



MODERN TIMES GROUP MTG AB

FINANSIELLT RESULTAT FÖR DET FÖRSTA KVARTALET 2007

Stockholm den 24 april 2007 – Modern Times Group MTG AB (publ.) (“MTG” eller ”koncernen”) (Nordiska Börsen: MTGA, MTGB) avger idag sitt resultat för det första kvartalet 2007. Koncernen har upprättat kvartalsrapporten i enlighet med International Financial Reporting Standards (IFRS) såsom de antagits av EU.

HÖJDPUNKTER FÖRSTA KVARTALET

- **Försäljningen ökade med 11% till 2.629 (2.362) Mkr**
- **Rörelseresultatet ökade med 4% till 468 (453) Mkr**
- **Viasat Broadcastings försäljning ökade med 11% till 2.003 (1.804) Mkr och rörelseresultatet ökade med 5% till 481 (457) Mkr**
- **Resultatet efter skatt ökade med 4% till 316 (305) Mkr**
- **Resultatet per aktie före utspädning uppgick till 4,55 (4,38) kronor**
- **Förvärv av 50% av Balkan Media Group Limited för 11,6 miljoner euro**

Hans-Holger Albrecht, VD och koncernchef kommenterade: “Ännu ett kvartal med tvåsiffrig tillväxt, ökade investeringar och en rörelsemarginal på 18% demonstrerar koncernens förmåga att balansera god tillväxt med bibehållen lönsamhet. Detta var det bästa första kvartalet någonsin i koncernens historia. 2007 är ett år av investeringar som görs för att möjliggöra fortsatt tillväxt över hela verksamheten på medellång och lång sikt.”

”I linje med vår strategi har vi fortsatt att bygga vidare på vår position som Skandinaviens ledande mediehus, genom att öka den kommersiella tittartidsandelen för våra kanaler. Vi har dock påverkats negativt av svagare reklammarknader över hela regionen under ett av årets svagaste kvartal, samt av negativa valutakurseffekter. Det finns dock positiva tecken på att de åtgärder vi genomför på TV3 Sverige gradvis håller på att få önskat genomslag.”

“Effekten av den nu nästan genomförda nedsläckningen av det analoga marknätet i Sverige minskar. Detta resulterar i att vi, samtidigt som vi fortfarande ser ökade penetrationsnivåer för våra fri-TV-kanaler, ser en väsentlig minskning i abonnentintag. Vi håller dock på att investera i framtida tillväxt genom att utnyttja nya teknologier, anamma nya distributionsplattformar och addera nya kanaler för att driva intäkten per abonnent och fortsätta stärka våra marknadsledande erbjudanden av premiumpaket. Samtidigt bibehåller vi goda marginaler och volymeffekten på försäljning från digitaliseringen av marknäten i Norge och Danmark kommer i framtiden.”

”Verksamheterna i Östeuropa med Ryssland i ledningen redovisade ännu ett kvartal av stark tillväxt. Den exponentiella tillväxt vi har sett i Tjeckien i 2006 har som förväntat minskat och vi fokuserar nu på att leverera ökade tittarsiffror för att ytterligare förbättra marknadsandelen. En avkastning på sysselsatt kapital på 30% demonstrerar framgången hos våra investeringar och vi bibehåller en flexibel balansräkning för att fortsätta kunna investera i koncernens expansion framöver.”

FINANSIELLT SAMMANDRAG

<i>(Mkr)</i>	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
Nettoomsättning	2.629	2.362	10.136
Rörelseresultat	468	453	1.777
Resultat från värdepapper	-	2	244
Övrigt finansnetto	-2	-15	-5
Resultat före skatt	467	440	2.016
Periodens resultat	316	305	1.499
Resultat per aktie före utspädning (kr)	4,55	4,38	21,57
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	4,47	4,36	20,55
Balansomslutning	9.799	10.223	9.205

SAMMANFATTNING AV AFFÄRSOMRÅDEN

Från och med det första kvartalet 2007 har strukturen för koncernens redovisning justerats för att kunna redovisa MTGs huvudsakliga affärsverksamheter över internet under ett samlat ”Online”-segment. Segmentet omfattar de företag som tidigare ingick i Home Shopping, spelföretaget BET24, MTG New Media och internetcommunityn Playahead, förvärvat i januari 2007. BET24 och MTG New Media har tidigare redovisats inom Viasat Broadcasting. Tidigare rapporteringsperioder har räknats om för att återspegla denna förändring och för att möjliggöra jämförelse mellan kvartalen.

Vidare kommer den andel på 50% av Balkan Media Group Limited som förvärvades i mars 2007 att konsolideras från 1 april och redovisas under rubriken ’Central- och östeuropeisk betal-TV, DTH plattform och kanaler’ i den matris som återfinns i slutet av denna rapport.

Tvåsiffrig försäljningstillväxt

NETTOOMSÄTTNING PER SEGMENT (Mkr)	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Förändring (%)	Jan-Dec 2006
<i>Fri-TV Skandinavien</i>	713	722	-1	3.038
<i>Betal-TV Norden</i>	877	749	17	3.183
<i>Central- & Östeuropa</i>	478	388	23	1.841
<i>Övrigt och elimineringar</i>	-65	-55	-18	-257
Viasat Broadcasting	2.003	1.804	11	7.805
Radio	150	81	86	433
Övriga affärsområden	533	564	-5	2.192
Moderbolag och övriga bolag	23	28	-17	111
Elimineringar	-81	-115	29	-406
TOTALT	2.629	2.362	11	10.136

Koncernens försäljning ökade med 11% för det första kvartalet tack vare fortsatt god tillväxt inom betal-TV Norden och i de central- och östeuropeiska verksamheterna, samtidigt som den redovisade försäljningen i den skandinaviska fri-TV-verksamheten minskade. Resultatet inkluderade för första gången ett första kvartals försäljning för P4 Radio och TV3 Slovenien.

18% rörelsemarginal

RÖRELSERESULTAT PER SEGMENT (Mkr)	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Förändring (%)	Jan-Dec 2006
<i>Fri-TV Skandinavien</i>	110	140	-21	562
<i>Betal-TV Norden</i>	148	125	18	597
<i>Central- & Östeuropa</i>	59	51	16	304
<i>Övrigt och elimineringar</i>	2	3	-36	19
<i>Intrassebolag (CTC Media, Inc.)</i>	162	138	17	432
Viasat Broadcasting	481	457	5	1.913
Radio	6	8	-18	78
Övriga affärsområden	16	23	-30	-59
Moderbolag och övriga bolag	-35	-35	-1	-155
TOTALT	468	453	4	1.777

Koncernens rörelsekostnader ökade med 13% för kvartalet till 2.324 (2.056) Mkr. De ökade rörelsekostnaderna återspeglade konsolideringen av de ovan nämnda förvärven, lanseringen av fyra nya Viasat-kanaler från och med starten av 2006, ökade programkostnader inom fri-TV Skandinavien affärsverksamhet och de tidigare offentliggjorda utökade investeringarna i nya kanaler och teknologi inom den nordiska betal-TV-verksamheten. Koncernens avskrivningar uppgick till 32 (27) Mkr för det första kvartalet.

Koncernen redovisade därför en ökning på 4% av rörelseresultat för det första kvartalet och en något minskad rörelsemarginal på 18% (19%). Koncernen redovisade 163 (147) Mkr i

resultatandelar från intressebolag för det första kvartalet. Rörelsemarginalen uppgick till 12% (13%) för kvartalet, exklusive koncernens resultatandelar i intressebolag.

Finansnettot uppgick till -2 (-13) Mkr för kvartalet, inklusive 1 (12) Mkr i räntekostnader. Resultatet för det första kvartalet 2006 innefattade 15 Mkr i räntekostnader för de nu återbetalade konvertibla skuldebrev på 120 miljoner euro, samt orealiserade valutakurseffekter på 4 Mkr.

Koncernens resultat före skatt ökade med 6% till 467 (440) Mkr för kvartalet. Koncernens skattekostnad uppgick till 151 (135) Mkr för perioden. Koncernens resultat efter skatt ökade med 4% till 316 (305) Mkr för kvartalet

Antalet utestående aktier ökade under perioden från 67.042.524 vid årets slut 2006 till 67.053.405 vid slutet av första kvartalet, då 10.881 optioner från 2001 års optionsprogram utnyttjats. Koncernens resultat per aktie före utspädning ökade till 4,55 (4,38) kronor för kvartalet.

VIASAT BROADCASTING

Investeringar i tillväxt

<i>(Mkr)</i>	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
Nettoomsättning	2.003	1.804	7.805
Rörelseresultat	319	319	1.481
Rörelsemarginal (%)	16	18	19
Resultat från intressebolag	162	138	432
Totalt rörelseresultat	481	457	1.913

Viasat Broadcasting, som består av MTGs TV-verksamheter, ökade sin försäljning med 11% under kvartalet. Tillväxten inom affärsområdena Betal-TV Norden och Central- och Östeuropa motverkades delvis av en minskning i de redovisade resultaten för affärsverksamheten inom fri-TV Skandinavien. Periodens resultat innefattade även för första gången ett första kvartalsresultat från TV3 Slovenien.

Viasat kunde vid kvartalets slut redovisa en ökning i premiumabonnenter på 13% för kvartalet, till totalt 943.000 (837.000) digitala abonnenter i Norden och Baltikum, vilket är en ökning jämfört med 929.000 abonnenter vid slutet av 2006. Antalet premiumabonnenter i regionen ökade med 21% till 837.000 (690.000), och från 817.000 abonnenter vid slutet av 2006.

Rörelseresultatet för Viasat Broadcasting ökade med 5% för det första kvartalet och innefattade en 17% ökning av koncernens vinstandel från CTC Media, Inc. Den kombinerade rörelsemarginalen för Viasats TV-verksamhet, exklusive koncernens vinstandel i intressebolag var 16% (18%).

Fri-TV Skandinavien

Fokus på tittarandelar och integrerat angreppssätt på svaga reklammarknader

(Mkr)	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
Nettoomsättning	713	723	3.038
Rörelseresultat	110	140	562
Rörelsemarginal (%)	15	19	18

Viasats fri-TV-verksamhet i Skandinavien redovisade minskad försäljning och lönsamhet för kvartalet, till följd av svagare reklammarknader i regionen, svaga tittarsiffror för TV3 och att den svenska kronan fortsatte att förstärkas mot den danska och norska kronan jämfört med första kvartalet 2006. Försäljningen ökade något jämfört med det första kvartalet 2006 om valutakurseffekter exkluderas. Den minskade försäljningen återspeglade även att försäljningsökningen för det första kvartalet 2006 (+10%) var den högsta av samtliga kvartal under året.

Rörelsekostnaderna för fri-TV-verksamheten ökade med 4% för kvartalet till 603 (582) Mkr. Programkostnaderna ökade med 6%, vilket låg i linje med tidigare prognostiserade ökningarna i programkostnaderna för helåret 2007. Kostnadsökningarna återspeglade även de ökade distributionskostnader som uppkom i samband med att TV6 började sändas i Sverige från maj 2006, samt introduktionen av regionala TV-sändningar för TV3 från juli 2006.

Kommersiella tittartidsandelar (%)	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
TV3 och TV6 i Sverige (15-49)*	33,1	30,4	31,4
TV3 och ZTV i Norge (15-49)	16,2	17,1	17,0
TV3 och TV3+ i Danmark (15-49)	21,6	20,9	21,8

* inklusive ZTV före maj 2006

Viasat fortsatte att stärka sin position som Skandinaviens ledande mediehus och har nu slutfört förhandlingarna med reklamköpare om sina årsavtal. Resultatet av förhandlingarna genererade ensiffriga ökningarna i reklampriser under 2007. Avtalen i fråga undertecknades i slutet av kvartalet och hade därför liten påverkan på det första kvartalets resultat. Då Viasat säljer sina kanaler tillsammans till annonsörerna har framgången fortsatt för den lägre prissatta kanalen TV6 i Sverige, jämfört med den större systerkanalen TV3, vilket påverkat annonsintäkterna negativt under kvartalet.

Den totala tittartidsandelen för de svenska kanalerna (TV3, TV6 och TV8) fortsatte att öka till 34,4% (30,6%) under kvartalet. Resultatet från TV3 och TV6 Sverige återspeglade den höga tillväxten av tittartiden hos TV6 och kanalen hade som högst en tittartidsandel på 17,2% under kvartalet. Tittarsiffrorna för TV3 minskade jämfört med det första kvartalet 2006, men låg i linje med nivåerna för det fjärde kvartalet 2006, då ledningen fokuserade på att förbättra verksamheten och processerna för programinköp, tablåläggning, marknadsföring och försäljning. I samband med att Sverige kom in i slutfasen av den analoga nedsläckningen fortsatte penetrationen för TV3, TV6 och TV8 att öka till 79%, 78%, respektive 46%. En fjärde kanal - ZTV - nylanserades efter kvartalets slut med ett integrerat utbud av underhållning via TV och online, med målgruppen 15-24 år.

TV3 och ZTV Norges kombinerade tittartidsandel minskade både jämfört med det första och det fjärde kvartalet 2006, och återspeglade att vårens programtablå lanserades senare under 2007 men tittarsiffrorna förbättrades mot kvartalets slut. Tittartidsandelen för TV3 och TV3+ Danmark ökade jämfört med det första kvartalet 2006, men minskade jämfört med det fjärde kvartalet 2006.

Betal-TV Norden

Stabila marginaler trots ökade investeringar

(Mkr)	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
Nettoomsättning	877	749	3.183
Rörelseresultat	148	125	597
Rörelsemarginal (%)	17	17	19

Viasats betal-TV-verksamhet i Norden uppvisade en sammanlagd försäljningsökning på 17% för kvartalet och återspeglade att antalet premiumabonnenter hade ökat med 15% jämfört med första kvartalet 2006, samt att de genomsnittliga intäkterna per abonnent ökade. Försäljningen ökade med 3% jämfört med det fjärde kvartalet 2006. Verksamheten består av Viasats satellit-TV-plattform samt Viasats 18 betal-TV-kanaler.

(tusental)	Mars 2007	Mars 2006	December 2006
Premiumabonnenter	741	646	737
- av vilka DTH-abonnenter	708	632	708
- av vilka IPTV-abonnenter	33	14	29
DTH Basabonnenter	106	147	112

95.000 nya premiumabonnenter har adderats netto i Norden från och med slutet av det första kvartalet 2006. Det låga intaget av abonnenter från slutet av 2006 återspeglade det faktum att den analoga nedsläckningen i Sverige nu är i sin slutfas, vilket innebär att majoriteten av abonnenterna i marknätet nu har valt leverantör av betal-TV-paket med flera kanaler. Digitaliseringen av marknätet i Norge är planerad att påbörjas under hösten 2007. Antalet premiumabonnenter som har valt att abonnera på "hela-huset"- och Viasat+ abonnemang mer än fördubblades jämfört med det första kvartalet 2006 och ökade från 126.000 vid slutet av 2006 till 155.000 vid slutet av första kvartalet. Denna grupp med lägre omsättning av abonnenter och högre ARPU (genomsnittlig intäkt per abonnent) utgjorde 21% (7%) av Viasats premiumabonnenter vid periodens slut, vilket kunde jämföras med 17% vid slutet av 2006. Antalet hushåll som abonnerar på Viasats premiumerbjudande via bredband mer än fördubblades jämfört med det första kvartalet 2006.

Intäkten per satellit-TV-abonnent med premiumutbud omräknad till årsbasis (ARPU) ökade med 4% till 3.468 (3.341) kronor för kvartalet, jämfört med 3.470 kronor i det fjärde kvartalet 2006. Ökningen återspeglade att antalet Viasat+ och "hela-huset" abonnemang ökar, samt prisökningar för premiumpaketet under de senaste 12 månaderna.

Rörelsekostnaderna för den nordiska betal-TV-verksamheten ökade med 17% under kvartalet och med 8% jämfört med det sista kvartalet 2006. Ökningen återspeglade de investeringar på

160 Mkr i nya kanaler och teknologi som, enligt tidigare tillkännagivande, kommer att genomföras under 2007. Två nya Viasat-kanaler och ytterligare tolv tredjepartskanaler har lagts till Viasats betal-TV-plattform sedan början av 2006. Den pan-nordiska kanalen Viasat Golf lanserades på Viasats betal-TV-plattform och i tredjeparts nätverk under det första kvartalet och den nya joint venture TV2 Sport-kanalen började sändas efter kvartalets slut. De totala kostnaderna för abonnentintag uppgick till 139 (125) Mkr för kvartalet och låg därmed på en jämn nivå för det fjärde kvartalet i rad.

Viasats nordiska betal-TV-verksamhet genererade en 18% ökning i rörelsevinst och en stabil rörelsemarginal på 17% (17%) för kvartalet.

Central- & Östeuropa

Försäljningstillväxt och vidare expansion

(Mkr)	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
Nettoomsättning	478	388	1.841
Rörelseresultat	59	51	304
Rörelsemarginal (%)	12	13	17
Resultatandel från intressebolag (CTC Media, Inc.)	162	138	432
Totalt rörelseresultat	221	190	736

Försäljningen för koncernens fri- och betal-TV-verksamheter i Central- och Östeuropa ökade med 23% för kvartalet. Affärsområdets resultat inkluderade för första gången ett första kvartalsresultat från TV3 Slovenien.

Rörelseresultatet ökade med 16% för kvartalet och inkluderade en ökning på 17% av resultatandelen från intressebolaget CTC Media Inc.. Rörelsemarginalen för affärsområdet, exklusive resultatandel från intressebolag minskade något till 12% jämfört med det första kvartalet 2006.

Baltikum

Koncernens fri-TV-verksamheter i Estland, Lettland och Litauen redovisade en sammanlagd försäljningsökning på 8% till 111 (102) Mkr för det första kvartalet.

Kommersiella tittartidsandelar (%)	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
TV3 och 3+ i Estland (15-49)	44,7	47,9	45,1
TV3 och 3+ i Lettland (15-49)	38,9	35,4	36,9
TV3 och Tango TV i Litauen (15-49)	40,3	33,4	34,2

Viasats kommersiella tittartidsandel för Baltikum (i målgruppen 15-49 år) ökade starkt på kvartalsbasis till 40,6% (36,2%). En minskning i tittartidsandelen i Estland motverkades av substantiella förbättringar i tittarsiffrorna i Lettland och Litauen.

Rörelseresultatet ökade något till 18 (17) Mkr, samtidigt som rörelsemarginalen minskade något till 16% (17%).

Tjeckien

TV Prima redovisade en försäljningstillväxt på 2% till 184 (180) Mkr för det första kvartalet 2007. Den lägre tillväxttakten var delvis ett resultat av den mycket starka försäljningen under förra årets två första kvartal. Effekten av de starka jämförelsetalen förra året blir även högre under årets andra kvartal, men Prima förväntar mer stabila tillväxttal i linje med marknaden under andra halvåret. Prima håller även på att lösa en tvist med en samarbetspartner, som innehar regionala TV-licenser, gällande sändningar under tidig morgon och tidig kväll i fem av tolv regioner, vilket har påverkat tittarutvecklingen.

Kommersiell tittartidsandel (%)	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
TV Prima (15+)	21,8	20,7	21,8

TV Primas kommersiella tittartidsandel jämfört med motsvarande kvartil fjol ökade då de åtgärder som genomfördes under 2006 för att öka produktionskvaliteten och marknadsföringen av de viktiga egenproduktionerna som ligger i prime-time började ge resultat. Detta gör det möjligt för kanalen att börja kapitalisera på de programavtal som tecknades med fyra Hollywood-studios under 2006 och att dra nytta av de nya breda underhållningstabläerna.

TV Prima redovisade ett rörelseresultat på 29 (34) Mkr för kvartalet och en rörelsemarginal på 16% (19%).

Ryssland

Kommersiella tittartidsandelar (%)	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
DTV (6-54)	2,6	2,1	2,1

Efter väsentligt förbättrade tittartidsandelar, en ökad nationell räckvidd till 57% (51%) och den positiva effekten från försäljningsavtalet med mediebyrå Video International, kunde DTV redovisa en försäljningstillväxt på 61% för kvartalet till 61 (38) Mkr.

Som planerat håller DTVs penetration gradvis på att öka i den viktiga Moskvaregionen, tack vare det avtal som tecknades i det andra kvartalet 2006 med Mostelecom. Cirka en miljon hushåll har nu kopplats upp enligt avtalet. Under det första kvartalet investerades 45 Mkr för att möjliggöra uppkopplingen av ytterligare 500.000 hushåll.

DTV fortsätter att investera i programinnehåll, men kunde trots detta redovisa ett ökat rörelseresultat för kvartalet på 6 (2) Mkr.

På grund av att CTC Medias konsoliderade finansiella resultat inte finns tillgängligt före publiceringen av MTGs eget 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. MTGs ägarandel i CTC Media på 43,1% minskade i juni 2006 till 39,6% efter en nyemission i samband med företagets börsintroduktion. MTG har därför redovisat en ökning på 17% av resultatandelen från CTC Media på 162 (138) Mkr.

CTC Media ökade sin nettoförsäljning med 31% till 118 (90) miljoner amerikanska dollar för det fjärde kvartalet. CTC Media redovisade en ökning på 22% i rörelsevinst till 58 (48)

miljoner amerikanska dollar för 2006 års fjärde kvartal. Rörelsemarginalen på 49% var något lägre jämfört med 53% under det fjärde kvartalet 2005. Resultatet före skatt ökade med 32% till 61 (46) miljoner amerikanska dollar för det fjärde kvartalet 2006. CTC Media har angivit en prognos för helåret 2007. Försäljningen förväntas uppgå till 460-500 miljoner amerikanska dollar, och företaget väntar sig en konsoliderad OIBDA-marginal (resultat före avskrivningar) om 45-48%. CTC Media kommer att offentliggöra sina resultat för det första kvartalet 2007 den 27 april 2007.

Ungern

Efter accelererande ökning av tittarsiffror och marknadsdelar redovisade Viasat3 en försäljningsökning på 37% till 33 (24) Mkr för det första kvartalet 2007.

Kommersiell tittartidsandel (%)	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
Viasat3 (18-49)	8,2	4,8	5,9

Under det första kvartalet hade Viasat3 fler kunder bland de 100 största reklamköparna än någon annan kanal och Viasat3 kunde under kvartalet redovisa sina bästa tittarsiffror någonsin. Verksamheten redovisade en förbättring av rörelseresultatet till 4 (-3) Mkr för kvartalet.

Slovenien

Försäljningen för TV3 Slovenien ökade till 5 Mkr för det första kvartalet, vilket kunde jämföras med 4 Mkr under det fjärde kvartalet 2006.

Kommersiell tittartidsandel (%)	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
TV3 Slovenien (15-49)	6,1	2,7	4,1

Den nya och förbättrade programtabblån fortsatte att generera rekordhöga tittarsiffror och TV3 fortsätter att investera i en blandning av internationellt beprövade format för egenproduktioner, filmer och sport för att bygga vidare på framgången.

Kanalen redovisade en rörelseförlust på 9 Mkr för det första kvartalet, vilket kunde jämföras med en förlust på 12 Mkr under det fjärde kvartalet 2006.

Betal-TV

Viasats betal-TV-verksamhet i Central- och Östeuropa består av satellit-TV-plattformen i Baltikum och de åtta Viasat-kanaler som säljs via tredje parts kabel- och satellitnätverk till tjugo länder runt om i regionen.

Försäljningen för de kombinerade affärsverksamheterna fördubblades nästan på kvartalsbasis till 83 (43) Mkr. Verksamheterna redovisade tillsammans en mer än tiofaldig ökning i rörelseresultat till 11 (1) Mkr och en rörelsemarginal på 13% (1%).

<i>(tusental)</i>	Mars 2007	Mars 2006	December 2006
DTH Premiumabonnenter Baltikum	96	44	80
Central- & Östeuropa kabel-TV-abonnemang	20.859	14.194	18.619

Viasats betal-TV-plattform i Baltikum redovisade en nettoökning på 16.000 premiumabonnenter under kvartalet och mer än fördubblade abonnentbasen jämfört med det första kvartalet 2006.

Försäljningen av betal-TV-kanaler adderade ytterligare 2,2 miljoner abonnemang under kvartalet. Det totala antalet abonnemang ökade med 47% jämfört med det första kvartalet 2006 och passerade för första gången 20 miljoner. Under mars 2007 adderades en åttonde kanal – TV1000 Polen – till plattformen.

RADIO

<i>(Mkr)</i>	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
Nettoomsättning	150	81	433
Rörelseresultat	6	0	61
Rörelsemarginal (%)	4	0	14
Resultatandel från intressebolag	0	8	17
Totalt rörelseresultat	6	8	78

Den totala försäljningen för koncernens radioverksamhet fördubblades nästan för det första kvartalet. MTG konsoliderade för första gången ett första kvartalsresultat för P4 Radio. MTG redovisade resultaten för P4 Radio som resultatandel från intressebolag fram till och med den 30 september 2006. MTG fortsatte att öka sina andelar på växande marknader och årets första oberoende lyssnarundersökning indikerade att de svenska radiostationerna hade uppnått en rekordräckvidd på 1,9 miljoner lyssnare per dag. Resultaten för MTG Radio i Sverige drevs av ytterligare prisökningar som genomfördes under kvartalet. Efter introduktionen av en ny GRP-baserad prismodell under det första kvartalet 2006 kunde P4 Radio redovisa en rekordhög reklamförsäljning.

Övriga affärsverksamheter

Online <i>(Mkr)</i>	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
Nettoomsättning	413	413	1.611
Rörelseresultat	14	19	12

Det nya affärssegmentet "Online" omfattar CDON.COM, TV-Shop, BET24, Playahead och MTG New Media. Detta segments fokus ligger på att utnyttja koncernens portfölj av online-tillgångar samt på att optimera de synergier som finns mellan MTGs TV- och internetverksamheter. De kombinerade online-affärsverksamheterna redovisade en jämn försäljning på 413 (413) Mkr för kvartalet, men rörelseresultatet minskade till 14 (19) Mkr eftersom ett antal av dessa verksamheter fortfarande befinner sig i sin investeringsfas.

Den ledande nordiska detaljhandeln för underhållningsprodukter på internet CDON.COM redovisade en försäljningsökning på 28% för kvartalet till 214 (167) Mkr och fortsatte återigen att öka sina marknadsandelar inom alla produktkategorier och länder. Den tidigare dominansen av försäljning av DVD- och CD-skivor minskade då andra produktlinjer som pay-per-view-streaming av film och nedladdning av musik ökade starkt. CDON.COM redovisade ett ökat rörelseresultat på 17 (14) Mkr för kvartalet. TV-Shops internetförsäljning ökade med 23% i kvartalet och utgjorde 48% av TV-Shops totala försäljning för perioden.

BET24 redovisade minskad försäljning för det första kvartalet på 85 (109) Mkr. Minskningen återspeglade att företaget har lämnat ett antal länder för att fokusera på de marknader där MTG har möjlighet att dra skalfördelar av sina TV-tillgångar och kan använda sin position för att erbjuda BET24 en god tillgång till marknaden. Denna ändring i fokus gjorde det möjligt för företaget att uppnå ett nollresultat, vilket kunde jämföras med en förlust på 13 Mkr för det första kvartalet 2006.

Modern Studios (Mkr)	Jan-Mar 2007	Jan-Mar 2006	Jan-Dec 2006
Nettoomsättning	120	151	581
Rörelseresultat	2	3	-71

Affärsområdet Modern Studios, vilket huvudsakligen omfattar produktionsbolaget Strix Television och filmproduktions- och filmdistributionsbolaget Sonet, redovisade minskade intäkter för kvartalet på 120 (151) Mkr, med ett rörelseresultat på 2 (3) Mkr. Orsaken till detta var i huvudsak lägre försäljning av TV-produktioner och licenser till format för Strix liksom att affärsverksamheterna inom Brombergs och Engine upphörde.

STRUKTURELLA FÖRÄNDRINGAR

Den 20 mars 2007 tillkännagav koncernen att den hade slutfört förvärvet av 50% och övertagit ledningen av Balkan Media Group Limited ("BMGL"). Köpeskillingen uppgick till 11,6 miljoner euro kontant. BMGL äger sex TV-kanaler i Bulgarien, vilka genererar huvuddelen av sina intäkter från försäljning av abonnemang, samt en TV-operatör i Makedonien. MTG kommer att konsolidera BMGL från och med 1 april 2007 och redovisa verksamhetens resultat inom affärsområdet Viasat. Arbetet med allokering av köpeskillingen, vilket innefattar identifiering och värdering av tillgångar och skulder, pågår och kommer att redovisas i nästa kvartalsrapport.

Den 9 januari 2007 tecknade koncernen ett avtal om att förvärva 90% av det utfärdade aktiekapitalet av internetcommunityn Playahead (www.playahead.com) för 102 Mkr kontant. Playahead är Sveriges andra största internetcommunity med över 560.000 medlemmar. För information om den preliminära allokeringen av köpeskillingen hänvisas till koncernens delårsrapport för fjärde kvartalet 2006 och årsredovisningen 2006.

I slutet av 2006 tillkännagav koncernen att den planerade att lansera två nya sportkanaler i Danmark – TV2 Sport och TV2 Sport Extra. De danska konkurrensmyndigheterna godkände företaget efter det första kvartalets slut och Viasat har därför ingått ett joint venture med det statligt ägda TV2 i Danmark. Företaget kommer att konsolideras proportionellt från och med 11 april 2007 och 50% av försäljningen och kostnaderna kommer att redovisas i koncernens räkenskaper samt att inkluderas i redovisningsmatrisen på raden "Joint Venture & Övrigt" inom affärsområdet Viasat Broadcasting. TV2 Sport-kanalerna väntas uppnå lönsamhet inom två år och den kombinerade finansiella effekten förväntas bli marginellt negativ för

koncernen under denna period. Orsaken till detta är att det nya joint venture-företaget kommer att dela på några av TV3 och TV3+s nuvarande programkostnader, samt att resultera i att Viasat Sport Danmark släcks ned. Viasat Danmark kommer dock att betala relativt sett högre avgifter för att inkludera de nya kanalerna i sin plattform. Utvecklingen kommer därmed att minska kostnadsbasen för fri-TV Skandinavien, men öka kostnadsbasen för betal-TV Norden.

FINANSIELL STÄLLNING

Kassaflöde

Koncernens kassaflöde från den löpande verksamheten ökade starkt, innan förändringar i rörelsekapitalet, till 279 (238) Mkr för kvartalet. Förändringar i rörelsekapitalet uppgick till -339 (-94) Mkr för kvartalet. Detta återspeglade ökade investeringar i köpta och egenproducerade program i Skandinavien och Östeuropa, samt förskottsbetalningar för nyligen införskaffade sporträttigheter. Leverantörsskulder minskade till en mer normal nivå under kvartalet, medan kundfordringar ökade för kvartalet i linje med normala säsongsvariationer. Kassaflödet från rörelsen uppgick således till -60 (144) Mkr för kvartalet.

Koncernens investeringar i aktier uppgick till 178 (83) Mkr för det första kvartalet. Dessa investeringar omfattade netto 68 Mkr för 89% av aktierna i internetcommunityn Playahead i januari 2007, samt de 110 Mkr som koncernen betalade för en andel om 50% i BMGL i mars 2007.

Koncernens investeringar i materiella och immateriella anläggningstillgångar uppgick till 72 (30) Mkr för kvartalet. Investeringarna i immateriella tillgångar återspeglar i huvudsak de investeringar i distributionskontrakten för DTV i Ryssland som har nämnts ovan.

I det första kvartalet utnyttjade koncernen ytterligare 150 Mkr av dess kreditfacilitet på 3,5 miljarder kronor och hade därför utnyttjat 400 Mkr av kreditfaciliteten vid slutet av mars 2007.

Förändringen av kassa och bank uppgick totalt till -206 (50) Mkr för kvartalet.

Likvida medel

Koncernens tillgängliga likviditet, inklusive utnyttjade kreditfaciliteter, uppgick den 31 mars 2007 till 3,6 (4,9) miljarder kronor, jämfört med 4,0 miljarder kronor den 31 december 2006 och utgjordes i huvudsak av de 3,2 miljarder kronor som var utnyttjade av koncernens kreditfacilitet. Kassa och bank uppgick till 448 (1.260) Mkr vid kvartalets utgång, jämfört med 646 Mkr den 31 december 2006.

Nettokassa

Koncernens nettokassa, definierad som kassa och bank samt räntebärande tillgångar minus de räntebärande skulderna, uppgick till 75 (70) Mkr vid rapporteringsperiodens utgång, vilket kan jämföras med en nettokassa på 430 Mkr den 31 december 2006.

Innehav i noterade bolag

Marknadsvärdet på koncernens kvarvarande aktieinnehav i Metro International S.A., vilket uppgick till 1,4% av aktiekapitalet, var 69 Mkr efter stängning den sista handelsdagen i mars 2006. Det bokförda värdet på koncernens aktieinnehav på 39,6% i CTC Media Inc. uppgick till 1.542 Mkr medan marknadsvärdet på aktierna var 10.787 Mkr efter stängning den sista handelsdagen i mars 2007.

Soliditet

Koncernens soliditet uppgick till 56% (54%) per den 31 mars 2007, jämfört med 56% i slutet av december 2006. Soliditeten definieras som koncernens egna kapital i procent av totala tillgångar.

Moderbolaget

Nettoomsättningen för moderbolaget uppgick till 17 (22) Mkr för kvartalet. Finansnettot uppgick till 67 (94) Mkr för kvartalet. Resultat före skatt uppgick till 45 (47) Mkr för kvartalet. MTGs finanspolicy inkluderar en central cash-pool som stödjer koncernbolagen.

ÖVRIG INFORMATION

Koncernens finansiella rapporter har upprättats enligt med samma redovisningsprinciper som för 2006 års bokslut. Denna rapport har upprättats i enlighet med IAS 34 Delårsrapportering och RR 31 Delårsrapportering för koncerner men har inte varit föremål för granskning av bolagets revisorer.

Modern Times Group MTG AB årsstämma 2007

Årsstämman kommer att hållas i Stockholm den 9 maj 2007, klockan 9.30 på biografen Skandia på Drottninggatan 82. Kallelsen till årsstämman, inklusive detaljer för hur och när registrering bör ske, har publicerats och finns tillgängliga på MTGs hemsida eller huvudkontor.

MTGs finansiella resultat för det andra kvartalet och första halvåret 2007 kommer att offentliggöras den 24 juli 2007.

Stockholm, den 24 april 2007

Hans-Holger Albrecht
VD och koncernchef

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

Företaget kommer att hålla en telefonkonferens idag klockan 15.00 CET.

Använd följande nummer för att delta i telefonkonferensen:

Sverige: +46 (0)8 5876 9445
Internationellt: +44 (0)20 7138 0813
USA: +1 718 354 1158

För att lyssna på telefonkonferensen, vänligen gå in på www.mtg.se.

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

Sverige: +46 (0)8 5876 9441
Internationellt: +44 (0)20 7806 1970
USA: +1 718 354 1112

Uppspelningskoden är: 3431288#

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 den näst största geografiska spridningen av radio- och TV-verksamhet i Europa. MTGs Viasat Broadcasting är den största Fri- och Betal-TV-operatören i Skandinavien och Baltikum och driver även TV-kanaler i Tjeckien, Ryssland, Ungern, Slovenien och på Balkan. Viasats kanaler når 100 miljoner människor i 26 länder. MTG är även den största ägaren i Rysslands största oberoende TV-nätverk (CTC Media – NASDAQ: CTCM), och den största kommersiella radiooperatören i Norden och Baltikum.

Modern Times Group MTG AB:s A och B-aktier handlas på Nordiska Börsens Large-Cap-lista under symbolerna MTGA och MTGB.

KONCERNENS RESULTATRÄKNING	2007	2006	2006
I SAMMANDRAG (Mkr)	Jan-Mar	Jan-Mar	Jan-Dec
Nettoomsättning	2.629	2.362	10.136
Kostnad för sålda varor och tjänster	-1.623	-1.385	-5.908
Bruttoresultat	1.006	976	4.229
Försäljnings- och administrationskostnader	-695	-678	-2.843
Övriga rörelseintäkter och -kostnader, netto	-5	7	-66
Resultat från andelar i intresseföretag	163	147	458
Rörelseresultat	468	453	1.777
Resultat från värdepapper	-	2	3
Ej kassapåverkande resultateffekt av nyemission vid börsintroduktion av CTC Media Inc.	-	-	241
Övrigt finansnetto	-2	-15	-5
Resultat före skatt	467	440	2.016
Skatt	-151	-135	-517
Periodens resultat	316	305	1.499
<i>Hänförligt till:</i>			
Moderbolagets aktieägare	305	291	1.437
Minoritetsintresse	11	14	62
Periodens resultat	316	305	1.499
Aktier vid periodens slut	67.053.405	66.382.410	67.042.524
Genomsnittligt antal aktier före utspädning	67.046.151	66.377.574	66.591.869
Genomsnittligt antal aktier efter utspädning	67.120.144	66.690.779	66.994.844
Resultat per aktie före utspädning (kr)	4,55	4,38	21,57
Resultat per aktie efter utspädning (kr)	4,47	4,36	20,55

KONCERNENS BALANSRÄKNING
I SAMMANDRAG (Mkr)

2007-03-31 2006-03-31 2006-12-31

Anläggningstillgångar

Goodwill	2.459	1.831	2.235
Övriga immateriella tillgångar	988	388	875
Maskiner och inventarier	163	137	156
Aktier och andelar	1.641	2.984	1.525
Övriga finansiella tillgångar	98	181	101
	<u>5.349</u>	<u>5.520</u>	<u>4.891</u>

Omsättningstillgångar

Varulager	1.532	1.298	1.363
Kortfristiga fordringar	2.471	2.145	2.305
Kassa, bank och kortfristiga placeringar	448	1.260	646
	<u>4.450</u>	<u>4.703</u>	<u>4.314</u>
Summa tillgångar	9.799	10.223	9.205

Eget kapital

Eget kapital	5.352	5.475	4.984
Minoritetsintresse	140	74	121
	<u>5.492</u>	<u>5.549</u>	<u>5.105</u>

Långfristiga skulder

Andra räntebärande skulder	6	67	26
Avsättningar	336	211	278
Ej räntebärande skulder	1	19	1
	<u>343</u>	<u>296</u>	<u>305</u>

Kortfristiga skulder

Konvertibelt förlagslån 2001/2006	-	1.125	-
Andra räntebärande skulder	412	37	239
Ej räntebärande skulder	3.553	3.216	3.557
	<u>3.965</u>	<u>4.377</u>	<u>3.796</u>
Summa eget kapital och skulder	9.799	10.223	9.205

KONCERNENS KASSAFLÖDESANALYS	2007	2006	2006
I SAMMANDRAG (Mkr)	Jan-Mar	Jan-Mar	Jan-Dec
Kassaflöde från den löpande verksamheten	279	238	1.372
Förändringar i rörelsekapitalet	-339	-94	-78
Kassaflöde från rörelsen	-60	144	1.294
Erhållet vid försäljning av aktier	-	21	21
Investeringar i aktier i dotterbolag och intressebolag	-178	-83	-645
Investeringar i andra anläggningstillgångar	-72	-30	-329
Övrigt kassaflöde från investeringsaktiviteter	-	-	2
Kassaflöde till/från investeringsaktiviteter	-251	-92	-950
Nettoförändring lån	150	-59	-930
Övrigt kassaflöde från/till finansiella aktiviteter	-45	56	53
Periodens förändring av kassa och bank	-206	50	-533
Kassa, bank och kortfristiga placeringar vid periodens början	646	1.207	1.207
Omräkningsdifferens likvida medel	7	3	-28
Kassa, bank och kortfristiga placeringar vid periodens slut	448	1.260	646

AVSTÄMNING EGET KAPITAL

I SAMMANDRAG (Mkr)	2007-03-31	2006-03-31	2006-12-31
Ingående eget kapital	5.105	5.306	5.306
Förändring minoritetsintressen	3	10	-6
Effekter av personaloptionsprogram	2	1	6
Utnyttjande av personaloptioner	3	2	193
Omvärdering aktier till marknadsvärde	3	-74	-379
Utskiftning aktier i Metro International S.A.	-	-	-1.495
Kassaflödessäkringar	22	-10	-26
Omräkningsdifferenser	39	9	7
Periodens resultat	316	305	1.499
Utgående eget kapital	5.492	5.549	5.105
<i>Hänförligt till:</i>			
Moderbolagets aktieägare	5.352	5.475	4.984
Minoritetsintresse	140	74	121
Totalt eget kapital	5.492	5.549	5.105

NETTOOMSÄTTNING (Mkr)	Q1 2006	Q2 2006	Q3 2006	Q4 2006	Helår 2006	Q1 2007
Viasat Broadcasting						
Fri-TV Skandinavien	722,5	810,3	653,1	852,0	3.037,9	713,4
Betal-TV Norden	748,9	781,9	803,3	849,2	3.183,3	877,2
- DTH plattform	704,1	727,3	753,6	784,3	2.969,3	797,7
- TV-kanaler	310,9	323,9	323,8	338,7	1.297,4	362,2
- Elimineringar	-266,1	-269,3	-274,2	-273,8	-1.083,4	-282,7
Central- och Östeuropa	387,6	532,8	367,5	552,8	1.840,7	477,6
- Fri-TV Baltikum	102,2	134,0	88,1	146,7	471,0	110,6
- Viasat3 Ungern	24,1	30,9	23,4	38,2	116,6	32,9
- DTV Ryssland	38,2	50,8	40,5	51,2	180,5	61,4
- TV Prima Tjeckien	180,1	266,1	158,9	243,5	848,7	184,0
- TV3 Slovenien	-	-	0,3	3,5	3,8	5,3
- Betal-TV DTH plattform och kanaler	43,1	51,0	56,3	69,7	220,1	83,3
JV, övrigt och elimineringar	-55,0	-67,6	-75,7	-58,5	-256,8	-64,8
Totalt	1.803,9	2.057,4	1.748,2	2.195,5	7.805,2	2.003,4
Radio	80,8	98,5	85,2	169,0	433,4	150,1
Online						
CDON	166,7	142,8	174,9	256,0	740,3	213,6
BET24	108,7	117,5	97,7	102,2	426,1	85,3
Övrigt och elimineringar	137,8	108,1	97,4	101,2	444,5	113,9
Totalt	413,1	368,4	370,0	459,4	1.610,9	412,7
Modern Studios	150,7	116,7	153,0	160,8	581,2	120,1
Moderbolag och övriga bolag	28,2	31,9	26,6	24,6	111,2	23,4
Elimineringar	-114,9	-96,2	-102,7	-91,7	-405,5	-81,1
KONCERNEN TOTALT	2.361,8	2.576,8	2.280,2	2.917,6	10.136,5	2.628,6

RÖRELSERESULTAT (Mkr)	Q1 2006	Q2 2006	Q3 2006	Q4 2006	Helår 2006	Q1 2007
Viasat Broadcasting						
Fri-TV Skandinavien	140,0	163,0	84,3	174,1	561,5	110,1
Betal-TV Norden	125,1	140,2	158,6	172,9	596,8	148,2
- DTH plattform	79,5	81,0	93,5	103,8	357,8	93,1
- TV-kanaler	45,7	59,2	65,1	69,1	239,0	55,1
Central- och Östeuropa	50,8	118,8	23,4	110,8	303,9	59,0
- Fri-TV Baltikum	17,3	48,3	7,7	54,6	127,9	17,8
- Viasat3 Ungern	-3,1	3,8	-1,8	5,4	4,3	4,1
- DTV Ryssland	2,4	-0,8	-2,8	3,7	2,6	6,2
- TV Prima Tjeckien	33,6	67,1	17,9	52,4	171,1	29,2
- TV3 Slovenien	-	-	-2,9	-11,9	-14,8	-8,9
- Betal-TV DTH plattform och kanaler	0,6	0,4	5,3	6,6	12,9	10,5
JV & Övrigt	3,0	3,3	3,2	9,0	18,6	1,9
Resultatandel intressebolag (CTC Media, Inc.)	138,4	104,5	150,7	38,6	432,2	162,1
Totalt	457,4	529,9	420,2	505,5	1.913,0	481,3
Radio	0,2	16,6	8,7	35,9	61,4	6,4
Resultatandel intressebolag	7,6	5,8	6,1	-2,7	16,8	0,0
Totalt	7,8	22,5	14,8	33,2	78,2	6,4
Online						
CDON	13,7	9,9	11,3	18,7	53,6	17,3
BET24	-13,4	-24,5	-7,5	-8,7	-54,1	-0,1
Övrigt och elimineringar	19,1	-2,8	-5,7	1,6	12,2	-2,9
Totalt	19,4	-17,5	-1,9	11,6	11,7	14,3
Modern Studios	3,4	3,1	2,3	-79,2	-70,5	1,7
Moderbolag och övriga bolag	-35,5	-52,3	-31,2	-36,0	-155,0	-35,2
KONCERNEN TOTALT	452,5	485,6	404,3	435,1	1.777,5	468,4

Nyckeltal

	Q1 2006	Q2 2006	Q3 2006	Q4 2006	Helår 2006	Q1 2007
KONCERNEN						
Försäljningstillväxt %	36,8	30,4	24,2	18,3	26,5	11,3
Förändring i rörelsekostnader %	29,4	29,1	23,5	22,0	25,5	13,0
Rörelsemarginal %	19,0	18,8	17,7	14,7	17,5	17,8
Avkastning på sysselsatt kapital %	23	26	28	29		30
Avkastning på eget kapital %	19	21	28	28		28
Soliditet %	54	61	51	56		56
Likvida medel (inkl. outnyttjade kreditfaciliteter), Mkr	4.860	4.055	3.590	3.996		3.648
Nettokassa, Mkr	70	420	-28	430		75
Abonnentinformation						
Totala digitala abonnenter (tusental)	837	858	884	929		943
Totala premiumabbonenter (tusental)	690	719	755	817		837
FRI-TV SKANDINAVIEN						
Försäljningstillväxt %	10,1	7,2	4,3	-2,6	4,3	-1,3
Förändring i rörelsekostnader %	-2,6	6,0	8,3	-1,2	2,3	3,6
Rörelsemarginal %	19,4	20,1	12,9	20,4	18,5	15,4
Kommersiell tittartidsandel (%)						
TV3 & TV6 Sverige (15-49)*	30,4	30,9	32,7	31,6	31,4	33,1
TV3 & ZTV Norge (15-49)	17,1	16,6	18,2	16,6	17,0	16,2
TV3 & TV3+ Danmark (15-49)	20,9	22,3	21,8	22,2	21,8	21,6
* Innan maj 2006 inkluderar siffrorna ZTV						
Penetration (%)						
TV3 Sverige	75	75	75	78		79
TV6 Sverige	-	67	67	75		78
ZTV Sverige	67	n/a	n/a	45		45
TV3 Norge	63	63	63	63		63
ZTV Norge	39	43	45	46		46
TV3 Danmark	66	66	66	66		66
TV3+ Danmark	64	64	65	66		66
BETAL-TV NORDEN						
Försäljningstillväxt %	23,8	24,2	19,5	17,0	20,9	17,1
Förändring i rörelsekostnader %	29,3	25,4	19,0	15,3	21,9	16,9
Rörelsemarginal %	16,7	17,9	19,7	19,9	18,6	16,9
Abonnentinformation						
Premium abonnenter (tusental)	646	669	696	737		741
- av vilka, DTH satellit	632	652	673	708		708
- av vilka, Bredband	14	17	23	29		33
Bas DTH abonnenter	147	139	129	112		106
Premium ARPU (kronor)	3.341	3.370	3.460	3.470		3.468
CENTRAL- & ÖSTEUROPA						
Försäljningstillväxt %	199,7	208,1	162,5	49,2	126,5	23,2
Förändring i rörelsekostnader %	137,8	171,5	133,2	50,1	108,7	24,3
Rörelsemarginal %	13,1	22,3	6,4	20,0	16,5	12,3
Kommersiell tittartidsandel (%)						
TV3 & 3+ Estland (15-49)	47,9	46,6	44,7	41,4	45,1	44,7
TV3 & 3+ Lettland (15-49)	35,4	37,2	39,4	36,2	36,9	38,9
TV3 & Tango TV Litauen (15-49)	33,4	32,7	35,2	35,4	34,2	40,3
Viasat3 Ungern (18-49)	4,8	5,3	6,9	6,8	5,9	8,2
DTV Ryssland (6-54)	2,1	2,1	2,2	2,2	2,1	2,6
TV Prima Tjeckien (15+)	20,7	22,7	22,5	21,8	21,8	21,8
TV3 Slovenien (15-49)	2,7	3,0	3,5	7,3	4,1	6,1
CTC Media & The Home Channel Ryssland (4+)*	12,1	13,0	11,6	10,5	11,8	11,2
* Tittartidsandel						
Abonnentinformation						
DTH Premium Baltikum (tusental)	44	50	59	80		96
Mini-pay-TV abonnenter (tusental)	14.194	15.623	17.200	18.619		20.859