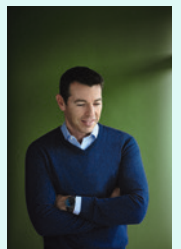


ProSiebenSat.1  
Media SE



# INNOVATION GROWTH NEW MARKETS



Zwischenbericht  
für das 3. Quartal und die  
ersten neun Monate 2015



## Inhaltsverzeichnis

- 02 PROSIEBENSAT.1 UND Q3 2015 AUF EINEN BLICK  
03 ERGEBNISSE UND PROGNOSEN

### KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

#### 05 Erläuterungen zum Bericht

- 06 WICHTIGE EREIGNISSE Q1–Q3 2015

#### 08 Unser Konzern: Grundlagen

#### 08 Wirtschaftsbericht: Q3 2015

- 08 Wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

- 14 CONTENT HIGHLIGHTS Q3 2015

- 15 Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf

- 16 Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

- 19 Ertragslage des Konzerns

- 23 Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

- 29 Geschäftsentwicklung der Segmente

#### 32 Mitarbeiter

#### 33 Die ProSiebenSat.1-Aktie

#### 36 Nachtragsbericht

#### 38 Risiko- und Chancenbericht

#### 42 Prognosebericht

- 42 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

- 44 Unternehmensausblick

### KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

- 47 Gewinn- und Verlustrechnung

- 48 Gesamtergebnisrechnung

- 49 Bilanz

- 51 Kapitalflussrechnung

- 53 Eigenkapitalveränderungsrechnung

- 54 Anhang

### WEITERE INFORMATIONEN

- 84 Kennzahlen:  
Mehrjahresübersicht Konzern

- 85 Kennzahlen:  
Mehrjahresübersicht Segmente

- 86 Impressum

- 87 Finanzkalender

## DIE PROSIEBENSAT.1 GROUP

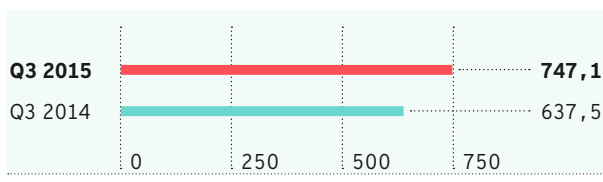
Die ProSiebenSat.1 Group ist eines der größten unabhängigen Medienhäuser in Europa. Unser Kerngeschäft ist werbefinanziertes Free-TV. Mit den Sendern SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX sind wir die Nummer 1 im deutschen Zuschauer- und TV-Werbemarkt. Jeden Tag erreichen wir über 42 Millionen TV-Haushalte in unseren Märkten Deutschland, Österreich und der Schweiz. Über die Distribution unserer Fernsehsender in HD-Qualität haben wir uns ein attraktives neues Geschäftsfeld erschlossen. Auch im Internet sind wir Deutschlands führender Bewegtbild-Vermarkter und erreichen über 30 Millionen digitale Nutzer. Wir betreiben mit maxdome ein Video-on-Demand-Portal, das mit mehr als 60.000 Titeln das umfangreichste Content-Angebot in Deutschland bietet, und liefern unseren Nutzern mit dem globalen Multi-Channel-Network Studio71 oder der Streaming App 7TV bestes digitales Entertainment. In den vergangenen Jahren haben wir ein starkes Ventures & Commerce-Portfolio aufgebaut, das heute zu unseren wichtigsten Wachstumstreibern zählt. Darüber hinaus ist unsere Gruppe mit einem internationalen Programmproduktions- und Vertriebsnetzwerk in sieben Ländern vertreten. Damit steht ProSiebenSat.1 auf einer breiten und stabilen Umsatz- und Ergebnisbasis.

## DAS DRITTE QUARTAL 2015

Die ProSiebenSat.1 Group ist auch im dritten Quartal 2015 dynamisch gewachsen. Der Konzern steigerte seinen Umsatz um 17,2 Prozent auf 747,1 Mio Euro (Vorjahr: 637,5 Mio Euro). Dazu trugen auch die zuletzt getätigten Akquisitionen bei. Das recurring EBITDA erhöhte sich mit einem Plus von 9,1 Prozent ebenfalls deutlich und erreichte 177,8 Mio Euro (Vorjahr: 162,9 Mio Euro). Trotz höherer einmaliger Aufwände in Höhe von 11,4 Mio Euro, die im Wesentlichen aus verstärkter M&A-Tätigkeit resultieren, stieg der bereinigte Konzernüberschuss auf 78,3 Mio Euro (underlying net income). Dies entspricht einer Steigerung von 4,8 Prozent bzw. 3,6 Mio Euro gegenüber dem dritten Quartal 2014.

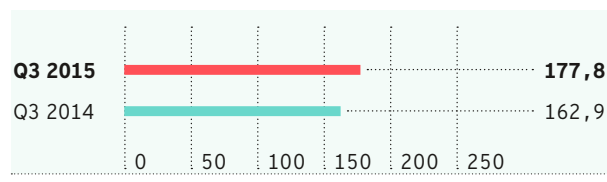
### Umsatzerlöse

in Mio Euro



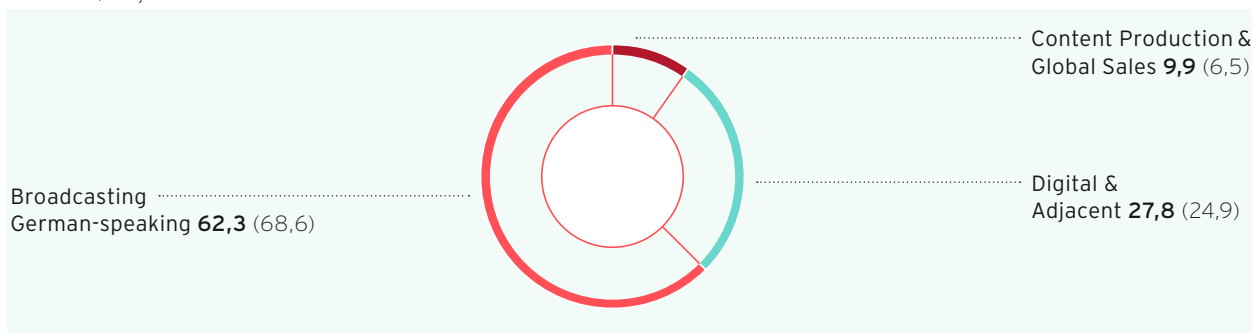
### Recurring EBITDA

in Mio Euro



### Anteil am Konzernumsatz nach Segmenten

in Prozent, Vorjahreswerte Q3 2014 in Klammern



Alle Angaben beziehen sich auf die fortgeführten Aktivitäten.

## ERGEBNISSE 2014

**+10,4%** **Umsatz**  
**Anstieg**  
auf 2.875,6 Mio Euro

**+3,2%** **Broadcasting**  
**German-speaking**  
**Anstieg**  
auf 2.062,7 Mio Euro

**+26,3%** **Digital & Adjacent**  
**Anstieg**  
auf 610,7 Mio Euro

**+63,4%** **Content Production &**  
**Global Sales**  
**Anstieg**  
auf 202,2 Mio Euro

**+7,2%** **Recurring EBITDA**  
**Anstieg**  
auf 847,3 Mio Euro

**+3,6%** **Broadcasting**  
**German-speaking**  
**Anstieg**  
auf 702,8 Mio Euro

**+22,7%** **Digital & Adjacent**  
**Anstieg**  
auf 129,3 Mio Euro

**+80,1%** **Content Production &**  
**Global Sales**  
**Anstieg**  
auf 19,1 Mio Euro

**+10,3%** **Bereinigter**  
**Konzernüberschuss**  
**Anstieg**  
auf 418,9 Mio Euro

**1,8** **Verschuldungsgrad<sup>2</sup>**

**28,7%** **Deutscher**  
**TV-Zuschauermarkt<sup>3</sup>**  
**Wachstum** um  
0,6 Prozentpunkte

## PROGNOSEN 2015

**Umsatz**  
Deutlicher Anstieg<sup>1</sup>

**Broadcasting**  
**German-speaking**  
Leichter Anstieg

**Digital & Adjacent**  
Deutlicher Anstieg

**Content Production &**  
**Global Sales**  
Deutlicher Anstieg

**Recurring EBITDA**  
Mittlerer einstelliger Anstieg

**Broadcasting**  
**German-speaking**  
Leichter Anstieg

**Digital & Adjacent**  
Deutlicher Anstieg

**Content Production &**  
**Global Sales**  
Mittlerer bis hoher  
einsteiliger Anstieg

**Bereinigter Konzernüberschuss**  
Hoher einsteiliger Anstieg

**Verschuldungsgrad**  
1,5 - 2,5

**Deutscher**  
**TV-Zuschauermarkt**  
Führende Position zumindest beibehalten  
oder leicht ausbauen

Alle Angaben beziehen sich auf die fortgeführten Aktivitäten.

<sup>1</sup> Prognose in Q3/2015 konkretisiert; siehe „Unternehmensausblick“.

<sup>2</sup> Bereinigt um den LTM-recurring-EBITDA-Beitrag der osteuropäischen Aktivitäten.

<sup>3</sup> Werberelevante Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen.

# A

# KONZERN- ZWISCHEN- LAGEBERICHT

## Inhaltsverzeichnis

### 05 Erläuterungen zum Bericht

06 WICHTIGE EREIGNISSE Q1–Q3 2015

### 08 Unser Konzern: Grundlagen

### 08 Wirtschaftsbericht: Q3 2015

08 Wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

14 CONTENT HIGHLIGHTS Q3 2015

15 Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf

16 Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

19 Ertragslage des Konzerns

23 Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

29 Geschäftsentwicklung der Segmente

### 32 Mitarbeiter

### 33 Die ProSiebenSat.1-Aktie

### 36 Nachtragsbericht

### 38 Risiko- und Chancenbericht

### 42 Prognosebericht

42 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

44 Unternehmensausblick

## Erläuterungen zum Bericht



Unser Konzern:  
Grundlagen, Seite 8.

**Rechtsformwechsel in ProSiebenSat.1 Media SE.** Mit Wirkung zum 7. Juli 2015 wurde ProSiebenSat.1 von einer Aktiengesellschaft (AG) in eine Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea, SE) umgewandelt. Der vorliegende Finanzbericht reflektiert die neue Firmierung der Gesellschaft als ProSiebenSat.1 Media SE.



Künftige wirtschaftliche  
und branchenspezifische  
Rahmenbedingungen,  
Seite 42.

**Vorausschauende Aussagen zur künftigen Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage.** Unsere Prognosen basieren auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Wir stützen uns dabei auf unser Budget sowie umfassende Markt- und Wettbewerbsanalysen. Prognosen sind jedoch naturgemäß mit gewissen Unsicherheiten verbunden, die zu positiven oder negativen Planabweichungen führen könnten. Sollten Unwägbarkeiten eintreten oder sollten die den vorausschauenden Aussagen zugrunde liegenden Prämissen nicht zutreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Entwicklungen, die diese Prognose belasten könnten, sind zum Beispiel eine geringere Konjunktdynamik als aktuell erwartet. Diese und weitere Faktoren werden im Risiko- und Chancenbericht erläutert. Dort berichten wir auch über zusätzliche Wachstumspotenziale. Chancen, die wir bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert haben, könnten sich etwa aus den unternehmensstrategischen Entscheidungen ergeben.



Weitere Informationen  
beinhaltet der Geschäfts-  
bericht 2014 ab Seite 137; der  
Risiko- und Chancenbericht im  
vorliegenden Zwischenbericht  
befindet sich auf Seite 38.

**Berichtsweise auf Basis fortgeführter Aktivitäten.** Die Analyse der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage erfolgt im vorliegenden Finanzbericht – sofern nicht anders gekennzeichnet – auf Grundlage der fortgeführten Aktivitäten. Das bedeutet, dass die im Zusammenhang mit der Veräußerung der osteuropäischen Aktivitäten entstandenen Ergebnisbeiträge bzw. Zahlungsströme nicht in den einzelnen Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. Kapitalflussrechnung enthalten sind. Sie werden entsprechend den Bestimmungen des IFRS 5 gesondert als „Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten“ bzw. „Cashflow aus nicht-fortgeführten Aktivitäten“ abgebildet. In den genannten Posten für die Vorjahresvergleichsperiode ist neben den operativen Ergebnisbeiträgen der osteuropäischen Aktivitäten ebenfalls das Entkonsolidierungsergebnis der zum 25. Februar 2014 entkonsolidierten ungarischen Gesellschaften enthalten. Mit formalem und rechtlichem Vollzug der jeweiligen Kaufverträge wurden zudem die rumänischen Gesellschaften am 2. April 2014 (TV) bzw. am 4. August 2014 (Radio) entkonsolidiert. Die übrigen Posten der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Kapitalflussrechnung wurden für die aktuelle und die Vergleichsperiode auf vergleichbarer Basis dargestellt.



Nähere Informationen  
befinden sich im Geschäfts-  
bericht 2014 im Kapitel  
„Wesentliche Ereignisse und  
Änderungen im Konsolidierungs-  
kreis“, Seite 117.

**Rundungen von Zahlenangaben.** Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen, oder sich einzelne Zahlen nicht genau zur angegebenen Summe aufaddieren lassen.

# WICHTIGE EREIGNISSE

## Q1 – Q3 2015

Die ProSiebenSat.1 Group investiert nachhaltig in Wachstum. In den ersten neun Monaten hat der Konzern sein Portfolio erweitert, internationale Kooperationen geschlossen und attraktive Filmlizenzen erworben.

### UNTERNEHMEN

MAI

**Hauptversammlung beschließt SE-Umwandlung.** (a) Die Aktionäre der ProSiebenSat.1 Media AG haben auf der ordentlichen Hauptversammlung am 21. Mai 2015 mit 99,97 Prozent der Umwandlung des Konzerns in eine Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea, SE) zugestimmt; die Eintragung in das Handelsregister erfolgte am 7. Juli 2015. Die neue Rechtsform unterstützt die internationale Ausrichtung, die der Konzern vor allem im Digitalbereich forciert. Des Weiteren beschloss die Hauptversammlung eine Dividende von 1,60 Euro je Aktie. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 81,6 Prozent bezogen auf den bereinigten Konzernüberschuss 2014. Im Anschluss an die Hauptversammlung wurde Dr. Werner Brandt als Aufsichtsratsvorsitzender der neuen ProSiebenSat.1 Media SE gewählt.



a

JULI

**Vertrag von CEO Thomas Ebeling vorzeitig verlängert.** Mit Beschluss vom 1. Juli 2015 hat der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE den Vertrag von Thomas Ebeling vorzeitig um vier Jahre und damit bis zur Hauptversammlung 2019 verlängert. Thomas Ebeling ist seit dem 1. März 2009 CEO der Gesellschaft. Unter seiner Führung hat die ProSiebenSat.1 Group 2014 zum vierten Mal in Folge ein Rekordergebnis erzielt.

SEPTEMBER

**Kapitalmarktkommunikation von ProSiebenSat.1 mehrfach ausgezeichnet.** Die ProSiebenSat.1 Group erzielte im Wettbewerb „Der beste Geschäftsbericht“ zum dritten Mal in Folge den 1. Platz unter den MDAX-Unternehmen. In der Gesamtwertung aller Börsenindizes belegte die Gruppe den 2. Platz. Darüber hinaus erreichte ProSiebenSat.1 im Wettbewerb „Investor's Darling“ den 1. Platz im MDAX; im Gesamttranking aller Indizes erreichte der Medienkonzern hier den 3. Platz. Die Prämierungen sind ein Beleg für die hohe inhaltliche Qualität des ProSiebenSat.1-Geschäftsberichts und die transparente Finanzkommunikation des Unternehmens.

### BROADCASTING GERMAN-SPEAKING

APRIL

**Verträge mit Warner Bros., Twentieth Century Fox und NBC Universal geschlossen.** (b) Im April hat sich ProSiebenSat.1 exklusive Free-TV-Rechte von Warner Bros. gesichert. Die Vertragsvereinbarung umfasst neben US-Serien und Hollywood-Blockbustern auch deutsche Kinoproduktionen. Zudem erhält die Sendergruppe Zugriff auf die umfangreiche Warner-Filmbibliothek. Bereits im Februar hatte ProSiebenSat.1 seinen Vertrag mit Twentieth Century Fox verlängert. Darüber hinaus hat ProSiebenSat.1 im März einen Vertrag mit NBC Universal geschlossen und sich erstmals Rechte an Sitcoms und Drama-Serien des Hollywood-Studios gesichert. Beide Pakete enthalten neben exklusiven Free-TV- auch ausgewählte Pay-TV-Lizenzen. Die ProSiebenSat.1 Group unterhält Vereinbarungen mit nahezu allen großen Hollywood-Studios, Produzenten und Filmbetrieben. Damit ist die Programmversorgung des Konzerns langfristig gesichert.



b

JULI

**ProSiebenSat.1 bietet als erste deutsche Sendergruppe Adressable TV.** Auf Basis von HbbTV entwickelt ProSiebenSat.1 neue Werbeformen, die eine gezielte Aussteuerung der Spots nach Regionen und Zielgruppen ermöglichen. Bei der Werbeform Switch-in etwa wird ein digitales Werbebanner über das lineare TV-Programm gelegt – und zwar immer dann, wenn der Zuschauer auf die Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx umschaltet. Als ersten Kunden konnte der ProSiebenSat.1-Vermarkter SevenOne Media den Automobilkonzern Daimler gewinnen. Der Switch-in kam hauptsächlich in Programmfeldern zum Einsatz, der die Altersgruppe zwischen 30 und 59 Jahren adressiert. In den neuen HbbTV-basierten Werbeformen sieht der Konzern langfristig die Chance, regionale TV-Werbung über Adressable TV anzubieten.

SEPTEMBER

**Rekord-Zuschauermarktanteile für ProSiebenSat.1.** Die deutschen Free-TV-Sender schlossen das dritte Quartal 2015 mit einem Marktanteil von 30,1 Prozent (Vorjahr: 29,3%) ab und erzielten damit den höchsten Marktanteil in einem dritten Quartal seit 15 Jahren. Im deutschen TV-Werbemarkt legte der Konzern ebenfalls zu und ist weiterhin die Nummer 1: ProSiebenSat.1 steigerte seinen Brutto-TV-Werbemarktanteil im dritten Quartal 2015 um 1,7 Prozentpunkte auf 45,5 Prozent und liegt damit erneut deutlich vor seinen Wettbewerbern.

SEPTEMBER

**ProSiebenSat.1 steigert Reichweite durch neue Vertragsvereinbarungen.** Die ProSiebenSat.1 Group steigert ihre technische Reichweite kontinuierlich. In den ersten neun Monaten 2015 hat der Konzern Distributionsvereinbarungen unter anderem mit dem Kabelnetzbetreiber Unitymedia, mit der Deutschen Telekom, Sky und TV Spielfilm geschlossen. Die Kooperationen unterstreichen die Strategie des Unternehmens, Zuschauern und Nutzern Entertainment über möglichst viele Verbreitungswege anzubieten.

## DIGITAL & ADJACENT

JUNI

**ProSiebenSat.1 kauft Vergleichsportal Verivox.** Mit Verivox hat ProSiebenSat.1 im Juni die bislang größte Akquisition im Digitalbereich getätigt. Der Konzern hält damit eine Mehrheit von 80,0 Prozent an Deutschlands führendem unabhängigen Verbraucherportal für Energie. Ziel ist es, damit ein neues Portfolio – ein sogenanntes Vertical – für Verbraucherportale aufzubauen. Dazu hatte der Konzern zuvor bereits Preis24.de, die führende Plattform für Mobilfunktarife und Smartphones, erworben. Das größte E-Commerce-Vertical hat der Konzern bisher im Bereich „Reise“ aufgebaut. Verivox wird seit dem 7. August 2015 vollkonsolidiert.



**CDS**  
COLLECTIVE DIGITAL STUDIO

JUNI

**ProSiebenSat.1 startet globales Multi-Channel-Network (MCN). (c)** Die ProSiebenSat.1 Group hat die Mehrheit an Collective Digital Studio (CDS), einem führenden MCN in den Vereinigten Staaten, übernommen und führt es im Zuge der Transaktion mit Studio71 zusammen. Studio71 wurde bereits im Herbst 2013 von ProSiebenSat.1 gegründet und hat sich seither als größtes Netzwerk im deutschsprachigen Raum etabliert. Auch international hat sich das MCN zwischenzeitlich etabliert: Mit 2,5 Milliarden Video Views im Monat zählt es bereits jetzt zu den fünf größten MCNs weltweit.

JULI

**ProSiebenSat.1 baut Kompetenz im deutschen Programmatic-Advertising-Markt aus.**

ProSiebenSat.1 hat 51,0 Prozent an der Virtual Minds AG erworben. Das Unternehmen ist einer der führenden europäischen Spezialisten im dynamisch wachsenden Programmatic-Advertising-Markt. Die Produkte von Virtual Minds ermöglichen die zunehmend automatisierte Vermittlung von digitaler Werbung, insbesondere im wichtigen Marktsegment Video und Bewegtbild. Zuvor hat sich ProSiebenSat.1 bereits mehrheitlich an SMARTSTREAM.TV beteiligt, einem Dienstleistungsunternehmen im Bereich der Optimierung von Online-Werbeflächen. ProSiebenSat.1 baut sowohl in der automatisierten Werbeermarktung in digitalen Medien als auch im individualisierten Targeting seine eigene Expertise stetig aus. Damit bietet der Konzern seinen Kunden attraktive Online-Plattformen und schafft neue Wachstumsfelder. Der deutsche Programmatic-Advertising-Markt entwickelt sich mit Wachstumsraten von knapp 46 Prozent äußerst dynamisch.

SEPTEMBER

**Axel Springer und ProSiebenSat.1 fördern digitale Start-ups.**

Die Axel Springer SE und die ProSiebenSat.1 Media SE haben im September gemeinsam ein Projekt zur Förderung digitaler Wachstumsunternehmen gestartet. Ziel der Initiative ist es, innovative Geschäftsideen und Start-ups zu unterstützen, um den Digitalstandort Deutschland auch international besser zu positionieren. Dazu haben die beiden Konzerne bereits drei gemeinsame Initiativen umgesetzt: Neben der Beteiligung am Investment-Fond Lakestar II haben Axel Springer und ProSiebenSat.1 jeweils eine Minderheitsbeteiligung an der US-Firma Jaunt erworben, die auf das Thema Augmented Reality spezialisiert ist. Zudem haben sich die beiden Medienunternehmen an der Online-Plattform MyTicket beteiligt.

JULI

**Red Arrow gründet Ripple Entertainment in den USA.** Die Red Arrow Entertainment Group hat mit Ripple Entertainment einen Digital Hub in Los Angeles gegründet und stärkt damit seine globale Präsenz im Digitalgeschäft. Ziel von Ripple Entertainment ist es, digitale Netzwerke zu betreiben und gemeinsam mit Produktionsfirmen der Red Arrow Entertainment Group, Drittanbietern sowie unabhängigen Kreativpartnern Inhalte zu entwickeln und zu produzieren. Gleichzeitig wird Ripple Entertainment bestehende Red Arrow-Programme digital auswerten und damit den Wert des Portfolios maximieren.

## CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES



AUGUST

**Red Arrow International verkauft „Real Men“ an VOX. (d)**

Bereits im März hat sich Red Arrow International die weltweiten Vertriebsrechte am Erfolgsformat „Real Men“ gesichert. Die Reality-Show kommt aus Dänemark und lief dort auf Kanal DRI mit Marktanteilen weit über Senderschnitt. Mit dem Verkauf der Show an VOX kommt das Format nun auch nach Deutschland. Produziert wird sie von der ProSiebenSat.1-Tochter RedSeven Entertainment. Red Arrow International hat „Real Men“ bereits nach Belgien, Schweden, Finnland, in die Niederlande sowie nach Neuseeland verkauft.

SEPTEMBER

**Red Arrow stärkt Drama-Fokus.** Red Arrow International hat die Dramaserie „Cleverman“ in die USA verkauft: Die im Auftrag von ABC Television Sydney produzierte Genre-Serie wird bei SundanceTV on Air gehen. Bereits im April hatte Red Arrow die weltweiten Distributionsrechte außerhalb Australiens erworben. Im September hat sich Red Arrow zudem die Vertriebsrechte an der Dramaserie „The Romeo Section“ gesichert. Der Spionage-Thriller wurde von Haddock Entertainment für CBC Canada produziert und feierte am 14. Oktober 2015 in Kanada Premiere. Englischsprachige Fiction-Programme sind für das Produktions- und Vertriebshaus aufgrund der hohen internationalen Nachfrage besonders relevant.



# Unser Konzern: Grundlagen



Zum Thema Nachhaltigkeit verweisen wir auf das entsprechende Kapitel im Geschäftsbericht 2014 ab Seite 84; darin enthalten sind auch Informationen zu den Mitarbeitern. Zusätzlich beinhaltet der vorliegende Zwischenbericht ab Seite 32 weitere Erläuterungen zu Personalthemen.

Mit der Eintragung in das Handelsregister am 7. Juli 2015 wurde die Umwandlung der ProSiebenSat.1 Media AG in eine Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea, SE) wirksam. Die Aktionäre hatten zuvor dem Rechtsformwechsel auf der Hauptversammlung am 21. Mai 2015 zugestimmt. Die neue Rechtsform erleichtert die zunehmend internationale Ausrichtung der Geschäftsaktivitäten und unterstützt den erfolgreichen Wachstumskurs des Konzerns. Die ProSiebenSat.1 Media SE verfügt weiterhin über ein dualistisches System mit Vorstand und Aufsichtsrat. Die neue Rechtsform hat keine Auswirkungen auf Aktionäre, Vertragspartner, Kunden, Mitarbeiter sowie die Corporate Governance und die Börsennotierung der Gesellschaft. Hauptsitz der ProSiebenSat.1 Media SE ist unverändert Unterföhring bei München.

Darüber hinaus haben sich im dritten Quartal bzw. den ersten neun Monaten 2015 im Vergleich zu dem im Geschäftsbericht 2014 auf den Seiten 74 bis 95 beschriebenen Grundlagen des Konzerns keine wesentlichen Änderungen ergeben.

## Wirtschaftsbericht: Q3 2015

### Wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

#### Entwicklung des Zuschauermarkts

Nachdem die ProSiebenSat.1 Group bereits im ersten Halbjahr Marktanteils-Höchstwerte in ihrem Kernmarkt Deutschland erzielt hatte, schloss der Konzern auch das dritte Quartal mit einem Rekordwert ab: Die sechs deutschen Free-TV-Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX steigerten ihren gemeinsamen Marktanteil um 0,8 Prozentpunkte auf 30,1 Prozent (Vorjahr: 29,3%). Dies ist der höchste Gruppenmarktanteil in einem dritten Quartal seit 15 Jahren bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern sowie das beste Quartalsergebnis seit zehn Jahren insgesamt. Auf Neunmonatssicht erzielte ProSiebenSat.1 ebenfalls einen Bestwert: Die Sendergruppe steigerte ihren Marktanteil um 1,1 Prozentpunkte auf 29,5 Prozent (28,4%) und erreichte den höchsten Wert seit zehn Jahren. Damit haben die ProSiebenSat.1-Sender ihren Wettbewerbsvorsprung vor den von IP Deutschland (RTL, VOX, n-tv, Super RTL, RTL Nitro) vermarkteten Sendern weiter ausgebaut: Im dritten Quartal betrug der Abstand 6,0 Prozentpunkte, in den ersten neun Monaten 2015 lag die ProSiebenSat.1 Group 5,1 Prozentpunkte vor ihrem direkten Wettbewerber.

Die positive Marktanteilsentwicklung ist auch im dritten Quartal insbesondere auf das anhaltende Wachstum der jüngeren TV-Sender sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX zurückzuführen. Die einzelnen Free-TV-Kanäle entwickelten sich wie folgt:

- **ProSieben** erreichte einen Marktanteil von 15,8 Prozent (Vorjahr: 16,1%) bei den 14- bis 39-jährigen Zuschauern. Der Sender ist Marktführer in seiner Relevanzzielgruppe und lag 2,4 Prozentpunkte vor seinem direkten Wettbewerber RTL. Bei den 14- bis 49-Jährigen verzeichnete ProSieben einen Marktanteil von 11,1 Prozent (Vorjahr: 11,3%).
- Obwohl Formate wie „Mila“ und „Unser Tag“ den Zuschauergeschmack nicht getroffen haben, lag der Marktanteil von **SAT.1** über Vorjahr. Der Sender erreichte bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern einen Marktanteil von 9,4 Prozent (Vorjahr: 9,2%). In der Relevanzzielgruppe der 14- bis 59-Jährigen stieg der Anteil auf 9,7 Prozent (Vorjahr: 9,6%). Neben „Promi Big Brother“ waren insbesondere die neuen Folgen des US-Serien-Hits „Criminal Minds“ sehr erfolgreich.



Wichtige Ereignisse  
Q1–Q3 2015, Seite 6.



Content Highlights  
Q3 2015, Seite 14.

- Zur Relevanzzielgruppe von **kabel eins** zählen Zuschauer zwischen 14- bis 49-Jahren. In dieser Zielgruppe hat sich der Marktanteil im Vergleich zum Vorjahresquartal um 0,3 Prozentpunkte auf 5,2 Prozent verringert.
- **sixx** erzielte bei den Frauen zwischen 14 und 39 Jahren einen Marktanteil von 2,8 Prozent. Dies ist eine Steigerung um 0,3 Prozentpunkte in der Relevanzzielgruppe. In der Zuschauergruppe der 14- bis 49-Jährigen stieg der Wert um 0,2 Prozentpunkte auf 1,6 Prozent. Der Frauensender wurde 2010 gegründet und zählt mittlerweile nicht nur im TV, sondern auch auf digitalen Plattformen wie Facebook oder Twitter zu den beliebtesten deutschen Fernsehmarken.
- Der im Januar 2013 gegründete Sender **SAT.1 Gold** hat seine Position ebenfalls gestärkt. Der Free-TV-Kanal hat seinen Marktanteil bei den Zuschauern zwischen 14 und 49 Jahren mehr als verdoppelt. Hier erreichte SAT.1 Gold einen Marktanteil von 1,5 Prozent (Vorjahr: 0,7%), in der Relevanzzielgruppe der 40- bis 64-jährigen Frauen lag der Wert mit 2,5 Prozent – wie bereits im Vorquartal – über der 2-Prozent-Marke (Vorjahr: 1,4%).
- Während **sixx** und **SAT.1 Gold** vorwiegend weibliche Zielgruppen adressieren, richtet **ProSieben MAXX** sein Programm vor allem an Männer im Alter von 14 bis 39 Jahren. Der Sender wurde 2013 gegründet und baut seine Marktpräsenz ebenfalls aus: Bei den 14- bis 49-Jährigen stieg der Marktanteil auf 1,2 Prozent (Vorjahr: 1,0%); in der Relevanzzielgruppe der 14- bis 39-jährigen Zuschauer wies ProSieben MAXX einen stabilen Marktanteil von 2,0 Prozent aus (Vorjahr: 2,0%).

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre deutsche TV-Familie in den vergangenen Jahren konsequent erweitert. Ziel ist es, neue Zielgruppen im Zuschauer- und TV-Werbemarkt zu erreichen. Ein gutes Beispiel dafür sind **sixx** und **SAT.1 Gold**, deren Programm vorwiegend auf Frauen ausgerichtet ist. Seit Gründung der beiden Sender konnte ProSiebenSat.1 in dieser für den Werbemarkt wichtigen Zielgruppe kontinuierlich Marktanteile hinzugewinnen. Ein weiterer Vorteil der komplementären Programmierung ist die effiziente Programmverwertung. Zudem können kurzfristige Marktanteilschwankungen einzelner Sender durch das Portfolio kompensiert werden.

In der Schweiz und Österreich verfügt der Konzern ebenfalls über ein komplementäres Senderportfolio, das unterschiedliche Zielgruppen anspricht. In der Schweiz erzielten die Sender **SAT.1 Schweiz**, **ProSieben Schweiz**, **kabel eins Schweiz**, **sixx Schweiz**, **SAT.1 Gold Schweiz** und **ProSieben MAXX Schweiz** im dritten Quartal 2015 einen gemeinsamen Marktanteil von 17,9 Prozent bei den 15- bis 49-jährigen Zuschauern (Vorjahr: 17,7%). Auf Neunmonatssicht steigerten die ProSiebenSat.1-Sender ihren Marktanteil um 1,6 Prozentpunkte auf 18,4 Prozent. Seit Oktober ergänzt mit **Puls 8** ein weiterer Sender das Angebot von ProSiebenSat.1 in der Schweiz. Der neue Sender richtet sich an 20- bis 49-jährige Zuschauer. Damit weitet die ProSiebenSat.1 Group ihre erfolgreiche Wachstumsstrategie aus, mit der sie über ihr komplementäres Senderangebot neue Zielgruppen anspricht und den Gruppenmarktanteil sowohl bei Zuschauern als auch im TV-Werbemarkt ausbaut.

Die österreichische Sendergruppe ProSiebenSat.1 PULS 4 hat ihren gemeinsamen Zuschauermarktanteil sowohl auf Quartals- als auch auf Neunmonatssicht deutlich erhöht: Im dritten Quartal 2015 stieg der Wert um 1,4 Prozentpunkte auf 23,5 Prozent (Vorjahr: 22,1%). Dazu trug insbesondere ProSieben Austria bei. Der Sender baute seinen Marktanteil mit einem Plus von 0,7 Prozentpunkten auf 10,0 Prozent bei den 12- bis 49-jährigen Zuschauern am stärksten aus. Auf Neunmonatssicht verzeichnete die österreichische Sendergruppe einen Marktanteil von 22,7 Prozent (Vorjahr: 21,4%). Damit hat ProSiebenSat.1 PULS 4 seine Position als führende private Sendergruppe in Österreich weiter gestärkt.

### Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1 Group nach Ländern

in Prozent	Q3 2015	Q3 2014	9M 2015	9M 2014
Deutschland	30,1	29,3	29,5	28,4
Österreich	23,5	22,1	22,7	21,4
Schweiz	17,9	17,7	18,4	16,8

Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo–So).

**Deutschland:** SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX; werberelevante Zielgruppe 14–49 Jahre; D+EU; Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope 6.0/SevenOne Media Committees Representation.

**Österreich:** SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins austria,

sixx Austria, SAT.1 Gold Österreich, ProSieben MAXX Austria, PULS 4; werberelevante Zielgruppe 12–49 Jahre; Quelle: AGTT/GfK Fernsehforschung/Evogenius Reporting.

**Schweiz:** SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, kabel eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz; werberelevante Zielgruppe 15–49 Jahre; D–CH; Quelle: Mediapulse TV Panel.



Auswirkungen der  
Rahmenbedingungen auf  
den Geschäftsverlauf,  
Seite 16.

Die fortschreitende Digitalisierung eröffnet den Free-TV-Sendern in Deutschland neue Möglichkeiten zur Refinanzierung ihres Programmangebots. So bietet unter anderem die Distribution von HD-Programmen eine substantielle Wachstumsmöglichkeit mit wiederkehrenden, vom TV-Werbemarkt unabhängigen Erlösen. Daher gewinnen HD-User-Zahlen neben den Zuschauermarktanteilen zunehmend an Relevanz für den Konzern. Die Nutzerzahl der Satellit-Digitalplattform HD+ etwa, über die private Sender in Deutschland verbreitet werden, steigt kontinuierlich. Die ProSiebenSat.1 Group verbreitet ihre Free-TV-Sender seit 2009 zusätzlich zur Standardqualität in HD. Im dritten Quartal 2015 stiegen die Nutzerzahlen der ProSiebenSat.1-HD-Sender um 18 Prozent auf 6,0 Mio (Vorjahr: 5,1 Mio). Der Konzern partizipiert an technischen Bereitstellungsgebühren, die Kabel-, Satelliten- und IPTV-Anbieter bei Endkunden erheben. Auch in Österreich und der Schweiz strahlt die ProSiebenSat.1 Group ihre Programme in HD-Qualität aus.

### Entwicklung der Nutzerzahlen

Die ProSiebenSat.1 Group nutzt ihre hohe TV-Reichweite und ihren umfangreichen Programmrechtstock, um eigene Produkte zu entwickeln, zu vermarkten und das dynamisch wachsende Digitalportfolio kontinuierlich auszubauen. So verfügt der Konzern auch im Online-, Mobile- und Games-Markt über starke Marken und Angebote.

Neben den Webseiten der TV-Sender und der senderübergreifenden Mediathek 7TV umfasst das diversifizierte Netzwerk von ProSiebenSat.1 weitere Online-Portale sowie die Entertainment-Plattform MyVideo. Im Juli 2015 erreichten die ProSiebenSat.1-Web-Angebote rund 32 Mio Unique User (Vorjahr: 30 Mio Unique User). Dazu beigetragen haben insbesondere die Online-Plattformen wetter.com sowie MyVideo, die im Juli zu den zehn bzw. 20 erfolgreichsten Web-Portalen in Deutschland zählten. Der direkte Wettbewerber IP erreichte mit seinen Internet-Portalen im Juli rund 28 Mio Unique User (Vorjahr: 27 Mio Unique User).

Wesentlicher Bestandteil des Digitalportfolios von ProSiebenSat.1 ist zudem das im Herbst 2013 gegründete Multi-Channel-Network (MCN) Studio71. Seither steigert Studio71 seine Abrufzahlen kontinuierlich und ist mit 360 Millionen Video Views im Monat und 31 Millionen Abonnenten inzwischen das führende MCN in Deutschland. Auch international hat sich das MCN zwischenzeitlich etabliert: Mit 1.300 Kanälen und derzeit über 2,5 Milliarden Video Views im Monat zählt es damit zu den fünf größten MCNs weltweit. Gleichzeitig ist Studio71 als Anbieter von Web-Produktionen in deutschsprachigen Märkten erfolgreich.

Neben den primär werbefinanzierten Online-Plattformen betreibt der Konzern das Video-on-Demand-Portal maxdome. Die Online-Videothek generiert Umsätze über Einzelabrufe sowie Abonnements und ist sowohl über das klassische TV-Gerät und den PC als auch mobil verfügbar. Dabei bietet es mit über 60.000 Titeln das umfangreichste Content-Angebot in Deutschland. Im dritten Quartal 2015 stieg die Anzahl der Subscription-Video-on-Demand (SVoD)-Nutzer um 95 Prozent, die Video Views um 65 Prozent.



Wichtige Ereignisse  
Q1–Q3 2015, Seite 6.

## Konjunkturelle Entwicklung

Die deutsche Wirtschaft war in den ersten neun Monaten des Jahres 2015 von einem moderaten, aber robusten Aufwärtstrend geprägt. Das Bruttoinlandsprodukt ist im ersten Quartal um 0,3 Prozent im Vergleich zum Vorquartal gewachsen, im zweiten Quartal um 0,4 Prozent. Auch für den Zeitraum von Juli bis September ist mit einer Fortsetzung des Aufwärtstrends zu rechnen. Bei einem weiterhin stabilen Arbeitsmarkt, steigenden Einkommen und niedriger Inflation dürfte das Wachstum wesentlich vom privaten Konsum getragen werden. Vor diesem Hintergrund rechnen die Institute der Gemeinschaftsdiagnose mit einem Plus von 0,4 Prozent gegenüber dem Vorquartal. Weitere wesentliche Wachstumsimpulse kommen vom schwachen Eurokurs, der den Außenhandel treibt, sowie vom staatlichen Konsum. Dagegen spiegeln die rückläufigen Anlageinvestitionen und der verstärkte Vorratsabbau die Zurückhaltung deutscher Unternehmen wider.

Im Euroraum hat sich die Wirtschaft weiter stabilisiert. Neben den niedrigen Energiepreisen und der anhaltend expansiven Geldpolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) fördert der schwache Euro Exporte aus der Eurozone und entlastet private Haushalte. Vor diesem Hintergrund rechnet das ifo Institut für das dritte Quartal 2015 mit einem realen Wachstum von 0,5 Prozent gegenüber dem Vorquartal. Bereits im zweiten Quartal 2015 verzeichnete die Konjunktur im Vorquartalsvergleich ein Plus von 0,4 Prozent.

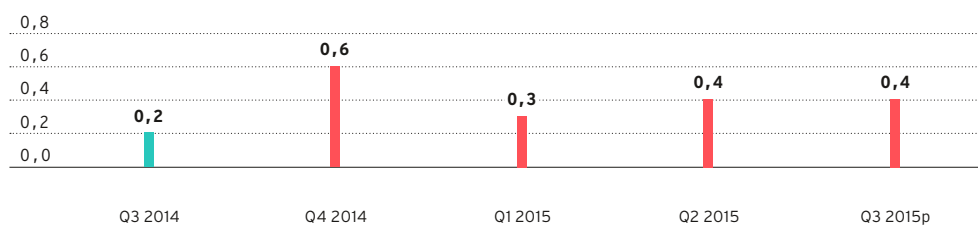
Die globale Wirtschaft ist in den ersten neun Monaten 2015 langsamer gewachsen als zu Jahresbeginn erwartet. Die Aussichten für die meisten entwickelten Industriestaaten waren zwar insgesamt positiv. Wichtige Schwellenländer wie China blieben aber deutlich hinter den Erwartungen zurück. Gleichzeitig belasteten die niedrigen Rohstoffpreise die wirtschaftliche Entwicklung in Russland und Brasilien. Zudem wirkte sich die Unsicherheit bezüglich der sich abzeichnenden Leitzinserhöhung durch die amerikanische Notenbank Fed negativ auf die Weltwirtschaft aus. Vor diesem Hintergrund hat der Internationale Währungsfonds (IWF) seine Prognose für das Jahr 2015 von plus 3,3 auf nun 3,1 Prozent korrigiert.

 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 42.

 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 42.

### Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts in Deutschland

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorquartal



Preis-, saison- und kalenderbereinigt; Quellen: Destatis, Gemeinschaftsdiagnose Herbst 2015.

p = Prognose.

**i** Brutto-Werbeinvestitionen erlauben nur bedingt Rückschlüsse auf die tatsächlichen Werbeeinnahmen, da sie weder Rabatte und Eigenwerbung noch Agenturprovisionen berücksichtigen. Zudem beinhalten die Brutto-Zahlen von Nielsen Media Research auch TV-Spots aus Media-for-Revenue-Share- und Media-for-Equity-Geschäften, die ProSiebenSat.1 nicht im Segment Broadcasting German-speaking, sondern im Segment Digital & Adjacent verbucht.

**📖** Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf, Seite 16.

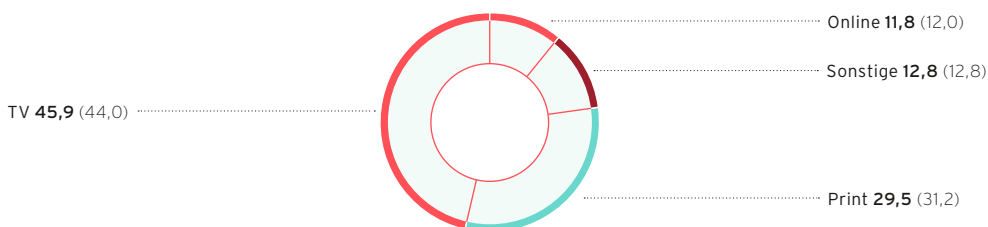
### Entwicklung des TV- und Online-Werbemarkts

Der TV-Werbemarkt reflektiert die insgesamt positive Konjunkturlage in Deutschland. Die Brutto-TV-Werbeinvestitionen erhöhten sich im dritten Quartal 2015 laut Nielsen Media Research um 10,1 Prozent auf 3,030 Mrd Euro (Vorjahr: 2,751 Mrd Euro). Auf Neunmonatssicht ergab sich eine Steigerung von 6,6 Prozent auf 9,303 Mrd Euro (Vorjahr: 8,727 Mrd Euro).

Das Marktwachstum im dritten Quartal 2015 war insbesondere auf höhere TV-Investitionen in den Branchen Dienstleistung und Telekommunikation zurückzuführen. Gleichzeitig gewinnt TV als Werbemedium weiter an Gewicht: Im Zeitraum zwischen Juli und September 2015 legte Fernsehen um 1,9 Prozentpunkte auf 45,9 Prozent brutto zu. Print verlor hingegen, der Brutto-Anteil sank um 1,7 Prozentpunkte auf 29,5 Prozent. Der Marktanteil der Online-Medien blieb mit 11,8 Prozent brutto nahezu stabil (Vorjahr: 12,0%). Für den Neunmonatszeitraum zeigt sich im intermedialen Vergleich ein ähnliches Bild.

#### Media-Mix deutscher Brutto-Werbemarkt

in Prozent, Vorjahreswerte Q3 2014 in Klammern



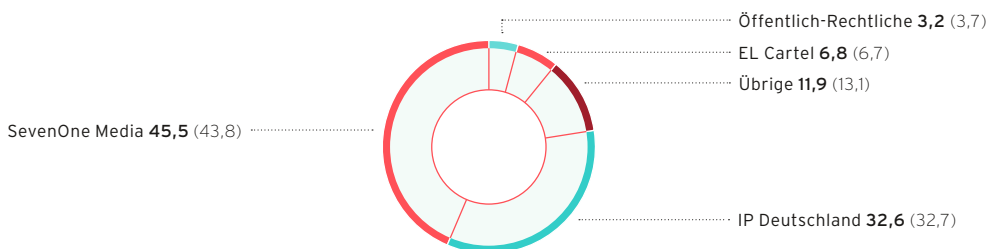
Quelle: Nielsen Media Research.

**📖** Geschäftsentwicklung der Segmente, Seite 29.

In diesem positiven Branchenumfeld steigerte der ProSiebenSat.1-Werbezeitenvermarkter SevenOne Media seine TV-Werbeeinnahmen deutlich: Das Unternehmen legte im dritten Quartal 2015 auf Brutto-Umsatzbasis um 14,4 Prozent auf 1,379 Mrd Euro (Vorjahr: 1,205 Mrd Euro) zu und wuchs damit stärker als der Markt. Gleichzeitig unterstrich der Konzern mit einem Marktanteil von 45,5 Prozent seine führende Position (+1,7 Prozentpunkte). Auf Neunmonatssicht erwirtschaftete das Unternehmen 4,142 Mrd Euro (Vorjahr: 3,876 Mrd Euro). Dies entspricht einem Wachstum von 6,9 Prozent und einem Marktanteil von 44,5 Prozent (Vorjahr: 44,4%). Auf Netto-Basis war die Entwicklung des TV-Werbemarkts im 3. Quartal und auf Neunmonatssicht nach Einschätzung von ProSiebenSat.1 ebenfalls positiv. Der Konzern dürfte in beiden Berichtszeiträumen über Marktniveau gewachsen sein.

#### Marktanteile deutscher Brutto-TV-Werbemarkt

in Prozent, Vorjahreswerte Q3 2014 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research.

Auch in Österreich und der deutschsprachigen Schweiz entwickelten sich die Brutto-Werbeinvestitionen positiv. In Österreich stieg das Marktvolumen im dritten Quartal um 8,5 Prozent auf 206,3 Mio Euro; auf Neunmonatssicht erhöhten sich die Investitionen um 6,8 Prozent auf 693,6 Mio Euro. Davon profitierte auch die ProSiebenSat.1 Group: Sie steigerte ihren Brutto-Marktanteil im dritten Quartal auf 37,5 Prozent (Vorjahr: 36,7 %). Im Neunmonatszeitraum wuchs der Wert um 1,2 Prozentpunkte auf 36,9 Prozent (Vorjahr: 35,7 %).

In der Schweiz beliefen sich die Brutto-Investitionen in TV-Werbung im dritten Quartal auf insgesamt 259,2 Mio Schweizer Franken (Vorjahr: 234,2 Mio Schweizer Franken). Auf Neunmonatssicht lag das Marktvolumen mit 854,1 Mio Schweizer Franken ebenfalls über Vorjahresniveau (Vorjahr: 830,0 Mio Schweizer Franken). Die ProSiebenSat.1 Group steigerte ihren Brutto-Marktanteil in beiden Berichtsperioden: Im dritten Quartal 2015 um 3,7 Prozentpunkte auf 28,1 Prozent, auf Neunmonatssicht um 2,7 Prozentpunkte auf 28,4 Prozent.

**Entwicklung der relevanten TV-Werbemärkte und Marktanteile der ProSiebenSat.1 Group**

in Prozentpunkten	Abweichungen vs. Vorjahr			
	Entwicklung TV-Werbemarkt Q3 2015	Marktanteile ProSiebenSat.1 Q3 2015	Entwicklung TV-Werbemarkt 9M 2015	Marktanteile ProSiebenSat.1 9M 2015
Deutschland	10,1	1,7	6,6	0,1
Österreich	8,5	0,8	6,8	1,2
Schweiz	9,4	3,7	2,8	2,7

**Deutschland:** Januar – September, brutto, Nielsen Media Research. **Österreich:** Januar – September, brutto, Media Focus. **Schweiz:** Januar – September, brutto, Media Focus.

 Nielsen Media Research weist für den Online-Werbemarkt in Deutschland Brutto-Zahlen aus, u. a. exklusive Google/YouTube, Facebook.

 Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf, Seite 16.

Der Markt für InStream-Videoanzeigen entwickelt sich laut Nielsen Media Research in Deutschland weiterhin sehr dynamisch. Im dritten Quartal 2015 stieg das Marktvolumen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 34,4 Prozent auf 122,3 Mio Euro brutto (Vorjahr: 91,0 Mio Euro). InStream-Videoanzeigen sind Bewegtbild-Werbeformen im Internet, die vor, nach oder während eines Video-Streams gezeigt werden. Aus ihrer Vermarktung erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group im dritten Quartal 2015 einen Brutto-Umsatz in Höhe von 52,4 Mio Euro (Vorjahr: 38,1 Mio Euro). Dies entspricht einem Zuwachs um 37,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem führenden Brutto-Marktanteil von 42,9 Prozent (IP Deutschland: 34,3 %).

Auf Neunmonatssicht legte der Markt für InStream-Videoanzeigen um 21,7 Prozent auf 319,2 Mio Euro (Vorjahr: 262,2 Mio Euro) zu. ProSiebenSat.1 erwirtschaftete in diesem Zeitraum 136,8 Mio Euro (Vorjahr: 109,2 Mio Euro) mit der Vermarktung von Online-Bewegtbild-Werbung. Daraus ergibt sich ein Marktanteil von 42,9 Prozent (Vorjahr: 41,6 %). Der Konzern ist auch in diesem dynamisch wachsenden Sektor der führende Bewegtbild-Vermarkter.

Insgesamt stiegen die Investitionen in Online-Werbeformen um 3,9 Prozent auf 777,4 Mio Euro (Vorjahr: 748,2 Mio Euro) bzw. auf Neunmonatssicht um 3,2 Prozent auf 2,326 Mrd Euro (Vorjahr: 2,255 Mrd Euro). Der Online-Werbemarkt umfasst neben InStream-Videos auch Display Ads wie klassische Banner und Buttons.

# CONTENT HIGHLIGHTS

## Q3 2015

**Erfolgreiche Samstagabend-Shows, Promis unter Beobachtung, spannende Dokumentationen: Auch im dritten Quartal 2015 überzeugte ProSiebenSat.1 mit abwechslungsreichen Angeboten auf allen Plattformen und erzielte den stärksten Gruppenmarktanteil seit 15 Jahren.**

### WE LOVE TO ENTERTAIN YOU

Der Samstagabend auf ProSieben überzeugt mit starken TV-Shows: Der „Bundesvision Song Contest“ erzielte mit 20,6 Prozent (14–39 Jahre) den besten Marktanteil seit vier Jahren. „Schlag den Star“ mit Lukas Podolski und Elton kam auf sensationelle 25,9 Prozent (14–39 Jahre). Daneben startete Lena Gercke mit ihrer neuen Show „Prankenstein“ (a) mit einem starken Marktanteil von 18,6 Prozent bei den 14- bis 39-Jährigen. Ebenfalls ein Quotengarant: „Mein bester Feind“ mit Joko und Klaas erzielte mit 22,3 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 39-jährigen Zuschauern erneut einen Bestwert.



a

### DOKUTAINMENT

Stark am Sonntag: „Tamme Hanken – Der Knochenbrecher auf Tour“ und die Doku-Reihe „Die spektakulärsten Kriminalfälle – Dem Verbrechen auf der Spur“ zählten mit Marktanteilen von bis zu 8,5 Prozent (14–49 Jahre) zu den stärksten Kabel-eins-Formaten im August. Gleich zwei kulinarische Volltreffer landete Frank Rosin: Der Sternekoch erreichte mit „Rosin weltweit – Andere Länder, andere Fritten“ bis zu 7,5 Prozent der 14- bis 49-jährigen Zuschauer und verbuchte mit „Rosins Restaurants“ zudem einen Jahresbestwert von 7,0 Prozent Marktanteil (14–49 Jahre).

### GROSSER BRUDER

Ab Mitternacht ging die SAT.1-Show „Promi Big Brother“ auf sixx erfolgreich in die Verlängerung. In „Promi Big Brother – Die Late Night Show“ kommentierten Jochen Bendel und Melissa Khalai die Highlights und Pannen der Promis. Damit erzielten sie bis zu 7,9 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Im Durchschnitt schalteten 4,9 Prozent der 14- bis 49-Jährigen ein.



c

### DAS „EI“ FLIEGT WIEDER

Spektakuläre Pässe, sehenswerte Läufe, knallharte „Hits“: Die deutschen Football-Fans können sich in der Saison 2015/16 auf insgesamt 50 Live-Spiele der **National Football League** (c) (NFL) auf ProSieben MAXX, in SAT.1 und im kostenlosen Livestream auf ran.de freuen. Marktanteile von bis zu 4,4 Prozent (14–49 Jahre) auf ProSieben MAXX am 1. Spieltag zeigen, dass NFL-Football auch hierzulande immer mehr Fans gewinnt.

### UNTER BEOBACHTUNG

Für das Show-Highlight „Promi Big Brother“ (b) tauschten in der dritten Staffel erneut zwölf Prominente den roten Teppich gegen 15 Tage Dauerüberwachung. Die eine Hälfte durfte in der oberen Etage der Promi-Villa im Luxus schwelgen, auf die anderen wartete ein karges Leben im Keller. Die täglichen Live-Shows bescherten SAT.1 einen hervorragenden Staffelschnitt von 17,9 Prozent und Rekordmarktanteile von bis zu 22,5 Prozent (14–49 Jahre). 2016 läuft die vierte Staffel.



b



d

### GRILLDUELL

Ein Sommer ohne Grillen ist kein Sommer – das sahen auch die Zuschauer von SAT.1 Schweiz so. Die dritte Staffel „Die Promi Griller – Das Duell“ (d), in der sich Prominente mit passionierten Grill-Akrobaten messen, erzielte einen Marktanteil von bis zu 6,0 Prozent bei den 15- bis 49-Jährigen.



e

### #NETZFRAGTMERKEL

Sie regiert Deutschland, er zählt zu den einflussreichsten und meinstärksten Webstars: Im Juli interviewte **LeFloid** (e) alias Florian Mundt als erster Youtuber Bundeskanzlerin Angela Merkel. Thema: Was Menschen in Deutschland wichtig ist und was für sie Lebensqualität bedeutet. Seit Veröffentlichung verzeichnete das Interview rund 4 Mio Abrufe auf Youtube. LeFloid ist seit Juni 2015 bei Studio71, dem Multi-Channel-Network der ProSiebenSat.1 Group, unter Vertrag.

### STELLUNG BEZIEHEN

#mundaufmachen gegen Fremdenhass – in einer Videobotschaft finden Joko Winterscheidt und Klaas Heufer-Umlauf klare Worte gegen Rassismus und Facebook-Hetze gegen Flüchtlinge. Mit Humor und Selbstironie setzt das Video ein klares Zeichen für Toleranz. Seit Veröffentlichung im August wurde das Video auf Youtube knapp 5 Mio Mal angeklickt. Der Facebook-Post von „Circus Halligalli“ wurde über 40.000-mal geteilt, über 90.000 Leute klickten auf „Gefällt mir“.

## Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf

Wie erwartet wachsen alle Segmente profitabel und tragen zur dynamischen Umsatzentwicklung der ProSiebenSat.1 Group bei. Auf Konzernebene erhöhte sich der Umsatz im dritten Quartal 2015 um 17,2 Prozent auf 747,1 Mio Euro. Die operativen Kosten stiegen im Rahmen unserer Erwartungen gegenüber dem Vorjahr an, sodass sich aus der Umsatzsteigerung ein recurring EBITDA-Wachstum um 9,1 Prozent auf 177,8 Mio Euro ergab. Das EBITDA erreichte einen Wert von 166,4 Mio Euro (Vorjahr: 156,9 Mio Euro). Auch auf Neunmonatssicht führte ein signifikantes Umsatzwachstum zu einem Anstieg der genannten operativen Ergebnisgrößen. Trotz höherer einmaliger Aufwände unter anderem in Zusammenhang mit der verstärkter M&A-Tätigkeit übertraf das bereinigte Netto-Ergebnis (underlying net income) ebenfalls den Vorjahreswert, sowohl im Quartalsvergleich als auch im Neunmonatszeitraum. Zugleich lag die Netto-Finanzverschuldung mit 2,2 deutlich im Zielkorridor (30. September 2014: 2,2). Das Unternehmen verfolgt eine nachhaltige Investitions- und Finanzierungspolitik und hat einen Zielkorridor für den Leverage-Faktor von 1,5 bis 2,5 definiert.



Ergebnisse und  
Prognosen, Seite 3.



Wesentliche Ereignisse  
und Änderungen im  
Konsolidierungskreis,  
Seite 17;  
Nachtragsbericht, Seite 36.



Unternehmensausblick,  
Seite 44.

Die ProSiebenSat.1 Group veröffentlicht im Geschäftsbericht die Jahresziele für ihre finanziellen und nicht-finanziellen Steuerungsgrößen. Sofern erforderlich, passt das Unternehmen diese unterjährig an. Aufgrund der dynamischen Entwicklung im dritten Quartal bzw. im Neunmonatszeitraum 2015 sowie der anstehenden Konsolidierungseffekte aus den Akquisitionen im Digitalbereich gehen wir nunmehr davon aus, dass unser Konzernumsatz im Gesamtjahr im niedrigen zweistelligen Prozentbereich wachsen wird. Im Geschäftsbericht 2014 hatte der Konzern noch eine Steigerung im mittleren bis hohen einstelligen Prozentbereich für 2015 prognostiziert; zum Ende des ersten Halbjahres konkretisierten wir dieses ursprüngliche Umsatzziel auf ein Wachstum im hohen einstelligen Prozentbereich.

Prognosen für Quartalsergebnisse legt ProSiebenSat.1 nicht vor. Insofern entfällt an dieser Stelle ein Vergleich von Ist-Werten mit erwarteten Zahlen für das dritte Quartal bzw. die ersten neun Monate 2015. Über unsere Mehrjahreszielsetzung bis 2018, die wir im Oktober 2015 deutlich angehoben haben, berichten wir im Unternehmensausblick ab Seite 44.



## Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

### Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf

Das Wachstum von ProSiebenSat.1 wird von unterschiedlichen Faktoren und externen Rahmenbedingungen beeinflusst. Einen Großteil des Konzernumsatzes erwirtschaftet das Unternehmen aus Bewegtbild-Werbung im TV. Im dritten Quartal 2015 waren es 423,2 Mio Euro (Vorjahr: 402,4 Mio Euro) bzw. 56,6 Prozent bezogen auf den Gesamtumsatz (Vorjahr: 63,1%). Auf den Hauptumsatzmarkt Deutschland entfielen davon 50,6 Prozent (Vorjahr: 56,7%). Hier ist ProSiebenSat.1 der führende Werbezeitenvermarkter und hat auch im Zuschauermarkt die höchste Reichweite.



Entwicklung des  
Zuschauermarkts,  
Seite 8.

Reichweite ist ein wichtiges Kriterium für die Preisgestaltung von Werbung. Die Zuschauermarktanteile der deutschen TV-Sender erreichten zum Quartalsende mit 30,1 Prozent den besten Wert seit zehn Jahren (Vorjahr: 29,3%). Dabei hat die Gruppe ihre Marktpräsenz gerade bei der für die Werbewirtschaft wichtigen weiblichen Zielgruppe ausgebaut.



Konjunkturelle  
Entwicklung, Seite 11.

Daneben sind Konjunktur- und Branchendaten relevant für die Kalkulation. Die Konsumausgaben der privaten Haushalte stiegen gegenüber dem Vorjahr weiter und beeinflussten das Investitionsverhalten unserer Werbekunden entsprechend positiv. Zugleich beschleunigten strukturelle Veränderungen das Marktwachstum: Im intermedialen Vergleich steigt die Relevanz von TV-Werbung und gewinnt Marktanteile von Print. Den Großteil ihrer Budgets investierte die Werbewirtschaft daher auch im dritten Quartal 2015 in TV-Werbung. Auf Basis von Brutto-Daten waren es 45,9 Prozent (Vorjahr: 44,0%). InStream-Videos legten brutto um 34,4 Prozent zu.



Entwicklung des TV- und  
Online-Werbemarkts,  
Seite 12.

Der Werbemarkt wächst solide, er reagiert jedoch – wie alle konsumnahen Industrien – sensitiv auf gesamtwirtschaftliche Entwicklungen. Zugleich prägen saisonale Effekte und vor allem das Weihnachtsgeschäft die Budgetvergabe: Da sowohl die Konsumbereitschaft als auch die Fernsehnutzung in der Zeit vor Weihnachten signifikant steigen, erzielt der ProSiebenSat.1-Konzern einen überproportional hohen Anteil seiner jährlichen TV-Werbeinnahmen im vierten Quartal. Ziel von ProSiebenSat.1 ist es daher, zusätzliche Umsatzmodelle in allen Segmenten zu etablieren und die Wertschöpfungskette zu diversifizieren.




Entwicklung der  
Nutzerzahlen, Seite 10.

Im Kerngeschäft ist die Distribution der TV-Sender in HD-Qualität ein wichtiger Stellhebel, an der Dynamik digitaler Märkte zu partizipieren: Der Konzern partizipiert an den technischen Freischaltentgelten, die Endkunden an Kabel-, Satelliten- und IPTV-Anbieter entrichten. Die HD-Nutzungszahl steigt kontinuierlich. Zugleich hat das Unternehmen im dritten Quartal 2015 seine technische Reichweite unter anderem durch neue Vertragsvereinbarungen gesteigert.



Wichtige Ereignisse,  
Q1–Q3, Seite 6.

Parallel dazu bietet der ProSiebenSat.1-Konzern seinen Zuschauern attraktives Entertainment auch online oder on-demand. ProSiebenSat.1 bedient alle neue Mediennutzungsgewohnheiten und verwertet zugleich seine Programme effizient. Die steigende Bedeutung des Internets beeinflusst jedoch nicht nur die Unterhaltungsindustrie. Sie fördert auch das Wachstum des digitalen Handels. Das E-Commerce-Geschäft entwickelt sich in Deutschland dynamisch und soll in den nächsten zwei Jahren jährlich um zwölf Prozent zulegen. Dabei verschieben sich Marktanteile sukzessiv aus dem klassischen Handel in den digitalen Bereich, sodass der deutsche E-Commerce-Markt bis 2017 ein Umsatzvolumen von rund 52 Mrd Euro umfassen könnte. Als strategisch besonders relevant hat der Konzern daher neben Digital Entertainment verschiedene Ventures- & Commerce-Branchen identifiziert: ProSiebenSat.1 fokussiert hier Produkte und Dienstleistungen, die das bestehende Portfolio synergetisch ergänzen. Dies sind Produktwelten, die eine breite Masse adressieren und deren Themen besonders für Bewegtbild-Werbung geeignet sind. Der Konzern hat sein Commerce-Portfolio im laufenden Jahr durch

 Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis, Seite 17.

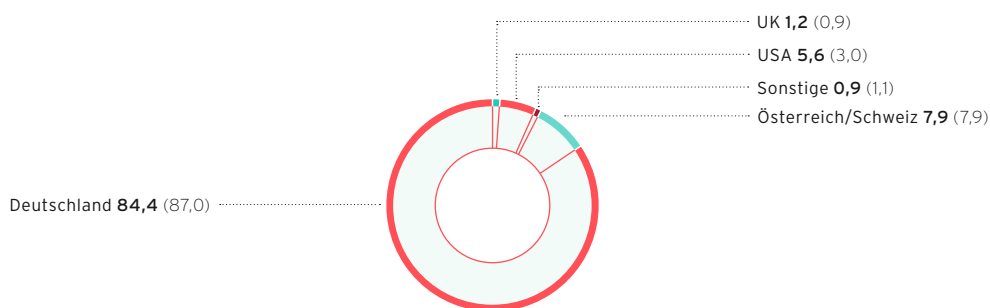
 Unternehmensausblick, Seite 44.

verschiedene Akquisitionen und Portfoliomaßnahmen weiter expandiert. Das Digitalportfolio des Konzerns wächst dynamisch, bis 2018 will der Konzern rund 1,5 Mrd Euro Umsatz im Segment Digital & Adjacent generieren.

Während makroökonomische Rahmenbedingungen sowie branchenspezifische Effekte unsere Geschäftsentwicklung deutlich beeinflussen können, prägen Währungsschwankungen die Ergebnisentwicklung des Konzerns nur wenig. Das Unternehmen agiert zwar international, den Großteil seiner Umsatzerlöse erwirtschaftet die ProSiebenSat.1 Group mit 84,4 Prozent in den ersten neun Monaten 2015 jedoch in Deutschland (Vorjahr: 87,0%). Währungsrisiken gegenüber dem US-Dollar, die sich überwiegend aus dem Kauf von Lizenzprogrammen in den USA ergeben und unsere Kostensituation beeinflussen könnten, begrenzt der Konzern durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente. Bilanzielle Effekte aus Währungssicherungsgeschäften beschreiben wir auf Seite 28.

### Umsatz nach Regionen

in Prozent, Vorjahreswerte Q3 2014 in Klammern




Auch veränderte Zinssätze nehmen keinen wesentlichen Einfluss auf die Ergebnisentwicklung des ProSiebenSat.1-Konzerns. So sind die variabel verzinslichen Kreditverbindlichkeiten durch verschiedene Zinssicherungsinstrumente abgesichert. Zum 30. September 2015 lag der Festzinsanteil wie zu den beiden Vorjahresstichtagen bei ca. 95 Prozent.

### Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis

 Unser Konzern: Grundlagen, Seite 8.

ProSiebenSat.1 firmiert seit Juli 2015 als Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea, SE). Die Umwandlung in die neue Rechtsform erleichtert die Internationalisierung des Unternehmens, für die Aktionäre resultieren daraus keine Änderungen.

 Konzernanhang, Ziffer 4 „Konsolidierungskreis“, Seite 57.

Aufgrund von Akquisitionen ergaben sich im dritten Quartal 2015 folgende Neuerungen im Konsolidierungskreis:

 Wichtige Ereignisse Q1 – Q3 2015, Seite 6.

- › Die ProSiebenSat.1 Group hat am 26. Juni 2015 über ihre Tochter ProSiebenSat.1 Commerce 80,0 Prozent der Gesellschaftsanteile an der Verivox GmbH erworben. Verivox ist das führende unabhängige Verbraucherportal für Energie in Deutschland und die bislang größte Akquisition von ProSiebenSat.1 im Digitalbereich. Das Unternehmen wird seit August voll konsolidiert und ergänzt das neue E-Commerce-Vertical „Online Comparison Portals“. Das Vergleichsportale-Vertical umfasst zudem moebel.de und Preis24.de, die führende Plattform für Mobilfunktarife und Smartphones. Verivox ist zusätzlich zur Marktführerschaft im Bereich Energie auch bei Finanzdienstleistungen hervorragend positioniert. ProSiebenSat.1 sieht in diesem Sektor ein großes Wachstumspotenzial, da diese Art von Verbraucherangeboten sehr gut für Bewegtbild-Werbung geeignet ist. Dies ist ein wichtiger Ansatz der M&A-Strategie des Konzerns: Durch TV- und Online-Werbung kann ProSiebenSat.1 den Bekanntheitsgrad von Marken und damit das

 Unternehmensausblick, Seite 44.

Umsatzwachstum der jeweiligen Unternehmen bei relativ geringen Kosten und ohne hohe Cash-Investitionen schnell steigern. Außerdem setzt der Konzern TV-Werbung als Investitions-währung ein und erweitert auf diese Weise sein Portfolio. Dies ermöglicht es ProSiebenSat.1, ohne größeres unternehmerisches Risiko an der Wertschöpfung bzw. Umsatzentwicklung von Digitalunternehmen zu partizipieren. Wenn sich Unternehmen mit der Unterstützung von Medialeistungen erfolgreich entwickeln, erhöht ProSiebenSat.1 im nächsten Schritt seine Anteile. Ein erfolgreiches Beispiel für dieses Vorgehen ist die Mehrheitsbeteiligung an moebel.de.



Wichtige Ereignisse  
Q1 – Q3 2015, Seite 6.



Entwicklung der  
Nutzerzahlen, Seite 10.

- › Eine weitere Erstkonsolidierung im dritten Quartal 2015 im Segment Digital & Adjacent folgte mit der US-amerikanischen Gesellschaft Collective Digital Studio (CDS). Der Konzern hatte mit Vertrag vom 30. Juni 2015 die Mehrheit an der Gesellschaft erworben; bereits seit 2014 hielt die ProSiebenSat.1 Group Minderheitenanteile. CDS ist ein führendes Multi-Channel-Network (MCN) in den USA und ergänzt das bestehende Online-Video-Geschäft des Konzerns synergetisch: Im Herbst 2013 hatte ProSiebenSat.1 mit Studio71 ein eigenes MCN gegründet, das sich seither als größtes Netzwerk im deutschsprachigen Raum etabliert hat. Im Zuge der Transaktion werden Studio71 und CDS als global agierendes MCN zusammengeführt. Hierfür wurden jeweils 100,0 Prozent der Anteile der Unternehmen in eine Holdinggesellschaft eingebracht, an der ProSiebenSat.1 mit 75,0 Prozent beteiligt ist. Die Akquisition unterstreicht die Zielsetzung, die Attraktivität des Digital-Entertainment-Portfolios sowie dessen internationale Ausrichtung weiter zu stärken.
- › Der Konzern hat zudem seine Kompetenz im Bereich Programmatic Advertising erweitert: Im dritten Quartal 2015 erfolgte die Erstkonsolidierung der Virtual Minds AG, mit der die ProSiebenSat.1 Digital GmbH am 27. Juni 2015 einen Vertrag über den Erwerb von 51,0 Prozent der Anteile unterzeichnet hat. Die Gesellschaft ist eine Medienholding, unter deren Dach sich spezialisierte Unternehmen aus den Bereichen Media Technologies, Digital Advertising und Hosting vereinen. Außerdem wird SMARTSTREAM.TV seit September vollkonsolidiert und ebenfalls dem Segment Digital & Adjacent zugeordnet. Die ProSiebenSat.1 Group hatte am 30. Juni 2015 ihre Anteile an dem Dienstleistungsunternehmen aus dem Bereich der Optimierung von Online-Werbeflächen auf 80,0 Prozent erhöht.

## Ertragslage des Konzerns

### Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal

Die ProSiebenSat.1 Group steigerte den **Konzernumsatz** im dritten Quartal 2015 um 17,2 Prozent oder 109,6 Mio Euro auf 747,1 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahresquartal. Hierzu trugen alle Segmente mit deutlichen Wachstumsraten bei:



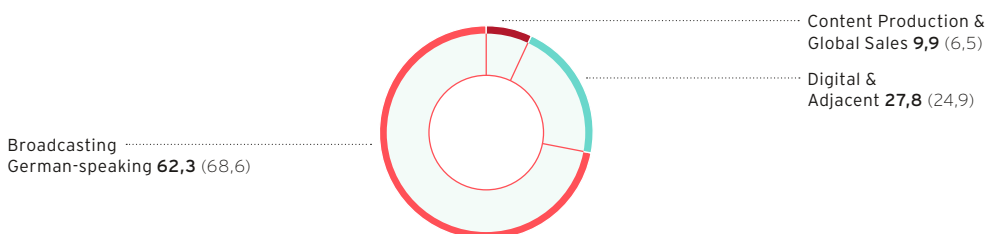
Geschäftsentwicklung  
der Segmente, Seite 29.

- Das Segment **Broadcasting German-speaking**, mit dem Kerngeschäft werbefinanziertes Fernsehen, verzeichnete einen Umsatzanstieg um 6,3 Prozent oder 27,5 Mio Euro auf 465,1 Mio Euro. Dies entspricht einem Anteil am Konzernumsatz von 62,3 Prozent (Vorjahr: 68,6%).
- Das Segment **Digital & Adjacent** entwickelt sich weiter sehr dynamisch und steigerte seine Umsatzerlöse um 31,0 Prozent bzw. 49,2 Mio Euro auf 207,9 Mio Euro. Es leistete folglich erneut den höchsten Wachstumsbeitrag bezogen auf den Konzernumsatz und generierte nun 27,8 Prozent des Gruppenumsatzes (Vorjahr: 24,9%). Das Segment wuchs organisch, zudem profitierte der Konzern von positiven Effekten aus Erstkonsolidierungen.
- Das Segment **Content Production & Global Sales** hat seinen externen Segmentumsatz ebenfalls signifikant gesteigert: Der Betrag stieg um 79,9 Prozent oder 32,9 Mio Euro auf 74,1 Mio Euro. Diese Entwicklung beruht auf organischem Wachstum.

Ziel des Konzerns ist es, unabhängiger vom werbefinanzierten Kerngeschäft TV zu werden und insbesondere in Digitalbranchen zusätzliche Umsatzpotenziale zu nutzen. Diese Zielsetzung reflektiert die Entwicklung der Umsatzanteile nach Segmenten: Im dritten Quartal 2015 hat die ProSiebenSat.1 Group den Anteil der beiden Segmente Digital & Adjacent sowie Content Production & Global Sales am Konzernumsatz weiter deutlich erhöht. Sie trugen insgesamt 37,7 Prozent bzw. 282,0 Mio Euro zum Konzernumsatz bei; gegenüber 31,4 Prozent bzw. 199,9 Mio Euro im Vorjahr.

### Anteil am Konzernumsatz nach Segmenten

in Prozent, Vorjahreswerte Q3 2014 in Klammern



Die **Gesamtkosten** betragen 621,0 Mio Euro. Dies entspricht einer Steigerung um 19,4 Prozent bzw. 100,9 Mio Euro gegenüber dem dritten Quartal 2014. Die Gesamtkosten setzen sich zusammen aus den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie den sonstigen betrieblichen Aufwendungen. Die einzelnen Kostenarten entwickelten sich im dritten Quartal 2015 wie folgt:

- Der Großteil des Kostenanstiegs basiert auf einer Zunahme der **Umsatzkosten** um 18,4 Prozent bzw. 65,7 Mio Euro auf 422,5 Mio Euro. Dazu führte zum einen das höhere Geschäftsvolumen im Segment Content Production & Global Sales. Vor allem in den USA ist das Produktionsgeschäft deutlich gewachsen. Zum anderen prägte der Ausbau des Ventures- & Commerce-Portfolios die Kostenentwicklung. Dabei wirkte sich primär die erstmalige Konsolidierung verschiedener digitaler Plattformen auf das Kostenniveau aus. Zudem stieg der Werteverzehr auf das Programmvermö-



Entwicklung des  
Zuschauermarkts,  
Seite 8.

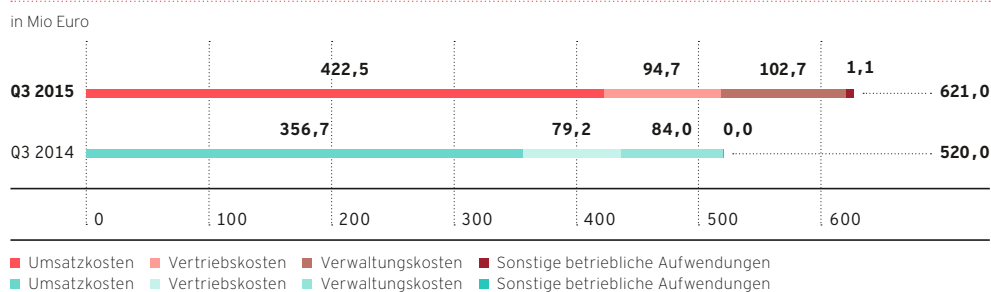


Wesentliche Ereignisse  
und Änderungen im  
Konsolidierungskreis, Seite 17;  
Nachtragsbericht, Seite 36.

gen – die größte Kostenposition des Konzerns – um 10,1 Prozent bzw. 18,5 Mio Euro auf 202,7 Mio Euro. Darin enthalten ist auch ein außerplanmäßiger Werteverzehr auf das Programmvermögen in Höhe von 27,2 Mio Euro (Vorjahr: 4,4 Mio Euro).

- Die **Vertriebskosten** verzeichneten eine Steigerung um 19,5 Prozent bzw. 15,5 Mio Euro auf 94,7 Mio Euro. Hauptursache war das Wachstum des Digitalgeschäfts, insbesondere des Ventures & Commerce-Portfolios. Außerdem stiegen die Vertriebskosten im Segment Broadcasting German-speaking umsatzbedingt an.
- Die **Verwaltungskosten** des Konzerns beliefen sich auf 102,7 Mio Euro; dies entspricht einer ebenfalls deutlichen Zunahme um 22,2 Prozent bzw. 18,6 Mio Euro. Die Kostensteigerung basiert auch hier hauptsächlich auf wachstumsbedingt höheren Aufwendungen. Zudem prägten Einmaleffekte infolge von Portfoliomaßnahmen die Entwicklung der Verwaltungskosten. Der Konzern hat in den vergangenen Monaten verschiedene Akquisitionen initiiert und abgeschlossen.
- Die **sonstigen betrieblichen Aufwendungen** betragen 1,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro).

#### Gesamtkosten



Die **operativen Kosten** beliefen sich auf 574,5 Mio Euro (Vorjahr: 478,8 Mio Euro) und stiegen folglich im Vergleich zum dritten Quartal 2014 um 20,0 Prozent. Eine Überleitung zur Berechnung der operativen Kosten und damit der für das recurring EBITDA relevanten Kostenposition zeigt folgende Tabelle:

#### Überleitungsrechnung operative Kosten

in Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014
Gesamtkosten	621,0	520,0
Einmalaufwendungen	-11,4	-9,7
Abschreibungen <sup>1</sup>	-35,0	-31,5
<b>Operative Kosten</b>	<b>574,5</b>	<b>478,8</b>

<sup>1</sup> Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Das um Einmaleffekte bereinigte **recurring EBITDA** ist infolge der Umsatzdynamik im dritten Quartal 2015 auf 177,8 Mio Euro gestiegen (Vorjahr: 162,9 Mio Euro). Dies ist ein Wachstum um 9,1 Prozent gegenüber dem Vorjahresvergleichswert. Das recurring EBITDA ist für die ProSiebenSat.1 Group eine zentrale Kennzahl zur Profitabilitätssteuerung.

Die **recurring EBITDA-Marge** betrug im saisonal margenschwächeren dritten Quartal 23,8 Prozent. Das TV-Geschäft ist von einer hohen Marge von 28,3 Prozent gekennzeichnet und liefert mit 137,1 Mio Euro auch im dritten Quartal 2015 den größten Ergebnisbeitrag. Der Anteil der beiden



Unternehmensausblick,  
Seite 44.

Segmente Digital & Adjacent und Content Production & Global Sales am recurring EBITDA des Konzerns hat sich zugleich planmäßig gegenüber dem Vorjahr erhöht, sodass sich die korrespondierende Ergebnis-Marge des Konzerns insgesamt um 1,8 Prozentpunkte verringerte.

Das **EBITDA** verzeichnete eine Steigerung um 6,0 Prozent auf 166,4 Mio Euro (Vorjahr: 156,9 Mio Euro). Es beinhaltet Einmaleffekte in Höhe von 11,4 Mio Euro (Vorjahr: 6,0 Mio Euro), die im Wesentlichen aus Portfoliomaßnahmen resultierten. Eine Überleitungsrechnung für die operativen Ergebnisgrößen sieht wie folgt aus:

<b>Überleitungsrechnung recurring EBITDA aus fortgeführten Aktivitäten</b>		
in Mio Euro	<b>Q3 2015</b>	<b>Q3 2014</b>
Ergebnis vor Steuern	130,0	102,5
Finanzergebnis	-1,5	-22,9
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>131,4</b>	<b>125,4</b>
Abschreibungen <sup>1</sup>	35,0	31,5
davon Kaufpreisallokationen	7,0	4,4
<b>EBITDA</b>	<b>166,4</b>	<b>156,9</b>
Einmaleffekte (saldiert) <sup>2</sup>	11,4	6,0
<b>Recurring EBITDA</b>	<b>177,8</b>	<b>162,9</b>

**1** Abschreibungen und Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.      **2** Differenz aus Einmalaufwendungen in Höhe von 11,4 Mio Euro (Vorjahr: 9,7 Mio Euro) und Einmalerträgen von 0,0 Mio Euro (Vorjahr: 3,7 Mio Euro).

Das **Finanzergebnis** hat sich gegenüber dem Vorjahr ebenfalls weiter verbessert. Es setzt sich zusammen aus dem Zinsergebnis, dem Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen sowie dem sonstigen Finanzergebnis und betrug minus 1,5 Mio Euro (Vorjahr: -22,9 Mio Euro). Ursache für diese deutliche Verbesserung ist die Entwicklung des sonstigen Finanzergebnisses im dritten Quartal 2015: Es belief sich auf 21,1 Mio Euro (Vorjahr: -1,1 Mio Euro). Diese Veränderung reflektiert den Bewertungseffekt bei Beteiligungen. Hier ergibt sich vor allem aus der Neubewertung der bisher at-Equity gehaltenen Anteile an SMARTSTREAM.TV und Collective Digital Studio (CDS) jeweils ein Gewinn infolge der Kontrollerlangung. Zudem prägten Wertminderungen auf Finanzbeteiligungen den Vorjahreswert. Das Zinsergebnis betrug minus 22,7 Mio Euro und lag damit nahezu unverändert auf Vorjahresniveau (Vorjahr: -22,2 Mio Euro). Das Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen verringerte sich um 0,2 Mio Euro auf 0,1 Mio Euro.

Vor diesem Hintergrund ergibt sich ein Anstieg des **Ergebnisses vor Steuern** auf 130,0 Mio Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 26,8 Prozent oder 27,4 Mio Euro.

Die Ertragsteuern betragen 55,3 Mio Euro (Vorjahr: 32,8 Mio Euro); die Steuerquote belief sich im dritten Quartal 2015 auf 42,6 Prozent (Vorjahr: 32,0%). Die deutliche Erhöhung der Steuerquote ergibt sich größtenteils aus einer Neueinschätzung steuerlicher Risiken im Zusammenhang mit offenen Veranlagungszeiträumen vergangener Steuerjahre. Eine weitere Ursache für den Anstieg sind steuerlich nicht abzugsfähige Beratungskosten im Rahmen der zuletzt verstärkten M&A-Tätigkeit. Auf Jahressicht erwartet ProSiebenSat.1 einen effektiven Konzern-Steuersatz von 34,5 Prozent (Vorjahr: 31,0%).

Nach Steuern und Anteilen Dritter stieg der Periodenüberschuss gegenüber dem Vorjahr um 8,6 Prozent auf 73,1 Mio Euro (Vorjahr: 67,3 Mio Euro). Das **underlying net income** belief sich im dritten Quartal auf 78,3 Mio (Vorjahr: 74,7 Mio Euro); das unverwässerte bereinigte Ergebnis je Aktie stieg auf 0,37 Euro (Vorjahr: 0,35 Euro). Das bereinigte Netto-Ergebnis für das dritte Quartal 2015 ist unter anderem bereinigt um die genannten positiven Effekte im sonstigen Finanzergebnis sowie die steuerlichen Einmaleffekte. Im Einzelnen stellt sich die Berechnung wie folgt dar:



Konzernanhang, Ziffer 4,  
„Konsolidierungskreis“,  
Seite 57.



Risiko- und  
Chancenbericht,  
Seite 38.

### Überleitungsrechnung bereinigter Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten


in Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	73,1	67,3
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen (nach Steuern) <sup>1</sup>	4,7	2,9
Wertberichtigungen auf sonstige Finanzbeteiligungen	1,8	4,5
Neubewertung von at-Equity Anteilen im Rahmen von Erstkonsolidierungen	-20,8	-/-
Neueinschätzung steuerlicher Risiken	19,6	-/-
<b>Bereinigter Konzernüberschuss (underlying net income)</b>	<b>78,3</b>	<b>74,7</b>

<sup>1</sup> Abschreibungen auf Kaufpreisallokationen vor Steuern:  
7,0 Mio Euro (Vorjahr: 4,4 Mio Euro).

Das **Ergebnis nach Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten** betrug minus 3,6 Mio Euro. Es war geprägt durch die Wertminderung auf die Kaufpreisforderung im Zuge der Veräußerung des TV-Senders Prima-TV in Rumänien (3,8 Mio Euro). Für die Vergleichsperiode ergibt sich ein Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten in Höhe von minus 2,8 Mio Euro. Die vollständige Gewinn- und Verlustrechnung aus nicht-fortgeführten Aktivitäten wird im Anhang unter Ziffer 4 „Konsolidierungskreis“ dargestellt.

### Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Neunmonatszeitraum

Auf Neunmonatssicht steigerte der Konzern seinen **Gesamtumsatz** um 13,8 Prozent oder 264,5 Mio Euro auf 2,174 Mrd Euro. Die ProSiebenSat.1 Group wuchs in allen Segmenten und hat ihre Marktposition durch Portfolioerweiterungen gestärkt. Vor diesem Hintergrund stiegen die **Gesamtkosten** um 15,3 Prozent bzw. 231,6 Mio Euro auf 1,746 Mrd Euro. Ein Großteil des Kostenanstiegs entfällt auf das dritte Quartal 2015. Die **operativen Kosten**, das heißt die um Einmalaufwendungen in Höhe von 30,7 Mio Euro (Vorjahr: 24,6 Mio Euro) und Abschreibungen von 96,5 Mio Euro (Vorjahr: 88,8 Mio Euro) bereinigten Gesamtkosten, betragen 1,619 Mrd Euro. Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem Neunmonatszeitraum 2014 um 15,5 Prozent oder 217,8 Mio Euro. Insbesondere im Segment Content Production & Global Sales erhöhten sich wachstumsbedingt die Gesamtkosten. Zudem prägten Unternehmenskäufe die Kostenentwicklung. Höhere Kosten resultierten in diesem Zusammenhang vor allem aus der Erstkonsolidierung von Amorelie und Flaconi.


 Konzernanhang, Ziffer 4  
„Konsolidierungskreis“,  
Seite 57.

Die dynamische Umsatzentwicklung führte auch auf Neunmonatssicht zu einem Wachstum der operativen Ergebnisgrößen: Das **EBITDA** nahm um 7,2 Prozent zu und belief sich auf 537,8 Mio Euro (Vorjahr: 501,5 Mio Euro), das um **Einmaleffekte bereinigte EBITDA** stieg um 8,8 Prozent auf 568,1 Mio Euro (Vorjahr: 522,2 Mio Euro).

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich auf minus 49,7 Mio Euro im Vergleich zu minus 105,3 Mio Euro im Vorjahr. Einen positiven Effekt hatten auf Neunmonatssicht deutlich reduzierte Zinsaufwendungen infolge verbesserter Konditionen für die bestehende syndizierte Kreditvereinbarung. Der Konzern verfolgt ein proaktives Finanzmanagement und nutzt sich bietende Marktfenster, um sich attraktive Konditionen für seine Fremdkapitalinstrumente zu sichern. Das Unternehmen hat im April 2015 seine bestehende syndizierte Kreditvereinbarung um ein Jahr bis 2020 verlängert und sich damit weiter günstige Zinskonditionen gesichert. Gleichzeitig verringerten sich die Zinsaufwendungen gegenüber dem Neunmonatszeitraum 2014 um 12,6 Mio Euro und beliefen sich auf minus 63,9 Mio Euro.

Ein zweiter Grund für das deutlich verbesserte Finanzergebnis ist die Entwicklung des sonstigen Finanzergebnisses von minus 32,1 Mio Euro auf 10,0 Mio Euro. Dies basiert zum einen auf den zuvor beschriebenen Sachverhalten im Zusammenhang mit den Bewertungseffekten bei at-Equity bewerteten Anteilen. Zum anderen haben sich die Finanzierungskosten verringert; sie betragen minus 11,2 Mio Euro (Vorjahr: -18,1 Mio Euro). Die Veränderung gegenüber dem Vorjahr ist auf eine umfassende Refinanzierung von Kreditvereinbarungen im April 2014 zurückzuführen.

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultiert ein Wachstum des Periodenergebnisses aus fortgeführten Aktivitäten nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter auf 252,1 Mio Euro (Vorjahr: 205,7 Mio Euro). Das **bereinigte Netto-Ergebnis** zeigte eine Zunahme um 11,7 Prozent bzw. 27,9 Mio Euro auf 266,4 Mio Euro (underlying net income). Parallel dazu stieg das unverwässerte bereinigte Ergebnis je Aktie auf 1,25 Euro (Vorjahr: 1,12 Euro).

 Konzernanhang, Ziffer 4 „Konsolidierungskreis“, Seite 57.

Das **Ergebnis nach Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten** betrug für den Neunmonatszeitraum 2015 minus 2,9 Mio Euro. Der Vorjahresvergleichswert liegt bei minus 8,7 Mio Euro.

## Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

 Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse, Seite 27.

### Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Das **Fremdkapital** betrug zum 30. September 2015 3,807 Mrd Euro (31. Dezember 2014: 3,147 Mrd Euro; 30. September 2014: 3,051 Mrd Euro) und hatte damit einen Anteil von 83,5 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2014: 80,7%; 30. September 2014: 84,7%). Die langfristigen Finanzverbindlichkeiten hatten mit 51,9 Prozent bzw. 1,975 Mrd Euro den größten Anteil am Fremdkapital (31. Dezember 2014: 62,7% bzw. 1,973 Mrd Euro; 30. September 2014: 64,6% bzw. 1,972 Mrd Euro). Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten beliefen sich auf 201,1 Mio Euro; zu den beiden Vorjahresstichtagen wies die Position keinen Wert aus. Die Darlehen und Kredite betragen zum 30. September 2015 2,176 Mrd Euro (31. Dezember 2014: 1,973 Mrd Euro; 30. September 2014: 1,972 Mrd Euro).

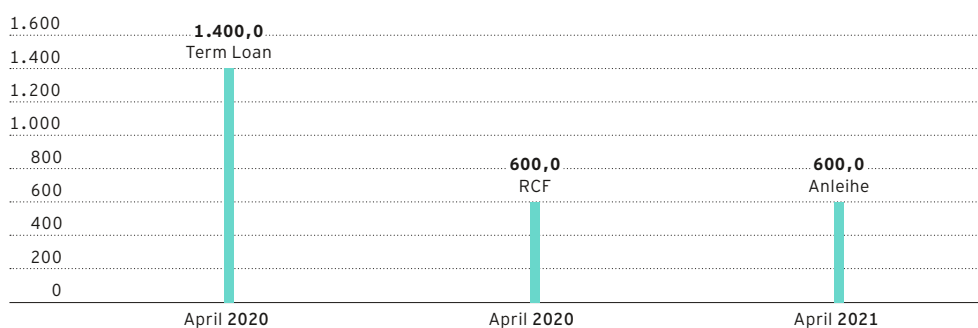
 Nachtragsbericht, Seite 36.

Die Kreditvereinbarung umfasste zum 30. September 2015 ein **endfälliges Darlehen (Term Loan)** in Höhe von 1,400 Mrd Euro sowie eine **revolvierende Kreditfazilität (RCF)** von 600,0 Mio Euro. Daneben verfügt der Konzern über eine unbesicherte Anleihe mit einem Volumen von 600,0 Mio Euro, die am regulierten Markt der Luxemburger Börse (ISIN DE000A11QFA7) notiert ist. Eine Übersicht der Fremdfinanzierungsinstrumente zum 30. September 2015 nach Laufzeiten zeigt folgende **Grafik**:

 Rating der ProSiebenSat.1 Group: Ratings stellen ein unabhängiges Urteil über die Bonität eines Unternehmens dar. Die Kreditvereinbarung und die Anleihe der ProSiebenSat.1 Group werden jedoch von den Rating-Agenturen nicht zur Bonitätsbeurteilung herangezogen.


### Fremdfinanzierungsinstrumente und Laufzeiten zum 30. September 2015

in Mio Euro



Die Volumina der Instrumente haben sich gegenüber dem Vorjahresstichtag bzw. dem Stichtag zum 31. Dezember 2014 nicht verändert. Allerdings hat ProSiebenSat.1 zum Bilanzstichtag eine Barinanspruchnahme von 200,0 Mio Euro aus dem RCF getätigt. Zum 30. September 2014 sowie zum 31. Dezember 2014 fanden keine Inanspruchnahmen statt.



 Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente: Im Berichtszeitraum bestanden in der ProSiebenSat.1 Group keine wesentlichen außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente. Informationen zum Thema Leasing finden sich im Geschäftsbericht 2014 auf Seite 127.

 Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse, Seite 27.

Die Inanspruchnahme des RCF erfolgt – ebenso wie die Verzinsung des Term Loan – variabel. Potenzielle Risiken aus der Änderung von variablen Zinssätzen sichert die ProSiebenSat.1 Group daher durch derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ab. Die Absicherungsquote bzw. der Festzinsanteil beträgt ca. 95 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio. Die Quote ist im Vergleich zu den Vorjahresstichtagen somit unverändert hoch. Der durchschnittliche festverzinsliche Swapsatz beläuft sich nach wie vor auf rund 3,12 Prozent per annum. Der festverzinsliche Kupon der Anleihe beträgt 2,625 Prozent per annum.

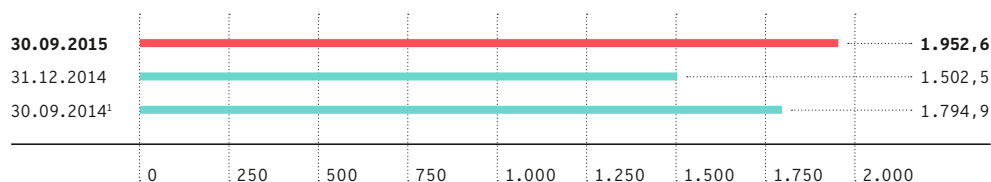
## Finanzierungsanalyse

Die **Netto-Finanzverschuldung** ist definiert als Saldo aus Finanzverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und bestimmter kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte. Sie belief sich zum 30. September 2015 auf 1,953 Mrd Euro. Die liquiden Mittel betragen 223,5 Mio Euro und sanken folglich im Vergleich zum Stichtag im Dezember 2014 um 247,1 Mio Euro. Vor diesem Hintergrund sowie höherer Verbindlichkeiten und Darlehen hat sich die Netto-Finanzverschuldung gegenüber dem Jahresende 2014 um 450,2 Mio Euro erhöht. Im Vergleich zum Stichtag am 30. September 2014 ist der Wert um 157,8 Mio Euro gestiegen.

Der **Verschuldungsgrad** (Leverage-Faktor) setzt die Netto-Finanzverschuldung in Relation zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM recurring EBITDA) und ist eine zentrale Steuerungsgröße der konzernweiten Finanzplanung. Er belief sich zum 30. September 2015 auf 2,2. Zum 30. September 2014 lag der Wert ebenfalls bei 2,2; zum 31. Dezember 2014 ergab sich eine Relation von 1,8. Damit bewegt sich der Verschuldungsgrad der ProSiebenSat.1 Group im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5.

### Netto-Finanzverschuldung des Konzerns

in Mio Euro

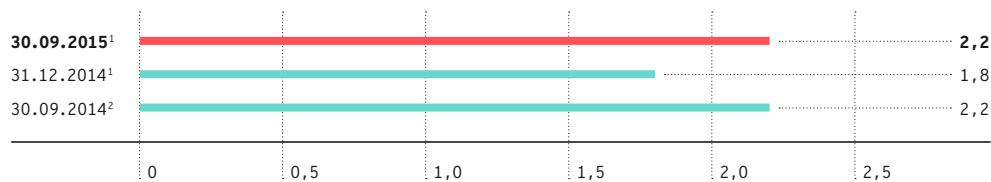


¹ Nach Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten. Die Kennzahl ermittelt sich als Saldo aus Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 2.176,2 Mio (31. Dezember 2014):

1.973,1 Mio Euro) und den liquiden Mitteln aus fortgeführten Aktivitäten in Höhe von 223,5 Mio Euro (31. Dezember 2014: 470,6 Mio Euro).

### Verhältnis Netto-Finanzverschuldung zum LTM recurring EBITDA (Verschuldungsgrad)

in Mio Euro



¹ Bereinigt um den LTM-recurring-EBITDA Beitrag der osteuropäischen Aktivitäten.

² Nach Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten. Bereinigt um den LTM-recurring EBITDA Beitrag der osteuropäischen Aktivitäten.

Die Kennzahl ermittelt sich als Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung aus fortgeführten Aktivitäten in Höhe von 1.952,6 Mio Euro (31. Dezember 2014: 1.502,5 Mio Euro) zum LTM recurring EBITDA aus fortgeführten Aktivitäten in Höhe von 893,2 Mio Euro (31. Dezember 2014: 847,3 Mio Euro).



Erläuterungen zum  
Bericht, Seite 5.

## Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Die Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group bildet die Herkunft und Verwendung der Zahlungsströme ab. Dabei wird unterschieden zwischen dem Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit, dem Cashflow aus Investitionstätigkeit und dem Cashflow aus Finanzierungstätigkeit. Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds entspricht den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten der Bilanz zum Stichtag 30. September 2015 bzw. 30. September 2014.

<b>Kapitalflussrechnung</b>				
in Mio Euro	<b>Q3 2015</b>	<b>Q3 2014</b>	<b>9M 2015</b>	<b>9M 2014</b>
<b>Ergebnis fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>74,7</b>	<b>69,7</b>	<b>256,5</b>	<b>212,1</b>
<b>Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>-3,6</b>	<b>-2,8</b>	<b>-2,9</b>	<b>-8,7</b>
Cashflow fortgeführter Aktivitäten	365,5	337,8	1.166,9	1.117,5
Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	-0,4	-2,2	0,2	-2,3
Veränderung Working Capital	30,0	11,9	34,8	-22,1
Erhaltene Dividende	0,6	0,0	6,2	5,6
Gezahlte Steuern	-41,9	-33,2	-119,9	-122,2
Gezahlte Zinsen	-14,4	-17,0	-63,3	-73,3
Erhaltene Zinsen	0,0	0,1	0,2	0,3
<b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>339,9</b>	<b>299,6</b>	<b>1.024,8</b>	<b>899,6</b>
<b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>-0,5</b>	<b>-0,3</b>	<b>-1,5</b>	<b>19,6</b>
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>-493,8</b>	<b>-273,5</b>	<b>-1.102,9</b>	<b>-920,4</b>
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>-/-</b>	<b>1,2</b>	<b>-/-</b>	<b>-22,8</b>
<b>Free Cashflow fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>-154,0</b>	<b>26,0</b>	<b>-78,1</b>	<b>-20,8</b>
<b>Free Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,9</b>	<b>-1,5</b>	<b>-3,1</b>
<b>Free Cashflow (gesamt)</b>	<b>-154,5</b>	<b>26,9</b>	<b>-79,6</b>	<b>-24,0</b>
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>185,7</b>	<b>0,1</b>	<b>-175,4</b>	<b>-205,6</b>
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes fortgeführter Aktivitäten	-0,3	1,2	7,9	2,1
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	0,0	-/-	-0,3
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	31,0	28,2	-247,1	-227,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	192,5	148,5 <sup>1</sup>	470,6	404,5 <sup>1</sup>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende</b>	<b>223,5</b>	<b>176,8</b>	<b>223,5</b>	<b>176,8</b>
<b>Abzüglich zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende aus fortgeführten Aktivitäten</b>	<b>223,5</b>	<b>176,8</b>	<b>223,5</b>	<b>176,8</b>

<sup>1</sup> Enthält die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente der zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften.

Der **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** ist gegenüber dem Vorjahr gestiegen und lag im dritten Quartal 2015 bei 339,9 Mio Euro. Dies ist eine Zunahme um 13,5 Prozent oder 40,3 Mio Euro, die größtenteils aus der Veränderung des Working Capitals und damit des gebunden Kapitals resultierte. Auf Neunmonatssicht hat sich der operative Cashflow ebenfalls verbessert und ist gegenüber dem Vorjahr um 125,2 Mio Euro oder 13,9 Prozent auf 1,025 Mrd Euro gestiegen. Hauptursachen sind hierfür zum einen die positive Ergebnisentwicklung. Zum anderen wirkten sich

höhere Verbindlichkeiten aus dem Kauf von Programmvermögen aus, die im Working Capital enthalten sind. Daneben hatten gesunkene Zinszahlungen sowie niedrige Finanzierungskosten für Derivate einen positiven Effekt auf den operativen Cashflow.

Schwerpunkt der Investitionstätigkeit von ProSiebenSat.1 bildet der Erwerb von Programmrechten. Der Konzern sichert sich attraktive Programme über drei verschiedene Wege: Neben dem Einkauf von Lizenzformaten und Auftragsproduktionen sind Eigenformate ein wichtiger Bestandteil der Programmversorgung. Sie basieren auf der Entwicklung und Umsetzung eigener Ideen und werden im Gegensatz zu Auftragsproduktionen primär im Hinblick auf eine kurzfristige Ausstrahlung produziert. Eigenformate werden daher direkt aufwandswirksam in den Umsatzen erfasst und stellen keine Investitionen dar. Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmrechten betrug 223,2 Mio Euro im dritten Quartal 2015, nach 237,6 Mio Euro in der Vergleichsperiode. Die Programminvestitionen entfielen fast ausschließlich auf das Segment Broadcasting German-speaking; sie verteilten sich zu 55 Prozent auf den Erwerb von Lizenzprogrammen und zu 45 Prozent auf Auftragsproduktionen.



Ertragslage des Konzerns, Seite 19.

Neben Investitionen in das Programmvermögen flossen 17,7 Mio Euro in immaterielle Vermögenswerte (Vorjahr: 15,1 Mio Euro). Der Großteil dieser Investitionen entfiel mit 64,5 Prozent (Vorjahr: 56,9%) auf das Segment Digital & Adjacent. Sie entstanden vor allem im Rahmen von selbst-erstellten immateriellen Vermögensgegenständen sowie aus Anzahlungen auf immaterielle Vermögenswerte. Die Investitionen in Sachanlagen lagen im dritten Quartal 2015 bei 9,6 Mio Euro (Vorjahr: 9,4 Mio Euro). Sie setzen sich im Wesentlichen zusammen aus Investitionen in technische Anlagen, sonstige Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Anzahlungen auf Sachanlagen. Der Großteil ergab sich in diesem Zusammenhang im Segment Broadcasting German-speaking.



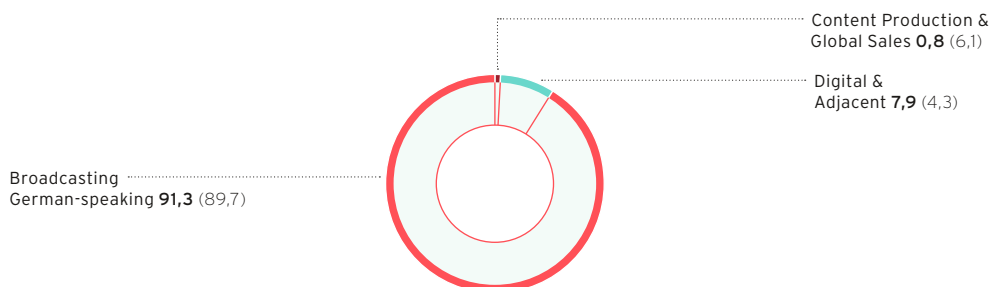
Vermögenswerte, die aus Erstkonsolidierungen stammen, werden nicht als segmentspezifische Investitionen erfasst. In der Position „Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis“ werden die für den Erwerb der erstkonsolidierten Unternehmen aufgewendeten flüssigen Mittel abgebildet.

Der Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis hat sich im dritten Quartal 2015 deutlich erhöht: Er belief sich auf 233,5 Mio Euro gegenüber 2,0 Mio Euro im Vorjahresquartal und reflektiert insbesondere die Portfolioerweiterungen im Segment Digital & Adjacent. Dabei führten vor allem der Unternehmenserwerb bzw. die Vollkonsolidierung von Verivox und Collective Digital Studio (CDS) zu einem Mittelabfluss.

Aus den beschriebenen Zahlungsströmen im Rahmen der Investitionstätigkeit resultierte für das dritte Quartal 2015 insgesamt ein **Investitions-Cashflow** von minus 493,8 Mio Euro (+80,6% oder -220,3 Mio Euro ggü. Vorjahr). Die Verteilung nach Segmenten veranschaulicht folgende Grafik:

#### Investitionen nach Segmenten<sup>1</sup>

in Prozent, Vorjahreswerte Q3 2014 in Klammern



<sup>1</sup> Investitionen nach Segmenten vor M&A-Aktivitäten.

Auf Neunmonatssicht ist der **Mittelabfluss im Rahmen der Investitionstätigkeit** ebenfalls gestiegen und belief sich auf minus 1,103 Mrd Euro (+19,8% oder 182,4 Mio Euro ggü. Vorjahr). In den Erwerb von Programmrechten flossen 733,8 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg um 3,8 Prozent bzw. 26,9 Mio Euro, der das höhere Investitionsvolumen im ersten Quartal 2015 reflektiert. Der Mittelabfluss für immaterielle Vermögenswerte hat sich auf Neunmonatsbasis ebenfalls erhöht und betrug 53,7 Mio Euro (+19,4 % oder 8,7 Mio Euro ggü. Vorjahr). Die Investitionen in Sachanlagen beliefen sich auf 21,9 Mio Euro (Vorjahr: 21,1 Mio Euro). Die Mittelabflüsse für Zugänge zum Konsolidierungskreis verzeichnete zugleich einen deutlichen Anstieg auf 267,1 Mio Euro (Vorjahr: 107,9 Mio Euro). Schwerpunkt waren die zuvor für das dritte Quartal 2015 genannten Portfolioerweiterungen.

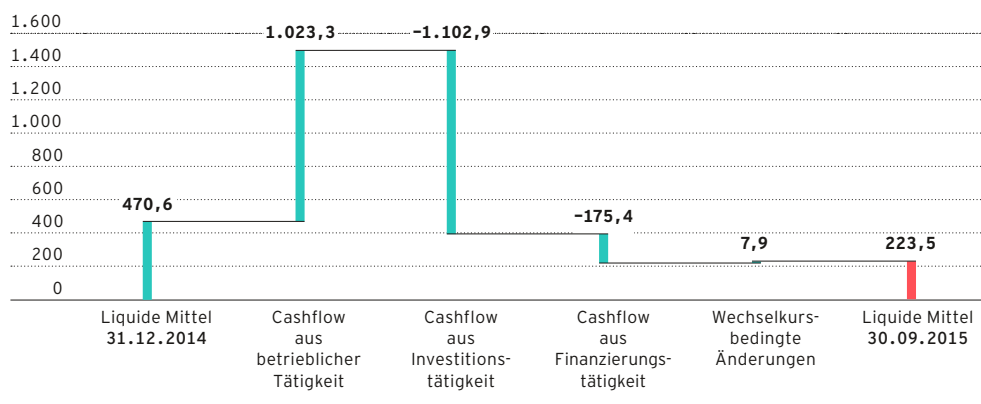
Aus den beschriebenen Zahlungsmittelströmen ergibt sich für das dritte Quartal 2015 ein **Free Cashflow** von minus 154,0 Mio Euro (Vorjahr: +26,0 Mio Euro). Auf Neunmonatssicht betrug der Free Cashflow minus 78,1 Mio Euro (Vorjahr: -20,8 Mio Euro).

Der ProSiebenSat.1-Konzern hat im dritten Quartal 2015 eine revolvingierende Kreditlinie genutzt und zum 30. September 2015 200,0 Mio Euro aus dem RCF beansprucht. Vor diesem Hintergrund erhöhte sich der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** auf 185,7 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro). Auf Neunmonatssicht belief sich der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit auf minus 175,4 Mio Euro (Vorjahr: -205,6 Mio Euro). Der Vorjahreswert ist geprägt durch einen Netto-Zahlungsmittelzufluss in Höhe von 116,3 Mio Euro. Dieser resultiert aus der Refinanzierung im April 2014.

Die beschriebenen Zahlungsströme führten im dritten Quartal 2015 zu einem Rückgang der **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** auf 223,5 Mio Euro gegenüber dem 31. Dezember 2014 (470,6 Mio Euro).

#### Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

in Mio Euro

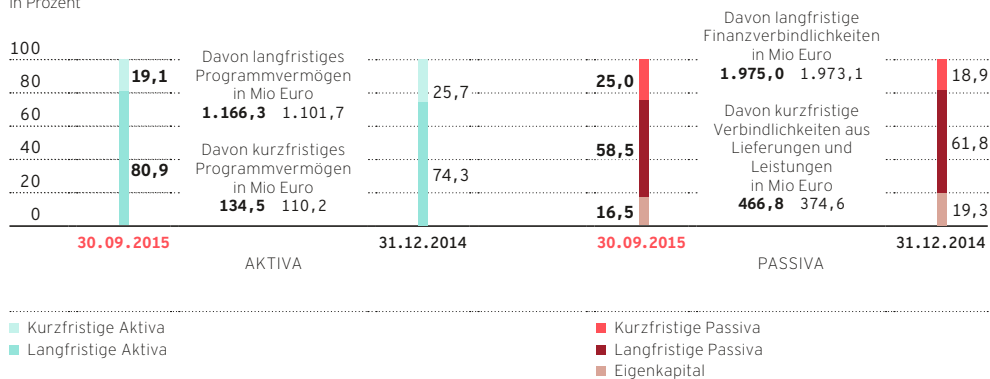


#### Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

Die Bilanzsumme belief sich zum 30. September 2015 auf 4,557 Mrd Euro. Dies ist ein Anstieg um 16,8 Prozent gegenüber 3,901 Mrd Euro zum 31. Dezember 2014. Die Hauptursache hierfür ist die akquisitionsbedingte Erhöhung der immateriellen Vermögenswerte. Im dritten Quartal 2015 wurden mit dem Erwerb der Verivox GmbH, der Collective Digital Studio LP, der Virtual Minds AG und der SMARTSTREAM.TV GmbH vier größere Unternehmenserwerbe erstkonsolidiert. Einzelne wertmäßig wesentliche Veränderungen von Bilanzposten gegenüber dem 31. Dezember 2014 werden im Folgenden dargestellt:

### Bilanzstruktur

in Prozent



Wesentliche Ereignisse  
und Änderungen im  
Konsolidierungskreis,  
Seite 17.

- **Lang- und kurzfristige Aktiva:** Die immateriellen Vermögenswerte verzeichneten zum 30. September 2015 einen Anstieg um 47,2 Prozent auf 1,925 Mrd Euro (31. Dezember 2014: 1,307 Mrd Euro). Dies ist überwiegend auf die Kaufpreisallokationen im Rahmen der Erstkonsolidierungen der zuvor genannten Mehrheitsbeteiligungen im dritten Quartal sowie Flaconi und Amorelie im zweiten Quartal 2015 zurückzuführen. In einem geringeren Umfang wirkten sich zudem Währungseffekte aus. Vor diesem Hintergrund erhöhte sich der Anteil der immateriellen Vermögenswerte an der Bilanzsumme auf 42,2 Prozent (31. Dezember 2014: 33,5%).

Zugleich stieg das lang- und kurzfristige Programmvermögen gegenüber dem Jahresende 2014 um 7,3 Prozent auf 1,301 Mrd Euro (31. Dezember 2014: 1,212 Mrd Euro). Dies entspricht bezogen auf die Bilanzsumme einem Anteil von 28,5 Prozent (31. Dezember 2014: 31,1%). Das Programmvermögen zählt neben den immateriellen Vermögenswerten zu den wichtigsten Aktivposten von ProSiebenSat.1.

Die langfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte erhöhten sich um 126,8 Mio Euro auf 348,9 Mio Euro (31. Dezember 2014: 222,1 Mio Euro). Ihr Anstieg basiert vor allem auf positiven Marktwertveränderungen aus Währungssicherungsgeschäften sowie Investitionen in Beteiligungen und Fonds.

Auch die kurzfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte verzeichneten insbesondere infolge von Währungssicherungsgeschäften eine Zunahme. Sie erhöhten sich um 62,3 Prozent oder 46,9 Mio Euro auf 122,1 Mio Euro.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen stiegen ebenfalls um 14,2 Prozent auf 363,2 Mio Euro (31. Dezember 2014: 318,1 Mio Euro).



Liquiditäts- und  
Investitionsanalyse,  
Seite 25.


Die liquiden Mittel verzeichneten zum 30. September 2015 einen Rückgang um 52,5 Prozent bzw. 247,1 Mio Euro auf 223,5 Mio Euro. Die Dividendenzahlung im zweiten Quartal in Höhe von 341,9 Mio Euro sowie Kaufpreiszahlungen für die im dritten Quartal 2015 erworbenen Unternehmen haben diese Entwicklung maßgeblich geprägt.

- Das Eigenkapital betrug zum 30. September dieses Jahres 750,3 Mio Euro nach 753,9 Mio Euro zum 31. Dezember 2014. Der im zweiten Quartal 2015 gezahlten Dividende steht ein positiver Eigenkapitalbeitrag aus dem in den ersten neun Monaten erwirtschafteten Konzernergebnis in Höhe von 253,6 Mio Euro (31. Dezember 2014: 354,3 Mio Euro) sowie ein Anstieg des übrigen

kumulierten Eigenkapitals in Höhe von 100,7 Mio Euro gegenüber. Letzterer resultiert in erster Linie aus positiven Effekten aus Währungssicherungsgeschäften von 128,0 Mio Euro. Daraus ergab sich eine Eigenkapitalquote von 16,5 Prozent (31. Dezember 2014: 19,3 %).

- Die **lang- und kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen** erhöhten sich zum 30. September 2015 auf insgesamt 3,807 Mrd Euro. Ihre Steigerung um 21,0 Prozent bzw. 660,1 Mio Euro gegenüber dem 31. Dezember 2014 ist vor allem auf die Inanspruchnahme der revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) in Höhe von 200,0 Mio Euro im dritten Quartal 2015, auf die Verbuchung der bedingten Kaufpreiskomponenten im Rahmen der Unternehmensakquisitionen sowie auf höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zurückzuführen.

 Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur, Seite 23.

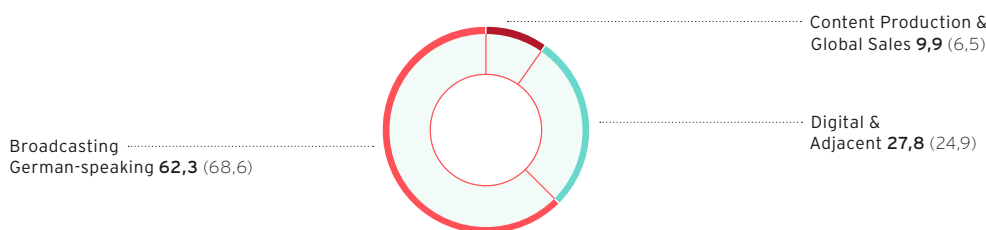
 Konzernanhang, Ziffer 4 „Konsolidierungskreis“, Seite 57.

Darüber hinaus ergaben sich zum 30. September 2015 keine wesentlichen strukturellen oder quantitativen Bilanzänderungen im Vergleich zum 31. Dezember 2014.

## Geschäftsentwicklung der Segmente

### Anteil am Konzernumsatz nach Segmenten

in Prozent, Vorjahreswerte Q3 2014 in Klammern




### Segment Broadcasting German-speaking

#### Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2015

Die **Außenumsätze** des Segments Broadcasting German-speaking erhöhten sich im dritten Quartal 2015 auf 465,1 Mio Euro. Dies entspricht einer Steigerung um 6,3 Prozent oder 27,5 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Der Konzern hat von einem positiven Konjunktur- und Branchenumfeld profitiert und seine Erlöse aus der Vermarktung von TV-Werbezeiten in allen Märkten gesteigert. Vor allem im Kernmarkt Deutschland übertraf der Werbeumsatz das Vorjahresniveau. Parallel stiegen die Distributionserlöse aus Free-TV-Programmen in hochauflösender Qualität (HD) und dem Vertrieb der eigenen Pay-TV-Kanäle.

Die ProSiebenSat.1 Group investiert konsequent in ihr hochprofitables werbefinanziertes TV-Geschäft und hat mit der HD-Programmdistribution ein zweites Umsatzmodell etabliert. Dabei profitiert ProSiebenSat.1 von der wachsenden Anzahl an HD-Nutzern und der zunehmenden Bereitschaft der Zuschauer, für Programmangebote in HD-Qualität zu bezahlen.

Trotz höherer Kosten wuchs auch das **EBITDA** deutlich um 7,8 Prozent bzw. 9,5 Mio Euro auf 131,8 Mio Euro. Das um Einmaleffekte bereinigte **recurring EBITDA** belief sich auf 137,1 Mio Euro (Vorjahr: 129,0 Mio Euro). Das entspricht einer Steigerung um 6,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die **recurring EBITDA-Marge** betrug 28,3 Prozent (Vorjahr: 28,4 %) und zeigt die hohe Ertragskraft des TV-Geschäfts. Im dritten Quartal 2015 hat vor allem der Werteverzehr auf das Programmvermögen zu einem Kostenanstieg geführt.

 Konzernanhang, Ziffer 5 „Segmentberichterstattung“, Seite 68.

 Konjunkturelle Entwicklung, Seite 11.

 Entwicklung des Zuschauermarkts, Seite 8.

 Ertragslage des Konzerns, Seite 19.

### Umsatz- und Ergebnisentwicklung in den ersten neun Monaten 2015

Auf Neunmonatssicht stieg der **externe Segmentumsatz** um 5,2 Prozent auf 1,470 Mrd Euro (Vorjahr: 1,398 Mrd Euro). Dazu trugen beide Umsatztreiber bei: Höhere TV-Werbeinnahmen und gestiegene Distributionserlöse. Das Umsatzwachstum führte zu einem Anstieg des **EBITDA** auf 447,0 Mio Euro. Dies ist eine Steigerung um 5,0 Prozent oder 21,2 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Das **recurring EBITDA** wuchs auf vergleichbarem Niveau und belief sich auf 459,9 Mio Euro (Vorjahr: 437,2 Mio Euro). Daraus ergibt sich für den Neunmonatszeitraum eine **recurring EBITDA-Marge** von 30,2 Prozent (Vorjahr: 30,2%).

#### Kennzahlen Segment Broadcasting German-speaking

in Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014	9M 2015	9M 2014
Segment-Umsatzerlöse	<b>483,7</b>	454,3	<b>1.524,5</b>	1.446,7
Außenumsätze	<b>465,1</b>	437,6	<b>1.470,5</b>	1.398,0
Innenumsätze	<b>18,6</b>	16,7	<b>54,0</b>	48,7
EBITDA	<b>131,8</b>	122,3	<b>447,0</b>	425,8
Recurring EBITDA	<b>137,1</b>	129,0	<b>459,9</b>	437,2
Recurring EBITDA-Marge <sup>1</sup> (in %)	<b>28,3</b>	28,4	<b>30,2</b>	30,2

<sup>1</sup> Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

### Segment Digital & Adjacent


#### Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2015

Die **externen Umsätze** des Digital & Adjacent-Segments wuchsen im dritten Quartal 2015 deutlich zweistellig und erreichten 207,9 Mio Euro. Das entspricht einer Zunahme um 31,0 Prozent oder 49,2 Mio Euro. Stärkster Umsatztreiber war das Ventures & Commerce-Portfolio. Hier lieferten im dritten Quartal 2015 die Geschäftsmodelle Media-for-Revenue-Share und Media-for-Equity den höchsten Beitrag zum organischen Umsatzwachstum. Darüber hinaus verzeichnete der Konzern im Digital-Entertainment-Bereich ein deutliches Umsatzwachstum. Hier konnte insbesondere das Video-on-Demand-Portal maxdome seine Umsätze steigern. Zudem erhöhten sich die Online-Werbeerlöse unter anderem durch die positive Entwicklung der Sender-Websites, der Entertainment-Plattform MyVideo sowie des Multi-Channel-Networks Studio71. Zusätzlich zum organischen Wachstum stiegen die Umsatzerlöse akquisitionsbedingt. Dazu trug zum einen die Vollkonsolidierung von Verivox bei. Zum anderen wirkte sich die Konsolidierung von Collective Digital Studio aus, die ebenfalls erstmalig im dritten Quartal 2015 erfolgte.

Das höhere Geschäftsvolumen führte zu einem Kostenanstieg gegenüber dem Vorjahr. Zudem prägten einmalige Aufwendungen die Kostenentwicklung, die vor allem aus den diesjährigen Akquisitionen resultierte. Im dritten Quartal 2015 verringerte sich das **EBITDA** daher um 5,8 Prozent auf 31,9 Mio Euro (Vorjahr: 33,8 Mio Euro). Das um Einmaleffekte bereinigte **recurring EBITDA** verbesserte sich hingegen um 16,7 Prozent auf 37,7 Mio Euro (Vorjahr: 32,3 Mio Euro). Die **recurring EBITDA-Marge** betrug 17,9 Prozent (Vorjahr: 20,1%).

#### Umsatz- und Ergebnisentwicklung in den ersten neun Monaten 2015

Die Umsatz- und Ergebnisentwicklungen des Neunmonatszeitraums 2015 reflektiert die Geschäftslage im dritten Quartal: Auf Neunmonatsbasis steigerte das Segment Digital & Adjacent seine Umsätze ebenfalls signifikant und wuchs primär organisch. Stärkster Umsatztreiber war das Ventures & Commerce-Portfolio mit den Geschäftsmodellen Media-for-Revenue-Share und Media-for-Equity. Einen Wachstumsbeitrag erzielte hier unter anderem moebel.de. Im vergangenen Jahr hatte die ProSiebenSat.1 Group ihre Anteile über Media-for-Equity aufgestockt und konsolidiert das Vergleichsportal seit August 2014 voll. Zudem hatten die Unternehmenskäufe von Flaconi, Amorelie, Verivox und Collective Digital Studio einen positiven Effekt.

 Konzernanhang, Ziffer 5  
„Segmentberichterstattung“, Seite 68.

 Wesentliche Ereignisse  
und Änderungen im  
Konsolidierungskreis, Seite 17.

Vor diesem Hintergrund stiegen die **externen Erlöse** um 28,0 Prozent bzw. 115,7 Mio Euro auf insgesamt 529,6 Mio Euro. Das **EBITDA** steigerte sich um 4,4 Prozent auf 85,8 Mio Euro (Vorjahr: 82,2 Mio Euro). Zugleich ist das **recurring EBITDA** deutlich gewachsen: Es nahm um 17,4 Prozent bzw. 15,1 Mio Euro auf 102,0 Mio Euro zu; die korrespondierende **recurring EBITDA-Marge** betrug 19,1 Prozent (Vorjahr: 20,8%).

#### Kennzahlen Segment Digital & Adjacent

in Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014	9M 2015	9M 2014
Segment-Umsatzerlöse	210,2	160,4	535,2	417,0
Außenumsätze	207,9	158,7	529,6	413,9
Innenumsätze	2,3	1,7	5,6	3,1
EBITDA	31,9	33,8	85,8	82,2
Recurring EBITDA	37,7	32,3	102,0	86,9
Recurring EBITDA-Marge <sup>1</sup> (in %)	17,9	20,1	19,1	20,8

<sup>1</sup> Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

### Segment Content Production & Global Sales

#### Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2015

Das Segment Content Production & Global Sales steigerte im dritten Quartal 2015 seine **externen Umsätze** dynamisch um 79,9 Prozent auf 74,1 Mio Euro (Vorjahr: 41,2 Mio Euro). Die Umsätze wuchsen organisch, wobei das Produktionsgeschäft in den USA den höchsten Umsatzbeitrag leistete. In den vergangenen Jahren hat die ProSiebenSat.1 Group ihr Produktionsnetzwerk international ausgebaut und sich vor allem in den USA etabliert. Zudem erzielte das Unternehmen weltweit wichtige Vertriebsserfolge.

Das hohe Umsatzwachstum prägte auch die Ergebnisentwicklung: Trotz einer wachstumsbedingt deutlichen Kostensteigerung legte das **EBITDA** auf 5,1 Mio Euro (Vorjahr: 2,1 Mio Euro) zu. Das **recurring EBITDA** hat sich ebenfalls mehr als verdoppelt und betrug 5,3 Mio Euro (Vorjahr: 2,2 Mio Euro). Daraus ergibt sich für das dritte Quartal 2015 eine **recurring EBITDA-Marge** von 5,8 Prozent (Vorjahr: 4,6%).

#### Umsatz- und Ergebnisentwicklung in den ersten neun Monaten 2015

Auf Neunmonatssicht wuchsen die **externen Umsätze** des Segments Content Production & Global Sales um 77,9 Prozent bzw. 76,2 Mio Euro auf 174,1 Mio Euro. Dazu trug neben organischem Wachstum die Erstkonsolidierung der US-amerikanischen Produktionsfirma Half Yard Productions seit März 2014 bei. Aufgrund des dynamischen Umsatzwachstums stiegen auch die Ergebnisgrößen signifikant: Während sich das **EBITDA** auf 9,0 Mio Euro erhöhte (Vorjahr: 0,1 Mio Euro), wuchs das **recurring EBITDA** auf 10,1 Mio Euro (Vorjahr: 1,0 Mio Euro). Die **recurring EBITDA-Marge** verbesserte sich folglich auf 4,7 Prozent (Vorjahr: 0,8%).

#### Kennzahlen Segment Content Production & Global Sales

in Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014	9M 2015	9M 2014
Segment-Umsatzerlöse	92,3	47,7	216,0	123,4
Außenumsätze	74,1	41,2	174,1	97,8
Innenumsätze	18,2	6,5	41,9	25,5
EBITDA	5,1	2,1	9,0	0,1
Recurring EBITDA	5,3	2,2	10,1	1,0
Recurring EBITDA-Marge <sup>1</sup> (in %)	5,8	4,6	4,7	0,8

<sup>1</sup> Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.



Konzernanhang, Ziffer 5  
„Segmentberichterstattung“, Seite 68.



# Mitarbeiter

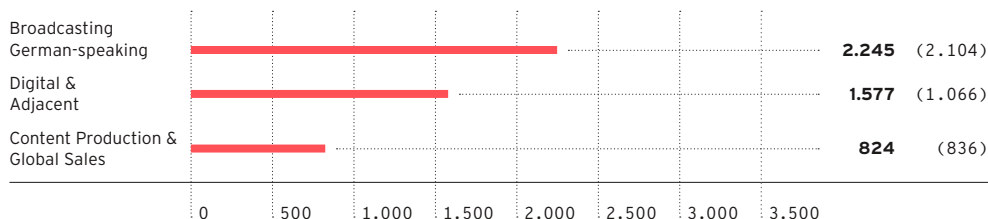


Ausführliche Informationen zum Thema Mitarbeiter enthält der Geschäftsbericht 2014 im Kapitel Nachhaltigkeit ab Seite 87.

Der Konzern beschäftigte zum 30. September 2015 – umgerechnet auf vollzeitäquivalente Stellen – 5.094 Mitarbeiter (Vorjahr: 4.427). Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl lag in den ersten neun Monaten 2015 bei 4.646 Mitarbeitern (Vorjahr: 4.088). Der Personalaufbau um 558 durchschnittlich vollzeitäquivalente Stellen bzw. 13,7 Prozent ist in erster Linie auf den Ausbau der Digitalaktivitäten des Konzerns zurückzuführen: In den ersten neun Monaten 2015 betrug die Steigerung im Segment Digital & Adjacent insgesamt 48,0 Prozent oder 511 vollzeitäquivalente Stellen. Diese Entwicklung ist primär akquisitionsbedingt. So führten insbesondere die Erstkonsolidierungen von Verivox und Collective Digital Studio (CDS) sowie der Ausbau der strategischen Beteiligungen im Bereich Ventures & Commerce zu einem Stellenaufbau.

## Mitarbeiter nach Segmenten<sup>1</sup>

durchschnittlich vollzeitäquivalente Stellen; Vorjahreswerte 9M 2014 in Klammern



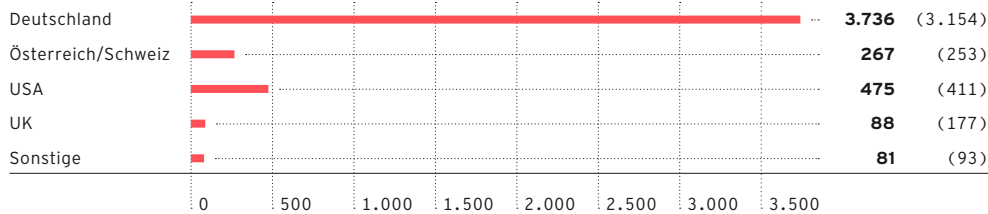
<sup>1</sup> Die Gesamtzahl von 4.088 durchschnittlich vollzeitäquivalenten Stellen in den ersten neun Monaten 2014 enthält 82 Stellen, die keinem Segment zugeordnet sind.

Insgesamt beliefen sich die in den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten ausgewiesenen Personalkosten im dritten Quartal 2015 auf 121,1 Mio Euro, was einen Anstieg um 14,2 % bzw. 15,1 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr darstellt; im Neunmonatszeitraum lagen sie bei 333,4 Mio Euro (Vorjahr: 279,2 Mio Euro).

In Deutschland, Österreich und der Schweiz beschäftigte ProSiebenSat.1 in der Berichtsperiode durchschnittlich 4.003 Mitarbeiter (Vorjahr: 3.407 durchschnittlich vollzeitäquivalente Stellen). Dies entspricht einem Plus von 17,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr sowie einem Anteil von 86,1 Prozent (Vorjahr: 83,5 %) bezogen auf die Gesamtbelegschaft des Konzerns. Die Verteilung der Mitarbeiter nach Regionen sah in den ersten neun Monaten 2015 wie folgt aus:

## Mitarbeiter nach Regionen

durchschnittlich vollzeitäquivalente Stellen; Vorjahreswerte 9M 2014 in Klammern



Wir schätzen die Vielfalt, die unsere Mitarbeiter an persönlichen Eigenschaften, Talenten und Fähigkeiten mitbringen und sehen darin einen entscheidenden Erfolgsfaktor für unsere Geschäftsentwicklung. Zum Stichtag 30. September 2015 waren in der ProSiebenSat.1 Group 46,5 Prozent der Festangestellten weiblich (Vorjahr: 46,8 %) und 53,5 Prozent männlich (Vorjahr: 53,2 %). In Deutschland lag der Frauenanteil zum Ende des dritten Quartals bei 46,0 Prozent (Vorjahr: 46,3 %). Auf Managementebene betrug die Frauenquote in der ProSiebenSat.1 Group 28,5 Prozent (Vorjahr: 30,0 %), im Kernmarkt Deutschland waren 27,5 Prozent der Führungskräfte weiblich (Vorjahr: 29,4 %).

# Die ProSiebenSat.1-Aktie

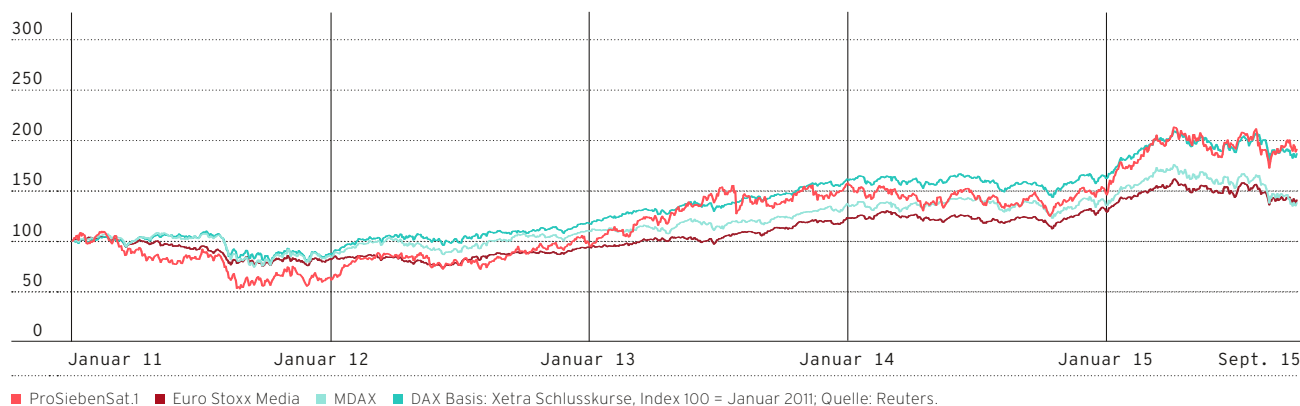


Konjunkturelle  
Entwicklung, Seite 11.

**Die ProSiebenSat.1-Aktie an der Börse.** Nachdem der deutsche Aktienmarkt insbesondere im ersten Quartal noch einen starken Aufwärtstrend aufwies, verzeichnete er im weiteren Jahresverlauf größere Kursabschläge und eine hohe Volatilität. Positive Effekte hatten neben dem starken privaten Konsum vor allem die weiterhin expansiv ausgerichtete Geldpolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) sowie günstige Finanzierungsbedingungen. Zudem trieb ein schwächerer Euro in Verbindung mit den niedrigen Rohöl-Weltmarktpreisen den Außenhandel. Dagegen belasteten insbesondere die anhaltenden Konflikte in Syrien und der Ukraine die deutschen Börsenkurse. Negative Effekte hatten auch die wirtschaftliche Lage in wichtigen Schwellenländern wie China, enttäuschende US-Konjunkturdaten sowie die Unsicherheit bezüglich der sich abzeichnenden Leitzinserhöhung durch die amerikanische Notenbank. In der Euro-Zone führte zudem die griechische Staatsschuldenkrise zeitweise zu Kursabschlägen.

In diesem volatilen Umfeld verlor der DAX 1,5 Prozent seines Wertes im Vergleich zum Jahresende 2014 und schloss am letzten Handelstag im September 2015 bei 9.660,44 Punkten. Der MDAX dagegen gewann und beendete das dritte Quartal bei 19.279,74 Punkten (+ 13,8% ggü. dem Jahresende 2014). Der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex Euro Stoxx Media, in dem auch die ProSiebenSat.1-Aktie enthalten ist, schloss zum 30. September 2015 bei 232,68 Punkten. Damit lag er 6,5 Prozent über dem Jahresschlusswert 2014.

## Kursentwicklung der ProSiebenSat.1-Aktie



		01.01.- 30.09.2015	01.01.- 30.09.2014	01.01.- 30.09.2013	01.01.- 30.09.2012	01.01.- 30.09.2011
Höchster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	48,98	35,55	35,44	21,32	20,66
Tiefster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	33,31	29,60	21,85	14,19	11,49
Schlusskurs XETRA	Euro	43,84	31,55	31,40	19,61	13,31
Free Float Marktkapitalisierung zum 30.09. (gemäß Deutsche Börse)	Mio Euro	9.494,72	6.944,54	4.228,03	1.656,19	1.070,5
Ergebnis je Aktie <sup>1</sup>	Euro	1,17	0,92	1,19	0,93	2,38
Aktienumsatz XETRA insgesamt	Stück	125.691.255	142.989.780	114.834.110	108.180.571	113.612.787
Aktienumsatz XETRA (durchschnittliches Handelsvolumen je Tag)	Stück	661.533	748.638	601.226	563.440	951.621

<sup>1</sup> Für das Geschäftsjahr 2011 wird das unverwässerte Ergebnis je Inhaber-Vorzugsaktie dargestellt. Nach der Zusammenlegung der Aktiegattungen im dritten

Quartal 2013 und einer damit verbundenen Anpassung des Vorjahreswertes wird das unverwässerte Ergebnis je Namens-Stammaktie ausgewiesen.

Die ProSiebenSat.1-Aktie verzeichnete im Vergleich zum Jahresende 2014 einen Kursgewinn von 25,9 Prozent. Damit übertraf das Papier erneut die Entwicklung der Vergleichsindizes. Ihren Höchststand markierte die Aktie am 10. April bei 48,98 Euro. Gleichzeitig zählt ProSiebenSat.1 mit einer Marktkapitalisierung des Streubesitzes von 9.494,72 Mrd Euro am 30. September 2015 zu den Top 30 unter Deutschlands notierten Aktiengesellschaften.

Die Aktie entwickelte sich insgesamt positiv. Nachdem sich das Papier bis Ende April in einem kontinuierlichen Aufwärtstrend befand, war sie im weiteren Jahresverlauf von einer hohen Volatilität geprägt. Mit Bekanntgabe der Halbjahreszahlen Ende Juli profitierte die Aktie von den guten Ergebnissen und dem positiven Ausblick für das Gesamtjahr. Infolgedessen hoben Analysten das durchschnittliche Kursziel von 46,00 Euro auf 49,00 Euro an. Der strukturelle Wandel im US-Mediensektor führte im August hingegen zu deutlichen Kursverlusten bei US-Medienwerten und belastete auch die Entwicklung der ProSiebenSat.1-Aktie. Das Papier konnte sich in diesem schwierigen Marktumfeld aber gut behaupten und schloss am Ende des dritten Quartals bei 43,84 Euro. Die Mehrheit der 29 Brokerhäuser und Finanzinstitute, die die ProSiebenSat.1-Aktie aktuell bewerten, sprach erneut Kaufempfehlungen für die Aktie aus.

**Kennzahlen zur ProSiebenSat.1-Aktie**

		30.09.2015	30.09.2014	30.09.2013	30.09.2012	30.09.2011
Grundkapital <sup>1</sup> zum Bilanzstichtag	Euro	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200
Anzahl Stammaktien zum Bilanzstichtag	Stück	218.797.200 <sup>2</sup>	218.797.200 <sup>2</sup>	218.797.200 <sup>2</sup>	109.398.600	109.398.600
Anzahl Vorzugsaktien zum Bilanzstichtag	Stück	-/-	-/-	-/-	109.398.600 <sup>2</sup>	109.398.600 <sup>2</sup>
Dividende je dividendenberechtigter Stammaktie	Euro	-/-	1,60	1,47	5,63	1,15
Dividende je dividendenberechtigter Vorzugsaktie	Euro	-/-	-/-	-/-	5,65	1,17
Dividendensumme	Mio Euro	-/-	341,9	313,4	1.201,4	245,7

<sup>1</sup> Das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt 218.797.200,00 Euro und ist seit 16. August 2013 in 218.797.200 auf den Namen lautende Stammaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie eingeteilt. Im Zuge der Umwandlung der 109.398.600 stimmrechtslosen Inhaber-Vorzugs- in 109.398.600 stimmberechtigte Namens-Stammaktien sind nun sämtliche (218.797.200) Namens-Stammaktien der Gesellschaft handelbar, d. h. sowohl die ehemals nicht

börsennotierten Namens-Stammaktien als auch die aus der Umwandlung der Inhaber-Vorzugsaktien hervorgegangenen Namens-Stammaktien. Bis zum 16. August 2013 waren nur die bisherigen Inhaber-Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media SE börsennotiert.

<sup>2</sup> Inklusive eigener Aktien.

**Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2014.** Die ordentliche Hauptversammlung der Gesellschaft fand am 21. Mai 2015 in München statt. An der Aktionärsversammlung nahmen rund 450 Aktionäre, Aktionärsvertreter und Gäste teil. Die Präsenz lag bei rund 42 Prozent des Grundkapitals. Die Hauptversammlung hat jeweils mit großer Mehrheit allen zur Abstimmung gestellten Beschlussvorschlägen von Vorstand und Aufsichtsrat zugestimmt. Mit 99,97 Prozent der Stimmen haben die Aktionäre die Umwandlung der Gesellschaft in eine Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea, SE) beschlossen; die Eintragung in das Handelsregister erfolgte am 7. Juli 2015.



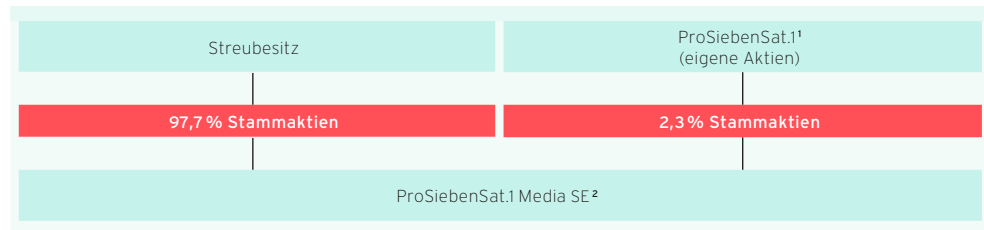
Wichtige Ereignisse  
Q1-Q3, Seite 6.

Die Aktionäre stimmten zudem einer Dividende in Höhe von 1,60 Euro je Aktie für das Geschäftsjahr 2014 zu. Dies entspricht einer Ausschüttungssumme von 341,9 Mio Euro sowie einer Quote von 81,6 Prozent bezogen auf den bereinigten Jahresüberschuss des Konzerns. ProSiebenSat.1 verfolgt eine ertragsorientierte Dividendenpolitik und schüttet jährlich 80 bis 90 Prozent des bereinigten Jahresüberschusses an seine Aktionäre aus. Darüber hinaus standen Neuwahlen des Aufsichtsrats auf der Tagesordnung. Im Anschluss an die Hauptversammlung hat das neu konstituierte Aufsichtsratsgremium Dr. Werner Brandt zum Vorsitzenden bestellt.

**Aktionärsstruktur der ProSiebenSat.1 Media SE.** Die Aktionärsstruktur ist gegenüber dem 31. Dezember 2014 nahezu unverändert: Die Aktien werden größtenteils von institutionellen Investoren aus den USA, Großbritannien und Deutschland gehalten. Insgesamt befanden sich zum 30. September 2015 97,7 Prozent im Streubesitz (31. Dezember 2014: 97,6 %). Die restlichen 2,3 Prozent

sind im eigenen Bestand (31. Dezember 2014: 2,4%). Ausführliche Informationen zur Aktionärsstruktur und zur Zusammensetzung des Grundkapitals finden sich im Geschäftsbericht 2014 auf den Seiten 63 bis 66.

#### Aktionärsstruktur der ProSiebenSat.1 Media SE




<sup>1</sup> Aktien sind nicht stimm- und dividendenberechtigt.

<sup>2</sup> Das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt 218.797.200,00 Euro und ist seit dem 16. August 2013 in 218.797.200 auf den Namen lautende Stammaktien eingeteilt.

**Dialog mit dem Finanzmarkt.** Wir informieren regelmäßig über alle wichtigen Ereignisse und Entwicklungen bei ProSiebenSat.1, um eine transparente Kommunikation der Finanzzahlen und Wachstumsperspektiven sicherzustellen. Auf der Homepage [www.prosiebensat1.com](http://www.prosiebensat1.com) werden alle relevanten Unternehmensinformationen zeitnah und gegebenenfalls auch ad-hoc in deutscher und englischer Sprache publiziert. Ein weiteres Instrument, den Kapitalmarkt umfassend zu informieren, sind Pressekonferenzen sowie Veranstaltungen für Investoren und Analysten. Neben 14 Roadshows präsentierte sich ProSiebenSat.1 in den ersten neun Monaten 2015 auf 16 Investorenkonferenzen in Europa und den USA. Eine weitere wichtige Veranstaltung ist zudem der jährlich stattfindende Kapitalmarkttag, auf dem der Konzern Etappen seiner Wachstumsstrategie erläutert. Er fand zuletzt am 15. Oktober 2015 statt. Im Rahmen der Veranstaltung hat ProSiebenSat.1 seine Mittelfristziele auf hohem Niveau nochmals angehoben.

 Unternehmensausblick,  
Seite 44.

 Wichtige Ereignisse  
Q1–Q3 2015, Seite 6.

Zahlreiche Auszeichnungen belegen die hohe inhaltliche Qualität des ProSiebenSat.1-Geschäftsberichts und die transparente Finanzkommunikation des Unternehmens. So belegte die ProSiebenSat.1 Group beim „Deutschen Investor Relations Preis 2015“ den 2. Platz unter den im MDAX notierten Unternehmen. In der Kategorie „IR-Professionals MDAX“ platzierte sich auf Rang 1 Dirk Voigtländer, Head of Investor Relations. Der Award wird von Thomson Reuters Extel, der WirtschaftsWoche und dem Deutschen Investor Relations Verband (DIRK) vergeben. Im Wettbewerb „Investor's Darling“ des Manager Magazins erreichte der Konzern den 1. Platz unter den MDAX-Unternehmen. Darüber hinaus erzielte ProSiebenSat.1 im Wettbewerb „Der beste Geschäftsbericht“ zum dritten Mal in Folge den 1. Platz im MDAX. In der Gesamtwertung aller Börsenindizes belegte die Gruppe den 2. Platz.

# Nachtragsbericht

Wir berichten an dieser Stelle über Ereignisse, die zwischen dem Ende des dritten Quartals bzw. der ersten neun Monate 2015 und dem 19. Oktober 2015, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, relevant waren. Veröffentlichungstermin des Zwischenberichts für das dritte Quartal und die ersten neun Monate 2015 ist der 29. Oktober 2015. Über die im Folgenden genannten Ereignisse hinaus sind keine weiteren berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group bzw. der ProSiebenSat.1 Media SE haben.


## Finanzierungsstruktur: Endfälliges Darlehensvolumen erhöht

Um den Wachstumskurs weiter zu unterstützen, nutzt ProSiebenSat.1 im Rahmen seines aktiven Finanzmanagements die derzeit sehr attraktiven Konditionen an den Finanzmärkten. So hat der Konzern im Oktober 2015 das endfällige Darlehen (Term Loan) mit einer Laufzeit bis 2020 um 700 Mio Euro auf 2,1 Mrd Euro erhöht. Die Darlehenshöhung wird für allgemeine betriebliche Zwecke genutzt.

 Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur, Seite 23.

## ProSiebenSat.1 übernimmt Online-Flugreisebüro Etraveli

Über ein Konzernunternehmen der ProSieben Travel GmbH (7Travel) hat ProSiebenSat.1 am 9. Oktober 2015 die Etraveli Holding AB erworben und internationalisiert damit ihre Aktivitäten im E-Commerce-Geschäft weiter. Das schwedische Unternehmen mit Sitz in Uppsala wurde 2007 gegründet und ist ein führendes pan-europäisches Online-Reisebüro für Flüge. Etraveli ist in 40 Ländern und auf vier Kontinenten durch Marken wie Supersaver, Gotogate, Travelstart sowie Seat24 aktiv. Zusätzlich betreibt Etraveli in Schweden die Flugpreisvergleichsportale Flygresor.se und Charter.se. Für ProSiebenSat.1 ist Etraveli das bislang größte internationale Investment im Commerce-Bereich und ergänzt das Reise-Portfolio der Dachmarke 7Travel. Der Konzern übernimmt 100 Prozent der Gesellschaftsanteile zu einer Gesamtbewertung von rund 235 Mio Euro. Der Erwerb steht unter dem Vorbehalt der Genehmigungen durch das Bundeskartellamt und die österreichische Bundeswettbewerbsbehörde.

 Unternehmensausblick, Seite 44; Konzernanhang, Ziffer 4 „Konsolidierungskreis“, Seite 57.

## ProSiebenSat.1 erwirbt Minderheitsanteil an Vitafy

Die ProSiebenSat.1 Group hat mit Vertrag vom 6. Oktober 2015 und wirtschaftlicher Wirkung zum 14. Oktober 2015 über das Konzernunternehmen 7NXT GmbH einen Anteil von 29,1 Prozent an der Vitafy GmbH erworben. Vitafy ist ein Online-Shop für Fitness, Wellness sowie Gesundheit und ergänzt das Commerce-Vertical „Health & Wellness“ von ProSiebenSat.1. Der Barkaufpreis beträgt 4,4 Mio Euro. Daneben entfällt ein weiterer Teil der Kaufpreiskomponente auf eine Media-Vereinbarung. Die Gesellschaft wird als assoziiertes Unternehmen künftig in den Konzernabschluss einbezogen.

## Kapitalmarkttag: ProSiebenSat.1 hebt Wachstumsziele 2018 an

Der Konzern hat seine Wachstumsziele 2018 auf dem Kapitalmarkttag am 15. Oktober 2015 deutlich erhöht. Im Vergleich zu 2012 plant ProSiebenSat.1 nun mit einer Steigerung des Umsatzes um 1,85 Mrd Euro bis 2018. Bisher war der Konzern von einem Wachstum um 1 Mrd Euro ausgegangen. Das recurring EBITDA wird bis 2018 voraussichtlich um 350 Mio Euro wachsen. Zudem gaben Vorstand und Leiter der Geschäftsbereiche einen detaillierten Einblick in das aktuelle Geschäft und informierten umfassend über die Wachstumsstrategie des Konzerns. An der Veranstaltung am Hauptsitz in Unterföhring bei München nahmen rund 60 Investoren, Analysten und Bankenvertreter teil.

 Unternehmensausblick, Seite 44.



Risiko- und Chancen-  
bericht, Seite 38.

### Management-Buyout der ungarischen Aktivitäten

2014 hat die ProSiebenSat.1 Group ihre ungarischen Aktivitäten im Rahmen eines Management-Buyout an das ungarische Managementteam veräußert. In diesem Zusammenhang wurden durch den Konzern Kaufpreis- und Betriebsmittel-Kredite ausgereicht. Nach Abschluss der Berichtsperiode fanden Verkaufsaktivitäten der ungarischen Einheiten durch das Managementteam statt. Bestandteil dieser Verkaufsvereinbarung ist auch die Ablösung der ausstehenden Kaufpreis- und Betriebsmittel-Kredite sowie die Entlassung aus den Garantien für Lizenzvereinbarungen. Die Verkaufsaktivitäten sind jedoch noch nicht abgeschlossen.

# Risiko- und Chancenbericht

## Zusammenfassende Aussage des Managements zur Gesamtrisiko- und Chancenlage

Wir verfügen über ein wirksames Risikomanagementsystem. Nach unserer Einschätzung sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group führen könnten. Auch in die Zukunft gerichtet haben die identifizierten Risiken keinen bestandsgefährdenden Charakter. Der Vorstand bewertet die Gesamtrisikolage zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Zwischenlageberichts daher weiterhin als begrenzt und beherrschbar. Den Großteil der im letzten Geschäftsbericht dargestellten Sachverhalte stufen wir nach wie vor als geringes Risiko ein.

Die Chancensituation hat sich gegenüber dem zuletzt veröffentlichten Finanzbericht insgesamt ebenfalls nicht verändert. Wir haben uns strategisch so positioniert, dass wir von der Digitalisierung profitieren und diese als Wachstumschance für das TV-Geschäft nutzen: Wir erweitern unsere Wertschöpfungskette entlang des Kerngeschäfts werbefinanziertes Fernsehen um digitale Angebote und nutzen die hohe Reichweite der TV-Sender gezielt, um neue Marken aufzubauen. Mit dieser Diversifikationsstrategie realisieren wir zusätzliche Umsatzpotenziale und wachsen zugleich zunehmend unabhängig vom konjunktursensitiven TV-Werbemarkt. Für eine detaillierte Darstellung der Risiken und Chancen sowie des konzernweit gültigen Systems zu ihrer Steuerung verweisen wir auf die Ausführungen im Geschäftsbericht 2014 ab Seite 137.

## Aktuelle Entwicklung einzelner Risiken

Die Einschätzung der Gesamtrisikosituation ist das Ergebnis der konsolidierten Betrachtung der Hauptrisiko-Cluster des Konzerns – den „Operativen Risiken“, den „Finanzwirtschaftlichen Risiken“, den „Compliance Risiken“ und den „Sonstigen Risiken“. Aufgrund ihrer thematischen Diversität unterteilen wir die Operativen Risiken zusätzlich in Externe Risiken, Vertriebsrisiken, Content-Risiken, Investitionsrisiken, Personalrisiken und Technologische Risiken. Die Entwicklung wesentlicher Einzelrisiken sowie der Hauptrisiko-Cluster wird regelmäßig überprüft. Dazu bewerten die internen Risk Manager quartalsweise sowohl ihre Eintrittswahrscheinlichkeit als auch das mögliche finanzielle Ausmaß. Das Ergebnis dieser Risikoklassifizierung wird in einer Fünf-Stufen-Matrix dokumentiert und analysiert. Dabei wurden zum 30. September 2015 folgende Entwicklungen erfasst:

- › **Operative Risiken:** Die Entwicklung des TV-Werbemarkts steht in sehr enger Beziehung zur derzeitigen und zukünftig erwarteten allgemeinen Wirtschaftslage: Entwickelt sich die Konjunktur positiv, sind Firmen eher bereit, zusätzliches Geld in Werbung zu investieren als in konjunkturell schwachen Phasen.



Künftige wirtschaftliche  
und branchenspezifische  
Rahmenbedingungen,  
Seite 42.

Das aktuelle Konjunkturbild spricht für eine Fortsetzung des Aufschwungs in Deutschland in moderatem Tempo. Die außenwirtschaftlichen Risiken sind allerdings nach wie vor hoch. Wir stufen externe ökonomische Risiken aufgrund ihrer potenziell hohen Auswirkung auf unsere Umsatzentwicklung daher weiterhin als mittleres Risiko ein. Ihre Eintrittswahrscheinlichkeit hat sich gegenüber dem 31. Dezember 2014 jedoch verringert; erhebliche negative Auswirkungen aus den konjunkturellen Rahmenbedingungen erachten wir nun als unwahrscheinlich.

Die Entwicklung im deutschen TV-Werbemarkt stellt unsere wichtigste Planungsprämisse dar. Neben dem Konjunkturwachstum beziehen wir die Reichweitenstärke von TV sowie die Entwicklung unserer Marktanteile im Zuschauer- und Werbemarkt in unsere wirtschaftlichen Überlegungen ein. Die Zuschauermarktanteile entwickelten sich sehr positiv, die deutsche

TV-Familie hat ihren Vorsprung vor der RTL Group weiter ausgebaut und im dritten Quartal einen neuen Höchstwert erreicht. Die ProSiebenSat.1 Group hat in den letzten Jahren unter anderem Talente aufgebaut, die bei jungen Zuschauern beliebt und erfolgreich sind. Insofern erwarten wir auch, dass der Weggang des TV-Entertainers Stefan Raab, der im Juni bekannt gab, seine TV-Karriere zu beenden, keine negativen finanziellen Folgen haben wird.

Grundsätzlich könnte ein Rückgang der Zuschauermarktanteile erhebliche Auswirkungen auf unsere Umsatz- und Ergebnisentwicklung haben. Wir beobachten eine weiter steigende Wettbewerbsintensität im deutschen Werbemarkt, stufen Risiken aus der Vermarktung unserer TV-Werbezeiten jedoch nach wie vor als mittleres Risiko ein. Ihren Eintritt erachten wir weiterhin für unwahrscheinlich. Unabhängig davon identifizieren und analysieren wir das Wettbewerbsumfeld sowie unsere Werbeerlöse und Werbemarktanteile regelmäßig, um mögliche Verlustpotenziale frühzeitig zu erkennen. Durch den Vergleich von Ist- und Planwerten mit den entsprechenden Vorjahreswerten können Budgetabweichungen erkannt und Gegenmaßnahmen wie Kostenanpassungen oder Änderungen in der Programmplanung und Preispolitik auch kurzfristig umgesetzt werden.

Ein weiteres operatives Risiko, das wir eng kontrollieren, sind mögliche Verlustpotenziale aus Investitionsaktivitäten. Der Konzern betrachtet Akquisitionen als wichtigen Teil seiner Wachstumsstrategie. Naturgemäß bergen Investitionen auch Risiken, beispielsweise beim Abschluss von Transaktionen, im Zusammenhang mit möglichen Wertminderungen oder bei der Bewertung und Integration von Unternehmen. Diese können moderate negative Auswirkungen auf unsere Umsatz- und Ergebnisentwicklung haben. Wir betrachten den Eintritt dieser Risiken jedoch als unwahrscheinlich und stufen sie insgesamt als gering ein.

- › **Compliance Risiken: Änderung von steuerlichen Risiken im dritten Quartal:** Aufgrund der Neueinschätzung steuerlicher Risiken im Zusammenhang mit aktienbasierten Vergütungsmodellen, die durch die Ausgabe von Aktien erfüllt werden, sowie im Zusammenhang mit offenen Veranlagungszeiträumen vergangener Steuerjahre ist wahrscheinlich mit einer höheren als bisher erwarteten Steuerbelastung der Gesellschaft bzw. der Tochtergesellschaften für das Gesamtjahr zu rechnen. Das Risiko könnte eine wesentliche Auswirkung auf die Ertragslage haben, das Gesamtrisiko stufen wir als hoch ein. Wir haben dieser Entwicklung Rechnung getragen und im dritten Quartal eine Risikovorsorge in Höhe der derzeit erwarteten Inanspruchnahme in einem sehr geringen zweistelligen Millionenbetrag erfasst.



Ertragslage des  
Konzerns, Seite 19.

**Steuerliche Risiken im Zusammenhang mit der Veräußerung von Tochterunternehmen in Schweden:** Die schwedischen Finanzbehörden haben die steuerlichen Außenprüfungen bei einer ehemaligen schwedischen Betriebsstätte der ProSiebenSat.1 Group für die Steuerjahre 2008 bis 2011 im Dezember 2013 und für die Steuerjahre 2012 und 2013 im Dezember 2014 abgeschlossen. Zum 31. Dezember 2014 waren damit alle offenen Steuerjahre der ehemaligen schwedischen Betriebsstätte geprüft. Nach Auffassung der Finanzbehörden sind Zinszahlungen im Zusammenhang mit der Finanzierung von Anteilen an den ehemaligen TV- und Radiounternehmen der SBS-Gruppe in Schweden steuerlich nicht abziehbar. Die Abschlussberichte der beiden Außenprüfungen sehen daher im Ergebnis Nachzahlungen in einer Gesamthöhe von ca. 368 Mio SEK (per 30. September 2015: rd. 39,0 Mio Euro) vor.

Die ProSiebenSat.1 Group hat gegen alle Steuerbescheide fristgerecht Einspruch erhoben. Die Aussetzung der Vollziehung der Bescheide wurde antragsgemäß im Januar 2014 (Steuerjahre 2008 bis 2011) bzw. im Februar 2015 (Steuerjahr 2012) gewährt. Im Juni 2014 wurde ein erstinstanzliches Gerichtsverfahren vor dem schwedischen Verwaltungsgericht (Swedish Administrative Court) betreffend die Steuerjahre 2008 bis 2011 eingeleitet. Am 6. Februar 2015 erging ein erstinstanzliches Urteil, in dem das Verwaltungsgericht der Rechtsauffassung der schwedi-



schen Steuerbehörden folgte. Gegen dieses Urteil haben wir am 24. April 2015 fristgerecht Berufung eingelegt. Für die zweite Instanz wird mit einer Verfahrensdauer von ca. zwölf bis 18 Monaten gerechnet. Auch für die Steuerjahre 2012 und 2013 wird es nach derzeitigem Stand voraussichtlich zu einer gerichtlichen Auseinandersetzung kommen.

Zudem hält es die ProSiebenSat.1 Group für möglich, dass die schwedischen Finanzbehörden ihre Vorgehensweise im Laufe der Verhandlungen ändern könnten, sofern das Gericht der Meinung der ProSiebenSat.1 Group folgt und den vollständigen Abzug von Zinszahlungen in Zusammenhang mit der Anteilsfinanzierung zulässt. In diesem Fall könnten die Finanzbehörden argumentieren, dass konzerninterne Zinszahlungen in Bezug auf die Veranlagungszeiträume 2009 bis 2011 in Schweden gemäß Kapitel 24 des schwedischen Einkommensteuergesetzes (Beschränkung von Zinsabzügen für konzerninterne Zinserträge) nicht abzugsfähig sind. In diesem Fall würden nachträglich Steuern einschließlich Strafzahlungen in Höhe von ca. 64 Mio SEK (per 30. September 2015: rd. 6,7 Mio Euro) fällig.

Die ProSiebenSat.1 Group hält die tatsächlichen Inanspruchnahmen, auch gemäß Kapitel 24, nach wie vor für nicht wahrscheinlich und wird in dieser Auffassung durch entsprechende Gutachten renommierter schwedischer Steuer- und Rechtsberater unterstützt. Rückstellungen wurden daher zum 30. September 2015 nicht gebildet. Die Eintrittswahrscheinlichkeit wurde im Rahmen des Risikomanagements als möglich eingestuft. Der Eintritt könnte wesentliche, einmalige Effekte auf unsere Ergebnisentwicklung bis zu der oben genannten maximalen Gesamthöhe haben. Insgesamt beurteilen wir diesen Sachverhalt daher gleichbleibend als hohes Risiko.

► **Sonstige Risiken: Risiken im Zusammenhang mit den veräußerten osteuropäischen Aktivitäten:**

Im Rahmen des Verkaufs der ungarischen und rumänischen Aktivitäten bestehen gegenüber den Käufern der veräußerten Einheiten Forderungen aus einem Kaufpreis- und einem Betriebsmittel-Kredit (Ungarn) sowie eine Forderung aus einer aufgeschobenen Kaufpreiskomponente (Rumänien). Zusätzlich hat die ProSiebenSat.1 Group Anfang 2015 eine Brückenfinanzierung für die ungarischen Aktivitäten in Höhe von bis zu 1,6 Mrd HUF (5,2 Mio Euro) zugesagt, die zum 30. September 2015 in Höhe von 0,6 Mrd HUF (1,9 Mio Euro) abgerufen worden ist. Die Kredite und Kaufpreisforderung unterliegen Wertminderungsrisiken für den Fall, dass die Geschäftsaktivitäten nicht in ausreichendem Maße liquide Mittel erwirtschaften.

Im dritten Quartal 2015 wurde die Kaufpreisforderung aus dem Verkauf des rumänischen TV-Senders Prima-TV in Höhe von 3,8 Mio Euro vollständig wertberichtigt. Darüber hinaus wurden in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 Wertberichtigungen in Höhe von 0,9 Mio Euro auf den gegenüber den veräußerten ungarischen Einheiten begebenen Kredit erfasst. Insgesamt beläuft sich somit die Netto-Risikoposition zum 30. September 2015 auf 18,8 Mio Euro und besteht zum 30. September 2015 ausschließlich gegenüber den ungarischen Einheiten und den Käufern der jeweiligen Gesellschaften.

Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Group Garantien für verschiedene Lizenzvereinbarungen zwischen den ungarischen und rumänischen Fernsehsendern und Universal Studios, CBS und Programs for Media in Höhe von insgesamt 29,5 Mio Euro abgegeben. Die ProSiebenSat.1 Group verfügt im Falle eines Zahlungsausfalls über entsprechende Verwertungsrechte an den rumänischen und ungarischen Anteilen in Höhe von 25 Prozent bzw. 100 Prozent der Anteile. Der Eintritt der genannten Risiken hätte einen potenziell wesentlichen Effekt auf die Ertragslage des Konzerns bis zur Maximalhöhe der oben angegebenen Beträge. Darüber hinaus hätte die ProSiebenSat.1 Group die ungarischen Einheiten im Falle eines Zahlungsausfalls der garantierten Lizenzgebühren, der Kredite bzw. der Kaufpreisforderung zum jeweiligen Fälligkeitszeitpunkt, erneut zu konsolidieren. Derzeit finden Verkaufsaktivitäten der ungarischen Einheiten

durch das Managementteam, dem seinerzeitigen Erwerber der ungarischen Gesellschaften, statt. Bestandteil dieser Verkaufsvereinbarung ist auch die Ablösung unserer ausstehenden Kaufpreis- und Betriebsmittel-Kredite und die Entlassung aus den Garantien für Lizenzvereinbarungen, wodurch unser Risiko bei Abschluss der Transaktion entfallen würde. Die Verkaufsaktivitäten sind noch nicht abgeschlossen und wir erachten diese aktuell immer noch als risikobehaftet. Wir halten den Eintritt der beschriebenen Risiken allerdings insgesamt als unwahrscheinlich. Bei Würdigung aller Fakten und Umstände sehen wir somit ein geringeres Gesamtrisiko als bisher berichtet. Wir stufen das Gesamtrisiko als mittel ein.

# Prognosebericht

## Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen



Konjunkturelle  
Entwicklung, Seite 11.

Die deutsche Wirtschaft bleibt auf Expansionskurs: Laut Gemeinschaftsdiagnose dürfte das Bruttoinlandsprodukt (BIP) in diesem und im kommenden Jahr jeweils um 1,8 Prozent zulegen. Wesentliche Wachstumsimpulse liefert weiterhin der private Konsum, gestützt von günstigen Arbeitsmarktbedingungen und steigenden Einkommen. Zudem dürfte der Staat substantiell zum Wachstum beitragen, da auf Basis einer soliden Haushaltslage eine Ausweitung von Löhnen und Renten, Sachleistungen sowie monetären Sozialleistungen zu erwarten ist. Unsicherheiten bergen dagegen insbesondere die aktuelle geopolitische Lage in der Ukraine und in Nahost sowie die wirtschaftliche Schwäche wichtiger Exportmärkte.

Für den Euroraum erwartet der Internationale Währungsfonds (IWF) ein solides Wachstum von 1,5 Prozent gegenüber dem Jahr 2014. Positive Impulse geben hier die expansiv ausgerichtete Geldpolitik der Europäischen Zentralbank (EZB), der niedrige Rohölpreis sowie der vergleichsweise geringe Eurokurs gegenüber dem US-Dollar.

Die Weltwirtschaft soll sich laut IWF etwas schwächer entwickeln als noch zu Jahresbeginn erwartet: In einem volatilen Marktumfeld korrigieren die Wirtschaftsexperten des IWF ihre Wachstumsprognose für das laufende Jahr von 3,3 auf 3,1 Prozent. Neben geopolitischen Unsicherheiten birgt die Konjunktorentwicklung in wichtigen Schwellenländern derzeit das größte Risiko für die globale Wirtschaft. Die weitere Entwicklung Chinas und vor allem eine spürbare Wachstumsabschwächung in Russland oder Brasilien könnten sich auf die Wirtschaftsentwicklung auswirken. Zudem könnte die sich abzeichnende Zinswende in den USA den Konjunkturverlauf deutlich belasten.

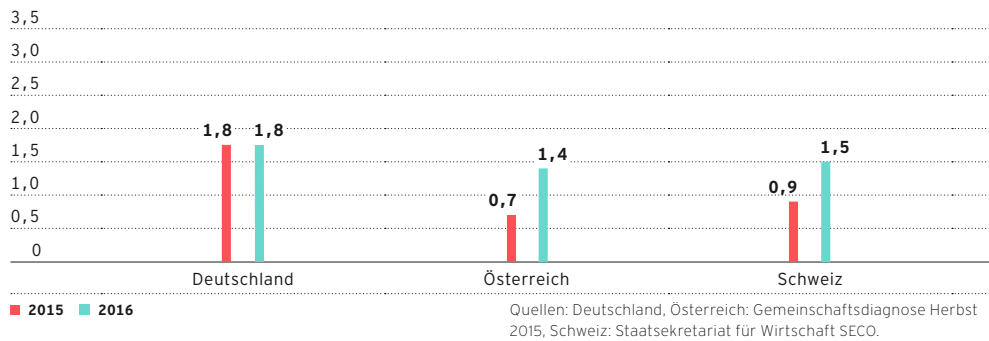
Für den deutschen TV-Werbemarkt bleiben die Aussichten positiv. Da seine Entwicklung in enger Beziehung zur derzeitigen und zukünftig erwarteten allgemeinen Wirtschaftslage steht, profitiert der TV-Werbemarkt weiterhin vom günstigen Konsumklima in Deutschland. Mit einem Anteil am BIP von rund 55 Prozent ist der private Konsum die wichtigste gesamtwirtschaftliche Verwendungskomponente. Er ist daher auch für den TV-Werbemarkt ein wichtiger Indikator. Zusätzlich zu einem gesunden Konjunkturfeld profitiert der TV-Werbemarkt von strukturellen Veränderungen. Die Relevanz von TV als Werbemedium steigt im Zuge der Digitalisierung; die Gattung gewinnt kontinuierlich Marktanteile von Print. Die Wachstumsaussichten für den deutschen TV-Werbemarkt sind entsprechend positiv: Der deutsche Netto-TV-Werbemarkt dürfte 2015 bei anziehender Konjunktur und weiteren strukturell bedingten Zuwächsen das hohe Vorjahresniveau erneut übertreffen. Die Institute rechnen derzeit mit einem Netto-Wachstum im niedrigen einstelligen Prozentbereich (WARC: +2,7 %, ZenithOptimedia: +3,4 %, Magna Global: +3,4 %). ProSiebenSat.1 geht ebenfalls davon aus, dass der Markt um zwei bis drei Prozent netto wächst. Der Konzern erwartet zugleich, auf Jahressicht mindestens auf Marktniveau zu wachsen.



Auswirkungen der  
Rahmenbedingungen  
auf den Geschäfts-  
verlauf, Seite 16.

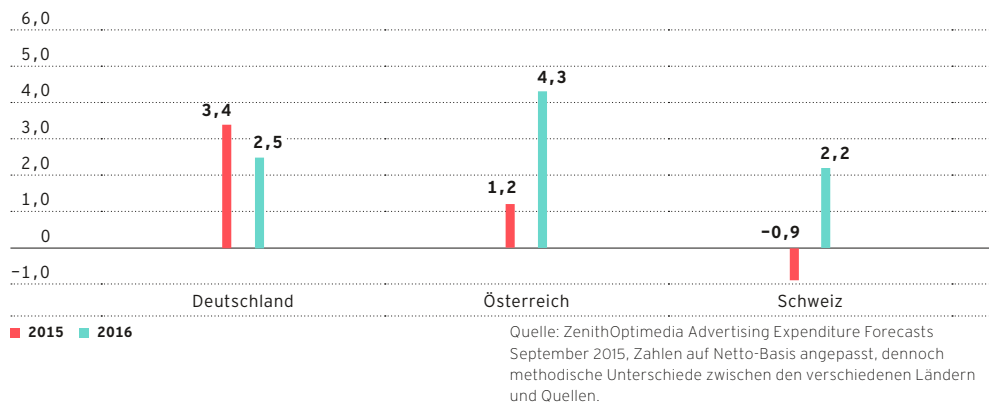
### Prognosen für das reale Bruttoinlandsprodukt in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



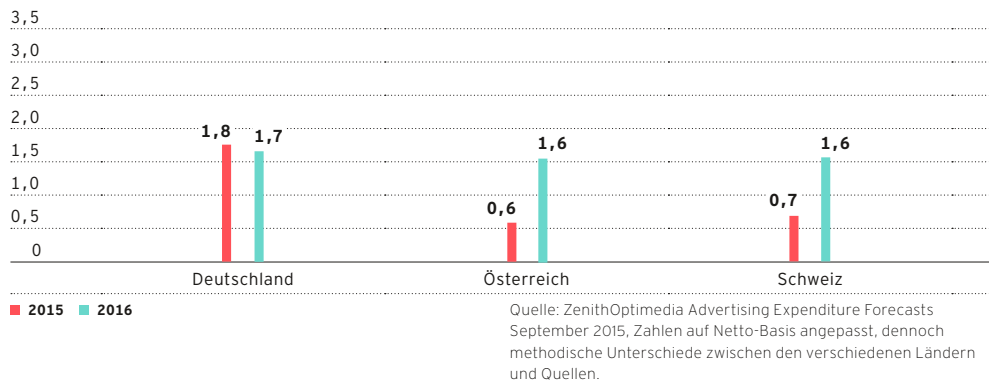
### Erwartete Entwicklung des TV-Werbemarkts in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



### Erwartete Entwicklung des Gesamtwerbemarkts in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



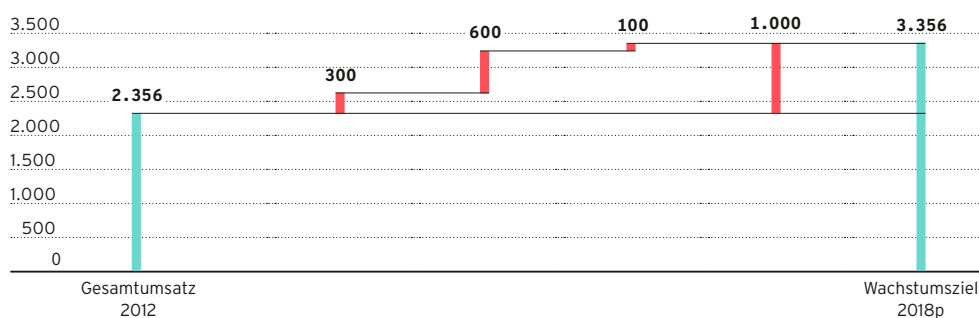
## Unternehmensausblick

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihren Jahresausblick am 26. Februar 2015 zur Bilanzpressekonferenz präsentiert und am 30. Juli 2015 anlässlich der Veröffentlichung des Halbjahresberichts ihr Umsatzziel konkretisiert. Vor dem Hintergrund der weiter positiven Entwicklung im dritten Quartal bzw. im Neunmonatszeitraum und der zu erwartenden positiven Konsolidierungseffekte aus den jüngsten Akquisitionen heben wir das Umsatzziel für das laufende Geschäftsjahr nochmals an: Wir gehen nunmehr davon aus, dass der Konzernumsatz mindestens im niedrigen zweistelligen Prozentbereich im Vergleich zum Vorjahr steigen wird. Zugleich bekräftigen wir unsere Wachstumserwartungen für das recurring EBITDA und den bereinigten Konzernüberschuss (underlying net income). Zum profitablen Wachstum werden auch auf Jahressicht alle drei Berichtssegmente beitragen. Weitere Informationen befinden sich auf Seite 3 dieses Finanzberichtes; dort sind die Zielvorgaben für alle relevanten finanziellen und nicht-finanziellen Leistungsindikatoren dargestellt.

 Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis, Seite 17.

### Bisherige Umsatzwachstumsziele 2018 und Zielerreichung H1 2015

in Mio Euro



Zielerreichung H1 2015	Broadcasting German-speaking <sup>1</sup>	Digital & Adjacent <sup>2</sup>	Content Production & Global Sales	ProSiebenSat.1 Group
in Mio Euro	182	343	150	674
in Prozent	61	57	150	67

Wachstum der externen Umsatzerlöse vs. 2012 aus fortgeführten Aktivitäten. p = Prognose

1 Externe Umsatzerlöse inklusive Pay-TV.  
2 Externe Umsatzerlöse exklusive Pay-TV.

 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 42.

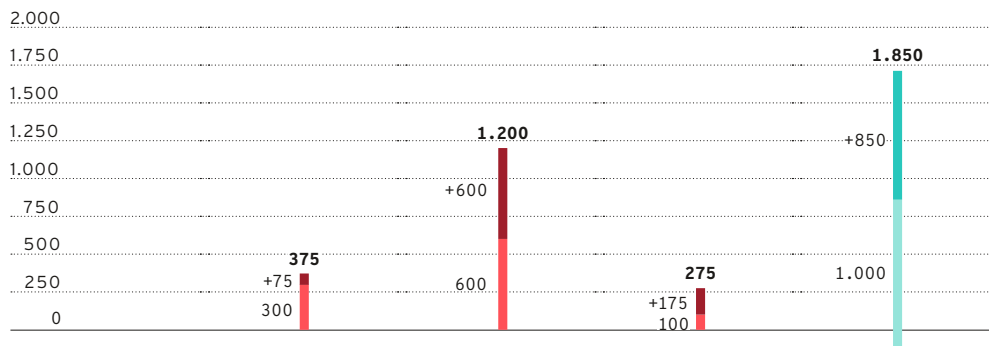
Die Konjunktur- und Branchendaten zeichnen ein positives Bild. Zugleich steigen die Umsätze vor allem in den Segmenten Digital & Adjacent sowie Content Production & Global Sales dynamischer als ursprünglich erwartet. Auf Halbjahressicht 2015 hatte das Unternehmen bereits 67 Prozent seines Umsatzwachstumsziels für 2018 erreicht; geplant waren zu diesem Zeitpunkt 42 Prozent. Vor diesem Hintergrund hat der Konzern auch seine mittelfristigen Wachstumsziele angehoben und rechnet nun mit einem Umsatzwachstum von 1,85 Mrd Euro im Vergleich zu 2012. Das sind 850 Mio Euro mehr als ursprünglich erwartet. Damit soll sich der Konzernumsatz 2018 auf 4,2 Mrd Euro belaufen. Das recurring EBITDA soll sich im gleichen Zeitraum um 350 Mio Euro auf knapp 1,1 Mrd Euro erhöhen. Hier strebte ProSiebenSat.1 zuvor eine Steigerung um 200 Mio Euro bis 250 Mio Euro gegenüber dem Basisjahr 2012 an.

 Nachtragsbericht, Seite 36.

Der Konzern hat seine neuen Wachstumsziele auf dem Kapitalmarkttag am 15. Oktober 2015 veröffentlicht und die Zielvorgaben für alle Segmente auf hohem Niveau angehoben. Eine Übersicht der Umsatzwachstumsziele für 2018 nach Segmenten zeigt folgende Grafik:

**Angehobene Umsatzwachstumsziele 2018 und Zielerreichung 9M 2015**

in Mio Euro



Zielerreichung 9M 2015	Broadcasting German-speaking <sup>1</sup>	Digital & Adjacent <sup>2</sup>	Content Production & Global Sales	ProSiebenSat.1 Group
in Mio Euro	209	392	183	784
in Prozent	56	33	67	42

Wachstum der externen Umsatzerlöse vs. 2012 aus fortgeführten Aktivitäten.

1 Externe Umsatzerlöse inklusive Pay-TV.  
2 Externe Umsatzerlöse exklusive Pay-TV.

— = Bisherige Zielsetzung — = Zielerhebung

Zur positiven Umsatz- und Ergebnisentwicklung werden alle Segmente beitragen. Den höchsten Wachstumsanteil liefert der Bereich Digital & Adjacent mit dem sehr dynamisch wachsenden Ventures- & Commerce-Geschäft. Bis 2018 soll der Umsatzbeitrag im Digitalbereich im Vergleich zu 2012 um 1,2 Mrd Euro auf 1,5 Mrd Euro steigen. Damit werden wir unsere Umsatzbasis noch stärker diversifizieren und mittelfristig rund 50 Prozent der Erlöse außerhalb des TV-Werbe-geschäfts erzielen. Neben organischem Wachstum beschleunigen Akquisitionen die Dynamik. ProSiebenSat.1 hat sein Commerce-Portfolio zuletzt durch größere Unternehmenskäufe wie Verivox und CDS in den ersten neun Monaten 2015 sowie den Erwerb des skandinavischen Online-Reisebüros Etraveli im vierten Quartal gestärkt.

 Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis, Seite 17.

 Nachtragsbericht, Seite 36.

 Finanzierungsanalyse, Seite 24.

An seinem Zielkorridor für den Verschuldungsgrad von 1,5 bis 2,5 und einer ertragsorientierten Dividendenpolitik hält das Unternehmen fest: ProSiebenSat.1 plant weiterhin 80 bis 90 Prozent des bereinigten Konzernüberschusses an seine Anteilseigner auszuschütten. Das bis 2018 angestrebte Wachstum dürfte zu einer deutlichen Steigerung des Shareholder Returns führen. Dabei profitiert das Unternehmen auch von der Investitionswährung Media: ProSiebenSat.1 nutzt freie Werbezeiten zur Portfolioerweiterung und steigert mittels TV-Reichweite die Bekanntheit junger Unternehmen. Im Ergebnis strebt das Unternehmen an, seinen Aktionären sowohl profitables Wachstum als auch eine attraktive Dividendenrendite zu bieten.

# B

# KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

## Inhaltsverzeichnis

- 47 Gewinn- und Verlustrechnung
- 48 Gesamtergebnisrechnung
- 49 Bilanz
- 51 Kapitalflussrechnung
- 53 Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 54 Anhang

# Gewinn- und Verlustrechnung

## Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2014
<b>FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN</b>				
1. Umsatzerlöse	747,1	637,5	2.174,2	1.909,7
2. Umsatzkosten	-422,5	-356,7	-1.218,7	-1.069,5
<b>3. Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>324,6</b>	<b>280,8</b>	<b>955,5</b>	<b>840,2</b>
4. Vertriebskosten	-94,7	-79,2	-247,3	-212,4
5. Verwaltungskosten	-102,7	-84,0	-277,2	-229,7
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-1,1	0,0	-3,2	-3,1
7. Sonstige betriebliche Erträge	5,3	7,9	13,5	17,7
<b>8. Betriebsergebnis</b>	<b>131,4</b>	<b>125,4</b>	<b>441,3</b>	<b>412,7</b>
9. Zinsen und ähnliche Erträge	0,3	0,4	0,7	1,2
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-23,0	-22,5	-63,9	-76,5
11. Zinsergebnis	-22,7	-22,2	-63,1	-75,3
12. Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	0,1	0,4	3,5	2,0
13. Sonstiges Finanzergebnis	21,1	-1,1	10,0	-32,1
<b>14. Finanzergebnis</b>	<b>-1,5</b>	<b>-22,9</b>	<b>-49,7</b>	<b>-105,3</b>
<b>15. Ergebnis vor Steuern</b>	<b>130,0</b>	<b>102,5</b>	<b>391,6</b>	<b>307,4</b>
16. Ertragsteuern	-55,3	-32,8	-135,1	-95,3
<b>17. Konzernergebnis fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>74,7</b>	<b>69,7</b>	<b>256,5</b>	<b>212,1</b>
<b>NICHT-FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN</b>				
18. Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-3,6	-2,8	-2,9	-8,7
<b>KONZERNERGEBNIS</b>	<b>71,1</b>	<b>66,9</b>	<b>253,6</b>	<b>203,3</b>
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis				
	69,5	64,5	249,2	196,9
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter				
	1,6	2,4	4,4	6,4
in Euro				
Ergebnis je Aktie				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,33	0,30	1,17	0,92
Verwässertes Ergebnis je Aktie	0,32	0,30	1,16	0,92
Ergebnis je Aktie fortgeführter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,34	0,32	1,18	0,96
Verwässertes Ergebnis je Aktie	0,34	0,31	1,17	0,96
Ergebnis je Aktie nicht-fortgeführter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	-0,02	-0,01	-0,01	-0,04
Verwässertes Ergebnis je Aktie	-0,02	-0,01	-0,01	-0,04



# Gesamtergebnisrechnung

## Gesamtergebnisrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014	Q1 - Q3 2015	Q1 - Q3 2014
<b>Konzernergebnis</b>	<b>71,1</b>	<b>66,9</b>	<b>253,6</b>	<b>203,3</b>
<b>Zukünftig erfolgswirksam umzugliedernde Posten<sup>1</sup></b>				
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung <sup>2</sup>	-3,0	2,8	8,8	3,0
Bewertung von Cashflow Hedges	17,2	64,5	128,0	74,1
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	-4,8	-18,1	-35,8	-20,7
Umklassifizierung im Rahmen von Entkonsolidierungen	-/-	-/-	-/-	16,7
<b>Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse</b>	<b>9,4</b>	<b>49,3</b>	<b>100,9</b>	<b>73,1</b>
<b>Konzern-Gesamtergebnis</b>	<b>80,5</b>	<b>116,2</b>	<b>354,5</b>	<b>276,5</b>
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Gesamtergebnis	79,0	113,7	349,9	270,0
Gesamtergebnisanteil anderer Gesellschafter	1,5	2,5	4,6	6,4

<sup>1</sup> In den ersten neun Monaten 2015 und in der Vergleichsperiode wurden ausschließlich Posten erfasst, die zukünftig erfolgswirksam umzugliedern sind.

<sup>2</sup> Enthält Anteile anderer Gesellschafter aus Währungsdifferenzen für Q1-Q3 2015 in Höhe von 0,3 Mio Euro (Q1-Q3 2014: 0,0 Mio Euro) und für das Q3 2015 in Höhe von minus 0,1 Mio Euro (Q3 2014: 0,0 Mio Euro). Darüber hinaus enthält die Position im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten und Schulden erfolgsneutral erfasste Beträge in Höhe von 0,0 Mio Euro für Q1-Q3 2015 (Q1-Q3 2014: -1,1 Mio Euro) sowie 0,0 Mio Euro für Q3 2015 (Q3 2014: 0,0 Mio Euro).

# Bilanz

## Bilanz der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	30.09.2015	31.12.2014	30.09.2014
<b>A. Langfristige Vermögenswerte</b>			
I. Immaterielle Vermögenswerte	1.924,7	1.307,5	1.312,3
II. Sachanlagen	218,0	213,7	210,9
III. At-Equity bewertete Anteile	20,8	39,2	36,9
IV. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	337,4	216,0	150,0
V. Programmvermögen	1.166,3	1.101,7	1.145,0
VI. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	0,0	0,0	0,0
VII. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	11,5	6,1	6,6
VIII. Latente Ertragsteueransprüche	9,9	13,3	12,2
	<b>3.688,7</b>	<b>2.897,5</b>	<b>2.873,9</b>
<b>B. Kurzfristige Vermögenswerte</b>			
I. Programmvermögen	134,5	110,2	141,3
II. Vorräte	5,1	1,3	1,8
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	65,5	45,6	42,6
IV. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	363,2	318,1	286,9
V. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	20,2	27,7	50,4
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	56,6	29,6	29,3
VII. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	223,5	470,6	176,8
	<b>868,5</b>	<b>1.003,2</b>	<b>729,2</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>4.557,2</b>	<b>3.900,7</b>	<b>3.603,1</b>

in Mio Euro	30.09.2015	31.12.2014	30.09.2014
<b>A. Eigenkapital</b>			
I. Gezeichnetes Kapital	218,8	218,8	218,8
II. Kapitalrücklage	596,5	592,4	589,0
III. Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	-115,3	-22,7	-172,2
IV. Eigene Anteile	-28,9	-30,5	-32,3
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	109,5	8,8	-39,5
VI. Sonstiges Eigenkapital	-51,1	-28,4	-27,2
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	729,4	738,4	536,6
VII. Anteile anderer Gesellschafter	20,9	15,5	15,1
	<b>750,3</b>	<b>753,9</b>	<b>551,7</b>
<b>B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>			
I. Finanzverbindlichkeiten	1.975,0	1.973,1	1.971,6
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	346,7	206,0	215,5
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	56,9	37,0	18,1
IV. Übrige Verbindlichkeiten	37,6	37,8	21,1
V. Rückstellungen für Pensionen	22,7	19,8	17,8
VI. Sonstige Rückstellungen	13,4	6,2	4,5
VII. Latente Ertragsteuerschulden	215,1	130,0	106,4
	<b>2.667,5</b>	<b>2.409,8</b>	<b>2.355,0</b>
<b>C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>			
I. Finanzverbindlichkeiten	201,1	-/-	0,0
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	124,2	56,4	74,1
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	466,8	374,6	366,6
IV. Übrige Verbindlichkeiten	238,1	228,5	193,2
V. Steuerrückstellungen	45,3	27,6	13,5
VI. Sonstige Rückstellungen	63,8	49,8	49,1
	<b>1.139,3</b>	<b>736,9</b>	<b>696,4</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>4.557,2</b>	<b>3.900,7</b>	<b>3.603,1</b>

# Kapitalflussrechnung

## Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014	Q1 - Q3 2015	Q1 - Q3 2014
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	74,7	69,7	256,5	212,1
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	-3,6	-2,8	-2,9	-8,7
davon Ergebnis aus dem Verkauf nicht-fortgeführte Aktivitäten	-/-	-3,2	-/-	-14,0
<b>Konzernergebnis</b>	<b>71,1</b>	<b>66,9</b>	<b>253,6</b>	<b>203,3</b>
Ertragsteuern	55,3	32,8	135,1	95,3
Finanzergebnis	1,5	22,9	49,7	105,3
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	35,0	31,5	96,5	88,8
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	202,7	183,8	639,4	612,4
Veränderung der Pensionsrückstellungen und sonstigen Rückstellungen	6,6	-2,8	16,2	3,6
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	-3,9	-4,3	-5,5	-2,6
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-6,3	4,1	-21,1	2,6
Cashflow fortgeführter Aktivitäten	365,5	337,8	1.166,9	1.117,5
Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	-0,4	-2,2	0,2	-2,3
<b>Cashflow Gesamt</b>	<b>365,1</b>	<b>335,6</b>	<b>1.167,1</b>	<b>1.115,3</b>
Veränderung Working Capital	30,0	11,9	34,8	-22,1
Erhaltene Dividende	0,6	0,0	6,2	5,6
Gezahlte Steuern	-41,9	-33,2	-119,9	-122,2
Gezahlte Zinsen	-14,4	-17,0	-63,3	-73,3
Erhaltene Zinsen	0,0	0,1	0,2	0,3
Cashflow aus Finanzierungskosten Derivate	-/-	-/-	-/-	-6,3
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	339,9	299,6	1.024,8	899,6
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	-0,5	-0,3	-1,5	19,6
<b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit Gesamt</b>	<b>339,4</b>	<b>299,2</b>	<b>1.023,3</b>	<b>919,2</b>
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	0,1	2,3	0,8	6,3
Auszahlungen für die Beschaffung von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-27,4	-24,5	-75,7	-66,1
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-14,7	-13,1	-31,4	-44,3
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	4,7	1,5	12,4	8,1
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-223,2	-237,6	-733,8	-706,9
Einzahlungen/Auszahlungen von Darlehen an sonstige Beteiligungen	-/-	1,0	-/-	-0,2
Auszahlungen von Darlehen an externe Parteien	-/-	-1,0	-3,5	-5,8
Einzahlungen aus der Rückzahlung externer Darlehen	0,0	-/-	0,1	-/-
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente)	-233,5	-2,0	-267,1	-107,9
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente)	-/-	0,0	-4,6	-3,5
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-493,8	-273,5	-1.102,9	-920,4
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	1,2	-/-	-22,8
davon Einzahlungen aus dem Abgang nicht-fortgeführter Aktivitäten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	-/-	4,0	-/-	-6,4
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit Gesamt</b>	<b>-493,8</b>	<b>-272,3</b>	<b>-1.102,9</b>	<b>-943,2</b>
Free Cashflow fortgeführter Aktivitäten	-154,0	26,0	-78,1	-20,8
Free Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	-0,5	0,9	-1,5	-3,1
<b>Free Cashflow</b>	<b>-154,5</b>	<b>26,9</b>	<b>-79,6</b>	<b>-24,0</b>

## Kapitalflussrechnung Fortsetzung

in Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014	Q1 - Q3 2015	Q1 - Q3 2014
<b>Free Cashflow (Übertrag von Seite 51)</b>	<b>-154,5</b>	<b>26,9</b>	<b>-79,6</b>	<b>-24,0</b>
Auszahlung Dividende	-/-	-/-	-341,9	-313,4
Auszahlung zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	-50,5	0,0	-50,8	-459,8
Einzahlungen aus Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	250,0	-/-	250,0	600,0
Auszahlung zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	-3,0	-2,6	-9,1	-7,4
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	0,0	3,5	1,5	5,3
Auszahlung für den Erwerb von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	-8,1	0,0	-13,6	-0,2
Auszahlung von Finanzierungskosten	-/-	0,1	-2,0	-23,7
Auszahlung von Dividenden an andere Gesellschafter	-2,7	-1,0	-9,6	-6,4
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	185,7	0,1	-175,4	-205,6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-/-	-/-	-/-
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit Gesamt</b>	<b>185,7</b>	<b>0,1</b>	<b>-175,4</b>	<b>-205,6</b>
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands fortgeführter Aktivitäten	-0,3	1,2	7,9	2,1
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	0,0	-/-	-0,3
<b>Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>31,0</b>	<b>28,2</b>	<b>-247,1</b>	<b>-227,7</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	192,5	148,5 <sup>1</sup>	470,6	404,5 <sup>1</sup>
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende (Konzernbilanz)</b>	<b>223,5</b>	<b>176,8</b>	<b>223,5</b>	<b>176,8</b>

<sup>1</sup> Enthält die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente der zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften.

# Eigenkapitalveränderungsrechnung

## Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Ge- zeich- netes Kapital	Kapital- rück- lage	Erwirt- schaf- tetes Konzern- eigen- kapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital					Sons- tiges Eigen- kapital	Den Anteils- eignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigen- kapital
					Unter- schie- ds- betrag aus Währungs- umrech- nung	Bewer- tung von Cashflow- Hedges	Bewer- tungs- effekte aus Pensions- verpflich- tungen	Latente Steuern					
31. Dezember 2013	218,8	585,7	-55,8	-37,6	-16,9	-126,8	-6,2	37,2	-24,6	573,9	10,2	584,1	
Konzernergebnis	-/-	-/-	196,9	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	196,9	6,4	203,3	
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse <sup>1</sup>	-/-	-/-	-/-	-/-	3,0	74,1	-/-	-20,7	-/-	56,4	0,0	56,4	
Umklassifizierung im Rahmen von Entkonsolidierungen	-/-	-/-	-/-	-/-	16,7	-/-	-/-	-/-	-/-	16,7	-/-	16,7	
<b>Konzern- Gesamtergebnis</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>	<b>196,9</b>	<b>-/-</b>	<b>19,7</b>	<b>74,1</b>	<b>-/-</b>	<b>-20,7</b>	<b>-/-</b>	<b>270,0</b>	<b>6,4</b>	<b>276,5</b>	
Gezahlte Dividenden	-/-	-/-	-313,4	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-313,4	-6,4	-319,8	
Anteilsbasierte Vergütungen	-/-	3,3	-/-	5,3	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	8,6	-/-	8,6	
Sonstige Veränderungen	-/-	-/-	0,0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-2,5	-2,5	4,8	2,3	
<b>30. September 2014</b>	<b>218,8</b>	<b>589,0</b>	<b>-172,2</b>	<b>-32,3</b>	<b>2,9</b>	<b>-52,7</b>	<b>-6,2</b>	<b>16,5</b>	<b>-27,2</b>	<b>536,6</b>	<b>15,1</b>	<b>551,7</b>	

<sup>1</sup> Exklusive separat ausgewiesener Effekte aus Entkonsolidierungen. Enthält im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten und Schulden erfolgsneutral erfasste Beträge aus Währungsumrechnung (-1,1 Mio Euro).

## Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Ge- zeich- netes Kapital	Kapital- rück- lage	Erwirt- schaf- tetes Konzern- eigen- kapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital					Sons- tiges Eigen- kapital	Den Anteils- eignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigen- kapital
					Unter- schie- ds- betrag aus Währungs- umrech- nung	Bewer- tung von Cashflow- Hedges	Bewer- tungs- effekte aus Pensions- verpflich- tungen	Latente Steuern					
31. Dezember 2014	218,8	592,4	-22,7	-30,5	5,1	13,0	-7,9	-1,4	-28,4	738,4	15,5	753,9	
Konzernergebnis	-/-	-/-	249,2	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	249,2	4,4	253,6	
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	8,5	128,0	-/-	-35,8	-/-	100,7	0,3	100,9	
<b>Konzern- Gesamtergebnis</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>	<b>249,2</b>	<b>-/-</b>	<b>8,5</b>	<b>128,0</b>	<b>-/-</b>	<b>-35,8</b>	<b>-/-</b>	<b>349,9</b>	<b>4,6</b>	<b>354,5</b>	
Gezahlte Dividenden	-/-	-/-	-341,9	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-341,9	-9,6	-351,5	
Anteilsbasierte Vergütungen	-/-	4,0	-/-	1,5	-/-	-/-	-/-	-/-	-8,2	-2,6	-/-	-2,6	
Sonstige Veränderungen	-/-	0,0	0,1	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-14,5	-14,3	10,3	-4,0	
<b>30. September 2015</b>	<b>218,8</b>	<b>596,5</b>	<b>-115,3</b>	<b>-28,9</b>	<b>13,6</b>	<b>141,1</b>	<b>-7,9</b>	<b>-37,3</b>	<b>-51,1</b>	<b>729,4</b>	<b>20,9</b>	<b>750,3</b>	

# Konzernanhang für den Zwischenabschluss zum 30. September 2015 der ProSiebenSat.1 Group

## 1 Allgemeine Angaben

Die Aktionäre der ProSiebenSat.1 Media AG haben auf der ordentlichen Hauptversammlung am 21. Mai 2015 der Umwandlung der Gesellschaft in eine Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea, SE) zugestimmt. Die Eintragung ins Handelsregister erfolgte am 7. Juli 2015.

Die ProSiebenSat.1 Media SE (vormals: ProSiebenSat.1 Media AG) ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft nach europäischem Recht und als Konzernobergesellschaft unter der Firma ProSiebenSat.1 Media SE beim Amtsgericht München, Deutschland, (HRB 219 439) eingetragen. Die Namens-Stammaktie ist in Deutschland an der Wertpapierbörse in Frankfurt am Main und an der Wertpapierbörse in Luxemburg (Bourse de Luxembourg) notiert. Sitz der Gesellschaft ist Unterföhring. Die Anschrift lautet: ProSiebenSat.1 Media SE, Medienallee 7, 85774 Unterföhring, Deutschland.

Die ProSiebenSat.1 Media SE gehört mit ihren Tochtergesellschaften (zusammen „das Unternehmen“, „der Konzern“ oder „ProSiebenSat.1 Group“) zu den führenden Medienunternehmen Europas. Das Unternehmen ist in die drei Berichtssegmente „Broadcasting German-speaking“, „Digital & Adjacent“ und „Content Production & Global Sales“ unterteilt. Das Segment „Broadcasting German-speaking“ enthält mit werbefinanziertem Free-TV das Kerngeschäft des Konzerns. Zudem sind diesem Segment die erzielten Distributionserlöse aus dem Vertrieb der eigenen HD- und Basic-Pay-TV-Sender zuzurechnen. Der Bereich „Digital & Adjacent“ fasst Ventures & Commerce (umfasst alle Ventures-Aktivitäten sowie die Verticals 7Travel, 7Commerce sowie Online Comparison), Digital Entertainment (bestehend aus Online-Video und Online-Games) und Adjacent (enthält die Bereiche Musik, Live-Entertainment, Events, Ticketing sowie Artist Management) zusammen. Das internationale Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft des Konzerns wird unter dem Segment „Content Production & Global Sales“ subsumiert.

## 2 Grundlagen der Rechnungslegung

Der Konzern-Zwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Group zum 30. September 2015 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt.

Die ProSiebenSat.1 Media SE erstellt und veröffentlicht ihren Konzern-Zwischenabschluss in Euro nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind. Alle Beträge werden, soweit nicht gesondert darauf hingewiesen wird, in Millionen Euro (Mio Euro) angegeben. Die Zahlen beziehen sich, soweit nicht gesondert darauf hingewiesen wird, auf die fortgeführten Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Group.

Die Vorjahreszahlen wurden auf vergleichbarer Basis dargestellt und, wo erforderlich, entsprechend angepasst. Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in diesem Konzern-Zwischenabschluss nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen. Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Umsatzkostenverfahren gegliedert.

Der Konzern-Zwischenabschluss ist im Zusammenhang mit dem geprüften IFRS-Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 und dem darin enthaltenen Anhang zu lesen, den die ProSiebenSat.1 Media SE (vormals ProSiebenSat.1 Media AG) am 17. März 2015 veröffentlicht hat.

Aus Sicht der Unternehmensleitung enthält dieser Konzern-Zwischenabschluss alle üblichen, laufend vorzunehmenden Anpassungen, um ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild des Geschäftsverlaufes des Unternehmens im Berichtszeitraum darzustellen.

Das Kerngeschäft des Konzerns unterliegt starken saisonalen Schwankungen. Im vierten Quartal erzielt die ProSiebenSat.1 Group generell einen überproportional hohen Anteil ihrer jährlichen Werbeeinnahmen aus dem Fernsehgeschäft, da sowohl die Konsumbereitschaft als auch die Fernsehnutzung in der Zeit vor Weihnachten in der Regel signifikant steigen. Die in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 erzielten Ergebnisse lassen deshalb nicht notwendigerweise Vorhersagen über die Entwicklung des weiteren Geschäftsverlaufes zu.

Bei der Aufstellung des Konzern-Zwischenabschlusses nach IFRS sind zu einem gewissen Grad Annahmen zu treffen und Schätzungen vorzunehmen, die sich auf den Wertansatz der bilanzierten Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie auf die Höhe der Aufwendungen und Erträge auswirken können. Durch von den Annahmen abweichende und außerhalb des Einflussbereichs des Managements liegende Entwicklungen dieser Rahmenbedingungen können die sich tatsächlich ergebenden Beträge von den ursprünglich erwarteten Schätzwerten abweichen.

### 3

#### Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, die für den Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2015 angewendet wurden, sind mit Ausnahme der nachfolgend dargestellten Änderungen dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2014 zugrunde lagen. Für weitergehende Angaben zu den angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2014 (vgl. Seiten 176–191 des Geschäftsberichts 2014), der die Grundlage für den vorliegenden Konzern-Zwischenabschluss darstellt.

Die ProSiebenSat.1 Group hat die ab dem Geschäftsjahr 2015 erstmals verpflichtend anzuwendenden Änderungen aus dem jährlichen Verbesserungsprojekt 2011–2013 umgesetzt. Diese betreffen Klarstellungen in vier Standards, darunter **IFRS 1 „Erstmalige Anwendung der International Financial Reporting Standards“**, **IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“**, **IFRS 13 „Bemessung des beizulegenden Zeitwerts“** und **IAS 40 „Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien“**. Aus der Erstanwendung ergaben sich keine Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group.

Neben vorstehend genannten Änderungen sind neue oder geänderte Rechnungslegungsvorschriften des IASB und des IFRS IC verabschiedet worden. Da diese Vorschriften jedoch noch nicht verpflichtend anzuwenden sind bzw. eine Übernahme durch die Europäische Kommission noch aussteht oder für die ProSiebenSat.1 Group nicht relevant sind, wurden sie im Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2015 nicht umgesetzt:

- Änderungen an IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“
- Änderungen an IAS 16 „Sachanlagen“ und IAS 38 „Immaterielle Vermögenswerte“ zur Klärstellung akzeptabler Abschreibungsmethoden
- Änderungen an IAS 16 „Sachanlagen“ und IAS 41 „Landwirtschaft“ hinsichtlich der Bilanzierung fruchttragender Gewächse
- IAS 19 „Leistungsorientierte Pläne: Arbeitnehmerbeiträge (Änderungen an IAS 19)“
- IAS 27 „Equity-Methode im separaten Abschluss (Änderungen an IAS 27)“
- IFRS 9 „Finanzinstrumente“
- IFRS 10/IAS 28 „Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten zwischen einem Investor und einem assoziierten Unternehmen oder Joint Venture (Änderungen an IFRS 10 und IAS 28)“



- „Investmentgesellschaften: Anwendung der Konsolidierungsausnahme (Änderungen an IFRS 10, IFRS 12 und IAS 28)“
- Änderungen an IFRS 11 „Gemeinschaftliche Vereinbarungen“ zur Klarstellung der Bilanzierung von Erwerben von Anteilen an einer gemeinsamen Geschäftstätigkeit
- IFRS 14 „Regulatorische Abgrenzungsposten“
- IFRS 15 „Erlöse aus Verträgen mit Kunden“
- Änderungen im Rahmen des „Jährlichen Verbesserungsprojektes 2010–2012“ und des „Jährlichen Verbesserungsprojektes 2012–2014“

Nach aktueller Einschätzung ist davon auszugehen, dass die Auswirkungen der genannten Standards und Interpretationen, mit Ausnahme von IFRS 9 und IFRS 15, von untergeordneter Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns sein werden. Die ProSiebenSat.1 Group analysiert diese Standards laufend.

Der ausstrahlungsbedingte Werteverzehr des Programmvermögens erfolgt degressiv nach einer konzerneinheitlich standardisierten Matrix, die aktuell das mit der jeweiligen Ausstrahlung verbundene erwartete Erlösgenerierungs- bzw. Zuschauerreichweitenpotenzial widerspiegelt. Im Rahmen der laufenden Überprüfung seiner Abschreibungsmethoden bzw. -verläufe hat der Konzern ab dem dritten Quartal 2015 seine konzernweit standardisierte Abschreibungsmatrix derart angepasst, dass diese nur noch das mit der jeweiligen Ausstrahlung verbundene Zuschauerreichweitenpotenzial widerspiegelt. Hieraus ergeben sich ein geändertes zeitliches Wertverzehrprofil des Programmvermögens und eine Verlängerung der erwarteten Nutzungsdauer. Der auf Grundlage der angepassten Matrix ermittelte Werteverzehr berücksichtigt auch die Diskussionen des IASB im Rahmen der oben genannten Änderungen des IAS 16 „Sachanlagen“ und IAS 38 „Immaterielle Vermögenswerte“ hinsichtlich einer angemessenen Abschreibungsmethode. Die Übernahme dieser Änderungen durch die Europäische Kommission ist zum Stichtag noch ausstehend, wird jedoch für das 4. Quartal 2015 erwartet.

Die Auswirkung der Schätzungsänderung führt im dritten Quartal 2015 zu einer Verminderung des Werteverzehrs von rund 2 Mio Euro. Die Verlängerung der erwarteten Nutzungsdauer wird mittelfristig zu einem geringeren planmäßigen Werteverzehr führen. Dem wird erwartungsgemäß ein höherer außerplanmäßiger Werteverzehr gegenüberstehen. Dieser Effekt steht im Zusammenhang mit einer höheren Anzahl an Ausstrahlungen, die einem außerplanmäßigen Werteverzehr unterliegen werden, und mit höheren Buchwerten zum jeweiligen Zeitpunkt der Erfassung eines außerplanmäßigen Werteverzehrs. Im Ergebnis gehen wir aktuell auch mittelfristig von keinen wesentlichen Effekten auf den in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Gesamtwerteverzehr des Programmvermögens aus.

Nach IAS 36 sind immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer, noch nicht nutzungsreife immaterielle Vermögenswerte bzw. Anzahlungen hierauf und erworbene Geschäfts- oder Firmenwerte einem jährlichen regulären Wertminderungstest zu unterziehen. Im Geschäftsjahr 2015 hat die ProSiebenSat.1 Group den Bewertungsstichtag auf den 31. August (Vorjahr: 30. November) vorgezogen.

## 4 Konsolidierungskreis

Die Anzahl der im Rahmen der Vollkonsolidierung in den Konzern-Zwischenabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 wie folgt geändert:

<b>Vollkonsolidierte Tochterunternehmen</b>			
	<b>Inland</b>	<b>Ausland</b>	<b>Gesamt</b>
Einbezogen zum 31.12.2014	69	65	134
Zugänge	29	18	47
Abgänge	-6	-4	-10
<b>Einbezogen zum 30.09.2015</b>	<b>92</b>	<b>79</b>	<b>171</b>

Die ProSiebenSat.1 Media SE verfügt bei diesen Gesellschaften unmittelbar oder mittelbar über die Mehrheit der Stimmrechte oder kann auf andere Weise die relevanten Aktivitäten der betreffenden Gesellschaften bestimmen.

13 (31. Dezember 2014: 12) Tochtergesellschaften mit ruhender oder nur geringer Geschäftstätigkeit, die sowohl einzeln als auch gesamt für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage sowie des Cashflows der ProSiebenSat.1 Group von untergeordneter Bedeutung sind, werden nicht konsolidiert. Da für diese Gesellschaften kein aktiver Markt existiert und sich beizulegende Zeitwerte nicht verlässlich ermitteln lassen, werden sie zu Anschaffungskosten einschließlich ggf. erforderlicher Wertminderungen im Konzernabschluss bilanziert.

Neben den vollkonsolidierten Unternehmen werden zum 30. September 2015 16 (31. Dezember 2014: 14) assoziierte Unternehmen und drei Gemeinschaftsunternehmen (31. Dezember 2014: 2) nach der Equity-Methode in den Konzern-Zwischenabschluss einbezogen. Assoziierte Unternehmen sind Gesellschaften, auf die die ProSiebenSat.1 Media SE maßgeblichen Einfluss ausübt und die weder Tochterunternehmen noch Gemeinschaftsunternehmen sind. Gemeinschaftsunternehmen sind Gesellschaften, über die mit anderen Unternehmen die gemeinsame Führung ausgeübt wird.

### Wesentliche Akquisitionen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015

#### Erwerb von 80,0 Prozent der Anteile an der Verivox GmbH

Mit Vertrag vom 26. Juni 2015 und wirtschaftlicher Wirkung zum 7. August 2015 hat die ProSiebenSat.1 Group über das Konzernunternehmen Verivox Holding GmbH (vormals: ProSiebenSat.1 Commerce Beteiligungs GmbH), Unterföhring, einen Anteil von 80,0 Prozent an der Verivox GmbH, Heidelberg, erworben. Infolge der Kontrollerlangung wird die Beteiligung sowie deren Tochterunternehmen ab dem Erwerbszeitpunkt voll konsolidiert und dem Segment Digital & Adjacent (siehe Ziffer 5 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Die Gesellschaft betreibt das größte unabhängige Verbraucherportal für Energie in Deutschland und bietet daneben Vergleiche für Telekommunikation, Versicherungen, Finanzen, Fahrzeuge und provisionsfreie Immobilien an. Mit dem Erwerb baut der Konzern seine Aktivität im Bereich der Vergleichsportale weiter aus. Der Barkaufpreis beträgt 166,9 Mio Euro. Im Rahmen des Erwerbs der Gesellschaft wurden Anschaffungsnebenkosten von 3,3 Mio Euro in den Funktionskosten erfasst. Der Kaufpreis nach IFRS 3 enthält ebenso eine auf dem EBITDA des Geschäftsjahres 2015 basierende Earn-Out-Komponente, deren beizulegender Zeitwert sich zum Erwerbszeitpunkt sowie zum Bilanzstichtag auf 13,7 Mio Euro beläuft. Der Fair Value der bedingten Kaufpreiskomponente wurde auf Basis des geschätzten EBITDA für das Geschäftsjahr 2015 bemessen und führt zu einer geschätzten Zahlung in der Spanne von 4,9 Mio Euro bis 22,3 Mio Euro. Darüber hinaus wurde mit den Altgesellschaftern eine Put-Option über den Erwerb von weiteren 20,0 Prozent der Anteile mit Fälligkeit im Jahr 2020 vereinbart. Zum Erwerbszeitpunkt belief sich der beizulegende Zeitwert dieser bedingten Kaufpreiskomponente auf 62,0 Mio Euro, dieser

Wert entspricht ebenso dem beizulegenden Zeitwert zum Bilanzstichtag. Da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Option bei Ausübung zu erfüllen, besteht aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) zum 7. August 2015 eine Konsolidierungsquote von 100,0 Prozent. Der Fair Value der bedingten Kaufpreiskomponente in Höhe von 62,0 Mio Euro wurde mit dem Ertragswertverfahren auf den geschätzten Unternehmenswert in 2020 bemessen. Auf Basis von durchgeführten Sensitivitätsanalysen geht die ProSiebenSat.1 Group davon aus, dass sich der anteilige Unternehmenswert in einer Spanne von 58,1 Mio Euro bis 80,2 Mio Euro bewegt.

Die nachfolgende Tabelle erläutert die vorläufigen finanziellen Auswirkungen dieses Unternehmenszusammenschlusses auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group. Es werden lediglich die Bilanzposten dargestellt, die Werte enthalten:

<b>Akquisition Verivox GmbH</b>			
in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbs- zeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbs- zeitpunkt
Immaterielle Vermögenswerte	3,0	155,6	158,6
Sachanlagen	0,6	-/-	0,6
Latente Ertragsteueransprüche	0,9	-/-	0,9
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>4,5</b>	<b>155,6</b>	<b>160,1</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	8,4	-/-	8,4
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	5,0	-/-	5,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	9,3	-/-	9,3
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>22,7</b>	<b>-/-</b>	<b>22,7</b>
Latente Ertragsteuerschulden	-/-	46,2	46,2
<b>Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>-/-</b>	<b>46,2</b>	<b>46,2</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2,7	-/-	2,7
Sonstige Rückstellungen	4,0	-/-	4,0
Sonstige Verbindlichkeiten	4,0	-/-	4,0
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>10,7</b>	<b>-/-</b>	<b>10,7</b>
<b>Netto-Reinvermögen</b>	<b>16,5</b>	<b>109,4</b>	<b>125,9</b>
Kaufpreis nach IFRS 3			242,6
<b>Geschäfts- oder Firmenwert</b>			<b>116,7</b>

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert resultiert aus dem positiven Unterschiedsbetrag zwischen dem gezahlten Kaufpreis und den beizulegenden Zeitwerten der erworbenen Vermögenswerte sowie übernommenen Schulden unter Berücksichtigung latenter Steuern. Er repräsentiert primär strategische Synergie- sowie Entwicklungspotenziale im Segment Digital & Adjacent und wird demzufolge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Digital & Adjacent zugeordnet. Der Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig und wird in der funktionalen Währung Euro geführt. Bei den identifizierten immateriellen Vermögenswerten handelt es sich um die Marken sowie die von der Verivox GmbH verwendeten Internet-Domänen mit einem beizulegenden Zeitwert von 108,4 Mio Euro. Davon haben Vermögenswerte in Höhe von 107,4 Mio Euro eine unbestimmte Nutzungsdauer und Vermögenswerte von 1,0 Mio Euro eine Nutzungsdauer von zehn Jahren. Daneben werden in diesem Bilanzposten auch Kundenbeziehungen mit einem beizulegenden Zeitwert von 46,0 Mio Euro und einer Nutzungsdauer von acht Jahren ausgewiesen. Ebenso wurden 1,2 Mio Euro auf verwendete Technologien aufgedeckt, die eine Restlaufzeit von fünf Jahren aufweisen. Die Markenbewertung erfolgte nach der Methode der Lizenzpreisanalogie. Die Kundenbeziehungen wurden auf Basis der Residualwertmethode, die Technologie auf Basis von Reproduktionskosten bewertet. Die im Rahmen der Kaufpreisallokation bei der Verivox GmbH identifizierten immateriellen Vermögenswerte wurden von externen, unabhängigen Gutachtern bewertet.

Die Buchwerte der übernommenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Vermögenswerte entsprechen dem beizulegenden Zeitwert.

Eine Einbeziehung der Gesellschaften vom Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung im August hätte folgende Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt: Umsatzerlöse 38,0 Mio Euro sowie ein Ergebnis nach Steuern von 1,7 Mio Euro. Seit der Erstkonsolidierung hat die Gesellschaft Umsatzerlöse von 5,5 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von 1,4 Mio Euro zum Konzern beigetragen.

#### **Erwerb von 51,0 Prozent der Anteile an der Virtual Minds AG**

Mit Vertrag vom 27. Juni 2015 und wirtschaftlicher Wirkung zum 4. September 2015 hat die ProSiebenSat.1 Group über das Konzernunternehmen ProSiebenSat.1 Digital GmbH, Unterföhring, einen Anteil von 51,0 Prozent an der Virtual Minds AG, Freiburg, erworben. Infolge der Kontrollerrlangung wird die Beteiligung sowie deren Tochterunternehmen ab dem Erwerbszeitpunkt voll konsolidiert und dem Segment Digital & Adjacent (siehe Ziffer 5 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Die Gesellschaft ist eine Medienholding, unter deren Dach sich spezialisierte Unternehmen aus den Bereichen Media Technologies, Digital Advertising und Hosting vereinen. Der Kaufpreis nach IFRS 3 besteht aus einem Barkaufpreis in Höhe von 29,1 Mio Euro. Im Rahmen des Erwerbs der Gesellschaft wurden Anschaffungsnebenkosten von 0,4 Mio Euro in den Funktionskosten erfasst. Darüber hinaus wurde mit den Altgesellschaftern eine Put-Option über den Erwerb von weiteren 49,0 Prozent der Anteile vereinbart. Zum Erwerbszeitpunkt belief sich der beizulegende Zeitwert dieser bedingten Kaufpreiskomponente auf 35,7 Mio Euro, dieser Wert entspricht ebenso dem beizulegenden Zeitwert zum Bilanzstichtag. Da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Option bei Ausübung zu erfüllen, besteht aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) zum 4. September 2015 eine Konsolidierungsquote von 100,0 Prozent. Der Fair Value der bedingten Kaufpreiskomponente wurde auf Basis eines vertraglich festgelegten Multiplikators auf den geschätzten Unternehmenswert in 2018 bemessen. Auf Basis von durchgeführten Sensitivitätsanalysen geht die ProSiebenSat.1 Group davon aus, dass sich der anteilige Unternehmenswert in 2018 in einer Spanne von 34,2 Mio Euro bis 40,2 Mio Euro bewegt.

Da die Zahlungshöhe der bedingten Kaufpreiskomponente in Höhe von 35,7 Mio Euro teilweise von der Weiterbeschäftigung des Managements abhängt, wurde dieser Teil der Vereinbarung als von der Akquisition getrennte Transaktion identifiziert. Die in diesem Zusammenhang entstehende Vergütung wird über den Ausübungszeitraum, in welchem die Leistungen des Managements erbracht werden, als Personalaufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Die Höhe der Vergütungskomponente wurde mit dem beizulegenden Zeitwert des möglichen Abschlags bei einem vorzeitigen Austritt des Managements bewertet. Zum Zeitpunkt der Kontrollerlangung und zum Bilanzstichtag beträgt der beizulegende Zeitwert, der als übrige Forderung erfasst ist und den Kaufpreis nach IFRS 3 verringert, 2,9 Mio Euro.

Die nachfolgende Tabelle erläutert die vorläufigen finanziellen Auswirkungen dieses Unternehmenszusammenschlusses auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group. Es werden lediglich die Bilanzposten dargestellt, die Werte enthalten:

**Akquisition Virtual Minds AG**

in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbs- zeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbs- zeitpunkt
Immaterielle Vermögenswerte	0,3	13,2	13,5
Sachanlagen	6,0	-/-	6,0
Latente Ertragsteuersprüche	0,4	1,7	2,1
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>6,8</b>	<b>14,9</b>	<b>21,6</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6,4	-/-	6,4
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	2,4	-/-	2,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7,5	-/-	7,5
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>16,3</b>	<b>-/-</b>	<b>16,3</b>
Latente Ertragsteuerschulden	-/-	4,1	4,1
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	0,1	-/-	0,1
<b>Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>0,1</b>	<b>4,1</b>	<b>4,2</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	4,4	-/-	4,4
Sonstige Rückstellungen	1,7	-/-	1,7
Sonstige Verbindlichkeiten	5,9	-/-	5,9
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>12,0</b>	<b>-/-</b>	<b>12,0</b>
<b>Netto-Reinvermögen</b>	<b>11,0</b>	<b>10,8</b>	<b>21,8</b>
Kaufpreis nach IFRS 3			61,9
<b>Geschäfts- oder Firmenwert</b>			<b>40,1</b>

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert resultiert aus dem positiven Unterschiedsbetrag zwischen dem gezahlten Kaufpreis und den beizulegenden Zeitwerten der erworbenen Vermögenswerte sowie übernommenen Schulden unter Berücksichtigung latenter Steuern. Er repräsentiert primär strategische Synergie- sowie Entwicklungspotenziale im Segment Digital & Adjacent und wird demzufolge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Digital & Adjacent zugeordnet. Der Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig und wird in der funktionalen Währung Euro geführt. Bei den identifizierten immateriellen Vermögenswerten handelt es sich um vom Unternehmen genutzte Technologien mit einem beizulegenden Zeitwert von 4,2 Mio Euro und einer Nutzungsdauer von fünf Jahren. Daneben werden in diesem Bilanzposten auch Kundenbeziehungen mit einem beizulegenden Zeitwert von 4,8 Mio Euro und einer Nutzungsdauer von 10 Jahren sowie weitere Kundenbeziehungen mit einem beizulegenden Zeitwert von 4,2 Mio Euro und einer Nutzungsdauer von fünf Jahren ausgewiesen. Die Bewertung erfolgte auf Basis der Residualwertmethode. Zudem erwirbt die ProSiebenSat.1 Group drei at-Equity bilanzierte Unternehmen, welchen ein zusätzlicher Wert von 1,7 Mio Euro zugewiesen wird. Die im Rahmen der Kaufpreisallokation bei der Virtual Minds AG identifizierten Vermögenswerte wurden von externen, unabhängigen Gutachtern bewertet.

Die Buchwerte der übernommenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Vermögenswerte entsprechen dem beizulegenden Zeitwert.

Eine Einbeziehung der erworbenen Gesellschaften vom Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung im September hätte folgende Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt: Umsatzerlöse 12,1 Mio Euro sowie ein Ergebnis nach Steuern von 1,1 Mio Euro. Seit der Erstkonsolidierung haben die Gesellschaften lediglich unwesentliche Umsatz- und Ergebnisbeiträge zum Konzern beigesteuert.

**Erwerb von weiteren 55,0 Prozent der Anteile an der SMARTSTREAM.TV GmbH**

Mit Vertrag vom 30. Juni 2015 und wirtschaftlicher Wirkung zum 14. August 2015 hat die ProSiebenSat.1 Group über das Konzernunternehmen ProSiebenSat.1 Digital GmbH, Unterföhring, ihren Anteil an der SMARTSTREAM.TV GmbH um 55,0 auf 80,0 Prozent erhöht. Die ProSiebenSat.1

Group hielt bereits über das Konzernunternehmen SevenVentures GmbH, Unterföhring, 25,0 Prozent der Anteile. Infolge der Kontrollerlangung wird die bislang nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligung ab dem Erwerbszeitpunkt voll konsolidiert und dem Segment Digital & Adjacent (siehe Ziffer 5 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Die Gesellschaft erbringt Dienstleistungen im Bereich der Optimierung von Online-Werbeflächen. Der Kaufpreis nach IFRS 3 besteht aus einem Barkaufpreis in Höhe von 11,9 Mio Euro mit Fälligkeit in 2016 sowie einer Earn-Out-Komponente. Zum Erwerbszeitpunkt belief sich der beizulegende Zeitwert dieser bedingten Kaufpreiskomponente auf 11,0 Mio Euro, dieser Wert entspricht ebenso annähernd dem beizulegenden Zeitwert zum Bilanzstichtag. Der Fair Value der bedingten Kaufpreiskomponente wurde auf Basis des geschätzten Ergebnisses vor Steuern für das Geschäftsjahr 2015 bemessen und ist in 2016 fällig. Im Rahmen des Erwerbs der Gesellschaft wurden Anschaffungsnebenkosten von 0,2 Mio Euro in den Funktionskosten erfasst. Darüber hinaus ergibt sich aus der Neubewertung des bisher gehaltenen Anteils in Höhe von 25,0 Prozent und einem Buchwert von 1,6 Mio Euro zum Erwerbszeitpunkt ein im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesener Gewinn in Höhe von 7,7 Mio Euro. Der beizulegende Zeitwert der at-Equity Beteiligung zum Erwerbszeitpunkt (9,4 Mio Euro) stellt ebenfalls einen Kaufpreisbestandteil nach IFRS 3 dar.

Die nachfolgende Tabelle erläutert die vorläufigen finanziellen Auswirkungen dieses Unternehmenszusammenschlusses auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group. Es werden lediglich die Bilanzposten dargestellt, die Werte enthalten:

<b>Akquisition SMARTSTREAM.TV GmbH</b>			
in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbs- zeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbs- zeitpunkt
Immaterielle Vermögenswerte	1,7	20,4	22,1
Sachanlagen	0,0	-/-	0,0
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>1,7</b>	<b>20,4</b>	<b>22,1</b>
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3,2	-/-	3,2
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	0,7	-/-	0,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	3,5	-/-	3,5
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>7,4</b>	<b>-/-</b>	<b>7,4</b>
Latente Ertragsteuerschulden	0,3	6,6	6,9
<b>Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>0,3</b>	<b>6,6</b>	<b>6,9</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0,0	-/-	0,0
Sonstige Rückstellungen	4,3	-/-	4,3
Sonstige Verbindlichkeiten	2,1	-/-	2,1
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>6,4</b>	<b>-/-</b>	<b>6,4</b>
Anteile anderer Gesellschafter	0,5	2,8	3,3
<b>Netto-Reinvermögen</b>	<b>2,0</b>	<b>11,0</b>	<b>13,0</b>
Kaufpreis nach IFRS 3			32,2
<b>Geschäfts- oder Firmenwert</b>			<b>19,1</b>

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert resultiert aus dem positiven Unterschiedsbetrag zwischen dem gezahlten Kaufpreis und den beizulegenden Zeitwerten der erworbenen Vermögenswerte sowie übernommenen Schulden unter Berücksichtigung latenter Steuern. Er repräsentiert primär strategische Synergie- sowie Entwicklungspotenziale im Segment Digital & Adjacent und wird demzufolge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Digital & Adjacent zugeordnet. Der Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig und wird in der funktionalen Währung Euro geführt. Bei den identifizierten immateriellen Vermögenswerten handelt es sich in erster Linie um die verwendete Technologie mit einem beizulegenden Zeitwert von 7,4 Mio Euro und einer Nutzungsdauer von fünf Jahren sowie um die Marke mit einem beizulegenden Zeitwert

von 0,4 Mio Euro und einer unbestimmten Nutzungsdauer. Daneben werden in diesem Bilanzposten auch Kundenbeziehungen mit einem beizulegenden Zeitwert von 12,6 Mio Euro und einer Nutzungsdauer von acht Jahren ausgewiesen. Die Markenbewertung sowie die Bewertung der Technologie erfolgten nach der Methode der Lizenzpreisanalogie. Die Kundenbeziehungen wurden auf Basis der Residualwertmethode bewertet. Die im Rahmen der Kaufpreisallokation bei der SMARTSTREAM.TV GmbH identifizierten immateriellen Vermögenswerte wurden von externen, unabhängigen Gutachtern bewertet.

Die Buchwerte der übernommenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Vermögenswerte entsprechen dem beizulegenden Zeitwert.

Eine Einbeziehung der Gesellschaft vom Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung im September 2015 hätte folgende Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt: Umsatzerlöse 13,8 Mio Euro sowie ein Ergebnis nach Steuern von 2,0 Mio Euro. Seit der Erstkonsolidierung hat die Gesellschaft lediglich unwesentliche Umsatz- und Ergebnisbeiträge zum Konzern beigesteuert.

#### **Erwerb von weiteren 50,0 Prozent der Anteile an der Collective Digital Studio, LLC**

Mit Vertrag vom 30. Juni 2015 hat die ProSiebenSat.1 Group über ihre Konzernunternehmen Red Arrow International, Inc., Los Angeles, USA, bzw. ProSiebenSat.1 Digital & Adjacent GmbH, Unterföhring, den Anteil an der Collective Digital Studio, LLC, Los Angeles, USA, um weitere 50,0 auf 75,0 Prozent erhöht.

Bereits im zweiten Quartal des Geschäftsjahres 2015 hat der Konzern auf Basis des Beteiligungsvertrages vom 20. März 2014 und mit wirtschaftlicher Wirkung zum 7. April 2015 über das Konzernunternehmen Red Arrow International, Inc., Los Angeles, USA, den Anteil an seinem assoziierten Unternehmen um 5,0 Prozent auf 25,0 Prozent aufgestockt. Für die entsprechende Erhöhung des Anteilsbesitzes hat der Konzern einen Barkaufpreis in Höhe von 5,0 Mio US-Dollar (ca. 4,6 Mio Euro) geleistet.

Collective Digital Studio, LLC, ist eines der führenden Multi-Channel-Netzwerke (MCN) in den Vereinigten Staaten. Das Unternehmen produziert, vertreibt und vermarktet Video-Inhalte über digitale Plattformen. Mit dem Mehrheitserwerb internationalisiert die ProSiebenSat.1 Group ihr Online-Video-Geschäft. Im Zuge der Transaktion wurden Studio71, ein bislang von ProSiebenSat.1 gegründetes MCN, und CDS künftig als global agierendes MCN zusammengeführt. Hierfür wurden 100,0 Prozent der Anteile an der Studio 71 GmbH und 100,0 Prozent der Anteile an der Collective Digital Studio, LLC, in eine Holdinggesellschaft eingebracht. An dieser Gesellschaft ist der Konzern mit 75,0 Prozent beteiligt, die Altgesellschafter von CDS halten einen Anteil von 25,0 Prozent. Infolge der Kontrollerlangung am 27. Juli 2015 wird die bislang nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligung sowie deren Tochterunternehmen ab dem Erwerbszeitpunkt voll konsolidiert und dem Segment Digital & Adjacent (siehe Ziffer 5 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Der Konzern investiert für den Erwerb der weiteren 50,0 Prozent der Anteile insgesamt einen Barkaufpreis in Höhe von 82,8 Mio US-Dollar (74,8 Mio Euro). Im Rahmen des Erwerbs der Gesellschaft wurden Anschaffungsnebenkosten von 2,7 Mio Euro in den Funktionskosten erfasst. Darüber hinaus ergibt sich aus der Neubewertung des bisher gehaltenen Anteils in Höhe von 25,0 Prozent und einem Buchwert von 13,7 Mio Euro zum Erwerbszeitpunkt ein im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesener Gewinn in Höhe von 21,7 Mio Euro. Der beizulegende Zeitwert der at-Equity Beteiligung zum Erwerbszeitpunkt (35,5 Mio Euro) stellt ebenfalls einen Kaufpreisbestandteil nach IFRS 3 dar.

Darüber hinaus wurde mit den Altgesellschaftern eine Put-Option über den Erwerb von weiteren 25,0 Prozent der Anteile der Holding vereinbart. Zum Erwerbszeitpunkt belief sich der bei-

zulegende Zeitwert dieser bedingten Kaufpreiskomponente auf 95,9 Mio US-Dollar (87,4 Mio Euro), dieser Wert entspricht ebenso annähernd dem beizulegenden Zeitwert zum Bilanzstichtag. Da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Option bei Ausübung zu erfüllen, besteht aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) zum 27. Juli 2015 eine Konsolidierungsquote von 100,0 Prozent. Der Fair Value der bedingten Kaufpreiskomponente in Höhe von 87,4 Mio Euro wurde mit dem Ertragswertverfahren auf den geschätzten Unternehmenswert der Holding in 2019 bemessen. Auf Basis von durchgeführten Sensitivitätsanalysen geht die ProSiebenSat.1 Group davon aus, dass sich der anteilige Unternehmenswert in 2019 in einer Spanne von 92,7 Mio US-Dollar bis 113,1 Mio US-Dollar (82,9 Mio Euro bis 101,2 Mio Euro) bewegt. Ein Maximalbetrag ist nicht festgelegt.

Da die Zahlungshöhe der bedingten Kaufpreiskomponente in Höhe von 87,4 Mio Euro teilweise von der Weiterbeschäftigung des Managements abhängt, wurde dieser Teil der Vereinbarung als von der Akquisition getrennte Transaktion identifiziert. Die in diesem Zusammenhang entstehende Vergütung wird über den Ausübungszeitraum, in welchem die Leistungen des Managements erbracht werden, als Personalaufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Die Höhe der Vergütungskomponente wurde mit dem beizulegenden Zeitwert des möglichen Abschlags bei einem vorzeitigen Austritt des Managements bewertet. Zum Zeitpunkt der Kontrollerlangung sowie zum Bilanzstichtag beträgt der beizulegende Zeitwert, der als übrige Forderung erfasst ist und den Kaufpreis nach IFRS 3 verringert, 5,8 Mio Euro.

Die nachfolgende Tabelle erläutert die vorläufigen finanziellen Auswirkungen dieses Unternehmenszusammenschlusses auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group. Es werden lediglich die Bilanzposten dargestellt, die Werte enthalten:

#### Akquisition Collective Digital Studio, LLC

in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbs- zeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbs- zeitpunkt
Immaterielle Vermögenswerte	0,4	15,9	16,3
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>0,4</b>	<b>15,9</b>	<b>16,3</b>
Programmvermögen	2,0	-/-	2,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7,7	-/-	7,7
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	3,4	-/-	3,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	11,2	-/-	11,2
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>24,3</b>	<b>-/-</b>	<b>24,3</b>
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	0,3	-/-	0,3
<b>Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>0,3</b>	<b>-/-</b>	<b>0,3</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6,1	-/-	6,1
Sonstige Rückstellungen	0,2	-/-	0,2
Sonstige Verbindlichkeiten	8,1	-/-	8,1
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>14,4</b>	<b>-/-</b>	<b>14,4</b>
<b>Netto-Reinvermögen</b>	<b>9,9</b>	<b>15,9</b>	<b>25,8</b>
Kaufpreis nach IFRS 3			191,9
<b>Geschäfts- oder Firmenwert</b>			<b>166,1</b>

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert resultiert aus dem positiven Unterschiedsbetrag zwischen dem gezahlten Kaufpreis und den beizulegenden Zeitwerten der erworbenen Vermögenswerte sowie übernommenen Schulden. Er repräsentiert primär strategische Synergie- sowie Entwicklungspotenziale im Segment Digital & Adjacent und wird demzufolge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Digital & Adjacent zugeordnet. Der Geschäfts- oder Firmenwert ist steuer-



lich abzugsfähig und wird in der funktionalen Währung US-Dollar geführt. Bei den identifizierten immateriellen Vermögenswerten handelt es sich um diverse vertragliche Beziehungen zu Künstlern, Werbekunden sowie Geschäftskunden mit jeweils beizulegenden Zeitwerten von 4,8 Mio US-Dollar (4,3 Mio Euro), 3,0 Mio US-Dollar (2,7 Mio Euro) und 0,4 Mio US-Dollar (0,4 Mio Euro) sowie Nutzungsdauern von fünf, sechs und drei Jahren. Daneben werden in diesem Bilanzposten die folgenden Vermögenswerte ausgewiesen: Die Marke mit einem beizulegenden Zeitwert von 2,0 Mio US-Dollar (1,8 Mio Euro) und einer Nutzungsdauer von fünf Jahren, zwei vorteilhafte Vertragsbeziehungen im Vermarktungsbereich mit einem beizulegenden Zeitwert von 1,8 Mio US-Dollar (1,6 Mio Euro) bzw. 0,7 Mio US-Dollar (0,6 Mio Euro) und einer Nutzungsdauer von fünf bzw. sechs Jahren, Wettbewerbsverbote mit einem beizulegenden Zeitwert von 3,3 Mio US-Dollar (3,0 Mio Euro) und einer Nutzungsdauer von vier Jahren sowie die Rechte an produzierten Programminhalten mit einem beizulegenden Zeitwert von 1,5 Mio US-Dollar (1,3 Mio Euro) und einer Nutzungsdauer von vier Monaten. Die Markenbewertung erfolgte nach der Methode der Lizenzpreisanalogie. Alle weiteren identifizierten, immateriellen Vermögenswerte wurden auf Basis der Residualwertmethode bewertet. Die im Rahmen der Kaufpreisallokation bei der Collective Digital Studio, LLC identifizierten immateriellen Vermögenswerte wurden von externen, unabhängigen Gutachtern bewertet.

Die Buchwerte des übernommenen Programmvermögens, der übernommenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Vermögenswerte entsprechen dem beizulegenden Zeitwert.

Eine Einbeziehung der erworbenen Gesellschaften vom Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung im August 2015 hätte folgende Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt: Umsatzerlöse 31,0 Mio US-Dollar (27,8 Mio Euro) sowie ein Ergebnis nach Steuern von minus 11,9 Mio US-Dollar (-10,7 Mio Euro). Seit der Erstkonsolidierung hat die Gesellschaft Umsatzerlöse von 4,6 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 1,2 Mio Euro zum Konzern beigetragen.

#### **Erwerb von 51,79 Prozent der Anteile an der Sonoma Internet GmbH**

Mit Vertrag vom 16. März 2015 und wirtschaftlicher Wirkung zum 1. April 2015 hat die ProSiebenSat.1 Group über das Konzernunternehmen ProSiebenSat.1 Commerce GmbH, Unterföhring, ihren Anteil an der Sonoma Internet GmbH, Berlin, um 51,79 auf 75,0 Prozent erhöht. Infolge der Kontrollerrlangung wird die bislang nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligung ab dem Erwerbszeitpunkt voll konsolidiert und dem Segment Digital & Adjacent (siehe Ziffer 5 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Die Gesellschaft betreibt über das Internetportal „amorie.de“ einen Online-Lifestyle-Shop für das Liebesleben. Mit dem Erwerb baut der Konzern sein E-Commerce-Geschäft weiter aus. Der Barkaufpreis beträgt 17,5 Mio Euro. Im Rahmen des Erwerbs der Gesellschaft wurden Anschaffungsnebenkosten von 0,1 Mio Euro in den Funktionskosten erfasst. Darüber hinaus wurde mit den Altgesellschaftern eine Put-Option über den Erwerb von weiteren fünf Prozent der Anteile vereinbart. Zum Erwerbszeitpunkt belief sich der beizulegende Zeitwert dieser bedingten Kaufpreiskomponente auf 2,2 Mio Euro, dieser Wert entspricht ebenso annähernd dem beizulegenden Zeitwert zum Bilanzstichtag. Da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Option bei Ausübung zu erfüllen, besteht aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) zum 1. April 2015 eine Konsolidierungsquote von 80,0 Prozent. Der Fair Value der bedingten Kaufpreiskomponente wurde auf Basis eines vertraglich festgelegten Multiplikators bemessen und ist im Jahr 2017 fällig. Darüber hinaus ergibt sich aus der Neubewertung des bisher gehaltenen Anteils in Höhe von 23,21 Prozent und einem Buchwert von 2,6 Mio Euro zum Erwerbszeitpunkt ein im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesener Gewinn in Höhe von 5,4 Mio Euro. Der beizulegende Zeitwert der at-Equity Beteiligung zum Erwerbszeitpunkt (8,0 Mio Euro) stellt ebenfalls einen Kaufpreisbestandteil nach IFRS 3 dar.

Die nachfolgende Tabelle erläutert die vorläufigen finanziellen Auswirkungen dieses Unternehmenszusammenschlusses auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group. Es werden lediglich die Bilanzposten dargestellt, die Werte enthalten:

in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbs- zeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbs- zeitpunkt
Immaterielle Vermögenswerte	0,2	13,7	13,9
Sachanlagen	0,0	-/-	0,0
Latente Ertragsteueransprüche	1,5	-/-	1,5
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>1,7</b>	<b>13,7</b>	<b>15,4</b>
Vorräte	0,5	-/-	0,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	0,6	-/-	0,6
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	0,5	-/-	0,5
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	0,5	-/-	0,5
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>2,0</b>	<b>-/-</b>	<b>2,0</b>
Latente Ertragsteuerschulden	-/-	4,1	4,1
<b>Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>-/-</b>	<b>4,1</b>	<b>4,1</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2,3	-/-	2,3
Sonstige Rückstellungen	0,0	-/-	0,0
Sonstige Verbindlichkeiten	0,2	-/-	0,2
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>2,6</b>	<b>-/-</b>	<b>2,6</b>
Anteile anderer Gesellschafter	0,2	1,9	2,1
<b>Netto-Reinvermögen</b>	<b>0,9</b>	<b>7,7</b>	<b>8,6</b>
Kaufpreis nach IFRS 3			27,7
<b>Geschäfts- oder Firmenwert</b>			<b>19,2</b>

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert resultiert aus dem positiven Unterschiedsbetrag zwischen dem gezahlten Kaufpreis und den beizulegenden Zeitwerten der erworbenen Vermögenswerte sowie übernommenen Schulden unter Berücksichtigung latenter Steuern. Er repräsentiert primär strategische Synergie- sowie Entwicklungspotenziale im Segment Digital & Adjacent und wird demzufolge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Digital & Adjacent zugeordnet. Der Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig und wird in der funktionalen Währung Euro geführt. Bei den identifizierten immateriellen Vermögenswerten handelt es sich in erster Linie um die Marke bzw. Internet-Domain „amorelie.de“ mit einem beizulegenden Zeitwert von 13,0 Mio Euro und einer unbestimmten Nutzungsdauer. Daneben werden in diesem Bilanzposten auch Kundenbeziehungen mit einem beizulegenden Zeitwert von 0,7 Mio Euro und einer Nutzungsdauer von 18 Monaten ausgewiesen. Die Markenbewertung erfolgte nach der Methode der Lizenzpreis analogie. Die Kundenbeziehungen wurden auf Basis der Residualwertmethode bewertet. Die im Rahmen der Kaufpreisallokation bei der Sonoma Internet GmbH identifizierten immateriellen Vermögenswerte wurden von externen, unabhängigen Gutachtern bewertet.

Die Buchwerte der übernommenen Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Vermögenswerte entsprechen dem beizulegenden Zeitwert.

Eine Einbeziehung der Gesellschaft vom Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung am 1. April 2015 hätte folgende Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt: Umsatzerlöse 3,3 Mio Euro sowie ein Ergebnis nach Steuern von minus 0,8 Mio Euro. Seit der Erstkonsolidierung hat die Gesellschaft Umsatzerlöse von 7,3 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 2,7 Mio Euro zum Konzern beigetragen.

### Vollständiger Erwerb der Flaconi GmbH

Mit Vertrag vom 17. März 2015 und wirtschaftlicher Wirkung zum 1. April 2015 hat die ProSiebenSat.1 Group über das Konzernunternehmen ProSiebenSat.1 Commerce GmbH, Unterföhring, ihren Anteil an der Flaconi GmbH, Berlin, um 53,01 auf 100,0 Prozent erhöht. Infolge der Kontrollerlangung wird die bislang nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligung ab dem Erwerbszeitpunkt voll konsolidiert und dem Segment Digital & Adjacent (siehe Ziffer 5 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Die Gesellschaft betreibt über das Internetportal „flaconi.de“ einen Online-Shop für Parfüm und Kosmetik im deutschsprachigen Markt. Der Erwerb dient dem Ausbau des E-Commerce-Geschäfts. Der Kaufpreis nach IFRS 3 besteht aus einem Barkaufpreis in Höhe von 15,5 Mio Euro sowie einer Earn-Out-Komponente mit Fälligkeit im Jahr 2015. Zum Erwerbszeitpunkt belief sich der beizulegende Zeitwert dieser bedingten Kaufpreiskomponente auf 0,1 Mio Euro, dieser Wert entspricht ebenso annähernd dem beizulegenden Zeitwert zum Bilanzstichtag. Im Rahmen des Erwerbs der Gesellschaft wurden Anschaffungsnebenkosten von 0,2 Mio Euro in den Funktionskosten erfasst. Darüber hinaus ergibt sich aus der Neubewertung des bisher gehaltenen Anteils in Höhe von 46,99 Prozent und einem Buchwert von 8,1 Mio Euro zum Erwerbszeitpunkt ein im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesener Gewinn in Höhe von 0,1 Mio Euro. Der beizulegende Zeitwert der at-Equity Beteiligung zum Erwerbszeitpunkt (8,2 Mio Euro) stellt ebenfalls einen Kaufpreisbestandteil nach IFRS 3 dar.

Die nachfolgende Tabelle erläutert die vorläufigen finanziellen Auswirkungen dieses Unternehmenszusammenschlusses auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group. Es werden lediglich die Bilanzposten dargestellt, die Werte enthalten:

<b>Akquisition Flaconi GmbH</b>			
in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbs- zeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbs- zeitpunkt
Immaterielle Vermögenswerte	0,2	7,3	7,5
Sachanlagen	0,3	-/-	0,3
Latente Ertragsteueransprüche	2,2	-/-	2,2
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>2,7</b>	<b>7,3</b>	<b>9,9</b>
Vorräte	2,6	-/-	2,6
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	0,8	-/-	0,8
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	1,3	-/-	1,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	0,7	-/-	0,7
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>5,4</b>	<b>-/-</b>	<b>5,4</b>
Latente Ertragsteuerschulden	-/-	2,2	2,2
<b>Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>-/-</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	2,2	-/-	2,2
Sonstige Rückstellungen	0,2	-/-	0,2
Sonstige Verbindlichkeiten	1,8	-/-	1,8
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>4,2</b>	<b>-/-</b>	<b>4,2</b>
<b>Netto-Reinvermögen</b>	<b>3,9</b>	<b>5,1</b>	<b>9,0</b>
Kaufpreis nach IFRS 3			23,8
<b>Geschäfts- oder Firmenwert</b>			<b>14,8</b>

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert resultiert aus dem positiven Unterschiedsbetrag zwischen dem gezahlten Kaufpreis und den beizulegenden Zeitwerten der erworbenen Vermögenswerte sowie übernommenen Schulden unter Berücksichtigung latenter Steuern. Er repräsentiert primär strategische Synergie- sowie Entwicklungspotenziale im Segment Digital & Adjacent und wird demzufolge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Digital & Adjacent zugeordnet. Der Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig und wird in der funktionalen

Währung Euro geführt. Bei den identifizierten immateriellen Vermögenswerten handelt es sich in erster Linie um die Marke bzw. Internet-Domain „flaconi.de“ mit einem beizulegenden Zeitwert von 6,6 Mio Euro und einer unbestimmten Nutzungsdauer. Daneben werden in diesem Bilanzposten auch Kundenbeziehungen mit einem beizulegenden Zeitwert von 0,7 Mio Euro und einer Nutzungsdauer von vier Jahren ausgewiesen. Die Markenbewertung erfolgte nach der Methode der Lizenzpreisanalogie. Die Kundenbeziehungen wurden auf Basis der Residualwertmethode bewertet. Die im Rahmen der Kaufpreisallokation bei der Flaconi GmbH identifizierten immateriellen Vermögenswerte wurden von externen, unabhängigen Gutachtern bewertet.

Die Buchwerte der übernommenen Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie sonstigen Vermögenswerte entsprechen dem beizulegenden Zeitwert.

Eine Einbeziehung der Gesellschaft vom Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung am 1. April 2015 hätte folgende Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt: Umsatzerlöse 4,0 Mio Euro sowie ein Ergebnis nach Steuern von minus 0,9 Mio Euro. Seit der Erstkonsolidierung hat die Gesellschaft Umsatzerlöse von 12,1 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 0,3 Mio Euro zum Konzern beigetragen.

### **Sonstige Transaktionen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015**

#### **Erwerb von 24,9 Prozent der Anteile an der mydays Holding GmbH**

Im Geschäftsjahr 2013 erwarb die ProSiebenSat.1 Group über das Konzernunternehmen Seven Ventures GmbH, Unterföhring, 75,1 Prozent der Anteile und somit die Kontrolle über die mydays Holding GmbH, München. Die Gesellschaft betreibt mit mydays.de eines der führenden Portale für Erlebnisgeschenke in Deutschland. Inzwischen wird die Gesellschaft von der ProSieben Travel GmbH, Unterföhring, gehalten. Mit dem Kauf- und Abtretungsvertrag vom 28. November 2014 und wirtschaftlicher Wirkung zum 13. Januar 2015 erwarb die ProSieben Travel GmbH die restlichen Anteile von 24,9 Prozent an der mydays Holding GmbH. Der Festkaufpreis betrug 0,5 Mio Euro und wurde am 13. Januar 2015 an den Verkäufer überwiesen. Der Anteilskaufvertrag enthält eine Earn-Out-Vereinbarung mit beizulegendem Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt von 5,1 Mio Euro. Zum Berichtsstichtag beträgt der beizulegende Zeitwert dieser Verbindlichkeit 5,2 Mio Euro.

Darüber hinaus fanden in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 keine Erwerbe mit wesentlichen Auswirkungen oder sonstige wesentliche Veränderungen des Anteilsbesitzes statt.

#### **Nicht-fortgeführte Aktivitäten**

Mit Unterzeichnung der Verträge am 20. Dezember (Ungarn) bzw. am 19. und 23. Dezember 2013 (Rumänien) hat die ProSiebenSat.1 Group ihre zentral- und osteuropäischen TV- und Radiosender verkauft. Mit formalem und rechtlichem Vollzug der jeweiligen Kaufverträge wurden die betroffenen Gesellschaften am 25. Februar 2014 (Ungarn) bzw. am 2. April 2014 (Rumänien TV) sowie am 4. August 2014 (Rumänien Radio) entkonsolidiert.

Die Veräußerung dient der strategischen Fokussierung auf die Bereiche deutschsprachiges Fernsehen, internationales Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft sowie digitale und angrenzende Geschäfte. Detaillierte Informationen zur Entkonsolidierung der osteuropäischen Aktivitäten finden sich im Anhang zum Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2014 unter Ziffer 7 „Akquisitionen und Verkäufe“.

Nach der vollständigen Entkonsolidierung der ungarischen und rumänischen TV- und Radio-Aktivitäten werden zum 30. September 2015 sowie zum Vergleichsstichtag per 31. Dezember 2014 keine Vermögenswerte der zur Veräußerung stehenden Tochterunternehmen sowie hiermit in Verbindung stehende Verbindlichkeiten in der Konzernbilanz ausgewiesen.

Die folgende Tabelle enthält das Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten für das dritte Quartal sowie die ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2015.

<b>Gewinn- und Verlustrechnung nicht-fortgeführter Aktivitäten</b>				
in Mio Euro	<b>Q3 2015</b>	<b>Q3 2014</b>	<b>Q1-Q3 2015</b>	<b>Q1-Q3 2014</b>
1. Umsatzerlöse	-/-	-/-	-/-	12,3
2. Aufwendungen	-0,1	0,0	-0,3	-14,6
3. Erträge	-/-	-/-	1,1	0,3
<b>4. Betriebsergebnis</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,8</b>	<b>-2,0</b>
5. Finanzergebnis	-3,3	0,5	-3,3	0,8
<b>6. Betriebsergebnis vor Steuern</b>	<b>-3,4</b>	<b>0,5</b>	<b>-2,5</b>	<b>-1,2</b>
7. Ertragsteuern	-0,1	-0,1	-0,4	6,4
<b>8. Betriebsergebnis nach Steuern</b>	<b>-3,6</b>	<b>0,4</b>	<b>-2,9</b>	<b>5,2</b>
9. Veräußerungsergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-/-	-3,2	-/-	-14,0
10. Ertragsteuern auf Veräußerung	-/-	-/-	-/-	-/-
<b>11. Ergebnis nach Steuern</b>	<b>-3,6</b>	<b>-2,8</b>	<b>-2,9</b>	<b>-8,7</b>

Das Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten enthält für die ersten neun Monate 2015 nach der Entkonsolidierung angefallene Ergebnisbestandteile im Zusammenhang mit nicht-fortgeführten Aktivitäten. In den ersten neun Monaten 2014 wurde neben den operativen Ergebnisbeiträgen der veräußerten und entkonsolidierten osteuropäischen Gesellschaften im ersten Quartal 2014 auch das Entkonsolidierungsergebnis der ungarischen Aktivitäten sowie im zweiten und dritten Quartal 2014 das Entkonsolidierungsergebnis der rumänischen Aktivitäten erfasst.

Im Finanzergebnis des dritten Quartals 2015 ist die Wertberichtigung auf die Kaufpreisforderung im Zuge der Veräußerung des TV-Senders Prima-TV in Rumänien in Höhe von 3,8 Mio Euro enthalten (siehe Ziffer 8 „Finanzinstrumente“).

Vom Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten sind im dritten Quartal 2015 minus 3,6 Mio Euro (Vorjahr: -2,8 Mio Euro) und in den ersten neun Monaten 2015 minus 2,9 Mio Euro (Vorjahr: -8,7 Mio Euro) den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnen.

## 5 Segmentberichterstattung

Gemäß IFRS 8 ist eine Abgrenzung von operativen Segmenten, basierend auf der unternehmensinternen Steuerung und Berichterstattung, vorzunehmen. Die Organisations- und Berichtsstruktur der ProSiebenSat.1 Group orientiert sich an einer Steuerung nach Geschäftsfeldern. Auf Basis des von ihm eingerichteten Berichtswesens beurteilt der Vorstand als Hauptentscheidungsträger (Chief Operating Decision Maker) den Erfolg der verschiedenen Segmente und die Zuteilung der Ressourcen.

Im Segment Broadcasting German-speaking werden die deutschen Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX unter dem Dach der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH sowie die Sender unserer Konzerntöchter in Österreich und der Schweiz, die Vermarktungsgesellschaften SevenOne Media und SevenOne AdFactory sowie die ProSiebenSat.1 Produktion gebündelt. Zudem partizipiert das Segment Broadcasting German-speaking an den technischen Freischaltentgelten, die Kabelnetz-, Satelliten- und IPTV-Betreiber aus der Distribution der ProSiebenSat.1-HD-Sender erzielen. Die SAT.1-Regionalgesellschaften sowie der Bereich Pay-TV werden ebenfalls in diesem Segment ausgewiesen.

Als Fernsehunternehmen besitzt die ProSiebenSat.1 Group einen umfangreichen Bestand an hochwertigem Bewegtbild-Inventar, das der Konzern über alle Medien-Plattformen von TV über Mobile bis zu Online und Video-on-Demand einsetzen kann. Das Segment Digital & Adjacent fasst die Geschäftsaktivitäten Ventures & Commerce (umfasst alle Ventures-Aktivitäten sowie die Verticals 7Travel, 7Commerce sowie Online Comparison), Digital Entertainment (bestehend aus Online-Video und Online-Games) und Adjacent (enthält die Bereiche Musik, Live-Entertainment, Events, Ticketing sowie Artist Management) zusammen.

Das Segment Content Production & Global Sales umfasst alle Aktivitäten im Bereich Entwicklung, Produktion und weltweiter Vertrieb von Programminhalten, die unter dem Dach der Red Arrow Entertainment Group gebündelt werden.

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

### Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group Q3

in Mio Euro	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen und sonstige Überleitungs- posten	Summe Konzern- abschluss
	Q3 2015	Q3 2015	Q3 2015	Q3 2015	Q3 2015	Q3 2015
Umsatzerlöse	483,7	210,2	92,3	786,2	-39,1	747,1
Außenumsätze	465,1	207,9	74,1	747,1	-/-	747,1
Innenumsätze	18,6	2,3	18,2	39,1	-39,1	-/-
EBITDA <sup>1</sup>	131,8	31,9	5,1	168,8	-2,3	166,4
Recurring EBITDA	137,1	37,7	5,3	180,1	-2,3	177,8

<sup>1</sup> Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

in Mio Euro	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen und sonstige Überleitungs- posten	Summe Konzern- abschluss
	Q3 2014	Q3 2014	Q3 2014	Q3 2014	Q3 2014	Q3 2014
Umsatzerlöse	454,3	160,4	47,7	662,4	-24,9	637,5
Außenumsätze	437,6	158,7	41,2	637,5	-/-	637,5
Innenumsätze	16,7	1,7	6,5	24,9	-24,9	-/-
EBITDA <sup>1</sup>	122,3	33,8	2,1	158,2	-1,3	156,9
Recurring EBITDA	129,0	32,3	2,2	163,5	-0,6	162,9

<sup>1</sup> Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

## Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group Q1-Q3

	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen und sonstige Überleitungs- posten	Summe Konzern- abschluss
in Mio Euro	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2015
Umsatzerlöse	1.524,5	535,2	216,0	2.275,6	-101,4	2.174,2
Außenumsätze	1.470,5	529,6	174,1	2.174,2	-/-	2.174,2
Innenumsätze	54,0	5,6	41,9	101,4	-101,4	-/-
EBITDA <sup>1</sup>	447,0	85,8	9,0	541,8	-4,0	537,8
Recurring EBITDA	459,9	102,0	10,1	571,9	-3,8	568,1

<sup>1</sup> Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen und sonstige Überleitungs- posten	Summe Konzern- abschluss
in Mio Euro	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2014
Umsatzerlöse	1.446,7	417,0	123,4	1.987,1	-77,3	1.909,7
Außenumsätze	1.398,0	413,9	97,8	1.909,7	-/-	1.909,7
Innenumsätze	48,7	3,1	25,5	77,3	-77,3	-/-
EBITDA <sup>1</sup>	425,8	82,2	0,1	508,1	-6,6	501,5
Recurring EBITDA	437,2	86,9	1,0	525,1	-2,9	522,2

<sup>1</sup> Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

Nachfolgend werden die Überleitungsrechnungen von den Segmentwerten auf die entsprechenden Konzernwerte aus fortgeführten Aktivitäten dargestellt:

## Überleitungsrechnungen zu den Segmentinformationen

in Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2014
<b>RECURRING EBITDA</b>				
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	180,1	163,5	571,9	525,1
Eliminierungen	-2,3	-0,6	-3,8	-2,9
<b>Recurring EBITDA des Konzerns</b>	<b>177,8</b>	<b>162,9</b>	<b>568,1</b>	<b>522,2</b>
Non-recurring Ergebnis	-11,4	-6,0	-30,3	-20,7
Finanzergebnis	-1,5	-22,9	-49,7	-105,3
Planmäßige Abschreibungen	-31,8	-28,4	-89,3	-82,9
Wertminderungen	-3,2	-3,2	-7,2	-5,9
<b>Konzernergebnis vor Steuern</b>	<b>130,0</b>	<b>102,5</b>	<b>391,6</b>	<b>307,4</b>

Nachstehend sind die Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group zu finden. Diese Angaben beziehen sich ebenfalls auf die fortgeführten Aktivitäten des Konzerns:

## Angaben auf Unternehmensebene

Geografische Aufteilung	D		AT/CH		UK		USA		Sonstige		Summe Konzernabschluss	
	Q3 2015	Q3 2014	Q3 2015	Q3 2014	Q3 2015	Q3 2014	Q3 2015	Q3 2014	Q3 2015	Q3 2014	Q3 2015	Q3 2014
in Mio Euro												
Außenumsätze	624,7	554,3	50,5	44,3	9,2	5,0	54,1	26,4	8,5	7,5	747,1	637,5

Geografische Aufteilung	D		AT/CH		UK		USA		Sonstige		Summe Konzernabschluss	
	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2014
in Mio Euro												
Außenumsätze	1.835,8	1.662,2	172,3	150,1	25,5	17,5	121,5	58,1	19,0	21,8	2.174,2	1.909,7

## 6 Ertragsteuern

Der für den Konzern maßgebliche nominelle Steuersatz beläuft sich auf 28,0 Prozent. Im Rahmen der Ermittlung des Konzernsteueraufwands für die ersten neun Monate 2015 wurde der für das gesamte Geschäftsjahr erwartete, effektive Konzern-Steuersatz von 34,5 Prozent (Vorjahr: 31,0 %) zugrunde gelegt. Der sich ergebende Unterschied zum nominellen Steuersatz ist auf nicht abzugsfähige Betriebsausgaben und Veränderungen in der Realisierbarkeit aktiver latenter Steuern zurückzuführen. Darüber hinaus wurde im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2015 eine Neueinschätzung steuerlicher Risiken im Zusammenhang mit aktienbasierten Vergütungsmodellen, die durch die Ausgabe von Aktien erfüllt werden, sowie im Zusammenhang mit offenen Veranlagungszeiträumen vergangener Steuerjahre vorgenommen. Der Konzern hat der höheren als bisher erwarteten Steuerbelastung der Gesellschaft bzw. der Tochtergesellschaften Rechnung getragen und eine Risikovorsorge in Höhe der erwarteten Inanspruchnahme erfasst (siehe Ziffer 9 „Rückstellungen, Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen“).

## 7 Eigenkapital

Das Gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt zum 30. September 2015 unverändert 218,8 Mio Euro (31. Dezember 2014: 218,8 Mio Euro). Es ist eingeteilt in 218.797.200 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie.

Die Kapitalrücklage beträgt zum 30. September 2015 596,5 Mio Euro (31. Dezember 2014: 592,4 Mio Euro). Das erwirtschaftete Konzerneigenkapital sank in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 von minus 22,7 Mio Euro auf minus 115,3 Mio Euro. Der Rückgang resultiert aus der Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2014 in Höhe von 341,9 Mio Euro. Gegenläufig wirkte sich das erwirtschaftete Periodenergebnis in Höhe von 249,2 Mio Euro (Vorjahr: 196,9 Mio Euro) aus.

Auf der ordentlichen Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE am 21. Mai 2015 wurde die Ausschüttung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2014 in Höhe von 1,60 Euro je Stammaktie beschlossen. Insgesamt betrug die Dividendensumme 341,9 Mio Euro. Die Dividende wurde am 22. Mai 2015 ausgezahlt.

Die Veränderung der eigenen Anteile beruht auf der Veräußerung von Stammaktien im Zusammenhang mit der Ausübung von Aktienoptionen (siehe Ziffer 10 „Aktienoptionsplan, Anrechte auf Aktien sowie eigene Aktien“).

Darüber hinaus wurden in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 im kumulierten übrigen Eigenkapital Erträge in Höhe von 8,8 Mio Euro (Vorjahr: 3,0 Mio Euro) aus der Umrechnung von Abschlüssen von Tochterunternehmen in Fremdwährung und 128,0 Mio Euro (Vorjahr: 74,1 Mio Euro) im Rahmen des Cashflow-Hedge Accounting erfasst, abzüglich latenter Steuereffekte von insgesamt 35,8 Mio Euro (Vorjahr: 20,7 Mio Euro). Diese Posten werden in zukünftigen Perioden bei einer etwaigen Entkonsolidierung der betroffenen Unternehmen bzw. bei erfolgswirksamer Erfassung der abgesicherten Grundgeschäfte in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Vor dem Hintergrund der beschriebenen Entwicklungen sank das Konzerneigenkapital im Berichtszeitraum von 753,9 Mio Euro auf 750,3 Mio Euro. Die Eigenkapitalquote beträgt zum Bilanzstichtag 16,5 Prozent (31. Dezember 2014: 19,3 %).



## 8 Finanzinstrumente

Die ProSiebenSat.1 Group ist im Rahmen ihrer laufenden Geschäftstätigkeit einer Reihe finanzieller Risiken ausgesetzt, unter anderem Währungs-, Zins-, Kreditausfall- und Liquiditätsrisiken. Die Finanzrisikomanagementstrategie sowie die zur Fair-Value-Ermittlung bestimmter Finanzinstrumente verwendeten Methoden haben sich seit dem Ende des Geschäftsjahres 2014 nicht wesentlich geändert. Der Geschäftsbericht 2014 enthält die vollständigen Angaben zu Finanzinstrumenten (Ziffer 35 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“, Seiten 254 – 266).

### Saldierung von Finanzinstrumenten

Im Rahmen seiner Finanzrisikomanagementstrategie sichert sich der Konzern gegen die oben genannten Risiken mithilfe derivativer Finanzinstrumente ab. Die ProSiebenSat.1 Group hat zur Absicherung des Zinsrisikos Zinsswaps und Zins-Swaptions erworben. Zum 30. September 2015 waren Zinsswaps im Gesamtvolumen von 1,300 Mrd Euro im Bestand, die das Zinsrisiko bis 2016 absichern. Daneben verfügt die ProSiebenSat.1 Group über weitere Zinssicherungsgeschäfte mit einem Nominalvolumen in Höhe von insgesamt 1,350 Mrd Euro, die das Zinsrisiko im Anschlusszeitraum von 2016 bis 2018 absichern. Im August 2015 hat die ProSiebenSat.1 Group weitere Zinssicherungsgeschäfte in Höhe von 500 Mio Euro zur Absicherung des Zinsrisikos im Zeitraum 2018 bis 2020 abgeschlossen. Die Absicherung des Währungsrisikos aus dem Erwerb von Programmrechten von US-Studios erfolgt im Wesentlichen über Devisentermingeschäfte. Hierbei achtet die ProSiebenSat.1 Group auf eine möglichst breite Streuung der Volumina mit Kontrahenten ausreichend guter Bonität.

Die von der ProSiebenSat.1 Group kontrahierten Derivate unterliegen vertraglichen Saldierungsbestimmungen, aufgrund derer jedoch eine Saldierung in der Bilanz nach IAS 32 nicht möglich ist. Die Darstellung erfolgt deshalb auch in der Bilanz auf Bruttobasis. Vertragliche Regelungen zur Saldierung sonstiger finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten existieren nicht. Die nachfolgende Tabelle enthält die nach IFRS 7 erforderlichen Angaben zur Saldierung von Finanzinstrumenten. Bei den dargestellten Werten handelt es sich um beizulegende Zeitwerte, die ohne Berücksichtigung von Kreditausfallrisiken („credit value adjustments“) ermittelt wurden:

#### Saldierung von Finanzinstrumenten

in Mio Euro	Finanzielle Vermögenswerte (Brutto-Darstellung)	Bilanziell saldierte finanzielle Verbindlichkeiten	Finanzielle Vermögenswerte (Netto-Darstellung)	Beträge, welche Saldierungsvereinbarungen unterliegen	Finanzielle Vermögenswerte nach (nicht-bilanzieller) Saldierung
Derivative Finanzinstrumente 30. September 2015	217,1	-/-	217,1	- 66,0	151,1
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2014	109,5	-/-	109,5	- 51,9	57,6

in Mio Euro	Finanzielle Verbindlichkeiten (Brutto-Darstellung)	Bilanziell saldierte finanzielle Vermögenswerte	Finanzielle Verbindlichkeiten (Netto-Darstellung)	Beträge, welche Saldierungsvereinbarungen unterliegen	Finanzielle Verbindlichkeiten nach (nicht-bilanzieller) Saldierung
Derivative Finanzinstrumente 30. September 2015	66,0	-/-	66,0	- 66,0	-/-
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2014	85,5	-/-	85,5	- 51,9	33,6

## Angaben zu Buch- und Marktwerten von Finanzinstrumenten

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte aller Kategorien von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group:

## Buch- und Marktwerte von Finanzinstrumenten per 30. September 2015

in Mio Euro	In der Bilanz ausgewiesen in	Buchwert	Kategorie					Fair Value			Summe	
			Erfolgs-wirksam zum Fair Value bewertet	Zu Zwecken des Hedge Accounting	Kredite und Forde-rungen	Zur Ver-äußerung verfügbar	Sonstige finanzielle Verbind-lichkeiten	Level 1	Level 2	Level 3		
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>												
<b>Bewertet zum Fair Value</b>												
	Finanzielle Vermögenswerte designiert als Fair-Value-Option <sup>1</sup>	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	19,2	19,2	-/-	-/-	-/-	-/-	19,2	-/-	-/-	19,2
	Sonstige Eigenkapital-instrumente	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	93,9	93,9	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	93,9	93,9
	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	26,7	26,7	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	6,5	20,2	26,7
	Hedge Derivate	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	207,3	-/-	207,3	-/-	-/-	-/-	-/-	207,3	-/-	207,3
<b>Nicht zum Fair Value bewertet</b>												
	Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente	Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente	223,5	-/-	-/-	223,5	-/-	-/-				
	Darlehen und Forderungen	Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	398,5	-/-	-/-	398,5	-/-	-/-				
	Sonstige finanzielle Vermögenswerte zu Anschaffungs-kosten <sup>2</sup>	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	20,5	-/-	-/-	-/-	20,1	-/-				
	<b>Summe</b>		<b>989,6</b>	<b>139,8</b>	<b>207,3</b>	<b>622,0</b>	<b>20,1</b>	<b>-/-</b>	<b>19,2</b>	<b>213,8</b>	<b>114,1</b>	<b>347,1</b>
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>												
<b>Bewertet zum Fair Value</b>												
	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	276,7	276,7	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	276,7	276,7
	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0,9	0,9	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	0,9	-/-	0,9
	Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	64,2	-/-	64,2	-/-	-/-	-/-	-/-	64,2	-/-	64,2
<b>Nicht zum Fair Value bewertet</b>												
	Bankdarlehen	Finanz-verbundlichkeiten	1.581,6	-/-	-/-	-/-	-/-	1.581,6	-/-	1.542,2	-/-	1.542,2
	Anleihen	Finanz-verbundlichkeiten	594,5	-/-	-/-	-/-	-/-	594,5	613,7	-/-	-/-	613,7
	Leasing-verbundlichkeiten	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	84,2	-/-	-/-	-/-	-/-	84,2	-/-	87,9	-/-	87,9
	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	568,6	-/-	-/-	-/-	-/-	568,6				
	<b>Summe</b>		<b>3.170,8</b>	<b>277,7</b>	<b>64,2</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>	<b>2.828,9</b>	<b>613,7</b>	<b>1.695,2</b>	<b>276,7</b>	<b>2.585,7</b>

<sup>1</sup> Diese Position beinhaltet nur Anteile an Investmentfonds.

<sup>2</sup> Diese Position beinhaltet auch Anteile an verbundenen, nicht konsolidierten Unternehmen,

die zu Anschaffungskosten bewertet und dementsprechend keiner Kategorie des IAS 39 zugeordnet werden.

## Buch- und Marktwerte von Finanzinstrumenten per 31. Dezember 2014

in Mio Euro	In der Bilanz ausgewiesen in	Buchwert	Kategorie					Fair Value			Summe
			Erfolgs-wirksam zum Fair Value bewertet	Zu Zwecken des Hedge Accounting	Kredite und Forderungen	Zur Ver-äußerung verfügbar	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	Level 1	Level 2	Level 3	
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>											
<b>Bewertet zum Fair Value</b>											
Finanzielle Vermögenswerte designiert als Fair-Value-Option <sup>1</sup>	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	16,2	16,2	-/-	-/-	-/-	-/-	16,2	-/-	-/-	16,2
Sonstige Eigenkapital-instrumente	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	60,6	60,6	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	60,6	60,6
Kaufpreis-forderungen	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	3,8	3,8	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	3,8	3,8
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	32,4	32,4	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	12,4	20,0	32,4
Hedge Derivate	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	96,0	-/-	96,0	-/-	-/-	-/-	-/-	96,0	-/-	96,0
<b>Nicht zum Fair Value bewertet</b>											
Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente	Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente	470,6	-/-	-/-	470,6	-/-	-/-				
Darlehen und Forderungen	Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	345,1	-/-	-/-	345,1	-/-	-/-				
Sonstige finanzielle Vermögenswerte zu Anschaffungs-kosten <sup>2</sup>	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	25,7	-/-	-/-	-/-	23,1	-/-				
<b>Summe</b>		<b>1.050,3</b>	<b>112,9</b>	<b>96,0</b>	<b>815,7</b>	<b>23,1</b>	<b>-/-</b>	<b>16,2</b>	<b>108,4</b>	<b>84,4</b>	<b>208,9</b>
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>											
<b>Bewertet zum Fair Value</b>											
Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	50,5	50,5	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	50,5	50,5
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	84,9	-/-	84,9	-/-	-/-	-/-	-/-	84,9	-/-	84,9
<b>Nicht zum Fair Value bewertet</b>											
Bankdarlehen	Finanz-verbindinglichkeiten	1.379,3	-/-	-/-	-/-	-/-	1.379,3	-/-	1.422,6	-/-	1.422,6
Anleihen	Finanz-verbindinglichkeiten	593,8	-/-	-/-	-/-	-/-	593,8	624,8	-/-	-/-	624,8
Leasing-verbindinglichkeiten	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	89,2	-/-	-/-	-/-	-/-	89,2	-/-	100,5	-/-	100,5
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	449,4	-/-	-/-	-/-	-/-	449,4				
<b>Summe</b>		<b>2.647,1</b>	<b>50,5</b>	<b>84,9</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>	<b>2.511,7</b>	<b>624,8</b>	<b>1.608,1</b>	<b>50,5</b>	<b>2.283,4</b>

<sup>1</sup> Diese Position beinhaltet nur Anteile an Investmentfonds.

die zu Anschaffungskosten bewertet und dementsprechend keiner Kategorie des IAS 39

<sup>2</sup> Diese Position beinhaltet auch Anteile an verbundenen, nicht konsolidierten Unternehmen,

zugeordnet werden.

Bei den im Rahmen der Fair-Value-Option zum beizulegenden Zeitwert bilanzierten finanziellen Vermögenswerten handelt es sich um Investmentfondsanteile, welche zur Abdeckung der Pensionszusagen gehalten werden, sich aber nicht als Planvermögen gemäß IAS 19 eignen.

Die Minderheitsbeteiligungen an anderen Unternehmen, die der Konzern im Rahmen seiner „Media-for-Equity“-Strategie erwirbt, werden innerhalb der sonstigen Eigenkapitalinstrumente ausgewiesen. Unter den sonstigen finanziellen Vermögenswerten zu Anschaffungskosten werden insbesondere Anteile an verbundenen, nicht konsolidierten Unternehmen sowie Beteiligungen ausgewiesen, die gemäß IAS 39.46(c) zu Anschaffungskosten bewertet werden. Dies betrifft im Wesentlichen die Beteiligung an der ZeniMax Media Inc. Für diese Beteiligung liegen keine Börsen- oder Marktpreise vor. Bei Vorliegen von entsprechenden Anhaltspunkten wird ein Werthaltigkeitstest durchgeführt. In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 wurden Wertberichtigungen von 3,0 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro) im sonstigen Finanzergebnis erfasst. Es besteht weiterhin keine Veräußerungsabsicht für die Beteiligung.

Im Zuge der Veräußerung des TV-Senders Prima-TV in Rumänien wurde im Geschäftsjahr 2014 eine Kaufpreisforderung zum beizulegenden Zeitwert aktiviert. Der beizulegende Zeitwert basierte auf signifikanten nicht-beobachtbaren Inputdaten. Die Kaufpreisforderung wird als Finanzinstrument der Hierarchiestufe 3 klassifiziert. Im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2015 wurde die Kaufpreisforderung um 3,8 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro) vollständig wertberichtigt.

Derivate, die nicht dem Hedge-Accounting unterliegen, beziehen sich unter anderem auf eine Anteils-Bezugsrechtevereinbarung (Warrant Agreement), welche die ProSiebenSat.1 Group im Geschäftsjahr 2014 mit der Odyssey Music Group S.A., Paris, vereinbart hat. Die Odyssey Music Group S.A. betreibt unter anderem das Music Streaming Portal „Deezer“. Das Warrant Agreement stellt ein Finanzderivat dar. Die Ermittlung des beizulegenden Zeitwertes (20,0 Mio Euro zum 31. Dezember 2014) erfolgte im Geschäftsjahr 2014 mittels eines zweistufigen Bewertungsverfahrens unter Verwendung einer Multiplikatorbewertung und eines Monte Carlo-Simulationsverfahrens. Im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2015 hat der Konzern detaillierte Planungsinformationen, deren Inputparameter nicht am Markt beobachtbar sind, erhalten. Infolgedessen hat der Konzern auf ein kapitalwertorientiertes Bewertungsverfahren umgestellt. Die Diskontierung der Cashflows basiert auf einem risikoadäquaten, gewichteten durchschnittlichen Gesamtkapitalkostensatz. Weder aus der Umstellung des Bewertungsverfahrens noch zum Berichtsstichtag haben sich wesentliche Änderungen des beizulegenden Zeitwertes ergeben. Änderungen des Zeitwertes sind im Wesentlichen abhängig von der erwarteten Geschäftsentwicklung von Deezer und den Prämissen zur Bestimmung eines marktgerechten Diskontierungszinssatzes. Ein Anstieg bzw. eine Reduktion des Zinssatzes um jeweils einen Prozentpunkt würde den beizulegenden Zeitwert um 1,7 Mio Euro reduzieren bzw. um 1,9 Mio Euro erhöhen. Die Klassifizierung des Finanzderivats erfolgt in der Hierarchiestufe 3.

Darüber hinaus hält der Konzern zum beizulegenden Zeitwert bewertete derivative Finanzinstrumente, im Wesentlichen als Maßnahme zur Risikoabsicherung im Bereich von Zins- und Währungsrisiken. Instrumente mit positiven Marktwerten werden als Vermögenswerte, solche mit negativen Marktwerten als Verbindlichkeiten ausgewiesen.

In den finanziellen Verbindlichkeiten werden Verbindlichkeiten aus Put-Optionen ausgewiesen, welche sich auf Minderheitenanteile von bereits erworbenen verbundenen Unternehmen beziehen und zum beizulegenden Zeitwert bilanziert werden. Daneben beziehen sich die Finanzverbindlichkeiten auch auf Earn-Out-Vereinbarungen. Der Anstieg der finanziellen Verbindlichkeiten im Vergleich zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2014 resultiert maßgeblich aus den bedingten Kaufpreiskomponenten im Kontext der im Geschäftsjahr 2015 vollzogenen Akquisitionen (siehe

hierzu auch Ziffer 4 „Konsolidierungskreis“). Der beizulegende Zeitwert der Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs basiert auf signifikanten am Markt nicht-beobachtbaren Inputdaten. Für die Berechnung wurden im Wesentlichen Multiplikatorverfahren auf der Basis von entsprechenden Ergebnisgrößen wie EBITDA und EBIT verwendet. Eine Erhöhung (Reduktion) der zugrunde liegenden Ergebnisgrößen, welche den Nominalbetrag maßgeblich determinieren, um jeweils 5,0 Prozent würde den beizulegenden Zeitwert zum Bilanzstichtag um 14,7 Mio Euro (14,4 Mio Euro) steigern (mindern). Daneben würde eine Zinssatzänderung um jeweils einen Prozentpunkt dazu führen, dass sich der beizulegende Zeitwert dieser Finanzverbindlichkeiten insgesamt um 8,4 Mio Euro reduzieren bzw. um 9,1 Mio Euro erhöhen würde. Die Verbindlichkeiten werden als Finanzinstrumente der Hierarchiestufe 3 klassifiziert.

Das Bankdarlehen ist ein im Rahmen einer Konsortialvereinbarung gewährtes unbesichertes, endfälliges Darlehen, welches zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert wird. Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt ein aktives Finanzmanagement und nutzt die attraktiven Konditionen an den Finanzmärkten. So hat der Konzern im April 2015 eine Änderung seiner Konsortialvereinbarung abgeschlossen. Im Rahmen dieser Änderung wurde im Wesentlichen die Laufzeit des Darlehens in Höhe von 1,400 Mrd Euro sowie der revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen in Höhe von 600,0 Mio Euro um ein Jahr bis April 2020 verlängert. Zum Berichtsstichtag war der RCF in Höhe von 200,0 Mio Euro in Anspruch genommen worden; zum 31. Dezember 2014 erfolgte keine Inanspruchnahme. Zudem hat die ProSiebenSat.1 Group eine 7-jährige unbesicherte Anleihe mit einer Laufzeit bis April 2021 und einem Volumen von 600,0 Mio Euro begeben. Sie ist am regulierten Markt der Luxemburger Börse (ISIN DE000A11QFA7) notiert. Die Leasingverbindlichkeiten betreffen die im Konzern eingegangenen Leasingvereinbarungen, die aufgrund ihrer vertraglichen Ausgestaltung als Finanzierungsleasing klassifiziert werden.

Die folgende Tabelle stellt für die aufgeführten Sachverhalte, die regelmäßig zum beizulegenden Zeitwert bewertet und in der Hierarchiestufe dem Level 3 zugeordnet werden, die Überleitung der jeweiligen beizulegenden Zeitwerte auf den Stichtag dar:

#### Überleitung der Fair Values im Bereich Level 3

in Mio Euro	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen, erfolgswirksam zum Fair Value bewertet	Kaufpreisforderungen erfolgswirksam zum Fair Value bewertet	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs erfolgswirksam zum Fair Value bewertet
<b>1. Januar 2015</b>	<b>20,0</b>	<b>3,8</b>	<b>50,5</b>
Nicht realisierte, in der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse	-/-	-3,8	9,6
Zugänge aus Akquisitionen	0,2	-/-	217,6
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	-/-	-/-	-1,0
<b>30. September 2015</b>	<b>20,2</b>	<b>-/-</b>	<b>276,7</b>

Sowohl in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 als auch im Geschäftsjahr 2014 gab es keine Umgliederungen zwischen Stufe 1 und Stufe 2 bei der Bewertung der beizulegenden Zeitwerte und es wurden keine Umgliederungen in oder aus Stufe 3 in Bezug auf die Bewertung der beizulegenden Zeitwerte vorgenommen.

## 9 Rückstellungen, Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Gegenüber den im Geschäftsbericht 2014 ausgewiesenen Positionen ergaben sich bis auf die unten aufgeführten Sachverhalte zum 30. September 2015 in der ProSiebenSat.1 Group keine wesentlichen Änderungen.

### Steuerliche Risiken im Zusammenhang mit der Veräußerung von Tochterunternehmen in Schweden

Die schwedischen Finanzbehörden haben die steuerlichen Außenprüfungen bei einer ehemaligen schwedischen Betriebsstätte der ProSiebenSat.1 Group für die Steuerjahre 2008 bis 2011 im Dezember 2013 und für die Steuerjahre 2012 und 2013 im Dezember 2014 abgeschlossen. Zum 31. Dezember 2014 waren damit alle offenen Steuerjahre der ehemaligen schwedischen Betriebsstätte geprüft. Nach Auffassung der Finanzbehörden sind Zinszahlungen im Zusammenhang mit der Finanzierung von Anteilen an den ehemaligen TV- und Radiounternehmen der SBS-Gruppe in Schweden steuerlich nicht abziehbar. Die Abschlussberichte der beiden Außenprüfungen sehen daher im Ergebnis Nachzahlungen in einer Gesamthöhe von ca. 368 Mio SEK (per 30. September 2015 rd. 39,0 Mio Euro) vor.

Die ProSiebenSat.1 Group hat gegen alle Steuerbescheide fristgerecht Einspruch erhoben. Die Aussetzung der Vollziehung der Bescheide wurde antragsgemäß im Januar 2014 (Steuerjahre 2008 bis 2011) bzw. im Februar 2015 (Steuerjahr 2012) gewährt. Im Juni 2014 wurde ein erstinstanzliches Gerichtsverfahren vor dem schwedischen Verwaltungsgericht (Swedish Administrative Court) betreffend die Steuerjahre 2008 bis 2011 eingeleitet. Am 6. Februar 2015 erging ein erstinstanzliches Urteil, in dem das Verwaltungsgericht der Rechtsauffassung der schwedischen Steuerbehörden folgte. Gegen dieses Urteil hat der Konzern am 24. April 2015 fristgerecht Berufung eingelegt. Für die zweite Instanz wird mit einer Verfahrensdauer von ca. zwölf bis 18 Monaten gerechnet. Auch für die Steuerjahre 2012 und 2013 wird es nach derzeitigem Stand voraussichtlich zu einer gerichtlichen Auseinandersetzung kommen.

Zudem hält es die ProSiebenSat.1 Group für möglich, dass die schwedischen Finanzbehörden ihre Vorgehensweise im Laufe der Verhandlungen ändern könnten, sofern das Gericht der Meinung der ProSiebenSat.1 Group folgt und den vollständigen Abzug von Zinszahlungen in Zusammenhang mit der Anteilsfinanzierung zulässt. In diesem Fall könnten die Finanzbehörden argumentieren, dass jedoch konzerninterne Zinszahlungen in Bezug auf die Veranlagungszeiträume 2009 bis 2011 in Schweden gemäß Kapitel 24 des schwedischen Einkommensteuergesetzes (Beschränkung von Zinsabzügen für konzerninterne Zinserträge) nicht abzugsfähig sind. In diesem Fall würden nachträglich Steuern einschließlich Strafzahlungen in Höhe von ca. 64 Mio SEK (per 30. September 2015 rd. 6,7 Mio Euro) fällig.

Der Konzern hält die tatsächlichen Inanspruchnahmen, auch unter Kapitel 24, nach wie vor für nicht wahrscheinlich und wird in dieser Auffassung durch entsprechende Gutachten renommierter schwedischer Steuer- und Rechtsberater unterstützt. Rückstellungen wurden daher zum 30. September 2015 nicht gebildet.

### Neueinschätzung von steuerlichen Risiken im dritten Quartal

Aufgrund der Neueinschätzung steuerlicher Risiken im Zusammenhang mit aktienbasierten Vergütungsmodellen, die durch die Ausgabe von Aktien erfüllt werden, sowie im Zusammenhang mit offenen Veranlagungszeiträumen vergangener Steuerjahre ist wahrscheinlich mit einer höheren als bisher erwarteten Steuerbelastung der Gesellschaft bzw. der Tochtergesellschaften für das Gesamtjahr zu rechnen. Das Gesamtrisiko stuft der Konzern als hoch ein. Die ProSiebenSat.1 Group hat dieser Entwicklung Rechnung getragen und eine Risikovorsorge in Höhe der derzeit erwarteten Inanspruchnahme in einem geringen zweistelligen Millionenbetrag erfasst.

**Risiken im Zusammenhang mit den veräußerten osteuropäischen Aktivitäten**

Im Rahmen des Verkaufs der ungarischen und rumänischen Aktivitäten bestehen gegenüber den Käufern der veräußerten Einheiten Forderungen aus einem Kaufpreis- und einem Betriebsmittel-Kredit (Ungarn) sowie eine Forderung aus einer aufgeschobenen Kaufpreiskomponente (Rumänien). Zusätzlich hat die ProSiebenSat.1 Group Anfang 2015 eine Brückenfinanzierung für die ungarischen Aktivitäten in Höhe von bis zu 1,6 Mrd HUF (5,2 Mio Euro) zugesagt, die zum 30. September 2015 in Höhe von 0,6 Mrd HUF (1,9 Mio Euro) abgerufen wurde. Die Kredite und die Kaufpreisforderung unterliegen Wertminderungsrisiken für den Fall, dass die Geschäftsaktivitäten nicht in ausreichendem Maße liquide Mittel erwirtschaften.

Im dritten Quartal 2015 wurde die Kaufpreisforderung aus dem Verkauf des rumänischen TV-Senders Prima-TV in Höhe von 3,8 Mio Euro vollständig wertberichtigt. Darüber hinaus wurden in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 Wertberichtigungen in Höhe von 0,9 Mio Euro auf den gegenüber den veräußerten ungarischen Einheiten begebenen Kredit erfasst. Insgesamt beläuft sich somit die Netto-Risikoposition zum 30. September 2015 auf 18,8 Mio Euro und besteht zum 30. September 2015 ausschließlich gegenüber den ungarischen Einheiten und den Käufern der jeweiligen Gesellschaften.

Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Group Garantien für verschiedene Lizenzvereinbarungen zwischen den ungarischen und rumänischen Fernsehsendern und Universal Studios, CBS und Programs for Media in Höhe von insgesamt 29,5 Mio Euro abgegeben. Die ProSiebenSat.1 Group verfügt im Falle eines Zahlungsausfalls über entsprechende Verwertungsrechte an den rumänischen und ungarischen Anteilen in Höhe von 25 Prozent bzw. 100 Prozent der Anteile. Derzeit finden Verkaufsaktivitäten der ungarischen Einheiten durch das Managementteam, dem seinerzeitigen Erwerber der ungarischen Gesellschaften, statt. Bestandteil dieser Verkaufsvereinbarung ist auch die Ablösung unserer ausstehenden Kaufpreis- und Betriebsmittel-Kredite und die Entlassung aus den Garantien für Lizenzvereinbarungen, wodurch unser Risiko bei Abschluss der Transaktion entfallen würde. Die Verkaufsaktivitäten sind allerdings noch nicht abgeschlossen und wir erachten diese aktuell immer noch als risikobehaftet.

Die ProSiebenSat.1 Gruppe hält den Eintritt des Risikos für unwahrscheinlich. Zum 30. September 2015 wurden über die entsprechenden erläuterten Sachverhalte hinaus keine Rückstellungen bzw. weiteren Wertberichtigungen, über die bereits im Geschäftsjahr 2014 berücksichtigten Beträge hinaus, erfasst.

**Sonstige finanzielle Verpflichtungen**

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen betragen zum 30. September 2015 insgesamt 3,846 Mrd Euro (31. Dezember 2014: 3,551 Mrd Euro). Diese resultieren aus Vertragsabschlüssen vor dem Bilanzstichtag und betreffen Zahlungsverpflichtungen mit einer Fälligkeit nach dem Bilanzstichtag. Zum Stichtag besteht ein Einkaufsobligo für Programmvermögen in Höhe von 3,418 Mrd Euro (31. Dezember 2014: 3,140 Mrd Euro). Der überwiegende Teil dieser Verpflichtungen in Höhe von 2,210 Mrd Euro (31. Dezember 2014: 1,882 Mrd Euro) ist in einem Zeitraum zwischen einem und fünf Jahren fällig. Die Verträge sind mehrheitlich in US-Dollar abgeschlossen. Die finanziellen Verpflichtungen im Bereich Distribution (Satellitenmieten, Verpflichtungen aus Verträgen über terrestrische Nutzung und Kabeleinspeisungsgebühren) betragen zum 30. September 2015 191,3 Mio Euro (31. Dezember 2014: 210,0 Mio Euro). Darüber hinaus bestehen Miet- und Leasingverpflichtungen im Wesentlichen aus Gebäude- und Kfz-Leasingverträgen in Höhe von 113,2 Mio Euro (31. Dezember 2014: 85,4 Mio Euro). Die übrigen finanziellen Verpflichtungen betragen zum 30. September 2015 123,9 Mio Euro (31. Dezember 2014: 115,8 Mio Euro) und beinhalten zum Stichtag im Wesentlichen Verpflichtungen gegenüber Verwertungsgesellschaften und aus sonstigen Dienstleistungsbezügen.

## 10 Aktienoptionsplan, Anrechte auf Aktien sowie eigene Aktien

In den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 wurden im Rahmen des LTIP 2010 100.800 Aktienoptionen aus dem Cycle 2010 und 1.750 Aktienoptionen des Cycle 2009 aus dem LTIP 2008 ausgeübt. Die Anzahl der eigenen Aktien verringerte sich von 5.178.600 zum 31. Dezember 2014 auf 5.076.050 zum 30. September 2015.

Von den im Rahmen der Group Share Plans ausgegebenen Performance Share Units verfielen in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 5.073 Stück aus dem Group Share Plan 2012, 19.385 Stück aus dem Group Share Plan 2013 und 42.978 Stück des Group Share Plans 2014.

In der Berichtsperiode wurde ein anteilsbasierter Vergütungsplan einer Tochtergesellschaft durch Zahlung abgelöst. Der Vorgang wurde als erfolgsneutrale Minderung des Eigenkapitals in Höhe von 8,6 Mio Euro erfasst.

## 11 Ergebnis je Aktie

Das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie wird gemäß IAS 33.4A unterhalb der Gewinn- und Verlustrechnung (siehe Seite 47) ausgewiesen.

In den folgenden Tabellen werden die der Berechnung des Ergebnisses je Aktie zugrunde liegenden Parameter für das dritte Quartal und die ersten neun Monate des Berichts- und des Vergleichsjahres dargestellt.

### In das Ergebnis je Aktie einbezogene Ergebnisgrößen

in Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014	Q1 – Q3 2015	Q1 – Q3 2014
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis	69,5	64,5	249,2	196,9
davon aus fortgeführten Aktivitäten	73,1	67,3	252,1	205,7
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-3,6	-2,8	-2,9	-8,7

### In das Ergebnis je Aktie einbezogene Aktien

in Stück	Q3 2015	Q3 2014	Q1 – Q3 2015	Q1 – Q3 2014
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (unverwässert)	213.714.107	213.365.948	213.688.497	213.235.897
Verwässerungseffekt aufgrund von ausgegebenen Aktienoptionen und Anrechten auf Aktien	1.873.589	1.729.417	1.873.589	1.729.417
<b>Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (verwässert)</b>	<b>215.587.696</b>	<b>215.095.364</b>	<b>215.562.086</b>	<b>214.965.314</b>



## 12 Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Zum 30. September 2015 wurden die Mitglieder des Vorstands, des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE, sowie Gemeinschaftsunternehmen bzw. assoziierte Unternehmen und aus Wesentlichkeitsgründen nicht konsolidierte Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group als nahestehende Personen und Unternehmen definiert.

Innerhalb der ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2015 wurden an nahestehende Unternehmen Lieferungen und Leistungen erbracht sowie sonstige Erträge in Höhe von insgesamt 91,3 Mio Euro (Vorjahr: 68,0 Mio Euro) erzielt. Zum 30. September 2015 betrug die Forderung gegen die jeweiligen Unternehmen 22,2 Mio Euro (31. Dezember 2014: 30,6 Mio Euro).

Der Konzern empfing in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 von seinen nahestehenden Unternehmen Lieferungen und Leistungen und erfasste in diesem Zuge Aufwendungen in Höhe von 17,0 Mio Euro (Vorjahr: 11,3 Mio Euro). Die Verbindlichkeiten gegenüber diesen Unternehmen beliefen sich zum 30. September 2015 auf 1,6 Mio Euro (31. Dezember 2014: 3,8 Mio Euro).

Im Rahmen der genannten Geschäftstätigkeiten kauft und verkauft die Gesellschaft Produkte und Dienstleistungen zu Marktbedingungen.

Mit Wirkung zum 31. März 2015 ist Axel Salzmann aus dem Unternehmen und aus dem Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE ausgeschieden. Innerhalb der ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2015 wurden seitens des Unternehmens mit dem Ausscheiden verbundene Leistungen in Höhe von 2,5 Mio Euro gezahlt. Zum 1. April 2015 sind Dr. Gunnar Wiedenfels und Dr. Ralf Schremper in den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE berufen worden. Mit Beschluss vom 1. Juli 2015 hat der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE den Vertrag des Vorstandsvorsitzenden Thomas Ebeling vorzeitig bis zur Hauptversammlung 2019 verlängert.

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE hat innerhalb der ersten neun Monate des Geschäftsjahres 2015 Aktienoptionen im Gegenwert von 2,6 Mio EUR ausgeübt, die im Wege eines Barausgleichs bedient wurden.

Im Zuge der Umwandlung des Konzerns in eine Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea, SE) wurde im Rahmen der Hauptversammlung am 21. Mai 2015 der erste Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE gewählt:

Dr. Werner Brandt (Vorsitzender),  
Dr. Marion Helmes (stellv. Vorsitzende),  
Lawrence A. Aidem,  
Antoinette P. Aris,  
Adam Cahan,  
Philipp Freise,  
Angelika Gifford,  
Erik Adrianus Hubertus Huggers,  
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher.

Herr Philipp Freise hat im dritten Quartal 2015 mit Wirkung zum 31. Juli 2015 sein Mandat als Aufsichtsratsmitglied der ProSiebenSat.1 Media SE niedergelegt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erwarben in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2015 1.077 Stück Aktien der Gesellschaft.

Darüber hinaus haben sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2015 keine wesentlichen Änderungen oder Transaktionen im Vergleich zu den im Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2014 dargestellten Sachverhalten zu nahestehenden Unternehmen und Personen ergeben.

**13****Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode****Erwerb von 100,0 Prozent der Anteile an der eTRAVELi HOLDING AB**

Bereits mit wirtschaftlicher Wirkung zum 8. Oktober 2015 erlangt die ProSiebenSat.1 Group im Wege einer „Media-for-Equity“-Vereinbarung über das Konzernunternehmen SevenVentures GmbH, Unterföhring, einen Anteil von 3,3 Prozent an der eTRAVELi HOLDING AB, Uppsala, Schweden. Mit Vertrag vom 9. Oktober 2015 hat die ProSiebenSat.1 Group über das Konzernunternehmen 7Travel Flights HoldCo AB, Stockholm, Schweden, ein Tochterunternehmen der ProSieben Travel GmbH, Unterföhring, den restlichen Anteil von 96,7 Prozent an der eTRAVELi HOLDING AB erworben. Der Erwerb steht bisher unter dem Vorbehalt der Genehmigungen durch das Bundeskartellamt und die österreichische Bundeswettbewerbsbehörde. Bei erfolgter Kontrollerrlangung werden die Beteiligung und deren Tochterunternehmen ab dem Erwerbszeitpunkt vollkonsolidiert und dem Segment Digital & Adjacent (siehe Ziffer 5 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Die Unternehmensgruppe ist ein pan-europäisches Online-Reisebüro für Flüge und ergänzt das Reise-Portfolio des Verticals „7Travel“. Neben dem Erwerb von Flugtickets bietet eTRAVELi auch Hotelangebote und weitere reisebezogene Dienstleistungen an. Der Übernahme der Gesellschaftsanteile liegt eine Gesamt-Unternehmensbewertung von rund 235,0 Mio Euro für 100 Prozent der Anteile zugrunde. Im Zuge der Transaktion prolongieren die Altgesellschafter einen Teil ihrer Rückflüsse; dies resultiert bei dem am Unternehmen beteiligten Management in einen Gesellschaftsanteil von ca. 1,3 Prozent an der 7Travel Flights HoldCo AB. Gleichzeitig besteht mit dem Management eine Put-/ Call-Vereinbarung über den künftigen Erwerb dieser Anteile.

**Erwerb von 29,1 Prozent der Anteile an der Vitafy GmbH**

Mit Vertrag vom 6. Oktober 2015 und wirtschaftlicher Wirkung zum 14. Oktober 2015 hat die ProSiebenSat.1 Group über das Konzernunternehmen 7NXT GmbH, Berlin, einen Anteil von 29,1 Prozent an der Vitafy GmbH, München, erworben. Der Barkaufpreis beträgt 4,4 Mio Euro. Daneben entfällt ein weiterer Teil der Kaufpreiskomponente auf eine Media-Vereinbarung. Die Gesellschaft wird als assoziiertes Unternehmen klassifiziert und künftig nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group einbezogen.

**Finanzierungsstruktur: Endfälliges Darlehensvolumen erhöht**

Um den Wachstumskurs weiter zu unterstützen, nutzt die ProSiebenSat.1 Group im Rahmen ihres aktiven Finanzmanagements auch die derzeit sehr attraktiven Konditionen an den Finanzmärkten. Mit vertraglicher Wirkung zum 13. Oktober 2015 hat der Konzern das Volumen des endfälligen Darlehens (Term Loan) um 700,0 Mio Euro auf 2,1 Mrd Euro erhöht.

**Verkaufsaktivitäten der ungarischen Einheiten**

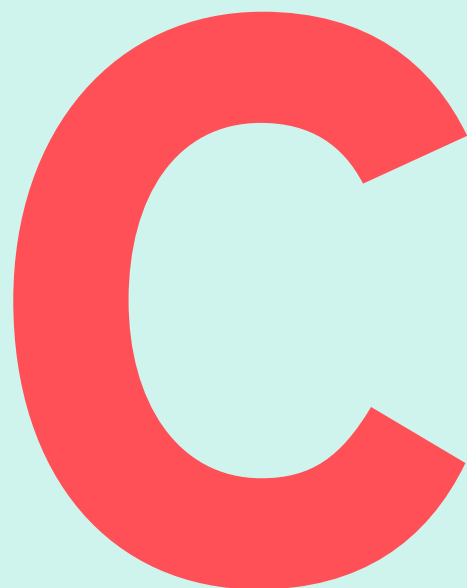
In 2014 hat die ProSiebenSat.1 Group ihre ungarischen Aktivitäten im Rahmen eines Management-Buyout an das ungarische Managementteam veräußert. In diesem Zusammenhang wurden durch den Konzern Kaufpreis- und Betriebsmittel-Kredite ausgereicht. Nach Abschluss der Berichtsperiode fanden Verkaufsaktivitäten der ungarischen Einheiten durch das Managementteam statt. Bestandteil dieser Verkaufsvereinbarung ist auch die Ablösung der ausstehenden Kaufpreis- und Betriebsmittel-Kredite sowie die Entlassung aus den Garantien für Lizenzvereinbarungen. Die Verkaufsaktivitäten sind jedoch noch nicht abgeschlossen.

**Weitere Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

Zwischen dem Ende des dritten Quartals 2015 und dem 19. Oktober 2015, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, sind keine weiteren berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group bzw. der ProSiebenSat.1 Media SE haben.

19. Oktober 2015

Der Vorstand



# WEITERE INFORMATIONEN

## Inhaltsverzeichnis

- 84 Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Konzern
- 85 Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Segmente
- 86 Impressum
- 87 Finanzkalender

## Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Konzern

in Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014	Q3 2013	Q3 2012	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2009	Q3 2008	Q3 2007	Q3 2006
Konzernumsatz	<b>747,1</b>	637,5	576,9	506,5	594,5	546,0	559,5	646,5	668,4	431,3
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	<b>17,4</b>	16,1	15,7	14,6	3,1	5,1	-3,3	-3,1	-15,5	5,0
Gesamtkosten	<b>621,0</b>	520,0	456,9	394,1	496,1	452,2	534,1	595,2	730,3	385,0
Operative Kosten <sup>1</sup>	<b>574,5</b>	478,8	429,1	368,0	432,7	412,1	469,3	547,3	548,2	374,5
Werteverzehr des Programmvermögens	<b>202,7</b>	184,2	180,5	173,0	220,7	217,2	238,4	247,3	271,4	204,8
Recurring EBITDA <sup>2</sup>	<b>177,8</b>	162,9	151,0	141,0	163,6	136,9	94,3	103,1	124,8	59,5
Recurring EBITDA Marge (in %)	<b>23,8</b>	25,6	26,2	27,8	27,5	25,1	16,9	15,9	18,7	13,8
EBITDA	<b>166,4</b>	156,9	148,4	133,1	133,7	126,6	62,3	92,5	0,4	58,7
Einmaleffekte (saldiert) <sup>3</sup>	<b>11,4</b>	-6,0	-2,7	-7,9	-29,9	-10,3	-32,0	-10,6	-124,4	-0,8
Betriebsergebnis (EBIT)	<b>131,4</b>	125,4	125,7	114,8	101,0	96,6	29,8	58,6	-57,2	48,9
Finanzergebnis	<b>-1,5</b>	-22,9	-35,2	-40,9	-82,4	-68,7 <sup>9</sup>	-48,5	-78,9	-46,5	-27,2
Ergebnis vor Steuern	<b>130,0</b>	102,5	90,4	74,0	18,6	27,9 <sup>9</sup>	-18,7	-20,0	-103,7	21,7
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter <sup>4</sup>	<b>69,5</b>	64,5	60,5	61,3	340,3	32,5 <sup>9</sup>	-12,7	-10,7	-77,9	13,1
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	<b>-3,6</b>	-2,8	-3,3	11,2	328,9	12,8	-/-	-/-	-/-	-/-
Bereinigter Konzernüberschuss <sup>5</sup>	<b>78,3</b>	74,7	65,6	50,7	22,9	29,1	-16,7	0,6	68,4	14,1
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt) <sup>6</sup>	<b>0,37</b>	0,35	0,31	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-
Investitionen in das Programmvermögen	<b>223,2</b>	237,6	188,6	202,4	302,8	284,4	301,4	388,9	328,0	234,7
Free Cashflow	<b>-154,0</b>	26,0	36,4	-27,1	-1,4	2,3	-114,1	-126,9	-309,6	-82,0
Cashflow aus Investitionstätigkeit	<b>-493,8</b>	-273,5	-212,0	-241,6	-311,2	-297,6	-347,2	-407,1	-2.359,5	-242,9

in Mio Euro	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2013	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008	Q1-Q3 2007	Q1-Q3 2006
Konzernumsatz	<b>2.174,2</b>	1.909,7	1.764,5	1.566,9	1.882,5	1.772,1	1.880,4	2.177,4	1.721,2	1.447,4
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	<b>18,0</b>	16,1	16,8	15,4	9,9	7,4	3,1	2,7	6,2	14,4
Gesamtkosten	<b>1.746,4</b>	1.514,8	1.373,9	1.214,7	1.525,5	1.472,8	1.658,9	1.935,2	1.569,6	1.200,8
Operative Kosten <sup>1</sup>	<b>1.619,1</b>	1.401,4	1.288,5	1.115,1	1.355,3	1.299,8	1.501,3	1.791,5	1.368,0	1.169,4
Werteverzehr des Programmvermögens	<b>645,9</b>	612,8	611,6	594,1	756,2	677,7	778,5	919,6	750,2	681,8
Recurring EBITDA <sup>2</sup>	<b>568,1</b>	522,2	488,2	459,1	532,3	479,0	389,3	395,3	366,0	286,2
Recurring EBITDA Marge (in %)	<b>26,1</b>	27,3	27,7	29,3	28,3	27,0	20,7	18,2	21,3	19,8
EBITDA	<b>537,8</b>	501,5	469,0	411,1	471,6	400,9	330,0	366,6	241,2	284,1
Einmaleffekte (saldiert) <sup>3</sup>	<b>-30,3</b>	-20,7	-19,1	-48,0	-60,7	-78,1	-59,3	-28,6	-124,8	-2,1
Betriebsergebnis (EBIT)	<b>441,3</b>	412,7	406,7	359,5	362,9	306,0	235,9	260,1	163,2	254,9
Finanzergebnis	<b>-49,7</b>	-105,3	-109,7	-118,5	-177,0	-175,2 <sup>9</sup>	-177,2	-201,6	-55,9	-46,6
Ergebnis vor Steuern	<b>391,6</b>	307,4	297,0	241,1	185,9	130,8 <sup>9</sup>	59,1	59,6	107,3	208,3
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter <sup>4</sup>	<b>249,2</b>	196,9	252,7	196,0	507,6	131,3 <sup>9</sup>	31,1	40,9	49,9	127,3
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	<b>-2,9</b>	-8,7	47,9	33,5	380,6	43,7	-/-	-/-	-/-	-/-
Bereinigter Konzernüberschuss <sup>5</sup>	<b>266,4</b>	238,5	221,1	191,6	152,1	116,4	47,7	80,4	197,5	130,4
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt) <sup>6</sup>	<b>1,25</b>	1,12	1,04	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-
Investitionen in das Programmvermögen	<b>733,8</b>	706,9	677,7	659,6	883,9	858,7	959,4	1.067,7	809,8	693,9
Free Cashflow	<b>-78,1</b>	-20,8	23,7	-6,5	4,5	-24,5	-120,5	-206,7	-1.889,3	101,8
Cashflow aus Investitionstätigkeit	<b>-1.102,9</b>	-920,4	-794,9	-738,3	-931,4	-900,9	-1.027,2	-1.125,9	-2.839,8	-711,6

in Mio Euro	30.09.2015	30.09.2014	30.09.2013	30.09.2012	30.09.2011	30.09.2010	30.09.2009	30.09.2008	30.09.2007	30.09.2006
Programmvermögen	1.300,8	1.286,4	1.331,4	1.627,0	1.573,0	1.682,5	1.534,6	1.360,7	1.319,0	1.054,4
Eigenkapital	750,3	551,7	527,9	1.416,6	1.269,1	790,4	466,7 <sup>9</sup>	871,8 <sup>9</sup>	1.074,0	1.132,0
Eigenkapitalquote (in %)	16,5	15,3	15,2	26,8	26,5	12,5	7,8 <sup>9</sup>	14,2 <sup>9</sup>	18,2	57,7
Liquide Mittel	223,5	176,8	204,5	506,3	257,3	743,4	508,4	221,5	163,7	29,3
Finanzverbindlichkeiten	2.176,2	1.971,6	1.942,0	2.571,8	2.332,4	4.027,4	4.032,1	4.067,3	3.705,5	341,2
Verschuldungsgrad <sup>7</sup>	2,2 <sup>10</sup>	2,2 <sup>10</sup>	2,2 <sup>11</sup>	2,4	2,5	3,8	5,3	5,5	-/-	-/-
Netto-Finanzverschuldung	1.952,6	1.794,9	1.737,5 <sup>12</sup>	2.065,5	2.075,0	3.283,8	3.534,4	3.816,7	3.541,5	311,6
Mitarbeiter <sup>8</sup>	5.094	4.418	3.524	3.061	4.375	4.086	4.916	6.075	5.996	2.999

1 Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen.

2 Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA.

3 Saldo aus Einmalaufwendungen und Einmalerträgen.

4 Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis inklusive nicht-fortgeführter Aktivitäten.

5 Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter aus fortgeführten Aktivitäten vor Effekten aus Kaufpreisalokationen und weiteren Sondereffekten.

6 Aufgrund der Zusammenlegung der Aktiengattungen im Geschäftsjahr 2013 wird ab dem Jahr 2013 das bereinigte unverwässerte Ergebnis je Aktie ausgewiesen. Für die Vorjahre wurde diese Kennzahl nicht ermittelt.

7 Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum Recurring EBITDA der letzten zwölf Monate.

8 Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag aus fortgeführten Aktivitäten.

9 Nach Änderung der Bilanzierungsmethode gem. IAS 8 und entsprechender Anpassung der Vorjahreszahlen. Informationen zur Änderung nach IAS 8 finden sich im Geschäftsbericht 2010 auf Seite 125.

10 Bereinigt um den recurring-EBITDA Beitrag der osteuropäischen Aktivitäten.

11 Nach Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten. Bereinigt um den LTM-recurring EBITDA Beitrag der osteuropäischen Aktivitäten.

12 Nach Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten.

## Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Segmente

in Mio Euro	Q3 2015	Q3 2014	Q3 2013	Q1-Q3 2015	Q1-Q3 2014	Q1-Q3 2013
<b>Broadcasting German-speaking</b>						
Außenumsätze	465,1	437,6	421,9	1.470,5	1.398,0	1.349,7
Recurring EBITDA <sup>1</sup>	137,1	129,0	126,6	459,9	437,2	420,0
Recurring EBITDA Marge (in %) <sup>2</sup>	28,3	28,4	28,9	30,2	30,2	30,0
EBITDA	131,8	122,3	123,5	447,0	425,8	403,1
<b>Digital &amp; Adjacent</b>						
Außenumsätze	207,9	158,7	124,1	529,6	413,9	333,4
Recurring EBITDA <sup>1</sup>	37,7	32,3	27,2	102,0	86,9	71,6
Recurring EBITDA Marge (in %) <sup>2</sup>	17,9	20,1	21,8	19,1	20,8	21,3
EBITDA	31,9	33,8	27,2	85,8	82,2	70,6
<b>Content Production &amp; Global Sales</b>						
Außenumsätze	74,1	41,2	30,9	174,1	97,8	81,4
Recurring EBITDA <sup>1</sup>	5,3	2,2	-2,1	10,1	1,0	-0,3
Recurring EBITDA Marge (in %) <sup>2</sup>	5,8	4,6	-5,9	4,7	0,8	-0,3
EBITDA	5,1	2,1	-1,1	9,0	0,1	-0,8

1 Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA.

2 Auf Basis des Gesamtsegmentumsatzes; siehe Anhang Ziffer 5 „Segmentberichterstattung“.

### Erläuterung zur Berichtsweise:

Die dargestellten Werte beziehen sich auf die gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Kennzahlen aus fortgeführten Aktivitäten. Im Zuge der strategischen Fokussierung auf die Bereiche deutschsprachiges Fernsehen, internationales Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft sowie digitale und angrenzende Geschäfte wurden die nachfolgend genannten Geschäftseinheiten wie folgt entkonsolidiert: Geschäftsaktivitäten in Belgien und den Niederlanden: Klassifizierung als nicht-fortgeführte Aktivitäten seit dem zweiten Quartal 2011, Entkonsolidierung am 8. Juni 2011 bzw. 29. Juli 2011. Geschäftsaktivitäten in Dänemark, Schweden, Norwegen und Finnland: Klassifizierung als nicht-fortgeführte Aktivitäten seit dem vierten Quartal 2012, Entkonsolidierung am 9. April 2013. Geschäftsaktivitäten in Ungarn und Rumänien: Klassifizierung als nicht-fortgeführte

Aktivitäten seit dem vierten Quartal 2012, Entkonsolidierung am 25. Februar 2014 (Ungarn) bzw. 2. April 2014 (Rumänien TV), 4. August 2014 (Rumänien Radio). Die Ergebnisposten der betroffenen Unternehmen wurden bis zu ihrer Entkonsolidierung als Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten zusammengefasst und separat ausgewiesen. Das auf Nachsteuerbasis dargestellte Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten enthält neben dem bis zur jeweiligen Entkonsolidierung erwirtschafteten operativen Ergebnis auch die entsprechenden Entkonsolidierungsergebnisse. Die jeweiligen Vorjahreswerte wurden gemäß IFRS 5 für die Gewinn- und Verlustrechnung und die Kapitalflussrechnung auf vergleichbarer Basis dargestellt. Eine darüber hinausgehende Anpassung weiter zurückliegender Vorjahreswerte wurde nicht vorgenommen. Die Bilanzwerte der jeweiligen Vorjahre wurden nicht angepasst.

# Impressum

## Kontakte

### Presse

ProSiebenSat.1 Media SE  
Konzernkommunikation  
Medienallee 7  
85774 Unterföhring  
Tel. +49 [89] 95 07 – 11 45  
Fax +49 [89] 95 07 – 11 59  
E-Mail: info@prosiebensat1.com

### Investor Relations

ProSiebenSat.1 Media SE  
Investor Relations  
Medienallee 7  
85774 Unterföhring  
Tel. +49 [89] 95 07 – 15 02  
Fax +49 [89] 95 07 – 15 21  
E-Mail: aktie@prosiebensat1.com

## Herausgeber

ProSiebenSat.1 Media SE  
Medienallee 7  
85774 Unterföhring  
Tel. +49 [89] 95 07 – 10  
Fax +49 [89] 95 07 – 11 21  
www.prosiebensat1.com  
HRB 219 439 AG München

## Inhalt und Gestaltung

ProSiebenSat.1 Media SE  
Konzernkommunikation

hw.design, München

Photo Credits: Titel © Dirk Bruniecki // Wichtige Ereignisse Q1-Q3 2015, Seite 6-7 a) © ProSiebenSat.1 Media SE, b) © Warner Bros. Entertainment, Inc., c) © ProSiebenSat.1 Media SE, d) © MakeitBee/Red Arrow International // Content Highlights Q3 2015, Seite 14 a) © ProSieben/Willi Weber, b) © SAT.1, c) © ProSieben MAXX, SAT.1/Martin Saumweber, d) © Mediafisch GmbH, e) © Svenson Linnert // Rücktitel © Dirk Bruniecki

## Die ProSiebenSat.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 unbekannte 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.

## FINANZKALENDER

---

<b>29.10.2015</b>	<b>Veröffentlichung des Zwischenberichts für das 3. Quartal und die ersten neun Monate 2015</b> Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
<b>25.02.2016</b>	<b>Pressekonferenz/IR-Konferenz anlässlich der Zahlen 2015</b> Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
<b>15.03.2016</b>	<b>Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2015</b>
<b>03.05.2016</b>	<b>Veröffentlichung des Zwischenberichts für das 1. Quartal 2016</b> Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
<b>30.06.2016</b>	<b>Ordentliche Hauptversammlung 2016</b>
<b>28.07.2016</b>	<b>Veröffentlichung des Zwischenberichts für das 2. Quartal und das 1. Halbjahr 2016</b> Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
<b>27.10.2016</b>	<b>Veröffentlichung des Zwischenberichts für das 3. Quartal und die ersten neun Monate 2016</b> Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten

---



