnisanteils der Aktionäre der Gesellschaft und der gewichteten durchschnittlichen Anzahl der während der ersten neun Monate bzw. des dritten Quartals im Umlauf befindlichen Aktien.

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

	01.01.–30.09.		3. Quartal	
	2006	2005	2006	2005
Ergebnisanteil der Aktionäre der Premiere AG in Tsd EUR	-151.632	52.022	5.431	48.684
Gewichtete durchschnittliche Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien in Tsd	82.000	79.333	82.000	82.000
Unverwässertes Ergebnis je Aktie in EUR	-1,85	0,66	0,07	0,59

**Kapitalflussrechnung**

Im Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit sind erhaltene Dividenden in Höhe von 51 Tsd EUR enthalten.

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

## ■ Sonstige Erläuterungen

### Wesentliche Vertragsabschlüsse

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

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

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

Im Rahmen einer strategischen Allianz hat die Deutsche Telekom die Übertragungsrechte an allen Spielen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga im Internet Protokoll (IP)

Standard für die Spielzeiten 2006/2007, 2007/2008 und 2008/2009 an Premiere vergeben. Dabei liegen redaktionelle Gestaltung und medienrechtliche Verantwortung auf Seiten von Premiere. Darüber hinaus wird das gesamte Programm von Premiere über das Angebot der Deutschen Telekom ausgestrahlt werden.

Premiere vermarktet den neuen Bundesliga-Sender arena in 13 Bundesländern (Kabel-Deutschland-Gebiet) im TV-Kabel. Darüber hinaus offerieren die Kabelnetzanbieter ish, iesy und Tele Columbus ihren Kunden auch Premiere Pakete direkt.

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

### Organe

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

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

### Sonstige finanzielle Verpflichtungen

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

(in Tsd EUR)	Summe 30.09.2006	Summe 31.12.2005
Filmlizenzen	214.216	318.513
Sportlizenzen	454.502	446.087
Partnerkanäle	271.887	354.377
Abnahmeverpflichtung Receiver	101.904	46.511
Übrige	301.886	316.513
<b>Summe</b>	<b>1.344.395</b>	<b>1.482.001</b>

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

(in Tsd EUR)	Summe 30.09.2006	Summe 31.12.2005
Netzbetreiber und Transpondermiete	500.540	546.668
Bürogebäude	24.099	25.253
Kfz	1.735	1.197
Technische Büroanlagen	89	176
<b>Summe</b>	<b>526.463</b>	<b>573.294</b>

### 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

Am 18. Februar 2005 hat Premiere eine neue Kreditfinanzierung mit einem Bankenkonsortium abgeschlossen. Ohne Gesamtumfang und Laufzeit der Finanzierung zu verändern, wurde im dritten Quartal, unter Anwendung marktüblicher Standards, mit dem Bankenkonsortium eine teilweise Verschiebung aus der revolvingenden

Tranche über bisher 325.000 Tsd EUR in eine zusätzliche feste Tranche über 60.000 Tsd EUR sowie eine Erweiterung der Nutzungsmöglichkeiten der revolvingenden Tranche strukturiert. Die vollständige vertragliche Dokumentation wurde im Oktober 2006 abgeschlossen.

## ■ Finanzkalender

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

## ■ Kontakt

### Corporate Communications:

Dirk Heerdegen  
 Vice President Marketing and Corporate Communications  
 Company Spokesman  
 Tel.: +49 89/99 58 - 63 50  
[dirk.heerdegen@premiere.de](mailto:dirk.heerdegen@premiere.de)

Stefan Vollmer  
 Head of Financial and Business Communications  
 Tel.: +49 89/99 58 - 63 77  
[stefan.vollmer@premiere.de](mailto: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](mailto:shane.naughton@premiere.de)

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

### Disclaimer

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

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

Herausgeber:  
**Premiere AG**  
Medienallee 4  
85774 Unterföhring  
[www.info.premiere.de](http://www.info.premiere.de)