

Aktuelle Information

Egmont Holding GmbH
Pressestelle
Marion Egenberger

Wallstraße 59
10179 Berlin
Germany

Tel +49 (0)30 2 40 08 - 0
Dir +49 (0)30 2 40 08 - 535
Fax +49 (0)30 2 40 08 - 301

kontakt@ehapa.de

Egmont Gruppe meldet zufriedenstellenden Gewinn

Im Jahr 2006 verzeichnete Egmont ein Wachstum von 5 % bei Umsatz und EBITDA. Vor dem Hintergrund erheblicher Investitionen und neuer Produkteinführungen ist der Gewinn vor Steuern in Höhe von 57 Mio. Euro zufriedenstellend.

Kopenhagen/Berlin, 16. März 2007

Die Egmont Mediengruppe erhöhte 2006 ihren Umsatz um 5,3 % auf 1.236 Mio. Euro. Mit Ausnahme von Egmont Nordisk Film verzeichneten alle Geschäftsbereiche gestiegene Umsätze. Eine Reihe von Akquisitionen hat Egmonts Marktposition gestärkt. Besonders positiv wirkte sich die Akquisition der norwegischen Buchhandelskette Tanum, eines 50 %-Anteils der Musikfirma MBO und eines weiteren 16%igen Anteils der norwegischen TV 2 Group auf das Wachstum aus. Die volle Auswirkung dieser Zukäufe wird im Jahr 2007 realisiert sein.

Der Gewinn vor Finanzergebnis, Ertragsteuern und Abschreibungen (EBITDA) belief sich auf 91 Mio. Euro, ein Zuwachs von 4 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr.

Der Vorsteuer-Gewinn der Gruppe in 2006 betrug 57 Mio. Euro, im Vergleich zu 68 Mio. Euro im Vorjahr.

Der Gewinn nach Steuern betrug 49 Mio. Euro, ein Wachstum von 4 Mio. Euro im Vergleich zu 2005.

Der Gewinn ist zufriedenstellend. Im Jahr 2006 investierte die Egmont Gruppe massiv in Entwicklung und Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen, insbesondere im digitalen Bereich sowie in die Implementierung eines neuen Buchclub-Systems.

Das Eigenkapital stieg zum Jahresende 2006 auf 402 Mio. Euro, was im Vergleich zu 147 Mio. Euro vor fünf Jahren die gestiegene Investitionskraft von Egmont widerspiegelt.

President und CEO Steffen Kragh kommentierte: „Der Gewinn für dieses Jahr entspricht unserer Planung. Die bedeutenden Investitionen sind Teil einer bewussten Wachstumsstrategie, trotz ihrer kurz- und mittelfristig negativen Auswirkung auf die Rentabilität. Wir werden die Maßnahmen zur Stärkung unserer Marktposition mit neuen Produkten oder auch Akquisitionen in den kommenden Jahren fortsetzen.“

Geschäftsbereiche

Egmont Magazines veröffentlichte in Dänemark, Norwegen Schweden und Finnland im Jahr 2006 mehr als 100 verschiedene Zeitschriften und Magazine. Der Umsatz erhöhte sich um 2%, ein Zuwachs, der sowohl durch organisches Wachstum gut etablierter Titel als auch durch erfolgreiche Neueinführungen generiert wurde. In Dänemark behauptete *ALT for damerne* seine Position als die führende wöchentliche Frauenzeitschrift und als größter Werbeträger im Zeitschriftensektor. In Schweden ist weiterhin *Hemmets Journal* die größte Wochenzeitschrift des Landes. *KING*, das schwedische Magazin für den modebewussten Herrn, gewinnt sowohl bei Lesern als auch bei Inserenten stetig an Beliebtheit und gewann den Preis „Zeitschrift des Jahres“. Der Gewinn des Geschäftsbereichs bewegte sich trotz heftiger Konkurrenz und einer Anzahl von Investitionen auf dem Niveau der Vorjahre. Die Entwicklungs-Investitionen umfassten neue Internet-Aktivitäten im Umfeld der Zeitschriften oder für andere Special-Interest-Gruppen. Im Laufe des Jahres 2006 bereitete Egmont Magazines einige neue Titel vor, wie z. B. das Home-Magazin *ROM 1-2-3*, das im Februar 2007 in Norwegen erschien oder *Modette*, ein Magazin für modebegeisterte junge Frauen, das im April 2007 in den schwedischen Markt eingeführt wird.

Umsatz 2006: 196 Mio. Euro (2005: 192 Mio. Euro).
Operativer Gewinn (EBIT) 2006: 28 Mio. Euro (2005: 30 Mio. Euro).

Egmont Kids & Teens verbreiterte 2006 sein Portfolio führender Kinder- und Jugendmedien in Dänemark, Norwegen, Schweden und Finnland um weitere Genres und Vertriebswege. Der Umsatz hielt sich auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahr, trotz der wechselhaften Mediengewohnheiten von Kindern und Jugendlichen. Das Donald-Duck-Magazin (vergleichbar mit dem Micky-Maus-Magazin in Deutschland) ist nach wie vor der populärste Comic in Dänemark, Norwegen, Schweden und Finnland, dazu hin hat Egmont weitere Publikationen entwickelt und erworben, wie z. B. die schwedisch/norwegischen Comic-Strips **Rocky und Pondus**, die jetzt das Egmont Portfolio bereichern. Die Ergebnisse des Geschäftsbereichs Kids & Teens belegen Egmonts Fähigkeit zum Kontakt und Dialog mit Kindern und Jugendlichen durch eine Vielzahl neuer Produkteinführungen und neuen Aktivitäten im Bereich Internet und Mobiltelefone. Diese Investitionen auf diesem Sektor werden auch 2007 fortgesetzt, mit Schwerpunkt auf den Erwerb der Online- und Mobil-Rechte zu jenen Disney-Universen und -Figuren, die schon jetzt eine zentrale Rolle in den Buch- und Zeitschriftenpublikationen von Egmont spielen.

Umsatz 2006: 178 Mio. Euro (2005: 175 Mio. Euro).
Operativer Gewinn (EBIT) 2006: 13 Mio. Euro (2005: 17 Mio. Euro).

Egmont Books erreichte 2006 in Dänemark, Norwegen und Schweden eine verkaufte Auflage von 18 Mio. Büchern. Die Verlagsgruppe Damm erwarb mit der Buchhandelskette *Tanum* eine der stärksten Buchhandelsmarken Norwegens. Im Jahr 2006 umfasste das Kerngeschäft in Norwegen und Dänemark alle Buchgenres für Erwachsene sowie ein ausgedehntes Buchprogramm in Schweden. Darüber hinaus ist Egmont Books mit Schulbüchern in Norwegen aktiv und gehört in Dänemark zu den führenden Schulbuchverlagen. Auch Response-Medien gehören zu den Aktivitäten des Unternehmensbereiches.

Neben Akquisitionen trug auch eine Reihe von Bestsellern zum Umsatzwachstum bei. Der Unternehmensbereich verzeichnete dennoch ein negatives Ergebnis, das zu Teilen von Investitionen im norwegischen Schulbuchmarkt, von Modernisierungen der Buchclubs und den Aufwendungen für die Implementierung eines neuen Buchclubsystems verursacht wurde. Durch Konsolidierung, Strukturmaßnahmen und Investitionen hat Egmont Books in den vergangenen Jahren die Grundlage gebildet, um im Jahr 2007 die geplante Rentabilität zu erreichen.

Umsatz 2006: 200 Mio. Euro (2005: 179 Mio. Euro).
Operativer Gewinn (EBIT) 2006: (4) Mio. Euro (2005: (1) Mio. Euro).

Egmont Nordisk Film feierte 2006 seinen 100sten Geburtstag als das älteste aktive Filmunternehmen der Welt und notierte einen gleichbleibenden Gewinn, trotz eines Jahres umfangreicher organisatorischer Änderungen. Egmont Nordisk Film schloss eine Reihe von Akquisitionen und Investitionen ab und ordnete seine Aktivitäten, einschließlich des neuen Geschäftsbereiches Musik, in einer neuen, zukunftsgerichteten Unternehmensstruktur. Ganz oder in Anteilen kamen im Laufe des vergangenen Jahre hinzu: die Musikfirma MBO, die dänischen Dagmar und Kinopalæet Filmtheater, die schwedische Musikfirma Roxy und die Dänischen Firmen Copenhagen Bombay und Substanz. Der Umsatz reflektiert die lebhaftige Tätigkeit im Film- und TV-Geschäft und den weiterhin positiven Verkauf von SONY PlayStation2. Nach Ende des Geschäftsjahres eröffnete Egmont Nordisk Film ein neues Filmtheater in Frederiksberg, wurde Anteilseigner der norwegischen Produktionsfirma Maipo und bereitete die Markteinführung von SONY PlayStation3 vor.

Umsatz 2006: 352 Mio. Euro (2005: 358 Mio. Euro).
Operativer Gewinn (EBIT) 2006: 4 Mio. Euro (2005: 4 Mio. Euro).

Egmont International publiziert hauptsächlich Comics, Zeitschriften, Bücher und andere Medien-Produkte für Kinder und Jugendliche in 19 Ländern außerhalb Skandinaviens und baute 2006 Egmonts Position als Europas führender Verleger für Kinder-, Comic- und Jugendzeitschriften weiter aus. Durch den Erwerb von ATTIC FUTURA (heute Egmont Cultfish Media GmbH) hat Egmont seit 2006 sein Portfolio um etliche Magazine hauptsächlich für Teenager erweitert und mit den FHM-Titeln auch ein erstes Standbein im Erwachsenen-Segment. Der Unternehmensbereich weitete 2006 seine Tätigkeiten auf die Ukraine aus. Weiterhin übernahm Egmont International einen Buchverlag durch das türkische Joint Venture, Dogan Egmont Publishing.

Umsatz 2006: 277 Mio. Euro (2005: 266 Mio. Euro).
Operativer Gewinn (EBIT) 2006: 19 Mio. Euro (2005: 21 Mio. Euro).

TV 2 Group, Norwegen, an der Egmont jetzt einen 50%igen Anteil hält, erzielte 2006 einen Umsatz von 2.314 Mio. NOK (288 Mio. Euro) im Vergleich zu 1.944 Mio. NOK (244 Mio. Euro) im Vorjahr. Der operative Gewinn von TV 2 Group belief sich auf 32 Mio. NOK (4 Mio. Euro) im Vergleich zu 209 Mio. NOK (26 Mio. Euro) im Vorjahr. Im Jahr 2006 stiegen sowohl Marktanteil als auch Werbeaufkommen des Senders.

Der verminderte Gewinn resultiert hauptsächlich aus Investitionen, die die künftige Marktposition von TV 2 Group sichern soll, wie den Erwerb von Fußballrechten, die Entwicklung und Neueinführung eines Fußball- und Jugendkanals, TV 2 Zebra, des Movie-Channels TV 2 Filmkanalen und des Nachrichten-Channels TV 2 Nyhetskanalen. Die TV 2 Group festigte ihre Position auch auf anderen Plattformen, insbesondere im Internet.

Der Anteil an der TV 2 Group trug 29 Mio. Euro zum Umsatz der Egmont Gruppe bei und 1 Mio. Euro zum operativen Gewinn (EBIT).

Im Zeitraum bis November 2006 betrug der Gewinn aus Aktivitäten assoziierter Gesellschaften der TV 2 Group 3 Mio. Euro (2005: 9 Mio. Euro).

Karitative Aktivitäten

Seit 1920 hat Egmont umgerechnet über 230 Mio. Euro einer Vielzahl sozialer, kultureller und medizinischer Initiativen zugeführt. In 2006 vergab Egmont Fördermittel in Höhe von 6 Mio. Euro für 40 Projekte und unterstützte 305 Familien mit Kindern direkt. Die Nordisk Film Foundation stellte 1 Mio. Euro der Filmindustrie zur Verfügung. Eines der Schwerpunkt-Projekte des Jahres 2006 war u. a. der Ausbau von Egmont Højskolen, einem Internat, das jungen Behinderten von 18 bis 25 Jahren eine Vielzahl von Ausbildungsmöglichkeiten anbietet.

Über Egmont

Egmonts vier skandinavische Unternehmensbereiche produzieren Wochenzeitschriften, Magazine, Comics, Kinder- und Jugendzeitschriften, Spiele und Activity-Produkte, Bücher und Lehrmaterialien. Dazu kommen Kinofilme, TV-Programme, Filmtheater, TV-Stationen, interaktive Spiele, Spielekonsolen und Musik. Kinder- und Jugendmedien sind der Schwerpunkt des Unternehmensbereichs Egmont International mit Verlagen in 19 Ländern außerhalb Skandinaviens. Das kreative Gestalten und Erzählen von Geschichten ist der gemeinsame Nenner aller Unternehmen der Mediengruppe Egmont.

Weitere Informationen:

Sascha Amarasinha
Vice President, Corporate Communications
Telefon: +45 33 30 51 40
Mobil: +45 61 62 29 73
E-Mail: sas@egmont.com

Fotos und Egmont Logo stehen zum Download bereit auf:
www.egmont.com/press

Anhang

Finanzielle Highlights (Mio. Euro)	2006	2005
Umsatz	1.236	1.173
Der Gewinn vor Finanzergebnis, Ertragsteuern und Abschreibungen (EBITDA)	91	87
Gewinn vor Steuern und Zinsen (EBIT)	54	54
Gewinn vor Steuern	57	68
Gewinn nach Steuern	49	45
Eigenkapital	402	369
Bilanzsumme	1.032	794

Finanzwirtschaftliche Kennzahlen	2006	2005
Eigenkapitalquote	38,9 %	46,4 %
Eigenkapitalrendite	12,7 %	12,9 %
Durchschnittliche Mitarbeiterzahl	3.782	3.621

EGMONT

We bring stories to life