



## **MODERN TIMES GROUP MTG AB**

### **FINANSIELLT RESULTAT FÖR DET FÖRSTA KVARTALET 2006**

Stockholm den 26 april 2006 – Modern Times Group MTG AB (“MTG”) (Stockholmsbörsen: MTGA, MTGB) avger idag sitt resultat för det första kvartalet 2006. Koncernen har upprättat kvartalsrapporten i enlighet med IFRS såsom de antagits av EU.

#### **HÖJDPUNKTER FÖRSTA KVARTALET**

- **Försäljningen steg med 37% till 2.377 (1.738) Mkr**
- **Rörelseresultatet mer än fördubblades till 453 (212) Mkr**
- **Tvåsiffrig försäljningstillväxt för samtliga kärnområden inom broadcasting – Fri-TV Skandinavien, Betal-TV Norden och Central- och Östeuropa**
- **Försäljningen för Viasat Broadcasting steg med 44% till 1.956 (1.357) Mkr och rörelseresultatet ökade med 84% till 458 (249) Mkr**
- **Resultatet efter skatt uppgick till 305 (501) Mkr (2005 inkluderar 389 Mkr i nettovinst från försäljning av aktier i TV4)**
- **Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 4,38 (7,55) kronor**

Hans-Holger Albrecht, VD och koncernchef, kommenterade: ”Detta är MTGs bästa resultat någonsin för ett första kvartal. Försäljningstillväxten på 37% tillsammans med mer än ett fördubblat rörelseresultatet visar återigen på koncernens förmåga att generera både tillväxt och ökad lönsamhet. Rörelsemarginalen på 19% i det säsongsmässigt svagare första kvartalet återspeglade god tillväxt och resultatförbättringar i samtliga kärnverksamheter.

Vår fri-TV-verksamhet i Skandinavien levererade en fördubblad vinst samtidigt som vår satellit-TV-plattform redovisade ännu ett kvartal med stark tillväxt av premiumabonnenter. Central- och Östeuropa visade fortsatt stark utveckling med ökad lönsamhet efter det att DTV redovisat kvartalsvinst för första gången någonsin samt som en följd av konsolideringen av TV Prima. Verksamheten utvecklas enligt våra strategiska målsättningar och vi fortsätter att utvärdera nya investeringsmöjligheter för att leverera ökad avkastning för våra aktieägare.”

## FINANSIELLT SAMMANDRAG

<i>(Mkr)</i>	<b>Jan-Mar 2006</b>	Jan-Mar 2005	Jan-Dec 2005
Nettoomsättning	<b>2.377</b>	1.738	8.012
Rörelseresultat	<b>453</b>	212	1.213
Nettovinst från försäljning av finansiella tillgångar	<b>2</b>	389	384
Räntenetto och andra finansiella poster	<b>-15</b>	-25	-102
Resultat före skatt	<b>440</b>	575	1.495
Periodens resultat	<b>305</b>	501	1.185
Resultat per aktie (SEK)	<b>4,38</b>	7,55	17,78
Resultat per aktie efter utspädning (SEK)	<b>4,36</b>	7,55	17,78
Balansomslutning	<b>10.223</b>	8.917	9.795

## SAMMANFATTNING AV AFFÄRSOMRÅDEN

*Fortsatt stark försäljningstillväxt*

<b>NETTOOMSÄTTNING PER SEGMENT</b> <i>(Mkr)</i>	<b>Jan-Mar 2006</b>	Jan-Mar 2005	Jan-Dec 2005
<i>Fri-TV Skandinavien</i>	<b>723</b>	656	2.912
<i>Betal-TV Norden</i>	<b>749</b>	605	2.633
<i>Central- &amp; Östeuropa</i>	<b>388</b>	129	813
<i>Övrigt och elimineringar</i>	<b>97</b>	-34	80
Viasat Broadcasting	<b>1.956</b>	1.357	6.437
Radio	<b>81</b>	60	290
Övriga affärsområden	<b>427</b>	424	1.629
Moderbolag och övriga bolag	<b>28</b>	35	128
Elimineringar	<b>-115</b>	-138	-473
Total omsättning	<b>2.377</b>	1.738	8.012

Koncernens försäljning steg med 37% för det första kvartalet till 2.377 (1.738) Mkr, vilket avspeglade en tvåsiffrig försäljningstillväxt i samtliga tre kärnområden inom broadcasting - Fri-TV Skandinavien, Betal-TV Norden samt Central- och Östeuropa, samt konsolideringen av spelbolaget BET24 och den tjeckiska TV-kanalen TV Prima.

Intäkterna var fortsatt balanserade och av koncernens totala intäkter för det första kvartalet stod reklamförsäljning för 41%, abonnentintäkter för 37% och resterande 22% kom från övrig försäljning till företag samt direktförsäljning till konsumenterna.

*Mest lönsamma första kvartal någonsin*

<b>RÖRELSERESULTAT PER SEGMENT</b>	<b>Jan–Mar 2006</b>	Jan–Mar 2005	Jan–Dec 2005
<i>(Mkr)</i>			
<i>Fri-TV Skandinavien</i>	<b>140</b>	58	492
<i>Betal-TV Norden</i>	<b>125</b>	123	507
<i>Central- &amp; Östeuropa</i>	<b>51</b>	-12	76
<i>Övrigt och elimineringar</i>	<b>3</b>	12	54
<i>Intressebolag (CTC Media, Inc.)</i>	<b>138</b>	68	187
Viasat Broadcasting	<b>458</b>	249	1.316
Radio	<b>8</b>	-9	23
Övriga affärsområden	<b>22</b>	-1	37
Moderbolag och övriga bolag	<b>-36</b>	-27	-163
Totalt rörelseresultat	<b>453</b>	212	1.213

Koncernen redovisade det högsta rörelseresultatet någonsin för ett första kvartal då rörelseresultatet mer än fördubblades till 453 (212) Mkr. Rekordresultatet återspeglade marginalförbättringar inom Fri-TV Skandinavien och Central- & Östeuropa samt fortsatt hög marginal för betal-TV-verksamheten i Norden. Rörelseresultatet var även en följd av den ökade vinstandelen på 138 (67) Mkr från ägarandelen på 43,1% i ryska CTC Media, Inc.

Koncernens avskrivningar uppgick till 27 (45) Mkr för det första kvartalet. Rörelsekostnaderna ökade med 29% för kvartalet, främst till följd av konsolideringen av BET24 från april och TV Prima från november 2005, fortsatt högt nettointag av abonnenter, kostnader för de fler än tio lanserade kanalerna på Viasats plattform, samt även som en följd av ökade investeringar i Central- och Östeuropa. Rörelsemarginalen ökade ändå till 13% (8%), exklusive koncernens vinstandel från intressebolag.

Räntenetto och andra finansiella poster uppgick till -13 (363) Mkr för kvartalet, vilket för 2005 inkluderade nettovinsten på 389 Mkr från försäljningen av återstående aktier i TV4. Nettoräntekostnaderna uppgick till -12 (-10) Mkr för kvartalet och bestod huvudsakligen av räntekostnader på -15 Mkr för de konvertibla skuldebrevens på 120 miljoner euro. Övriga finansiella poster på -1 (-15) Mkr inkluderade realiserade valutakurseffekter på 4 (-16) Mkr, som uppkom vid omräkningen av de eurobaserade konvertibla skuldebrevens.

Koncernens resultat före skatt uppgick till 440 (575) Mkr för kvartalet och koncernens skattekostnad uppgick till -135 (-74) Mkr. Koncernens resultat efter skatt uppgick således till 305 (501) Mkr för kvartalet. Antalet utestående aktier har ökat från 66.375.156 till 66.382.410 under det första kvartalet då 7.254 optioner från 2001 års optionsprogram har utnyttjats och omvandlats till B-aktier i MTG. Koncernens resultat per aktie före utspädning uppgick till 4,38 (7,55) kronor.

## VIASAT BROADCASTING

<i>(Mkr)</i>	<b>Jan–Mar 2006</b>	Jan–Mar 2005	Jan–Dec 2005
Nettoomsättning	<b>1.956</b>	1.357	6.437
Rörelseresultat	<b>319</b>	180	1.129
Rörelsemarginal (%)	<b>16</b>	13	18
Resultat från intressebolag	<b>138</b>	68	187
Totalt rörelseresultat	<b>458</b>	249	1.316

Viasat Broadcasting, som inkluderar MTGs TV-verksamhet, ökade under kvartalet sin försäljning med 44% till 1.956 (1.357) Mkr. Koncernen redovisade god tillväxt inom samtliga kärnområden inom broadcasting – Fri-TV Skandinavien, Betal-TV Norden och Central & Östeuropa – och försäljningstillväxten påverkades även positivt av att BET24 och TV Prima ej konsoliderades under det första kvartalet 2005.

Viasats totala antal digitala abonnenter uppgick till 837.000 (695.000) vid utgången av kvartalet, jämfört med 811.000 vid årsskiftet. Det totala antalet premiumabbonenter i Norden och Baltikum fortsatte växa under kvartalet och steg till 690.000 (517.000) jämfört med 653.000 vid årsskiftet.

Viasat Broadcasting levererade förbättrade rörelsemarginaler på 16% (13%) för kvartalet, exklusive MTGs vinstandel i CTC Media, Inc.

BET24s starka försäljningstillväxt fortsatte under kvartalet, efter det att bolaget ökat sina marknadsföringsaktiviteter i både existerande och nya marknader samt för nya produkter. Försäljningen mer än fördubblades till 124 (47) Mkr för kvartalet. Antalet aktiva kunder (aktiva under de senaste tre månaderna) på sportspel ökade till 41.000 att jämföra med 22.000 vid utgången av 2005. Detta återspeglade en fyrdubbling av marknadsförings- och sponsorkostnader jämfört med första kvartalet föregående år. BET24s rörelseresultat uppgick därför till -13 (2) Mkr under det första kvartalet. MTG konsoliderade BET24s resultat från och med 1 april 2005 och redovisade därför 1 Mkr som resultat från intressebolag för det första kvartalet 2005 och det helt konsoliderade resultatet på -13 Mkr för de tre första månaderna av 2006.

### **Fri-TV Skandinavien**

#### *Fortsatt marginalförbättring*

<i>(Mkr)</i>	<b>Jan–Mar 2006</b>	Jan–Mar 2005	Jan–Dec 2005
Nettoomsättning	<b>723</b>	656	2.912
Rörelseresultat	<b>140</b>	58	492
Rörelsemarginal (%)	<b>19</b>	9	17

Viasats fri-TV-verksamhet i Skandinavien genererade en försäljningstillväxt på 10% för kvartalet till 723 (656) Mkr.

Rörelsekostnaderna för fri-TV-verksamheten minskade med 3% för kvartalet, vilket var en följd av kostnadsbesparingar från analog distribution i Sverige och Danmark, samt en följd av

lägre programkostnader på grund av den senare lanseringen av vårtablån för 2006. Som tidigare konstaterats förväntas programkostnaderna öka under 2006 i en något högre takt än den cirka femprocentiga ökningen under 2005, och den kan komma att variera mellan kvartalerna.

Den skandinaviska fri-TV-verksamheten redovisade en mer än fördubbling av rörelseresultatet till 140 (58) Mkr för kvartalet och rörelsemarginalen ökade till 19% (9%).

<b>Kommersiella tittartidsandelar (%)</b>	<b>Jan–Mar 2006</b>	Jan–Mar 2005	Jan–Dec 2005
TV3 och ZTV i Sverige (15-49)	<b>30,4</b>	30,8	31,4
TV3 och ZTV i Norge (15-49)	<b>17,1</b>	16,3	17,2
TV3 och TV3+ i Danmark (15-49)	<b>20,9</b>	20,5	22,0

Den nationella penetrationen för TV3 och ZTV i Sverige ökade ytterligare till 75% (68%) respektive 67% (60%) i slutet av första kvartalet och kanalerna drog även nytta av den växande reklammarknaden i Sverige. Den kommersiella tittartidsandelen påverkades negativt under kvartalet av den senare lanseringen av vårtablån med anledning av vinter-OS samt allmänt hård konkurrens. I februari tilldelades Viasat en licens att sända en fjärde TV-kanal i det svenska digitala marknätet av Sveriges regering. Den nya TV-kanalen, TV6, kommer att vara en bred underhållningskanal och göras tillgänglig okrypterad och gratis via det digitala marknätet från och med den 9 maj 2006, samt till abonnenter på Viasats satellit- och IPTV-plattformar och via tredjeparts-kabeloperatörer.

TV3 och ZTV Norge fortsatte att prestera bättre än marknaden och tog således andelar i en växande marknad. TV3 och ZTV kan nu ses av 63% respektive 39% av de norska hushållen.

TV3 och TV3+ Danmark redovisade en ökad sammanlagd kommersiell tittartidsandel och påverkades positivt av en växande reklammarknad i det första kvartalet 2006. Den analoga distributionen av TV3 och TV3+ Danmark kommer att helt släckas ned under den första halvan av 2006 och medföra ytterligare kostnadsbesparingar.

## **Betal-TV Norden**

### *Stark abonnenttillväxt & bibehållna marginaler*

<i>(Mkr)</i>	<b>Jan–Mar 2006</b>	Jan–Mar 2005	Jan–Dec 2005
Nettoomsättning	<b>749</b>	605	2.633
Rörelseresultat	<b>125</b>	123	507
Rörelsemarginal (%)	<b>17</b>	20	19

Viasat Broadcastings betal-TV-verksamhet i Norden uppvisade en sammanlagd försäljningsökning på 24% till 749 (605) Mkr för kvartalet, och upp från 726 Mkr för det fjärde kvartalet 2005. Verksamheten består av Viasats satellit-TV-plattform samt Viasats 17 betal-TV-kanaler.

<i>(tusental)</i>	<b>Mars 2006</b>	December 2005	Mars 2005
<b>Premiumabonnenter</b>	<b>646</b>	614	496
- av vilka DTH-abonnenter	<b>632</b>	602	494
- av vilka IPTV-abonnenter	<b>14</b>	12	2
<b>DTH Basabonnenter</b>	<b>147</b>	158	178

32.000 nya premiumabonnenter adderades netto till den nordiska plattformen under det första kvartalet. Sedan utgången av det första kvartalet 2005 har nu totalt 150.000 nya premiumabonnenter adderats netto till plattformen, vilket motsvarar en tillväxt på 30%. Tillväxten fortsatte att återspegla kombinationen av hög nyförsäljning och gradvis minskad "churn" för premiumabonnenter (avhopp från plattformen). Samtidigt har en ökad andel av premiumabbonnenterna nu valt att abonnera på "hela-huset"- och/eller Viasat+ abonnemang och dessa ökade från 14.000 premiumabonnenter vid utgången av 2005 till 48.000 vid utgången av det första kvartalet, vilket motsvarar 7% av Viasats totala antal premiumabonnenter.

Viasats Basabonnemang hade 147.000 (178.000) abonnenter vid kvartalets utgång, jämfört med 158.000 vid utgången av det fjärde kvartalet 2005. Detta var ett resultat av den höga konkurrensen i bassegmentet samt på grund av fortsatt framgångsrik försäljning av uppgraderingar till Viasats premiumpaket.

Intäkten per premiumabbonnent omräknat till årsbasis (ARPU) steg med mer än 5% till 3.341 (3.175) kronor i kvartalet, och från 3.277 kronor jämfört med det fjärde kvartalet 2005. Detta var främst ett resultat av prishöjningar, en ökande andel abonnenter med lägre introduktionspris för det första året som gått in i sitt andra år av abonnemang samt en ökande andel av abonnenterna som valt Viasat+ eller "hela-huset"-abonnemang.

Rörelsekostnaden för den nordiska betal-TV-verksamheten ökade med 30%, vilket främst återspeglade högre periodiserade kostnader, SAC (Subscriber Acquisition Cost), under kvartalet på 125 (82) Mkr, att jämföra med 116 Mkr för det fjärde kvartalet 2005. Denna effekt är en följd av det höga nettointaget av abonnenter under de senaste tolv månaderna. Ökningen i rörelsekostnaden var också en effekt av de nya kanalerna Viasat Sport 24, SportN och fler än tio tredjeparts kanaler till Viasats betal-TV-plattform, samt fortsatta marknadsföringskampanjer för den nya tjänsten Viasat+. Rörelsemarginalen för Betal-TV Norden minskade således till 17% (20%) för kvartalet, jämfört med 19% för det fjärde kvartalet 2005. Rörelseresultatet uppgick till 125 (123) Mkr för kvartalet, att jämföra med 136 Mkr för det fjärde kvartalet 2005.

## Central- & Östeuropa

### Stark tillväxt och vinst

(Mkr)	Jan-Mar 2006	Jan-Mar 2005	Jan-Dec 2005
Nettoomsättning	388	129	813
Rörelseresultat	51	-12	77
Rörelsemarginal (%)	13	-	9
Resultatandel från intressebolag (CTC Media, Inc.)	138	67	186
Totalt rörelseresultat	190	55	263

Försäljningen för koncernens fri- och betal-TV-verksamheter i Central- och Östeuropa tredubblades till 388 (129) Mkr för kvartalet, vilket inkluderade konsolideringen av TV-kanalen TV Prima. Även exklusive TV Prima steg försäljningen med 60% för kvartalet.

Förra årets rörelseförlust på -12 Mkr för det första kvartalet, exklusive vinstandelar från intressebolag, vändes till en rörelsevinst på 51 Mkr för de första tre månaderna 2006, och inkluderade 34 Mkr från TV Prima.

Kommersiella tittartidsandelar (%)	Jan-Mar 2006	Jan-Mar 2005	Jan-Dec 2005
TV3 och 3+ i Estland (15-49)	47,9	46,1	47,4
TV3 och 3+ i Lettland (15-49)	35,4	31,7	34,2
TV3 och Tango TV i Litauen (15-49)	33,4	35,3	35,0

Viasats fri-TV-verksamheter i Estland (TV3 och 3+), Lettland (TV3 och 3+) och Litauen (TV3 och Tango TV) redovisade en sammanlagd försäljningsökning med 31% för det första kvartalet till 102 (78) Mkr, då kanalerna fortsatte att kapitalisera på växande reklammarknader. Viasats kommersiella tittartidsandel för Baltikum (målgrupp 15-49 år) ökade till 36,2% (35,8%) under kvartalet och TV3 är den mest populära TV-kanalen i samtliga tre länder. Den ryskspråkiga TV-kanalen 3+ i Estland har upprepat sin framgång i Lettland och har bara ett år efter sin lansering uppnått en kommersiell tittartidsandel (15-49) på över 7%. De baltiska fri-TV-verksamheterna redovisade ett sammanlagt rörelseresultat på 17 (8) Mkr för kvartalet och rörelsemarginalen ökade således till 17% (11%).

Kommersiella tittartidsandelar (%)	Jan-Mar 2006	Jan-Mar 2005	Jan-Dec 2005
TV Prima (15+)	20,7	22,8	24,6
Viasat3 (18-49)	4,8	4,9	5,5
DTV (6-54)	2,1	1,7	1,9

Resultatet från den tjeckiska TV-kanalen TV Prima har konsoliderats sedan 1 november 2005 och inga jämförbara kvartalssiffror finns tillgängliga. TV Prima redovisade en försäljning på 180 Mkr för det första kvartalet. Kanalens tittarsiffror påverkades negativt av vinter-OS på konkurrerande TV-kanaler under kvartalet, men kanalen drog nytta av högre priser i marknaden samt av tittarframgångarna under 2005. Kanalen fortsätter stärka sitt programutbud, exempelvis genom det teknade avtalet med Warner Bros. i slutet på 2005. TV Prima redovisade ett rörelseresultat på 34 Mkr för de första tre månaderna av året och rörelsemarginalen uppgick således till 19%.

DTV i Ryssland redovisade sin första rörelsevinst för ett kvartal någonsin då försäljningen samtidigt mer än fördubblades till 38 (18) Mkr. Kvartalets resultat återspeglar den positiva effekten från det nya försäljningsavtalet med Video International. DTV lyckades uppnå en förbättring av rörelseresultatet med 8 Mkr, från -6 Mkr för det första kvartalet 2005 till en rörelsevinst på 2 Mkr för motsvarande period 2006.

Viasat3 redovisade under det fjärde kvartalet 2005 sin första rörelsevinst någonsin och kanalen fortsatte under det första kvartalet 2006 att växa snabbare än marknaden och mer än halverade sin rörelseförlust från -10 Mkr för det första kvartalet 2005 till -3 Mkr för det första kvartalet 2006. Försäljningen steg med 65% till 24 (15) Mkr efter att kanalen uppvisat stabila kommersiella tittartidsandelar.

MTG tillkännagav efter kvartalets utgång att bolaget med start den 1 januari 2006 kommer att redovisa sin vinstandel på 43,1% från intressebolaget CTC Media, Inc. med ett kvartals fördröjning, vilket återspeglar det faktum att den finansiella informationen från CTC Media inte fortsättningsvis är tillgänglig för MTG före publicerandet av sina kvartalsrapporter. MTG har således redovisat vinstandelen från CTCs fjärde kvartal på 138 (67) Mkr i sitt resultat för det första kvartalet 2006. Som ett resultat av denna förändring har MTG räknat om samtliga kvartal under 2005, för att erhålla jämförbara siffror mellan åren. Den sammanlagda tittartidsandelen (4+) för CTC och The Home Channel uppgick till 12,8% (10,0%) för det fjärde kvartalet 2005.

Viasats betal-TV-verksamhet i Central- och Östeuropa består av satellit-TV-plattformen i Baltikum samt TV-kanalerna TV1000 East, TV1000 Russian Kino, Viasat Explorer, Viasat History och Viasat Sport utanför Norden. Dessa fem kanaler ingår i Viasats premiumpaket i Baltikum och säljs även via kabelnätverk runt om i Central- och Östeuropa.

<i>(tusental)</i>	<b>Mars 2006</b>	December 2005	Mars 2005
DTH Premiumabonnenter Baltikum	<b>44</b>	38	21
Central- & Östeuropa kabel-TV-abonnemang	<b>14.194</b>	11.541	7.898

Viasats betal-TV-plattform i Baltikum redovisade en nettoökning på 6.000 premiumabonnenter under kvartalet och abonnemangsbasen har nu mer än fördubblats under det senaste året.

Försäljningen av kabel-TV-kanaler fortsatte att växa starkt och kanalerna adderade ytterligare 2,6 miljoner abonnemang under kvartalet, vilket motsvarar en ökning med 80% på ett år till totalt 14,2 miljoner abonnemang. Viasats fem kanaler säljs nu som del av kabel- och satellit-TV-abonnemang av operatörer i 17 länder.

Försäljningen för betal-TV-verksamheten i Central- och Östeuropa mer än fördubblades till 43 (19) Mkr för kvartalet och verksamheten var lönsam på kvartalsbasis för andra gången under dess korta historia och rörelseresultatet uppgick till 1 (-5) Mkr för perioden.



## RADIO

(Mkr)	Jan–Mar 2006	Jan–Mar 2005	Jan–Dec 2005
Nettoomsättning	81	60	290
Rörelseresultat	0	-15	-11
Resultatandel från intressebolag	8	6	34
Totalt rörelseresultat	8	-9	23

MTG driver 53 av de totalt 86 kommersiella radiokanalerna i Sverige, inklusive RIX FM-stationerna, och har en unik nationell penetration på 89%. Enligt SIFO Research Internationals första mätning från 2006 attraherar MTG fler än 2 miljoner lyssnare per dag. MTGs radioverksamheter i Sverige och Baltikum redovisade en sammanlagd tillväxt i försäljningen på 34% till 81 (60) Mkr för kvartalet.

Dessa helägda stationer nådde break-even för det andra kvartalet i rad, jämfört med en rörelseförlust på -15 Mkr för det första kvartalet 2005. Resultatet för hela affärsområdet inkluderar även koncernens andel från intressebolag, som huvudsakligen består av MTGs ägarandel på 39,7% i P4 Radio Hele Norge ASA. MTG redovisar sin andel av P4s resultat före skatt med ett kvartals fördröjning som en följd av att P4 redovisar sitt resultat efter MTG. MTGs resultatandelar i intressebolag uppgick till 8 (6) Mkr för kvartalet.

## ÖVRIGA AFFÄRSOMRÅDEN

(Mkr)	Jan–Mar 2006	Jan–Mar 2005	Jan–Dec 2005
<i>Modern Studios</i>			
Nettoomsättning	159	179	638
Rörelseresultat	2	-18	-26
<i>Home Shopping</i>			
Nettoomsättning	269	245	992
Rörelseresultat	20	17	63

Försäljningen för affärsområdet Modern Studios, vilket huvudsakligen består av TV-produktionsbolaget Strix TV och filmproduktions- och filmdistributionsbolaget Sonet, uppgick till 159 (179) Mkr för kvartalet. Den lägre försäljningen återspeglade färre nya filmlanseringar av Sonet samt lägre försäljning av licenser och optioner för Strix under det första kvartalet 2006. Rörelseresultatet förbättrades däremot till 2 (-18) Mkr för kvartalet främst på grund av kostnader för filmen Rancid under det första kvartalet 2005.

Affärsområdet Home Shopping består av CDON.com, Nordens största detaljhandel för underhållningsprodukter på internet, och TV-Shop som når 100 miljoner hushåll i fler än 50 länder i Europa. Verksamheten redovisade en försäljningsökning på 10% till 269 (245) Mkr för kvartalet och redovisade ett stabilt rörelseresultat på 20 (17) Mkr. Sändningen av TV-Shops analoga kanal PIN i Tyskland upphörde i februari 2006 efter det att distributionskostnaderna ökade mer än vad som var lönsamt. Kanalen bidrog med cirka 50 Mkr i intäkter under 2005.

## **STRUKTURELLA FÖRÄNDRINGAR**

MTG tillkännagav i mars att man ökat sitt ägande i Nordic Betting Limited, som driver BET24, från 51% till 90%, genom att utnyttja det optionsavtal som tecknades och redovisades i december 2005. Transaktionen har genomförts genom att resterande aktier i Nordic Betting Limited har förvärvats av Modern Betting Limited, i utbyte mot 8 miljoner euro i kontanter och ett ägande om 10% i Modern Betting Limited. MTG äger nu 90% av Modern Betting Limited, som i sin tur äger 100% av Nordic Betting Limited. Förvärvet har gett upphov till en preliminär goodwill och identifierbara immateriella tillgångar på 73 MKr samt identifierade immateriella tillgångar på 4 MKr med en begränsad livslängd.

## **FINANSIELL STÄLLNING**

### *Kassaflöde*

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 238 (131) Mkr för kvartalet. Förändringar i rörelsekapitalet uppgick till -94 (66) Mkr, huvudsakligen på grund av ökning av programvarulagret och kundfordringar relaterade till försäljningstillväxten. Nettokassaflödet från rörelsen uppgick således till 144 (197) Mkr för kvartalet. Förra årets kassaflöde inkluderade koncernens försäljning av aktier i TV4 AB i januari 2005 för 513 Mkr. Koncernens investeringar i aktier uppgick till 83 (17) Mkr för kvartalet och bestod av 8 miljoner euro för det ökade aktieägandet i BET24, samt ytterligare betalningar för det tidigare förvärvet av Engine AS. Koncernens investeringar i anläggningstillgångar uppgick till 30 (17) Mkr. Nettoförändringen i kassa och bank uppgick således till 50 (701) Mkr för kvartalet.

### *Likvida medel*

Koncernens tillgängliga likviditet, inklusive outnyttjade kreditfaciliteter, uppgick den 31 mars 2006 till 4.860 (2.055) Mkr jämfört med 2.046 Mkr vid utgången av 2005. MTG tecknade i februari 2006 en ny femårig kreditfacilitet på 3.500 Mkr, som ersätter den existerande faciliteten på 800 Mkr. Kassa och bank uppgick till 1.260 (1.280) Mkr vid kvartalets utgång, jämfört med 1.207 Mkr vid utgången av 2005.

### *Nettokassa*

Koncernens nettokassa, definierad som kassa och bank samt räntebärande tillgångar minus de räntebärande skulderna, inklusive de konvertibla skuldebrev på 120 miljoner euro, uppgick till 70 Mkr vid rapportperiodens utgång. Detta kan jämföras med en nettokassa på 15 Mkr den 31 december 2005. De konvertibla skuldebrev är klassificerade som kortfristiga skulder då de förfaller till betalning i juni 2006. Skuldebrev har en konverteringskurs på 385,97 kronor per B-aktie och kan konverteras till B-aktier till och med den 8 juni 2006. Konvertering av samtliga skuldebrev skulle således innebära en emittering av 2.790.994 B-aktier i MTG.

### *Innehav i noterade bolag*

Marknadsvärdet på koncernens innehav av 27,9% av aktierna i Metro International S.A. uppgick till 1.866 Mkr per den sista handelsdagen i mars 2006, att jämföra med marknadsvärdet på 1.940 Mkr efter stängning den sista handelsdagen i december 2005. Förändringar i marknadsvärdet redovisas direkt mot det egna kapitalet. Styrelsen kommer föreslå för årsstämman att utskiftning av majoriteten av MTGs aktier i Metro International S.A. skall ske till MTGs aktieägare genom en aktiesplit och ett förfarande med obligatoriska inlösenaktier, med betalning i aktier i Metro International S.A. Koncernens innehav av 39,7%

av aktierna i P4 Radio Hele Norge ASA, som redovisas som intressebolag, har ett bokfört värde på 76 Mkr medan marknadsvärdet på aktierna var 405 Mkr efter stängning den sista handelsdagen i mars 2006.

#### *Soliditet*

Koncernens soliditet var 54% (57%) per den 31 mars 2006, jämfört med 55% vid utgången av december 2005. Soliditeten definieras som koncernens egna kapital i procent av totala tillgångar.

#### *Moderbolaget*

Nettoomsättningen för moderbolaget uppgick till 22 (30) Mkr för kvartalet. Räntenettet och andra finansiella poster uppgick för kvartalet till 70 (10) Mkr, vilket var en följd av högre ränteintäkter från dotterbolag. MTGs finansieringspolicy inkluderar en central cash-pool som stödjer koncernbolagen. Resultatet före skatt uppgick till 47 (-11) Mkr.

### **ÖVRIG INFORMATION**

Koncernen har upprättat kvartalsrapporten i enlighet med samma redovisningsprinciper som för 2005 års bokslut. Vinstandelen från intressebolaget CTC Media, Inc. redovisas med ett kvartals fördröjning från och med 1 januari 2006. Vinstandelen från CTCs fjärde kvartal 2005 är inkluderad i MTGs resultat för det första kvartalet 2006. De kvartalsvisa resultaten under 2005 har räknats om för att erhålla jämförbara siffror mellan åren.

Modern Times Group MTG ABs ordinarie årsstämma 2006 kommer att hållas den 10 maj 2006 klockan 09:30 på Drottninggatan 82 i Stockholm, Sverige. Kallelsen till stämman, inklusive information om hur och när registrering skall ske finns tillgängliga på MTGs huvudkontor samt på hemsidan enligt kontaktuppgifterna nedan.

MTGs finansiella resultat för det andra kvartalet och sex månader 2006 kommer att offentliggöras den 26 juli 2006.

Kvartalsrapporten har upprättats i enlighet med IAS34 och har inte varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

Stockholm, den 26 april 2006

Hans-Holger Albrecht, Verkställande Direktör & koncernchef

Modern Times Group MTG AB  
Skeppsbron 18  
Box 2094  
SE-103 13 Stockholm  
Organisationsnummer 556309-9158

**För ytterligare information, besök [www.mtg.se](http://www.mtg.se), skicka e-post till [investor.relations@mtg.se](mailto:investor.relations@mtg.se) eller kontakta:**

Hans-Holger Albrecht, VD och koncernchef

tel: +46 (0) 8 562 000 50

Mia Brunell, Finanschef

tel: +46 (0) 8 562 000 50

Matthew Hooper, IR & Pressansvarig

tel: +44 (0) 7768 440 414

*MTG AB är ett ledande internationellt mediebolag med verksamheter i över 30 länder runt om i världen. MTG är den största Fri- och Betal-TV-operatören i Skandinavien och Baltikum, den största ägaren i Rysslands största oberoende TV-nätverk och den största kommersiella radiooperatören i Norden. Viasat Broadcastings satellit-TV-plattform erbjuder digitala flerkanalspaket med sammanlagt 50 egenproducerade och tredjeparts kanaler. Viasats TV-kanaler når nu över 80 miljoner människor varje dag i 21 länder i Europa.*

*Modern Times Group MTG AB:s A och B-aktier handlas på OM Stockholmsbörsens O-lista under symbolerna MTGA och MTGB.*

<b>KONCERNENS RESULTATRÄKNING (MSEK)</b>	<b>2006</b>	<b>2005</b>	<b>2005</b>
	<b>Jan-Mar</b>	<b>Jan-Mar</b>	<b>Jan-Dec</b>
Nettoomsättning	2.377	1.738	8.012
Kostnad för sålda varor och tjänster	-1.401	-1.109	-4.797
<b>Bruttoresultat</b>	<b>976</b>	<b>629</b>	<b>3.215</b>
Försäljnings- och administrationskostnader	-678	-475	-2.194
Övriga rörelseintäkter	10	1	19
Övriga rörelsekostnader	-3	-17	-54
Resultat från andelar i intresseföretag	147	74	227
<b>Rörelseresultat</b>	<b>453</b>	<b>212</b>	<b>1.213</b>
Resultat från värdepapper	2	389	384
Övrigt finansnetto	-15	-25	-102
<b>Resultat före skatt</b>	<b>440</b>	<b>575</b>	<b>1.495</b>
Skatt	-135	-74	-310
<b>Periodens resultat</b>	<b>305</b>	<b>501</b>	<b>1.185</b>
<i>Hänförligt till:</i>			
Moderbolagets aktieägare	291	501	1.180
Minoritetsintresse	14	0	5
Periodens resultat	305	501	1.185
Aktier vid periodens slut	66.382.410	66.375.156	66.375.156
Genomsnittligt antal aktier:			
vid beräkning av resultat per aktie före utspädning	66.377.574	66.375.156	66.375.156
vid beräkning av resultat per aktie efter utspädning	66.690.779	66.375.156	66.375.156
Resultat per aktie före utspädning	4,38	7,55	17,78
Resultat per aktie efter utspädning	4,36	7,55	17,78

**KONCERNENS BALANSRÄKNING (MSEK) 2006-03-31 2005-03-31 2005-12-31****Anläggningstillgångar**

Aktiverade utvecklingskostnader	34	34	36
Patent och varumärken	192	-	184
Nyttjanderätter	161	143	170
Goodwill	1.831	855	1.814
Maskiner och inventarier	137	109	134
Aktier och andelar	2.984	3.363	2.954
Långfristiga fordringar	181	287	189
	<u>5.520</u>	<u>4.792</u>	<u>5.481</u>

**Omsättningstillgångar**

Varulager	1.298	1.195	1.151
Kortfristiga fordringar	2.145	1.650	1.956
Kassa, bank och kortfristiga placeringar	1.260	1.280	1.207
	<u>4.703</u>	<u>4.125</u>	<u>4.314</u>
<b>Summa tillgångar</b>	<b>10.223</b>	<b>8.917</b>	<b>9.795</b>

**Eget kapital**

Eget kapital	5.475	5.063	5.254
Minoritetsintresse	74	2	53
	<u>5.549</u>	<u>5.065</u>	<u>5.306</u>

**Långfristiga skulder**

Konvertibelt förlagslån 2001/2006	-	1.079	-
Andra räntebärande skulder	67	5	41
Långfristiga avsättningar	211	106	177
Ej räntebärande skulder	19	8	30
	<u>296</u>	<u>1.198</u>	<u>249</u>

**Kortfristiga skulder**

Konvertibelt förlagslån 2001/2006	1.125	-	1.125
Andra räntebärande skulder	37	0	68
Ej räntebärande skulder	3.216	2.654	3.048
	<u>4.377</u>	<u>2.654</u>	<u>4.240</u>
<b>Summa eget kapital och skulder</b>	<b>10.223</b>	<b>8.917</b>	<b>9.795</b>

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS (MSEK)	2006	2005	2005
	Jan-Mar	Jan-Mar	Jan-Dec
Kassaflöde från den löpande verksamheten	238	131	966
Förändringar i rörelsekapitalet	-94	66	16
<b>Kassaflöde från rörelsen</b>	144	197	981
Erhållet vid försäljning av aktier	21	513	513
Investeringar i aktier i dotterbolag och intressebolag	-83	-17	-932
Investeringar i andra anläggningstillgångar	-30	-17	-80
Övrigt kassaflöde från investeringsaktiviteter	-	-	22
<b>Kassaflöde till investeringsaktiviteter</b>	-92	480	-477
<b>Nettoförändring banklån</b>	-59	-	27
<b>Övrigt kassaflöde från/till finansiella aktiviteter</b>	56	25	28
<b>Periodens förändring av kassa och bank</b>	50	701	559
<b>Kassa, bank och kortfristiga placeringar vid årets början</b>	1.207	574	574
<b>Omräkningsdifferens likvida medel</b>	3	5	74
<b>Kassa, bank och kortfristiga placeringar vid periodens slut</b>	1.260	1.280	1.207

#### AVSTÄMNING EGET KAPITAL (MSEK)

	2006-03-31	2005-12-31
<b>Ingående eget kapital</b>	5.306	4.657
Förändring i redovisning av CTC Media intressebolag	-	-45
Förändring minoritetsintresse	10	46
Effekter av personaloptionsprogram	3	9
Omvärdering aktier till marknadsvärde	-74	-244
Försäljning av aktier i TV4 AB	-	-322
Kassaflödessäkringar	-10	8
Omräkningsdifferenser	9	12
Periodens resultat	305	1.185
<b>Utgående eget kapital</b>	5.549	5.306
<i>Hänförligt till:</i>		
Moderbolagets aktieägare	5.475	5.254
Minoritetsintresse	74	53
<b>Totalt eget kapital</b>	5.549	5.306

<b>NETTOOMSÄTTNING (Mkr)</b>	<b>Q1 2005</b>	<b>Q2 2005</b>	<b>Q3 2005</b>	<b>Q4 2005</b>	<b>Ack 2005</b>	<b>Q1 2006</b>
<b>Viasat Broadcasting</b>						
Fri-TV Skandinavien	656,0	755,6	625,9	874,7	2.912,3	722,5
Betal-TV Norden	605,0	629,8	672,2	725,9	2.632,8	748,9
- DTH plattform	570,8	592,9	627,1	675,6	2.466,4	704,1
- TV-kanaler	240,3	255,7	271,7	303,4	1.071,1	310,9
- Elimineringar	-206,1	-218,8	-226,7	-253,1	-904,7	-266,1
Central- och Östeuropa	129,3	172,9	140,0	370,5	812,7	387,6
- Fri-TV Baltikum	78,0	105,0	72,1	134,6	389,7	102,2
- Viasat3 Ungern	14,6	24,1	18,3	33,0	90,0	24,1
- DTV Ryssland	18,1	21,5	21,5	37,0	98,1	38,2
- TV Prima Tjeckien	-	-	-	136,4	136,4	180,1
- Betal-TV DTH plattform och kanaler	18,6	22,3	28,1	29,5	98,5	43,1
BET24	-	55,5	58,9	90,4	204,8	124,3
Övrigt och elimineringar	-33,6	-30,6	-22,6	-38,4	-125,2	-27,2
<b>Totalt</b>	<b>1.356,7</b>	<b>1.583,2</b>	<b>1.474,4</b>	<b>2.023,0</b>	<b>6.437,4</b>	<b>1.956,0</b>
<b>Radio</b>	<b>60,3</b>	<b>84,6</b>	<b>68,2</b>	<b>77,1</b>	<b>290,2</b>	<b>80,8</b>
<b>Home Shopping</b>	<b>245,2</b>	<b>222,0</b>	<b>225,4</b>	<b>299,0</b>	<b>991,5</b>	<b>268,9</b>
<b>Modern Studios</b>	<b>178,5</b>	<b>151,5</b>	<b>147,9</b>	<b>159,7</b>	<b>637,6</b>	<b>158,5</b>
<b>Moderbolag och övriga bolag</b>	<b>34,9</b>	<b>39,5</b>	<b>23,4</b>	<b>30,4</b>	<b>128,2</b>	<b>28,2</b>
<b>Elimineringar</b>	<b>-138,0</b>	<b>-105,3</b>	<b>-103,3</b>	<b>-126,3</b>	<b>-473,0</b>	<b>-114,9</b>
<b>KONCERNEN TOTALT</b>	<b>1.737,5</b>	<b>1.975,5</b>	<b>1.836,1</b>	<b>2.462,8</b>	<b>8.011,9</b>	<b>2.377,4</b>

<b>RÖRELSERESULTAT (Mkr)</b>	<b>Q1 2005</b>	<b>Q1 2005</b>	<b>Q3 2005</b>	<b>Q4 2005</b>	<b>Ack 2005</b>	<b>Q1 2006</b>
<b>Viasat Broadcasting</b>						
Fri-TV Skandinavien	58,2	144,9	100,6	188,4	492,0	140,0
Betal-TV Norden	122,8	118,0	130,4	135,8	506,9	125,1
- DTH plattform	76,0	59,6	74,9	85,8	296,3	79,5
- TV-kanaler	46,7	58,4	55,5	50,0	210,5	45,7
Central- och Östeuropa	-12,3	20,4	-7,5	75,9	76,5	50,8
- Fri-TV Baltikum	8,5	29,2	2,8	46,2	86,7	17,3
- Viasat3 Ungern	-9,8	-2,4	-4,1	0,7	-15,6	-3,1
- DTV Ryssland	-5,9	-5,2	-7,1	-2,0	-20,2	2,4
- TV Prima Tjeckien	-	-	-	32,7	32,7	33,6
- Betal-TV DTH plattform och kanaler	-5,2	-1,2	0,9	-1,7	-7,2	0,6
BET24	-	2,1	3,1	-6,2	-1,0	-13,4
Övrigt och elimineringar	11,9	14,4	14,9	13,7	54,9	16,7
Resultatandel intressebolag (CTC Media, Inc.)	68,4	32,7	62,6	22,9	186,7	138,4
<b>Totalt</b>	<b>248,8</b>	<b>332,5</b>	<b>304,1</b>	<b>430,5</b>	<b>1.316,0</b>	<b>457,8</b>
<b>Radio</b>	<b>-15,0</b>	<b>6,0</b>	<b>-2,1</b>	<b>0,3</b>	<b>-10,7</b>	<b>0,2</b>
Resultatandel intressebolag	5,8	5,0	13,5	9,3	33,6	7,6
<b>Totalt</b>	<b>-9,1</b>	<b>11,0</b>	<b>11,4</b>	<b>9,6</b>	<b>22,9</b>	<b>7,8</b>
<b>Home Shopping</b>	<b>16,9</b>	<b>10,1</b>	<b>14,9</b>	<b>20,5</b>	<b>62,5</b>	<b>20,1</b>
<b>Modern Studios</b>	<b>-18,2</b>	<b>1,3</b>	<b>-18,5</b>	<b>9,7</b>	<b>-25,6</b>	<b>2,3</b>
<b>Moderbolag och övriga bolag</b>	<b>-26,8</b>	<b>-47,2</b>	<b>-45,4</b>	<b>-43,3</b>	<b>-162,7</b>	<b>-35,5</b>
<b>KONCERNEN TOTALT</b>	<b>211,6</b>	<b>307,8</b>	<b>266,5</b>	<b>427,1</b>	<b>1.212,9</b>	<b>452,5</b>



## Nyckeltal

	Q1 2005	Q2 2005	Q3 2005	Q4 2005	Helår 2005	Q1 2006
<b>KONCERNEN</b>						
Försäljningstillväxt %	11,1	11,9	19,1	27,4	17,7	36,8
Förändring i rörelsekostnader %	8,5	7,9	9,7	19,4	11,6	29,4
Rörelsemarginal %	12,2	15,6	14,5	17,3	15,1	19,0
Avkastning på sysselsatt kapital	19	20	21	21		23
Soliditet	57	57	56	55		54
Likvida medel (inklusive outnyttjade kreditfaciliteter), Mkr	2.055	2.326	2.551	2.046		4.860
Nettokassa, Mkr	248	449	638	15		70
Totala digitala abonnenter	695	716	757	811		837
Totala premiumabbonenter	517	550	594	653		690
<b>FRI-TV SKANDINAVIEN</b>						
Försäljningstillväxt %	16,2	4,4	10,1	12,6	10,6	10,1
Förändring i rörelsekostnader %	3,7	-5,8	-14,5	11,4	-1,4	-2,6
Rörelsemarginal %	8,9	19,2	16,1	21,5	16,9	19,4
<b>Kommersiell tittartidsandel</b>						
TV3 & ZTV Sverige (15-49)	30,8	30,2	33,2	31,6	31,4	30,4
TV3 & ZTV Norge (15-49)	16,3	17,8	17,2	17,3	17,2	17,1
TV3 & TV3+ Danmark (15-49)	20,5	22,9	22,5	22,6	22,0	20,9
<b>Penetration (%)</b>						
TV3 Sverige	68	68	70	73		75
ZTV Sverige	60	60	63	66		67
TV3 Norge	63	63	63	63		63
ZTV Norge	38	38	39	39		39
TV3 Danmark	67	67	67	66		66
TV3+ Danmark	65	65	65	64		64
<b>BETAL-TV NORDEN</b>						
Försäljningstillväxt %	5,9	10,0	18,2	19,4	13,4	23,8
Förändring i rörelsekostnader %	8,9	5,6	8,9	12,3	9,0	29,3
Rörelsemarginal %	20,3	18,7	19,4	18,7	19,3	16,7
<b>Abbonentinformation</b>						
Premium abonnenter (tusental)	496	526	565	614		646
- av vilka, DTH satellit	494	519	556	602		632
- av vilka, Bredband	2	7	9	12		14
Bas DTH abonnenter	178	165	163	158		147
Premium ARPU Norden	3.175	3.204	3.193	3.277		3.341
<b>CENTRAL- &amp; ÖSTEUROPA</b>						
Försäljningstillväxt %	41,5	26,9	53,4	140,6	71,9	199,7
Förändring i rörelsekostnader %	34,2	23,6	31,2	119,6	54,8	137,8
Rörelsemarginal %	-9,5	11,8	-5,4	20,5	9,4	13,1
<b>Kommersiell tittartidsandel (%)</b>						
TV3 & 3+ Estland (15-49)	46,1	47,8	46,7	49,0	47,4	47,9
TV3 & 3+ Lettland (15-49)	31,7	34,1	32,7	38,1	34,2	35,4
TV3 & Tango TV Litauen (15-49)	35,3	34,4	35,3	34,9	35,0	33,4
Viasat3 Ungern (18-49)	4,9	5,7	6,3	5,5	5,5	4,8
DTV Ryssland (6-54)	1,7	1,6	1,9	2,3	1,9	2,1
TV Prima Tjeckien (15+)	22,8	23,7	25,7	26,5	24,6	20,7
CTC Media & The Home Channel Ryssland (4+)*	9,6	11,5	11,7	12,8	11,3	
* Tittartidsandel						
<b>Abbonentinformation</b>						
DTH Premium Baltikum (tusental)	21	24	29	38		44
Mini-pay-TV abonnenter (tusental)	7.898	9.159	10.242	11.541		14.194