



MOVING FORWARD

RELEVANZ
INNOVATION
WERTE

INHALT

KONZERNZWISCHENLAGE- BERICHT _____ 3

Auf einen Blick_____	3
Wesentliche Ereignisse_____	6
Geschäftsverlauf der ProSiebenSat.1 Group_	9
ProSiebenSat.1 Media SE Aktie_____	27
Risiko- und Chancenbericht_____	29
Prognosebericht_____	30

KONZERNZWISCHEN- ABSCHLUSS _____ 33

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung____	33
Konzern-Gesamtergebnisrechnung_____	34
Konzern-Bilanz_____	35
Konzern-Eigenkapital- Veränderungsrechnung_____	37
Konzern-Kapitalflussrechnung_____	38
Konzern-Anhang_____	39

INFORMATIONEN _____ 50

Versicherung der gesetzlichen Vertreter__	50
Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht_____	51
Finanzkalender_____	52
Impressum_____	53

AUF EINEN BLICK

- **Konzernumsatz wie erwartet unter Vorjahr:** Aufgrund des anhaltend herausfordernden Konjunkturmehrfelds sowie Konsolidierungseffekten verringerte sich der Konzernumsatz im zweiten Quartal 2023 auf 868 Mio Euro (Vorjahr: 1.043 Mio Euro) bzw. im ersten Halbjahr auf 1.683 Mio Euro (Vorjahr: 1.983 Mio Euro).
- **Konjunkturertrübung belastet Werbemarkt weiterhin:** Die TV-Werbeumsätze in der DACH-Region gingen im zweiten Quartal 2023 im Vergleich zum Vorjahr erneut zurück, wenn auch weniger ausgeprägt als im ersten Quartal. Demgegenüber setzt sich das Wachstum der digitalen & smarten Werbeerlöse fort, was unter anderem auf Joyn zurückzuführen ist. Die insgesamt geringeren Investitionen in Werbung prägten – neben dem Entertainment-Segment – das Geschäft der SevenVentures im Segment Commerce & Ventures.
- **Ergebnis vor allem durch die geringere Profitabilität des Werbegeschäfts beeinträchtigt:** Das adjusted EBITDA des Konzerns lag mit 79 Mio Euro (Vorjahr: 155 Mio Euro) im zweiten Quartal bzw. 133 Mio Euro (Vorjahr: 267 Mio Euro) auf Halbjahressicht deutlich unter Vorjahr. Dies reflektiert unsere Erwartungen in einem herausfordernden Marktumfeld.
- **In der zweiten Jahreshälfte 2023 rechnen die Wirtschaftsforschungsinstitute mit einer konjunkturellen Entspannung:** ProSiebenSat.1 erwartet – parallel zum prognostizierten konjunkturellen Aufschwung – eine spürbare Erholung des wichtigen Werbegeschäfts in der zweiten Jahreshälfte. Dem Umsatz folgend dürfte dann auch das adjusted EBITDA durch Aufholeffekte geprägt sein.
- **Jahresausblick unter der Annahme einer deutlichen Erholung des Werbegeschäfts im zweiten Halbjahr bestätigt:** ProSiebenSat.1 erwartet auf Jahressicht ein leichtes organisches Umsatzwachstum auf rund 4,10 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 150 Mio Euro sowie ein adjusted EBITDA von rund 600 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 50 Mio Euro.
- **Um unsere Wachstumsziele zu erreichen, richten wir die Organisation neu aus:** Wir bauen die für uns strategisch relevanten Geschäftsfelder aus und rücken Joyn in das Zentrum unserer Entertainment-Aktivitäten. Gleichzeitig konzentrieren wir uns auf Kosteneffizienz und Rentabilität.

Das makroökonomische Umfeld in der DACH-Region – und damit dem Kernmarkt der ProSiebenSat.1 Group – bleibt wie erwartet herausfordernd: Dies beeinflusst das konjunktursensitive Werbegeschäft im zweiten Quartal 2023 weiterhin deutlich, wenngleich etwas weniger ausgeprägt als noch im ersten Quartal. Die bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren liegen daher erwartungsgemäß unter dem Vorjahresniveau. Dies gilt auch für die gesamte erste Jahreshälfte.

Im zweiten Quartal 2023 ging der Konzernumsatz auf 868 Mio Euro (Vorjahr: 1.043 Mio Euro) zurück. Das adjusted EBITDA verzeichnete einen deutlichen Rückgang auf 79 Mio Euro (Vorjahr: 155 Mio Euro). Hauptgrund war, dass die Investitionen in Werbung wie erwartet auch im zweiten Quartal insgesamt gesunken sind. Der Werbemarkt ist sehr konjunktursensitiv, was sich neben dem Entertainment-Segment auch im Geschäft der SevenVentures (Segment Commerce & Ventures) zeigt. Zudem wirkten sich Konsolidierungseffekte und hier vor allem der im Vorjahr erfolgte Verkauf des US-Produktionsgeschäft der Red Arrow Studios negativ auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung aus. Das adjusted net income reflektierte diese Entwicklung und sank auf 4 Mio Euro (Vorjahr: 64 Mio Euro).

Entsprechend verzeichneten die Umsatz- und Ergebnisgrößen des Konzerns auch auf Halbjahressicht einen Rückgang im Vergleich zum Vorjahr: Der Konzernumsatz lag bei 1.683 Mio Euro (Vorjahr: 1.983 Mio Euro), das adjusted EBITDA verringerte sich auf 133 Mio Euro

(Vorjahr: 267 Mio Euro) und das adjusted net income sank im Halbjahresvergleich auf minus 11 Mio Euro (Vorjahr: 101 Mio Euro).

Der Verschuldungsgrad lag zum 30. Juni 2023 bei 3,3x (31. Dezember 2022: 2,4x; 30. Juni 2022: 2,4x) und damit unterjährig wie erwartet über dem für das Jahresende 2023 prognostizierten Zielkorridor von 2,5x bis 3x. Dies ist im Wesentlichen auf das rückläufige adjusted EBITDA zurückzuführen.

Die Entwicklung der Finanzkennzahlen liegt damit im Rahmen unserer Erwartungen. Vor diesem Hintergrund bestätigt die ProSiebenSat.1 Group ihren Jahresausblick. Dieser basiert für das Gesamtjahr 2023 auf der Annahme einer zweigeteilten Entwicklung. So geht ProSiebenSat.1 parallel zum prognostizierten konjunkturellen Aufschwung davon aus, dass sich das margenstarke Werbegeschäft in der wichtigen zweiten Jahreshälfte deutlich erholt. Erheblichen Umsatz- und Ergebnisbelastungen im ersten Halbjahr steht folglich ein prognostizierter deutlicher Aufholeffekt im zweiten Halbjahr gegenüber.

In diesem Umfeld setzt ProSiebenSat.1 den Fokus auf Kosteneffizienz und Rentabilität – auch um weiterhin Spielraum für Investitionen in Inhalte und den Ausbau des Digitalangebots zu haben. Wir arbeiten konsequent daran, uns als Gruppe noch effizienter aufzustellen. Eine wettbewerbsfähige Organisationsstruktur ist die Basis für profitables und nachhaltiges Wachstum.

Gleichzeitig verfolgen wir die klare Strategie, neue Mediennutzungsinteressen zu adressieren und vor allem in digitale Angebote zu investieren. Dies zeigt sich trotz der Belastungen im Werbemarkt auch im zweiten Quartal 2023: So steigen in der DACH-Region die digitalen & smarten Werbeerlöse des Konzerns erneut, unter anderem aufgrund des Wachstums bei der Streaming-Plattform Joyn. Denn bei allem, was wir tun, gilt der Grundsatz: „Viewers and Users First“. Das bedeutet: Wir stellen unsere Zuschauer:innen und Nutzer:innen in den Mittelpunkt unseres Handelns und richten unsere Angebote nach ihren Bedürfnissen aus. Nur so können wir unser Ziel erreichen: Wir wollen die Nummer Eins im deutschsprachigen Unterhaltungsmarkt sein, profitabel und wachstumsstark.

Die Mitarbeiter:innen des Konzerns sind entscheidend für die erfolgreiche Umsetzung dieser Strategie. Zum 30. Juni 2023 waren umgerechnet auf vollzeitäquivalente Stellen 7.393 Mitarbeiter:innen bei der ProSiebenSat.1 Group beschäftigt (Vorjahr: 7.800). Der Rückgang um 407 Mitarbeiter:innen ist im Wesentlichen auf den Verkauf der US-amerikanischen Produktionsgesellschaften der Red Arrow Studios (heute: Seven.One Studios) sowie auf die Reorganisation der ParshipMeet Group – insbesondere im Video-Geschäft in den USA – zurückzuführen. Einen gegenläufigen Effekt hatte vor allem die Integration der Streaming-Plattform Joyn.

KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	Q2 2023	Q2 2022 ¹	H1 2023	H1 2022 ¹
Umsatzerlöse	868	1.043	1.683	1.983
Adjusted EBITDA ²	79	155	133	267
Adjusted net income ³	4	64	-11	101
Adjusted Operating Free Cashflow ⁴	-33	109	-57	254
Zuschauermarktanteile (in %) ⁵	25,4	25,5	24,8	25,2

	30.06.2023	31.12.2022	30.06.2022 ¹
Mitarbeiter:innen ⁶	7.393	7.284	7.800
Programmvermögen	1.074	1.086	1.098
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	336	504	490
Netto-Finanzverbindlichkeiten	1.782	1.613	1.881 ⁸
Verschuldungsgrad ⁷	3,3	2,4	2,4 ⁸

1 Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

2 Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.

3 Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen sowie Wertminderungen auf Geschäfts- und Firmenwerte, bereinigt um Sondereffekte. Dazu zählen im sonstigen Finanzergebnis erfasste Bewertungseffekte, Bewertungseffekte aus Put-Options-Verbindlichkeiten, Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften sowie sonstige wesentliche Einmaleffekte. Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte ebenfalls bereinigt. Siehe Geschäftsbericht 2022, S. 134.

4 Eine Definition des adjusted Operating Free Cashflows findet sich im Geschäftsbericht 2022, S. 131.

5 Deutschland: ProSiebenSat.1 Group; AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.2; 01.01.2022-30.06.2023; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen; Zielgruppe: 14–49 Jahre.

6 Vollzeitäquivalente Stellen.

7 Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate.

8 Vor Umgliederung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von den zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften.

» INFORMATION

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen gegebenenfalls nicht exakt zu der angegebenen Summe addieren und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

WESENTLICHE EREIGNISSE

Ausführungen zum Zahlungsdienstenaufsichtsgesetz-Sachverhalt

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Rahmen des am 28. April 2023 veröffentlichten Geschäftsberichts für das Geschäftsjahr 2022 ausführlich über die Geschäftstätigkeit der Jochen Schweizer GmbH und der mydays GmbH im Hinblick auf das Zahlungsdienstenaufsichtsgesetz („ZAG“) und der damit verbundenen Vorgänge berichtet. Zum Zeitpunkt der Beschlussfassung über die Aufstellung des Halbjahresfinanzberichts 2023 liegen hierzu keine wesentlichen neuen Informationen vor. Für eine umfassende Darstellung des Sachverhalts verweisen wir daher auf den Geschäftsbericht.

→ [Geschäftsbericht 2022, Kapitel „Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis“](#)

Personelle Veränderung im Vorstand

Martin Mildner ist seit 1. Mai 2023 Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO) der ProSiebenSat.1 Media SE. Er folgt auf Ralf Peter Gierig, der sein Amt als Finanzvorstand am 27. April 2023 vor Beschlussfassung über die Aufstellung des Jahres- und Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2022 in gegenseitigem Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE niedergelegt hat und aus dem Vorstand ausgeschieden ist.

Martin Mildner war zuletzt Finanzvorstand der im MDAX notierten United Internet AG und hatte die Konzerntochter IONOS erfolgreich an die Börse gebracht. Davor war er langjähriger General Counsel und Global Head of M&A der Otto Group, bei der er unter anderem für den Aufbau des Online-Modehändlers ABOUT YOU Holding SE („ABOUT YOU“) und die Vorbereitung dessen Börsengangs im Jahr 2021 verantwortlich war.

Zudem hat sich Wolfgang Link, bisheriger Vorstand Entertainment und CEO der Seven.One Entertainment Group GmbH, nach 14 Jahren bei ProSiebenSat.1 im Juni 2023 entschieden, den Konzern im besten Einvernehmen zum 15. Juli 2023 zu verlassen. Aufgrund der strategischen Neuausrichtung des Konzerns und der Fokussierung auf das Kerngeschäft Entertainment übernimmt Bert Habets, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Group, die Führung des Entertainment-Segments.

Personelle Veränderungen im Aufsichtsrat

Am 16. Juni 2023 gab ProSiebenSat.1 bekannt, dass Erik Huggers, Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE, sein Mandat nach neun Jahren zum 30. Juni 2023 niederlegt. Entsprechend den gesetzlichen Vorgaben beabsichtigt die Gesellschaft zur Regelung der Nachfolge von Erik Huggers, einen Antrag auf gerichtliche Bestellung eines neuen Mitglieds des Aufsichtsrats zu stellen und dem Gericht Klara Brachtlova als Nachfolge von Erik Huggers vorzuschlagen. Sie verfügt über langjährige Erfahrung als Medienmanagerin und ist Chief External Affairs der zur tschechischen PPF Group gehörenden mittel- und osteuropäischen Mediengruppe Central European Media Enterprise Ltd. („CME“).

Am 30. Juni 2023 hat die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE Katharina Behrends, Dr. Katrin Burkhardt, Thomas Ingelfinger und Prof. Dr. Cai-Nicolas Ziegler mit deutlicher Mehrheit als neue Mitglieder in den ProSiebenSat.1-Aufsichtsrat gewählt. Die Hauptversammlung folgte damit den Vorschlägen des Aufsichtsrats. Die Mandate standen zur Wahl, da die reguläre Amtszeit von Dr. Marion Helmes, stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende, sowie Lawrence A. Aidem und Dr. Antonella Mei-Pochtler, Mitglieder des Aufsichtsrats, jeweils mit Beendigung der Hauptversammlung ausliefen. Ein weiterer Sitz war durch den Wechsel von Bert Habets vom Aufsichtsrat in den Konzernvorstand zum 1. November 2022 frei geworden.

Katharina Behrends zeichnet über 25 Jahre Erfahrung in Führungsfunktionen bei globalen Medienkonzernen aus, seit Oktober 2022 ist sie General Manager für die DACH-Region von MFE-MEDIAFOREUROPE N.V. („MFE“). Dr. Katrin Burkhardt ist Mitglied des Aufsichtsrats der Privatbank ODDO BHF SE („ODDO BHF“) und hat umfassende Erfahrung in den Bereichen Rechnungswesen, Risikomanagement und Compliance. Thomas Ingelfinger war zuletzt im Vorstand der Beiersdorf AG („Beiersdorf“) verantwortlich für das Kosmetikgeschäft in Europa. Er verfügt über langjährige Führungserfahrung in einem börsennotierten, international agierenden Unternehmen sowie Expertise in der Markenführung einiger der weltweit bekanntesten Verbrauchermarken. Prof. Dr. Cai-Nicolas Ziegler ist CEO des Health-Tech-Unternehmens doctari group („doctari group“) und Informatik-Professor mit Schwerpunkt Künstlicher Intelligenz. Er hat fundierte Kenntnisse in den Bereichen digitale Geschäftsentwicklung, digitales Product Management sowie Daten und Werbetechnologien.

Die Vorschläge für die Aufsichtsratskandidat:innen sind das Ergebnis eines umfassenden Auswahlprozesses, den der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE Mitte des vergangenen Jahres angestoßen hatte, und der unter anderem auch die Eigentümerstruktur der ProSiebenSat.1 Media SE berücksichtigte. Gleichzeitig tragen sie dem Kompetenzprofil Rechnung: So werden die neuen Mitglieder aufgrund ihrer langjährigen Erfahrungen und jeweils sehr unterschiedlichen Qualifikationen ProSiebenSat.1 bei der digitalen Transformation unterstützen.

→ www.prosiebensat1.com/unternehmen/aufsichtsrat/

Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2022

Neben der Wahl der Aufsichtsratsmitglieder haben die Aktionär:innen auf der ordentlichen Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE am 30. Juni 2023 zugestimmt, dass eine deutlich reduzierte Dividende in Höhe von 0,05 Euro je Aktie an die dividendenberechtigten Inhaber:innen für das Geschäftsjahr 2022 ausgeschüttet wird (Vorjahr: 0,80 Euro). Die Dividende in Höhe von insgesamt 11 Mio Euro wurde am 5. Juli 2023 ausbezahlt.

→ [ProSiebenSat.1 Media SE Aktie](#)

Mit der reduzierten Dividendenausschüttung legt ProSiebenSat.1 den Grundstein für ein langfristig gesundes Wachstum des Unternehmens und eine solide Finanzstruktur. Diese Zielsetzung spiegelt auch die – wie zum 27. April 2023 kommuniziert – angepasste und ab dem Geschäftsjahr 2023 geltende Dividendenpolitik wider: Bei der Bemessung von Ausschüttungen an die Aktionär:innen berücksichtigt der Konzern neben dem allgemeinen wirtschaftlichen Umfeld und dem bereinigten Konzernjahresüberschuss (adjusted net income) als Bezugsgröße für das Ausschüttungsvolumen nunmehr mit besonderem Fokus ein angemessenes Niveau des Verschuldungsgrads. Darüber hinaus beachtet ProSiebenSat.1 ebenso die Erfordernisse zu Investitionen in das operative Geschäft. Unter Berücksichtigung der vorgenannten Kriterien strebt der Konzern an, künftig grundsätzlich 25 bis 50 Prozent des adjusted net income auszuschütten.

ProSiebenSat.1 richtet Organisation konsequent auf Wachstumsstrategie aus

Die ProSiebenSat.1 Group hat am 18. Juli 2023 angekündigt, den nächsten Schritt in ihrer Neuausrichtung zu gehen: Nachdem der Konzern die Streaming-Plattform Joyn zum 31. Oktober 2022 vollständig übernommen hatte und sie in den Mittelpunkt seiner Entertainment-Aktivitäten stellt, erfolgt nun eine Neuaufstellung der Organisation, insbesondere im Entertainment-Segment. Das Ziel sind eine effizientere Struktur, eine wettbewerbsfähige Kostenbasis sowie klar auf die digitale Transformation ausgerichtete Prozesse. Dies hat Priorität, um weiterhin konsequent in die Zukunft der Gruppe investieren zu können, insbesondere in Inhalte und digitale Angebote.

Vor diesem Hintergrund ist auch ein Stellenabbau in der Gruppe notwendig geworden: Davon sind rund 400 Vollzeitstellen betroffen. Der Stellenabbau wird durch ein Freiwilligen-Programm sozialverträglich erfolgen, um betriebsbedingte Kündigungen weitestgehend zu vermeiden. Hierauf hatte sich das Unternehmen in Gesprächen mit den Arbeitnehmervertretern geeinigt.

Da dem Betriebsrat die Eckpunkte des Freiwilligen-Programms zum Ende des zweiten Quartals kommuniziert wurden, hat der Konzern zum 30. Juni 2023 eine Rückstellung in Höhe von 58 Mio Euro gebildet.

→ Ertragslage des Konzerns

Erste Effekte der reduzierten Sach- und Personalkosten der gesamten Gruppe werden im vierten Quartal dieses Jahres sichtbar und belaufen sich für 2023 voraussichtlich auf einen niedrigen zweistelligen Millionen-Euro-Betrag. Dies hat ProSiebenSat.1 bereits im Finanzausblick für das Gesamtjahr 2023 berücksichtigt. Der vollständige Kosteneffekt für 2024 wird sich auf einen mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Betrag belaufen.

→ Unternehmensausblick

GESCHÄFTSVERLAUF DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

RAHMENBEDINGUNGEN DES KONZERNS

Konjunkturelle Entwicklungen

Nachdem die **Weltwirtschaft** im Jahr 2022 mit großen Herausforderungen konfrontiert war, befindet sie sich aktuell auf langsamem Erholungskurs. Der Aufschwung bleibt jedoch bislang wenig dynamisch und ist mit vielen Unsicherheiten behaftet. Trotz der im ersten Halbjahr 2023 sinkenden Rohstoffpreise und abnehmender Spannungen in den Lieferketten blieb die Inflation weltweit auf hohem Niveau. Vor diesem Hintergrund haben die US-Notenbank Federal Reserve (Fed) und die Europäische Zentralbank (EZB) ihre Leitzinsen weiter erhöht. Dennoch ist die amerikanische Wirtschaft zu Jahresbeginn weiter moderat gewachsen, unter anderem gestützt durch höhere private Konsumausgaben. Stärkere Wachstumsimpulse kamen nach dem Ende der COVID-19-Maßnahmen vor allem aus China.

Die europäische Konjunktur wurde insbesondere durch die schwache Entwicklung in **Deutschland** gedämpft. Hier sank die Wirtschaftsleistung im ersten Quartal 2023 erneut um real 0,3 Prozent gegenüber dem Vorquartal, nachdem sie bereits im Schlussquartal 2022 um 0,5 Prozent nachgegeben hatte. Damit fiel die deutsche Wirtschaft im Winterhalbjahr 2022/23 in eine Rezession. Infolge der hohen Inflation entwickelte sich vor allem der private Konsum im ersten Quartal 2023 – wie schon im Vorquartal – mit minus 1,2 Prozent rückläufig. Zu Beginn des zweiten Quartals ging die Inflation zwar weiter zurück, jedoch verursachten vor allem Sondereffekte aufgrund der Entlastungspakete, mit denen die Bundesregierung im Vorjahr Unterstützung geboten hatte, einen leichten Anstieg auf 6,4 Prozent im Juni. Im Mai lag die Inflationsrate im Vergleich bei 6,1 Prozent. All dies schmälerte somit die Kaufkraft weiterhin deutlich. Aktuelle Prognosen zufolge dürfte die Wirtschaftsleistung im zweiten Quartal auf dem Niveau des Vorquartals stagnieren.

→ **Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen**

Entwicklungen relevanter Marktumfelder

ENTERTAINMENT

Wir transformieren unser Kerngeschäft Entertainment mit Fokus auf digitalem Wachstum. ProSiebenSat.1 treibt die Digitalisierung von Werbung weiter voran und schafft unter dem Dach „Advanced TV“ immer passgenauere Lösungen für Kunden – sowohl im TV-Werbeumfeld als auch auf der Streaming-Plattform Joyn. Dabei kombiniert der Konzern konsequent die Vorteile des klassischen Fernsehens – wie seine hohe Reichweite – mit den Vorteilen der digitalen Werbung, wie etwa datenbasiertem Targeting. Ein Beispiel sind die unterschiedlichen Addressable-TV-Produkte, die eine zielgerichtete, kontextbezogene Aussteuerung von Werbung im TV ermöglichen. Einen weiteren Bereich, in den ProSiebenSat.1 zuletzt stark investiert hat, ist Programmatic TV. Ziel ist hier, den Prozess von der Buchung bis hin zur Auspielung von linearen TV-Werbeflächen zu automatisieren.

Während unsere digitalen & smarten Werbeerlöse trotz wirtschaftlich schwieriger Zeiten wachsen, entwickelten sich die Umsätze mit TV-Werbung rückläufig. Laut Nielsen Media Research gingen die TV-Werbeeinnahmen der ProSiebenSat.1 Group im zweiten Quartal 2023 auf brutto 1,27 Mrd Euro (Vorjahr: 1,48 Mrd Euro) zurück. Dies entspricht einem Marktanteil für den ProSiebenSat.1-Konzern von 35,6 Prozent (Vorjahr: 38,0 %). Im ersten Halbjahr erwirtschaftete die

ProSiebenSat.1 Group Werbeeinnahmen von 2,38 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 2,77 Mrd Euro). Daraus resultierte ein Marktanteil von 34,5 Prozent (Vorjahr: 36,5 %). Der gesamte deutsche TV-Werbemarkt ist auf Basis der Brutto-Daten von Nielsen Media Research im zweiten Quartal um minus 8,4 Prozent auf 3,57 Mrd Euro (Vorjahr: 3,90 Mrd Euro) gesunken. Im ersten Halbjahr verzeichnete das Marktvolumen einen Rückgang um minus 9,1 Prozent auf 6,90 Mrd Euro (Vorjahr: 7,59 Mrd Euro). Dies zeigt, wie eng die anhaltende Unsicherheit bei den Verbraucher:innen mit dem zurückhaltenden Umgang mit TV-Werbebudgets korreliert.

→ Ertragslage des Konzerns

» INFORMATION

Die Daten von Nielsen Media Research sind wichtige Indikatoren für die Bewertung der Werbemarktentwicklung. Sie werden jedoch auf Brutto-Umsatzbasis erhoben, sodass weder Rabatte und Eigenwerbung noch Agenturprovisionen berücksichtigt sind. Zudem beinhalten die Zahlen TV-Spots aus Media-for-Revenue- und Media-for-Equity-Geschäften. Die Werbeumsätze großer US-Digitalkonzerne, wie zum Beispiel Google LLC („Google“), sind in den Nielsen-Zahlen ebenfalls nicht reflektiert. Sie bilden daher nicht den gesamten Brutto-Werbemarkt ab. Dadurch ergeben sich auch Unterschiede zur Entwicklung des TV-Werbemarkts auf Netto-Basis.

Durch die Digitalisierung wird die Mediennutzung vielfältiger, individueller und flexibler. Bewegtbildinhalte sind jederzeit und überall abrufbar. Doch nicht nur die Nutzungsoptionen werden zunehmend vielfältiger. Auch die Vielfalt an zusätzlichen Angeboten – etwa Audio-Formate wie Podcasts – begünstigen den Trend einer anhaltend hohen Mediennutzung. ProSiebenSat.1 verfolgt daher konsequent das Ziel, Inhalte über möglichst viele Verbreitungswege anzubieten und so unterschiedliche Nutzungsinteressen zu bedienen. Dabei stellen wir Joyn in den Mittelpunkt unserer Entertainment-Strategie, verbinden die Streaming-Plattform mit all unseren Kanälen und Marken und wollen so unsere Reichweite steigern.

Neben der Zielsetzung, Inhalte plattformübergreifend anzubieten, konzentriert sich die ProSiebenSat.1 Group in ihrem Programmangebot auf lokale und relevante Live-Inhalte und baut deren Anteil konsequent aus. So haben ProSieben und SAT.1 den Anteil lokaler Formate in der Prime Time im zweiten Quartal sowie ersten Halbjahr 2023 jeweils um 10,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gesteigert. Über eigene lokale Inhalte schärfen wir unser Markenprofil und stärken zugleich unsere Position gegenüber multinationalen Streaming-Anbietern. Dies ist ein zunehmend wichtiger Wettbewerbsvorteil.

Die ProSiebenSat.1-Senderfamilie steht für erfolgreiches Entertainment und Infotainment und hat ihre führende Position unter den privaten Anbietern in der Prime Time im zweiten Quartal 2023 unterstrichen: Hier stiegen die Zuschauermarktanteile im deutschen Markt auf 26,1 Prozent (Vorjahr: 25,2 %), im Sechsmonatszeitraum lag der Marktanteil bei 25,0 Prozent (Vorjahr: 25,2 %). Neben dem Erfolgsformat „Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum“ mit durchschnittlich 17,2 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauer:innen punktet insbesondere unsere Shows „Wer stiehlt mir die Show?“ und „Joko & Klaas gegen ProSieben“ mit Quoten von bis zu 21,9 Prozent bzw. 21,3 Prozent in der Prime Time (14- bis 49-jährige Zuschauer:innen).

Insgesamt beliefen sich die Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1-Sender in der Zielgruppe 14 bis 49 Jahre in Deutschland im zweiten Quartal 2023 auf 25,4 Prozent (Vorjahr: 25,5 %). Auf Halbjahressicht erreichte ProSiebenSat.1 bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauer:innen einen Marktanteil von 24,8 Prozent (Vorjahr: 25,2 %). Damit blieben die Marktanteile in beiden Zeiträumen unter Vorjahr.

ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ

in Prozent

	Q2 2023	Q2 2022	H1 2023	H1 2022
Deutschland	25,4	25,5	24,8	25,2
Österreich	26,5	26,1	26,5	25,7
Schweiz	17,1	14,5	16,2	15,9

Deutschland: E: 14-49; ProSiebenSat.1 Group: SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX, Kabel Eins Doku; Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.2; 01.01.2022-30.06.2023; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen.

Österreich: E 12-49; SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, Kabel Eins Austria, PULS 4, sixx Austria, ProSieben MAXX Austria, SAT.1 Gold Österreich, Kabel Eins Doku Österreich, ATV + ATV 2, PULS 24; Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting; 01.01.2022-30.06.2023; personengewichtet; inklusive VOSDAL/Timeshift; Standard.

Schweiz: Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo-So), alle Plattformen, overnight +7. SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, Kabel Eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, Puls 8; werberelevante Zielgruppe 15-49 Jahre; D-CH; Totalsignal; Quelle: Mediapulse TV Data. Mediapulse hat zum 01.07.2022 auf ein hybrides TV-Mess-System umgestellt und die Daten rückwirkend für 2022 angepasst.

ProSiebenSat.1 leistet einen wichtigen Beitrag zur Medien- und Meinungsvielfalt. Da in der digitalen Welt unabhängige Berichterstattung und objektive Kontextualisierung von Informationen immer wichtiger werden, hat der Konzern zu Jahresbeginn seine eigene Nachrichtenredaktion gestartet. Seit Juni 2023 werden zudem alle Nachrichtenformate – sei es im TV oder im Digitalbereich – unter der Dachmarke :newstime zusammengefasst. Damit hat ProSiebenSat.1 eine plattformübergreifende Marke in der Nachrichtenlandschaft geschaffen, um über aktuelle und relevante Themen verlässlich und schnell zu informieren. Dabei verfolgt der Konzern das klare Ziel, verschiedene Zuschauergruppen immer auf Augenhöhe anzusprechen und :newstime als Gütesiegel für verständlichen und wertungsfreien Qualitätsjournalismus zu etablieren.

COMMERCE & VENTURES

Im Segment Commerce & Ventures bündelt die ProSiebenSat.1 Group ihre Beteiligungen an E-Commerce-Unternehmen: Über Media-for-Revenue- oder Media-for-Equity-Geschäfte investiert der Konzern frei verfügbare Werbezeiten und partizipiert damit am Wachstum der Unternehmen. Durch die Nutzung unserer Reichweite können wir so – auch ohne große Cash-Investitionen – unser Digital-Portfolio konsequent ausbauen.

In den Mittelpunkt der Investitionsstrategie von ProSiebenSat.1 rücken hier zunehmend nachhaltige Unternehmen, die sich für die Vermarktung über unsere reichweitenstarken TV- und Digitalkanäle eignen und zugleich einen direkten Mehrwert für die Endkund:innen haben. So kooperiert ProSiebenSat.1 über die SevenVentures GmbH („SevenVentures“) seit Juni 2023 über ein Media-for-Equity-Geschäft mit dem Lebensmittelunternehmen NEXT GEN FOODS Pte. Ltd. („Next Gen Foods“). Das Unternehmen entwickelt Lebensmittel auf Pflanzenbasis und vertreibt diese international. Ein weiteres Beispiel für ein aktuelles Media-for-Equity-Investment ist die KoRo Handels GmbH („KoRo“), ein innovativer Anbieter für vegane und vegetarische Lebensmittel. Bei beiden Investitionen steht im Mittelpunkt, die Bekanntheit der jeweiligen Marken über Werbung auf den ProSiebenSat.1-Plattformen zu steigern.

Aktuell ist das Media-for-Equity- und Media-for-Revenue-Geschäft der SevenVentures vom schwierigen Werbemarktumfeld beeinflusst. Hinzu kommen steigende Zinsen und der wachsende Druck auf Start-ups zur Profitabilität, was derzeit wie erwartet reduzierte Marketingausgaben mit sich bringt. Parallel dazu macht sich die gedämpfte Konsumstimmung in Deutschland zur Jahresmitte im Online-Handel bemerkbar. Insgesamt sind die Umsätze im ersten Halbjahr 2023 gegenüber dem Vorjahr um rund 14 Prozent gesunken. Verglichen mit dem ersten Halbjahr 2019, also vor Ausbruch der COVID-19-Pandemie, verzeichnete der Online-Handel über alle Branchen hinweg ein Plus von knapp 15 Prozent.

→ **Konjunkturelle Entwicklungen**

Gleichzeitig konzentriert sich ProSiebenSat.1 darauf, die Mehrheitsbeteiligungen operativ weiterzuentwickeln. So hat beispielsweise das Online-Vergleichsportal Verivox (Consumer Advice) schon während der Energiepreiskrise sein Produktangebot optimiert und einen Preisalarm auf dem Portal installiert, der darüber informiert, sobald wieder günstige Angebote und mögliche Wechseloptionen für Verbraucher:innen verfügbar sind. Als zum Jahresbeginn die Preise für Strom und Gas gesunken sind, konnte Verivox direkt vom belebten Wettbewerb auf dem Energiemarkt profitieren und wieder deutlich wachsen. Dieser Trend hat sich im zweiten Quartal 2023 fortgesetzt. Neben Verivox zählen unter anderem auch das Mietwagenvergleichsportal billiger-mietwagen.de (Consumer Advice), das Erlebnis- und Freizeitgeschäft von Jochen Schweizer mydays (Experiences) oder der Online-Beauty-Anbieter flaconi (Beauty & Lifestyle) zu den Mehrheitsbeteiligungen der ProSiebenSat.1 Group.

DATING & VIDEO

Im Segment Dating & Video verfügen wir mit den Online-Plattformen der ParshipMeet Group über ein breites Angebot im Online-Dating- und Social-Entertainment-Markt. Auf diese Weise unterstützt die ParshipMeet Group Menschen auf der Suche nach Unterhaltung, Freundschaften, Liebe und Partnerschaften. Neben den Angeboten für diverse Zielgruppen und Interessen ist die ParshipMeet Group auch im Hinblick auf ihre Erlösquellen und geografische Präsenz breit aufgestellt: Die Unternehmensgruppe besteht aus acht Verbrauchermarken und ist auf drei Kontinenten präsent. Dabei erwirtschaftet die Gruppe mittlerweile rund zwei Drittel ihres Umsatzes außerhalb der DACH-Region.

Demzufolge sind auch die Einflussfaktoren auf die Geschäftsentwicklung äußerst vielfältig, darunter fallen sowohl makroökonomische Faktoren in verschiedenen Ländern als auch technologische und gesellschaftliche Trends: So hat sich die auch im zweiten Quartal 2023 anhaltende Konsumzurückhaltung in der DACH-Region entsprechend negativ auf die Umsatzentwicklung der ParshipMeet Group in Europa ausgewirkt. Zudem beeinflussen rechtliche Veränderungen, wie das Gesetz für faire Verbraucherverträge, das Segment Dating & Video. Das im März 2022 in Deutschland verabschiedete Gesetz sieht eine stärkere Regulierung von Verträgen mit längeren Laufzeiten vor und hatte im zweiten Quartal 2023 erstmals deutliche Implikationen auf die Umsatzentwicklung der Online-Dating-Plattformen Parship und ElitePartner. Gleichzeitig hat sich die Nutzung der Video-Angebote in den USA nach dem dynamischen Wachstum während der Kontaktbeschränkungen im Zuge der COVID-19-Pandemie normalisiert und entwickelt sich – wenn auch auf hohem Niveau – rückläufig.

Vor diesem Hintergrund optimiert die ParshipMeet Group ihr Portfolio, damit sich die Marken in Bezug auf Produkte, Zielgruppen und Nutzer-Absichten noch besser ergänzen. Dieser Schritt geht einher mit Effizienzmaßnahmen, wie etwa die Konsolidierung der technischen Infrastruktur der Social-Dating-Plattformen.

ERTRAGSLAGE DES KONZERNS

Umsatz

Der **Konzernumsatz** lag im zweiten Quartal 2023 mit 868 Mio Euro um 17 Prozent unter dem Vorjahreswert (Vorjahr: 1.043 Mio Euro). Wie erwartet reflektiert diese Entwicklung das anhaltend herausfordernde konjunkturelle Umfeld, wobei entsprechend die Investitionen in Werbung im zweiten Quartal 2023 weiterhin rückläufig waren. Das zeigte sich neben dem Entertainment-Segment auch im Geschäft der SevenVentures. Daneben wirkten sich Konsolidierungseffekte negativ auf die Umsatzentwicklung des Konzerns aus. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen beliefen sich die Umsätze im zweiten Quartal 2023 auf 846 Mio Euro (Vorjahr: 944 Mio Euro), dies entspricht einem Rückgang um 10 Prozent.

In den Monaten Januar bis Juni 2023 verzeichnete der Konzern einen Umsatz in Höhe von 1.683 Mio Euro (Vorjahr: 1.983 Mio Euro) und damit einen Rückgang um 15 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Auch in diesem Zeitraum beeinträchtigten die makroökonomischen Rahmenbedingungen sowie Konsolidierungseffekte die Umsatzentwicklung deutlich. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag der Konzernumsatz in der ersten Jahreshälfte um 9 Prozent unter dem Vorjahreswert.

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

» **INFORMATION**

Die ProSiebenSat.1 Group generiert den Großteil der Umsatzerlöse in Deutschland und damit in der Eurozone. Der übrige Umsatzanteil entfällt primär auf die USA, sodass sich Wechselkursänderungen vor allem aus der Umrechnung des US-Dollars in Euro ergeben.

AUSSENSUMSATZERLÖSE DES KONZERNS NACH SEGMENTEN

in Mio Euro

	Q2 2023	Q2 2022 ¹	Veränderung abs.	Veränderung in %
Entertainment	592	748	-156	-20,9
Commerce & Ventures	169	164	4	2,5
Dating & Video	107	130	-23	-17,6
Umsatzerlöse	868	1.043	-175	-16,8
	H1 2023	H1 2022 ¹	Veränderung abs.	Veränderung in %
Entertainment	1.119	1.410	-292	-20,7
Commerce & Ventures	340	311	29	9,4
Dating & Video	225	262	-37	-14,3
Umsatzerlöse	1.683	1.983	-300	-15,1

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

ANTEIL DER UMSATZERLÖSE NACH SEGMENTEN

	Q2 2023	Q2 2022 ¹	H1 2023	H1 2022 ¹
Entertainment				
Werbeerlöse DACH	48 %	44 %	47 %	45 %
Andere Entertainment-Erlöse	20 %	27 %	19 %	26 %
Commerce & Ventures	19 %	16 %	20 %	16 %
Dating & Video	12 %	13 %	13 %	13 %

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

Der **Außenumsatz** des Segments **Entertainment** belief sich im zweiten Quartal 2023 auf 592 Mio Euro und lag damit um 21 Prozent oder 156 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Dies ist auf der einen Seite auf das getrübtte gesamtwirtschaftliche Umfeld zurückzuführen, das sich im zweiten Quartal 2023 deutlich auf die Werbeumsätze ausgewirkt hat, wenngleich etwas weniger ausgeprägt als im ersten Quartal 2023. Vor diesem Hintergrund verzeichneten die Werbeerlöse des Segments Entertainment in der DACH-Region im zweiten Quartal 2023 wie erwartet einen Rückgang um 9 Prozent oder 41 Mio Euro. Dabei wurde die rückläufige Entwicklung der TV-Werbeerlöse in der DACH-Region teilweise durch das Wachstum der digitalen & smarten Werbeerlöse kompensiert. Diese verzeichneten in der DACH-Region ein Plus von 5 Prozent, was neben der Streaming-Plattform Joyn auf den wachsenden Audio-Bereich zurückzuführen ist.

Die vergangenen Quartale haben gezeigt, wie eng der Werbemarkt mit der Entwicklung des privaten Konsums korreliert. Auch vor diesem Hintergrund expandiert der Konzern gezielt sein Portfolio und adressiert unterschiedliche Mediennutzungsinteressen.

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

Der Rückgang des Segmentumsatzes ist zudem vor allem von einem Konsolidierungseffekt im Content-Geschäft (Programmproduktion und -verkauf) geprägt. Hier ist der Umsatz im zweiten Quartal 2023 um 79 Prozent oder 110 Mio Euro gesunken: Im Zuge seines Fokus auf die DACH-Region hat der Konzern das US-Produktionsgeschäft der Red Arrow Studios zum 1. Juli 2022 veräußert. Dieses hatte im zweiten Quartal des Vorjahres noch Umsätze in Höhe von 75 Mio Euro beigetragen. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen sank der Umsatz im Entertainment-Segment entsprechend um 13 Prozent oder 82 Mio Euro.

Diese Effekte prägten auch die Umsatzentwicklung des Segments im ersten Halbjahr: Der Außenumsatz des Segments verzeichnete einen Rückgang von 21 Prozent auf 1.119 Mio Euro (Vorjahr: 1.410 Mio Euro). Hauptursache für den Umsatzrückgang waren – neben dem Rückgang der Werbeerlöse um 10 Prozent oder 102 Mio Euro – die Veräußerung des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios. Im Vorjahreszeitraum belief sich dessen Umsatzbeitrag noch auf 135 Mio Euro. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen sank der Außenumsatz des Segments auf Halbjahressicht um 13 Prozent oder 163 Mio Euro.

Das Wachstum des **Außenumsatzes** im Segment **Commerce & Ventures** setzte sich im zweiten Quartal 2023 fort: Dieser verzeichnete einen Anstieg um 3 Prozent auf 169 Mio Euro (Vorjahr: 164 Mio Euro). Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag das Wachstum ebenfalls bei 3 Prozent. Wichtigster Wachstumstreiber war das Online-Vergleichsportal Verivox (Consumer Advice). Verivox profitiert seit Jahresbeginn deutlich von der Entspannung an den Energiemärkten und wächst seitdem wieder sehr dynamisch. Zudem verzeichnete das Beauty & Lifestyle-Geschäft mit flaconi – trotz anhaltender Konsumzurückhaltung in der DACH-Region – ein spürbares Umsatzplus. Auch das Erlebnis- und Freizeitgeschäft von Jochen Schweizer mydays (Experiences) konnte seinen Beitrag zum Segmentumsatz steigern. Demgegenüber ist das Media-for-Revenue- und Media-for-Equity-Geschäft der SevenVentures im zweiten Quartal 2023 im Vergleich zum Vorjahresquartal deutlich zurückgegangen, was unter anderem auf die aktuelle Eintrübung im Werbemarkt zurückzuführen ist.

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

Auf Halbjahressicht verzeichnete der Segmentumsatz ein deutliches Plus von 9 Prozent oder 29 Mio Euro auf 340 Mio Euro. Auch hier konnte das klare Wachstum im Digital- und Commerce-Portfolio, insbesondere getrieben von Verivox und flaconi, den Umsatzrückgang der SevenVentures mehr als kompensieren. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag der Außenumsatz des Segments um 10 Prozent oder 31 Mio Euro über dem Vorjahreszeitraum.

Der **Außenumsatz** im Segment **Dating & Video** belief sich im zweiten Quartal 2023 auf 107 Mio Euro. Das ist ein Rückgang von 18 Prozent oder 23 Mio Euro, bereinigt um Währungseffekte von 16 Prozent oder 21 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahr. Im vergangenen Jahr sind strengere Regelungen in Bezug auf faire Verbraucherverträge in Deutschland in Kraft getreten, die insbesondere die Abo-Modelle der Plattformen Parship und ElitePartner betreffen. Diese haben sich im zweiten Quartal 2023 erstmals deutlich auf die Umsatzentwicklung ausgewirkt. Zudem ist der Bereich Dating durch die anhaltende Konsumzurückhaltung in der DACH-Region geprägt. Insgesamt lagen die Umsätze aus dem Dating-Bereich im zweiten Quartal 2023 damit um 9 Prozent oder 6 Mio Euro unter Vorjahr. Der Bereich Video verzeichnete auf Quartalsicht einen Rückgang um 26 Prozent oder 17 Mio Euro. Nachdem das Video-Geschäft während der COVID-19-Pandemie von einem intensivierten Nutzungsverhalten sowie von Stimulus-Zahlungen in den USA profitiert hat, entwickelt es sich nun in einem wettbewerbsintensiven Umfeld auf hohem Niveau rückläufig.

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

Vor diesem Hintergrund ging der Außenumsatz des Segments im ersten Halbjahr 2023 auf 225 Mio Euro zurück, was einem Rückgang von 14 Prozent oder 37 Mio Euro entspricht. Bereinigt um Währungseffekte ist dies ein Minus von 15 Prozent oder 39 Mio Euro.

AUSSENUMSATZERLÖSE

in Mio Euro

	Entertainment		Commerce & Ventures		Dating & Video		Summe Konzern	
	Q2 2023	Q2 2022	Q2 2023	Q2 2022 ¹	Q2 2023	Q2 2022	Q2 2023	Q2 2022 ¹
Werbeerlöse	484	535	21	43	—	—	505	578
DACH	421	462	21	43	—	—	442	505
Rest der Welt	63	72	—	—	—	—	63	72
Distribution	44	46	—	—	—	—	44	46
Content	30	139	—	—	—	—	30	139
Europa	27	62	—	—	—	—	27	62
Rest der Welt	3	78	—	—	—	—	3	78
Digital Platform & Commerce	—	—	147	121	—	—	147	121
Consumer Advice	—	—	58	44	—	—	58	44
Experiences	—	—	8	5	—	—	8	5
Beauty & Lifestyle	—	—	80	71	—	—	80	71
Dating & Video	—	—	—	—	107	130	107	130
Dating	—	—	—	—	60	66	60	66
Video	—	—	—	—	47	64	47	64
Sonstige Umsatzerlöse	34	27	1	1	—	—	34	28
Summe	592	748	169	164	107	130	868	1.043

	Entertainment		Commerce & Ventures		Dating & Video		Summe Konzern	
	H1 2023	H1 2022	H1 2023	H1 2022 ¹	H1 2023	H1 2022	H1 2023	H1 2022 ¹
Werbeerlöse	916	1.018	49	79	—	—	964	1.097
DACH	796	889	49	79	—	—	845	968
Rest der Welt	119	129	—	—	—	—	119	129
Distribution	90	90	—	—	—	—	90	90
Content	58	255	—	—	—	—	58	255
Europa	54	115	—	—	—	—	54	115
Rest der Welt	4	141	—	—	—	—	4	141
Digital Platform & Commerce	—	—	290	230	—	—	290	230
Consumer Advice	—	—	116	87	—	—	116	87
Experiences	—	—	13	8	—	—	13	8
Beauty & Lifestyle	—	—	161	135	—	—	161	135
Dating & Video	—	—	—	—	225	262	225	262
Dating	—	—	—	—	125	134	125	134
Video	—	—	—	—	100	128	100	128
Sonstige Umsatzerlöse	55	47	2	2	—	—	56	49
Summe	1.119	1.410	340	311	225	262	1.683	1.983

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

Adjusted EBITDA

Das **adjusted EBITDA** lag infolge der rückläufigen Umsatzentwicklung wie erwartet auch im zweiten Quartal 2023 deutlich unter Vorjahr: Es verringerte sich um 49 Prozent auf 79 Mio Euro (Vorjahr: 155 Mio Euro). Dabei beliefen sich die im adjusted EBITDA enthaltenen Kosten auf 794 Mio Euro und lagen damit um 11 Prozent unter dem Vorjahreswert (Vorjahr: 891 Mio Euro). Neben Kostenanpassungen wirkten sich Währungs- und Portfolioeffekte aus. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen ging das adjusted EBITDA um 41 Prozent oder 59 Mio Euro zurück.

Auf Halbjahressicht betrug das adjusted EBITDA des Konzerns 133 Mio Euro – ein Rückgang um 50 Prozent bzw. 135 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahr. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag der Rückgang bei 43 Prozent bzw. 108 Mio Euro. Diese Entwicklung reflektiert die Erwartungen von ProSiebenSat.1 in einem sehr herausfordernden Marktumfeld: Vor allem das hoch profitable, aber zugleich sehr konjunktursensitive Werbegeschäft beeinträchtigte das Ergebnis im ersten und zweiten Quartal 2023 deutlich.

Die Entwicklung der Segmente stellt sich im Einzelnen wie folgt dar:

ADJUSTED EBITDA NACH SEGMENTEN

in Mio Euro

	Q2 2023	Q2 2022 ¹	Veränderung abs.	Veränderung in %
Entertainment	61	134	-73	-54,4
Commerce & Ventures	2	1	0	22,0
Dating & Video	18	25	-8	-30,4
Überleitung (Holding & Sonstiges)	-1	-5	4	-82,7
Summe adjusted EBITDA	79	155	-76	-48,9
	H1 2023	H1 2022 ¹	Veränderung abs.	Veränderung in %
Entertainment	92	225	-133	-59,1
Commerce & Ventures	6	4	2	61,0
Dating & Video	39	47	-8	-17,7
Überleitung (Holding & Sonstiges)	-4	-9	5	-54,2
Summe adjusted EBITDA	133	267	-135	-50,3

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

Das Segment **Entertainment** verzeichnete im zweiten Quartal 2023 ein **adjusted EBITDA** von 61 Mio Euro und damit einen Rückgang um 54 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (Vorjahr: 134 Mio Euro). Dies reflektiert die konjunkturell bedingte negative Entwicklung des hochmargigen Werbegeschäfts. Der Konzern hat darauf gezielt mit einer effizienteren Steuerung der Programmaufwendungen reagiert, die im zweiten Quartal 2023 mit 242 Mio Euro leicht unter Vorjahresniveau lagen (Vorjahr: 250 Mio Euro). Neben der rückläufigen Umsatzentwicklung wirkten sich Konsolidierungseffekte negativ auf das Ergebnis aus: Aus der Vollkonsolidierung von Joyn zum 31. Oktober 2022 ergab sich im zweiten Quartal 2023 ein negativer Effekt in Höhe von 14 Mio Euro. Zudem hatte im Vorjahreszeitraum das US-Produktionsgeschäft der Red Arrow Studios noch 3 Mio Euro zum Ergebnis beigetragen. Diese Entwicklungen prägten auch die Halbjahresperiode. Hier betrug das adjusted EBITDA insgesamt 92 Mio Euro und lag somit 59 Prozent unter Vorjahr (Vorjahr: 225 Mio Euro).

Das **adjusted EBITDA** des Segments **Commerce & Ventures** stieg im zweiten Quartal 2023 auf 2 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro). Diese positive Entwicklung spiegelt das Umsatzwachstum des Segments wider und ist entsprechend durch gegenläufige Effekte geprägt, wobei das Wachstum in den Bereichen Consumer Advice, Beauty & Lifestyle sowie Experiences das rückläufige Ergebnis der SevenVentures kompensieren konnte. Auf Halbjahressicht verzeichnete das adjusted EBITDA

einen Anstieg auf 6 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro). Das entspricht einem Wachstum von 61 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Dies ist im Wesentlichen auf die profitable Umsatzentwicklung bei Verivox zurückzuführen.

Das **adjusted EBITDA** des Segments **Dating & Video** betrug im zweiten Quartal 2023 18 Mio Euro und lag damit um 30 Prozent oder 8 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Durch Kosteneinsparungen, insbesondere im Video-Geschäft des Segments, konnte hier dem Umsatzrückgang teilweise entgegengewirkt werden. Neben dem Umsatzrückgang wirkte sich vor allem eine Wertminderung auf einen Vertragsvermögenswert auf das adjusted EBITDA im zweiten Quartal 2023 aus. Auf Halbjahressicht belief sich das adjusted EBITDA des Segments auf 39 Mio Euro (Vorjahr: 47 Mio Euro).

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED EBITDA ZUM KONZERNERGEBNIS

in Mio Euro

	Q2 2023	Q2 2022 ¹	Veränderung abs.	Veränderung in %
Adjusted EBITDA	79	155	-76	-48,9
Sondereffekte	-73	-18	-55	~
EBITDA	7	138	-131	-95,2
Abschreibungen und Wertminderungen	-51	-104	53	-50,7
davon aus Kaufpreisallokationen	-7	-13	6	-44,8
Betriebsergebnis (EBIT)	-44	34	-79	~
Finanzergebnis	-15	-38	23	-61,4
Ertragsteuern	3	-26	30	~
Konzernergebnis	-56	-30	-26	84,4
	H1 2023	H1 2022¹	Veränderung abs.	Veränderung in %
Adjusted EBITDA	133	267	-135	-50,3
Sondereffekte	-88	-19	-69	~
EBITDA	44	248	-204	-82,1
Abschreibungen und Wertminderungen	-103	-157	54	-34,6
davon aus Kaufpreisallokationen	-15	-24	9	-37,1
Betriebsergebnis (EBIT)	-59	91	-150	~
Finanzergebnis	-32	-60	28	-46,5
Ertragsteuern	4	-42	46	~
Konzernergebnis	-86	-11	-76	~

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

Aus den beschriebenen Entwicklungen des adjusted EBITDA folgt ein deutlicher Rückgang des **EBITDA** auf Konzernebene: Im zweiten Quartal 2023 sank das EBITDA auf 7 Mio Euro (Vorjahr: 138 Mio Euro), auf Halbjahressicht betrug es 44 Mio Euro (Vorjahr: 248 Mio Euro).

Das EBITDA des Konzerns ist im Wesentlichen geprägt durch die Umsatzentwicklung. Zudem beinhaltet es im zweiten Quartal 2023 **Sondereffekte** von insgesamt minus 73 Mio Euro (Vorjahr: -18 Mio Euro). Die Sondereffekte beinhalten **bereinigte Aufwendungen** von 73 Mio Euro (Vorjahr: 25 Mio Euro), wobei 58 Mio Euro auf die Bildung einer Restrukturierungsrückstellung im Rahmen der Neuausrichtung des Konzerns entfallen. Zudem enthält diese Position Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten in Höhe von 9 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro), die insbesondere im Zusammenhang mit der Aufklärung des Sachverhaltes im Hinblick auf das ZAG und der damit verbundenen Vorgänge bei Jochen Schweizer und mydays stehen. Zum anderen ergaben sich Aufwendungen insbesondere aus Veränderungen im Konzernvorstand. Im Vorjahr hingegen waren hier im Wesentlichen M&A-Aufwendungen aus der Veräußerung des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios zum 1. Juli 2022 enthalten. Die **bereinigten Erträge** betragen im zweiten Quartal 2023 0 Mio Euro, nach 7 Mio Euro im Vorjahr.

Im ersten Halbjahr 2023 beliefen sich die Sondereffekte auf minus 88 Mio Euro (Vorjahr: -19 Mio Euro). Größte Einzelposition sind Reorganisationsaufwendungen in Höhe von 69 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro), die sich neben den im zweiten Quartal erfassten Restrukturierungsaufwendungen im Rahmen der Neuausrichtung des Konzerns auf die US-amerikanische The Meet Group beziehen. Darüber hinaus beinhalten sie Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten in Höhe von 12 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) aus den zuvor beschriebenen Sachverhalten.

Demgegenüber stehen auch hier vor allem die Sondereffekte aus M&A-Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Verkauf des US-Produktionsgeschäfts im Vorjahr. Die bereinigten Erträge betragen im Sechsmonatszeitraum 0 Mio Euro (Vorjahr: 13 Mio Euro).

DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE INNERHALB DES ADJUSTED EBITDA

in Mio Euro

	Q2 2023	Q2 2022 ¹	H1 2023	H1 2022 ¹
Adjusted EBITDA	79	155	133	267
Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises	—	3	—	3
Erträge aus sonstigen Einmaleffekten	0	1	0	2
Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen	0	3	0	8
Bereinigte Erträge	0	7	0	13
M&A-bezogene Aufwendungen	-2	-24	-5	-28
Reorganisationsaufwendungen	-60	0	-69	-2
Aufwendungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises	-2	—	-2	0
Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten	-9	-1	-12	-1
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	—	0	—	-1
Bereinigte Aufwendungen	-73	-25	-89	-32
Sondereffekte	-73	-18	-88	-19
EBITDA	7	138	44	248

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheilverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

Die **Abschreibungen und Wertminderungen** betragen im zweiten Quartal 2023 51 Mio Euro (Vorjahr: 104 Mio Euro) bzw. 103 Mio Euro im ersten Halbjahr 2023 (Vorjahr: 157 Mio Euro). Die Veränderung gegenüber dem Vorjahr steht im Zusammenhang mit der Veräußerung des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios zum 1. Juli 2022 und ist maßgeblich auf die Anpassung der Nettobuchwerte an den Verkaufspreis zurückzuführen.

Finanzergebnis

Das **Finanzergebnis** verzeichnete im zweiten Quartal 2023 eine deutliche Verbesserung um 61 Prozent auf minus 15 Mio Euro (Vorjahr: -38 Mio Euro). Ursache hierfür waren unterschiedliche und zum Teil gegenläufige Effekte:

Während sich das **Zinsergebnis** aufgrund des höheren Zinsniveaus negativ entwickelte und minus 16 Mio Euro (Vorjahr: -9 Mio Euro) betrug, verbesserte sich das **Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen** im zweiten Quartal 2023 auf 0 Mio Euro (Vorjahr: -8 Mio Euro). Dies ist auf die Vollkonsolidierung von Joyn zurückzuführen. Im Vorjahr wurde der 50-prozentige Anteil am Periodenergebnis der Streaming-Plattform als negatives Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen im Finanzergebnis ausgewiesen.

Ebenfalls verbessert hat sich das **sonstige Finanzergebnis**. Es betrug 1 Mio Euro, nach minus 20 Mio Euro im Vorjahr. Der Vorjahreswert ist gekennzeichnet durch Bewertungseffekte aus

sonstigen Finanzinstrumenten in Höhe von minus 20 Mio Euro. Die größten Bewertungseffekte resultierten hier im Vorjahr aus der Beteiligung an dem Online-Mode-Händler ABOUT YOU (-15 Mio Euro) sowie einer Fondsbeteiligung (-13 Mio Euro).

Diese gegenläufigen Entwicklungen kennzeichneten auch das erste Halbjahr 2023: Hier verbesserte sich das Finanzergebnis insgesamt auf minus 32 Mio Euro, nach minus 60 Mio Euro im Vorjahr.

Konzernergebnis und adjusted net income

Im zweiten Quartal 2023 belief sich der Ertrag aus **Ertragsteuern** auf 3 Mio Euro (Vorjahr: Ertragsteueraufwand 26 Mio Euro). Auf Halbjahressicht betrug der Ertrag aus Ertragsteuern 4 Mio Euro (Vorjahr: Ertragsteueraufwand 42 Mio Euro).

→ Konzern-Anhang, Ziffer 4 „Ertragsteuern“

» INFORMATION

Der Ertrag aus Ertragsteuern ist maßgeblich beeinflusst durch den Rückgang im Ergebnis vor Steuern. Dass der Ertrag aus Ertragsteuern im Vergleich zum Konzernergebnis vor Steuern verhältnismäßig gering ausfällt, liegt im Wesentlichen an der fehlenden Möglichkeit, aktive latente Steuern auf Verluste zu bilden. Im ersten Halbjahr 2022 wurde der Ertragsteueraufwand im Wesentlichen geprägt durch steuerlich nicht abzugsfähige Bewertungseffekte sowie durch das Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen.

Das **Konzernergebnis** betrug im zweiten Quartal 2023 minus 56 Mio Euro (Vorjahr: -30 Mio Euro). Maßgeblichen Einfluss darauf hatte die Bildung einer Restrukturierungsrückstellung in Höhe von 58 Mio Euro im Rahmen der Neuausrichtung des Konzerns. Gegenläufig wirkte sich die Verbesserung des Finanzergebnisses aus. Vor diesem Hintergrund verzeichnete das Konzernergebnis auf Halbjahressicht einen Rückgang auf minus 86 Mio Euro (Vorjahr: -11 Mio Euro).

Das **adjusted net income** (bereinigter Konzernüberschuss) verringerte sich im zweiten Quartal 2023 auf 4 Mio Euro (Vorjahr: 64 Mio Euro); im Halbjahresvergleich sank es auf minus 11 Mio Euro (Vorjahr: 101 Mio Euro). Ursache für den deutlichen Rückgang ist die Entwicklung des adjusted EBITDA, die teilweise kompensiert wurde durch das bessere Finanzergebnis und die Ertragssteuern. Damit ist auch das **bereinigte Ergebnis je Aktie** deutlich gesunken. Es betrug 0,02 Euro im zweiten Quartal 2023 (Vorjahr: 0,28 Euro) und minus 0,05 Euro im ersten Halbjahr 2023 (Vorjahr: 0,45 Euro).

Die Überleitung des Konzernergebnisses zum adjusted net income stellt sich wie folgt dar:

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED NET INCOME

in Mio Euro

	Q2 2023	Q2 2022 ¹	Veränderung abs.	Veränderung in %
Konzernergebnis	-56	-30	-26	84,4
Sondereffekte innerhalb des EBITDA	73	18	55	~
Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen	8	14	-6	-44,0
Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis	0	21	-21	-98,9
Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten ²	-1	-3	2	-58,8
Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	—	47	-47	~
Sonstige Effekte	1	-2	3	~
Aus den Bereinigungen resultierende Steuereffekte	-23	-4	-19	~
Zwischensumme	2	60	-58	-97,4
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	2	3	0	-15,1
Anderen Gesellschaftern zuzurechnende Bereinigungen	0	1	-1	-95,4
Bereinigtes anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	2	4	-2	-44,9
Adjusted net income	4	64	-60	-94,1
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	0,02	0,28		

1 Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheilverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

2 Inkl. Aufzinsungseffekte in Höhe von 0 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

	H1 2023	H1 2022 ¹	Veränderung abs.	Veränderung in %
Konzernergebnis	-86	-11	-76	~
Sondereffekte innerhalb des EBITDA	88	19	69	~
Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen	15	24	-9	-36,3
Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis	4	27	-23	-84,8
Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten ²	-1	-4	2	-58,5
Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	—	47	-47	~
Sonstige Effekte	2	-5	7	~
Aus den Bereinigungen resultierende Steuereffekte	-30	-3	-27	~
Zwischensumme	-8	94	-102	~
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	5	7	-2	-28,2
Anderen Gesellschaftern zuzurechnende Bereinigungen	-8	0	-8	~
Bereinigtes anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	-3	7	-10	~
Adjusted net income	-11	101	-112	~
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	-0,05	0,45		

1 Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheilverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

2 Inkl. Aufzinsungseffekte in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

VERMÖGENSLAGE DES KONZERNS

Die Bilanzsumme belief sich zum 30. Juni 2023 auf 5.780 Mio Euro (31. Dezember 2022: 6.005 Mio Euro) und verringerte sich damit gegenüber dem Jahresende um 4 Prozent. Nachfolgend werden wesentliche Entwicklungen gegenüber dem Stichtag am 31. Dezember 2022 beschrieben:

VERMÖGENSLAGE

in Mio Euro

	30.06.2023	31.12.2022	Veränderung abs.	Veränderung in %
AKTIVA				
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.992	1.997	-6	0
Programmvermögen	910	912	-2	0
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	806	809	-3	0
Sachanlagen	516	490	26	5
Sonstige	332	345	-14	-4
Langfristige Vermögenswerte	4.556	4.555	1	0
Programmvermögen	165	174	-9	-5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	414	471	-57	-12
Sonstige	310	302	8	3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	336	504	-168	-33
Kurzfristige Vermögenswerte	1.224	1.451	-226	-16
Bilanzsumme	5.780	6.005	-225	-4
PASSIVA				
Eigenkapital	1.651	1.774	-123	-7
Finanzverbindlichkeiten	2.118	2.117	1	0
Sonstige	644	653	-10	-1
Langfristige Schulden	2.761	2.770	-9	0
Sonstige	1.367	1.461	-94	-6
Kurzfristige Schulden	1.367	1.461	-94	-6
Bilanzsumme	5.780	6.005	-225	-4

Die **Geschäfts- oder Firmenwerte** betragen 1.992 Mio Euro (31. Dezember 2022: 1.997 Mio Euro). Die Veränderung gegenüber dem Vorjahreswert basiert auf Fremdwährungseffekten.

→ Konzern-Anhang, Ziffer 5 „Geschäfts- oder Firmenwerte“

Auch das **Programmvermögen** hat sich nicht wesentlich verändert und belief sich auf 1.074 Mio Euro (31. Dezember 2022: 1.086 Mio Euro). Der leichte Rückgang reflektiert die konzernweite Programmstrategie, stärker in lokale, relevante und Live-Inhalte zu investieren. Dabei entwickelte sich das Programmvermögen wie folgt:

ANLAGESPIEGEL PROGRAMMVERMÖGEN

in Mio Euro

	H1 2023	H1 2022
Buchwert 01.01.	1.086	1.145
Zugänge	417	431
Abgänge	-3	-4
Werteverzehr	-426	-473
Sonstige Veränderung	—	-1
Buchwert 30.06.	1.074	1.098

ERGEBNISEFFEKTE AUS DEM PROGRAMMVERMÖGEN

in Mio Euro

	H1 2023	H1 2022
Werteverzehr	426	473
Veränderung Rückstellung für belastende Verträge	-3	-11
Werteverzehr inkl. Veränderung Rückstellung für belastende Verträge	423	462

» INFORMATION

Das Programmvermögen beinhaltet Rechte an Spielfilmen, Serien, Auftragsproduktionen, digitalem Content sowie geleistete Anzahlungen auf diese Rechte und Sportrechte. Es wird aufgrund seiner besonderen Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns als separater Posten ausgewiesen. Spielfilme und Serien werden mit Beginn der vertraglichen Lizenzzeit aktiviert, Auftragsproduktionen mit Abnahme. Live-Inhalte, wie insbesondere Sportrechte, sowie Newsformate und einige Shows sind bis zur Ausstrahlung in den geleisteten Anzahlungen enthalten, werden als kurzfristiges Programmvermögen ausgewiesen und bei Ausstrahlung sofort aufwandswirksam als Werteverzehr in den Umsatzkosten erfasst. Eigenformate hingegen werden primär im Hinblick auf eine kurzfristige Ausstrahlung produziert. Sie werden daher direkt aufwandswirksam in den Umsatzkosten erfasst.

Die **Sachanlagen** stiegen um 5 Prozent oder 26 Mio Euro auf 516 Mio Euro. Hauptgrund hierfür sind geleistete Anzahlungen im Rahmen des Campus-Neubaus in Unterföhring.

Die **sonstigen langfristigen Vermögenswerte** betragen 332 Mio Euro. Dies ist ein Rückgang um 4 Prozent oder 14 Mio Euro, der in erster Linie auf die Wertentwicklung der langfristigen Fremdwährungssicherungsgeschäfte in US-Dollar zurückzuführen ist. Die **sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte** beliefen sich auf 310 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg um 8 Mio Euro im Vergleich zum 31. Dezember 2022.

Die **kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** sind stichtagsbedingt um 12 Prozent auf 414 Mio Euro gesunken (31. Dezember 2022: 471 Mio Euro).

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** beliefen sich auf 336 Mio Euro (31. Dezember 2022: 504 Mio Euro). Der Rückgang um 33 Prozent reflektiert im Wesentlichen den negativen Free Cashflow, der sich im ersten Halbjahr 2023 auf minus 143 Mio Euro belief (Vorjahr: 140 Mio Euro).

Das **Eigenkapital** verringerte sich um 7 Prozent auf 1.651 Mio Euro (31. Dezember 2022: 1.774 Mio Euro), die Eigenkapitalquote betrug 28,6 Prozent (31. Dezember 2022: 29,5 %). Neben der Ergebnisentwicklung wirkte sich die Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen sowie die Wertentwicklung der langfristigen Fremdwährungssicherungsgeschäfte in US-Dollar auf die Eigenkapitalbasis aus. Zudem hat die Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE am 30. Juni 2023 beschlossen, für das Geschäftsjahr 2022 eine Dividende in Höhe von insgesamt 11 Mio Euro auszuzahlen. Die Auszahlung der Dividende erfolgte am 5. Juli 2023 und damit nach der Berichtsperiode.

Die **langfristigen Finanzverbindlichkeiten** waren gegenüber dem Vorjahr stabil und betragen 2.118 Mio Euro (31. Dezember 2022: 2.117 Mio Euro).

Die **sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten** reduzierten sich um 1 Prozent auf 644 Mio Euro (31. Dezember 2022: 653 Mio Euro). Die **sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten** gingen ebenfalls zurück und betragen 1.367 Mio Euro (31. Dezember 2022: 1.461 Mio Euro). Dieser Rückgang um 6 Prozent ist vor allem auf geringere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und

ähnliche Schulden zurückzuführen, die sich im Wesentlichen auf das Programmvermögen beziehen. Zudem wirkten sich niedrigere steuerliche Verbindlichkeiten und geringere Verbindlichkeiten aus Put-Optionsverbindlichkeiten aus.

Net Working Capital

NET WORKING CAPITAL

in Mio Euro

	30.06.2023	31.12.2022
Vorräte	38	41
Forderungen	419	479
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	902	982
Net Working Capital	-445	-462

Das **Net Working Capital** der ProSiebenSat.1 Group betrug zum 30. Juni 2023 minus 445 Mio Euro (31. Dezember 2022: -462 Mio Euro).

FINANZ- UND LIQUIDITÄTSLAGE DES KONZERNS

Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt ein aktives Finanzmanagement und nutzt verschiedene Finanzierungsinstrumente. Das Fremdkapital hatte zum 30. Juni 2023 einen Anteil von 71,4 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2022: 70,5 %).

→ Vermögenslage des Konzerns

Der Großteil des Fremdkapitals entfiel mit 2.118 Mio Euro bzw. 51 Prozent auf lang- und kurzfristige Finanzverbindlichkeiten (31. Dezember 2022: 2.117 Mio Euro bzw. 50 %). Dabei stellen sich die Laufzeiten und Volumina der Finanzierungsinstrumente im Einzelnen wie folgt dar:

- Der unbesicherte syndizierte Konsortialkredit besteht aus zwei endfälligen Darlehenstranchen (Term Loans) und einer revolvingenden Kreditfazilität (RCF). Eine Darlehenstranche über 400 Mio Euro wurde im Mai 2023 verlängert und hat nun eine Fälligkeit im April 2026. Diese Darlehenstranche kann unter bestimmten Bedingungen um ein weiteres Jahr verlängert werden. Die zweite Tranche über 800 Mio Euro hat eine Laufzeit bis April 2027. Die RCF mit einem Rahmenvolumen von 500 Mio Euro läuft ebenfalls bis April 2027. Im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres wurde die RCF nicht in Anspruch genommen.
- Zudem hat ProSiebenSat.1 Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 925 Mio Euro im Bestand, davon 225 Mio Euro aus dem Jahr 2016 mit einer Laufzeit von zehn Jahren und 700 Mio Euro aus dem Jahr 2021 mit Laufzeiten von vier, sechs, acht und zehn Jahren.

FREMDFINANZIERUNGSMITTEL UND LAUFZEITEN ZUM 30. JUNI 2023

Finanzierungsinstrumente	in Mio Euro	Laufzeit
Schuldscheindarlehen 2021	226	Oktober 2025
Term Loan	400	April 2026
Schuldscheindarlehen 2016	225	Dezember 2026
Term Loan	800	April 2027
Schuldscheindarlehen 2021	346	Oktober 2027
Schuldscheindarlehen 2021	80	Oktober 2029
Schuldscheindarlehen 2021	48	Oktober 2031

Ohne revolvingende Kreditfazilität (derzeit nicht in Anspruch genommen) in Höhe von insgesamt 500 Mio Euro (Fälligkeit im April 2027) sowie sonstige Darlehen und Geldaufnahmen.

Die Finanzierungsinstrumente des Konzerns unterliegen nicht der Einhaltung von Finanzkennzahlen. Die Verzinsung der Darlehenstranchen sowie der revolvingen Kreditfazilität erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen (Basiszins) zuzüglich einer Kreditmarge, wobei der Kreditvertrag eine Untergrenze für den Basiszins bei 0 Prozent vorsieht. Auch Teile der Schuldscheindarlehen verzinsen sich variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen. Um sich gegen marktbedingte Zinssatzveränderungen abzusichern, setzt der Konzern derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ein.

ProSiebenSat.1 hält Zinsoptionen mit einem Nominalvolumen in Höhe von 700 Mio Euro. Die Zinsoptionen haben eine Laufzeit bis zum Jahr 2025 (50 Mio Euro) und bis zum Jahr 2027 (650 Mio Euro). Zum 30. Juni 2023 lag der Festzinsanteil bei 62 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio (31. Dezember 2022: 86 %). Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinsoptionen belief sich zum 30. Juni 2023 auf 1,5 Prozent per annum.

→ Vermögenslage des Konzerns

Finanzierungsanalyse

Die **Netto-Finanzverbindlichkeiten** des Konzerns beliefen sich zum 30. Juni 2023 auf 1.782 Mio Euro (31. Dezember 2022: 1.613 Mio Euro; 30. Juni 2022: 1.881 Mio Euro¹). Damit hat sich der Wert im Vergleich zum Ende des Vorjahresquartals um 99 Mio Euro verbessert, jedoch gegenüber dem Stichtag am 31. Dezember 2022 um 169 Mio Euro verschlechtert. Dies liegt insbesondere in der Cashflow-Entwicklung des Konzerns und deren üblicher Saisonalität begründet.

NETTO-FINANZVERBINDLICHKEITEN

in Mio Euro

	30.06.2023	31.12.2022	30.06.2022
Finanzverbindlichkeiten			
Term Loan	1.194	1.194	1.193
Schuldscheindarlehen	924	923	1.198
Sonstige Darlehen	—	—	50
Summe Finanzverbindlichkeiten	2.118	2.117	2.442
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	336	504	561 ¹
Netto-Finanzverbindlichkeiten	1.782	1.613	1.881¹

¹ Vor Umgliederung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von den zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften.

Der Verschuldungsgrad betrug 3,3x und liegt damit wie erwartet unterjährig über dem für das Jahresende 2023 prognostizierten Zielkorridor von 2,5x bis 3x (31. Dezember 2022: 2,4x; 30. Juni 2022: 2,4x¹). Dies ist im Wesentlichen auf das rückläufige adjusted EBITDA zurückzuführen.

» INFORMATION

Der Verschuldungsgrad spiegelt das Verhältnis der Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate wider (LTM adjusted EBITDA). In der Definition der Netto-Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group sind zum 30. Juni 2023 keine Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 171 Mio Euro (31. Dezember 2022: 178 Mio Euro; 30. Juni 2022: 185 Mio Euro) sowie keine Immobilienverbindlichkeiten in Höhe von 154 Mio Euro enthalten (31. Dezember 2022: 133 Mio Euro; 30. Juni 2022: 107 Mio Euro).

¹ Hierin enthalten sind Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 70 Mio Euro, die in Bezug auf den Verkauf des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios zum 30. Juni 2022 in die Position „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte“ umgliedert wurden.

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

ADJUSTED OPERATING FREE CASHFLOW

in Mio Euro

	Q2 2023	Q2 2022 ¹	H1 2023	H1 2022 ¹
Adjusted EBITDA	79	155	133	267
Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge	219	232	423	462
Veränderung der Rückstellungen	44	14	50	14
Veränderung des Working Capital	-12	1	-21	-33
Investitionen	-308	-285	-580	-459
Programminvestitionen	-254	-226	-474	-366
Sonstige Investitionen	-54	-58	-106	-94
Sonstiges ²	-55	-8	-63	3
Adjusted Operating Free Cashflow	-33	109	-57	254

1 Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheilverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

2 Enthält im Wesentlichen Bereinigungen aus Sondereffekten innerhalb des EBITDA sowie Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen.

Die rückläufige Entwicklung des adjusted EBITDA wirkte sich auch auf den **adjusted Operating Free Cashflow** der ProSiebenSat.1 Group deutlich aus: Dieser sank im zweiten Quartal 2023 auf minus 33 Mio Euro (Vorjahr: 109 Mio Euro).

Im ersten Halbjahr 2023 betrug der adjusted Operating Free Cashflow minus 57 Mio Euro (Vorjahr: 254 Mio Euro). Neben dem gesunkenen Ergebnis wirkten sich hier die zeitliche Verschiebung von Investitionen in Lizenzprogramme aus.

→ Vermögenslage des Konzerns

KAPITALFLUSSRECHNUNG

in Mio Euro

	Q2 2023	Q2 2022	H1 2023	H1 2022
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	213	332	438	604
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-313	-295	-581	-464
Free Cashflow	-99	37	-143	140
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1	-199	-23	-199
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	0	17	-2	26
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-100	-145	-168	-34
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	436	706	504	594
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente umgegliedert in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	—	-70	—	-70
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	336	490	336	490

Der **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** belief sich im zweiten Quartal 2023 auf 213 Mio Euro (Vorjahr: 332 Mio Euro) bzw. im ersten Halbjahr auf 438 Mio Euro (Vorjahr: 604 Mio Euro). Dies reflektiert die Ergebnisentwicklung des Konzerns.

Die ProSiebenSat.1 Group weist für das zweite Quartal 2023 einen **Cashflow aus Investitionstätigkeit** von minus 313 Mio Euro aus (Vorjahr: -295 Mio Euro). Auf Halbjahressicht lag dieser bei minus 581 Mio Euro aus (Vorjahr: -464 Mio Euro), wobei sich im Einzelnen folgende Mittelflüsse ergaben:

- Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmvermögen belief sich auf 474 Mio Euro (Vorjahr: 366 Mio Euro). Dabei unterliegen die Programminvestitionen temporären Schwankungen.
- Für sonstige immaterielle Vermögenswerte flossen 63 Mio Euro ab (Vorjahr: 65 Mio Euro). Diese setzen sich hauptsächlich aus selbst erstellten immateriellen Vermögenswerten, Lizenzen aus der Vermarktung von digitalen Angeboten sowie Software zusammen. Die Investitionen in Sachanlagen betragen 43 Mio Euro (Vorjahr: 29 Mio Euro) und beinhalten neben technischen Anlagen den Campus-Neubau am Standort Unterföhring.
- Die Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten beliefen sich im ersten Halbjahr 2023 auf 6 Mio Euro, gegenüber 18 Mio Euro im Vorjahr. Die Einzahlungen im laufenden Geschäftsjahr betreffen analog zum Vorjahr vor allem Fondsbeteiligungen.

Die beschriebenen Entwicklungen kennzeichnen entsprechend auch das zweite Quartal 2023.

Aus den Mittelzuflüssen bzw. Mittelabflüssen folgt ein **Free Cashflow** von minus 99 Mio Euro im zweiten Quartal 2023 (Vorjahr: 37 Mio Euro) sowie von minus 143 Mio Euro im ersten Halbjahr (Vorjahr: 140 Mio Euro).

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** belief sich im zweiten Quartal 2023 auf minus 1 Mio Euro (Vorjahr: -199 Mio Euro), im Halbjahreszeitraum 2023 auf minus 23 Mio Euro (Vorjahr: -199 Mio Euro). Der Finanzierungs-Cashflow im Vorjahr war im Wesentlichen von der Dividendenzahlung in Höhe von 181 Mio Euro geprägt. Im laufenden Jahr wurde die Dividende für das Geschäftsjahr 2022 in Höhe von 11 Mio Euro erst am 5. Juli 2023 und damit nach der Berichtsperiode ausgezahlt.

→ Wesentliche Ereignisse

Aus den beschriebenen Zahlungsströmen resultierte erwartungsgemäß zum 30. Juni 2023 ein Rückgang der **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** auf 336 Mio Euro (31. Dezember 2022: 504 Mio Euro; 30. Juni 2022: 490 Mio Euro).

PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE

DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AM KAPITALMARKT

Der deutsche Aktienmarkt startete positiv in das Jahr 2023: Dafür sorgten die zu Jahresbeginn zunächst abnehmenden Rezessions- und Inflations Sorgen. Darüber hinaus stützten optimistische Erwartungen für das Jahr 2023 den deutschen Aktienmarkt. Im März wirkten sich jedoch – wenn auch nur kurzfristig – die Schwierigkeiten der US-amerikanischen Silicon Valley Bank negativ auf den gesamten Bankensektor und die internationalen Aktienmärkte aus. Im weiteren Verlauf des ersten Halbjahres entwickelte sich der deutsche Aktienmarkt vor dem Hintergrund der anhaltenden gesamtwirtschaftlichen Unsicherheiten sowie im Hinblick auf die Entwicklung der Leitzinsen im In- und Ausland volatil.

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

Nachdem der deutsche Leitindex DAX am 16. Juni 2023 mit 16.427,4 Punkten ein neues Allzeithoch erreicht hatte, führten zum Ende des ersten Halbjahres aufkommende Sorgen um die gesamtwirtschaftliche Entwicklung zu einer leichten Abwärtsbewegung. Am Ende des ersten Halbjahres 2023 lag der DAX mit 16.147,9 Punkten um 15,8 Prozent über dem Jahresende 2022. Der MDAX, in dem auch die Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE notiert ist, schloss das erste Halbjahr mit einem Plus von 9,9 Prozent bei 27.610,5 Punkten. Der Stoxx Media, in dem neben TV-Unternehmen andere Medienwerte enthalten sind, beendete das erste Halbjahr 2023 mit einem Plus von 9,1 Prozent gegenüber dem Jahresende 2022.

Während sich die ProSiebenSat.1-Aktie in den ersten Monaten des Jahres besser als die Vergleichsindizes entwickelte, wirkten sich Ende April insbesondere die Ankündigung einer reduzierten Dividendenausschüttung und der verhaltene Ausblick auf die Ergebnisse des ersten Quartals negativ auf den Aktienkurs aus. Obwohl es im weiteren Verlauf der Monate Mai und Juni zu einer deutlichen Kurserholung kam, schloss die Aktie mit 8,54 Euro und einem Plus von 2,3 Prozent gegenüber dem Jahresende 2022 schwächer als die Vergleichsindizes.

Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analyst:innen lag zum Ende des ersten Halbjahres 2023 bei 9,00 Euro. 15 Brokerhäuser und Finanzinstitute haben die ProSiebenSat.1-Aktie aktiv bewertet und Research-Berichte veröffentlicht. 27 Prozent der Analyst:innen empfahlen die ProSiebenSat.1-Aktie zum Kauf; 40 Prozent sprachen sich dafür aus, die Aktie zu halten und 33 Prozent gaben eine Verkaufsempfehlung.

AKTIONÄRSSTRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE werden größtenteils von institutionellen Investoren aus Europa und den USA sowie Privataktionär:innen gehalten. Größter Einzelaktionär ist MFE-MEDIAFOREUROPE N.V. („MFE“) mit registriertem Sitz in Amsterdam, Niederlande, die – ausweislich der Stimmrechtsmitteilung vom 9. Mai 2023 – 25,73 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE hält. Darüber hinaus hat MFE über Instrumente i.S. des § 38 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2 WpHG die Option, Aktien in Höhe von 3,14 Prozent zu erwerben. Die Beteiligung von MFE an Aktien und Instrumenten beläuft sich demnach zum Ende der Berichtsperiode auf insgesamt 28,87 Prozent.

Ausweislich der uns am 13. Juli 2023 und damit nach dem Ende der Berichtsperiode zugegangenen Stimmrechtsmitteilung hält MFE nun 26,58 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE und 2,29 Prozent an Instrumenten i.S. des § 38 Abs. 1 Nr. 2 WpHG mit der Option, Aktien in Höhe von

2,29 Prozent zu erwerben. Die Höhe der Gesamtbeteiligung ist gegenüber dem 30. Juni 2023 unverändert.

Die PPF Group N.V. („PPF“), Amsterdam, Niederlande, hält – ausweislich der Stimmrechtsmitteilung vom 1. Juni 2023 – über die PPF IM Ltd. (vormals: Acolendo Limited), Nikosia, Zypern, 11,60 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE. Zudem besteht über Instrumente i.S. des § 38 Abs. 1 Nr. 1 WpHG die Option auf den Erwerb weiterer 3,43 Prozent am Grundkapital bzw. den Stimmrechten, so dass sich die Beteiligung an Aktien und Instrumenten auf 15,04 Prozent beläuft. PPF ist damit zweitgrößter Einzelaktionär der ProSiebenSat.1 Media SE.

Insgesamt waren am 30. Juni 2023 59,9 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE im Streubesitz (31. Dezember 2022: 74,5%). Darin enthalten sind 28,5 Prozent, die im Besitz von Privataktionär:innen lagen (31. Dezember 2022: 29,9%). 2,8 Prozent (6.514.679 Aktien) waren im eigenen Bestand (31. Dezember 2022: 2,8%).

HAUPTVERSAMMLUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2022

Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2022 fand am 30. Juni 2023 in virtueller Form statt. Das bedeutet, dass die teilnahmeberechtigten Aktionär:innen und ihre Bevollmächtigten die Hauptversammlung im Online-Aktionärsportal live und in voller Länge in Bild und Ton verfolgen konnten. Dabei konnten die Teilnehmer:innen ihre Rechte genauso wahrnehmen wie in einer Präsenz-Veranstaltung: Über einen virtuellen Wortmeldetisch hatten die zugeschalteten Aktionär:innen bzw. ihre Bevollmächtigten ihren Redebeitrag angemeldet und auf diesem Wege ihre Wortbeiträge und Fragen live gestellt. Insgesamt gingen 140 Fragen ein, die von Vorstand und Aufsichtsrat beantwortet wurden. Die Präsenz der Hauptversammlung lag bei etwa 58 Prozent des Grundkapitals.

Auf der Tagesordnung der Hauptversammlung standen unter anderem Neuwahlen im Aufsichtsrat: Die Aktionär:innen wählten Katharina Behrends, Dr. Katrin Burkhardt, Thomas Ingelfinger und Prof. Dr. Cai-Nicolas Ziegler in den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE. Damit folgte die Hauptversammlung mit deutlicher Mehrheit den Vorschlägen der Gesellschaft. Im Anschluss an die Versammlung wählte der Aufsichtsrat Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher zum neuen stellvertretenden Vorsitzenden des Gremiums.

→ Wesentliche Ereignisse

Neben der Wahl der Aufsichtsratsmitglieder haben die Aktionär:innen der ProSiebenSat.1 Media SE zugestimmt, dass eine deutlich reduzierte Dividende in Höhe von 0,05 Euro je Aktie an die dividendenberechtigten Inhaber:innen für das Geschäftsjahr 2022 ausgeschüttet wird (Vorjahr: 0,80 Euro).

→ Wesentliche Ereignisse

Nach Bekanntmachung der Einberufung zur Hauptversammlung hatte der Aufsichtsrat entschieden, eine Einzelentlastung der Aufsichtsratsmitglieder für das Geschäftsjahr 2022 durchzuführen. In dieser Abstimmung wurden bis auf den ehemaligen Aufsichtsratsvorsitzenden Dr. Werner Brandt alle Aufsichtsratsmitglieder mehrheitlich entlastet. Alle weiteren zustimmungspflichtigen Beschlussvorschläge wurden von der Hauptversammlung mit deutlicher Mehrheit angenommen.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Die **Gesamtrisikolage** der ProSiebenSat.1 Group ist im Vergleich zum Jahresende 2022 unverändert. Dies gilt auch für die Risiken aus dem wirtschaftlichen und geopolitischen Umfeld: So sind die Perspektiven für die deutsche Wirtschaft zwar verhalten – in der zweiten Jahreshälfte dürften jedoch die realen Einkommen wieder ansteigen und den privaten Konsum beleben. Auch wenn die deutsche Wirtschaft aufgrund des schwachen Jahresbeginns im Gesamtjahr 2023 voraussichtlich nicht wachsen wird, sollte ProSiebenSat.1 als frühzyklisches Unternehmen von dieser weiterhin unterjährig erwarteten konjunkturellen Erholung rasch profitieren.

→ **Konjunkturelle Entwicklungen** → **Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen**

Alle anderen berichteten Risiken haben sich im Vergleich zum Jahresende 2022 sowohl in ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit als auch in ihrem Auswirkungsgrad ebenfalls nicht verändert. Zudem sind nach unserer Einschätzung derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns führen könnten. Die identifizierten Risiken haben auch in die Zukunft gerichtet keinen bestandsgefährdenden Charakter. Die Chancensituation hat sich im Vergleich zum Jahresende 2022 ebenfalls nicht verändert.

Wir überwachen systematisch alle im Rahmen des Risikomanagementprozesses erfassten Risiken. Dies sind nicht notwendigerweise die einzigen Risiken, denen der Konzern ausgesetzt ist. Weitere Risiken, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen könnten, sind uns derzeit jedoch nicht bekannt oder wir betrachten sie im Kontext dieses Berichts als nicht relevant. Unsere Risikobewertung basiert auf der bis zur Veröffentlichung dieses Halbjahresfinanzberichts am 3. August 2023 bekannten Daten zur gesamtwirtschaftlichen Lage.

→ **Unternehmensausblick**

» INFORMATION

Die ProSiebenSat.1 Media SE verfügt über ein umfassendes Risikomanagementsystem, um Risikopotenziale systematisch zu erfassen, zu bewerten, zu steuern und zu überwachen. Risiken sind im vorliegenden Bericht als mögliche künftige Entwicklungen bzw. mögliche künftige Ereignisse definiert, die unsere Geschäftslage wesentlich beeinflussen und zu einer negativen Ziel- bzw. Prognoseabweichung führen könnten. Damit fallen jene Risikoausprägungen, die wir bereits in unserer finanziellen Planung bzw. im Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2023 berücksichtigt haben, nicht unter diese Definition und werden folglich in vorliegendem Risikobericht nicht erläutert. Die relevanten Risiken werden im Geschäftsbericht 2022 ab Seite 178 beschrieben; dort sind auch die organisatorischen Voraussetzungen für das Risiko- und Chancenmanagement erläutert.

→ **Geschäftsbericht 2022, Kapitel „Risiko- und Chancenbericht“**

PROGNOSEBERICHT

KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die **Weltwirtschaft** steht zur Jahresmitte 2023 weiterhin vor zahlreichen Herausforderungen. Die Inflation ist nach wie vor hoch, jedoch mittlerweile rückläufig. Viele Zentralbanken setzen ihre Zinsschritte entsprechend fort. Die Teuerung und das Zinsniveau dämpfen wiederum die Kauf- und Investitionstätigkeit der privaten Haushalte und Unternehmen, insbesondere in den größten Volkswirtschaften. Die Weltwirtschaft wird 2023 wohl wachsen, jedoch auf niedrigem Niveau: Laut aktueller Prognosen der OECD (Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung) liegt die Wachstumsrate der **globalen Wirtschaft** bei 2,7 Prozent (Vorjahr: +3,3 %). Dabei soll die US-amerikanische Wirtschaft um real plus 1,6 Prozent wachsen. Für die Eurozone wird für das laufende Jahr lediglich ein leichtes Plus von 0,9 Prozent erwartet.

Die **deutsche Wirtschaft** geriet im Winterhalbjahr 2022/23 in die Rezession. Ausschlaggebend dafür war vor allem der Rückgang der privaten Konsumausgaben, bedingt durch hohe Inflationsraten und damit einhergehende sinkende Realeinkommen. Für die zweite Jahreshälfte gehen die Wirtschaftsinstitute in ihren aktuellen Prognosen unverändert davon aus, dass die realen Einkommen bei nachlassender Inflation und hohen Lohnsteigerungen wieder zulegen und den privaten Konsum beleben dürften. Die Visibilität bleibt allerdings begrenzt, da die geopolitischen Spannungen, nicht zuletzt im Zusammenhang mit dem Russland-/Ukraine-Krieg, weiterhin bestehen und die globale Konjunkturdynamik dämpfen. Nach dem schwachen Jahresauftakt erwarten die Ökonom:innen für die deutsche Wirtschaft im Gesamtjahr 2023 daher einen leichten Rückgang. Die Prognosen liegen derzeit zwischen real minus 0,5 Prozent (Bundesbank) und minus 0,2 Prozent (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung). Viel hängt dabei von der weiteren Entwicklung der Inflation ab.

→ Konjunkturelle Entwicklungen

Die Unsicherheiten zeigen sich auch in den Prognosen der Mediaagenturen, die deutlich divergieren: Auf Jahressicht rechnet Magna Global für den **gesamten Werbemarkt in Deutschland** mit einem Wachstum von 1,5 Prozent (Dezember 2022: 1,6 %). Während die TV-Werbeinvestitionen um 7,7 Prozent (zuvor: 5,1 %) zurückgehen sollen, wird im digitalen Werbemarkt ein Wachstum von 4,9 Prozent (zuvor: 4,2 %) prognostiziert. Die Prognose von ZenithOptimedia ist hingegen optimistischer: Für den Netto-Werbemarkt wird ein Wachstum von 3,1 Prozent (Dezember 2022: 2,9 %) erwartet. Dabei rechnet die Agentur nach wie vor mit einem Wachstum des Online-Werbemarkts von 8 Prozent, wohingegen sich die TV-Werbeinvestitionen mit 3 Prozent rückläufig entwickeln dürften. Auch die vom Verband Privater Medien („VAUNET“) veröffentlichte Prognose für das Jahr 2023 geht von einem dynamischen Wachstum im Online-Werbemarkt aus: So sollen die Netto-Investitionen in InStream-Videoerbung, die online vor, nach oder während eines Bewegtbild-Streams gezeigt werden, mit 15 Prozent im Jahr 2023 weiterhin dynamisch wachsen.

UNTERNEHMENSAUSBLICK

Die makroökonomische Entwicklung in den Kernmärkten der ProSiebenSat.1 Group ist auch im Geschäftsjahr 2023, vor allem vor dem Hintergrund des Russland-/Ukraine-Krieges und seiner Folgen wie die konjunkturelle Zurückhaltung, weiter mit Unsicherheiten behaftet.

ProSiebenSat.1 bestätigt die Prognose² des Konzerns für das Geschäftsjahr 2023 unter der Annahme, dass sich die Konjunktur in der DACH-Region im zweiten Halbjahr 2023 entsprechend der aktuellen Erwartungen der Wirtschaftsforschungsinstitute erholt. Der Konzern dürfte als frühzyklisches Unternehmen von dieser prognostizierten konjunkturellen Erholung in der zweiten Jahreshälfte 2023 profitieren, da vor allem die hochmargigen Werbeerlöse eng mit der makroökonomischen Entwicklung korrelieren. Dabei sind insbesondere die letzten vier Monate des Jahres entscheidend, da diese die umsatz- und ergebnisstärkste Zeit für das Werbegeschäft von ProSiebenSat.1 sind. Beeinträchtigungen des Geschäfts, die unter anderem aufgrund weiter eskalierender geopolitischer Spannungen entstehen könnten, sind in dieser Prognose nicht reflektiert.

Auf dieser Grundlage rechnet die ProSiebenSat.1 Group – ohne weitere Portfolioveränderungen – weiterhin mit folgenden Ergebnissen für das Geschäftsjahr 2023:

Umsatz

ProSiebenSat.1 strebt 2023 weiterhin eine stabile Umsatzentwicklung an und erwartet einen **Umsatz** von rund 4,10 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 150 Mio Euro. Bereinigt um Währungseffekte sowie um die im Geschäftsjahr 2022 erfolgten Portfolioveränderungen, also etwa den Verkauf des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios sowie der vollständigen Übernahme der Streaming-Plattform Joyn, strebt ProSiebenSat.1 einen Umsatzzuwachs im niedrigen einstelligen Prozentbereich an. Der entsprechende Vorjahreswert lag währungs- und portfoliobereinigt bei 4,02 Mrd Euro³.

Das Umsatzziel wird besonders von der Entwicklung der Entertainment-Werbeerlöse in der DACH-Region geprägt: Für die darin enthaltenen TV-Werbeerlöse rechnet ProSiebenSat.1 auf Gesamtjahressicht mit einem Rückgang im mittleren einstelligen Prozentbereich. Dieser soll teilweise durch ein starkes Wachstum des Digital-Portfolios kompensiert werden. Unterjährig geht der Konzern von einer zweigeteilten Werbeerlös-Entwicklung aus: Nach einem Umsatzrückgang der TV-Werbeerlöse im ersten Halbjahr 2023 erwartet ProSiebenSat.1 für das zweite Halbjahr – parallel zur prognostizierten konjunkturellen Entwicklung – eine deutliche Erholung des wichtigen Werbegeschäfts.

Ergebnisentwicklung und Cashflow

Vor dem Hintergrund der 2022 erfolgten Portfolioveränderungen sowie des erwarteten Rückgangs hochmargiger TV-Werbeerlöse rechnet die Gruppe für das Gesamtjahr 2023 weiterhin mit einem **adjusted EBITDA** von rund 600 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 50 Mio Euro (währungs- und portfoliobereinigter Vorjahreswert: 623 Mio Euro⁴). In dieser Erwartung sind negative Konsolidierungseffekte in Höhe eines mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Betrags aus der

² Der US-Dollar ist für die ProSiebenSat.1 Group neben dem Euro die wesentliche Währung. Der Konzern erwartet 2023 einen US-Dollar-Anteil am Konzernumsatz von ca. 16 Prozent bzw. am adjusted EBITDA von ca. 14 Prozent. Eine über das gesamte Geschäftsjahr durchschnittliche Stärkung oder Schwächung des US-Dollars im Verhältnis zum Euro um 1 Cent beeinflusst entsprechend die Umsatzerlöse des Konzerns um ca. 6 Mio Euro und das adjusted EBITDA um ca. 1 Mio Euro. Für die Prognose aller beschriebener Kennzahlen legt der Konzern einen US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von 1,05 US-Dollar im Geschäftsjahr 2023 zugrunde.

³ Basierend auf den Umsatzerlösen des Geschäftsjahres 2022 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2023 nach Abzug der Umsatzerlöse der in 2022 entkonsolidierten Gesellschaften, insbesondere des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios in Höhe von 135 Mio Euro. Der Umsatzbeitrag insbesondere der seit November 2022 vollkonsolidierten Joyn GmbH wurde für die Monate Januar bis Oktober 2022 proformiert. Daraus ergibt sich eine Veränderung des externen Umsatzes der Gruppe um minus 4 Mio Euro.

⁴ Basierend auf dem adjusted EBITDA des Geschäftsjahres 2022 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2023 nach Abzug des adjusted EBITDA der in 2022 entkonsolidierten Gesellschaften, insbesondere des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios in einem nicht wesentlichen Betrag. Der adjusted EBITDA-Beitrag insbesondere der seit November 2022 vollkonsolidierten Joyn GmbH wurde für die Monate Januar bis Oktober 2022 proformiert. Daraus ergibt sich eine Veränderung des adjusted EBITDA der Gruppe um minus 55 Mio Euro.

vollständigen Übernahme der Streaming-Plattform Joyn enthalten. Ebenfalls reflektiert sind hier gegenläufige, für 2023 anteilig wirksame Effekte aus einem zu Jahresbeginn angestoßenen Kostenreduktionsprogramm des Konzerns. Der Prognose der Umsatzentwicklung folgend, geht ProSiebenSat.1 nach den Belastungen des adjusted EBITDA im ersten Halbjahr 2023 von deutlichen Aufholeffekten in der zweiten Jahreshälfte aus.

Die gesamten Programmkosten der Gruppe werden 2023 bei ca. 1 Mrd Euro (Vorjahr: 1,029 Mrd Euro) liegen. Dies berücksichtigt auch Programmkosten aus der Vollkonsolidierung von Joyn. Ein wesentlicher Teil der Gesamtprogrammkosten soll weiter auf lokale Inhalte entfallen, die auch der Streaming-Plattform Joyn zugutekommen.

Das **adjusted net income** von ProSiebenSat.1 wird maßgeblich durch die Entwicklung des adjusted EBITDA bestimmt. Daneben wird diese Kenngröße durch das Finanzergebnis sowie durch die Ertragsteuern beeinflusst. Für das Gesamtjahr 2023 erwartet der Konzern auf dieser Basis weiterhin, dass das adjusted net income um einem mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Betrag unter dem Vorjahresniveau von 301 Mio Euro liegen wird.

Der **adjusted Operating Free Cashflow** ist die relevante Cashflow-Steuerungsgröße des Konzerns und orientiert sich an der Entwicklung des adjusted EBITDA. Entsprechend geht ProSiebenSat.1 unverändert davon aus, dass sich der adjusted Operating Free Cashflow für das Gesamtjahr 2023 – aus Vergleichbarkeitsgründen korrigiert um die Veränderung der Investitionen für den Bau des neuen Campus am Standort Unterföhring – in einem niedrigen dreistelligen Millionen-Euro-Betrag unter dem Vorjahreswert von 492 Mio Euro bewegen wird.

Kapitaleffizienz

Den mittelfristigen finanziellen Erfolg des Unternehmens misst ProSiebenSat.1 anhand der Kennzahl **P7SI ROCE** (Return on Capital Employed). Aufgrund des erwarteten adjusted EBITDA-Rückgangs geht die Gruppe im Geschäftsjahr 2023 weiterhin von einem P7SI ROCE leicht unter dem Niveau des Vorjahres von 12,4 Prozent aus.

Kapitalstruktur

Für den **Verschuldungsgrad** (Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum LTM adjusted EBITDA des Konzerns) strebt ProSiebenSat.1 grundsätzlich eine Bandbreite von 1,5x bis 2,5x zum jeweiligen Jahresende an. Zum Jahresende 2023 rechnet der Konzern aufgrund des erwarteten adjusted EBITDA-Rückgangs im Gesamtjahr jedoch weiterhin damit, dass – beim Erreichen des Mittelwerts der adjusted EBITDA-Prognose – der Verschuldungsgrad zwischen 2,5x und 3x liegen wird (Vorjahr: 2,4x).

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in Mio Euro	Q2 2023	Q2 2022 ¹	H1 2023	H1 2022 ¹
Umsatzerlöse	868	1.043	1.683	1.983
Umsatzkosten	-619	-674	-1.174	-1.286
Bruttoergebnis vom Umsatz	249	368	510	697
Vertriebskosten	-182	-157	-351	-316
Verwaltungskosten	-115	-139	-226	-258
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2	-47	-2	-47
Sonstige betriebliche Erträge	6	8	10	15
Betriebsergebnis	-44	34	-59	91
Zinsen und ähnliche Erträge	5	1	9	7
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-21	-10	-37	-20
Zinsergebnis	-16	-9	-28	-12
Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	0	-8	-1	-19
Sonstiges Finanzergebnis	1	-20	-3	-28
Finanzergebnis	-15	-38	-32	-60
Ergebnis vor Steuern	-59	-4	-90	31
Ertragsteuern	3	-26	4	-42
Konzernergebnis	-56	-30	-86	-11
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	-54	-28	-81	-3
Anteil anderer Gesellschafter	-2	-3	-5	-7
Ergebnis je Aktie in Euro				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	-0,24	-0,12	-0,36	-0,01
Verwässertes Ergebnis je Aktie	-0,24	-0,13	-0,36	-0,03

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinvorkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

KONZERN- GESAMTERGEBNISRECHNUNG

in Mio Euro	Q2 2023	Q2 2022 ¹	H1 2023	H1 2022 ¹
Konzernergebnis	-56	-30	-86	-11
Währungsumrechnung	1	32	-9	52
Cashflow-Hedges	-4	21	-20	23
Ertragsteuern	1	-6	5	-6
Posten, die zukünftig möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden	-2	47	-23	69
Neubewertung leistungsorientierter Versorgungspläne	0	6	0	5
Ertragsteuern	0	-2	0	-1
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden	0	4	0	4
Sonstiges Ergebnis	-2	51	-23	72
Konzern-Gesamtergebnis	-57	21	-110	62
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	-56	15	-101	55
Anteil anderer Gesellschafter	-2	6	-8	6

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

KONZERN-BILANZ

in Mio Euro	30.06.2023	31.12.2022
AKTIVA		
Geschäfts- oder Firmenwerte	1.992	1.997
Programmvermögen	910	912
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	806	809
Sachanlagen	516	490
At-Equity bewertete Anteile	22	29
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	288	294
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	2	3
Latente Ertragsteueransprüche	20	20
Langfristige Vermögenswerte	4.556	4.555
Programmvermögen	165	174
Vorräte	38	41
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	76	93
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	414	471
Laufende Ertragsteuerforderungen	105	87
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	91	81
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	336	504
Kurzfristige Vermögenswerte	1.224	1.451
Bilanzsumme	5.780	6.005

in Mio Euro	30.06.2023	31.12.2022
PASSIVA		
Gezeichnetes Kapital	233	233
Kapitalrücklage	1.046	1.046
Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	265	358
Eigene Anteile	-60	-60
Kumuliertes sonstiges Ergebnis	52	72
Sonstiges Eigenkapital	-209	-141
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	1.327	1.508
Anteil anderer Gesellschafter	324	266
Eigenkapital	1.651	1.774
Finanzverbindlichkeiten	2.118	2.117
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	300	287
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	62	73
Übrige Verbindlichkeiten	7	6
Rückstellungen für Pensionen	1	2
Sonstige Rückstellungen	7	9
Latente Ertragsteuerschulden	266	277
Langfristige Schulden	2.761	2.770
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	109	124
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	839	909
Übrige Verbindlichkeiten	228	258
Laufende Ertragsteuerschulden	55	78
Sonstige Rückstellungen	136	92
Kurzfristige Schulden	1.367	1.461
Bilanzsumme	5.780	6.005

KONZERN-EIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

in Mio Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes sonstiges Ergebnis					Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	Anteil anderer Gesellschafter	Eigenkapital
					Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Neubewertung von Versorgungsplänen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital			
31. Dezember 2021 ¹	233	1.046	534	-62	22	47	-15	-9	-140	1.657	310	1.968
Konzernergebnis ¹	—	—	-3	—	—	—	—	—	—	-3	-7	-11
Sonstiges Ergebnis ¹	—	—	—	—	39	23	5	-8	—	59	14	72
Konzern-Gesamtergebnis¹	—	—	-3	—	39	23	5	-8	—	55	6	62
Dividenden	—	—	-181	—	—	—	—	—	—	-181	—	-181
30. Juni 2022¹	233	1.046	350	-62	61²	70	-10	-17	-140	1.531	317	1.849

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

² Enthält erfolgsneutral erfasste Beträge aus Währungsumrechnung in Höhe von 19 Mio Euro, die sich auf zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Schulden von US-Produktionsgesellschaften der Red Arrow Studios beziehen. Die Gesellschaften hat der Konzern zum 1. Juli 2022 verkauft.

in Mio Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes sonstiges Ergebnis					Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	Anteil anderer Gesellschafter	Eigenkapital
					Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Neubewertung von Versorgungsplänen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital			
31. Dezember 2022	233	1.046	358	-60	38	57	-10	-13	-141	1.508	266	1.774
Konzernergebnis	—	—	-81	—	—	—	—	—	—	-81	-5	-86
Sonstiges Ergebnis	—	—	—	—	-6	-20	0	5	—	-20	-3	-23
Konzern-Gesamtergebnis	—	—	-81	—	-6	-20	0	5	—	-101	-8	-110
Dividenden	—	—	-11 ¹	—	—	—	—	—	—	-11	-2	-13
Sonstige Veränderungen	—	0	—	—	—	—	—	—	-69	-69	69	0
30. Juni 2023	233	1.046	265	-60	32	37	-9	-8	-209	1.327	324	1.651

¹ Die im Zuge der ordentlichen Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE am 30. Juni 2023 beschlossene Dividende wurde am 5. Juli 2023 ausgezahlt.

KONZERN- KAPITALFLUSSRECHNUNG

in Mio Euro	Q2 2023	Q2 2022 ¹	H1 2023	H1 2022 ¹
Konzernergebnis	-56	-30	-86	-11
Ertragsteuern	-3	26	-4	42
Finanzergebnis	15	38	32	60
Abschreibungen und Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte, sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	51	104	103	157
Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge	219	232	423	462
Veränderung der Rückstellungen	44	14	50	14
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	2	-3	2	-3
Veränderung des Working Capital	-12	1	-21	-33
Erhaltene Dividenden	6	6	6	6
Gezahlte Steuern	-35	-49	-41	-76
Gezahlte Zinsen	-24	-7	-33	-14
Erhaltene Zinsen	6	0	7	1
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	213	332	438	604
Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten	2	8	6	18
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-54	-58	-106	-94
Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte	-4	-15	-5	-19
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-254	-226	-474	-366
Einzahlungen aus gewährten Darlehen	0	0	0	1
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	0	-4	0	-4
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	-2	0	-2	-1
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-313	-295	-581	-464
Auszahlung der Dividende	—	-181	—	-181
Einzahlungen aus der Aufnahme von finanziellen Verbindlichkeiten	13	—	22	11
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-11	-11	-22	-22
Auszahlungen aus Transaktionen mit nicht-beherrschenden Gesellschaftern	—	0	-20	0
Auszahlungen von Finanzierungskosten	-1	-6	-1	-6
Auszahlungen von Dividenden an nicht-beherrschende Gesellschafter	-2	—	-2	—
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1	-199	-23	-199
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	0	17	-2	26
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-100	-145	-168	-34
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	436	706	504	594
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	336	561	336	561
Abzüglich zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	—	-70	—	-70
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende (Konzern-Bilanz)	336	490	336	490

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

KONZERN-ANHANG

1/ Allgemeine Angaben

Der Konzernzwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen „der Konzern“ oder „ProSiebenSat.1 Group“) zum 30. Juni 2023 wurde in Übereinstimmung mit den für die Zwischenberichterstattung anzuwendenden IFRS, wie sie vom IASB veröffentlicht wurden und in der EU anzuwenden sind, aufgestellt und sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2022 gelesen werden. Der Konzernzwischenabschluss wurde vom Vorstand am 2. August 2023 zur Veröffentlichung freigegeben.

Die Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, die der Konzern für den Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2023 angewendet hat, sind dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2022 zugrunde lagen. Eine Ausnahme hiervon bildet grundsätzlich die Anwendung überarbeiteter Standards, die seit dem am 1. Januar 2023 beginnenden Geschäftsjahr für den Konzern verpflichtend anzuwenden sind. Deren Anwendung hat jedoch keine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Im Rahmen der Erstellung des Konzernzwischenabschlusses zum 30. Juni 2023 wurden die infolge des anhaltenden Russland-/Ukraine-Krieges nach wie vor angespannte Gesamtwirtschaftslage und die damit einhergehenden Unsicherheiten bei Annahmen, Schätzungen und Ermessensentscheidungen berücksichtigt. Angaben zu den Folgen der makroökonomischen Entwicklung für den Konzern finden sich im

→ **Konzernzwischenlagebericht**

Wesentliche Geschäftsmodelle der Segmente Entertainment sowie Commerce & Ventures unterliegen geschäftstypischen saisonalen Schwankungen. Die in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2023 erzielten Ergebnisse lassen deshalb nicht notwendigerweise Vorhersagen über die Entwicklung des weiteren Geschäftsverlaufes zu.

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich Zahlen gegebenenfalls nicht exakt zu den angegebenen Summen addieren und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

2/ Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheilverkäufen im Geschäftsjahr 2022

Im Geschäftsjahr 2022 hat die ProSiebenSat.1 Group die Bilanzierung von Gutscheilverkäufen revidiert und behandelt seitdem die von den Gutscheinkäufer:innen erhaltenen Vorabzahlungen nach den Vorschriften des IFRS 9. Für nicht eingelöste Gutscheine erfasst der Konzern die erhaltenen Zahlungen zu dem Zeitpunkt als Umsatzerlös, in dem das Recht auf Gutscheineinlösung erlischt. Die Vermittlungsprovision für eingelöste Gutscheine wird zum Zeitpunkt der Buchung eines Erlebnisses erlöswirksam. Weitere Einzelheiten finden sich im Konzern-Anhang des Geschäftsberichts 2022 unter Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“.

Die Auswirkungen der rückwirkenden Anpassung auf die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung im zweiten Quartal sowie für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2022 verdeutlichen die nachstehenden Tabellen:

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in Mio Euro

		Q2 2022 nach Anpassungen	Anpassungen	Q2 2022 vor Anpassungen
Umsatzerlöse	[3]	1.043	-13	1.055
Bruttoergebnis vom Umsatz		368	-13	381
Vertriebskosten		-157	1	-158
Verwaltungskosten		-139	1	-139
Betriebsergebnis		34	-11	45
Sonstiges Finanzergebnis		-20	0	-20
Finanzergebnis		-38	0	-38
Ergebnis vor Steuern		-4	-11	7
Ertragsteuern	[4]	-26	4	-30
Konzernergebnis		-30	-7	-23
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE		-28	-4	-23
Anteil anderer Gesellschafter		-3	-3	1
Ergebnis je Aktie in Euro				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie		-0,12	-0,02	-0,10
Verwässertes Ergebnis je Aktie		-0,13	-0,02	-0,11

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in Mio Euro

		H1 2022 nach Anpassungen	Anpassungen	H1 2022 vor Anpassungen
Umsatzerlöse	[3]	1.983	-26	2.009
Bruttoergebnis vom Umsatz		697	-26	723
Vertriebskosten		-316	3	-319
Verwaltungskosten		-258	1	-259
Betriebsergebnis		91	-22	113
Sonstiges Finanzergebnis		-28	-4	-24
Finanzergebnis		-60	-4	-56
Ergebnis vor Steuern		31	-26	57
Ertragsteuern	[4]	-42	7	-49
Konzernergebnis		-11	-18	8
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE		-3	-11	8
Anteil anderer Gesellschafter		-7	-7	0
Ergebnis je Aktie in Euro				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie		-0,01	-0,04	0,03
Verwässertes Ergebnis je Aktie		-0,03	-0,05	0,02

3/ Umsatzerlöse

in Mio Euro

	Entertainment		Commerce & Ventures		Dating & Video		Summe Konzern	
	Q2 2023	Q2 2022	Q2 2023	Q2 2022 ¹	Q2 2023	Q2 2022	Q2 2023	Q2 2022 ¹
Werbeerlöse	484	535	21	43	—	—	505	578
DACH	421	462	21	43	—	—	442	505
Rest der Welt	63	72	—	—	—	—	63	72
Distribution	44	46	—	—	—	—	44	46
Content	30	139	—	—	—	—	30	139
Europa	27	62	—	—	—	—	27	62
Rest der Welt	3	78	—	—	—	—	3	78
Digital Platform & Commerce	—	—	147	121	—	—	147	121
Consumer Advice	—	—	58	44	—	—	58	44
Experiences	—	—	8	5	—	—	8	5
Beauty & Lifestyle	—	—	80	71	—	—	80	71
Dating & Video	—	—	—	—	107	130	107	130
Dating	—	—	—	—	60	66	60	66
Video	—	—	—	—	47	64	47	64
Sonstige Umsatzerlöse	34	27	1	1	—	—	34	28
Summe	592	748	169	164	107	130	868	1.043

	Entertainment		Commerce & Ventures		Dating & Video		Summe Konzern	
	H1 2023	H1 2022	H1 2023	H1 2022 ¹	H1 2023	H1 2022	H1 2023	H1 2022 ¹
Werbeerlöse	916	1.018	49	79	—	—	964	1.097
DACH	796	889	49	79	—	—	845	968
Rest der Welt	119	129	—	—	—	—	119	129
Distribution	90	90	—	—	—	—	90	90
Content	58	255	—	—	—	—	58	255
Europa	54	115	—	—	—	—	54	115
Rest der Welt	4	141	—	—	—	—	4	141
Digital Platform & Commerce	—	—	290	230	—	—	290	230
Consumer Advice	—	—	116	87	—	—	116	87
Experiences	—	—	13	8	—	—	13	8
Beauty & Lifestyle	—	—	161	135	—	—	161	135
Dating & Video	—	—	—	—	225	262	225	262
Dating	—	—	—	—	125	134	125	134
Video	—	—	—	—	100	128	100	128
Sonstige Umsatzerlöse	55	47	2	2	—	—	56	49
Summe	1.119	1.410	340	311	225	262	1.683	1.983

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

Die Tabellen zeigen die Aufgliederung der Umsatzerlöse nach Kategorien. Dabei werden die Kategorien Werbeerlöse und Content in geographische Regionen untergliedert. Die Zuordnung erfolgt nach dem Land des Sitzes der Tochtergesellschaft, die die Umsatzerlöse realisiert. Es wird unterschieden nach den Regionen Deutschland, Österreich und Schweiz (DACH) bzw. Europa und jeweils Rest der Welt. In der Kategorie Werbeerlöse DACH im Segment Entertainment werden Werbeerlöse aus dem Verkauf von Werbezeiten erfasst, darunter auch die Werbeumsätze der deutschen Studio71-Gesellschaft. In derselben Kategorie im Segment Commerce & Ventures sind Umsätze aus Media-for-Equity- und Media-for-Revenue-Transaktionen in Höhe von 9 Mio Euro im zweiten Quartal 2023 (Vorjahr: 28 Mio Euro) und in Höhe von 24 Mio Euro im ersten Halbjahr 2023 (Vorjahr: 56 Mio Euro) enthalten. Die Kategorie Werbeerlöse Rest der Welt enthält im Wesentlichen

Umsätze der Studio71-Gesellschaften in den Vereinigten Staaten (USA). In der Kategorie Beauty & Lifestyle sind Warenverkäufe in Höhe von 69 Mio Euro im zweiten Quartal 2023 (Vorjahr: 59 Mio Euro) und 139 Mio Euro im ersten Halbjahr 2023 (Vorjahr: 112 Mio Euro) enthalten.

Für nähere Informationen zur Entwicklung der Umsatzerlöse verweisen wir auf den

→ **Konzernzwischenlagebericht Kapitel „Ertragslage des Konzerns“**

4 / Ertragsteuern

Die Ertragsteuern der Zwischenberichtsperioden werden auf Basis des geschätzten gewichteten durchschnittlichen Ertragsteuersatzes erfasst, der für das volle Geschäftsjahr erwartet wird. Steuerwirkungen einmaliger Sachverhalte werden vollständig in der betroffenen Zwischenberichtsperiode erfasst.

Der Ertrag aus Ertragsteuern des ersten Halbjahres 2023 in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr angepasst: Ertragsteueraufwand 42 Mio Euro) ist maßgeblich beeinflusst durch den Rückgang des Ergebnisses vor Steuern. Dass der Ertrag aus Ertragsteuern im Vergleich zum Konzernergebnis vor Steuern verhältnismäßig gering ausfällt, liegt im Wesentlichen an der fehlenden Möglichkeit zur Bildung von aktiven latenten Steuern auf steuerliche Verluste. Die Vergleichsperiode wurde im Wesentlichen durch steuerlich nicht abzugsfähige Bewertungseffekte sowie durch das Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen geprägt.

5 / Geschäfts- oder Firmenwerte

Die unter anderem infolge des andauernden Russland-/Ukraine-Krieges nach wie vor angespannte Gesamtwirtschaftslage und anhaltende Konsumzurückhaltung liefern hinreichend Anhaltspunkte, zum 30. Juni 2023 für den Geschäfts- oder Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit NuCom Group einen situationsbedingten Wertminderungstests durchzuführen, zumal Nutzungswert und Buchwert der NuCom Group am Vorjahresende aufgrund der vorgenommenen Wertminderung übereinstimmten. Zugleich wurde die Umsatzentwicklung der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Video von den Folgen der anhaltenden Konsumzurückhaltung und einer sich nach Aufhebung der COVID-19 Kontaktbeschränkungen normalisierenden Nutzung von Video-Angeboten negativ beeinflusst. Der Konzern sah sich infolgedessen auch in Bezug auf den Geschäfts- und Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Video zur Durchführung eines situationsbedingten Wertminderungstests veranlasst.

Bei den übrigen zahlungsmittelgenerierenden Einheiten des Konzerns ergab sich zum 30. Juni 2023 aufgrund der am Geschäftsjahresende 2022 beträchtlich über den Buchwerten angesiedelten Nutzungswerte und mangels Anzeichen, dass der Nutzungswertüberhang aufgezehrt werden könnte, keine Notwendigkeit zur Durchführung situationsbedingter Wertminderungstests für deren Geschäfts- oder Firmenwerte.

Der für den Wertminderungstest maßgebliche erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten wurde in Form eines Nutzungswertes ermittelt. Die Ermittlung erfolgt unter Berücksichtigung mehrerer wahrscheinlichkeitsgewichteter Szenarien, die verschiedene Entwicklungen der Zahlungsströme über den fünfjährigen Planungszeitraum abbilden. Die Zahlungsstromerwartungen berücksichtigen die Umsatz- und Ergebnisentwicklungen der ersten sechs Monate des laufenden Geschäftsjahres und reflektieren aktuelle Einschätzungen über den künftigen Geschäftsverlauf. Die verwendete prognostizierte EBITDA-Marge für den Zeitraum nach Ende des Planungszeitraums beträgt 11,3 Prozent für die zahlungsmittelgenerierende Einheit NuCom Group und 21,7 Prozent für die zahlungsmittelgenerierende Einheit Video. Des Weiteren haben sich die am Bewertungsstichtag 31. Dezember 2022 gültigen Diskontierungszinssätze vor Steuern von 13,0 Prozent für die NuCom Group und 11,4% für Video bis zum Halbjahresstichtag auf 13,1 Prozent bzw. 11,9 Prozent erhöht.

Die Wertminderungstests zum 30. Juni 2023 für die Geschäfts- oder Firmenwerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten NuCom Group und Video führen zu keinem Wertminderungsbedarf. Die ermittelten erzielbaren Beträge dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheiten übersteigen deren Buchwerte um 64 Mio Euro bei der NuCom Group bzw. 192 Mio Euro bei Video. Sollte die EBITDA-Marge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit NuCom Group nach Ende des Planungszeitraums um 2,7 Prozentpunkte zurückgehen oder sich der Diskontierungssatz vor Steuern um 1,6 Prozentpunkte erhöhen, entspräche der ermittelte erzielbare Betrag dem Buchwert dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit. Bei einer Reduzierung der EBITDA-Marge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Video nach Ende des Planungszeitraums um 10,5 Prozentpunkte oder bei einer Erhöhung des Diskontierungssatzes vor Steuern um 6,5 Prozentpunkte, entspräche der ermittelte erzielbare Betrag dem Buchwert dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit.

6 / Eigenkapital

Die Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE hat am 30. Juni 2023 beschlossen, für das Geschäftsjahr 2022 eine Dividende in Höhe von 11 Mio Euro (0,05 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie) auszuzahlen. Die Auszahlung der Dividende erfolgte am 5. Juli 2023 und damit nach der Berichtsperiode.

Die erfolgsneutrale Verschiebung zwischen dem Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE und dem Anteil nicht beherrschender Gesellschafter in Höhe von 69 Mio Euro ist dem konzerninternen Verkauf der Anteile an der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH von der NCG – NUCOM GROUP SE an die ProSiebenSat.1 Media SE am 13. März 2023 geschuldet. Aufgrund des Verkaufs besteht die vormalige indirekte Minderheitsbeteiligung der General Atlantic PD B.V., Amsterdam (als Rechtsnachfolgerin der General Atlantic PD GmbH, München) an dieser Gesellschaft nicht länger.

7 / Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die nachfolgende Tabelle enthält die neben den in der Bilanz erfassten Verbindlichkeiten bestehenden sonstigen finanziellen Verpflichtungen:

in Mio Euro

	30.06.2023	31.12.2022
Einkaufsobligo für Programmvermögen	1.478	1.702
Distribution	73	83
Leasing- und Mietverpflichtungen	0	4
Übrige finanzielle Verpflichtungen	225	235
Summe	1.777	2.025

Der Rückgang des Einkaufsobligos für Programmvermögen spiegelt im Wesentlichen die Anpassung der Programmstruktur auf lokale und Live-Inhalte und saisonale Faktoren wider.

8 / Finanzinstrumente

Die folgende Tabelle stellt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte gegenüber und gibt jeweils die Fair-Value-Hierarchiestufe der bei der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert vorrangig verwendeten Inputfaktoren an:

BUCH- UND MARKTWERTE (FAIR VALUES) VON FINANZINSTRUMENTEN

in Mio Euro

In der Bilanz ausgewiesen in		30.06.2023					31.12.2022				
		Buchwert	Fair Value	Fair Value			Buchwert	Fair Value	Fair Value		
				Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3			Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE											
Bewertet zum Fair Value											
Eigenkapitalinstrumente	Sonstige finanzielle Vermögenswerte	228	228	13	—	216	222	222	16	—	206
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Vermögenswerte	36	36	—	36	—	58	58	—	58	—
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Vermögenswerte	46	46	—	46	—	48	48	—	48	—
Summe		310	310	13	82	216	328	328	16	106	206
FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN											
Bewertet zum Fair Value											
Verbindlichkeiten aus Put-Optionen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	27	27	—	—	27	49	49	—	—	49
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1	1	—	1	—	0	0	—	0	—
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	6	6	—	6	—	17	17	—	17	—
Bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten											
Darlehen und Kredite	Finanzverbindlichkeiten	1.194	1.239	—	1.239	—	1.194	1.196	—	1.196	—
Schuldscheindarlehen	Finanzverbindlichkeiten	924	859	—	859	—	923	837	—	837	—
Immobilienkredite	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	154	156	—	156	—	133	134	—	134	—
Summe		2.306	2.289	—	2.261	27	2.316	2.233	—	2.184	49

Die ProSiebenSat.1 Group weist in ihrer Konzern-Bilanz weitere, nicht in obiger Tabelle aufgeführte Finanzinstrumente aus, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden. Bei ihnen stellt der Buchwert einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar.

Die Buchwertänderung bei den Eigenkapitalinstrumenten der Stufe 3 resultiert im Wesentlichen aus Zugängen bei den Beteiligungen aus Media-for-Equity-Transaktionen.

Die Darlehen und Kredite in Höhe von 1.194 Mio Euro bestehen aus einem unbesicherten syndizierten Konsortialkredit mit zwei endfälligen Darlehenstranchen (Term Loan) und einer revolving Kreditfazilität (RCF). Die erste Darlehenstranche in Höhe von 400 Mio Euro wurde im Mai 2023 um ein Jahr auf April 2026 verlängert. Sie kann unter bestimmten Bedingungen um ein weiteres Jahr verlängert werden. Die zweite Tranche über 800 Mio Euro wird im April 2027 fällig. Die RCF hat ein Rahmenvolumen von 500 Mio Euro und läuft ebenfalls bis April 2027. Im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres wurde sie nicht in Anspruch genommen.

Zur Absicherung des Konsortialkredits gegen Zinssteigerungen hält der Konzern Zinsoptionen in einem Nominalvolumen in Höhe von 700 Mio Euro. Die Zinsoptionen haben eine Laufzeit bis zum Jahr 2025 (50 Mio Euro) und bis zum Jahr 2027 (650 Mio Euro). Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinsoptionen beläuft sich zum 30. Juni 2023 auf 1,5 Prozent per annum.

Die folgende Tabelle stellt die Entwicklung der vorrangig auf Basis von Stufe-3-Inputfaktoren zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente im Berichtszeitraum dar:

ÜBERLEITUNG DER FAIR VALUES IM BEREICH STUFE 3 IM BERICHTSZEITRAUM

in Mio Euro

	Eigenkapital- instrumente	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen
Stand 01.01.2023	206	49
In der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse ¹	4	-1
Zugänge	12	—
Abgänge/Tilgungen	-6	-20
Stand 30.06.2023	216	27

1 Von den in der Berichtsperiode erfassten Gewinnen und Verlusten waren bei den Eigenkapitalinstrumenten Gewinne von 4 Mio Euro und bei den Verbindlichkeiten aus Put-Optionen Gewinne von 0 Mio Euro unrealisiert.

Im Vorjahreszeitraum entwickelten sich die beizulegenden Zeitwerte der vorrangig auf Basis von Stufe-3-Inputfaktoren bewerteten Finanzinstrumente wie folgt:

ÜBERLEITUNG DER FAIR VALUES IM BEREICH STUFE 3 IM VORJAHRESZEITRAUM

in Mio Euro

	Eigenkapital- instrumente	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen ¹
Stand 01.01.2022	270	60
In der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse ²	-12	-3
Zugänge	12	—
Abgänge/Tilgungen	-14	-9
Stand 30.06.2022	256	48

1 Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheilverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

2 Von den in der Berichtsperiode erfassten Gewinnen und Verlusten waren bei den Eigenkapitalinstrumenten Verluste von 11 Mio Euro und bei den Verbindlichkeiten aus Put-Optionen Gewinne von 4 Mio Euro unrealisiert.

Ergebniswirksame Effekte aus sämtlichen Instrumenten der Stufe 3 werden bis auf die im Zinsergebnis erfassten Aufzinsungseffekte im sonstigen Finanzergebnis dargestellt.

Die in der Berichtsperiode für Eigenkapitalinstrumente erfassten Gewinne in Höhe von 4 Mio Euro betreffen im Wesentlichen die Neubewertungen von Fondsbeteiligungen und Media-for-Equity-Beteiligungen. Bei den Zugängen in Höhe von 12 Mio Euro handelt es sich vor allem um im Rahmen von Media-for-Equity-Transaktionen erworbene Beteiligungen, bei den Abgängen in Höhe von 6 Mio Euro hauptsächlich um Verkäufe von Fondsbeteiligungen.

Die in der Berichtsperiode erfolgten Abgänge/Tilgungen bei den Verbindlichkeiten aus Put-Optionen in Höhe von 20 Mio Euro betreffen Auszahlungen im Segment Dating & Video.

Bei der Bewertung der Verbindlichkeiten aus Put-Optionen stellen die den jeweiligen Instrumenten zugrundeliegenden Ergebnisgrößen sowie die verwendeten risikoadäquaten Fremdkapitalzinssätze wesentliche nicht am Markt beobachtbare Inputfaktoren dar. Eine Verbesserung der zugrundeliegenden Ergebnisgrößen um 5 Prozent würde den (negativen) beizulegenden Zeitwert der Put-Optionen zum Abschlussstichtag um 1 Mio Euro erhöhen, eine Verschlechterung um 5 Prozent würde ihn um 1 Mio Euro mindern. Hingegen würde eine Zinssatzänderung um plus bzw. minus einen Prozentpunkt keinen nennenswerten Effekt haben.

9 / Segmentberichterstattung

Die ProSiebenSat.1 Group berichtet in den drei Segmenten Entertainment, Commerce & Ventures sowie Dating & Video.

In der Überleitungsspalte (Holding & Sonstiges) werden neben den Holdingfunktionen Effekte aus der Eliminierung bzw. Konsolidierung von konzerninternen Transaktionen zwischen den Segmenten erfasst. Wie in den Vergleichsperioden entfallen im zweiten Quartal 2023 und im ersten Halbjahr 2023 die dargestellten Beträge mit Ausnahme der Innenumsatzerlöse auf die Holdingfunktionen.

Die nachfolgende Tabelle enthält die Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group:

SEGMENTINFORMATIONEN Q2 2023

in Mio Euro

	Entertainment	Commerce & Ventures	Dating & Video	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Konzernumsatzerlöse	602	169	107	879	-11	868
Außenumsatzerlöse	592	169	107	868	—	868
Innenumsatzerlöse	10	1	0	11	-11	—
Adjusted EBITDA	61	2	18	80	-1	79
Sondereffekte	-55	-5	0	-59	-13	-73
Abschreibungen und Wertminderungen	25	13	8	47	4	51
Investitionen	281	6	3	289	19	308
davon Programminvestitionen	254	—	—	254	—	254

SEGMENTINFORMATIONEN Q2 2022

in Mio Euro

	Entertainment	Commerce & Ventures ¹	Dating & Video	Summe Segmente ¹	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern ¹
Konzernumsatzerlöse	771	165	130	1.066	-24	1.043
Außenumsatzerlöse	748	164	130	1.043	—	1.043
Innenumsatzerlöse	23	1	—	24	-24	—
Adjusted EBITDA	134	1	25	160	-5	155
Sondereffekte	-12	-1	-1	-14	-4	-18
Abschreibungen und Wertminderungen	73	18	7	99	5	104
Investitionen	261	8	3	272	13	285
davon Programminvestitionen	226	—	—	226	—	226

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

SEGMENTINFORMATIONEN H1 2023

in Mio Euro

	Entertainment	Commerce & Ventures	Dating & Video	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Konzernumsatzerlöse	1.142	341	225	1.708	-25	1.683
Außenumsatzerlöse	1.119	340	225	1.683	—	1.683
Innenumsatzerlöse	24	1	0	25	-25	—
Adjusted EBITDA	92	6	39	137	-4	133
Sondereffekte	-54	-7	-7	-68	-20	-88
Abschreibungen und Wertminderungen	51	27	16	94	8	103
Investitionen	526	13	5	544	36	580
davon Programminvestitionen	474	—	—	474	—	474

SEGMENTINFORMATIONEN H1 2022

in Mio Euro

	Entertainment	Commerce & Ventures ¹	Dating & Video	Summe Segmente ¹	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern ¹
Konzernumsatzerlöse	1.455	312	262	2.029	-46	1.983
Außenumsatzerlöse	1.410	311	262	1.983	—	1.983
Innenumsatzerlöse	45	1	—	46	-46	—
Adjusted EBITDA	225	4	47	276	-9	267
Sondereffekte	-16	-2	3	-15	-4	-19
Abschreibungen und Wertminderungen	101	32	15	148	10	157
Investitionen	420	14	6	440	19	459
davon Programminvestitionen	366	—	—	366	—	366

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

Für nähere Informationen zur Entwicklung der Umsatzerlöse und des adjusted EBITDA verweisen wir auf den

→ **Konzernzwischenlagebericht Kapitel „Ertragslage des Konzerns“**

Nachfolgend wird das adjusted EBITDA der Segmente auf das Konzernergebnis übergeleitet:

ÜBERLEITUNG DES SEGMENTERGESBISSES

in Mio Euro

	Q2 2023	Q2 2022 ¹	H1 2023	H1 2022 ¹
Adjusted EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	80	160	137	276
Eliminierungen und sonstige Überleitungsstellen	-1	-5	-4	-9
Adjusted EBITDA des Konzerns	79	155	133	267
Sondereffekte	-73	-18	-88	-19
Finanzergebnis	-15	-38	-32	-60
Abschreibungen und Wertminderungen	-51	-104	-103	-157
Ertragsteuern	3	-26	4	-42
Konzernergebnis	-56	-30	-86	-11

¹ Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheinkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023.

Die im adjusted EBITDA bereinigten Sondereffekte verteilen sich auf folgende Kategorien:

DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE

in Mio Euro

	Q2 2023	Q2 2022	H1 2023	H1 2022
Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises	—	3	—	3
Erträge aus sonstigen Einmaleffekten	0	1	0	2
Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen	0	3	0	8
Bereinigte Erträge	0	7	0	13
M&A-bezogene Aufwendungen	-2	-24	-5	-28
Reorganisationsaufwendungen	-60	0	-69	-2
Aufwendungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises	-2	—	-2	0
Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten	-9	-1	-12	-1
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	—	0	—	-1
Bereinigte Aufwendungen	-73	-25	-89	-32
Sondereffekte	-73	-18	-88	-19

In den Reorganisationsaufwendungen enthalten ist die Bildung einer Restrukturierungsrückstellung in Höhe von 58 Mio Euro für ein bevorstehendes Stellenabbauprogramm, das der von den Maßnahmen betroffenen Belegschaft am 18. Juli 2023 mitgeteilt wurde. Der Ansatz einer Rückstellung zum 30. Juni 2023 war erforderlich, da der Betriebsrat als Arbeitnehmervertretung bereits im zweiten Quartal über die wesentlichen Eckpunkte des Programms informiert wurde und von der planmäßigen Durchführung des Programms auszugehen hatte.

10 / Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Als nahestehende Personen und Unternehmen gelten für die ProSiebenSat.1 Group Personen und Unternehmen, welche die ProSiebenSat.1 Group beherrschen bzw. einen maßgeblichen Einfluss auf diese ausüben oder durch die ProSiebenSat.1 Group beherrscht bzw. maßgeblich beeinflusst werden.

In der ersten Jahreshälfte 2023 wurden die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE, assoziierte Unternehmen bzw. Gemeinschaftsunternehmen der ProSiebenSat.1 Group sowie seit dem 30. Juni 2023 die MFE – MEDIAFOREUROPE N.V., Amsterdam, Niederlande („MFE“) und deren Tochter- und Gemeinschaftsunternehmen als nahestehende Personen und Unternehmen identifiziert. Zum 30. Juni 2023 hält MFE 25,73 Prozent der Stimmrechtsanteile der Gesellschaft sowie Instrumente im Sinne der §§ 38 Abs. 1 Nr. 1 und 2 WpHG in Höhe von 3,14 Prozent. Darüber hinaus ist MFE seit der ordentlichen Hauptversammlung vom 30. Juni 2023 im ProSiebenSat.1 Aufsichtsrat repräsentiert. Mit MFE und deren Tochter- und Gemeinschaftsunternehmen bestehen zum Abschlussstichtag keine Forderungen oder Verbindlichkeiten.

Am 16. Juni 2023 gab die ProSiebenSat.1 Media SE bekannt, dass Erik Huggers, Mitglied des Aufsichtsrats der Gesellschaft, sein Mandat zum 30. Juni 2023 niederlegt. Entsprechend den gesetzlichen Vorgaben beabsichtigt die Gesellschaft zur Regelung der Nachfolge einen Antrag auf gerichtliche Bestellung eines neuen Mitglieds des Aufsichtsrats zu stellen und Klara Brachtlova vorzuschlagen.

Zudem hat die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE am 30. Juni 2023 Katharina Behrends, Dr. Katrin Burkhardt, Thomas Ingelfinger und Prof. Dr. Cai-Nicolas Ziegler mit deutlicher Mehrheit als neue Mitglieder in den ProSiebenSat.1-Aufsichtsrat gewählt. Die Mandate

standen zur Wahl, da die reguläre Amtszeit von Dr. Marion Helmes, stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende, sowie Lawrence A. Aidem und Dr. Antonella Mei-Pochtler, Mitglieder des Aufsichtsrats, jeweils zur Hauptversammlung ausliefen. Ein weiterer Sitz war durch den Wechsel von Bert Habets vom Aufsichtsrat in den Konzernvorstand zum 1. November 2022 frei geworden.

Seit 1. Mai 2023 ist Martin Mildner Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO) der ProSiebenSat.1 Media SE und folgt auf Ralf Peter Gierig, der sein Amt als Finanzvorstand am 27. April 2023 vor Beschlussfassung über die Aufstellung des Jahres- und Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2022 in gegenseitigem Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE niedergelegt hat. Im Juni 2023 hat Wolfgang Link, bisheriger Vorstand Entertainment und CEO der Seven.One Entertainment Group GmbH, Unterföhring, in gegenseitigem Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE sein Amt niedergelegt und ist mit Wirkung zum 15. Juli 2023 aus dem Vorstand ausgeschieden.

Die ProSiebenSat.1 Group unterhält mit einigen ihrer Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen Beziehungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Dabei kaufen und verkaufen die Konzerngesellschaften Produkte und Dienstleistungen grundsätzlich zu Marktbedingungen. Aus der folgenden Tabelle ist der Umfang der Transaktionen mit Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen ersichtlich:

UMFANG DER TRANSAKTIONEN MIT ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN UND GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN

in Mio Euro

	H1 2023 bzw. 30.06.2023			H1 2022 bzw. 31.12.2022		
	Assoziierte Unternehmen	Gemeinschaftsunternehmen	Summe	Assoziierte Unternehmen	Gemeinschaftsunternehmen	Summe
Gewinn- und Verlustrechnung						
Umsätze aus erbrachten Lieferungen und Leistungen	55	1	56	56	17	74
Aufwendungen aus erhaltenen Lieferungen und Leistungen	12	1	12	10	14	24
Bilanz						
Forderungen	19	0	20	17	1	17
Verbindlichkeiten	4	0	4	7	0	7

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Unterföhring, den 2. August 2023



Bert Habets
Vorstandsvorsitzender (Group CEO)



Martin Mildner
Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO)



Christine Scheffler
Vorstandsmitglied & Chief Human Resources Officer (CHRO)

BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT

AN DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, – bestehend aus Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Bilanz, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzern-Kapitalflussrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2023, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 115 WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

Berlin, 2. August 2023

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Schlebusch
Wirtschaftsprüfer

Mielke
Wirtschaftsprüferin

FINANZKALENDER

Datum	Event
3. August 2023	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2023
14. November 2023	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das dritte Quartal 2023

Terminänderungen können wir nicht ausschließen. Wir empfehlen daher die Termine auf der ProSiebenSat.1-Homepage einzusehen.

→ www.prosiebensat1.com/investor-relations/presentationen-events/finanzkalender

IMPRESSUM/KONTAKTE

PRESSE

ProSiebenSat.1 Media SE Konzernkommunikation

Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel.: +49 [0]89 95 07—11 45
Fax: +49 [0]89 95 07—11 59
E-Mail: info@prosiebensat1.com

INVESTOR RELATIONS

ProSiebenSat.1 Media SE Investor Relations

Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel.: +49 [0]89 95 07—15 02
Fax: +49 [0]89 95 07—15 21
E-Mail: aktie@prosiebensat1.com

HERAUSGEBER

ProSiebenSat.1 Media SE

Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel.: +49 [0]89 95 07—10
Fax: +49 [0]89 95 07—11 21
www.ProSiebenSat1.com
HRB 219 439 AG München

INHALT & GESTALTUNG

ProSiebenSat.1 Media SE Konzernkommunikation

nexxar GmbH
Wien, Österreich

DIE PROSIEBEN SAT.1 GROUP IM INTERNET

Diese und andere Veröffentlichungen sowie Informationen über die ProSiebenSat.1 Group erhalten Sie im Internet unter der Adresse

[→www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com)

ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

Dieser Bericht beinhaltet zukunftsgerichtete Aussagen über die ProSiebenSat.1 Media SE und die ProSiebenSat.1 Group, die mitunter durch Verwendung der Begriffe „erwarten“, „beabsichtigen“, „planen“, „annehmen“, „das Ziel verfolgen“ und ähnliche Formulierungen kenntlich gemacht werden. Eine Vielzahl von Faktoren, von denen zahlreiche außerhalb des Einflussbereichs der ProSiebenSat.1 Media SE liegen, beeinflusst die Geschäftsaktivitäten, den Erfolg, die Geschäftsstrategie und die Ergebnisse der ProSiebenSat.1 Media SE. Zukunftsorientierte Aussagen sind keine historischen Fakten und beinhalten daher bekannte und unbekannt Risiken, Unsicherheiten und andere wichtige Faktoren, die dazu führen könnten, dass die tatsächlichen Ergebnisse von den erwarteten Ergebnissen abweichen. Diese in die Zukunft gerichteten Aussagen beruhen auf gegenwärtigen Plänen, Zielen, Schätzungen und Prognosen und berücksichtigen Erkenntnisse nur bis einschließlich des Datums der Erstellung dieses Berichts. In Anbetracht dieser Risiken, Ungewissheiten sowie anderer wichtiger Faktoren übernimmt die ProSiebenSat.1 Media SE keine Verpflichtung und beabsichtigt auch nicht, derartige zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen. Obwohl mit größtmöglicher Sorgfalt sichergestellt wird, dass die hierin bereitgestellten Informationen und Fakten zutreffend und dass die Meinungen und Erwartungen angemessen sind, wird keine Haftung oder Garantie auf Vollständigkeit, Richtigkeit, Angemessenheit und/oder Genauigkeit jeglicher hier enthaltener Informationen und Meinungen übernommen. Dieser Bericht liegt ebenfalls in einer englischen Übersetzung vor; bei Abweichungen geht die deutsche maßgebliche Fassung des Berichts der englischen Übersetzung vor.