"1+1" beendet erstes Halbjahr mit Verlusten

03.08.2007

Der Hauptanteilseigner des Fernsehsenders “Studija 1+1” – das Unternehmen “Central European Media Enterprises” (CME) – informierte über Verluste des ukrainischen Kanales. Zum ersten Mal seit vielen Jahren erwirtschaftete “1+1” ein negatives EBITDA von 1,8 Mio. $. Im Unternehmen erklärt man das Sinken der Finanzkennzahlen mit einer schlechten Fernsehsaison, aber auch gleichzeitig mit dem Verlust einiger Kontrakte des Werbepartners “Priorität”.

Der Hauptanteilseigner des Fernsehsenders “Studija 1+1” – das Unternehmen “Central European Media Enterprises” (CME) – informierte über Verluste des ukrainischen Kanales. Zum ersten Mal seit vielen Jahren erwirtschaftete “1+1” ein negatives EBITDA von 1,8 Mio. $. Im Unternehmen erklärt man das Sinken der Finanzkennzahlen mit einer schlechten Fernsehsaison, aber auch gleichzeitig mit dem Verlust einiger Kontrakte des Werbepartners “Priorität”.

Der Fernsehsender “Studija 1+1” ist der zweitgrößte Fernsehsender in der Ukraine. 60% des Kanales gehören CME, je 20% dem Vorstandsvorsitzenden Alexander Rodnjanskij und Boris Fuksman. Im Besitz von CME befinden sich weiterhin die Sender “Kino” und “Citi”. CME besitzt 10 Fernsehsender in Zentral- und Osteuropa. Der Reingewinn wuchs im 1. Halbjahr um 30,96%, auf 364,2 Mio. $. Das EBITDA wuchs um 32,18% auf 126,99 Mio. $ im Vergleich zum selben Zeitraum im Vorjahr.

Die Ukraine ist der einzige Markt auf dem sich die Finanzkennzahlen von CME verschlechterten. Das Endergebnis von “1+1” verschlechterte sich im 2. Halbjahr 2006 um 12,39%, auf 40,78 Mio. $, im Vergleich zum ersten Halbjahr, heißt es in der gestrigen Mitteilung des Unternehmens. Zum ersten Mal seit vielen Jahren erwirtschaftete das Unternehmen ein negatives EBITDA von -1,8 Mio.$ gegenüber +17,3 Mio. $ im vorangehenden Halbjahr. Dabei zählt der Werbemarkt der Ukraine als einer der am schnellsten wachsenden. Im laufenden Jahr, gemäß Prognosen von Cortex, soll das Werbevolumen im Fernsehen von 370 Mio. $ auf 462 Mio. $ wachsen.

In dem Unternehmen erklärt man das Absinken der finanziellen Kennziffern vor allem mit einem sinkenden Zuschaueranteil von 18,9% auf 15,9% (von 24,1% auf 18,5% in der Primetime), im Vergleich zum 1. Halbjahr 2006. “Auf der ganzen Welt existiert die Tendenz des Sinkens der Zuschauerzahlen bei Vollprogrammen zum Nutzen von Spartenkanälen, im mittleren 3 – 4% jährlich.”, so der stellvertretende Generaldirektor von “1+1” Igor Puryschew.

Im Übrigen sehen Markteilnehmer die aktuelle Fernsehsaison für “1+1” als gescheitert an. “Im vorigen Jahr wurde die unglaublich erfolgreiche Serie ‘Nje rodis krasiwoj’ gezeigt, wofür derzeit kein Ersatz beim Sender existiert.”, so der Generaldirektor von ICTV Alexander Boguzkij. “Außerdem war das Programm des Hauptkonkurrenten der ‘Plusser’ (1+1) des Kanales “Inter” erfolgreicher mit der Serie ‘Tatjanij Djen’.”

Ein weiterer Grund für das Absinken der Finanzindikatoren des Senders, den Worten Boris Fuksmans nach, war die Verringerung des Marktanteiles des Werberetailers “Priorität”, welcher die Werbung beim Sender platziert. Der **Kommersant-Ukraine** erinnert daran, dass im vorigen Jahr “Priorität” die Verträge mit NTN, “Tonis” und NTKU verlor und vergeblich versuchte die Verträge für die Kanäle Wiktor Pintschuks – “Novy Kanal”, ICTV, STB und M1 – zu bekommen. Daraus folgend fiel der Marktanteil von “Priorität” von 40% auf 30%. Das ermöglichte dem Hauptkonkurrenten von “Priorität” “Interreklama” Kontrakte mit einer Reihe von Werbekunden abzuschließen. “Soweit die Kontrakte mit ‘Interreklama’ auf zwei Jahre abgeschlossen wurden, wird es in 2008 keine Änderung der Situation geben.”, konstatiert Puryschew.

Die Situation zu korrigieren beabsichtigt der Sender in der neuen Saison, welche Ende September beginnt, so Puryschew. “Seine Position verbessern kann der Sender mit der Serie ‘Kadeti’ und dem dritten Teil von ‘Tanzew so swesdami’.”, stimmt Bogzkij zu. “Doch das Programm von ’1+1’ hängt in vielen Punkten vom russischen Sender STS ab (Aktionär und Vorstandsvorsitzender Alexander Rodnjanskij), welcher momentan keine besseren

Zeiten erlebt und hinter TNT zurückfiel.”

Übersetzer: **Andreas Stein** — Wörter: 608

Namensnennung-Keine kommerzielle Nutzung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland Sie dürfen:

- das Werk vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen
- Bearbeitungen des Werkes anfertigen

Zu den folgenden Bedingungen:

Namensnennung. Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen (wodurch aber nicht der Eindruck entstehen darf, Sie oder die Nutzung des Werkes durch Sie würden entlohnt).

Keine kommerzielle Nutzung. Dieses Werk darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.

Weitergabe unter gleichen Bedingungen. Wenn Sie dieses Werk bearbeiten oder in anderer Weise umgestalten, verändern oder als Grundlage für ein anderes Werk verwenden, dürfen Sie das neu entstandene Werk nur unter Verwendung von Lizenzbedingungen weitergeben, die mit denen dieses Lizenzvertrages identisch oder vergleichbar sind.

- Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter welche dieses Werk fällt, mitteilen. Am Einfachsten ist es, einen Link auf diese Seite einzubinden.
- Jede der vorgenannten Bedingungen kann aufgehoben werden, sofern Sie die Einwilligung des Rechteinhabers dazu erhalten.
- Diese Lizenz lässt die Urheberpersönlichkeitsrechte unberührt.

Haftungsausschluss

Die Commons Deed ist kein Lizenzvertrag. Sie ist lediglich ein Referenztext, der den zugrundeliegenden Lizenzvertrag übersichtlich und in allgemeinverständlicher Sprache wiedergibt. Die Deed selbst entfaltet keine juristische Wirkung und erscheint im eigentlichen Lizenzvertrag nicht.

Creative Commons ist keine Rechtsanwaltsgesellschaft und leistet keine Rechtsberatung. Die Weitergabe und Verlinkung des Commons Deeds führt zu keinem Mandatsverhältnis.

Die gesetzlichen Schranken des Urheberrechts bleiben hiervon unberührt.

Die Commons Deed ist eine Zusammenfassung des Lizenzvertrags in allgemeinverständlicher Sprache.