Sperrfrist: 28. Juni 2007, 13:00 Uhr

BBC Worldwide legt Rekordgewinn vor

Ergebnisse der vergangenen 12 Monate bis 31. März 2007: Gewinn stieg um 24% auf £111,1 Mio.

Weitere Investitionen in die Entwicklung eines weltweit führenden Content Networks

BBC Worldwide Ltd, die 100%ige kommerzielle Tochtergesellschaft der British Broadcasting Corporation (BBC), hat heute ihren Jahresbericht für 2006/07 vorgelegt.

Die Ganzjahresergebnisse für die zwölf Monate bis zum 31. März 2007 zeigen rekordartige Gewinne vor Steuern von £111,1 Mio. inklusive außerordentlicher Aufwendungen (2005/06: £89,4 Mio.), bei einem Umsatz von £810,4 Mio. einschließlich BBC Worldwides Beteiligungen an Joint Ventures (2005/06: £785,1 Mio.). Der Umsatzanteil außerhalb Großbritanniens stieg im Geschäftsjahr um 5% auf 46%. Die Beteiligung an BBC-Auftragsproduktionen stieg ebenfalls: von £89,0 Mio. (2005/2006) auf £96,3 Mio. bei einem Gesamtvolumen von £103,6 Mio.

Zu den Höhepunkten des Jahres zählen ein kontinuierlich starker Gewinnzuwachs, kräftige internationale Umsätze durch Erfolgsshows und andere Formate weltweit, die Überarbeitung des unternehmenseigenen Sender-Portfolios und die Grundsteinlegung für ein starkes Ertragswachstum im digitalen Business.

BBC Worldwide ist die wichtigste kommerzielle Tochtergesellschaft der BBC und gehört dieser zu 100%. Nach einer strategischen Überprüfung und Neuausrichtung vor drei Jahren konzentriert sich das Unternehmen nun auf Gewinn und Wachstum. BBC Worldwide ist in sechs Geschäftsbereichen tätig: Global Channels, Global TV Sales, Content & Production, Magazines, Home Entertainment und Digital Media. Sowohl durch ihre eigenen Aktivitäten als auch durch Kooperationen und Joint Ventures ist BBC Worldwide bestrebt, aus Rechten und Inhalten der BBC sowie aus denen anderer britischer Rechteinhaber Nutzen zu ziehen. In Großbritannien tragen ihre Produkte und Dienstleistungen dazu bei, dass die Wertschätzung der Zuschauer für BBC-Programme weiter steigt. Auf internationaler Ebene fördert das Unternehmen die britische Kultur und die besten britischen Talente mit einer großen medialen Bandbreite.

John Smith, Chief Executive von BBC Worldwide: „BBC Worldwide hat in den letzten drei Jahren einen dreifachen Gewinnzuwachs erzielt. Wir haben in den vergangenen zwölf Monaten die Erwartungen in den meisten Geschäftsfeldern übertroffen, was sich an den soliden Erträgen aus unserem neuen Channel-Business, starken Umsätzen aus unserem Kataloggeschäft und einer wachsenden internationalen Nachfrage nach BBC-Formaten zeigt. Zurzeit investieren wir in den Ausbau unseres digitalen Angebots und in die Stärkung unserer Position in Märkten wie den USA, China, Indien und Australien und sind dabei, eines der führenden Content Networks aufzubauen."

Etienne de Villiers, Aufsichtsratsvorsitzender von BBC Worldwide, äußerte sich wie folgt: „BBC Worldwide ist an einem Wendepunkt angelangt. Das Unternehmen hat bewiesen, dass es in der Lage ist, angesichts eines anspruchsvollen Businessplans wirtschaftlich effizient zu arbeiten und ist jetzt bereit, mit neuen Produktlinien in spannenden Märkten stark zu wachsen".

Mark Thompson, Generaldirektor der BBC, sagte: „BBC Worldwide liefert den Lizenznehmern auch weiterhin hervorragende Erträge aus den Inhalten, die wir mit ihrer Hilfe produzieren. Der Erfolg hängt in zunehmendem Maße von unserer Fähigkeit ab, für die Zuschauer in Großbritannien in originelle, kreative Programme zu investieren, und BBC Worldwide spielt eine zentrale Rolle dabei, diese Formate in den Rest der Welt zu tragen."

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

BBC Worldwide

Mark Macdonald
Communications Manager, Global TV Sales & Publishing
Telephone: +44 (0)20 8433 3205
Email: mark.macdonald.01@bbc.co.uk

Oliver Rawlins
Senior Press Officer, Global TV Sales & Publishing
Telephone: +44 (0)20 8433 1324
Email: oliver.rawlins@bbc.co.uk

Pressekontakt Deutschland

Andreas Sucker
M-Connect GmbH
Telephone: +49 (0) 40 6076720
Email: andreas.sucker@mgroupgmbh.de

Bildmaterial
Bildmaterial erhalten Sie über: www.bbcworldwide.com/annualreview/pressimages

Hinweise für Redaktionen

1. BBC Worldwide ist die wichtigste kommerzielle Tochtergesellschaft der BBC und befindet sich vollständig in deren Besitz.

2. Den Jahresbericht von BBC Worldwide finden Sie unter www.bbcworldwide.com/annualreview

3. Den Bericht und den Jahresabschluss für das Geschäftsjahr bis zum 31. März 2007 erhalten Sie ab Juli 2007 auch über das Companies House (www.companies-house.gov.uk).

4. Weitere Informationen entnehmen Sie bitte dem *Annual Report and Accounts* der BBC, der am 3. Juli 2007 veröffentlicht wird.

ZAHLEN UND FAKTEN

Global Channels: Umsatz £169,0 Mio. (£166,1 Mio.); Gewinn £20,9 Mio. (£6,9 Mio.)

- 28 Kanäle in über 259 Millionen Haushalten auf der ganzen Welt; Übertragung erfolgt in 15 verschiedenen Sprachen.
- Ein neues Sender-Portfolio der Marke BBC wurde entwickelt: BBC Entertainment, BBC Knowledge, BBC Lifestyle, CBeebies und BBC HD.
- BBC Entertainment ersetzte BBC Prime in Hong Kong, Singapur, Südkorea, Thailand und Malaysia und wurde in Indien nach Jahresende zusammen mit der Vorschulmarke CBeebies in den Markt eingeführt.
- Global Channels kooperiert mit den Werbe- und Vertriebsabteilungen von BBC World, dem werbefinanzierten globalen 24-stündigen Nachrichten- und Informationssender der BBC. Auf diese Weise können sich die Teams nun mit einem einheitlichen Auftritt für alle sechs BBC-Marken präsentieren.
- UKTV (ein Joint Venture mit Virgin Media) blickt auf ein erfolgreiches Jahr zurück: Der Weiterverbreitungsdeal mit Sky wurde erneuert, das zahlende Publikum wuchs um 18% und die Anzeigenverkäufe lagen über dem Marktdurchschnitt.

Global TV: Umsatz £216,4 Mio. (£188,9 Mio.); Gewinn £40,2 Mio. (£33,7 Mio.)

- Herausragende Stellung als wichtigster Exporteur britischer TV-Formate, Global TV dient als weltweite Plattform für große britische Fernsehtalente.
- Die Einnahmen durch BBC Worldwide TV Sales und Content & Production machten im vergangenen Jahr gut 38% aller britischer TV-Exporte aus (im Vorjahr waren es 32%).
- Zu den erfolgreichsten neuen Titeln des Jahres zählen *Doctor Who, Robin Hood, Torchwood*, *Life on Mars, 9/11 – The Twin Towers* und *Planet Earth* – letzteres wurde in 95 Ländern und Regionen gesehen und erzielte bis heute weltweit einen Überschuss aus den Einspielzahlen in Höhe von £22 Mio.
- Die Verkaufserlöse in Europa (exklusive UK) stiegen um 23%, von £46,5 Mio. auf £57,1 Mio. und wurden unterstützt durch länderspezifische Marktstudien und individuell zugeschnitte Verkaufsstrategien.
- Verkäufe nach Nord-, Mittel- und Südamerika stiegen um 17,2%, wobei die Gewinne durch eine hohe Anzahl an Koproduktionen (hier sind die Margen für BBC Worldwide geringer) und durch einen schwachen US-Dollar im Vergleich zum Pfund Sterling gekennzeichnet waren.
- In den anderen Ländern stiegen die Gewinne um 26,9%, wobei auch das starke britische Pfund einen gewissen Einfluss auf das Ergebnis hatte. Die erste Koproduktion zwischen der BBC und einem chinesischen Anbieter wurde vereinbart: *Wild China* mit CCTV. In Australien erwiesen sich die TV-Dramen als ein besonders starker Umsatzmotor.
- Das wichtigste Event des Jahres ist auch weiterhin der BBC Showcase, die größte von einem einzelnen Anbieter veranstaltete Messe der Welt. Beim BBC Showcase im Februar 2007 wurden 600 Stunden neuer Content gezeigt, und die Veranstaltung zog mehr als 550 Käufer aus der ganzen Welt an.
- Der Katalog von BBC Worldwide beinhaltet mittlerweile 2.000 Sendestunden, die digital verbreitet werden können und mehr als 220 Stunden Content in High Definition.
- Im Rahmen des Joint Ventures zwischen BBC Worldwide und Mid Day Multimedia Ltd im Bereich UKW-Rundfunk wurde in Mumbai ein Radiosender reformiert. Darüber hinaus wurden neue Radiosender in Delhi, Chennai und Bengalore gelauncht.

Content & Production: Umsatz £52,9 Mio. (£36,1 Mio.); Gewinn £9,5 Mio. (£3,2 Mio.)

- Das Wachstum wurde angekurbelt durch den Erfolg von *Dancing with the Stars* (deutscher Titel: *Let's Dance*), einem TV-Hit in über 41 Ländern.
- Bestehende Formate wurden weiterhin ausgestrahlt, so etwa *The Weakest Link* in Frankreich, *Friends Like These* und *The Generation Game* in Südafrika oder *It Takes Two* und *Honey We're Killing the Kids* in Australien und Neuseeland.
- Als erstes Unterhaltungsformat der BBC wurde *Just the Two of Us* als Lizenz an einen chinesischen Sender verkauft (Hunan TV). In Australien, wo es unter dem Namen *It Takes Two* ausgestrahlt wird, ging 2007 eine zweite Sendereihe an den Start. Die Lizenz für das Format wurde außerdem an Sender in Belgien, den Niederlanden, der Türkei, Russland, Kroatien und der Ukraine verkauft.
- Ein Joint Venture mit der unabhängigen australischen Produktionsfirma Freehand Group wurde bekannt gegeben.
- Ein weltweites Netzwerk von regionalen Produktionsbüros ist in Planung.
- Entwicklung von loveearth.com, einem naturgeschichtlichen Portal, das den Markteintritt von *Earth - The Movie* im Herbst 2007/08 unterstützen soll.

Magazines: Umsatz £171,3 Mio. (£171,8 Mio.); Gewinn £20,0 Mio. (£19,5 Mio.)

- Die BBC-Zeitschriften erzielten eine gute Performance in einem schwachen Markt, wobei sowohl die Vertriebserlöse als auch die Werbeeinnahmen gesteigert werden konnten.
- Jeder vierte erwachsene Brite liest pro Monat einen BBC-Titel.
- Die besten Ergebnisse erzielten über das Jahr die Magazine *Top Gear*, *Good Food*, *Doctor Who Adventures* und *CBeebies Weekly* (gemessen an der Auflagensteigerung).
- Abonnements im gesamten Portfolio belaufen sich auf 650.000.
- Internationale Lizenzen haben sich auf 33 in 57 Regionen erhöht.
- Worldwide Media (ein Joint Venture mit der *Times of India*) sicherte sich die Lizenz für die Veröffentlichung von *Hello!* in Indien im Mai 2007.
- Die Websites der Zeitschriften bbcgoodfood.com und radiotimes.com wurden inhaltlich und optisch überarbeitet.
- Das Magazin *Countryfile* soll Ende 2007 auf den Markt kommen.

Home Entertainment: Umsatz £186,9 Mio. (£208,9 Mio.); Gewinn £24,4 Mio. (£27,7 Mio.)

- 2 entertain (ein Joint Venture mit Woolworths plc) konnte seine Stellung als der führende DVD/Video-Verlag in britischem Besitz stabilisieren. Von *Planet Earth* wurden weltweit 600.000 und von *Doctor Who* mehr als 1,9 Millionen Exemplare verkauft.
- Verluste im Bereich Children's (zuvor ein eigener Geschäftsbereich) hielten an, und das Geschäft wurde in den Bereich Home Entertainment verlagert, wo es von der gebündelten Managementkompetenz im Verlags- und Lizenzgeschäft profitiert.
- Einnahmen durch Merchandising-Lizenzen stiegen auf fast £9 Mio. (der höchste Stand seit fünf Jahren); *Doctor Who* war 2006 die wachstumsstärkste Lizenz im britischen Kindersektor.
- Live Entertainment erlebte sein profitabelstes Jahr, mit erfolgreichen Shows auf vier Kontinenten.
- Gründung von zwei Joint Ventures mit Ragdoll Ltd, mit dem Ziel, Ragdolls Bestand zu managen und neue Inhalte zu entwickeln, so etwa *In The Night Garden*.

- BBC Worldwide verkaufte einen Mehrheitsanteil von BBC Books an Random House. Auch unter dem Dach von Ebury Publishing (Ramdom House) lieferte BBC Books weiterhin eine starke Performance.
- Der Spitzentitel von BBC Audiobooks war Alan Bennetts *The History Boys*.
- Mit einem Umsatz von £232.000 bzw. 122.000 verkaufte Bücher zählten *Planet Earth* und *Coast* zu den bestverkauften Weihnachtstiteln in Großbritannien.
- Die *Live Lounge* CD, die als Lizenz von BBC Worldwide an Sony BMG ging, wurde mit Doppelplatin ausgezeichnet – es wurden mehr als 730.000 Exemplare verkauft.

Digital Media: Umsatz £13,9 Mio. (£13,3 Mio.); Gewinn £3,9 Mio. (£1,6 Mio.)

- Weltweit schloss Digital Media eine Reihe von Vereinbarungen im Bereich Video on Demand (VoD), Online-Vertrieb und Mobile Business ab. Zu den neuen VoD-Kunden zählen Netflix (USA) und Telstra Big Pond (Australien).
- Investitionen flossen in die Hauptangebote bbc.com und die kostenpflichtigen Media Player.
- Digital Media ist nun verantwortlich für die Erstellung von neuen Websites und den Relaunch von existierenden Websites in allen Geschäftsfeldern von BBC Worldwide.
- Im März 2007 wurde eine Global-Content-Vereinbarung mit YouTube angekündigt; im ersten Monat wurden vier Millionen Videos von BBC Worldwide auf YouTube abgespielt. (Die Erlöse werden ab 2007/2008 ausgewiesen.)
- Zu den neuen Kunden im Bereich Mobile Business zählen TU Media in Asien, das Vodafone New Zealand network sowie 3 network in Irland.
- BBC Motion Gallery, BBC Worldwides Abteilung für den Vertrieb von TV-Clips, hat eine Vereinbarung über die Verbreitung von TV-Clips mit dem chinesischen Staatsfernsehen CCTV angekündigt.

Gestärktes Management-Team

- Garth Ancier wurde im Februar 2007 zum Präsidenten von BBC Worldwide Americas ernannt. Ancier beabsichtigt, das Wachstum im US-amerikanischen Markt weiter auszubauen.
- David Abraham wurde im April 2007 zum CEO von UKTV ernannt.
- Steve Macallister ist ab Juli 2007 Managing Director bei Global TV Sales.
- Bestellung des Aufsichtsrates: Simon Clift, Global Chief Marketing Officer bei Unilever und Thomas Geitner, ehemaliger CTO bei Vodafone.

- Ende -