



SHAPING THE FUTURE OF ENTERTAINMENT

INHALT

KONZERNZWISCHENLAGE- BERICHT _____ 3

Auf einen Blick_____	3
Wesentliche Ereignisse_____	5
Geschäftsverlauf der ProSiebenSat.1 Group_	7
ProSiebenSat.1 Media SE Aktie_____	25
Risiko- und Chancenbericht_____	27
Prognosebericht_____	28

KONZERNZWISCHEN- ABSCHLUSS _____ 31

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung____	31
Konzern-Gesamtergebnisrechnung_____	32
Konzern-Bilanz_____	33
Konzern-Eigenkapital- Veränderungsrechnung_____	35
Konzern-Kapitalflussrechnung_____	36
Konzern-Anhang_____	37

INFORMATIONEN _____ 47

Versicherung der gesetzlichen Vertreter__	47
Bescheinigung nach prüferischer	
Durchsicht_____	48
Finanzkalender_____	49
Impressum_____	50

AUF EINEN BLICK

- **ProSiebenSat.1 schließt das erste Halbjahr positiv ab und steigert den Umsatz:** Der Konzernumsatz stieg im zweiten Quartal 2024 um 5 Prozent auf 907 Mio Euro. Im Sechsmonatszeitraum verzeichnete ProSiebenSat.1 einen Umsatzanstieg von 5 Prozent auf 1.774 Mio Euro. Neben dem Umsatzwachstum im Segment Entertainment setzte sich der positive Trend im Commerce & Ventures-Segment fort.
- **Wachstum bei Joyn bestätigt strategischen Fokus auf digitale Reichweite:** Während sich die TV-Werbeumsätze vor dem Hintergrund der Fußball-Europameisterschaft nur auf Vorjahresniveau bewegten, verzeichneten die digitalen & smarten Werbeumsätze in der DACH-Region auch im zweiten Quartal ein zweistelliges Wachstum. Dazu beigetragen hat insbesondere Joyn: Die Streaming-Plattform steigerte ihre AVoD-Umsätze im zweiten Quartal um 25 Prozent. Insgesamt wuchsen die Umsätze im Segment Entertainment um 3 Prozent, auf Halbjahressicht lag die Steigerung bei 4 Prozent.
- **Adjusted EBITDA wächst erneut dynamisch und reflektiert unser Kostenmanagement:** Mit einem Plus von 14 Prozent auf 91 Mio Euro im zweiten Quartal bzw. von 23 Prozent auf 163 Mio Euro im ersten Halbjahr unterstreicht ProSiebenSat.1, dass die Maßnahmen zur Effizienzsteigerung greifen. Sie stärken nicht nur die Profitabilität – sie eröffnen dem Konzern zugleich die Möglichkeit, seine Programmstrategie konsequent umzusetzen und das Angebot an lokalen und Live-Inhalten auszubauen.
- **Verschuldungsgrad gegenüber dem Vorjahresquartal deutlich reduziert:** Aufgrund des deutlichen Wachstums beim adjusted EBITDA hat sich auch der Verschuldungsgrad gegenüber dem Vorjahresquartal verbessert. Er liegt mit 2,6x klar in dem für das Jahresende 2024 prognostizierten Zielkorridor von 2,5x bis 3,0x.
- **ProSiebenSat.1 bestätigt Jahresausblick:** ProSiebenSat.1 strebt für 2024 weiterhin an, den Konzernumsatz auf rund 3,95 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 150 Mio Euro zu steigern (Vorjahr: 3,85 Mrd Euro). Damit bestätigen wir unser Wachstumsziel für den Konzernumsatz und rechnen unverändert mit einem adjusted EBITDA im Mittelwert auf Vorjahresniveau (575 Mio Euro bei einer Varianz von plus/minus 50 Mio Euro). Auch für alle weiteren bedeutsamsten Leistungsindikatoren bestätigen wir unseren Jahresausblick.

KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	Q2 2024	Q2 2023	H1 2024	H1 2023
Umsatzerlöse	907	868	1.774	1.683
Adjusted EBITDA ¹	91	79	163	133
Adjusted net income ²	25	4	33	-11
Adjusted Operating Free Cashflow ³	65	-33	104	-57
Zuschauermarktanteile (in %) ⁴	19,4	22,2	19,8	21,6

	30.06.2024	31.12.2023	30.06.2023
Mitarbeiter:innen ⁵	6.893	7.188	7.393
Programmvermögen	814	864	1.074
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	524	573	336
Netto-Finanzverbindlichkeiten	1.595	1.546	1.782
Verschuldungsgrad ⁶	2,6	2,7	3,3

1 Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA. Die Zusammensetzung und Definition der Sondereffekte ist unverändert zum Vorjahr, eine detaillierte Aufstellung erfolgt in dem Kapitel Ertragslage des Konzerns in den Tabellen "Überleitungsrechnung Adjusted EBITDA zum Konzernergebnis" und "Darstellung der Sondereffekte innerhalb des Adjusted EBITDA" des Halbjahresfinanzberichtes 2024.

2 Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen, 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 2023, Kapitel "Planung und Steuerung".

3 Eine Definition des adjusted Operating Free Cashflows findet sich im Geschäftsbericht 2023, Kapitel "Planung und Steuerung".

4 Deutschland: ProSiebenSat.1 Group; AGF in Zusammenarbeit mit GfK; Marktstandard TV; VIDEOSCOPE 1.4; Zielgruppe: 20–59 Jahre. Bei der Betrachtung der Zuschauermarktanteile auf Konzernebene zieht ProSiebenSat.1 seit 2024 die werberelevante Zielgruppe der 20- bis 59-jährigen Zuschauer:innen heran, zuvor lag der Fokus auf der Zielgruppe 14 bis 49 Jahre.

5 Vollzeitäquivalente Stellen.

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

» 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.

Darüber hinaus stellen die im Lagebericht angegebenen Verweise weiterführende Informationen dar und sind damit kein Bestandteil dieses Lageberichts.

WESENTLICHE EREIGNISSE

Personelle Veränderungen im Vorstand

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat am 18. März 2024 den österreichischen Medienmanager Markus Breitenecker mit Wirkung zum 1. April 2024 in den Vorstand berufen. Gemeinsam mit dem Vorstandsvorsitzenden Bert Habets (Group CEO) ist er als Chief Operating Officer (COO) für die Steuerung des Entertainment-Bereichs verantwortlich. Sein Fokus liegt auf den Bereichen Streaming und digitale Plattformen. Darüber hinaus ist er für die Länderaktivitäten in der Schweiz und Österreich verantwortlich. Damit stärkt der Konzern seinen klaren strategischen Schwerpunkt auf den Entertainment-Bereich auch im Vorstand.

Markus Breitenecker hatte zuvor das Geschäft der ProSiebenSat.1 Group in Österreich geleitet. In seiner langjährigen Tätigkeit für den Konzern baute er sowohl ProSiebenSat.1 PULS4 zur größten privaten Fernsehgruppe als auch Joyn zum größten Streamer in Österreich aus.

Christine Scheffler ist nach über fünf Jahren im Unternehmen, davon vier Jahre als Mitglied des Vorstands, zum 31. März 2024 im gegenseitigen Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat aus dem Vorstand ausgeschieden. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE besteht somit seit dem 1. April 2024 aus Bert Habets (Group CEO), Martin Mildner (Group CFO) und Markus Breitenecker (COO).

Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2023 und personelle Veränderungen im Aufsichtsrat

Am 30. April 2024 fand die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2023 statt. Die Präsenz lag bei 63,5 Prozent des Grundkapitals und damit 5,5 Prozentpunkte höher als im vergangenen Jahr. Die Hauptversammlung fand erneut in virtueller Form statt.

Die Aktionär:innen der ProSiebenSat.1 Media SE stimmten zu, für das Geschäftsjahr 2023 eine Dividende in Höhe von 0,05 Euro je Aktie an die dividendenberechtigten Inhaber:innen auszuschütten. Die Dividende wurde am 6. Mai 2024 ausgezahlt.

→ Vermögenslage des Konzerns

Der Antrag von MFE-MEDIAFOREUROPE N.V. („MFE“) auf Prüfung und Vorbereitung zur Abspaltung der nicht zum Segment Entertainment gehörenden Unternehmensteile erhielt nicht die erforderliche qualifizierte Mehrheit von 75 Prozent der abgegebenen Stimmen. Die Aktionär:innen folgten mit ihrer Entscheidung der Empfehlung von Vorstand und Aufsichtsrat und bestätigten somit die Strategie des Unternehmens. Diese sieht neben der Konzentration auf das Kerngeschäft Entertainment unter anderem den wertmaximierenden Verkauf einzelner Beteiligungen des Digitalportfolios vor.

Die Hauptversammlung stimmte dem Ergänzungsverlangen von MFE zu, das Genehmigte Kapital 2021 aufzuheben. Hierfür war eine einfache Mehrheit der abgegebenen Stimmen erforderlich. Die Schaffung eines neuen Genehmigten Kapitals 2024 fand aufgrund des Erfordernisses einer qualifizierten Mehrheit von 75 Prozent der abgegebenen Stimmen hingegen nicht die notwendige Mehrheit. Zudem wurde eine Änderung der Satzung in Bezug auf zustimmungsbedürftige Geschäfte beschlossen, wofür eine einfache Mehrheit der abgegebenen Stimmen erforderlich war.

→ Geschäftsbericht 2023, Kapitel „Übernahmerechtliche Angaben“

Der Vorschlag von Vorstand und Aufsichtsrat zu einer gesellschaftsrechtlichen Maßnahme bezüglich Joyn erhielt nicht die erforderliche qualifizierte Mehrheit von 75 Prozent der

abgegebenen Stimmen: Die Ablehnung dieser konzerninternen Reorganisation führt nun dazu, dass die Verlustvorträge von Joyn derzeit nicht genutzt werden können.

Darüber hinaus standen bei der Hauptversammlung Wahlen für den Aufsichtsrat an. Klára Brachtlová war als Vertreterin des Minderheitsaktionärs PPF IM LTD („PPF“) bereits im vergangenen Jahr gerichtlich als Aufsichtsrätin bestellt worden und wurde bestätigt. Zudem wurden Christoph Mainusch auf Vorschlag von PPF sowie Leopoldo Attolico und Simone Scettri auf Vorschlag von MFE in den Aufsichtsrat gewählt. Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher, Marjorie Kaplan und Ketan Mehta gehören dem Aufsichtsrat nicht mehr an.

[→ www.prosiebensat1.com/ueber-prosiebensat1/wer-wir-sind/aufsichtsrat](http://www.prosiebensat1.com/ueber-prosiebensat1/wer-wir-sind/aufsichtsrat)

Am 13. Mai 2024 fand die erste Sitzung des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE im Nachgang zur Hauptversammlung vom 30. April 2024 statt. Im Rahmen dieser ersten Zusammenkunft nach der Neuwahl des Gremiums wurde Cai-Nicolas Ziegler zum stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt. Zusätzlich wurden Simone Scettri zum Vorsitzenden des Audit and Finance Committee (AFC) und Dr. Katrin Burkhardt zur stellvertretenden Vorsitzenden des AFC gewählt.

[→ www.prosiebensat1.com/ueber-prosiebensat1/wer-wir-sind/aufsichtsrat](http://www.prosiebensat1.com/ueber-prosiebensat1/wer-wir-sind/aufsichtsrat)

Ausführungen zum Zahlungsdienstenaufsichtsgesetz-Sachverhalt

Die ProSiebenSat.1 Group hat in den Geschäftsberichten für die Jahre 2022 und 2023 ausführlich über die Geschäftstätigkeit der Jochen Schweizer GmbH und der mydays GmbH im Hinblick auf das Zahlungsdienstenaufsichtsgesetz („ZAG“) und die damit verbundenen Vorgänge berichtet. Zwischenzeitlich hat die Staatsanwaltschaft München I in Bezug auf den berichteten Sachverhalt den bisherigen Beobachtungsvorgang in ein förmliches Ermittlungsverfahren übergeleitet und mitgeteilt, dass sie die Verhängung von Bußgeldern gegen einzelne Gruppengesellschaften beabsichtigt. Für diese drohenden Belastungen auf Einzelgesellschaftsebene und aufgrund der bisher mit der Staatsanwaltschaft geführten Gespräche wurde zum 30. Juni 2024 eine Rückstellung im unteren einstelligen Millionen Euro-Bereich gebildet.

[→ www.prosiebensat1.com/hauptversammlung](http://www.prosiebensat1.com/hauptversammlung) → **Geschäftsbericht 2023, Kapitel „Wesentliche Ereignisse“**

[→ Geschäftsbericht 2023, Kapitel „Risikobericht“](#)

Erläuterungen zu Fremdfinanzierungsinstrumenten

Die ProSiebenSat.1 Group nutzt verschiedene Fremdfinanzierungsinstrumente und verfolgt dabei ein aktives Finanzmanagement. In diesem Kontext hat der Konzern im April 2024 mit 353 Mio Euro den Großteil der bisher im April 2026 endfälligen Darlehenstranche des syndizierten Konsortialkredits um ein weiteres Jahr bis April 2027 verlängert. Der restliche Teil dieser Darlehenstranche von 47 Mio Euro bleibt unverändert im April 2026 fällig.

[→ Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur](#)

GESCHÄFTSVERLAUF DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

RAHMENBEDINGUNGEN DES KONZERNS

Konjunkturelle Entwicklungen

Die **Weltwirtschaft** erwies sich im Jahr 2023 trotz hoher Inflationsraten und gestiegener Zinsen zwar als robust, die Wachstumsdynamik blieb aber insgesamt begrenzt. Am Jahresbeginn 2024 hat die globale Konjunktur wieder etwas an Fahrt aufgenommen. Auch die **deutsche Wirtschaft** wächst leicht: Im Vergleich zum Vorquartal wuchs das Bruttoinlandsprodukt (BIP) im ersten Quartal 2024 um real 0,2 Prozent (Destatis, Mai 2024). Kräftige Wachstumsimpulse kamen vor allem von der Bauwirtschaft, ein Sondereffekt infolge der ungewöhnlich milden Winterwitterung in Deutschland. Positive Beiträge leistete auch der Außenhandel. Hier wirkten sich günstigere globale Rahmenbedingungen aus, da in vielen Regionen die Wirtschaftsleistung expandierte – unter anderem bei wichtigen Handelspartnern wie den USA und einigen Ländern der Eurozone.

Dennoch verlief die Erholung der deutschen Industrie verzögert, hier überwogen bremsende Effekte wie eine schwache Binnennachfrage, hohe Energiekosten und herausfordernde Finanzierungsbedingungen. Keine Impulse kamen zudem bislang vom privaten Konsum. Trotz sinkender Inflationsraten und steigender Einkommen reduzierten die Haushalte ihre Ausgaben im ersten Quartal im Vergleich zum Vorquartal überraschend um real 0,4 Prozent (Destatis, Mai 2024). Gleichzeitig stieg die Sparquote auf 14,9 Prozent (Vorjahr: 13,4 %). Hier spiegelt sich die anhaltende Unsicherheit der Verbraucher:innen wider.

Für das zweite Quartal 2024 erwarten die führenden Ökonom:innen angesichts der verbesserten Rahmenbedingungen eine spürbare Belebung der Konsumdynamik. Ihre Prognosen für den privaten Konsum liegen im Vorquartalsvergleich derzeit zwischen real 0,0 Prozent (ifo-Institut, Konjunkturprognose Sommer 2024) und 0,6 Prozent (IWH, Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle, Juni 2024). Insgesamt dürfte die deutsche Wirtschaft im zweiten Quartal nur leicht gestiegen sein (Bundesbank, Juli 2024). Als frühzyklisches Unternehmen ist der private Konsum für unsere Geschäftsentwicklung besonders relevant. Vor allem unser hochmarginiges Werbegeschäft korreliert eng mit dem privaten Konsum.

→ **Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen**

Entwicklung relevanter Marktumfelder

ProSiebenSat.1 ist das Zuhause von populärer Unterhaltung sowie Infotainment. Unser klares Ziel ist es, die Nummer eins der Entertainment-Branche in der DACH-Region zu werden, mit einer hohen Profitabilität und sehr schnell wachsenden digitalen Geschäftsmodellen. Dafür legen wir unseren Fokus auf drei strategische Schwerpunkte: Wir investieren in lokale und Live-Programminhalte, maximieren unsere Reichweite und diversifizieren unsere Monetarisierung. Unser Entertainment-Portfolio wird durch digitale Verbrauchermarken in den Segmenten Commerce & Ventures sowie Dating & Video ergänzt.

ENTERTAINMENT

Entertainment ist Kern der ProSiebenSat.1 Group. Hier ist das Unternehmen ein führender Anbieter mit dem Ziel, seine Wettbewerbsposition durch den Ausbau des digitalen Geschäfts kontinuierlich zu stärken. Dazu stellen wir die Streaming-Plattform Joyn ins Zentrum unseres Handelns: Wir wollen Joyn als Superstreamer und führende kostenlose Entertainment-Plattform für alle

Menschen im deutschsprachigen Raum etablieren. Vor diesem Hintergrund hat die ProSiebenSat.1 Group im Juni 2024 den Streaming-Dienst nach Österreich und Deutschland nun auch in der Schweiz gestartet. Damit ist Joyn in der gesamten DACH-Region verfügbar.

Joyn verbindet die Bereiche lineares TV, Streaming und Social Media und folgt dabei konsequent dem Grundsatz „Viewers and Users First“. Indem wir unsere Angebote ganz nach ihren Bedürfnissen ausrichten und Inhalte live und on-demand gezielt über alle Wege ausspielen, stärken wir unsere Reichweite und monetarisieren sie zugleich auf unterschiedliche Art und Weise.

Joyn ist zum überwiegenden Teil werbefinanziert und damit ein kostenloses Angebot für unsere Nutzer:innen. Zugleich differenziert sich die Plattform durch die Aggregation von Partnerinhalten vom Wettbewerb. Das bedeutet, dass wir nicht nur Inhalte von ProSiebenSat.1 anbieten, sondern auch die Inhalte von Branchenpartnern einbinden. Damit bündelt Joyn einen Großteil der linearen Fernsehsender und zahlreiche Mediatheken in der DACH-Region. Mit dem Wegfall des sogenannten „Nebenkostenprivilegs“ zum 1. Juli 2024, also der Bindung an einen Kabelfernsehen-Vertrag über den Mietvertrag, bietet Joyn somit eine kostenfreie Alternative zum herkömmlichen Kabelanschluss.

Um Joyn zu stärken, setzen wir auch im programmatischen Werbezeitenhandel sowie in der Distribution auf Partnerschaften. In diesem Zusammenhang hat die ProSiebenSat.1 Group im Februar eine AdTech-Kooperation mit RTL Deutschland vereinbart und über einen neuen Distributionsvertrag mit der Deutschen Telekom alle Inhalte von Joyn direkt über Magenta TV verfügbar gemacht. Im Bereich Distribution partizipiert ProSiebenSat.1 an technischen Freischaltentgelten, die Endkund:innen für Programme in HD-Qualität an die jeweiligen Anbieter entrichten. Damit steigert der Konzern seine Reichweite und diversifiziert zugleich sein Umsatzprofil.

Neben der Zielsetzung, Inhalte über möglichst viele Ausspielkanäle anzubieten und so unterschiedliche Mediennutzungsinteressen zu bedienen, fokussiert sich die ProSiebenSat.1 Group in ihrem Programmangebot verstärkt auf exklusive lokale und Live-Inhalte sowie mehr Eigenproduktionen. Deren Anteil bauen wir konsequent aus, um den Marktanteil im linearen TV sowie die Unverwechselbarkeit und damit das Wachstum von Joyn zu stärken.

Unsere Programmstrategie mit Fokus auf lokale und Live-Inhalte zahlt sich zunehmend aus. Beispiele hierfür sind Formate wie „Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum“ und „Wer stiehlt mir die Show?“. Sie erzielten im ersten Halbjahr 2024 jeweils Quoten von durchschnittlich 14,0 Prozent bzw. 14,5 Prozent in der Prime Time (20- bis 59-jährige Zuschauer:innen) und lagen damit deutlich über dem Senderschnitt. Zudem punktete der Joko & Klaas-Programmtag im Anschluss an die Jubiläumsfolge „Joko & Klaas gegen ProSieben“ im April bei den Zuschauer:innen mit einem Marktanteil von durchschnittlich 11,6 Prozent bei den 20-59-Jährigen.

Auch auf den digitalen Plattformen sind wir mit diesem Programmfokus erfolgreich. So verzeichnete Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum“ über alle digitalen Plattformen hinweg 506 Mio Video Views, wobei das Format bei Joyn 30 Prozent mehr Video Views im Vergleich zur Vorstaffel erzielte. Ein weiteres Beispiel für den Erfolg lokaler Live-Inhalte ist die Joyn-Eigenproduktion „Big Brother“, die als Joyn Original im ersten Halbjahr 2024 ebenfalls hohe Nutzungsraten verzeichnete. Insgesamt stieg die Zahl der monatlichen Video-Nutzer:innen (Monthly Video Users) von Joyn im zweiten Quartal 2024 auf 7,1 Mio (+56 % ggü. Vorjahresquartal) und die Verweildauer auf insgesamt 9,8 Mrd Minuten (+38 % ggü. Vorjahresquartal). Im ersten Halbjahr verzeichnete Joyn ein Plus von 49 Prozent auf 6,8 Mio monatliche Video-Nutzer:innen, die Verweildauer erhöhte sich auf insgesamt 19,0 Mrd Minuten (+29 % ggü. Vorjahreszeitraum).

Der Gesamt-Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1-Sender in der Zielgruppe 20 bis 59 Jahre belief sich in Deutschland im zweiten Quartal 2024 auf 19,4 Prozent (Vorjahr: 22,2 %), im Sechsmonatszeitraum lag der Marktanteil bei 19,8 Prozent (Vorjahr: 21,6 %). In der für den Werbemarkt besonders relevanten Prime Time betrug der Zuschauermarktanteil bei den 20- bis

59-Jährigen im zweiten Quartal 18,3 Prozent (Vorjahr: 21,6 %). Auf Halbjahressicht erreichte ProSiebenSat.1 einen Marktanteil von 19,2 Prozent (Vorjahr: 20,7 %). Während die Marktanteile unserer linearen Sender unter anderem aufgrund der Fußball-Europameisterschaft im Juni 2024 unter Vorjahr blieben, wirkten sich die im kostenlosen Livestream übertragenen Spiele positiv auf Joyn aus.

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

in Prozent

	Q2 2024	Q2 2023	H1 2024	H1 2023
Deutschland	19,4	22,2	19,8	21,6
Österreich	24,2	26,5	24,2	26,5
Schweiz	14,1	17,2	14,5	16,2

Deutschland: E 20-59; ProSiebenSat.1 Group: SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX, Kabel Eins Doku; Quelle: AGF Videoforschung; AGF SCOPE 1.7; 01.01.2023-30.06.2024; Marktstandard: TV; Auswertungstyp TV-Zeitintervall; produktbezogen. Bei der Betrachtung der Zuschauermarktanteile auf Konzernebene zieht ProSiebenSat.1 seit 2024 die werberelevante Zielgruppe der 20- bis 59-jährigen Zuschauer:innen heran, zuvor lag der Fokus auf der Zielgruppe 14 bis 49 Jahre.

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; 01.01.2023-30.06.2024; 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.

» INFORMATION

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels sowie struktureller Veränderungen im Mediennutzungsverhalten hat ProSiebenSat.1 zu Jahresbeginn 2024 die Zielgruppendefinition in Deutschland angepasst, um die TV-Nutzung noch besser abzubilden: Bei der Betrachtung der Zuschauermarktanteile auf Konzernebene stellt ProSiebenSat.1 nun die sehr kaufkräftige und damit werberelevante Zielgruppe 20- bis 59-jährige Zuschauer:innen in den Fokus statt wie bisher die Zielgruppe zwischen 14 und 49 Jahren.

Trotz sinkender Reichweiten verfügt lineares TV über die größte Werberelevanz: Verbunden mit den höchsten Werbeausgaben erzielt TV einen Return on Investment (ROI) von durchschnittlich 4,2 und liefert so den höchsten Zusatzumsatz, der direkt durch Werbung stimuliert ist. Damit ist TV der mit Abstand wichtigste Umsatztreiber für Werbekund:innen. Dies ist das Ergebnis einer aktuellen Studie der Omnicom Media Group Germany bynd im Auftrag der Seven.One Media GmbH („Seven.One Media“). Die Relevanz von TV-Werbung spiegeln auch die Werbemarktdaten von Nielsen Media für den deutschen Markt wider: 46,3 Prozent der Brutto-Werbeinvestitionen flossen im zweiten Quartal 2024 in TV-Werbung (Vorjahr: 45,5 %), im ersten Halbjahr waren es 46,4 Prozent (Vorjahr: 45,8 %). Dabei sind die Investitionen in TV-Werbung laut Nielsen Media mit brutto 3,94 Mrd Euro im zweiten Quartal (Vorjahr: 3,57 Mrd Euro) um 10,4 Prozent über dem Vorjahr. Im ersten Halbjahr verzeichneten die TV-Werbeinvestitionen ein Plus von 11,3 Prozent auf 7,68 Mrd Euro (Vorjahr: 6,90 Mrd Euro).

In diesem Wettbewerbsumfeld erhöhten sich die TV-Werbeinnahmen der ProSiebenSat.1 Group im zweiten Quartal um 6,9 Prozent auf 1,36 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 1,27 Mrd Euro). Dies entspricht einem Marktanteil für den ProSiebenSat.1-Konzern von 34,4 Prozent (Vorjahr: 35,6 %). Im ersten Halbjahr steigerte die ProSiebenSat.1 Group ihre Werbeeinnahmen um 9,0 Prozent auf 2,60 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 2,38 Mrd Euro). Daraus resultierte ein Marktanteil von 33,8 Prozent (Vorjahr: 34,5 %). Sowohl die Entwicklung des Werbemarkts als auch die Marktanteilsentwicklung von ProSiebenSat.1 in Deutschland steht unter anderem im Kontext der Fußball-Europameisterschaft.

→ Ertragslage des Konzerns

» INFORMATION

Die Daten von Nielsen Media 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.

COMMERCE & VENTURES

Im Segment Commerce & Ventures bündelt die ProSiebenSat.1 Group ihre Beteiligungen an E-Commerce-Unternehmen: Der Konzern investiert Werbezeiten vorrangig in digitale Verbrauchermarken und partizipiert in Form von Media-for-Revenue- und Media-for-Equity-Geschäften am Wachstum der Unternehmen. Somit monetarisiert die ProSiebenSat.1 Group ihre Reichweite sowohl durch Werbung als auch durch Media-Synergien.

Ein Großteil des Commerce-Portfolios ist von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung abhängig. Dies gilt zum einen mit Blick auf die Finanzkraft der Wachstumsunternehmen und die sich bietenden Investitionschancen. Zum anderen ist der private Konsum relevant für die Geschäftsentwicklung der Commerce-Portale, die einen starken Fokus auf die Konsumneigung der Verbraucher:innen setzen. Dies zeigte sich in der ersten Jahreshälfte 2024 erneut deutlich, wenn auch je nach Branche in unterschiedlicher Intensität und Auswirkung.

→ Ertragslage des Konzerns

Der Onlinehandel mit Waren verzeichnete im zweiten Quartal 2024 laut bevh (Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V., Juli 2024) ein kleines Umsatzplus von 0,2 Prozent auf ein Volumen von 19,215 Mrd Euro. Es war das erste Marktwachstum seit zwei Jahren. Auch die deutsche Schönheits- und Haushaltspflegebranche – Marktumfeld unseres Beauty & Lifestyle-Geschäfts – verzeichnete ein starkes Umsatzwachstum: Laut Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel e. V. (IKW, Mai 2024) erzielten Kosmetik und Körperpflegeprodukte im ersten Quartal 2024 ein Plus von 7,2 Prozent auf 4,1 Mrd Euro gegenüber dem Vorjahresquartal. Zugleich zeigte sich das Marktumfeld des Online-Vergleichsportals Verivox nach der Entspannung an den Energiemärkten seit Jahresbeginn 2023 stabil.

→ Ertragslage des Konzerns

Der Konzern wird auch weiterhin seine Reichweite für Investitionen in Minderheitsbeteiligungen nutzen, um Wert zu schaffen. Zugleich verfolgt ProSiebenSat.1 ein aktives Portfoliomanagement: Wir prüfen kontinuierlich, welche Portfoliounternehmen wir mit unserer Expertise und der Investitionswährung Reichweite auf die nächste Entwicklungsstufe heben können.

Das bedeutet im Umkehrschluss: Sollte ein Geschäft nicht mehr in hohem Maße von den Synergien im Konzernverbund und insbesondere unserer Reichweite profitieren, ist es Teil der Gesamtstrategie, diese gut entwickelten Commerce-Marken mittel- bis langfristig an einen geeigneteren Eigentümer zu verkaufen, um so Investitionserträge zu realisieren.

DATING & VIDEO

Im Segment Dating & Video verfügen wir mit den Plattformen der ParshipMeet Group über eine breite Angebotspalette im Online-Dating- und Social-Entertainment-Markt. So ist die ParshipMeet Group aufgrund ihrer Angebote für unterschiedliche Zielgruppen wie auch im Hinblick auf ihre Erlösquellen und geografische Präsenz sehr diversifiziert aufgestellt. Nachdem ProSiebenSat.1, beginnend 2012 mit einem Media-for-Revenue-Investment, die ParshipMeet Group zu einem global führenden Online-Dating-Anbieter aufgebaut hat, legt der Konzern nun den Schwerpunkt darauf,

die operative Performance des Dating & Video-Geschäfts zu stärken. Ziel bleibt es, den Wert der ParshipMeet Group mittel- bis langfristig zu maximieren und zu gegebener Zeit zu realisieren.

Die ParshipMeet Group besteht aus acht Verbrauchermarken und ist auf drei Kontinenten präsent. Die Gruppe erwirtschaftet rund zwei Drittel ihres Umsatzes außerhalb der DACH-Region. Entsprechend vielfältig sind auch die Einflussfaktoren auf die Geschäftsentwicklung. Dazu zählen makroökonomische Entwicklungen, wobei insbesondere der private Konsum relevant ist sowie rechtliche Veränderungen und die Wettbewerbsintensität.

→ Ertragslage des Konzerns

ERTRAGSLAGE DES KONZERNS

Umsatz

Nach einem guten Start in das Jahr 2024 ist der **Konzernumsatz** im zweiten Quartal weiter gestiegen: Das Wachstum gegenüber dem Vorjahr reflektiert zum einen den Umsatzanstieg im Segment Entertainment, zum anderen setzt sich der positive Trend im Commerce & Ventures-Segment fort. Dabei ist die Umsatzentwicklung des Werbegeschäfts wie erwartet durch die Marktanteilsverschiebung im Kontext der Fußball-Europameisterschaft geprägt. Insgesamt stieg der Konzernumsatz im zweiten Quartal 2024 um 5 Prozent auf 907 Mio Euro (Vorjahr: 868 Mio Euro).

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

Auf Halbjahressicht verzeichnete der ProSiebenSat.1-Konzern einen Umsatz in Höhe von 1.774 Mio Euro (Vorjahr: 1.683 Mio Euro) und damit einen Anstieg von 5 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen belief sich das Umsatzplus auf 6 Prozent.

AUSSENUMSATZERLÖSE DES KONZERNS NACH SEGMENTEN

in Mio Euro

	Q2 2024	Q2 2023	Veränderung abs.	Veränderung in %
Entertainment	612	592	20	3,4
Commerce & Ventures	197	169	29	17,1
Dating & Video	98	107	-10	-9,1
Umsatzerlöse	907	868	39	4,5
	H1 2024	H1 2023	Veränderung abs.	Veränderung in %
Entertainment	1.165	1.119	47	4,2
Commerce & Ventures	404	340	63	18,6
Dating & Video	205	225	-20	-8,8
Umsatzerlöse	1.774	1.683	90	5,4

ANTEIL DER UMSATZERLÖSE NACH SEGMENTEN

	Q2 2024	Q2 2023	H1 2024	H1 2023
Entertainment				
Werbeerlöse DACH	47 %	48 %	46 %	47 %
Andere Entertainment-Erlöse	21 %	20 %	20 %	19 %
Commerce & Ventures	22 %	19 %	23 %	20 %
Dating & Video	11 %	12 %	12 %	13 %

Der **Außenumsatz** des Segments **Entertainment** belief sich im zweiten Quartal 2024 auf 612 Mio Euro und lag damit um 3 Prozent oder 20 Mio Euro über dem Vorjahreswert.

Die Umsatzentwicklung des Werbegeschäfts war wie erwartet vor allem durch die Fußball-Europameisterschaft geprägt: So lagen die TV-Werbeumsätze in der DACH-Region im Kontext der Fußball-Europameisterschaft im zweiten Quartal nur auf Vorjahresniveau. Daneben ist die Umsatzentwicklung im Werbegeschäft wie erwartet durch die Saisonalität im Quartalsvergleich, d.h. den früheren Ostertermin im März 2024, geprägt. Im Vorfeld von Ostern investieren Werbekunden verstärkt in Werbung.

Die digitalen & smarten Werbeumsätze verzeichneten in der DACH-Region erneut ein zweistelliges Wachstum, was insbesondere auf die Umsatzdynamik bei Joyn zurückzuführen ist. Während hier die AVoD-Umsätze (Advertising-Video-on-Demand) ein Plus von 25 Prozent verzeichneten, stiegen die in den sonstigen Umsatzerlösen ausgewiesenen SVoD-Umsätze (Subscription-Video-on-Demand) bei Joyn in Deutschland im Vergleich zum Vorjahresquartal um 10 Prozent.

Insgesamt wuchsen die Umsätze in der DACH-Region aus digitalen & smarten Werbeangeboten um 12 Prozent, die gesamten Werbeumsätze stiegen um 1 Prozent. Dies bestätigt den Fokus auf Joyn als werbefinanziertes, kostenloses Streaming-Modell und den Ausbau unseres Digitalportfolios. Zudem verzeichneten die Distributionserlöse unter anderem aufgrund einer höheren HD-Nutzung ein Wachstum von 13 Prozent. Über die Distribution diversifiziert der Konzern sein Umsatzprofil und generiert von der Werbemarktentwicklung unabhängige Erlöse.

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

Auf Halbjahressicht verzeichnete der Außenumsatz des Segments einen Anstieg von 4 Prozent auf 1.165 Mio Euro (Vorjahr: 1.119 Mio Euro). Dies spiegelt insbesondere das dynamische Wachstum bei den digital & smarten Werbeumsätzen in der DACH-Region wider.

Im Segment **Commerce & Ventures** setzte sich das Umsatzwachstum im zweiten Quartal 2024 fort: Der **Außenumsatz** verzeichnete einen Anstieg von 17 Prozent auf 197 Mio Euro (Vorjahr: 169 Mio Euro), bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag das Wachstum bei 21 Prozent. Wichtigster Umsatztreiber war das Beauty & Lifestyle-Geschäft mit flaconi, das sich trotz anhaltender Konsumzurückhaltung weiter dynamisch entwickelte. Darüber hinaus wuchs unter anderem das Media-for-Revenue- und Media-for-Equity-Geschäft der SevenVentures zweistellig.

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

Auf Halbjahressicht verzeichnete der Segmentumsatz ein Plus von 19 Prozent auf 404 Mio Euro (Vorjahr: 340 Mio Euro). Das Wachstum reflektiert zum einen die Umsatzentwicklung bei flaconi, zum anderen entwickelte sich das Online-Vergleichsportal Verivox (Consumer Advice) nach der Entspannung an den Energiemärkten in einem stabilen Marktumfeld positiv. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag der Außenumsatz des Segments um 22 Prozent über dem Vorjahreszeitraum.

Der **Außenumsatz** im Segment **Dating & Video** belief sich im zweiten Quartal 2024 auf 98 Mio Euro. Dies ist ein Rückgang von 9 Prozent oder 10 Mio Euro bzw. bereinigt um Währungseffekte von 10 Prozent. Dabei sanken die Umsätze des Dating-Bereichs um 13 Prozent oder 8 Mio Euro, die Video-Umsätze gingen im Vergleich zum Vorjahr um 4 Prozent oder 2 Mio Euro zurück. Diese Entwicklung ist unter anderem auf das herausfordernde und sehr wettbewerbsintensive Marktumfeld zurückzuführen.

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

Auch auf Halbjahressicht beeinflusste das wettbewerbsintensive Umfeld die Umsatzentwicklung deutlich. Darüber hinaus traten 2022 strengere Regelungen in Bezug auf faire Verbraucherverträge in Deutschland in Kraft, die insbesondere die Abo-Modelle der Plattformen Parship und ElitePartner betrafen und sich im ersten Quartal 2023 noch nicht in vollem Umfang ausgewirkt hatten. Insgesamt belief sich der Außenumsatz des Segments Dating & Video im ersten Halbjahr 2024 auf 205 Mio Euro (Vorjahr: 225 Mio Euro), dies ist ein Rückgang um 9 Prozent.

AUSSENUMSATZERLÖSE

in Mio Euro

	Entertainment		Commerce & Ventures		Dating & Video		Summe Konzern	
	Q2 2024	Q2 2023	Q2 2024	Q2 2023	Q2 2024	Q2 2023	Q2 2024	Q2 2023
Werbeerlöse	491	484	31	21	—	—	522	505
DACH	425	421	31	21	—	—	456	442
davon TV	349	353	—	—	—	—	349	353
davon Digital & Smart	76	68	—	—	—	—	76	68
Rest der Welt	66	63	—	—	—	—	66	63
Distribution	50	44	—	—	—	—	50	44
Content	39	30	—	—	—	—	39	30
Digital Platform & Commerce	—	—	166	147	—	—	166	147
Consumer Advice	—	—	61	58	—	—	61	58
Experiences	—	—	4	8	—	—	4	8
Beauty & Lifestyle	—	—	100	80	—	—	100	80
Dating & Video	—	—	—	—	98	107	98	107
Dating	—	—	—	—	52	60	52	60
Video	—	—	—	—	46	47	46	47
Sonstige Umsatzerlöse	32	34	1	1	—	—	33	34
Summe	612	592	197	169	98	107	907	868

	Entertainment		Commerce & Ventures		Dating & Video		Summe Konzern	
	H1 2024	H1 2023	H1 2024	H1 2023	H1 2024	H1 2023	H1 2024	H1 2023
Werbeerlöse	942	916	59	49	—	—	1.002	964
DACH	818	796	59	49	—	—	877	845
davon TV	675	668	—	—	—	—	675	668
davon Digital & Smart	143	129	—	—	—	—	143	129
Rest der Welt	124	119	—	—	—	—	124	119
Distribution	100	90	—	—	—	—	100	90
Content	66	58	—	—	—	—	66	58
Digital Platform & Commerce	—	—	343	290	—	—	343	290
Consumer Advice	—	—	137	116	—	—	137	116
Experiences	—	—	8	13	—	—	8	13
Beauty & Lifestyle	—	—	198	161	—	—	198	161
Dating & Video	—	—	—	—	205	225	205	225
Dating	—	—	—	—	109	125	109	125
Video	—	—	—	—	96	100	96	100
Sonstige Umsatzerlöse	57	55	2	2	—	—	58	56
Summe	1.165	1.119	404	340	205	225	1.774	1.683

Adjusted EBITDA

Das **adjusted EBITDA** lag nach dem deutlichen Ergebniswachstum im ersten Quartal auch im zweiten Quartal 2024 über Vorjahr: Es verzeichnete einen Anstieg von 14 Prozent auf 91 Mio Euro (Vorjahr: 79 Mio Euro). Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen wuchs das adjusted EBITDA um 10 Prozent. Auf Halbjahressicht stieg das adjusted EBITDA um 23 Prozent auf 163 Mio Euro (Vorjahr: 133 Mio Euro) bzw. bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen um 18 Prozent. Die positive Ergebnisentwicklung ist zum einen auf das Umsatzwachstum des Konzerns in großen Teilen seines Portfolios zurückzuführen, zum anderen auf das konsequente Kostenmanagement und insbesondere das im Vorjahr umgesetzte Kostenprogramm.

Die ProSiebenSat.1 Group hatte im vergangenen Jahr gezielte Kostenmaßnahmen ergriffen, um die Organisation schlanker und effizienter aufzustellen. Diese wirken sich nun positiv auf die Ertragskraft aus. Die umgesetzten Maßnahmen zur Effizienzsteigerung stärken jedoch nicht nur die Profitabilität der ProSiebenSat.1 Group – sie eröffnen dem Konzern zugleich die Möglichkeit, seine Programmstrategie konsequent zu realisieren und das Angebot an lokalen und Live-Inhalten auszubauen. ProSiebenSat.1 hatte im Dezember 2023 entschieden, stärker auf lokale Inhalte zu setzen und zugleich selektiver in US-Lizenzinhalte zu investieren. Die Programmaufwendungen im Segment Entertainment lagen im zweiten Quartal mit 252 Mio Euro (Vorjahr: 242 Mio Euro) bzw. im ersten Halbjahr 2024 mit 494 Mio Euro (Vorjahr: 466 Mio Euro) wie angekündigt über Vorjahr.

→ **Unternehmensausblick**

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

ADJUSTED EBITDA NACH SEGMENTEN

in Mio Euro

	Q2 2024	Q2 2023	Veränderung abs.	Veränderung in %
Entertainment	71	61	10	15,7
Commerce & Ventures	12	2	11	~
Dating & Video	14	18	-3	-18,1
Überleitung (Holding & Sonstiges)	-7	-1	-6	~
Summe adjusted EBITDA	91	79	11	14,4
	H1 2024	H1 2023	Veränderung abs.	Veränderung in %
Entertainment	116	92	24	26,2
Commerce & Ventures	29	6	23	~
Dating & Video	31	39	-8	-19,9
Überleitung (Holding & Sonstiges)	-13	-4	-9	~
Summe adjusted EBITDA	163	133	30	22,7

Das Segment **Entertainment** verzeichnete im zweiten Quartal 2024 ein **adjusted EBITDA** von 71 Mio Euro und damit einen Anstieg von 16 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (Vorjahr: 61 Mio Euro). Dies reflektiert das Umsatzwachstum.

Auf Halbjahressicht stieg das **adjusted EBITDA** trotz höherer Programmaufwendungen um 26 Prozent auf 116 Mio Euro (Vorjahr: 92 Mio Euro). Der Konzern investiert verstärkt in sein Programm und vor allem in exklusive lokale Inhalte, um seine Reichweite und das Wachstum von Joyn zu stärken. Der Anstieg der Programmaufwendungen wurde auch hier insbesondere von der positiven Umsatzentwicklung des hochmargigen Werbegeschäfts bei gleichzeitig effizientem Kostenmanagement überkompensiert.

Das **adjusted EBITDA** des Segments **Commerce & Ventures** stieg im zweiten Quartal 2024 um 11 Mio Euro auf 12 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro). Damit hat sich der Wert versechsfacht, was das dynamische Umsatzwachstum des Segments widerspiegelt. Darüber hinaus hatten Entkonsolidierungen und hier vor allem die Veräußerung der Regiondo GmbH („Regiondo“) einen positiven Effekt. Regiondo war Teil des Erlebnis- und Freizeitgeschäfts von Jochen Schweizer mydays (Experiences) und hatte im Vorjahr einen negativen Ergebnisbeitrag. Die Gesellschaft wurde mit wirtschaftlicher Wirkung zum 30. Juni 2023 veräußert. Im ersten Halbjahr 2024 verzeichnete das **adjusted EBITDA** einen Anstieg von 23 Mio Euro auf 29 Mio Euro.

Im **Segment Dating & Video** belief sich das **adjusted EBITDA** im zweiten Quartal 2024 auf 14 Mio Euro und lag damit um 18 Prozent oder 3 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Auf Halbjahressicht ging das **adjusted EBITDA** auf 31 Mio Euro (Vorjahr: 39 Mio Euro) zurück. Der Konzern setzt in allen Segmenten den Fokus auf Kosteneffizienz, um seine Wettbewerbsposition zu stärken und auf die Veränderungen der Märkte zu reagieren. Vor diesem Hintergrund hatte auch die ParshipMeet Group bereits im vergangenen Jahr mit Kostenanpassungen und Maßnahmen zur Effizienzsteigerung auf den Umsatzrückgang reagiert und setzte ihre Maßnahmen 2024 fort.

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED EBITDA ZUM KONZERNERGEBNIS

in Mio Euro

	Q2 2024	Q2 2023	Veränderung abs.	Veränderung in %
Adjusted EBITDA	91	79	11	14,4
Sondereffekte	-14	-73	59	-80,4
EBITDA	77	7	70	~
Abschreibungen und Wertminderungen	-46	-51	5	-9,5
davon aus Kaufpreisallokationen	-4	-7	3	-42,4
Betriebsergebnis (EBIT)	30	-44	75	~
Finanzergebnis	-17	-15	-3	19,1
Ertragsteuern	0	3	-3	~
Konzernergebnis	13	-56	69	~
	H1 2024	H1 2023	Veränderung abs.	Veränderung in %
Adjusted EBITDA	163	133	30	22,7
Sondereffekte	-21	-88	67	-76,2
EBITDA	142	44	98	~
Abschreibungen und Wertminderungen	-94	-103	9	-9,2
davon aus Kaufpreisallokationen	-10	-15	5	-30,3
Betriebsergebnis (EBIT)	48	-59	107	~
Finanzergebnis	-28	-32	4	-11,8
Ertragsteuern	-3	4	-7	~
Konzernergebnis	17	-86	104	~

Das **EBITDA** stieg im zweiten Quartal 2024 deutlich und betrug 77 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro). Auf Halbjahressicht verbesserte sich das EBITDA des Konzerns um 98 Mio Euro auf 142 Mio Euro.

Der Anstieg ist zum einen auf die positive Umsatzentwicklung zurückzuführen. Zum anderen trugen deutlich geringere **Sondereffekte** zur positiven Entwicklung des EBITDA bei. Die Sondereffekte beinhalten **bereinigte Aufwendungen** in Höhe von 16 Mio Euro (Vorjahr: 73 Mio Euro). Diese Aufwendungen stehen mit einem hohen einstelligen Millionen Euro-Betrag im Zusammenhang mit der Bildung von Rückstellungen aufgrund von zwei unterschiedlichen behördlichen Untersuchungen, zum einen der Aufklärung des Sachverhalts und der möglichen Verhängung von Bußgeldern im Hinblick auf das Zahlungsdienstenaufsichtsgesetz („ZAG“) und den damit verbundenen Vorgängen bei Jochen Schweizer und mydays, und zum anderen einem verbraucherschutzrechtlichen Verfahren in Australien. Im Vorjahr waren die Sondereffekte im Wesentlichen durch die Bildung einer Restrukturierungsrückstellung im Rahmen der Neuausrichtung des Konzerns in Höhe von 58 Mio Euro und Kosten im Zusammenhang mit der Aufklärung des ZAG-Sachverhalts in Höhe von 3 Mio Euro geprägt. Die Restrukturierungsrückstellung bezog sich größtenteils auf die Neuaufstellung der Organisation und entfiel insbesondere auf das Segment Entertainment und die Holding.

Diese Effekte prägen auch die Entwicklung auf Halbjahressicht: Im ersten Halbjahr 2024 beliefen sich die Sondereffekte auf minus 21 Mio Euro (Vorjahr: -88 Mio Euro).

DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE INNERHALB DES ADJUSTED EBITDA

in Mio Euro

	Q2 2024	Q2 2023	H1 2024	H1 2023
Adjusted EBITDA	91	79	163	133
Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises	0	—	1	—
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	1	—	1	0
Bereinigte Erträge	1	0	3	0
M&A-bezogene Aufwendungen	-2	-2	-2	-5
Reorganisationsaufwendungen	0	-60	-1	-69
Aufwendungen für Rechtstreitigkeiten	-9	0	-9	0
Aufwendungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises	—	-2	—	-2
Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten	-5	-9	-12	-12
Bereinigte Aufwendungen	-16	-73	-24	-89
Sondereffekte	-14	-73	-21	-88
EBITDA	77	7	142	44

Die **Abschreibungen und Wertminderungen** lagen sowohl im zweiten Quartal als auch im ersten Halbjahr 2024 unter Vorjahresniveau und betragen 46 Mio Euro (Vorjahr: 51 Mio Euro) bzw. 94 Mio Euro (Vorjahr: 103 Mio Euro).

Finanzergebnis

Das **Finanzergebnis** belief sich im zweiten Quartal 2024 auf minus 17 Mio Euro gegenüber minus 15 Mio Euro im Vorjahr. Diese Entwicklung ist auf unterschiedliche und zum Teil gegenläufige Effekte zurückzuführen:

Das **Zinsergebnis** verbesserte sich trotz des nach wie vor hohen Zinsniveaus um 22 Prozent auf minus 12 Mio Euro (Vorjahr: -16 Mio Euro). Hauptursache für diese positive Entwicklung waren Zinserträge aus Steuersachverhalten in Höhe von 4 Mio Euro, die sich unter anderem aus der Auflösung von Rückstellungen ergaben.

Zudem verbesserte sich das **Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen**. Es betrug 1 Mio Euro, nach 0 Mio Euro im Vorjahr.

Demgegenüber verringerte sich das **sonstige Finanzergebnis** auf minus 6 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro). Diese Entwicklung basierte primär auf Bewertungseffekten aus langfristig gehaltenen Wertpapieren, die sich auf minus 4 Mio Euro beliefen (Vorjahr: 2 Mio Euro).

Auf Halbjahressicht 2024 hat sich das Finanzergebnis hingegen verbessert und betrug minus 28 Mio Euro (Vorjahr: -32 Mio Euro). Diese Entwicklung reflektiert das Ergebnis aus der Bewertung von Zinsoptionen, die auf 8 Mio Euro anstiegen (Vorjahr: -5 Mio Euro).

Ertragsteuern

Im zweiten Quartal 2024 belief sich der Aufwand aus **Ertragsteuern** auf 0 Mio Euro (Vorjahr: Ertragsteuerertrag 3 Mio Euro). Auf Halbjahressicht betrug der Aufwand aus Ertragsteuern 3 Mio Euro (Vorjahr: Ertragsteuerertrag 4 Mio Euro).

→ Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Ertragsteuern“

Konzernergebnis und adjusted net income

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultierte für das zweite Quartal 2024 ein **Konzernergebnis** (net income) von 13 Mio Euro (Vorjahr: -56 Mio Euro). Der Anstieg spiegelt insbesondere die Verbesserung des EBITDA wider. Neben der Umsatzentwicklung wirkten sich hier vor allem das effiziente Kostenmanagement und die im Vergleich zum Vorjahr niedrigeren Sondereffekte aus. Vor diesem Hintergrund wies der Konzern auch auf Halbjahressicht ein klares Wachstum beim Konzernergebnis aus: Es stieg auf 17 Mio Euro (Vorjahr: -86 Mio Euro).

Das **adjusted net income** (bereinigter Konzernüberschuss) verbesserte sich ebenfalls sehr deutlich gegenüber dem Vorjahresquartal und stieg im zweiten Quartal 2024 um 21 Mio Euro auf 25 Mio Euro. Auf Halbjahressicht verzeichnete das adjusted net income ein Wachstum auf 33 Mio Euro (Vorjahr: -11 Mio Euro). Daraus folgte ein Anstieg des **bereinigten Ergebnis je Aktie** auf 0,11 Euro im zweiten Quartal 2024 (Vorjahr: 0,02 Euro) und 0,14 Euro im ersten Halbjahr 2024 (Vorjahr: -0,05 Euro).

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

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED NET INCOME

in Mio Euro

	Q2 2024	Q2 2023	Veränderung abs.	Veränderung in %
Konzernergebnis	13	-56	69	~
Sondereffekte innerhalb des EBITDA	14	73	-59	-80,4
Sondereffekte unterhalb des EBITDA	-1	-16	15	-96,6
Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen	4	8	-3	-44,2
Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis	5	0	5	~
Bewertungseffekte aus Put-Options-Verbindlichkeiten	0	-1	1	~
Sonstige Effekte	0	1	-1	-94,4
Aus den Bereinigungen resultierende Steuereffekte	-10	-23	13	-57,7
Zwischensumme	27	2	25	~
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	1	2	-1	-62,1
Anderen Gesellschaftern zuzurechnende Bereinigungen	-3	0	-3	~
Bereinigtes anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	-2	2	-4	~
Adjusted net income	25	4	21	~
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	0,11	0,02		

	H1 2024	H1 2023	Veränderung abs.	Veränderung in %
Konzernergebnis	17	-86	104	~
Sondereffekte innerhalb des EBITDA	21	88	-67	-76,2
Sondereffekte unterhalb des EBITDA	0	-10	11	~
Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen	10	15	-5	-32,5
Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis	2	4	-2	-47,0
Bewertungseffekte aus Put-Options-Verbindlichkeiten	0	-1	2	~
Sonstige Effekte	-1	2	-3	~
Aus den Bereinigungen resultierende Steuereffekte	-11	-30	19	-63,8
Zwischensumme	39	-8	47	~
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	-1	5	-7	~
Anderen Gesellschaftern zuzurechnende Bereinigungen	-5	-8	3	-40,5
Bereinigtes anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	-6	-3	-3	~
Adjusted net income	33	-11	44	~
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	0,14	-0,05		

VERMÖGENSLAGE DES KONZERNS

Die Bilanzsumme belief sich zum 30. Juni 2024 auf 5.752 Mio Euro (31. Dezember 2023: 5.904 Mio Euro) und verringerte sich damit gegenüber dem Vorjahresende um 3 Prozent. Nachfolgend werden wesentliche Entwicklungen gegenüber dem Stichtag am 31. Dezember 2023 beschrieben:

VERMÖGENSLAGE

in Mio Euro

	30.06.2024	31.12.2023	Veränderung abs.	Veränderung in %
AKTIVA				
Geschäfts- oder Firmenwerte	2.023	2.008	15	1
Programmvermögen	654	686	-33	-5
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	797	785	12	2
Sachanlagen	547	540	6	1
Sonstige	365	381	-16	-4
Langfristige Vermögenswerte	4.385	4.400	-15	0
Programmvermögen	160	178	-18	-10
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	403	471	-68	-15
Sonstige	280	282	-2	-1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	524	573	-48	-8
Kurzfristige Vermögenswerte	1.367	1.504	-137	-9
Bilanzsumme	5.752	5.904	-152	-3
PASSIVA				
Eigenkapital	1.596	1.580	16	1
Finanzverbindlichkeiten	2.119	2.119	1	0
Sonstige	592	634	-42	-7
Langfristige Schulden	2.712	2.753	-41	-2
Sonstige	1.444	1.571	-127	-8
Kurzfristige Schulden	1.444	1.571	-127	-8
Bilanzsumme	5.752	5.904	-152	-3

Die **Geschäfts- oder Firmenwerte** erhöhten sich um 1 Prozent auf 2.023 Mio Euro (31. Dezember 2023: 2.008 Mio Euro). Die Veränderung gegenüber dem Vorjahreswert basiert auf Fremdwährungseffekten.

→ Konzern-Anhang, Ziffer 4 „Geschäfts- oder Firmenwerte“

Das **Programmvermögen** reduzierte sich um 6 Prozent auf 814 Mio Euro (31. Dezember 2023: 864 Mio Euro). Der Rückgang gegenüber dem 31. Dezember 2023 reflektiert die konzernweite Programmstrategie.

ANLAGESPIEGEL PROGRAMMVERMÖGEN

in Mio Euro

	H1 2024	H1 2023
Buchwert 01.01.	864	1.086
Zugänge	426	417
Abgänge	-4	-3
Werteverzehr	-473	-426
Buchwert 30.06.	814	1.074

ERGEBNISEFFEKTE AUS DEM PROGRAMMVERMÖGEN

in Mio Euro

	H1 2024	H1 2023
Werteverzehr	473	426
Veränderung Rückstellung für belastende Verträge	-18	-3
Werteverzehr inkl. Veränderung Rückstellung für belastende Verträge	455	423

» 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 **sonstigen immateriellen Vermögenswerte** verzeichneten einen Anstieg von 2 Prozent auf 797 Mio Euro (31. Dezember 2023: 785 Mio Euro).

Die **Sachanlagen** haben sich im Vorjahresvergleich ebenfalls nicht wesentlich verändert. Sie beliefen sich zum 30. Juni 2024 auf 547 Mio Euro (31. Dezember 2023: 540 Mio Euro). Darin enthalten sind geleistete Anzahlungen im Rahmen des Campus-Neubaus in Unterföhring.

Die **sonstigen langfristigen Vermögenswerte** betragen 365 Mio Euro. Dies ist ein Rückgang um 4 Prozent oder 16 Mio Euro, der im Wesentlichen auf Bewertungseffekte und den Verkauf langfristig gehaltener Wertpapiere sowie den Rückgang von at Equity bewerteten Anteilen zurückzuführen ist. Die **sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte** beliefen sich auf 280 Mio Euro. Dies entspricht einem Rückgang um 1 Prozent oder 2 Mio Euro im Vergleich zum 31. Dezember 2023.

Die **kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** sind stichtagsbedingt um 15 Prozent auf 403 Mio Euro gesunken (31. Dezember 2023: 471 Mio Euro).

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** beliefen sich auf 524 Mio Euro (31. Dezember 2023: 573 Mio Euro). Die Veränderung gegenüber dem Stichtag zum 31. Dezember 2023 spiegelt die Saisonalität in der Entwicklung der Cashflows wider.

→ Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Das **Eigenkapital** erhöhte sich um 1 Prozent auf 1.596 Mio Euro (31. Dezember 2023: 1.580 Mio Euro). Neben der Entwicklung des Konzernergebnisses wirkte sich die Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen sowie die Wertentwicklung der langfristigen Fremdwährungssicherungsgeschäfte in US-Dollar positiv auf die Eigenkapitalbasis aus. Einen gegenläufigen Effekt hatte die Auszahlung der Dividende in Höhe von 11 Mio Euro, die 2024 im zweiten Quartal und damit im Vergleich zum Vorjahr früher erfolgte. Vor diesem Hintergrund hat sich die Eigenkapitalquote leicht verbessert und belief sich auf 27,8 Prozent (31. Dezember 2023: 26,8 %).

→ Konzern-Anhang, Ziffer 5 „Eigenkapital“

Die **langfristigen Finanzverbindlichkeiten** betragen wie im Vorjahr 2.119 Mio Euro (31. Dezember 2023: 2.119 Mio Euro).

Die **sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten** verringerten sich um 7 Prozent auf 592 Mio Euro (31. Dezember 2023: 634 Mio Euro). Diese Entwicklung ist im Wesentlichen im Rückgang der Rückstellungen für belastende Verträge für den Erwerb von zukünftigem Programmvermögen sowie der Entwicklung der derivativen Finanzinstrumente begründet. Die **sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten** gingen ebenfalls zurück, sie betragen 1.444 Mio Euro (31. Dezember 2023: 1.571 Mio Euro). Dies entspricht einem Rückgang um 8 Prozent, der vor allem auf die Auszahlung von Verbindlichkeiten aus Abfindungen für Mitarbeiter:innen zurückzuführen ist. Der Konzern hatte

im vergangenen Jahr im Zuge der strategischen Neuausrichtung ein Freiwilligenprogramm aufgelegt. Zum anderen wirkte sich ein Rückgang der steuerlichen Verbindlichkeiten auf die sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten aus.

Net Working Capital

NET WORKING CAPITAL

in Mio Euro

	30.06.2024	31.12.2023
Vorräte	56	45
Forderungen	406	476
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	942	939
Net Working Capital	-480	-419

Das **Net Working Capital** der ProSiebenSat.1 Group betrug zum 30. Juni 2024 minus 480 Mio Euro (31. Dezember 2023: -419 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 2024 einen Anteil von 72,2 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2023: 73,2 %). Der Großteil des Fremdkapitals entfiel mit 2.119 Mio Euro bzw. 51 Prozent auf Finanzverbindlichkeiten (31. Dezember 2023: 2.119 Mio Euro bzw. 49 %).

→ Vermögenslage des Konzerns

Die Laufzeiten und Volumina der Finanzierungsinstrumente stellen sich im Einzelnen wie folgt dar:

- Die Darlehen und Kredite in Höhe von 1.195 Mio Euro betreffen einen unbesicherten syndizierten Konsortialkredit aus mehreren endfälligen Darlehenstranchen (Term Loan) mit einem Nominalvolumen von 1.200 Mio Euro. Dabei verlängerte der Konzern im April 2024 mit 353 Mio Euro den Großteil der bisher im April 2026 fälligen Darlehenstranche um ein weiteres Jahr bis April 2027. Der restliche Teil dieser Darlehenstranche in Höhe von 47 Mio Euro wird unverändert im April 2026 fällig.

Die Tranche über 800 Mio Euro und die revolvingierende Kreditfaziliät (RCF) mit einem Rahmenvolumen von 500 Mio Euro haben eine Laufzeit bis April 2027. Zum 30. Juni 2024 wurde die RCF nicht in Anspruch genommen.

- Darüber hinaus verfügte die ProSiebenSat.1 Media SE zum 30. Juni 2024 über Schuldscheindarlehen in Höhe von insgesamt 925 Mio Euro mit Restlaufzeiten zwischen ein und sieben Jahren.

Die Finanzierungsinstrumente des Konzerns unterliegen nicht der Einhaltung von Finanzkennzahlen.

FREMDFINANZIERUNGSINSTRUMENTE UND LAUFZEITEN ZUM 30. JUNI 2024

Finanzierungsinstrumente	in Mio Euro	Laufzeit
Schuldscheindarlehen 2021	226	Oktober 2025
Term Loan	47	April 2026
Schuldscheindarlehen 2016	225	Dezember 2026
Term Loan	1.153	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).

Die Verzinsung der variablen Finanzierungsinstrumente erfolgt zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge, wobei der Kreditvertrag eine Untergrenze für den Basiszins bei 0 Prozent vorsieht. Um sich gegen marktbedingte Zinssatzveränderungen abzusichern, setzt der Konzern derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ein. Zum 30. Juni 2024 lag der Festzinsanteil unverändert bei 86 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio (31. Dezember 2023: 86 %).

→ Vermögenslage des Konzerns

Finanzierungsanalyse

NETTO-FINANZVERBINDLICHKEITEN

in Mio Euro

	30.06.2024	31.12.2023	30.06.2023
Finanzverbindlichkeiten			
Term Loan	1.195	1.195	1.194
Schuldscheindarlehen	924	924	924
Summe Finanzverbindlichkeiten	2.119	2.119	2.118
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	524	573	336
Netto-Finanzverbindlichkeiten	1.595	1.546	1.782

Die **Netto-Finanzverbindlichkeiten** des Konzerns beliefen sich zum 30. Juni 2024 auf 1.595 Mio Euro (31. Dezember 2023: 1.546 Mio Euro; 30. Juni 2023: 1.782 Mio Euro). Damit hat sich der Wert im Vergleich zum Ende des Vorjahresquartals um 187 Mio Euro bzw. 11 Prozent verbessert. Dies ist im Wesentlichen auf die positive Entwicklung des adjusted EBITDA und der liquiden Mittel zurückzuführen. Die Veränderung gegenüber dem Jahresende reflektiert die typische Saisonalität in der Cashflow-Entwicklung des Konzerns. Hier ist das vierte Quartal üblicherweise das stärkste Quartal.

Aufgrund des Wachstums beim adjusted EBITDA hat sich auch der **Verschuldungsgrad** gegenüber dem 30. Juni 2023 deutlich verbessert: Er bewegte sich mit einem Faktor von 2,6x wie erwartet in dem für das Jahresende 2024 prognostizierten Zielkorridor von 2,5x bis 3,0x (31. Dezember 2023: 2,7x; 30. Juni 2023: 3,3x).

» 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 waren zum 30. Juni 2024 keine Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 155 Mio Euro (31. Dezember 2023: 165 Mio Euro; 30. Juni 2023: 171 Mio Euro) sowie keine Immobilienverbindlichkeiten in Höhe von 172 Mio Euro (31. Dezember 2023: 167 Mio Euro; 30. Juni 2023: 154 Mio Euro) enthalten.

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

ADJUSTED OPERATING FREE CASHFLOW

in Mio Euro

	Q2 2024	Q2 2023	H1 2024	H1 2023
Adjusted EBITDA	91	79	163	133
Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge	230	219	455	423
Veränderung der Rückstellungen	10	44	5	50
Veränderung des Working Capital	-45	-12	-94	-21
Investitionen	-248	-308	-480	-580
Programminvestitionen	-198	-254	-389	-474
Sonstige Investitionen	-50	-54	-91	-106
Sonstiges ¹	27	-55	55	-63
Adjusted Operating Free Cashflow	65	-33	104	-57

1 Enthält Bereinigungen aus Sondereffekten innerhalb des EBITDA, die in den Positionen Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge, Veränderung der Rückstellungen, Veränderungen des Working Capital sowie Investitionen enthalten sind.

Der **adjusted Operating Free Cashflow** der ProSiebenSat.1 Group verbesserte sich im zweiten Quartal 2024 deutlich auf 65 Mio Euro (Vorjahr: -33 Mio Euro). Neben dem Ergebniswachstum wirkte sich hier vor allem die zeitliche Verschiebung von Investitionen in das Programmvermögen in das zweite Halbjahr positiv aus.

Vor diesem Hintergrund stieg der adjusted Operating Free Cashflow im ersten Halbjahr 2024 ebenfalls stark und betrug 104 Mio Euro (Vorjahr: -57 Mio Euro).

→ **Vermögenslage des Konzerns**

KAPITALFLUSSRECHNUNG

in Mio Euro

	Q2 2024	Q2 2023	H1 2024	H1 2023
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	231	213	467	438
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-245	-313	-475	-581
Free Cashflow	-14	-99	-8	-143
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-29	-1	-43	-23
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1	0	3	-2
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-42	-100	-48	-168
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	567	436	573	504
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	524	336	524	336

Die ProSiebenSat.1 Group erzielte im zweiten Quartal 2024 einen **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** von 231 Mio Euro (Vorjahr: 213 Mio Euro) bzw. im ersten Halbjahr von 467 Mio Euro (Vorjahr: 438 Mio Euro). Der Anstieg reflektiert die Ergebnisentwicklung des Konzerns.

Der **Cashflow aus Investitionstätigkeit** belief sich im zweiten Quartal 2024 auf minus 245 Mio Euro (Vorjahr: -313 Mio Euro). Auf Halbjahressicht betrug der Cashflow aus Investitionstätigkeit minus 475 Mio Euro (Vorjahr: -581 Mio Euro), wobei sich im Einzelnen folgende Mittelflüsse ergaben:

- Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmvermögen belief sich auf 389 Mio Euro (Vorjahr: 474 Mio Euro). Dabei unterliegen die Programminvestitionen temporären Schwankungen.
- Für sonstige immaterielle Vermögenswerte flossen im ersten Halbjahr 69 Mio Euro ab (Vorjahr: 63 Mio Euro). Diese setzten sich hauptsächlich aus selbst erstellten immateriellen Vermögenswerten, Lizenzen aus der Vermarktung von digitalen Angeboten sowie Software zusammen. Die Investitionen in Sachanlagen betragen 22 Mio Euro (Vorjahr: 43 Mio Euro) und beinhalteten neben technischen Anlagen den Campus-Neubau am Standort Unterföhring.
- Die Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten beliefen sich im ersten Halbjahr 2024 auf 5 Mio Euro gegenüber 6 Mio Euro im Vorjahr.

Aus den Mittelzuflüssen bzw. Mittelabflüssen resultiert ein **Free Cashflow** von minus 14 Mio Euro im zweiten Quartal 2024 (Vorjahr: -99 Mio Euro) sowie von minus 8 Mio Euro im ersten Halbjahr (Vorjahr: -143 Mio Euro).

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** belief sich im zweiten Quartal 2024 auf minus 29 Mio Euro (Vorjahr: -1 Mio Euro) und im Halbjahreszeitraum auf minus 43 Mio Euro (Vorjahr: -23 Mio Euro). Die Veränderung zum zweiten Quartal bzw. ersten Halbjahr 2023 ist im Wesentlichen auf die im Mai 2024 gezahlte Dividende in Höhe von 11 Mio Euro zurückzuführen. Im Jahr zuvor wurde die Dividende im Juli und damit aufgrund des späteren Termins der Hauptversammlung im dritten Quartal ausbezahlt.

Aus den beschriebenen Zahlungsströmen resultierten zum 30. Juni 2024 **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** in Höhe von 524 Mio Euro (31. Dezember 2023: 573 Mio Euro; 30. Juni 2023: 336 Mio Euro).

PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE

DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AM KAPITALMARKT

Der deutsche Aktienmarkt entwickelte sich im ersten Halbjahr 2024 insgesamt positiv, wenn auch die verschiedenen Indizes in ihrem Verlauf divergierten: Während der deutsche Leitindex DAX kontinuierlich auf sein bisheriges Allzeithoch am 15. Mai 2024 mit 18.869,36 Punkten zusteuerte, entwickelten sich die Nebenwerte-Indizes und vor allem der MDAX schwächer und zum Ende des ersten Quartals lediglich annähernd stabil. Beflügelt wurde der DAX unter anderem von Innovationen im Bereich Künstliche Intelligenz, die für Kursfantasie bei den Mega-Tech-Caps und bei den hochkapitalisierten Werten verwandter Branchen wie Software-, Halbleiter-, Energie- und Bergbauunternehmen sorgten.

Am Ende des ersten Halbjahres 2024 lag der DAX mit 18.235,45 Punkten um 8,9 Prozent über dem Jahresende 2023, konnte aber nicht ganz an das bisherige Allzeithoch heranreichen. Der SDAX, in dem auch die Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE notiert ist, schloss das erste Halbjahr mit einem Plus von 2,6 Prozent und 14.317,55 Punkten. Der Stoxx Media, in dem europäische Medienwerte enthalten sind, beendete das erste Halbjahr 2024 mit einem Plus von 15,0 Prozent gegenüber dem Jahresende 2023.

Die ProSiebenSat.1-Aktie entwickelte sich sehr volatil, insgesamt aber besser als die relevanten Vergleichsindizes: Im Februar verlor die Aktie zeitweise, nachdem das amerikanische Medienunternehmen Fox Corporation einen Quartalsrückgang der TV-Werbeerlöse um 20 Prozent berichtet hatte. Im weiteren Verlauf des ersten Halbjahres führten Abspaltungs- und Übernahmespekulationen im Vorfeld der ProSiebenSat.1-Hauptversammlung zu Kursschwankungen. Einen positiven Effekt hatte in diesem Kontext die Ankündigung des Verkaufs einzelner Portfoliounternehmen im Commerce-Bereich. Zudem wirkte sich die Aussicht auf eine Erholung des TV-Werbemarkts positiv auf die Kursentwicklung aus. Zum Ende des ersten Halbjahres schloss die Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE mit 6,62 Euro und damit einem Plus von 19,7 Prozent gegenüber dem Jahresende 2023.

Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analyst:innen lag am Halbjahresende bei 8,00 Euro. 13 Brokerhäuser und Finanzinstitute haben die ProSiebenSat.1-Aktie aktiv bewertet und Research-Berichte veröffentlicht. 31 Prozent der Analyst:innen empfahlen die ProSiebenSat.1-Aktie zum Kauf, 54 Prozent sprachen sich dafür aus, die Aktie zu halten, und 15 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. Ausweislich der uns am 21. September 2023 zugegangenen Stimmrechtsmitteilung von Marina Elvira Berlusconi, geboren am 10. August 1966, und Pier Silvio Berlusconi, geboren am 28. April 1969, hält die MFE-MEDIAFOREUROPE N.V. („MFE“) mit registriertem Sitz in Amsterdam, Niederlande, 26,58 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE. Darüber hinaus werden ausweislich der genannten Stimmrechtsmitteilung Instrumente i.S. des § 38 Abs. 1 WpHG in Höhe von 2,29 Prozent durch MFE gehalten.

Die PPF Group N.V. („PPF“), Amsterdam, Niederlande, hält – ausweislich der uns am 1. Juni 2023 zugegangenen Stimmrechtsmitteilung von Renáta Kellnerová, geboren am 4. Juli 1967, – über die PPF IM LTD (vormals: Acolendo Limited), Nikosia, Zypern, 11,60 Prozent der Aktien der

ProSiebenSat.1 Media SE. Zudem hält PPF ausweislich der genannten Stimmrechtsmitteilung Instrumente i.S. des § 38 Abs. 1 WpHG in Höhe von 3,43 Prozent.

Zum 30. Juni 2024 waren insgesamt 59,1 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE im Streubesitz (31. Dezember 2023: 59,1 %). Darin enthalten sind 26,0 Prozent, die im Besitz von Privataktionär:innen lagen (31. Dezember 2023: 28,7 %). 2,7 Prozent (6.299.657 Aktien) waren im eigenen Bestand (31. Dezember 2023: 2,7 %). Die verbleibenden Aktien des Streubesitzes wurden von institutionellen Investoren überwiegend aus den USA und Europa gehalten.

HAUPTVERSAMMLUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2023

Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2023 fand am 30. April 2024 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 78 Fragen ein, die von Vorstand und Aufsichtsrat beantwortet wurden. Die Präsenz der Hauptversammlung lag bei 63,5 Prozent des Grundkapitals.

Über die Ergebnisse der Hauptversammlung berichten wir im Kapitel „Wesentliche Ereignisse“ in diesem Halbjahresfinanzbericht, weitere Informationen finden sich zudem auf der ProSiebenSat.1-Website.

[→ Wesentliche Ereignisse](#) [→ www.prosiebensat1.com/hauptversammlung](http://www.prosiebensat1.com/hauptversammlung)

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Die **Gesamtrisikolage** der ProSiebenSat.1 Group ist im Vergleich zum 31. Dezember 2023 unverändert. Dabei haben sich zwei Compliance-Risiken konkretisiert, sodass wir entsprechende Rückstellungen gebildet haben.

→ Ertragslage des Konzerns

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 Risikoberichts als nicht relevant. 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 2023 ebenfalls nicht verändert.

» 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 Risikobericht 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 2024 berücksichtigt haben, nicht unter diese Definition und werden folglich in vorliegendem Risikobericht nicht erläutert. Die relevanten Risiken werden im Geschäftsbericht 2023 ab Seite 175 beschrieben; dort sind auch die organisatorischen Voraussetzungen für das Risiko- und Chancenmanagement erläutert.

PROGNOSEBERICHT

KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die **Weltwirtschaft** entwickelt sich weiter in moderatem Tempo: Laut aktueller Prognose des Internationalen Währungsfonds (IWF, Juli 2024) dürfte die Wachstumsrate 2024 bei 3,2 Prozent liegen. Für das kommende Jahr 2025 rechnen die Experten zwischenzeitlich mit 3,3 Prozent. Insbesondere die **Eurozone** soll mit 0,9 Prozent (2024) bzw. 1,5 Prozent (2025) kräftiger expandieren als noch im Jahr 2023 (+0,5%). Das stärkste Wachstum unter den fortgeschrittenen Volkswirtschaften wird im laufenden Jahr voraussichtlich die USA verbuchen (+2,6%), nicht zuletzt dank kauffreudiger Konsument:innen.

Auf die **deutsche Wirtschaft** blicken die Ökonom:innen nun ebenfalls etwas optimistischer als noch im Frühjahr: Für das Gesamtjahr 2024 reichen die Wachstumsprognosen derzeit von real 0,2 Prozent (Bundesbank, Juni 2024) bis 0,4 Prozent (ifo-Institut, Konjunkturprognose Sommer 2024). Große Hoffnungen ruhen neben dem Außenhandel vor allem auf dem privaten Konsum. Zwar hat dieser im ersten Quartal unerwartet schwach abgeschnitten (-0,4 % vs. Vorquartal, Destatis, Mai 2024), dennoch sprechen robuste Arbeitsmarktzahlen, sinkende Inflationsraten und steigende Realeinkommen im weiteren Jahresverlauf für Wachstumsimpulse. Zusätzlich könnte sich die derzeit recht hohe Sparneigung durch weitere Zinssenkungen der Europäischen Zentralbank (EZB) etwas abschwächen. Die Wirtschaftsforschungsinstitute prognostizieren für das Jahr 2024 einen Anstieg der privaten Konsumausgaben zwischen 0,3 Prozent (ifo-Institut) und 0,7 Prozent (IWH). Die relativ große Spannweite der Prognosen spiegelt die beträchtlichen Unsicherheiten. Maßgebliche Risiken kommen insbesondere von geo- und wirtschaftspolitischen Entwicklungen sowie dem weiteren Inflationsverlauf.

→ **Konjunkturelle Entwicklungen** → **Risiko- und Chancenbericht**

Vor diesem Hintergrund bleibt auch die Visibilität des besonders konjunktursensitiven TV-Werbemarkts begrenzt. Dabei zeichnet sich eine insgesamt positive Tendenz ab: Auf Jahressicht rechnet Magna Global für den **gesamten Werbemarkt in Deutschland** mit einem Wachstum von 8,1 Prozent (Dezember 2023: 4,3 %). Haupttreiber hierfür dürfte insbesondere die Entwicklung des Online-Werbemarkts sein; dieser soll im Jahr 2024 mit 12,9 Prozent (Dezember 2023: 7,8 %) dynamisch wachsen. Für die linearen TV-Werbeinvestitionen wird ein Wachstum um 1,9 Prozent prognostiziert, im Dezember waren die Expert:innen noch von einem Rückgang um 3,1 Prozent ausgegangen. Die vom Verband Privater Medien (VAUNET, Mai 2024) veröffentlichte Prognose für das Jahr 2024 geht von einem Wachstum der Bewegtbildwerbeumsätze um 6,5 Prozent auf 5,42 Mrd Euro netto aus. Davon sollen 3,74 Mrd Euro auf die Fernsehwerbung entfallen mit einem Wachstum von 2,4 Prozent, weitere 1,68 Mrd Euro auf die Werbung in gestreamten Bewegtbildangeboten mit einem Umsatzwachstum von rund 17 Prozent.

UNTERNEHMENSAUSBLICK

Die ProSiebenSat.1 Group hat das erste Halbjahr im Rahmen der Gesamtjahresziele für das Jahr 2024 abgeschlossen. Der Gesamtjahresausblick berücksichtigt sowohl die nicht von ProSiebenSat.1 übertragenen bedeutenden Sportereignisse wie die Fußball-Europameisterschaft und die Olympischen Sommerspiele im zweiten und dritten Quartal als auch eine Saisonalität, die sich aus den unterschiedlichen Vorjahresvergleichszahlen ergibt. So hatte der Konzern 2023 nach einem schwachen ersten Halbjahr zum Jahresende deutlich an Dynamik gewonnen. Auf dieser Grundlage rechnet die ProSiebenSat.1 Group – ohne weitere Portfolioveränderungen – weiterhin mit folgenden Ergebnissen für das Geschäftsjahr 2024:

Umsatz

ProSiebenSat.1 strebt für 2024 weiterhin an, den **Konzernumsatz** gegenüber dem Geschäftsjahr 2023 auf rund 3,95 Mrd Euro bei einer Varianz von plus/minus 150 Mio Euro (Vorjahr: 3,85 Mrd Euro) zu steigern. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag der Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2023 bei 3,82 Mrd Euro¹. Das für 2024 erwartete Wachstum beim Konzernumsatz hängt insbesondere von der Entwicklung der Entertainment-Werbeerlöse in der DACH-Region ab.

Bei einem Konzernumsatz im Mittelwert der Zielbandbreite rechnet ProSiebenSat.1 mit einem Wachstum der Entertainment-Werbeerlöse in der DACH-Region von rund 2 Prozent. Für die darin enthaltenen TV-Werbeerlöse rechnet ProSiebenSat.1 mit einer stabilen Entwicklung im Vergleich zum Vorjahresniveau. Demgegenüber gehen wir davon aus, dass die digitalen & smarten Werbeerlöse ihr Wachstum fortsetzen, insbesondere getrieben von Joyn.

Ergebnisentwicklung und Cashflow

Die ProSiebenSat.1 Group rechnet für den Konzern bei einer Varianz von plus/minus 50 Mio Euro weiterhin mit einem **adjusted EBITDA** in Höhe von 575 Mio Euro (Vorjahr: 578 Mio Euro) und somit im Mittelwert mit einem adjusted EBITDA auf Vorjahresniveau. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag das adjusted EBITDA im Geschäftsjahr 2023 bei 580 Mio Euro². In dieser Prognose ist die bereits angekündigte Erhöhung von Programmaufwendungen reflektiert, welche – trotz gegenläufiger Einspareffekte durch Effizienzmaßnahmen – das adjusted EBITDA belastet, jedoch das Wachstum im Entertainment-Geschäft nachhaltig stärken wird.

Für das **adjusted net income** rechnet der Konzern nach wie vor mit einem Wert um das Vorjahresniveau von 225 Mio Euro. Das adjusted net income wird maßgeblich durch die Entwicklung des adjusted EBITDA sowie durch das Finanzergebnis und die Ertragsteuern beeinflusst.

Der **adjusted Operating Free Cashflow** ist die relevante Cashflow-Steuerungsgröße des Konzerns. Er orientiert sich ebenfalls an der Entwicklung des adjusted EBITDA. Für das Geschäftsjahr 2024 geht ProSiebenSat.1 weiterhin davon aus, dass der adjusted Operating Free Cashflow – aus Vergleichbarkeitsgründen korrigiert um die Veränderung der Investitionen für den Bau des neuen Campus am Standort Unterföhring – um einen zweistelligen Millionen-Euro-Betrag über dem Vorjahreswert von 260 Mio Euro liegen wird.

Kapitaleffizienz

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt eine klare Strategie, die auf nachhaltiges und profitables Wachstum ausgerichtet ist. Den mittelfristigen finanziellen Erfolg des Unternehmens misst ProSiebenSat.1 daher anhand der Kennzahl **P7S1 ROCE** (Return on Capital Employed). Aufgrund der erwarteten stabilen Entwicklung des adjusted EBITDA geht die Gruppe im Geschäftsjahr 2024 weiterhin von einem P7S1 ROCE auf dem Niveau des Vorjahres von 11,0 Prozent aus. Ziel ist, mittelfristig eine Rendite auf das eingesetzte Kapital, also einen P7S1 ROCE, von mindestens 15 Prozent zu erreichen.

Investitionen und Kapitalstruktur

Der Konzern setzt seinen Fokus auf die Stärkung der Profitabilität und eine schlanke Kostenstruktur, was sich zunehmend positiv auf die Ergebnisentwicklung auswirkt und zugleich mehr Spielraum für Investitionen – insbesondere in lokale Programminhalte – eröffnet. Um den Marktanteil im linearen TV und das Wachstum von Joyn zu stärken, wird die ProSiebenSat.1 Group ihren Schwerpunkt dabei noch klarer auf exklusive lokale Inhalte legen und ihre

¹ Basierend auf den Umsatzerlösen des Geschäftsjahres 2023 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2024 nach Abzug der Umsatzerlöse der in 2023/2024 entkonsolidierten Gesellschaften Regiondo und Stylight (rund 17 Mio Euro).

² Basierend auf dem adjusted EBITDA des Geschäftsjahres 2023 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2024 nach Abzug des adjusted EBITDA der in 2023/2024 entkonsolidierten Gesellschaften Regiondo und Stylight (rund minus 5 Mio Euro).

Programmaufwendungen 2024 um rund 80 Mio Euro erhöhen. Die gesamten Programmkosten der Gruppe werden sich 2024 damit auf etwa 1,03 Mrd Euro belaufen (Vorjahr: 0,95 Mrd Euro). Die Finanzierung soll dabei wie in den Vorjahren aus dem operativen Cashflow erfolgen.

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. Aktuell rechnet der Konzern allerdings – bei einer stabilen Entwicklung des adjusted EBITDA und höheren Investitionen in Programminhalte – zum Jahresende 2024 mit einem Verschuldungsgrad zwischen 2,5x und 3,0x (Vorjahr: 2,7x).

Bedeutsamste nichtfinanzielle Kennzahl

Die Entwicklung der **Zuschauermarktanteile** ist der bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikator der ProSiebenSat.1 Group. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels sowie struktureller Veränderungen im Mediennutzungsverhalten hat ProSiebenSat.1 zu Jahresbeginn 2024 die Zielgruppendefinition angepasst, um die TV-Nutzung noch besser abzubilden: Bei der Betrachtung der Zuschauermarktanteile auf Konzernebene stellt ProSiebenSat.1 nunmehr die werberelevante Zielgruppe der 20- bis 59-jährige Zuschauer:innen in den Fokus statt wie bisher die Zielgruppe zwischen 14 und 49 Jahren. Für das Geschäftsjahr 2024 geht der Konzern davon aus, seine Position bei den Zuschauermarktanteilen in der werberelevanten Zielgruppe der 20- bis 59-Jährigen zumindest bestätigen zu können.

KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in Mio Euro	Q2 2024	Q2 2023	H1 2024	H1 2023
Umsatzerlöse	907	868	1.774	1.683
Umsatzkosten	-620	-619	-1.217	-1.174
Bruttoergebnis vom Umsatz	287	249	556	510
Vertriebskosten	-160	-182	-321	-351
Verwaltungskosten	-100	-115	-197	-226
Sonstige betriebliche Aufwendungen	0	-2	0	-2
Sonstige betriebliche Erträge	4	6	10	10
Betriebsergebnis	30	-44	48	-59
Zinsen und ähnliche Erträge	8	5	13	9
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-20	-21	-41	-37
Zinsergebnis	-12	-16	-28	-28
Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	1	0	2	-1
Sonstiges Finanzergebnis	-6	1	-3	-3
Finanzergebnis	-17	-15	-28	-32
Ergebnis vor Steuern	13	-59	20	-90
Ertragsteuern	0	3	-3	4
Konzernergebnis	13	-56	17	-86
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	14	-54	16	-81
Anteil anderer Gesellschafter	-1	-2	1	-5
Ergebnis je Aktie in Euro				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,06	-0,24	0,07	-0,36
Verwässertes Ergebnis je Aktie	0,06	-0,24	0,07	-0,36

KONZERN- GESAMTERGEBNISRECHNUNG

in Mio Euro	Q2 2024	Q2 2023	H1 2024	H1 2023
Konzernergebnis	13	-56	17	-86
Währungsumrechnung	4	1	19	-9
Cashflow-Hedges	0	-4	6	-20
Ertragsteuern	0	1	-2	5
Posten, die zukünftig möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden	4	-2	23	-23
Neubewertung leistungsorientierter Versorgungspläne	0	0	1	0
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden	0	0	1	0
Sonstiges Ergebnis	4	-2	23	-23
Konzern-Gesamtergebnis	17	-57	41	-110
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	16	-56	33	-101
Anteil anderer Gesellschafter	1	-2	8	-8

KONZERN-BILANZ

in Mio Euro	30.06.2024	31.12.2023
AKTIVA		
Geschäfts- oder Firmenwerte	2.023	2.008
Programmvermögen	654	686
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	797	785
Sachanlagen	547	540
At-Equity bewertete Anteile	7	11
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	290	300
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	1	2
Latente Ertragsteueransprüche	66	68
Langfristige Vermögenswerte	4.385	4.400
Programmmvermögen	160	178
Vorräte	56	45
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	63	60
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	403	471
Laufende Ertragsteuerforderungen	71	110
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	90	67
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	524	573
Kurzfristige Vermögenswerte	1.367	1.504
Bilanzsumme	5.752	5.904

in Mio Euro	30.06.2024	31.12.2023
PASSIVA		
Gezeichnetes Kapital	233	233
Kapitalrücklage	1.045	1.045
Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	227	222
Eigene Anteile	-58	-58
Kumuliertes sonstiges Ergebnis	49	32
Sonstiges Eigenkapital	-220	-214
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	1.276	1.260
Anteil anderer Gesellschafter	321	320
Eigenkapital	1.596	1.580
Finanzverbindlichkeiten	2.119	2.119
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	275	303
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	59	59
Übrige Verbindlichkeiten	2	9
Rückstellungen für Pensionen	0	2
Sonstige Rückstellungen	16	30
Latente Ertragsteuerschulden	240	232
Langfristige Schulden	2.712	2.753
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	117	106
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Schulden	883	881
Übrige Verbindlichkeiten	222	305
Laufende Ertragsteuerschulden	32	91
Sonstige Rückstellungen	190	188
Kurzfristige Schulden	1.444	1.571
Bilanzsumme	5.752	5.904

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 Währungs-umrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Neubewertung von Versorgungs-plänen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital			
1. Januar 2023	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.

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 Währungs-umrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Neubewertung von Versorgungs-plänen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital			
1. Januar 2024	233	1.045	222	-58	26	19	-10	-2	-214	1.260	320	1.580
Konzernergebnis	—	—	16	—	—	—	—	—	—	16	1	17
Sonstiges Ergebnis	—	—	—	—	12	6	1	-2	—	17	7	23
Konzern-Gesamtergebnis	—	—	16	—	12	6	1	-2	—	33	8	41
Dividenden	—	—	-11	—	—	—	—	—	—	-11	-2	-13
Sonstige Veränderungen	—	0	—	—	—	—	—	—	-6	-6	-6	-11
30. Juni 2024	233	1.045	227	-58	38	25	-10	-4	-220	1.276	321	1.596

KONZERN- KAPITALFLUSSRECHNUNG

in Mio Euro	Q2 2024	Q2 2023	H1 2024	H1 2023
Konzernergebnis	13	-56	17	-86
Ertragsteuern	0	-3	3	-4
Finanzergebnis	17	15	28	32
Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	46	51	94	103
Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge	230	219	455	423
Veränderung der Rückstellungen	10	44	5	50
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	0	2	-1	2
Veränderung des Working Capital	-45	-12	-94	-21
Erhaltene Dividenden	6	6	6	6
Gezahlte Steuern	-28	-35	-16	-41
Gezahlte Zinsen	-23	-24	-39	-33
Erhaltene Zinsen	4	6	9	7
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	231	213	467	438
Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten	3	2	5	6
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-50	-54	-91	-106
Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte	-1	-4	-3	-5
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-198	-254	-389	-474
Einzahlungen aus gewährten Darlehen	0	0	1	0
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	0	-2	2	-2
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-245	-313	-475	-581
Auszahlung der Dividende	-11	—	-11	—
Einzahlungen aus der Aufnahme von finanziellen Verbindlichkeiten	6	13	6	22
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-10	-11	-23	-22
Auszahlungen aus Transaktionen mit nicht-beherrschenden Gesellschaftern	-11	—	-12	-20
Auszahlungen von Dividenden an nicht-beherrschende Gesellschafter	-1	-2	-2	-2
Auszahlungen von Finanzierungskosten	-1	-1	-1	-1
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-29	-1	-43	-23
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1	0	3	-2
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-42	-100	-48	-168
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	567	436	573	504
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	524	336	524	336

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 2024 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 2023 gelesen werden. Der Konzernzwischenabschluss wurde vom Vorstand am 6. August 2024 zur Veröffentlichung freigegeben.

Die Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, die der Konzern für den Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2024 angewendet hat, sind dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2023 zugrunde lagen. Eine Ausnahme hiervon bildet grundsätzlich die Anwendung überarbeiteter Standards, die seit dem am 1. Januar 2024 beginnenden Geschäftsjahr für den Konzern verpflichtend anzuwenden sind. Deren Anwendung hat jedoch keine Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Seit Jahresbeginn wächst die deutsche Wirtschaft wieder leicht, dennoch verzögern bremsende Effekte wie eine schwache Binnennachfrage, hohe Energiekosten und herausfordernde Finanzierungsbedingungen die Erholung der deutschen Wirtschaft. Im Rahmen der Erstellung des Konzernzwischenabschlusses zum 30. Juni 2024 wurden das aktuelle makroökonomische Umfeld 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 2024 erzielten Ergebnisse lassen deshalb nicht notwendigerweise Vorhersagen über die Entwicklung des weiteren Geschäftsverlaufes zu.

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.

2/ Umsatzerlöse

in Mio Euro

	Entertainment		Commerce & Ventures		Dating & Video		Summe Konzern	
	Q2 2024	Q2 2023	Q2 2024	Q2 2023	Q2 2024	Q2 2023	Q2 2024	Q2 2023
Werbeerlöse	491	484	31	21	—	—	522	505
DACH	425	421	31	21	—	—	456	442
davon TV	349	353	—	—	—	—	349	353
davon Digital & Smart	76	68	—	—	—	—	76	68
Rest der Welt	66	63	—	—	—	—	66	63
Distribution	50	44	—	—	—	—	50	44
Content	39	30	—	—	—	—	39	30
Digital Platform & Commerce	—	—	166	147	—	—	166	147
Consumer Advice	—	—	61	58	—	—	61	58
Experiences	—	—	4	8	—	—	4	8
Beauty & Lifestyle	—	—	100	80	—	—	100	80
Dating & Video	—	—	—	—	98	107	98	107
Dating	—	—	—	—	52	60	52	60
Video	—	—	—	—	46	47	46	47
Sonstige Umsatzerlöse	32	34	1	1	—	—	33	34
Summe	612	592	197	169	98	107	907	868

	Entertainment		Commerce & Ventures		Dating & Video		Summe Konzern	
	H1 2024	H1 2023	H1 2024	H1 2023	H1 2024	H1 2023	H1 2024	H1 2023
Werbeerlöse	942	916	59	49	—	—	1.002	964
DACH	818	796	59	49	—	—	877	845
davon TV	675	668	—	—	—	—	675	668
davon Digital & Smart	143	129	—	—	—	—	143	129
Rest der Welt	124	119	—	—	—	—	124	119
Distribution	100	90	—	—	—	—	100	90
Content	66	58	—	—	—	—	66	58
Digital Platform & Commerce	—	—	343	290	—	—	343	290
Consumer Advice	—	—	137	116	—	—	137	116
Experiences	—	—	8	13	—	—	8	13
Beauty & Lifestyle	—	—	198	161	—	—	198	161
Dating & Video	—	—	—	—	205	225	205	225
Dating	—	—	—	—	109	125	109	125
Video	—	—	—	—	96	100	96	100
Sonstige Umsatzerlöse	57	55	2	2	—	—	58	56
Summe	1.165	1.119	404	340	205	225	1.774	1.683

Die Tabellen zeigen die Aufgliederung der Umsatzerlöse nach Kategorien. Dabei wird die Kategorie Werbeerlöse 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) und Rest der Welt. In der Kategorie Werbeerlöse DACH im Segment Entertainment werden Werbeerlöse aus dem Verkauf von Werbezeiten erfasst, wobei nach TV Erlösen und Digital & Smart Erlösen unterschieden wird. In der Kategorie Werbeerlöse DACH im Segment Commerce & Ventures sind Umsätze aus Media-for-Equity- und Media-for-Revenue-Transaktionen in Höhe von 12 Mio Euro im zweiten Quartal 2024 (Vorjahr: 9 Mio Euro) und in Höhe von 28 Mio Euro im ersten Halbjahr 2024 (Vorjahr: 24 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 90 Mio Euro im zweiten Quartal 2024 (Vorjahr: 69 Mio Euro) und 179 Mio Euro im ersten Halbjahr 2024 (Vorjahr: 139 Mio Euro) enthalten.

Für nähere Informationen zur Entwicklung der Umsatzerlöse verweisen wir auf den

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

3 / 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 Aufwand aus Ertragsteuern belief sich im ersten Halbjahr 2024 auf 3 Mio Euro (Vorjahr: Ertragsteuerertrag 4 Mio Euro). Dieser Betrag berücksichtigt einerseits einen Steuerertrag aus dem Wegfall der Hinzurechnungsbesteuerung nach einem erfolgreich geführten sogenannten Motivtest. Zum anderen ist ein Steuerertrag aus dem Abschluss des Verständigungsverfahrens für die Jahre 2004-2016 zwischen Deutschland und Österreich enthalten. Die Veränderung gegenüber dem Vorjahr reflektiert außerdem den Anstieg im Ergebnis vor Steuern sowie geringere Verluste, bei denen die Möglichkeit fehlte, aktive latente Steuern anzusetzen.

Die ProSiebenSat.1 Group hat eine Bewertung der potentiellen Belastung der Gruppe in Bezug auf eine Mindestbesteuerung vorgenommen. Auf Grundlage dieser Bewertung rechnet die ProSiebenSat.1 Group nicht mit einer wesentlichen Steuerbelastung durch die Einführung der Mindestbesteuerung.

4 / Geschäfts- oder Firmenwerte

Alle zahlungsmittelgenerierenden Einheiten werden quartalsweise auf etwaige Anhaltspunkte für Wertminderungen analysiert. Sofern Hinweise vorliegen, dass der Buchwert nicht mindestens dem erzielbaren Betrag entsprechen könnte, werden sie einem Werthaltigkeitstest unterzogen. Darüber hinaus werden Geschäfts- oder Firmenwerte einmal jährlich auf Werthaltigkeit getestet.

Die unter anderem infolge des andauernden Russland-/Ukraine-Krieges nach wie vor angespannte Gesamtwirtschaftslage und anhaltende Konsumzurückhaltung liefern hinreichend Anhaltspunkte, zum 30. Juni 2024 für den Geschäfts- oder Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Digital Platform & Commerce einen situationsbedingten Wertminderungstests zu unterziehen. Zudem wurden die Geschäfts- oder Firmenwerte der beiden Einheiten Dating und Video aufgrund der im Vergleich zum Vorjahr rückläufigen Entwicklung auf Werthaltigkeit geprüft.

Der für den Wertminderungstest maßgebliche erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten wurde in Form eines Nutzungswertes ermittelt. Die Zahlungsstromerwartungen berücksichtigen die Umsatz- und Ergebnisentwicklungen der ersten sechs Monate des laufenden Geschäftsjahres und reflektieren aktuelle Einschätzungen über den künftigen Geschäftsverlauf.

Die durchschnittliche jährliche EBITDA-Marge für den Planungszeitraum von 2024 bis 2029 für die zahlungsmittelgenerierende Einheit **Digital Platform & Commerce** beträgt 5,4 Prozent. Die verwendete prognostizierte EBITDA-Marge für den Zeitraum nach Ende des Planungszeitraums beträgt 8,4 Prozent. Das durchschnittliche jährliche Umsatzwachstum für den Planungszeitraum von 2024 bis 2029 beträgt 10,0 Prozent. Des Weiteren haben sich die am Bewertungsstichtag 31. Dezember 2023 gültigen Diskontierungszinssätze vor Steuern von 13,0 Prozent bis zum Halbjahresstichtag auf 12,5 Prozent verringert. Der Wertminderungstest zum 30. Juni 2024 für den Geschäfts- oder Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Digital Platform & Commerce führt zu keinem Wertminderungsbedarf. Die ermittelten erzielbaren Beträge dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit übersteigen deren Buchwerte um 29 Mio Euro. Sollte die nach Ende des Planungszeitraum für die ewige Rente angenommene EBITDA-Marge der

zahlungsmittelgenerierenden Einheit Digital Platform & Commerce um 0,4 Prozentpunkte zurückgehen oder sich der Diskontierungssatz vor Steuern um 0,8 Prozentpunkte erhöhen, entspräche der ermittelte erzielbare Betrag dem Buchwert dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit.

Die durchschnittliche jährliche EBITDA-Marge für den Planungszeitraum von 2024 bis 2029 für die zahlungsmittelgenerierende Einheit **Dating** beträgt 20,8 Prozent. Die verwendete prognostizierte EBITDA-Marge für den Zeitraum nach Ende des Planungszeitraums beträgt 25,6 Prozent. Das durchschnittliche jährliche Umsatzwachstum für den Planungszeitraum von 2024 bis 2029 beträgt 7,5 Prozent. Des Weiteren haben sich die am Bewertungsstichtag 31. Dezember 2023 gültigen Diskontierungszinssätze vor Steuern von 12,5 Prozent bis zum Halbjahresstichtag auf 11,5 Prozent verringert. Der Wertminderungstest zum 30. Juni 2024 für den Geschäfts- oder Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Dating führt zu keinem Wertminderungsbedarf. Die ermittelten erzielbaren Beträge dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit übersteigen deren Buchwerte um 144 Mio Euro. Sollte die nach Ende des Planungszeitraum für die ewige Rente angenommene EBITDA-Marge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Dating um 6,2 Prozentpunkte zurückgehen oder sich der Diskontierungssatz vor Steuern um 2,4 Prozentpunkte erhöhen, entspräche der ermittelte erzielbare Betrag dem Buchwert dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit.

Die durchschnittliche jährliche EBITDA-Marge für den Planungszeitraum von 2024 bis 2029 für die zahlungsmittelgenerierende Einheit **Video** beträgt 17,3 Prozent. Die verwendete prognostizierte EBITDA-Marge für den Zeitraum nach Ende des Planungszeitraums beträgt 20,5 Prozent. Das durchschnittliche jährliche Umsatzwachstum für den Planungszeitraum von 2024 bis 2029 beträgt 0,8 Prozent. Des Weiteren haben sich die am Bewertungsstichtag 31. Dezember 2023 gültigen Diskontierungszinssätze vor Steuern von 12,0 Prozent bis zum Halbjahresstichtag auf 11,2 Prozent verringert. Der Wertminderungstest zum 30. Juni 2024 für den Geschäfts- oder Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Video führt zu keinem Wertminderungsbedarf. Die ermittelten erzielbaren Beträge dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit übersteigen deren Buchwerte um 61 Mio Euro. Sollte die nach Ende des Planungszeitraum für die ewige Rente angenommene EBITDA-Marge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Video um 4,7 Prozentpunkte zurückgehen oder sich der Diskontierungssatz vor Steuern um 2,0 Prozentpunkte erhöhen, entspräche der ermittelte erzielbare Betrag dem Buchwert dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit.

Bei den übrigen zahlungsmittelgenerierenden Einheiten des Konzerns ergab sich zum 30. Juni 2024 aufgrund der am Geschäftsjahresende 2023 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.

5 / Eigenkapital

Die Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE hat am 30. April 2024 beschlossen, für das Geschäftsjahr 2023 eine Dividende in Höhe von 11 Mio Euro (0,05 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie) auszuzahlen. Die Auszahlung der Dividende erfolgte am 6. Mai 2024.

Des Weiteren beschloss die Hauptversammlung die Aufhebung des mit Beschluss vom 1. Juni 2021 genehmigten Kapitals (Genehmigtes Kapital 2021). Ursprünglich war der Vorstand durch den Beschluss vom 1. Juni 2021 bis einschließlich 31. Mai 2026 ermächtigt worden, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital um insgesamt bis zu 46.600.000 Euro zu erhöhen. Einen Beschluss über die Schaffung eines neuen genehmigten Kapitals hat die Hauptversammlung vom 30. April 2024 nicht gefasst, so dass der Vorstand bis auf Weiteres nicht zur einer Erhöhung des Eigenkapitals ermächtigt ist.

6 / Sonstige finanzielle Verpflichtungen

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

in Mio Euro

	30.06.2024	31.12.2023
Einkaufsobligo für Programmvermögen	1.075	1.179
Distribution	99	130
Übrige finanzielle Verpflichtungen	202	191
Summe	1.376	1.500

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

7 / 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		30.06.2024					31.12.2023				
		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	245	245	12	—	233	253	253	15	—	238
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Vermögenswerte	25	25	—	25	—	25	25	—	25	—
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Vermögenswerte	33	33	—	33	—	29	29	—	29	—
Summe		303	303	12	58	233	308	308	15	55	238
FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN											
Bewertet zum Fair Value											
Verbindlichkeiten aus Put-Optionen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	25	25	—	—	25	24	24	—	—	24
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	0	—	0	—	6	6	—	6	—
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2	2	—	2	—	11	11	—	11	—
Bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten											
Darlehen und Kredite	Finanzverbindlichkeiten	1.195	1.184	—	1.184	—	1.195	1.251	—	1.251	—
Schuldscheindarlehen	Finanzverbindlichkeiten	924	850	—	850	—	924	879	—	879	—
Immobilienkredite	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	172	172	—	172	—	167	169	—	169	—
Summe		2.319	2.232	—	2.208	25	2.327	2.341	—	2.316	24

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

Bei den Eigenkapitalinstrumenten der Stufe 1 handelt es sich um Anteile an börsennotierten Gesellschaften, bei den Eigenkapitalinstrumenten der Stufe 3 um Fondsbeteiligungen und Beteiligungen aus Media-for-Equity-Transaktionen.

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

Die Darlehen und Kredite in Höhe von 1.195 Mio Euro betreffen einen unbesicherten syndizierten Konsortialkredit aus mehreren endfälligen Darlehenstranchen (Term Loan) mit einem Nominalvolumen von 1.200 Mio Euro. Im April 2024 hat der Konzern mit 353 Mio Euro den Großteil der bisher im April 2026 fälligen Darlehenstranche um ein weiteres Jahr bis April 2027 verlängert. Der restliche Teil dieser Darlehenstranche von 47 Mio Euro wird unverändert im April 2026 fällig. Die Tranche über 800 Mio Euro und die revolvingierende Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen von 500 Mio Euro haben eine Laufzeit bis April 2027. Zum 30.06.2024 ist die RCF nicht in Anspruch genommen worden.

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 01.01.2024	238	24
In der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse ¹	-4	0
Zugänge	13	—
Abgänge/Tilgungen	-13	—
Stand 30.06.2024	233	25

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

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 Verluste in Höhe von 4 Mio Euro betreffen im Wesentlichen die Neubewertungen von Fondsbeteiligungen und Media-for-Equity-Beteiligungen. Der Bewertung lagen im Wesentlichen beobachtbare Preise aus qualifizierten Finanzierungsrunden sowie Net Asset Values zugrunde. Bei den Zugängen und Abgängen in Höhe von jeweils 13 Mio Euro handelt es sich vor allem um im Rahmen von Media-for-Equity-Transaktionen erworbene oder veräußerte Beteiligungen.

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.

8 / 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 2024 und im ersten Halbjahr 2024 die dargestellten Beträge mit Ausnahme der Innenumsatzerlöse auf die Holdingfunktionen.

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

SEGMENTINFORMATIONEN Q2 2024

in Mio Euro

	Entertainment	Commerce & Ventures	Dating & Video	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Konzernumsatzerlöse	626	198	98	921	-15	907
Außenumsatzerlöse	612	197	98	907	—	907
Innenumsatzerlöse	14	1	—	15	-15	—
Adjusted EBITDA	71	12	14	97	-7	91
Sondereffekte	0	-6	-6	-11	-3	-14
Abschreibungen und Wertminderungen	25	8	7	41	5	46
Investitionen	226	6	3	236	12	248
davon Programminvestitionen	198	—	—	198	—	198

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 H1 2024

in Mio Euro

	Entertainment	Commerce & Ventures	Dating & Video	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Konzernumsatzerlöse	1.196	405	205	1.806	-32	1.774
Außenumsatzerlöse	1.165	404	205	1.774	—	1.774
Innenumsatzerlöse	31	1	—	32	-32	—
Adjusted EBITDA	116	29	31	176	-13	163
Sondereffekte	0	-5	-6	-12	-9	-21
Abschreibungen und Wertminderungen	51	18	15	84	9	94
Investitionen	445	12	6	463	17	480
davon Programminvestitionen	389	—	—	389	—	389

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

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 2024	Q2 2023	H1 2024	H1 2023
Adjusted EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	97	80	176	137
Eliminierungen und sonstige Überleitungsposten	-7	-1	-13	-4
Adjusted EBITDA des Konzerns	91	79	163	133
Sondereffekte	-14	-73	-21	-88
Finanzergebnis	-17	-15	-28	-32
Abschreibungen und Wertminderungen	-46	-51	-94	-103
Ertragsteuern	0	3	-3	4
Konzernergebnis	13	-56	17	-86

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

DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE

in Mio Euro

	Q2 2024	Q2 2023	H1 2024	H1 2023
Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises	0	—	1	—
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	1	—	1	0
Bereinigte Erträge	1	0	3	0
M&A-bezogene Aufwendungen	-2	-2	-2	-5
Reorganisationsaufwendungen	0	-60	-1	-69
Aufwendungen für Rechtstreitigkeiten	-9	0	-9	0
Aufwendungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises	—	-2	—	-2
Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten	-5	-9	-12	-12
Bereinigte Aufwendungen	-16	-73	-24	-89
Sondereffekte	-14	-73	-21	-88

Die Sondereffekte beinhalten **bereinigte Aufwendungen** in Höhe von 16 Mio Euro (Vorjahr: 73 Mio Euro). Diese Aufwendungen stehen mit einem hohen einstelligen Millionen Euro-Betrag im Zusammenhang mit der Bildung von Rückstellungen aufgrund von zwei unterschiedlichen behördlichen Untersuchungen, zum einen mit der Aufklärung des Sachverhalts und der möglichen Verhängung von Bußgeldern im Hinblick auf das Zahlungsdienstenaufsichtsgesetz („ZAG“) und den damit verbundenen Vorgängen bei Jochen Schweizer und mydays, und zum anderen einem verbraucherrechtlichen Verfahren in Australien. Abhängig von dem Fortgang der behördlichen Untersuchungen können aus diesen Rückstellungen entsprechende Zahlungsabflüsse voraussichtlich bis zum Ende des Geschäftsjahres 2025 erfolgen.

Im Vorjahr waren die Sondereffekte im Wesentlichen geprägt durch die Bildung einer Restrukturierungsrückstellung im Rahmen der Neuausrichtung des Konzerns in Höhe von 58 Mio Euro und Kosten im Zusammenhang mit der Aufklärung des ZAG-Sachverhalts in Höhe von 3 Mio Euro.

Die beschriebenen Effekte prägen auch die Entwicklung auf Halbjahressicht: Im ersten Halbjahr 2024 beliefen sich die Sondereffekte auf minus 21 Mio Euro (Vorjahr: -88 Mio Euro).

9 / 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 2024 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 2024 hält MFE 26,58 Prozent der Stimmrechtsanteile der Gesellschaft sowie Instrumente im Sinne der §§ 38 Abs. 1 Nr. 1 und 2 WpHG in Höhe von 2,29 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 fanden im Berichtszeitraum keine wesentlichen Transaktionen statt.

Bei der Hauptversammlung standen Wahlen für den Aufsichtsrat an. Klára Brachtlová war als Vertreterin des Minderheitsaktionärs PPF IM LTD („PPF“) bereits im vergangenen Jahr gerichtlich

als Aufsichtsrätin bestellt worden und wurde bestätigt. Zudem wurden Christoph Mainusch auf Vorschlag von PPF und Leopoldo Attolico und Simone Scettri auf Vorschlag von MFE in den Aufsichtsrat gewählt. Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher, Marjorie Kaplan und Ketan Mehta gehören dem Aufsichtsrat nicht mehr an.

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat am 18. März 2024 Markus Breitenecker mit Wirkung zum 1. April 2024 in den Vorstand berufen. Gemeinsam mit dem Vorstandsvorsitzenden Bert Habets (Group CEO) ist er als Chief Operating Officer (COO) für die Steuerung des Entertainment-Bereichs verantwortlich. Christine Scheffler ist nach über fünf Jahren im Unternehmen, davon vier Jahre als Mitglied des Vorstands, zum 31. März 2024 im gegenseitigen Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat aus dem Vorstand ausgeschieden. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE besteht somit seit dem 1. April 2024 aus Bert Habets (Group CEO), Martin Mildner (Group CFO) und Markus Breitenecker (COO).

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 2024 bzw. 30.06.2024			H1 2023 bzw. 31.12.2023		
	Assoziierte Unternehmen	Gemeinschaftsunternehmen	Summe	Assoziierte Unternehmen	Gemeinschaftsunternehmen	Summe
Gewinn- und Verlustrechnung						
Umsätze aus erbrachten Lieferungen und Leistungen	53	1	54	55	1	56
Aufwendungen aus erhaltenen Lieferungen und Leistungen	12	1	13	12	1	12
Bilanz						
Forderungen	19	0	19	18	1	19
Verbindlichkeiten	—	0	0	0	—	0

10 / Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Es sind keine Ereignisse nach dem Bilanzstichtag bekannt, die einen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group haben könnten.

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 6. August 2024



Bert Habets
Vorstandsvorsitzender (Group CEO)



Martin Mildner
Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO)



Markus Breitenecker
Vorstandsmitglied & Chief Operating Officer (COO)

BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT

AN DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE, UNTERFÖHRING

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Bilanz, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung, Konzern-Kapitalflussrechnung sowie ausgewählten erläuternden Konzernanhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2024, 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 sind.

München, den 7. August 2024

PricewaterhouseCoopers GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Klaus Bernhard
Wirtschaftsprüfer

Katharina Deni
Wirtschaftsprüfer

FINANZKALENDER

Datum	Event
8. August 2024	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2024
14. November 2024	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das dritte Quartal 2024

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 Corporate & Business Communications

Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel.: +49 [0]89 95 07—11 45
Fax: +49 [0]89 95 07—9 11 45
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—9 15 02
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 Corporate & Business Communications

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 unbekanntes 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.