

Medienmitteilung

Ergebnisse der Kudelski Gruppe in 2007 geprägt von starkem Umsatzwachstum und langfristigen Investitionen

- Starkes Umsatzwachstum in allen Märkten, speziell in Asien
- Neue Kundenverträge in DigitalTV, MobilTV und IPTV sowie mehrfache Akquisitionserfolge in Zusammenarbeit mit OpenTV
- Globale Positionierung mit 84 Millionen Smartcards/aktiven Geräten für die Nagra CA Familien in 2007 und gesamthaft 100 Millionen ausgelieferten Gerätelizenzen von OpenTV
- Rekordwachstum und -ergebnis bei Nagra Public Access in 2007
- Nagravision erwartet bedeutende Umstellung auf das Service-Modell für 2008
- Initiativen zur Steigerung der operativen Effizienz und Kostensenkung zur Steigerung der Profitabilität lanciert

(in Millionen CHF)	2007	2006	Veränderung in %
Betriebseinnahmen	925.8	694.3	+33.3
Gewinne durch Verkäufe von Tochtergesellschaften und weitere Betriebserträge	16.7	61.8	
Total	942.5	756.2	+24.6
OIBDA	137.2	188.2	-27.1
EBIT	87.7	150.2	-41.6
Nettoeinnahmen	67.4	138.5	-51.3

Cheseaux, 29. Februar 2008 - Die Resultate der Kudelski Gruppe zeigen eine solide Umsatzentwicklung mit einem Umsatz und weiteren Betriebserträgen von 942.5 Millionen Franken unter Einschluss von organischem Wachstum und der erstmaligen Konsolidierung von OpenTV. Dies unterstreicht die Wachstumsdynamik der letzten fünf Jahre mit jährlichen Wachstumsraten von 25 Prozent übers Ganze.

Die weiterhin beträchtlichen Investitionen in R&D und in neue Geschäftsfelder wirkten sich negativ auf die Rentabilität aus. Dazu kamen Wechsel von Kunden zum Service-Modell sowie Resultate von OpenTV, die unter den Erwartungen blieben. Der konsolidierte EBIT der Gruppe erreichte CHF 87.7 Millionen. Dies entspricht einer Abnahme von 3.8 Prozent verglichen mit dem um den Gewinn aus dem Verkauf von Ticketcorner bereinigten EBIT 2006. Die bereinigte EBIT-Marge der Gruppe betrug 9.5 Prozent. Die Marge beim Digitalfernsehen erreichte 15.3 Prozent. Public Access bestätigt den Aufwärtstrend mit 11.5 Prozent EBIT-Marge. Die Konsolidierung von OpenTV verwässerte den EBIT 2007 mit einem Verlust von 7.6 Millionen Franken.

2007 setzte sich das Wachstumsmoment der Gruppe ungebremst fort. Die gemeinsame Vermarktung der Lösungen mit OpenTV erwies sich als erfolgreich. Diese Integration stärkt sowohl die weltweite Präsenz der Gruppe als auch deren Produktpalette. In den neuen Geschäftsbereichen beim Digitalfernsehen wurden die Umsatzziele von 100 Millionen CHF um 18 Prozent übertroffen. Zwei der drei neuen Smartcard-Familien wurden erfolgreich eingeführt. Das Unternehmen baut seine Anti-Piraterie Aktivitäten, welche bereits in mehreren Ländern wie Italien, der Schweiz, den USA und in Kanada erfolgreich waren, kontinuierlich aus, um die Hackerindustrie von künftigen Investitionen abzuhalten.

Durch die Übernahme der Kontrolle über OpenTV im Januar 2007 hat die Kudelski Gruppe ihre Rolle in der digitalen TV-Industrie verändert. Von einem Lieferanten von Conditional Access ist die Kudelski Gruppe auf dem Weg, ein federführender Spieler im Ökosystem des digitalen Fernsehens zu werden und die neuen Markttrends anzugehen. Eine solche fundamentale Transformation führt jedoch auch zu hohen Transaktionskosten in 2007 und 2008, um end-to-end-vorintegrierte Lösungen zu entwickeln.

Die wachsenden Geschäftschancen in den Emerging Markets sowie die Entwicklung des US-Dollar gegenüber dem Schweizer Franken haben die Kudelski Gruppe bewogen, Initiativen zur Steigerung der operativen Effizienz und zur Verbesserung der Kostenstruktur zu ergreifen. Als Teil dieser Initiativen werden das Geschäftsportfolio, die Prioritäten und die Investitionspläne überprüft.

Digitalfernsehen

Der Umsatz beim Digitalfernsehen stieg um 14.5 Prozent auf 573.4 Millionen Franken. In Europa stiegen die Verkäufe um 12.5 Prozent auf 322.0 Millionen Franken. Dies bei einer ausgewogenen Verteilung. Terrestrische Anbieter von Digitalfernsehen und Satellitenanbieter aus Osteuropa wuchsen besonders stark. Die Verkäufe haben sich im Vergleich zum Vorjahr verdoppelt. In Amerika blieben die Einnahmen mit 139.9 Millionen substantiell stabil. Starkes Wachstum in Südamerika machte den Volumenrückgang in Nordamerika und den schwachen Dollar wett. Südamerikanische Betreiber generierten 2007 mehr als die Hälfte der gesamten Einnahmen in der Region Amerika. Verkäufe in den Regionen Asien-Pazifik und Afrika nahmen um 56.5 Prozent auf 111.5 Millionen Franken zu. Dies bei einer wesentlichen Steigerung der Verkäufe von Smartcards auf den Märkten in Indien, Südkorea und vor allem China.

Die neuen Geschäftsbereiche beim Digitalfernsehen übertrafen für das Gesamtjahr das Ertragsziel von 100 Millionen Franken um 18 Prozent. Die Conditional Access (CA) Module der Kudelski Gruppe fassen mehr und mehr Fuss ausserhalb der herkömmlichen Gebiete und sichern so eine wichtige Präsenz in vielversprechenden Märkten wie Italien. Im höher entwickelten Smartcard Geschäft konnte die Kudelski Gruppe ihre Präsenz im Bereich Finanzdienstleistungen und Verwaltung ausbauen. Weiter konnte sie speziell im Sektor von PVR/push VOD/EPG kontinuierlich expandieren. Dies insbesondere durch den forcierten Einsatz der Firmen eigenen NagraGuide Lösung.

Der **Mobilfernseh-Markt** hat sich 2007 stark entwickelt. Nagravision hat seine führende Position in diesem Bereich bestätigt mit einem Anteil von über 95% am DVB-H-Markt. Dieses gute Resultat kam wesentlich durch den Erfolg mit allen Anbietern in Italien zu Stande, namentlich **H3G**, **Vodafone** und **Telecom Italia**. Neue Verträge wurden erst kürzlich unterzeichnet mit **Vimpelcom** und den mit der Firma verbunden Distributionspartner **Dominanta** in Russland, mit **Telefonica** in Lateinamerika und **T-Mobile** in der

Tschechischen Republik. Die Stellung als DVB-H-Marktleader wirkt sich nun mehr und mehr auch aus auf den Erfolg bei verwandten Technologien wie MediaFLO in den USA und StiMi, dem chinesischen Standard.

Die Wachstumsrate von **IPTV** bleibt weiter bemerkenswert. Das Wachstum wird sich mit dem Aufkommen von IPTV über Kabel sogar noch festigen. Dieser Einsatz benötigt zunehmend Hybridentwicklungen von Nagravision mit der Kombination von Breitband- und Rundfunktechnologien und ihren vorintegrierten Lösungen. Nagravision hat seine Stellung durch kontinuierliche Zusammenarbeit mit **Neuf Cegetel**, einem der weltweit fünftgrössten IPTV Anbieter, weiter gestärkt. Beim digitalen Kabelfernsehen hat Nagravision in Europa seine führende Position mit einem Kundenanteil von 72 Prozent bestätigt, in Lateinamerika mit einem Anteil von 50 Prozent.

Die aktive Zusammenarbeit zwischen **OpenTV** und **Nagravision** hat zu einer wachsenden Anzahl von neuen Verträgen für OpenTV geführt, einschliesslich Numericable, Canal Digital, Reliance, Portugal Telecom und TV Cabo.

Gewinne von Neukunden

- In Europa wählte **Portugal Telecom** Nagravision als Systemintegrator für ihr neues DTH Angebot, das 2008 lanciert wird. Die Entwicklung basiert auf einer end-to-end Lösung der Kudelski Gruppe, die Nagravision CAS und OpenTV Middleware mit einer leistungsfähigen Palette von interaktiven Anwendungen (Quative back-end für interaktive Services und Lysis CMS) wirksam verbindet.
- **TV Cabo** hat sich für die Lancierung ihres High Definition PVRs für die Middleware von OpenTV entschieden in Kombination mit dem High Definition NagraGuide von Nagravision.
- Nagravision wird zudem für die Kabel- und IPTV-Netzwerke von **Mostelekom** (Russland) eine end-to-end Lösung bereitstellen. Diese umfassen Quative IPTV Lösungen sowie gewöhnliche IPTV und Cable Back-end Anwendungen. Verhandlungen für weitere Verträge in Osteuropa sind im Gange.
- In Amerika hat **TV Azteca** (Mexikos zweitgrösster Fernsehanbieter und zusätzlich einer der landesweit grössten Konzerne in den Bereichen Telekommunikation, Medien, Einzelhandel und Finanzen) das CAS von Nagravision für seine nächste Medien-Plattform ausgewählt.
- Zusätzlich haben sich zwei grosse Multisystem Kabelgesellschaften in Taiwan – **Taiwan Fixed Networks Media (TFN Media)** und **Kbro** – mit zusammen über 1.5 Millionen Abonnenten gleichzeitig für Nagravision als ihren exklusiven Conditional Access Anbieter entschieden.
- **Etisalat**, ein grosser und innovativer Anbieter im mittleren Osten, in den Vereinigten Arabischen Emiraten und mit Lizenzen in Ländern wie Saudi Arabien, Ägypten, und den Firmen Atlantic Telecom (Afrika), Sudatel und Canar Telecom (Sudan), und Zanzibar (Tanzania), wählte Nagravision für die erste VOD Plattform, die im mittleren Osten eingesetzt wird sowie eine Content Management Plattform, die auf Etisalat Kabel- und IP-Kunden ausgerichtet ist. Die Lancierung ist in der zweiten Hälfte des Jahres 2008 geplant.

Public Access mit dem besten je erreichten Ergebnis

Public Access präsentierte im Jahr 2007 zum zweiten Mal in Folge die besten Resultate in der Geschichte des Unternehmens und erhöhte den Marktanteil in diesem Wachstumsmarkt weiter. Die Einnahmen von Public Access betragen 224.3 Millionen Franken und lagen 15.8 Prozent höher als im Vorjahr. Der EBIT stieg um 46.3 Prozent und erreichte 25.8 Millionen. Die Verkäufe nahmen in allen Regionen zu. Der Anstieg in Europa betrug 14.5 Prozent. In Amerika stieg er um 14.6 Prozent auf 18.4 Millionen, in den Regionen Asien-Pazifik und Afrika um 30.4 Prozent auf 19.5 Millionen. Damit sind in den letzten drei Jahren die ausser europäischen Public Access Verkäufe auf 16.9 Prozent gestiegen.

SKIDATA hat von einem signifikanten Anstieg seines weltweiten Geschäfts mit Grosskunden profitiert und vermochte seine Kernkompetenzen gezielt zu nutzen – als Antwort auf die steigende Nachfrage nach gross angelegten, integrierten Lösungen und Wert steigernden Dienstleistungen. Die Performance war vor allem in Asien stark, mit beträchtlichen Folgeprojekten in Japan und Südkorea und Verträgen für zwei grosse Flughäfen in Indien. Weitere Projekte sind in Vorbereitung. In Europa hat SKIDATA neue Tochtergesellschaften in Belgien und Spanien eröffnet. Dies einerseits um die Marktpräsenz zu festigen und andererseits um die Beziehungen zu den Grosskunden zu stärken. In Nordamerika hat SKIDATA seine Direktverkaufsstrategie für Grossprojekte weiterentwickelt. Im Jahr 2008 wird SKIDATA eine Tochtergesellschaft in Russland eröffnen.

Während des gesamten Jahres 2007 hat SKIDATA nach bewährtem Grundsatz in R&D investiert und damit die Anerkennung als globalen Innovationsleader in diesem Industriebereich weiter gefestigt. Für seinen FREEMOTION Zugang bei Drehkreuzen in Skiorten hat SKIDATA den prestigeträchtigen österreichischen Innovationspreis erhalten.

Perspektiven 2008

Während den letzten Monaten hat die Gruppe aktiv den Wechsel der grossen Digitalfernsehkunden zum Service-Modell gefördert. Dies um die gemeinsamen Anreize mit den Kunden anzugleichen und die Unbeständigkeit auf der Einnahmenseite der Gruppe zu reduzieren. Es wird erwartet, dass im Jahr 2008 der Grossteil der aktiven Geräte gemietet sein wird. Dies als Folge des angestrebten Wechsels von knapp 30 Millionen Smartcards zu diesem Modell. Mit einer stabilen und sicheren Lösung werden von diesem Modell wesentlich höhere Einnahmen pro Karte erwartet, eine positive Folge der fortwährenden Investitionen in neue Sicherheitslösungen. Dieser Wechsel wird das Ergebnis des Jahres 2008 allerdings negativ beeinflussen, da nicht die gesamten Einnahmen aus den in diesem Jahr ausgelieferten Karten auch in diesem Jahr verbucht werden können.

Der Bereich Public Access erwartet 2008 ein kontinuierliches Wachstum.

Die Korrekturmassnahmen, die bei OpenTV in den letzten Monaten implementiert wurden, haben im vierten Quartal 2007 erste handfeste Wirkungen gezeigt. 2008 erwartet die Gruppe weitere Fortschritte in vergleichbarem Umfang durch organisatorische Anpassungen, das laufende Programm für operative Verbesserungen und vor allem durch die Synergien innerhalb der Division Digitalfernsehen, die zu einer wesentlichen Verbesserung der Rentabilität führen.

Die Kudelski Gruppe erwartet 2008 einen Gesamtumsatz zwischen 1'030 Millionen CHF und 1'050 Millionen CHF sowie einen EBIT zwischen 5 Millionen CHF und 10 Millionen CHF.

Dividende

Der Verwaltungsrat der Kudelski AG schlägt der ordentlichen Generalversammlung vom 22. April 2008 die Auszahlung einer Dividende von 0.30 Franken pro Inhaberaktie und von 0.03 Franken pro Namensaktie vor. Stichtag ist der 25. April 2008.

Anmerkung

Der Finanzbericht 2007 ist als PDF erhältlich auf
http://www.nagra.com/ar/2007/kudelski_rf_2007_en.pdf

Kontakt

Santino Rumasuglia
Investor Relations
Tel: +41 21 732 01 24
mail: santino.rumasuglia@nagra.com

Rodolfo Ciucci
Corporate Communications
Tel: +41 21 732 01 81
mail: rodolfo.ciucci@nagra.com

Über die Kudelski Gruppe

Die Kudelski Gruppe (SWX: KUD.VX) ist ein weltweit führender Anbieter von digitalen Sicherheitssystemen und weiteren Anwendungen für digitale und interaktive Medien. Die Technologien des Unternehmens werden bei einer Vielzahl von Leistungen und Angeboten zur Zugangskontrolle und Sicherung der Rechte eingesetzt. Benutzeridentifikation und Berechtigungsmanagement schützen die Einnahmen von Eigentümern und Vermittlern von Digitalfernsehen und interaktiven Anwendungen - von Rundfunk und Breitband bis hin zu mobilen Netzwerken. Gleichzeitig nimmt die Kudelski Gruppe weltweit eine Spitzenposition ein in den Technologiebereichen Zugangskontrollen und –Zugangsmanagement von Menschen und Fahrzeugen zu Anlässen und Gebäuden. Ausserdem bietet das Unternehmen professionelle Aufnahmegeräte und hoch entwickelte Hi-Fi High-End Produkte. Der Hauptsitz der Kudelski Gruppe befindet sich in Cheseaux-sur-Lausanne, Schweiz.

Disclaimer

Diese Medienmitteilung enthält zukunftsbezogene Aussagen. Dazu können unter anderem Vorhersagen gehören oder Aussagen zu künftigen Ereignissen, Trends, Plänen oder Zielen. Diese Aussagen sind bekannten und unbekanntem Risiken und Unsicherheiten unterworfen und können durch weitere Faktoren beeinflusst werden, welche unter Umständen dazu führen, dass die tatsächlichen Resultate, Pläne und Ziele materiell von jenen abweichen, die in den zukunftsbezogenen Aussagen ausgedrückt oder impliziert sind. Potentielle Risiken und Unsicherheiten enthalten Elemente wie das generelle wirtschaftliche Umfeld, die Entwicklung der Finanzmärkte, das Wettbewerbsumfeld sowie gesetzliche und regulatorische Änderungen.