

28. April 2008

Presse-Mitteilung

CTS EVENTIM AG hat 500 Mio. EUR Umsatz im Visier

Gutes Geschäftsjahr 2007 / Allianz mit Live Nation macht CTS zum "Global Player" der Ticketbranche / Mittelfristig Absatz von jährlich über 100 Mio. Tickets weltweit erwartet / 100.000 Veranstaltungen jährlich in der Musik-, Kultur- und Sportbranche

München, 28. April 2008. Der Vorstand der CTS EVENTIM AG schätzt den Markt und die Zukunftsaussichten des Unternehmens sehr positiv ein. „Wir gehen mit großem Optimismus in die Zukunft. Nach einem Rekordjahr 2007 sind auch unsere zukünftigen Perspektiven hervorragend, nicht zuletzt durch die 10 Jahre-Kooperation mit dem Weltmarktführer Live Nation“, sagte Vorstandsvorsitzender Klaus-Peter Schulenberg auf der Bilanzpressekonferenz in München. Mittelfristig will der Konzern, in Deutschland und Europa bereits seit Jahren Marktführer im Ticketing, einen Umsatz von 500 Mio. EUR erzielen, mehr als 100 Mio. Tickets pro Jahr verkaufen und auf allen Kontinenten mit seiner Ticket-Software präsent sein. Neben dem Kerngeschäft – dem Verkauf von Eintrittskarten für Musikveranstaltungen, vor allem Rock und Pop – hat der CTS Konzern in den vergangenen Jahren auch die Bereiche Sport und Kultur ausgebaut. So vermarktete CTS nach der erfolgreichen Abwicklung der Fußball-WM 2006 in Deutschland auch das Ticketkontingent der Fußball-Landesverbände Deutschland, Österreich und Italien für die Fußball Europameisterschaft im Sommer 2008 in Österreich und der Schweiz. Im Bereich Kultur ist CTS derzeit sehr erfolgreich mit der Ausstellung Tutanchamun, die im März in der Schweiz startete.

Geschäftsjahr 2007: WM-Rekordjahr nochmals übertroffen

Der CTS Konzern konnte im Geschäftsjahr 2007 das bisherige Rekordjahr 2006 nochmals übertreffen, steigerte sowohl Umsatz als auch Ergebnis und setzte damit seinen langjährigen Erfolgs- und Wachstumskurs fort. Der Konzern erzielte einen Umsatz von 384,4 Mio. EUR (Vorjahr 342,9 Mio. EUR, +12,1%), ein EBIT von 46,8 Mio. EUR (Vorjahr 45,7 Mio. EUR, +2,4%) und ein EBITDA von 53,9 Mio. EUR (Vorjahr 52,0 Mio. EUR, +3,6%). Schulenberg: „Wir konnten das Betriebsergebnis nochmals steigern, obwohl die Geschäftszahlen 2006 positiv vom Sonderprojekt Fußball-WM beeinflusst waren.“ Das Konzernergebnis liegt mit 0,98 EUR je Aktie auf Vorjahresniveau, der Cashflow stieg von 35,4 Mio. EUR auf 38,7 Mio. EUR. „Damit sind wir sehr zufrieden“, so Schulenberg. Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 15. Mai 2008 eine Dividendenzahlung von 0,49 EUR je Aktie vorschlagen.

Ticketing: Umsatz steigt um 31,9% und EBIT um 41,7% (WM-bereinigt)

Im Segment Ticketing, bereinigt um die Effekte der Fußball-WM 2006, sorgten maßgeblich der margenstarke Ticketverkauf über das Internet sowie die Europa-Expansion für eine deutliche Umsatz- und Ertragssteigerung. Bei einem Umsatz vor Konsolidierung zwischen den Segmenten von 87,5 Mio. EUR (Vorjahr 66,3 Mio. EUR; +31,9%) konnte ein EBIT von 26,3 Mio. EUR erwirtschaftet werden (Vorjahr 18,6 Mio. EUR; +41,7%). Die EBIT-Marge wurde nochmals von 28,0% auf 30,1% gesteigert. Das EBITDA betrug 32,0 Mio. EUR (Vorjahr 23,8 Mio. EUR; +34,5%). Das Segment Ticketing war 2006 positiv beeinflusst von der Fußball-WM und blieb erwartungsgemäß unter Vorjahr: Im Vergleich zu den nicht bereinigten Vorjahreszahlen erwirtschaftete das Segment Ticketing per 31.12.2007 einen Umsatz von 87,5 Mio. EUR (Vorjahr 99,3 Mio. EUR, -11,9%), ein EBIT von 26,3 Mio. EUR (Vorjahr 31,1 Mio. EUR, -15,5%) und ein EBITDA von 32,0 Mio. EUR (Vorjahr 36,8 Mio. EUR, -12,9%). Der Kartenverkauf im Internet erhöhte sich auf 7,1 Mio. Stück (Vorjahr 5,3 Mio., +34%). Insgesamt waren im Gesamtjahr 2007 164 Mio. Besucher (Vorjahr 136 Mio.) auf den Internetseiten des CTS Konzerns, insbesondere den Portalen www.eventim.de und www.getgo.de.

Live-Entertainment: 21,9% Umsatzsteigerung und 40,5% EBIT-Plus

Im Segment Live-Entertainment war das Jahr 2007 - nach mehreren Rekordjahren – erneut von einer hervorragenden Geschäftsentwicklung mit einer hohen Veranstaltungsanzahl und erfolgreichen Tourneen, Festivals und Events geprägt. Es wurde ein Umsatz von 301,3 Mio. EUR (Vorjahr 247,2 Mio. EUR, +21,9%) erzielt, ein EBIT von 20,5 Mio. EUR (Vorjahr 14,6 Mio. EUR, +40,5%) und ein EBITDA von 21,8 Mio. EUR (Vorjahr 15,2 Mio. EUR, +43,4%).

Kooperation mit Live Nation: CTS wird „Global Player“

„Sehr professionell“ – so Schulenberg – ist die im Dezember 2007 vereinbarte Kooperation mit Live

Nation angelaufen. „Wir werden künftig weltweit agieren und damit zum „Global Player“ der Ticketbranche“, sagte Schulenberg. CTS wird als Partner von Live Nation in allen wichtigen Märkten mit seiner Ticketsoftware tätig sein. Bis zum Jahr 2014 erwartet CTS aus der Kooperation ein zusätzliches jährliches Ticketvolumen von bis zu 60 Mio. Tickets und einen zusätzlichen Umsatz zwischen 100 und 120 Mio. EUR jährlich. In Europa wird CTS künftig in allen wichtigen Ländern vertreten sein. Bisher hatte der Konzern eigene Gesellschaften in 16 Ländern. Die neue Kooperation mit Live Nation verschafft CTS eine exzellente Basis für den Ausbau der bestehenden Strukturen und für den Markteintritt in zahlreichen weiteren europäischen Ländern ab 2009. Insbesondere die Exklusivvereinbarung für Großbritannien ist von hohem Wert. „Die Eintrittsbarrieren gerade in England sind besonders hoch. Zusammen mit Live Nation verfügen wir jetzt über eine hervorragende Ausgangsposition in einem attraktiven Markt“, so Schulenberg. Neben den europäischen Schlüsselmärkten stehen Amerika und Kanada im Fokus der Zusammenarbeit. Das Ticketvolumen in den Vereinigten Staaten wird auf jährlich rund 500 Millionen Tickets geschätzt, wovon allein auf den Konzertbereich über 70 Millionen entfallen. Ab 2009 wird Live Nation in Nordamerika die CTS-Software für 10 Jahre exklusiv in Lizenz nutzen. Schulenberg: „Amerika hat ein gewaltiges Potential. Vor allem unsere Stärken im Internet-Ticketing kommen hier zum Tragen. Gleichzeitig schalten wir durch die Lizenzvergabe Risiken und Kosten für einen eigenen Marktaufbau aus“. Für das Veranstaltungsgeschäft in Mexiko, Südamerika, Japan, Australien, Neuseeland und Südafrika wird CTS Live Nation ebenfalls eine Softwarelizenz für den Ticketvertrieb erteilen.

Das Angebot: Die besten Veranstaltungen aus allen Bereichen

„Ein breites und attraktives Veranstaltungsangebot ist die Basis für unseren Erfolg“, so Schulenberg. CTS hat jährlich mehr als 100.000 Veranstaltungen im Programm und baut sein Angebot permanent aus. 40% der verkauften Tickets entfallen auf Musik, 30% auf Klassik inklusive Theater und 30% auf Sport. Größte Aufmerksamkeit beim Publikum genießt nach wie vor das Musikgeschäft, von Rock bis Pop und vom Schlager bis zur Volksmusik. In den kommenden Monaten bietet der CTS Konzern Eintrittskarten für alle großen Festivals wie Rock am Ring, Rock im Park, Southside und Hurricane sowie für Tourneen von Nelly Furtado, Katie Melua, Billy Idol oder Rosenstolz an. Schulenberg: „Parallel dazu haben wir die Bereiche Kultur und Sport in den zurückliegenden Jahren konsequent ausgebaut und damit unsere Zielgruppen deutlich verbreitert“. Auf den Internetseiten www.eventim.de und www.getgo.de finden Kulturbeflügelte das gesamte Spektrum: Klassik im Festspielhaus Baden-Baden ebenso wie das 45. Theatertreffen in Berlin, die Thurn & Taxis Schlosstheaterfestspiele in Regensburg oder die Martha Graham Dance Company. Eine Besonderheit ist die Tutanchamun Ausstellung in Zürich, die seit März 2008 gezeigt wird und auf Welttournee geht. „Diese Mischung aus Erlebnis und hohem wissenschaftlichen Informationswert ist eine vielversprechende neue Veranstaltungsform“, so Schulenberg. Seit der Premiere am 8. März wurden bereits mehr als 100.000 Besucher gezählt. Die Tournee führt ab Herbst 2008 nach München, Hamburg, Lissabon, Prag und Seoul. Auch der Sportbereich wurde neu und breiter konzipiert: Sportfans finden Tickets für Motorsport (Formel 1 oder DTM), Handball (Länderspiele und Bundesliga), Eishockey, Basketball oder Boxen. Wichtigster Baustein ist unverändert Fußball, neben der 1. und 2. Bundesliga vermarktet CTS alle DFB-Länderspiele, auch für die aktuelle EM-Vorbereitung gegen Serbien und Weißrussland.

Für weitere Informationen:

Engel & Zimmermann AG Agentur für Wirtschaftskommunikation
Hermann Zimmermann
Tel. (089) 89 35 63 3
info@engel-zimmermann.de