



MODERN TIMES GROUP MTG AB

FINANSIELLT RESULTAT FÖR DET ANDRA KVARTALET OCH FÖRSTA HALVÅRET 2006

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

HÖJDPUNKTER ANDRA KVARTALET

- **Försäljningen steg med 30% till 2.577 (1.975) Mkr**
- **Rörelseresultatet steg med 58% till 486 (308) Mkr**
- **Viasat Broadcastings försäljning steg med 38% till 2.185 (1.583) Mkr och rörelseresultatet ökade med 52% till 507 (333) Mkr**
- **Resultatet efter skatt steg med 80% till 348 (193) Mkr**
- **Resultatet per aktie före utspädning ökade med 66% till 4,78 (2,88) kronor**
- **Framgångsrikt genomförd börsnotering av CTC Media, Inc.**
- **Återbetalning av konvertibel på 120 miljoner euro**
- **Pågående utskiftning av aktier i Metro International S.A.**

HÖJDPUNKTER FÖRSTA HALVÅRET

- **Försäljningen steg med 33% till 4.939 (3.713) Mkr**
- **Rörelseresultatet ökade med 81% till 938 (519) Mkr**
- **Viasat Broadcastings försäljning steg med 40% till 4.125 (2.940) Mkr och rörelseresultatet ökade med 66% till 965 (581) Mkr**
- **Resultatet efter skatt uppgick till 653 (695) Mkr (2005 inkluderar 389 Mkr i nettovinst från försäljning av aktier i TV4)**
- **Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 9,16 (10,44) kronor (2005 inkluderar 5,86 kronor per aktie i nettovinst från försäljning av aktier i TV4)**

Hans-Holger Albrecht, VD och koncernchef kommenterade: “Vårt resultat för det andra kvartalet och första halvåret har återigen slagit rekord, och reflekterar vår fortsatta tillväxt och ökande lönsamhet inom var och en av affärsområdet Broadcastings tre kärnverksamheter, och i synnerhet den starka utvecklingen av våra verksamheter och tillgångar i Central- och Östeuropa. Börsnoteringen av CTC Media, där vår ägarandel uppgår till 39,6%, har

understrukit den potential för värdeskapande som finns på dessa tillväxtmarknader. Vid det andra kvartalets slut hade vår investering i CTC Media, på totalt 83 miljoner amerikanska dollar, ett marknadsvärde på 1,1 miljard amerikanska dollar. Vårt strategiska fokus på att expandera inom dessa marknader och vår strävan efter att öka värdet för våra aktieägare understryks av de nya TV-kanalerna i Tjeckien och Slovenien, samt av investeringarna i ryska DTV och Viasat3 i Ungern. Utskiftningen av Metroaktierna är ytterligare ett steg i gruppens strävan att fokusera på kärnverksamheten – Broadcasting – och ett sätt att frigöra den avkastning som MTGs investering i Metro har genererat genom vårt deltagande i utvecklingen av Metros affärsverksamhet.

En försäljningstillväxt på 33%, en ökning på 81% av rörelseresultatet och en rörelsemarginal på 19% ger oss utmärkta förutsättningar för att uppnå våra femåriga strategiska mål. Vid periodens slut nådde vi en avkastning på genomsnittligt sysselsatt kapital på 26% för de senaste tolv månaderna.”

FINANSIELLT SAMMANDRAG

<i>(Mkr)</i>	Apr-Jun 2006	Apr-Jun 2005	Jan-Jun 2006	Jan-Jun 2005	Jan-Dec 2005
Nettoomsättning	2.577	1.975	4.939	3.713	8.012
Rörelseresultat	486	308	938	519	1.213
Resultat från värdepapper	0	-	2	389	384
Övrigt finansnetto	13	-51	-2	-76	-102
Resultat före skatt	499	257	939	832	1.495
Periodens resultat	348	193	653	695	1.185
Resultat per aktie (SEK)	4,78	2,88	9,16	10,44	17,78
Resultat per aktie efter utspädning (SEK)	4,76	2,88	9,13	10,44	17,78
Balansomslutning	9.538	8.830	9.538	8.830	9.795

SAMMANFATTNING AV AFFÄRSOMRÅDEN

Fortsatt stark försäljningstillväxt

NETTOOMSÄTTNING PER SEGMENT <i>(Mkr)</i>	Apr-Jun 2006	Apr-Jun 2005	Jan-Jun 2006	Jan-Jun 2005	Jan-Dec 2005
<i>Fri-TV Skandinavien</i>	810	756	1.533	1.412	2.912
<i>Betal-TV Norden</i>	782	630	1.531	1.235	2.633
<i>Central- & Östeuropa</i>	533	173	920	302	813
<i>Övrigt och elimineringsområden</i>	60	25	141	-9	80
Viasat Broadcasting	2.185	1.583	4.125	2.940	6.437
Radio	99	85	179	145	290
Övriga affärsområden	358	373	785	797	1.629
Moderbolag och övriga bolag	32	40	60	74	128
Elimineringsområden	-96	-105	-211	-243	-473
Total omsättning	2.577	1.975	4.939	3.713	8.012

Koncernens försäljning för det andra kvartalet steg med 30% till 2.577 (1.975) Mkr och med 33% för det första halvåret, till 4.939 Mkr (3.713), vilket avspeglade en fortsatt stark försäljningstillväxt för i synnerhet Betal-TV Norden samt Central- och Östeuropa inom koncernens affärsområde Broadcasting. Resultaten för det andra kvartalet och första halvåret 2006 inkluderar TV Prima i Tjeckien och Bet24, vilket för första gången konsoliderats på halvårsbasis. Den årliga tillväxten i nettoförsäljning, exklusive dessa verksamheter, var 14% för det andra kvartalet och 17% för halvåret.

Koncernens intäkter var fortsatt balanserade och diversifierade för de senaste tolv månaderna där reklamförsäljning utgjorde 42%, abonnentintäkter 37%, medan resterande 21% kom från övrig försäljning till företag samt direktförsäljning till konsumenter.

Rekordresultat för andra kvartalet och första halvåret

RÖRELSERESULTAT PER SEGMENT (Mkr)	Apr-Jun 2006	Apr-Jun 2005	Jan-Jun 2006	Jan-Jun 2005	Jan-Dec 2005
<i>Fri-TV Skandinavien</i>	163	145	303	203	492
<i>Betal-TV Norden</i>	140	118	265	241	507
<i>Central- & Östeuropa</i>	119	20	170	8	76
<i>Övrigt och elimineringar</i>	-20	17	-17	28	54
<i>Intressebolag (CTC Media, Inc.)</i>	105	33	243	101	187
Viasat Broadcasting	507	333	965	581	1.316
Radio	23	11	30	2	23
Övriga affärsområden	9	11	31	10	37
Moderbolag och övriga bolag	-52	-47	-88	-74	-163
Totalt rörelseresultat	486	308	938	519	1.213

Koncernens avskrivningar uppgick till 31 (27) Mkr för det andra kvartalet och 59 (72) Mkr för halvåret. Rörelsekostnaderna ökade med 29%, både för kvartalet och halvåret, främst som en följd av konsolideringen av Bet24 och TV Prima, ökade totala förvärvskostnader för betal-TV-abonnenter, kostnaderna för de 15 nya tredjepartskanaler som adderats till Viasats plattform sedan slutet av det andra kvartalet 2005, samt koncernens fortsatta investeringar i dess helägda verksamheter i Ungern och Ryssland. Rörelsekostnaderna ökade med 12% både för det andra kvartalet och det första halvåret om TV Prima och Bet24 exkluderas.

Koncernen redovisade en ökning av rörelseresultat på 58% för det andra kvartalet till 486 (308) Mkr och på 81% för det första halvåret till 938 (519) Mkr. Rörelseresultatet inkluderade vinstandelen från ryska intressebolaget CTC Media Inc. om 105 (33) Mkr för andra kvartalet och 243 (100) Mkr för första halvåret 2006. Dessutom innefattar rörelseresultatet kvartalets och halvårets bidrag från TV Prima på 67 Mkr respektive 101 Mkr för första gången. Koncernens rörelsemarginal ökade till 15% (14%) för kvartalet och 14% (11%) för halvåret, exklusive koncernens resultatandelar från intressebolag.

Finansnettot uppgick till 13 (-51) Mkr för kvartalet och 0 (-76) Mkr för halvåret, exklusive nettovinsten på 389 Mkr från försäljningen av koncernens återstående aktier i TV4 AB i januari 2005. Nettoräntekostnaderna uppgick till -4 (-11) Mkr för kvartalet och -16 (-21) för halvåret och innefattade -11 Mkr respektive -27 Mkr i räntekostnader för de konvertibla skuldebrev på 120 miljoner euro, vilka återbetalades den 15 juni 2006. Övriga

finansiella poster uppgick till totalt 17 (-40) Mkr för kvartalet och 16 (334) Mkr för halvåret, och inkluderade valutakurseffekter på 20 (-36) Mkr respektive 24 (-51) Mkr som uppkom vid omräkningen av de eurobaserade konvertibla skuldebrev.

Koncernens resultat före skatt för årets andra kvartal näst intill fördubblades till 499 (257) Mkr. För det första halvåret uppgick resultatet före skatt till 939 (832) Mkr där 2005 års resultat inkluderar nettovinsten på 389 Mkr från försäljningen av aktier i TV4 AB i januari 2005. Halvårsresultatet före skatt mer än fördubblades justerat för denna nettovinst. Koncernens skattekostnad uppgick till -150 (-63) Mkr för kvartalet och -285 (-137) för halvåret. Koncernens resultat efter skatt uppgick således till 348 (193) Mkr för kvartalet. Koncernens resultat efter skatt för det första halvåret uppgick till 653 (695) Mkr.

Antalet utestående aktier ökade under det första halvåret från 66.375.156 till 66.527.490, då 152.334 optioner från 2001 års optionsprogram har utnyttjats och omvandlats till B-aktier i MTG. Koncernens resultat per aktie före utspädning uppgick till 4,78 (2,88) kronor för kvartalet och 9,16 (10,44) kronor för det gångna halvåret.

VIASAT BROADCASTING

Stark tillväxt och ökad lönsamhet inom kärnområdena inom Broadcasting

(Mkr)	Apr-Jun 2006	Apr-Jun 2005	Jan-Jun 2006	Jan-Jun 2005	Jan-Dec 2005
Nettoomsättning	2.185	1.583	4.125	2.940	6.437
Rörelseresultat	402	300	722	480	1.129
Rörelsemarginal (%)	18	19	18	16	18
Resultat från intressebolag	105	33	243	101	187
Totalt rörelseresultat	507	333	965	581	1.316

Viasat Broadcasting, som består av MTGs TV-verksamheter, ökade under kvartalet sin försäljning med 38% till 2.185 (1.583) Mkr och med 40% för halvåret till 4.125 (2.940) Mkr. Viasat redovisade en god tillväxt inom alla sina kärnområden – Fri-TV Skandinavien, Betal-TV Norden och Central- och Östeuropa. Resultaten inkluderar dessutom den fulla konsolideringen av den tjeckiska kanalen TV Prima, från 1 november 2005, samt Bet24 från 1 april 2005.

Vid andra kvartalets slut hade Viasat totalt 858.000 (716.000) digitala abonnenter i Norden och Baltikum, jämfört med 837.000 abonnenter vid slutet av första kvartalet 2006. Viasats premiumabbonenter i regionen ökade till 719.000 (550.000) vid kvartalets slut, jämfört med 690.000 abonnenter vid slutet av det första kvartalet 2006.

Rörelseresultatet för Viasat Broadcasting, exklusive koncernens vinstandel i intressebolag, ökade med 34% till 402 (300) Mkr för kvartalet och med 50% till 722 (480) Mkr för halvåret. Rörelsemarginalerna för perioderna uppgick till 18% (19%) respektive 18% (16%).

Fri-TV Skandinavien

Ökad penetration och förbättrade marginaler

(Mkr)	Apr-Jun 2006	Apr-Jun 2005	Jan-Jun 2006	Jan-Jun 2005	Jan-Dec 2005
Nettoomsättning	810	756	1.533	1.412	2.912
Rörelseresultat	163	145	303	203	492
Rörelsemarginal (%)	20	19	20	14	17

Viasats fri-TV-verksamhet i Skandinavien genererade en försäljningstillväxt på 7% för kvartalet till 810 (756) Mkr. Försäljningen för halvåret ökade med 9% till 1.533 (1.412) Mkr.

Rörelsekostnaderna för fri-TV-verksamheten ökade med 6% för kvartalet och 2% för halvåret, en ökning som i huvudsak reflekterade ökade programinvesteringar. Som tidigare rapporterats förväntas de totala programkostnaderna öka under 2006 i något högre takt än den femprocentiga kostnadstillväxt som redovisades under 2005, och kommer att försätta variera mellan kvartalen. Programkostnaderna kommer således att öka i en högre takt under det andra halvåret, där den största procentuella ökningen kommer att infalla under det tredje kvartalet. Distributionskostnaden för analog distribution vilken tidigare har minskat som en följd av bytet till digital distribution har stabiliserats under kvartalet som en följd av att den analoga distributionen för Viasatplattformen i regionen har upphört. De resulterande besparingarna för kvartalet var marginella och kommer under kommande kvartal att motverkas av ökade kostnader för distributionen av den nya kanalen TV6 i Sverige, samt uppdelningen av TV3 Sverige i sex regionala signaler för att generera ytterligare lokala intäkter.

Den skandinaviska fri-TV-verksamheten redovisade ett rekordresultat för båda rapporteringsperioderna och rörelseresultatet steg med 12% till 163 (145) Mkr för kvartalet och med 49% till 303 (203) Mkr för halvåret. Rörelsemarginalen för kvartalet ökade till 20% (19%) respektive 20% (14%) för de två perioderna.

Kommersiella tittartidsandelar (%)	Apr-Jun 2006	Apr-Jun 2005	Jan-Jun 2006	Jan-Jun 2005	Jan-Dec 2005
TV3 och TV6 i Sverige (15-49)*	30,9	30,2	30,6	30,5	31,4
TV3 och ZTV i Norge (15-49)	16,6	17,8	16,8	17,1	17,2
TV3 och TV3+ i Danmark (15-49)	22,3	22,9	21,5	21,7	22,0

* inklusive ZTV före maj 2006

Den nya breda svenska underhållningskanalen TV6 lanserades i maj 2006. Kanalen har slagit alla förväntningar och distribueras via Viasats satellit-TV-plattform, tredjeparts kabelnätverk och gratis okrypterat i det digitala marknätet. Den första oberoende mätningen efter lanseringen av kanalen förväntas komma i slutet av tredje kvartalet 2006 och kanalens penetration förväntas då uppgå till över 67%, vilket var i nivå med penetrationen för ZTV i den senaste mätningen. TV3 och TV6 paketeras och säljs tillsammans till reklamköpare och den kombinerade kommersiella tittartidsandelen för TV3 och TV6 kunde under det andra kvartalet uppvisa en ökning jämfört med samma period förra året. TV6 har en målgrupp i åldrarna 15-49 och är manligt inriktad, vilket kompletterar TV3s mera kvinnoinriktade profil. ZTV kommer att återgå till att vara en renodlad ungdomskanal.

Under det andra kvartalet sände konkurrerande kanaler fotbolls-VM, vilket hade en negativ inverkan på tittarsiffrorna samt marknadsandelen. TV3 har nått en penetrationsnivå på 75%

och avståndet till TV4 minskar i takt med den pågående nedsläckningen av Sveriges analoga marknät.

TV3 och ZTV Norge fortsatte att ta reklammarknadsandelar på en växande marknad, detta trots att tittarsiffrorna sjönk då fotbolls-VM sändes på konkurrerande kanaler. TV3 var för andra kvartalet i rad större än TV Norge inom det universum där de båda kanalerna kan ses, vilket etablerade TV3 som Norges näst största kommersiella kanal inom detta universum. Vid periodens slut kunde TV3 och ZTV ses av 63% respektive 43% av de norska TV-hushållen.

Fotbolls-VM påverkade även TV3 och TV3+ Danmarks kommersiella tittartidsandel negativt, men den danska reklammarknaden har fortsatt att växa, vilket resulterade i att kanalerna kunde redovisa ännu ett kvartal av rekordförsäljning. TV3 och TV3+ är nu båda tillgängliga för 1,4 miljoner betalande abonnenter vardera, via tredjepartsnätverk och SMATV-nätverk. Den analoga satellitdistributionen av TV3 och TV3+ Danmark släcktes som planerat ner under kvartalet.

Betal-TV Norden

Fortsatt abonnent- och försäljningstillväxt

(Mkr)	Apr-Jun 2006	Apr-Jun 2005	Jan-Jun 2006	Jan-Jun 2005	Jan-Dec 2005
Nettoomsättning	782	630	1.531	1.235	2.633
Rörelseresultat	140	118	265	241	507
Rörelsemarginal (%)	18	19	17	20	19

Viasat Broadcastings betal-TV-verksamhet i Norden uppvisade en sammanlagd försäljningsökning på 24% till 782 (630) Mkr för kvartalet och på 24% till 1.531 (1.235) Mkr för det första halvåret. Verksamheten består av Viasats satellit-TV-plattform samt Viasats 17 betal-TV-kanaler.

Rörelsekostnaden för den nordiska betal-TV-verksamheten ökade under kvartalet med 25% och med 27% under halvåret. Ökningen återspeglade främst högre totala periodiserade kostnader för intag av abonnenter och uppnådde 137 (91) Mkr under kvartalet och 262 (173) under halvåret. Ökningen återspeglade den höga tillväxten av premiumabonnenter under de senaste 18 månaderna. Ökningen i rörelsekostnaden var också en effekt av lanseringen av de nya kanalerna Viasat Sport 24, SportN och fler än tio tredjeparts kanaler till Viasats betal-TV-plattform sedan början av 2005, samt fortsatta marknadsföringskampanjer för den nya tjänsten Viasat+. Den kombinerade rörelsemarginalen för Betal-TV Norden var 18% (19%) för kvartalet, vilket är en ökning jämfört med 17% under första kvartalet 2006, och uppgick till 17% (20%) för det första halvåret. Rörelseresultatet ökade med 19% till 140 (118) Mkr för det andra kvartalet och med 10% till 265 (241) Mkr för det första halvåret 2006. Jämfört med årets första kvartal ökade rörelseresultatet med 12% från 125 Mkr.

Under det andra kvartalet adderades 23.000 nya premiumabonnenter netto i Norden och 55.000 nya premiumabonnenter adderades netto under det första halvåret. Sedan utgången av det andra kvartalet 2005 har nu totalt 143.000 nya premiumabonnenter adderats netto till plattformen, vilket motsvarar en årlig tillväxt på 27%. Antalet premiumabonnenter som har valt att abonnera på "hela-huset"- och/eller Viasat+ abonnemang ökade från 48.000 vid slutet av det första kvartalet till 67.000 vid juni månads slut, och från 14.000 från början av året, och motsvarar en andel på 10% av Viasats premiumabonnenter.

<i>(tusental)</i>	Juni 2006	Mars 2006	Juni 2005
Premiumabonnenter	669	646	526
- av vilka DTH-abonnenter	652	632	519
- av vilka IPTV-abonnenter	17	14	7
DTH Basabonnenter	139	147	165

Intäkten per premiumabonnent omräknad till årsbasis (ARPU) steg med mer än 5% till 3.370 (3.204) kronor för kvartalet, från 3.341 kronor i det första kvartalet 2006. Ökningarna återspeglade i huvudsak den ökade andelen Viasat+ och ”hela-huset”-abonnenter, de prishöjningar som genomförts under det gångna året samt positiva valutakurseffekter.

Central- & Östeuropa

Stark tillväxt och god marginalutveckling

<i>(Mkr)</i>	Apr-Jun 2006	Apr-Jun 2005	Jan-Jun 2006	Jan-Jun 2005	Jan-Dec 2005
Nettoomsättning	533	173	920	302	813
Rörelseresultat	119	20	170	8	76
Rörelsemarginal (%)	22	12	18	3	9
Resultatandel från intressebolag (CTC Media, Inc.)	105	33	243	100	186
Totalt rörelseresultat	224	53	413	108	262

Försäljningen för koncernens fri- och betal-TV-verksamheter i Central- och Östeuropa mer än tredubblades till 533 (173) Mkr för kvartalet och till 920 (302) Mkr för det första halvåret. Försäljningssiffrorna inkluderade för första gången konsolideringen av TV Prima för ett andra kvartal och halvår. Exklusive TV Prima steg försäljningen för kvartalet med 54% och med 57% för det första halvåret.

Rörelseresultatet exklusive vinstandelar från intressebolaget CTC Media, Inc. uppvisade en nästan sexfaldig ökning till 119 (20) Mkr för kvartalet och till 170 (8) Mkr för de första sex månaderna. Rörelseresultatet inkluderar även TV Primas resultat på 67 (-) Mkr för kvartalet och 101 (-) Mkr för första halvåret. Rörelsemarginalen, exklusive resultatandelar från intressebolag, ökade därmed till 22% (12%) för kvartalet och 18% (3%) för första halvåret.

Baltikum

Koncernens fri-TV-verksamheter i Estland (TV3 och 3+), Lettland (TV3 och 3+) och Litauen (TV3 och Tango TV) redovisade en sammanlagd försäljningsökning på 28% för det andra kvartalet till 134 (105) Mkr och med 29% till 236 (183) Mkr för halvåret. Den starka tillväxten var ett resultat av en fortsatt stark reklammarknadstillväxt. Viasats kommersiella tittartidsandel för Baltikum (i målgruppen 15-49 år) var stabil på 36,6% (36,7%) för kvartalet och på 36,5% (36,7%) för halvåret. TV3 fortsatte att dra nytta av att vara den största kommersiella TV-kanalen i samtliga tre länder och TV-kanalerna 3+ i Lettland och Estland hade en fortsatt positiv utveckling, både i termer av kommersiella tittartidsandelar och andelar av reklammarkanden. De baltiska fri-TV-verksamheterna redovisade en ökning på 65% av rörelseresultatet för kvartalet och 74% för halvåret, vilket resulterade i rörelsemarginaler på 36% (28%) respektive 28% (21%) för de två perioderna.

Kommersiella tittartidsandelar (%)	Apr-Jun 2006	Apr-Jun 2005	Jan-Jun 2006	Jan-Jun 2005	Jan-Dec 2005
TV3 och 3+ i Estland (15-49)	46,6	47,8	47,3	46,9	47,4
TV3 och 3+ i Lettland (15-49)	37,2	34,1	36,2	32,8	34,2
TV3 och Tango TV i Litauen (15-49)	32,7	34,4	33,1	34,9	35,0

Kommersiella tittartidsandelar (%)	Apr-Jun 2006	Apr-Jun 2005	Jan-Jun 2006	Jan-Jun 2005	Jan-Dec 2005
TV Prima (15+)	22,7	23,7	21,8	23,2	24,6
Viasat3 (18-49)	5,3	5,7	5,0	5,2	5,5
DTV (6-54)	2,1	1,6	2,1	1,7	1,9

Tjeckien

TV Prima redovisade nettoförsäljning på 266 (-) Mkr för kvartalet och 446 (-) Mkr för halvåret. Försäljningsökningen uppskattas till 43% för kvartalet och 66% för första halvåret.

TV Prima kommer att dra nytta av Viasats centraliserade programinköp, som bland annat innebär nytecknade programavtal med Warner, Buena Viasta och Paramount under det första halvåret. Hösttablån kommer innehålla egenproducerade program av hög kvalitet, bland annat det världskända formatet "Survivor" ("Expedition Robinson"), som produceras av MTG-ägda Strix Television. Kanalens tittarsiffror påverkades negativt av att konkurrenter sände både fotbolls- och hockey-VM, vilket innebar att den kommersiella tittartidsandelen sjönk till 22,7% (23,7%) för kvartalet och 21,8% och (23,2%) för halvåret.

TV Prima redovisade ett rörelseresultat på 67 (-) Mkr för kvartalet och 101 (-) Mkr för årets sex första månader. Rörelsemarginalen uppgick till 25% respektive 23% för de båda perioderna.

Ryssland

Försäljningen för DTV i Ryssland mer än fördubblades till 51 (22) Mkr för kvartalet och till 89 (40) Mkr för halvåret, och återspeglar den positiva effekten från det nya försäljningsavtalet med Video International, vilket undertecknades i början av 2006. Kanalen fortsatte att investera i innehåll och ökad penetration, och kunde redovisa en minskad rörelseförlust på -1 (-5) Mkr för kvartalet och en rörelsevinst på 2 (-11) Mkr för halvåret. DTVs prioritet är, som tidigare konstaterats, att utöka penetrationen och då främst i de viktiga större städerna. DTV tecknade under kvartalet således ett nytt avtal med det inflytelserika kabelnätverket Mostelecom om utökad distribution i Moskva. Avtalet, som träder i kraft under andra halvåret, kommer gradvis att öka DTVs penetration med cirka 1 miljon hushåll under de kommande tolv månaderna och därmed öka penetrationen för DTV i Rysslands största reklammarknad från nuvarande 41% till 67%. DTV fortsätter även att arbeta för ökad penetrationen på andra viktiga marknader i Ryssland. Investeringarna i utökad distribution uppgick till 133 Mkr under kvartalet.

CTC Media, Inc.

På grund av att CTC Medias konsoliderade finansiella resultat inte finns tillgängliga före publiceringen av MTGs egna resultat, rapporterar MTG sin vinstandel i CTC Media, Inc. med ett kvartals fördröjning. MTG räknar om sin intresseandel i CTC från amerikanska dollar till

svenska kronor enligt den genomsnittliga växelkursen för MTGs aktuella rapporteringsperiod. Under det fjärde kvartalet 2005 och det första kvartalet 2006 ägde MTG 43,1% av CTC Media och har därför i sitt resultat för andra kvartalet rapporterat en resultatandel från intressebolag på 105 (33) Mkr. Den redovisade vinstandelen för det första halvåret 2006 uppgick till 243 (100) Mkr.

CTC Media ökade sin nettoförsäljning med 84 % till 79 (43) miljoner amerikanska dollar för kvartalet och med 71% till 170 (99) miljoner amerikanska dollar för de sex månader som slutade den 31 mars 2006. CTCs och Home Channels kommersiella tittartidsandel (4+) ökade till 12,1% (9,6%) från motsvarande period 2005, jämfört med 12,8% under det fjärde kvartalet 2005. Företaget redovisade en ökning av rörelsevinsten till 33 (14) miljoner amerikanska dollar för årets första kvartal och 81 (40) miljoner amerikanska dollar för sex månader till och med 31 mars 2006. Rörelsemarginalerna för de två perioderna var 42% (32%), respektive 48% (40%). Resultatet före skatt uppgick till 33 (13) miljoner dollar för kvartalet och 80 (38) miljoner dollar för de sex månaderna. I juni 2006 genomförde CTC Media, Inc. en framgångsrik börsnotering på NASDAQ National Market och ett resultat av detta var att MTGs ägarandel spädades ut till 39,6%. Vid utgången av kvartalet var bolagets börsvärde 2.753 miljoner amerikanska dollar.

Ungern

Viasat3 redovisade en förbättring på 6 Mkr i rörelseresultatet för det andra kvartalet, från en rörelseförlust på -2 Mkr under 2005 till en rörelsevinst på 4 Mkr för 2006. Kanalen genererade även en rörelsevinst på 1 Mkr (-12) för halvåret. Kanalens kommersiella tittartidsandelar minskade något under kvartalet och halvåret, men prishöjningar möjliggjorde en ökning av försäljningen på 28% till 31 (24) Mkr för kvartalet och en tillväxt på 42% till 55 (39) Mkr för halvåret.

Betal-TV

Viasats betal-TV-verksamhet i Central- och Östeuropa består av satellit-TV-plattformen i Baltikum samt de sex TV-kanalerna TV1000 East, TV1000 Balkan, TV1000 Russian Kino, Viasat History, Viasat Explorer och Viasat Sport, som ingår i Viasats premiumpaket i Baltikum och även säljs via kabelnätverk till 17 länder runt om i Central- och Östeuropa.

Försäljningen för betal-TV-verksamheten i Central- och Östeuropa mer än fördubblades till 51 (22) Mkr för kvartalet och till 94 (41) Mkr för halvåret. Verksamheten var lönsam under kvartalet och rapporterade 0 (-1) Mkr i rörelseresultat samt 1 (-6) Mkr i rörelseresultat de första sex månaderna.

<i>(tusental)</i>	June 2006	March 2006	June 2005
DTH Premiumabonnenter Baltikum	50	44	24
Central- & Östeuropa kabel-TV-abonnemang	15.623	14.194	9.159

Viasats betal-TV-plattform i Baltikum redovisade en nettoökning på 6.000 premiumabonnenter under kvartalet och med 12.000 för det första halvåret. Abonnemangsbasen har nu mer än fördubblats under det senaste året och uppgick vid utgången av kvartalet till fler än 50.000 abonnenter.

Försäljningen av kabel-TV-kanaler adderade ytterligare 1,4 miljoner abonnemang under kvartalet och 4,1 miljoner abonnemang för halvåret. De 6,5 miljoner adderade abonnemangen

för de senaste tolv månaderna motsvarar en ökning med 71% och det totala antalet abonnemang uppgick vid kvartalets slut till 15,6 miljoner.

Övriga verksamheter

Nettoförsäljningen för Bet24 mer än fördubblades till 118 (56) Mkr för kvartalet och 226 (103) Mkr för halvåret. Antalet aktiva spelare (aktiva under de senaste tre månaderna) minskade från 41.000 till 38.000 vid kvartalets utgång. Bet24 uppvisade en särskilt hög kundtillväxt under det säsongsmässigt starka första kvartalet, och under mars i synnerhet, och drog även nytta av nya kundregistreringar under VM i fotboll. Den hårda konkurrensen runt VM ledde däremot under kvartalet till högre antal avhopp från Bet24 ('churn') än normalt, då konkurrenter lanserade kampanjer med kraftigt ökade kundsubventioner. Rörelsekostnaderna ökade under kvartalet i takt med att Bet24 investerade i marknadsförings- och sponsoraktiviteter för att stärka sin profil och attrahera nya kunder och Danmark, Polen och den nyligen lanserade spanska verksamheten stod för den största investeringen. Som en följd av detta redovisade verksamheten en rörelseförlust på -25 (2) Mkr för kvartalet och på -38 (4) Mkr för halvåret.

Den konsoliderade försäljningen uppgick till 118 (56) Mkr för kvartalet och till 226 (56) Mkr för halvåret. Rörelseresultatet, inklusive vinst från intressebolag, uppgick till -25 (2) Mkr och -38 (3) Mkr för de två respektive perioderna.

RADIO

(Mkr)	Apr-Jun 2006	Apr-Jun 2005	Jan-Jun 2006	Jan-Jun 2005	Jan-Dec 2005
Nettoomsättning	99	85	179	145	290
Rörelseresultat	17	6	17	-9	-11
Resultatandel från intressebolag	6	5	13	11	34
Totalt rörelseresultat	23	11	30	2	23

MTG Radio består av 53 av de totalt 86 kommersiella radiostationerna i Sverige, inklusive RIX FM-nätverket med en nationell penetration på 89%; lokala och nationella stationer i Baltikum; samt direkta och indirekta ägarandelar i de ledande radionätverken i Norge (Radio P4) och Finland (Radio Nova).

Den totala försäljningen för koncernens svenska och baltiska radioverksamhet ökade med 16% till 99 (85) Mkr i andra kvartalet och med 23% till 179 (145) Mkr för det första halvåret. MTG fortsatte att ta marknadsandelar i växande reklammarknader. Stationerna redovisade det bästa rörelseresultatet någonsin, exklusive resultatandelar från intressebolag, på 17 (6) Mkr för kvartalet och 17 (-9) Mkr för halvåret, vilket motsvarade kraftigt ökade rörelsemarginaler på 17% (7%) respektive 9% (-) för de två perioderna.

Eftersom P4 Radio Hele Norge ASA är ett börsnoterat bolag och rapporterar sina resultat efter MTG, rapporteras MTGs vinstandel i företaget med en kvartals fördröjning. MTGs andel av vinsten var 6 (5) Mkr under årets andra kvartal och 13 (11) Mkr under det första halvåret.

ÖVRIGA AFFÄRSOMRÅDEN

(Mkr)	Apr-Jun 2006	Apr-Jun 2005	Jan-Jun 2006	Jan-Jun 2005	Jan-Dec 2005
<i>Modern Studios</i>					
Nettoomsättning	126	152	285	330	638
Rörelseresultat	2	1	4	-17	-26
<i>Home Shopping</i>					
Nettoomsättning	232	222	501	467	992
Rörelseresultat	7	10	27	27	63

Försäljningen för affärsområdet Modern Studios, vilket huvudsakligen består av TV-produktionsbolaget Strix och filmproduktions- och filmdistributionsbolaget Sonet, uppgick till 126 (152) Mkr för kvartalet och 285 (330) Mkr för halvåret. De minskade intäkterna återspeglade en svag marknad för biofilmer och färre filmreleaser från Sonet, samt färre sålda TV-produktioner, optioner och licenser för Strix under första halvåret. Affärsområdet redovisade ändå ett förbättrat rörelseresultat på 2 (1) Mkr för kvartalet och 4 (-17) Mkr för de första sex månaderna.

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 5% till 232 (222) Mkr för kvartalet och 7% till 501 (467) Mkr för halvåret. CDONs DVD-försäljning ökade med 30% under det andra kvartalet och försäljningen av elektronik, som exempelvis MP3-spelare och mobiltelefoner, fortsatte att öka. Ungefär hälften av TV-Shops totala försäljning skedde via internet under det andra kvartalet, för det första halvåret var motsvarande siffra en tredjedel. Verksamheten redovisade en rörelsevinst på 7 (10) Mkr för kvartalet och 27 (27) Mkr för det första halvåret.

STRUKTURELLA FÖRÄNDRINGAR

I slutet av juni 2006 tillkännagav MTG att koncernen har tecknat avtal om att förvärva 100% av aktiekapitalet i Prva TV d.o.o., som äger PRVA TV ("PRVA") i Slovenien för 8,1 miljoner euro i kontanter. PRVA är den tredje största privata kommersiella fri-TV-kanalen i Slovenien och kanalen redovisade en nettoförsäljning på cirka 0,7 miljoner euro för helåret 2005, samt ett rörelseresultat på cirka -1,7 miljoner euro för samma period. Transaktionen måste godkännas av det slovenska kulturdepartementet och slutlig förvärvsdag är därför ännu inte fastställd. När transaktionen har slutförts kommer MTG att ta över det operativa ansvaret för kanalen och konsolidera PRVAs resultat i räkenskaperna för affärsområdet Viasat Broadcasting.

Modern Times Group MTG ABs årsstämma, som hölls den 10 maj 2006 godkände förslaget om att skifta ut majoriteten av koncernens aktier i Metro International S.A. till MTGs aktieägare genom en aktiesplit och ett obligatoriskt inlösenprogram. Avstämningsdag för inlösen är 26 juli 2006 och Metroaktierna kommer att skiftas ut från den 1 augusti 2006.

Koncernen tillkännagav i mars 2006 att man ökat sitt ägande i Nordic Betting Limited, som driver spelbolaget Bet24, från 51% till 90%, genom att utnyttja det optionsavtal som tecknades och tillkännagavs 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.

FINANSIELL STÄLLNING

Kassaflöde

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten uppgick till 350 (270) Mkr för kvartalet och 587 (401) Mkr för halvåret. Förändringar i rörelsekapitalet uppgick till 19 (-61) Mkr för det andra kvartalet och -74 (5) Mkr för de senaste sex månaderna. Nettokassaflödet från rörelsen uppgick således till 369 (209) Mkr för kvartalet och 513 (406) Mkr för det första halvåret.

Under kvartalet fastställdes balansräkningen vid överlåtelse tidpunkten för TV Prima i enlighet med det ursprungliga överlåtelseavtalet där 50% av TV Prima förvärvades för 96 miljoner euro under 2005. Den fastställda balansräkningen resulterade i 9,5 miljoner euro reduktion av kontantbetalningen, som återbetalades till koncernen och reducerade goodwill med 75 Mkr. Halvårets investeringar i aktier inkluderar de 8 miljoner euro som i mars 2006 betalades av koncernen för dess ökade aktieinnehav i Bet24 samt ytterligare en utbetalning inom ramen av förvärvet av Engine AS under första kvartalet. Som en följd av detta redovisade koncernen ett positivt kassaflöde från investeringar i aktier och andelar på 86 Mkr för kvartalet jämfört med -12 Mkr för motsvarande period 2005 och ett positivt kassaflöde på 3 (-29) Mkr för första halvåret.

Koncernen erhöll 21 Mkr i kontanter från försäljningen av aktier i Lions Gate Entertainment under första kvartalet 2006. MTG erhöll aktier i Lions Gate Entertainment som en del av betalningen för de tillgångar som Modern Entertainment sålde under 2005. I januari 2005 erhöll koncernen 513 Mkr från försäljningen av aktierna TV4 AB.

Koncernens investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar uppgick till -179 (-20) Mkr för kvartalet och -209 (-37) Mkr för det första halvåret. Investeringarna i immateriella tillgångar på -152 (-17) Mkr för kvartalet och -165 (-31) Mkr för halvåret reflekterade huvudsakligen investeringar i den tidigare nämnda utökade distributionen för DTV i Ryssland. Investeringar i materiella anläggningstillgångar uppgick till -27 (-3) Mkr för kvartalet och -44 (-6) Mkr för halvåret, utgjordes av ytterligare investeringar i digitalisering av Viasats utsändningar i London.

Den 15 juni 2006 återbetalade koncernen de konvertibla skuldebrev på sammanlagt 120 miljoner euro, främst med medel från den befintliga kassan. De femåriga konvertibla skuldebrev hade en konverteringskurs på 385,97 kronor. Inga skuldebrev konverterades av skuldebrevens innehavare. Den totala återbetalningssumman var 1.108 miljoner kronor. MTG betalade också den sista räntebetalningen på 6,6 miljoner euro vilket motsvarade 61 Mkr.

Periodens förändring av kassa och bank uppgick totalt till -592 (185) Mkr för kvartalet och -542 (886) Mkr för årets första sex månader.

Likvida medel

Koncernens tillgängliga likviditet, inklusive outnyttjade kreditfaciliteter, uppgick den 30 juni 2006 till 4.055 (2.326) Mkr jämfört med 4.860 Mkr den 31 mars 2006 och utgjordes i huvudsak av outnyttjade 3.300 Mkr av koncernens femåriga kreditfacilitet på 3.500. Kassa och bank uppgick till 655 (1.531) Mkr vid kvartalets utgång, jämfört med 1.260 Mkr den 31 mars 2006. Detta reflekterar i huvudsak återbetalningen av de konvertibla skuldebrev på

sammanlagt 120 miljoner euro i juni 2006 samt utnyttjandet av 200 Mkr från den existerande kreditfaciliteten.

Nettokassa

Koncernens nettokassa, definierad som kassa och bank samt räntebärande tillgångar minus de räntebärande skulderna, uppgick till 420 (449) Mkr vid rapportperiodens utgång. Detta kan jämföras med en nettokassa på 70 Mkr den 31 mars 2006.

Innehav i noterade bolag

Marknadsvärdet på koncernens innehav av 27,9% av aktierna i Metro International S.A., av vilka majoriteten är under utskiftning till aktieägare, uppgick till 1.722 Mkr per den sista handelsdagen i juni 2006, att jämföra med marknadsvärdet på 1.866 Mkr efter stängning den sista handelsdagen i mars 2006. Förändringar i marknadsvärdet redovisas direkt mot det egna kapitalet. Koncernens innehav av 39,6% av aktierna i CTC Media, Inc. och 39,7% av aktierna i P4 Radio Hele Norge ASA, som båda redovisas som intressebolag, hade ett bokfört värde på 1.066 Mkr respektive 56 Mkr medan marknadsvärdet på aktierna var 7.950 Mkr respektive 343 Mkr efter stängning den sista handelsdagen i kvartalet.

Soliditet

Koncernens soliditet uppgick till 61% (57%) per den 30 juni 2006, jämfört med 54% i slutet av mars 2006. Soliditeten definieras som koncernens egna kapital i procent av totala tillgångar.

Moderbolaget

Koncernens moderbolag, Modern Times Group MTG AB (publ), ansvarar för den koncernövergripande ledningen, administration och finansiering samt äger och förvaltar aktier i moderbolagen för koncernens olika affärsområden. MTGs finansieringspolicy inkluderar en central cash-pool som stödjer koncernbolagen. Nettoomsättningen för moderbolaget uppgick till 29 (37) Mkr för kvartalet och 51 (68) Mkr för halvåret. Finansnettot uppgick för kvartalet till 109 (-9) Mkr för det andra kvartalet och 180 (0) Mkr för det första halvåret. Finansnettot består huvudsakligen av ökande ränteintäkter och den realiserade kursdifferensen på de konvertibla skuldebrevens med en positiv effekt jämfört med föregående år om 110 Mkr i andra kvartalet och 173 Mkr i första halvåret. Periodens resultat före skatt uppgick till 64 (-45) Mkr för kvartalet och 110 (-56) Mkr för årets första sex månader. Investeringar i fasta anläggningstillgångar uppgick till 3 (0) Mkr under perioden. Likvida medel var vid utgången av perioden 3 Mkr jämfört med 316 Mkr vid årsskiftet. Finansiella skulder har minskat med 932 Mkr jämfört med årsskiftet 2005 i och med återbetalningen av de konvertibla skuldebrevens samt utnyttjandet av 200 Mkr från den existerande kreditfaciliteten.

ÖVRIG INFORMATION

Koncernen har upprättat kvartalsrapporten i enlighet med samma redovisningsprinciper som för 2005 års bokslut med undantag för redovisningen av marknadsföringsaktiviteter i Bet24, som nu redovisas netto för både försäljning och kostnader istället för brutto. Förändringen i redovisade försäljningsintäkter är marginell och påverkar inte rörelseresultatet och det första kvartalet 2006 har räknats om i enlighet med denna förändring. Vinstandelen från intressebolaget CTC Media, Inc. redovisas med ett kvartals fördröjning från och med den 1 januari 2006. De kvartalsvisa resultaten under 2005 har räknats om för att erhålla jämförbara siffror mellan åren.

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

Företaget kommer att hålla en telekonferens idag klockan 10.00 CET.

Använd följande nummer för att delta i telekonferensen:

Sverige: +46 (0)8 5853 6965

Internationellt: +44 (0)20 7138 0827

USA: +1 718 354 1152

En återuppspelningsfunktion kommer att finnas tillgänglig i sju dagar efter telefonkonferensen:

Sverige: +46 (0)8 5661 8497

Internationellt: +44 (0)20 7784 1024

USA: +1 718 354 1112

MTGs finansiella resultat för det tredje kvartalet 2006 kommer att offentliggöras den 25 oktober 2006.

Stockholm, den 26 juli 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, skicka e-post till investor.relations@mtg.se eller kontakta:

Hans-Holger Albrecht, VD och koncernchef

tel: +46 (0) 8 562 000 50

Mathias Hermansson, 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.

KONCERNENS RESULTATRÄKNING I SAMMANDRAG (Mkr)	2006 Apr-Jun	2005 Apr-Jun	2006 Jan-Jun	2005 Jan-Jun	2005 Jan-Dec
Nettoomsättning	2.577	1.975	4.939	3.713	8.012
Kostnad för sålda varor och tjänster	-1.427	-1.148	-2.814	-2.257	-4.797
Bruttoresultat	1.150	827	2.125	1.456	3.215
Försäljnings- och administrationskostnader	-732	-548	-1.409	-1.023	-2.194
Övriga rörelseintäkter och -kostnader, netto	-42	-10	-35	-27	-35
Resultat från andelar i intresseföretag	111	39	258	113	227
Rörelseresultat	486	308	938	519	1.213
Resultat från värdepapper	0	-	2	389	384
Övrigt finansnetto	13	-51	-2	-76	-102
Resultat före skatt	499	257	939	832	1.495
Skatt	-150	-63	-285	-137	-310
Periodens resultat	348	193	653	695	1.185
<i>Hänförligt till:</i>					
Moderbolagets aktieägare	318	191	609	693	1.180
Minoritetsintresse	31	2	45	2	5
Periodens resultat	348	193	653	695	1.185
Aktier vid periodens slut *)	66.527.490	66.375.156	66.527.490	66.375.156	66.375.156
Genomsnittligt antal aktier:					
vid beräkning av resultat per aktie före utspädning	66.479.130	66.375.156	66.428.352	66.375.156	66.375.156
vid beräkning av resultat per aktie efter utspädning	66.794.139	66.375.156	66.651.597	66.375.156	66.375.156
Resultat per aktie före utspädning	4,78	2,88	9,16	10,44	17,78
Resultat per aktie efter utspädning	4,76	2,88	9,13	10,44	17,78
*) Aktier inklusive inlösenaktier	133.054.980		133.054.980		

KONCERNENS BALANSRÄKNING
I SAMMANDRAG (Mkr)

2006-06-30 2005-06-30 2005-12-31

Anläggningstillgångar

Goodwill	1.741	867	1.814
Övriga immateriella tillgångar	518	189	390
Maskiner och inventarier	144	107	134
Aktier och andelar	2.886	3.081	2.954
Övriga finansiella tillgångar	104	233	189
	<u>5.393</u>	<u>4.476</u>	<u>5.481</u>

Omsättningstillgångar

Varulager	1.261	1.213	1.151
Kortfristiga fordringar	2.228	1.610	1.956
Kassa, bank och kortfristiga placeringar	655	1.531	1.207
	<u>4.144</u>	<u>4.354</u>	<u>4.314</u>
Summa tillgångar	9.538	8.830	9.795

Eget kapital

Eget kapital	5.656	5.010	5.254
Minoritetsintresse	120	2	53
	<u>5.776</u>	<u>5.012</u>	<u>5.306</u>

Långfristiga skulder

Andra räntebärande skulder	41	5	41
Avsättningar	194	117	177
Ej räntebärande skulder	14	7	30
	<u>248</u>	<u>129</u>	<u>249</u>

Kortfristiga skulder

Konvertibelt förlagslån 2001/2006	-	1.118	1.125
Andra räntebärande skulder	234	-	68
Ej räntebärande skulder	3.280	2.571	3.048
	<u>3.514</u>	<u>3.689</u>	<u>4.240</u>
Summa eget kapital och skulder	9.538	8.830	9.795

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS	2006	2005	2006	2005	2005
I SAMMANDRAG (Mkr)	Apr-Jun	Apr-Jun	Jan-Jun	Jan-Jun	Jan-Dec
Kassaflöde från den löpande verksamheten	350	270	587	401	966
Förändringar i rörelsekapitalet	19	-61	-74	5	16
Kassaflöde från rörelsen	369	209	513	406	981
Erhållet vid försäljning av aktier	0	-	21	513	513
Investeringar i aktier i dotterbolag och intressebolag	86	-12	3	-29	-932
Investeringar i andra anläggningstillgångar	-179	-20	-209	-37	-80
Övrigt kassaflöde från investeringsaktiviteter	-	19	-	19	22
Kassaflöde till/från investeringsaktiviteter	-93	-13	-185	466	-477
Nettoförändring lån	-894	-	-952	-	27
Övrigt kassaflöde från/till finansiella aktiviteter	26	-11	82	14	28
Periodens förändring av kassa och bank	-592	185	-542	886	559
Kassa, bank och kortfristiga placeringar vid periodens början	1.260	1.280	1.207	574	574
Omräkningsdifferens likvida medel	-13	65	-11	70	74
Kassa, bank och kortfristiga placeringar vid periodens slut	655	1.531	655	1.531	1.207

AVSTÄMNING EGET KAPITAL
(Mkr)

	2006-06-30	2005-06-30	2005-12-31
Ingående eget kapital	5.306	4.657	4.657
Förändring i redovisning av CTC Media intressebolag	-	-45	-45
Förändring minoritetsintressen	24	0	46
Effekter av personaloptionsprogram	4	6	9
Nyemission vid utnyttjande av personaloptioner	45	-	-
Omvärdering aktier till marknadsvärde	-218	-63	-244
Försäljning av aktier i TV4 AB	-	-322	-322
Kassaflödessäkringar	-23	0	8
Omräkningsdifferenser	-17	84	12
Periodens resultat	653	695	1.185
Utgående eget kapital	5.776	5.012	5.306
<i>Hänförligt till:</i>			
Moderbolagets aktieägare	5.656	5.009	5.254
Minoritetsintresse	120	2	53
Totalt eget kapital	5.776	5.012	5.306

Segmentsredovisning

NETTOOMSÄTTNING (Mkr)	Q1 2005	Q2 2005	Q3 2005	Q4 2005	Helår 2005	Q1 2006	Q2 2006	Ack 2006
Viasat Broadcasting								
Fri-TV Skandinavien	656,0	755,6	625,9	874,7	2.912,3	722,5	810,3	1.532,7
Betal-TV Norden	605,0	629,8	672,2	725,9	2.632,8	748,9	781,9	1.530,8
- DTH plattform	570,8	592,9	627,1	675,6	2.466,4	704,1	727,3	1.431,4
- TV-kanaler	240,3	255,7	271,7	303,4	1.071,1	310,9	323,9	634,8
- Elimineringar	-206,1	-218,8	-226,7	-253,1	-904,7	-266,1	-269,3	-535,4
Central- och Östeuropa	129,3	172,9	140,0	370,5	812,7	387,6	532,8	920,4
- Fri-TV Baltikum	78,0	105,0	72,1	134,6	389,7	102,2	134,0	236,2
- Viasat3 Ungern	14,6	24,1	18,3	33,0	90,0	24,1	30,9	55,0
- DTV Ryssland	18,1	21,5	21,5	37,0	98,1	38,2	50,8	88,9
- TV Prima Tjeckien	-	-	-	136,4	136,4	180,1	266,1	446,3
- Betal-TV DTH plattform och kanaler	18,6	22,3	28,1	29,5	98,5	43,1	51,0	94,1
BET24	-	55,5	58,9	90,4	204,8	108,7	117,5	226,2
Övrigt och elimineringar	-33,6	-30,6	-22,6	-38,4	-125,2	-27,2	-57,8	-85,0
Totalt	1.356,7	1.583,2	1.474,4	2.023,0	6.437,4	1.940,4	2.184,7	4.125,1
Radio	60,3	84,6	68,2	77,1	290,2	80,8	98,5	179,3
Home Shopping	245,2	222,0	225,4	299,0	991,5	268,9	231,6	500,5
Modern Studios	178,5	151,5	147,9	159,7	637,6	158,5	126,2	284,7
Moderbolag och övriga bolag	34,9	39,5	23,4	30,4	128,2	28,2	31,9	60,1
Elimineringar	-138,0	-105,3	-103,3	-126,3	-473,0	-114,9	-96,2	-211,1
KONCERNEN TOTALT	1.737,5	1.975,5	1.836,1	2.462,8	8.011,9	2.361,8	2.576,8	4.938,6

RÖRELSERESULTAT (Mkr)	Q1 2005	Q2 2005	Q3 2005	Q4 2005	Helår 2005	Q1 2006	Q2 2006	Ack 2006
Viasat Broadcasting								
Fri-TV Skandinavien	58,2	144,9	100,6	188,4	492,0	140,0	163,0	303,1
Betal-TV Norden	122,8	118,0	130,4	135,8	506,9	125,1	140,2	265,4
- DTH plattform	76,0	59,6	74,9	85,8	296,3	79,5	81,0	160,5
- TV-kanaler	46,7	58,4	55,5	50,0	210,5	45,7	59,2	104,9
Central- och Östeuropa	-12,3	20,4	-7,5	75,9	76,5	50,8	118,8	169,6
- Fri-TV Baltikum	8,5	29,2	2,8	46,2	86,7	17,3	48,3	65,6
- Viasat3 Ungern	-9,8	-2,4	-4,1	0,7	-15,6	-3,1	3,8	0,6
- DTV Ryssland	-5,9	-5,2	-7,1	-2,0	-20,2	2,4	-0,8	1,6
- TV Prima Tjeckien	-	-	-	32,7	32,7	33,6	67,1	100,7
- Betal-TV DTH plattform och kanaler	-5,2	-1,2	0,9	-1,7	-7,2	0,6	0,4	1,0
BET24	-	2,1	3,1	-6,2	-1,0	-13,4	-24,5	-37,9
Övrigt och elimineringar	11,9	14,4	14,9	13,7	54,9	16,7	4,7	21,4
Resultatandel intressebolag (CTC Media, Inc.)	68,4	32,7	62,6	22,9	186,7	138,4	104,5	242,9
Totalt	248,8	332,5	304,1	430,5	1.316,0	457,8	506,8	964,5
Radio	-15,0	6,0	-2,1	0,3	-10,7	0,2	16,6	16,9
Resultatandel intressebolag	5,8	5,0	13,5	9,3	33,6	7,6	5,8	13,4
Totalt	-9,1	11,0	11,4	9,6	22,9	7,8	22,5	30,3
Home Shopping	16,9	10,1	14,9	20,5	62,5	20,1	7,0	27,1
Modern Studios	-18,2	1,3	-18,5	9,7	-25,6	2,3	1,7	4,0
Moderbolag och övriga bolag	-26,8	-47,2	-45,4	-43,3	-162,7	-35,5	-52,3	-87,8
KONCERNEN TOTALT	211,6	307,8	266,5	427,1	1.212,9	452,5	485,6	938,1

Nyckeltal

	Q1 2005	Q2 2005	Q3 2005	Q4 2005	Helår 2005	Q1 2006	Q2 2006
KONCERNEN							
Försäljningstillväxt %	11,1	11,9	19,1	27,4	17,7	36,8	30,4
Förändring i rörelsekostnader %	8,5	7,9	9,7	19,4	11,6	29,4	29,1
Rörelsemarginal %	12,2	15,6	14,5	17,3	15,1	19,0	18,8
Avkastning på sysselsatt kapital %	19	20	21	21		23	26
Soliditet %	57	57	56	55		54	61
Likvida medel (inklusive outnyttjade kreditfaciliteter), Mkr	2.055	2.326	2.551	2.046		4.860	4.055
Nettokassa, Mkr	248	449	638	15		70	420
Abonnentinformation							
Totala digitala abonnenter (tusental)	695	716	757	811		837	858
Totala premiumabbonenter (tusental)	517	550	594	653		690	719
FRI-TV SKANDINAVIEN							
Försäljningstillväxt %	16,2	4,4	10,1	12,6	10,6	10,1	7,2
Förändring i rörelsekostnader %	3,7	-5,8	-14,5	11,4	-1,4	-2,6	6,0
Rörelsemarginal %	8,9	19,2	16,1	21,5	16,9	19,4	20,1
Kommersiell tittartidsandel (%)							
TV3 & TV6 Sverige (15-49)*	30,8	30,2	33,2	31,6	31,4	30,4	30,9
TV3 & ZTV Norge (15-49)	16,3	17,8	17,2	17,3	17,2	17,1	16,6
TV3 & TV3+ Danmark (15-49)	20,5	22,9	22,5	22,6	22,0	20,9	22,3
* Innan maj 2006 inkluderar siffrorna ZTV							
Penetration (%)							
TV3 Sverige	68	68	70	73		75	75
TV6 Sverige							67
ZTV Sverige	60	60	63	66		67	n/a
TV3 Norge	63	63	63	63		63	63
ZTV Norge	38	38	39	39		39	43
TV3 Danmark	67	67	67	66		66	66
TV3+ Danmark	65	65	65	64		64	64
BETAL-TV NORDEN							
Försäljningstillväxt %	5,9	10,0	18,2	19,4	13,4	23,8	24,2
Förändring i rörelsekostnader %	8,9	5,6	8,9	12,3	9,0	29,3	25,4
Rörelsemarginal %	20,3	18,7	19,4	18,7	19,3	16,7	17,9
Abonnentinformation							
Premium abonnenter (tusental)	496	526	565	614		646	669
- av vilka, DTH satellit	494	519	556	602		632	652
- av vilka, Bredband	2	7	9	12		14	17
Bas DTH abonnenter	178	165	163	158		147	139
Premium ARPU (kronor)	3.175	3.204	3.193	3.277		3.341	3.370
CENTRAL- & ÖSTEUROPA							
Försäljningstillväxt %	41,5	26,9	53,4	140,6	71,9	199,7	208,1
Förändring i rörelsekostnader %	34,2	23,6	31,2	119,6	54,8	137,8	171,5
Rörelsemarginal %	-9,5	11,8	-5,4	20,5	9,4	13,1	22,3
Kommersiell tittartidsandel (%)							
TV3 & 3+ Estland (15-49)	46,1	47,8	46,7	49,0	47,4	47,9	46,6
TV3 & 3+ Lettland (15-49)	31,7	34,1	32,7	38,1	34,2	35,4	37,2
TV3 & Tango TV Litauen (15-49)	35,3	34,4	35,3	34,9	35,0	33,4	32,7
Viasat3 Ungern (18-49)	4,9	5,7	6,3	5,5	5,5	4,8	5,3
DTV Ryssland (6-54)	1,7	1,6	1,9	2,3	1,9	2,1	2,1
TV Prima Tjeckien (15+)	22,8	23,7	25,7	26,5	24,6	20,7	22,7
CTC Media & The Home Channel Ryssland (4+)*	9,6	11,5	11,7	12,8	11,3	12,1	-
* Tittartidsandel							
Abonnentinformation							
DTH Premium Baltikum (tusental)	21	24	29	38		44	50
Mini-pay-TV abonnenter (tusental)	7.898	9.159	10.242	11.541		14.194	15.623