



sky

Sky Deutschland
Quartalsergebnis Q1 2014

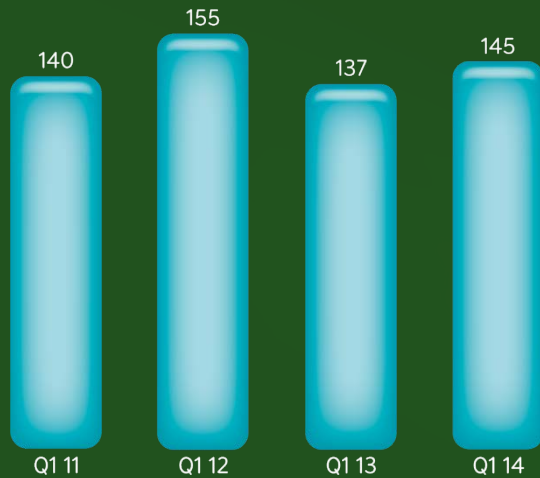
7. Mai 2014

Starkes Kundenwachstum



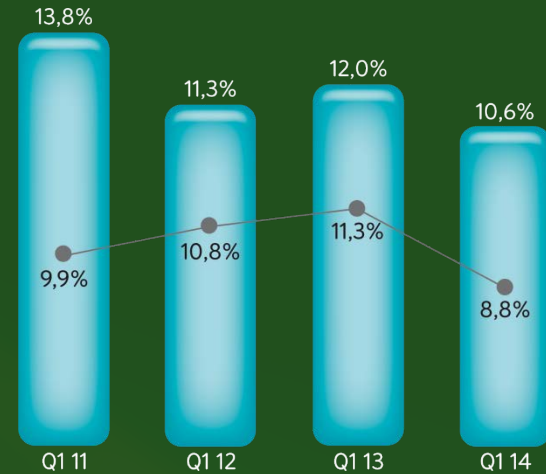
Hohe Kundenzufriedenheit

Bruttozugänge (in Tsd.)



Kündigungsquote

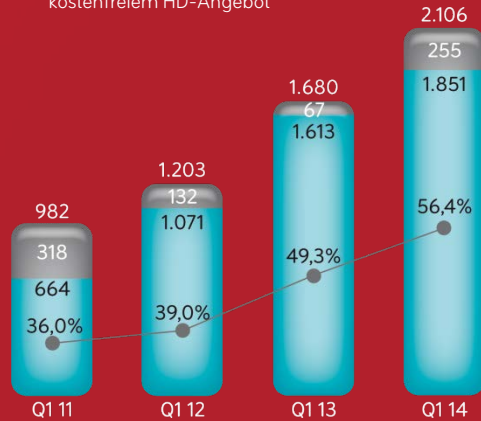
- Letzte 12 Monate rollierend
- Quartalsweise annualisiert



HD, Sky+ und Sky Zweitkarte

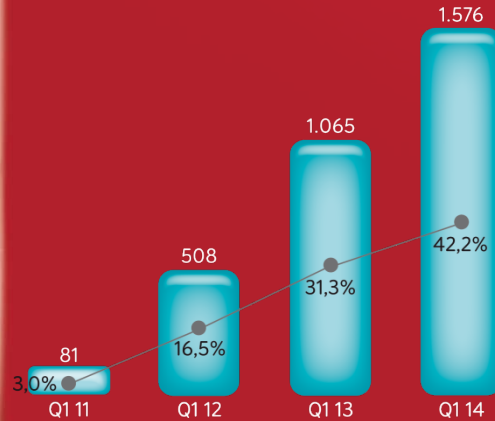
HD-Abonnenten (zum Quartalsende)

- Premium-HD-Abonnenten (in Tsd.)
- Kostenfreie HD-Abonnenten (in Tsd.)
- Premium-HD-Penetration inklusive kostenfreiem HD-Angebot



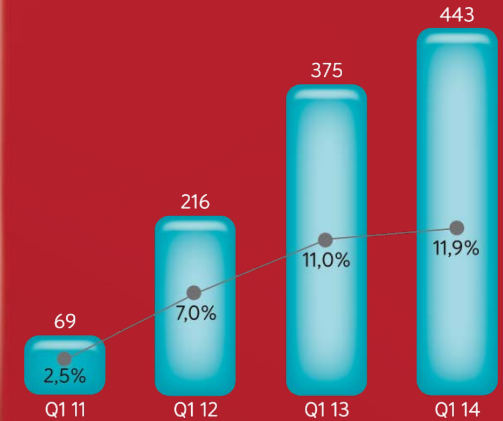
Sky+ Abonnenten (zum Quartalsende)

- Sky+ Abonnenten (in Tsd.)
- Sky+ Penetration



Abonnenten mit Zweitkarte (zum Quartalsende)

- Abonnenten mit Zweitkarte (in Tsd.)
- Zweitkarten-Penetration

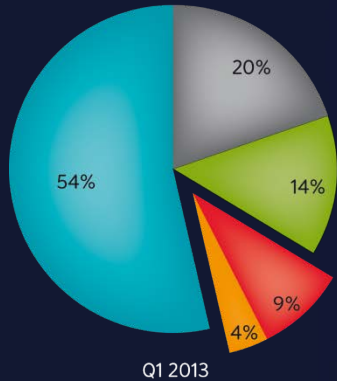


ARPU, Umsatz und Kosten

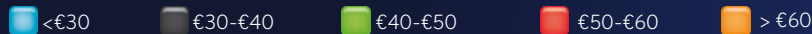
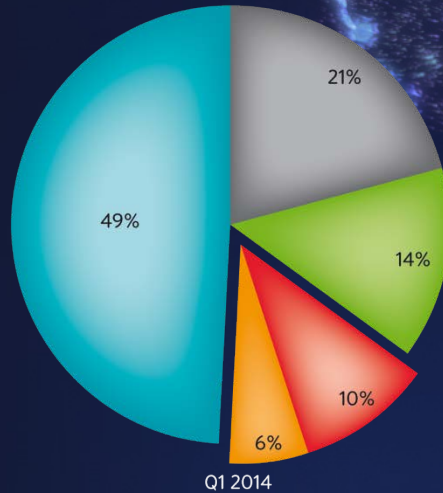


Kontinuierliche ARPU-Verbesserung

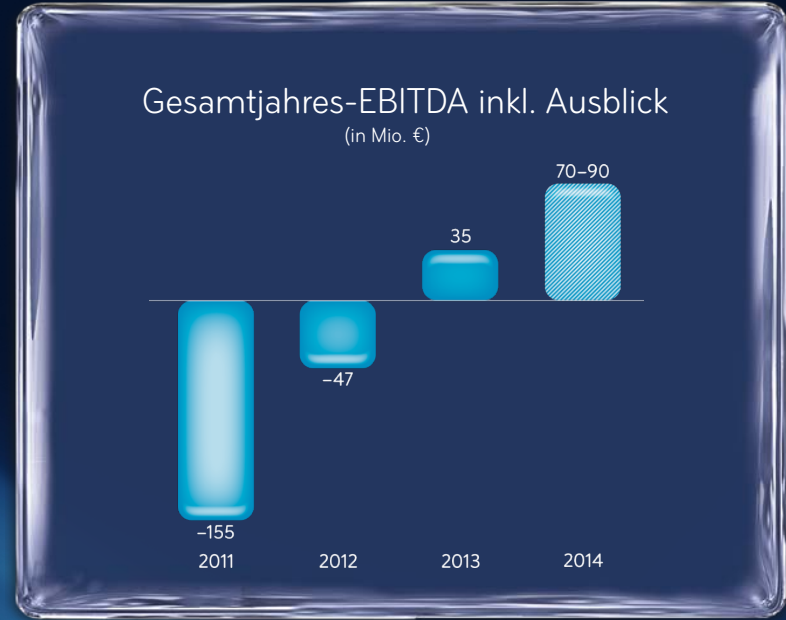
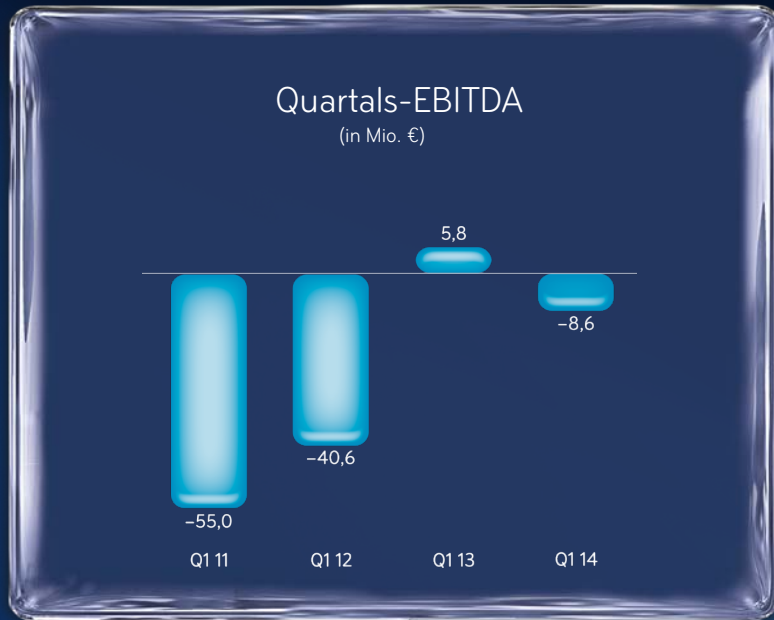
Anzahl Abonnenten: 3.405 Tsd.
ARPU: €33,15



Anzahl Abonnenten: 3.731 Tsd.
ARPU: €34,58



EBITDA und Ausblick



Für das Geschäftsjahr 2014 bestätigt Sky das erwartete Netto-Abonnentenwachstum zwischen 400.000 und 450.000 und ein positives EBITDA auf Jahresbasis zwischen 70 und 90 Mio. € sowie eine weitere hohe Steigerung des Gesamtumsatzes .

Cashflow

- Cashflow Q1 2014: -49 Mio. €
 - 2 Mio. € Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit
 - 29 Mio. € Cashflow aus Investitionstätigkeit
 - 18 Mio. € Cashflow aus Finanzierungstätigkeit
- Nettoverschuldung 404 Mio. €*
 - Liquiditätsrahmen 220 Mio. €*
 - Stand: 31.03.2014

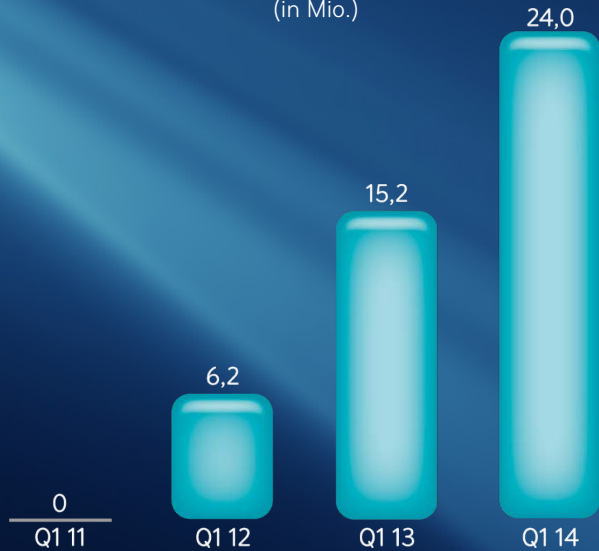
Änderung des Geschäftsjahres

- Sky ändert das Geschäftsjahr auf den Zeitraum 1. Juli bis 30. Juni
- Rumpfwirtschaftsjahr vom 1. Januar 2014 bis zum 30. Juni 2014
- Das Geschäftsjahr 2014/15 beginnt am 1. Juli 2014 und endet zum 30. Juni 2015
- Sämtliche Termine des Finanzkalenders bleiben unverändert



Sky Go – Kostenfrei für alle Sky Kunden

Sky Go Kunden-Logins*
(in Mio.)



* Sky Go startete im April 2011



Snap by Sky

- Der neue Over-the-Top-Service von Sky
- Tausende Filmtitel, verfügbar on-demand
- Exklusive Highlights von HBO und Disney
- Abrufbar über Internet, iOS und Samsung Smart TVs
- Neu: Spezieller Kinderbereich auf Snap
- Jetzt auch für Android verfügbar auf ausgewählten Samsung Flaggschiff-Modellen



Exklusive Inhalte

- Die wahre Heimat der Filmfans – alle diesjährigen Oscar Preisträger zum ersten Mal exklusiv im TV
- Über 100 Serienpremierer in 2014 – mit mehr als 1.200 Einzelfolgen, viele zuerst und exklusiv auf Sky



Verlängerung exklusiver Sportrechte

- Ausbau der exklusiven Ausstrahlungsrechte für Wimbledon
- Erweiterung der exklusiven Ausstrahlungsrechte für das US Masters in Augusta





Erfolgreicher Start in 2014



sky

Anhang

Abonnentenentwicklung – Quartalsübersicht

in Tsd.	Q1 14	Q4 13	Q3 13	Q2 13	Q1 13
Direkte Abonnenten zu Beginn	3.667	3.529	3.453	3.405	3.363
Bruttozugänge*	145	244	185	131	137
Kündigungen	-81	-106	-109	-84	-95
Nettozugänge	64	138	76	48	42
Direkte Abonnenten zum Ende	3.731	3.667	3.529	3.453	3.405
HD Welt Abonnenten	2.834	2.713	2.572	2.477	2.403
Premium-HD-Abonnenten	1.851	1.799	1.752	1.697	1.613
Premium-HD-Penetration (in %)	49,6	49,1	49,6	49,1	47,4
Premium-HD-Abonnenten, inklusive kostenfreiem HD-Angebot	2.106	2.025	1.869	1.760	1.680
Premium-HD-Penetration, inklusive kostenfreiem HD-Angebot (in %)	56,4	55,2	53,0	51,0	49,3
Sky+ Abonnenten	1.576	1.480	1.296	1.171	1.065
Sky+ Penetration (in %)	42,2	40,4	36,7	33,9	31,3
Sky Zweitkarten-Abonnenten	443	429	410	393	375
Sky Zweitkarten-Penetration (in %)	11,9	11,7	11,6	11,4	11,0
Programm-ARPU (in €, monatlich)	34,58	34,56	34,07	33,74	33,15
Kündigungsquote (in %, quartalsweise annualisiert)	8,8	11,8	12,5	9,7	11,3
Kündigungsquote (in %, letzte 12 Monate rollierend)	10,6	11,2	11,8	12,0	12,0
Wholesale-Abonnenten zum Ende	258	268	280	124	125

* Q1 2014 Bruttozugänge enthalten 5 Tsd. direkte Abonnenten aus einer einmaligen Migration eines Kooperationsangebotes. Aufgrund von Rundungsdifferenzen können einzelne Summen und Werte abweichen.

Abonnentenentwicklung – Jahresvergleich

in Tsd.	Q1 14	Q1 13	Abw. (absolut)	Abw. (in %)	2013	2012	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Direkte Abonnenten zu Beginn	3.667	3.363	304	9,0	3.363	3.012	351	11,6
Bruttozugänge*	145	137	8	5,5	698	728	-30	-4,1
Kündigungen	-81	-95	14	14,9	-394	-377	-17	-4,6
Nettozugänge	64	42	22	51,9	304	351	-47	-13,4
Direkte Abonnenten zum Ende	3.731	3.405	326	9,6	3.667	3.363	304	9,0
HD Welt Abonnenten	2.834	2.403	430	17,9	2.713	2.249	464	20,6
Premium-HD-Abonnenten	1.851	1.613	237	14,7	1.799	1.514	285	18,8
Premium-HD-Penetration (in %)	49,6	47,4	2,2	-	49,1	45,0	4,0	-
Premium-HD-Abonnenten, inklusive kostenfreiem HD-Angebot	2.106	1.680	426	25,3	2.025	1.598	427	26,7
Premium-HD-Penetration, inklusive kostenfreiem HD-Angebot (in %)	56,4	49,3	7,1	-	55,2	47,5	7,7	-
Sky+ Abonnenten	1.576	1.065	511	48,0	1.480	929	551	59,4
Sky+ Penetration (in %)	42,2	31,3	11,0	-	40,4	27,6	12,7	-
Sky Zweitkarten-Abonnenten	443	375	68	18,3	429	346	83	23,9
Sky Zweitkarte-Penetration (in %)	11,9	11,0	0,9	-	11,7	10,3	1,4	-
Programm-ARPU (in €, monatlich)	34,58	33,15	1,43	4,3	33,51	31,90	1,61	5,0
Kündigungsquote (in %, quartalsweise annualisiert)	8,8	11,3	-2,5	-	11,2	11,8	-0,6	-
Kündigungsquote (in %, letzte 12 Monate rollierend)	10,6	12,0	-1,4	-	11,2	11,8	-0,6	-
Wholesale-Abonnenten zum Ende	258	125	133	>100	268	125	143	>100

* Q1 2014 Bruttozugänge enthalten 5 Tsd. direkte Abonnenten aus einer einmaligen Migration eines Kooperationsangebotes. Aufgrund von Rundungsdifferenzen können einzelne Summen und Werte abweichen.

Umsätze und Kosten

in Mio. €	Q1 14	Q1 13	Abw. (absolut)	Abw. (in %)	2013	2012	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Umsatzerlöse								
Programm	383,7	336,5	47,2	14,0	1.413,4	1.220,2	193,2	15,8
Hardware	8,1	8,9	-0,8	-8,5	32,9	42,9	-9,9	-23,2
Wholesale	6,9	3,1	3,9	>100	20,8	13,3	7,4	55,8
Werbung	11,4	8,8	2,7	30,5	41,3	29,7	11,6	39,0
Sonstige Erlöse	10,6	6,8	3,8	55,3	38,1	27,1	11,0	40,5
Gesamt	420,7	364,0	56,7	15,6	1.546,4	1.333,2	213,2	16,0
Kosten (inkl. Abschreibungen)								
Programm	276,7	213,0	63,7	29,9	882,6	795,6	87,1	10,9
Technik	47,3	43,5	3,7	8,6	170,1	169,4	0,7	0,4
Hardware	22,9	21,1	1,8	8,4	85,6	68,7	16,9	24,7
Kundenservice und sonstige Umsatzkosten	24,2	21,8	2,5	11,3	95,4	86,1	9,2	10,7
Vertriebskosten	57,6	50,8	6,8	13,4	234,5	230,3	4,2	1,8
Allgemeine Verwaltungskosten	28,6	31,0	-2,4	-7,7	138,6	110,4	28,2	25,5
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	-2,8	-2,8	0,0	-1,7	-8,2	-7,5	-0,8	-10,1
Gesamt	454,4	378,4	76,0	20,1	1.598,6	1.453,0	145,6	10,0
enthaltene Abschreibungen	25,0	20,1	4,9	24,3	86,9	72,3	14,6	20,2
Kosten (ohne Abschreibungen)	429,3	358,2	71,1	19,8	1.511,7	1.380,7	131,0	9,5
EBITDA	-8,6	5,8	-14,4	>-100	34,7	-47,5	82,2	>100

Aufgrund von Rundungsdifferenzen können einzelne Summen und Werte abweichen.

Ergebnisse

in Mio. €	Q1 14	Q1 13	Abw. (absolut)	Abw. (in %)	2013	2012	Abw. (absolut)	Abw. (in %)
Umsatzerlöse	420,7	364,0	56,7	15,6	1.546,4	1.333,2	213,2	16,0
Operative Kosten	429,3	358,2	71,1	19,8	1.511,7	1.380,7	131,0	9,5
EBITDA	-8,6	5,8	-14,4	>-100	34,7	-47,5	82,2	>100
Abschreibungen	25,0	20,1	4,9	24,3	86,9	72,3	14,6	20,2
Abschreibungen auf Abonnementstamm	0,3	0,3	0,0	0,0	1,4	1,4	0,0	-0,2
EBIT	-34,0	-14,7	-19,3	>-100	-53,5	-121,1	67,6	55,8
Finanzergebnis	-17,8	-21,8	4,0	18,4	-73,6	-65,4	-8,2	-12,6
Ergebnis vor Steuern	-51,7	-36,4	-15,3	-41,9	-127,1	-186,5	59,4	31,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1,7	-1,1	-0,6	-49,3	-6,0	-6,1	0,1	1,0
Periodenergebnis	-53,4	-37,6	-15,8	-42,2	-133,1	-192,5	59,4	30,9

Aufgrund von Rundungsdifferenzen können einzelne Summen und Werte abweichen.

Cashflow und Netto-Verschuldung

in Mio. €	Q1 14	Q1 13	2013	2012
Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit	-2,3	17,6	92,0	-30,6
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-28,9	-52,4	-142,2	-136,4
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-18,2	228,6	242,8	116,5
Cashflow	-49,4	193,8	192,6	-50,5

in Mio. €	31. März 2014	31. März 2013	31. Dez. 2013	31. Dez. 2012
Flüssige Mittel	147,5	198,1	196,9	4,3
Netto-Verschuldung	403,8	251,7	354,7	611,0

Disclaimer

Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen, die auf gegenwärtigen, nach bestem Wissen vorgenommenen Einschätzungen und Annahmen des Managements der Sky Deutschland 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 Sky Deutschland AG oder der Erfolg der Medienindustrie wesentlich von derjenigen Ertragslage, Profitabilität, Wertentwicklung oder demjenigen Ergebnis abweichen, die in diesen Aussagen ausdrücklich oder implizit angenommen oder beschrieben werden.

In Anbetracht der Risiken und Ungewissheiten sowie anderer Faktoren sollten sich die Leser dieser Präsentation nicht in einem unverhältnismäßigen Ausmaß auf solche Aussagen verlassen.

Die Sky Deutschland AG übernimmt keine Verpflichtung, derartige zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen.



sky