

# GROW



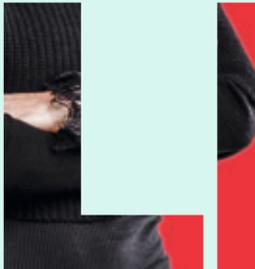
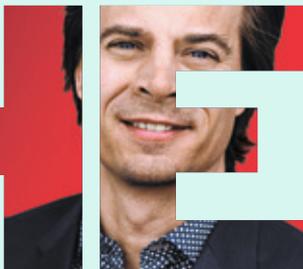
ProSiebenSat.1  
Media SE

# TO INNOVATING



Halbjahresfinanzbericht 2016

# THE NEXT LEVEL



## Inhaltsverzeichnis

- 02 ProSiebenSat.1 und H1 2016 auf einen Blick
- 03 Ergebnisse und Prognosen

### KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

- 05 Erläuterungen zum Bericht**
- 07 **WICHTIGE EREIGNISSE H1 2016**
- 08 Unser Konzern: Grundlagen**
- 08 Wirtschaftsbericht: Q2 2016**
- 08 Wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen
- 13 Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf
- 14 Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
- 16 Ertragslage des Konzerns
- 20 Finanz- und Vermögenslage des Konzerns
- 26 Geschäftsentwicklung der Segmente
- 28 Mitarbeiter
- 29 Die ProSiebenSat.1-Aktie**
- 31 Risiko- und Chancenbericht**
- 32 Prognosebericht**
- 32 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen
- 33 Unternehmensausblick

### KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

- 35 Gewinn- und Verlustrechnung**
- 36 Gesamtergebnisrechnung**
- 37 Bilanz**
- 38 Kapitalflussrechnung**
- 39 Eigenkapitalveränderungsrechnung**
- 40 Anhang**
- 53 Versicherung der gesetzlichen Vertreter**
- 54 Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht**

### WEITERE INFORMATIONEN

- 56 Kennzahlen:  
Mehrjahresübersicht Konzern**
- 57 Kennzahlen:  
Mehrjahresübersicht Segmente**
- 58 Impressum**
- 59 Finanzkalender**

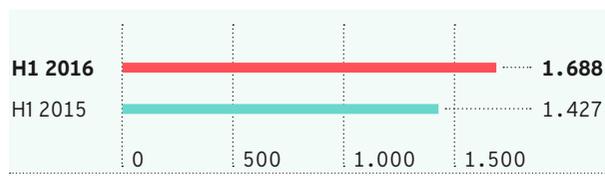
## ÜBER DIE PROSIEBENSAT.1 GROUP

Die ProSiebenSat.1 Group zählt zu den erfolgreichsten unabhängigen Medienunternehmen in Europa mit einer starken Präsenz im TV- und Digitalmarkt. Der Konzern wächst dynamisch, sodass der Konzernumsatz im ersten Halbjahr 2016 um 18 Prozent auf 1.688 Mio Euro stieg; das recurring EBITDA verzeichnete zugleich einen Anstieg um 9 Prozent auf 424 Mio Euro. Dazu trugen alle Segmente bei. ProSiebenSat.1 beschäftigt durchschnittlich 5.849 Mitarbeiter, wichtigster Umsatzmarkt ist Deutschland. Dort ist die ProSiebenSat.1-Aktie seit März 2016 im Leitindex DAX notiert.

Werbefinanziertes Free-TV ist das Kerngeschäft der Gruppe. Die Senderfamilie um SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold und ProSieben MAXX ist die Nummer 1 im deutschen Zuschauer- und TV-Werbemarkt. Über die HD-Distribution ihrer Fernsehsender hat sich die Gruppe ein zusätzliches, attraktives Geschäftsfeld erschlossen. Gleichzeitig vernetzt der Konzern sein reichweitenstarkes TV-Geschäft erfolgreich mit seiner Digitalsparte: Schon heute ist ProSiebenSat.1 auch im Internet Deutschlands führender Bewegtbild-Vermarkter und einer der erfolgreichsten Anbieter für digitales Entertainment mit maxdome oder Studio71. Das Internet verändert jedoch nicht nur die Unterhaltungsindustrie und eröffnet neue Wachstumsperspektiven, digitale Medien beeinflussen auch das Konsumentenverhalten. Deshalb hat ProSiebenSat.1 in den vergangenen Jahren ein erfolgreiches E-Commerce-Geschäft aus digitalen Plattformen aufgebaut, das inzwischen einer der wichtigsten Wachstumstreiber ist. Dieses Broadcasting, Digital Entertainment und Ventures & Commerce-Portfolio komplettiert das internationale Produktions- und Vertriebsnetzwerk Red Arrow. Damit steht ProSiebenSat.1 auf einer breit diversifizierten Umsatz- und Ergebnisbasis. Bis 2018 will ProSiebenSat.1 seinen Umsatz im Vergleich zu 2012 um 1,85 Mrd Euro auf rund 4,2 Mrd Euro steigern.

### Umsatzerlöse

in Mio Euro



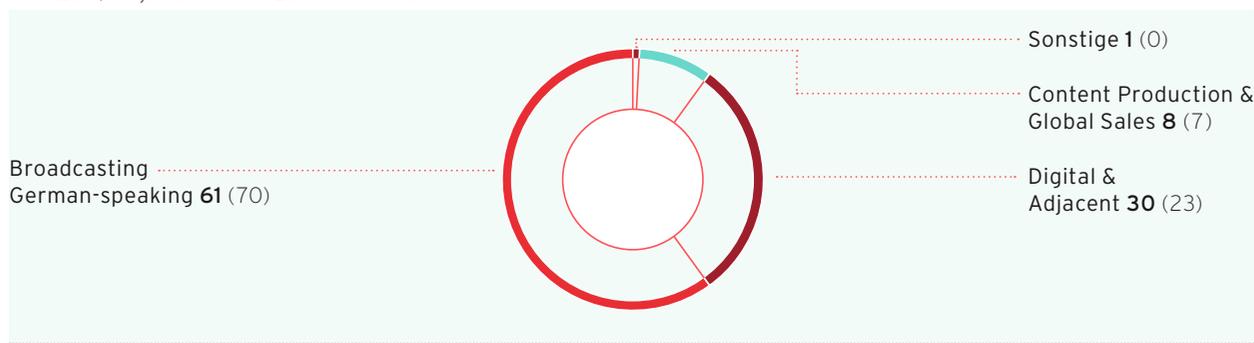
### Recurring EBITDA

in Mio Euro



### Anteil am Konzernumsatz nach Segmenten

in Prozent, Vorjahreswerte H1 2015 in Klammern



Alle Angaben beziehen sich auf die fortgeführten Aktivitäten.

## ERGEBNISSE 2015

<b>+13 %</b>	<b>Umsatz Anstieg</b> auf 3.261 Mio Euro
<b>+4 %</b>	<b>Broadcasting German-speaking Anstieg</b> auf 2.152 Mio Euro
<b>+39 %</b>	<b>Digital &amp; Adjacent Anstieg</b> auf 846 Mio Euro
<b>+30 %</b>	<b>Content Production &amp; Global Sales Anstieg</b> auf 262 Mio Euro
<b>+9 %</b>	<b>Recurring EBITDA Anstieg</b> auf 926 Mio Euro
<b>+4 %</b>	<b>Broadcasting German-speaking Anstieg</b> auf 734 Mio Euro
<b>+32 %</b>	<b>Digital &amp; Adjacent Anstieg</b> auf 170 Mio Euro
<b>+31 %</b>	<b>Content Production &amp; Global Sales Anstieg</b> auf 25 Mio Euro
<b>+11 %</b>	<b>Bereinigter Konzernüberschuss<sup>1</sup> Anstieg</b> auf 464 Mio Euro
<b>2,1</b>	<b>Verschuldungsgrad<sup>2</sup></b>
<b>29,5 %</b>	<b>Deutscher TV-Zuschauermarkt<sup>3</sup> Wachstum</b> um 0,8 Prozentpunkte

## PROGNOSEN 2016

<b>Deutlicher Anstieg</b>
<b>Leichter Anstieg</b>
<b>Deutlicher Anstieg</b>
<b>Deutlicher Anstieg</b>
<b>Mittlerer bis hoher einstelliger Anstieg</b>
<b>Leichter Anstieg</b>
<b>Deutlicher Anstieg</b>
<b>Deutlicher Anstieg</b>
<b>Mittlerer bis hoher einstelliger Anstieg</b>
<b>1,5 - 2,5</b>
<b>Führende Position auf hohem Niveau festigen</b>

Alle Angaben beziehen sich auf die fortgeführten Aktivitäten.

<sup>1</sup> Anpassung aufgrund der rückwirkenden Bereinigung von Änderungen im beizulegenden Zeitwert von Put-Optionen und Earn-out Verbindlichkeiten im zweiten Quartal 2016.

<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

07 WICHTIGE EREIGNISSE HI 2016

### 08 Unser Konzern: Grundlagen

### 08 Wirtschaftsbericht: Q2 2016

08 Wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

13 Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf

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

16 Ertragslage des Konzerns

20 Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

26 Geschäftsentwicklung der Segmente

28 Mitarbeiter

### 29 Die ProSiebenSat.1-Aktie

### 31 Risiko- und Chancenbericht

### 32 Prognosebericht

32 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

33 Unternehmensausblick

## Erläuterungen zum Bericht

**Berichtsweise auf Basis fortgeführter Aktivitäten:** Die Analyse der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage erfolgt – sofern nicht anders gekennzeichnet – auf Grundlage der fortgeführten Aktivitäten. Dies reflektiert die für ProSiebenSat.1 relevanten Performanceindikatoren. Entsprechend den Bestimmungen des IFRS 5 werden dazu die im Zusammenhang mit Veräußerungen entstandenen Ergebnisbeiträge nicht in den einzelnen Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst; diese sind gesondert als „Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten“ abgebildet. Dies gilt auch für die Kapitalflussrechnung. Dort werden die entsprechenden Zahlungsströme als „Cashflow aus nicht-fortgeführten Aktivitäten“ ausgewiesen.

**Ausweis und Nutzen von Non-IFRS-Kennzahlen:** Dieser Halbjahresfinanzbericht enthält neben den nach IFRS ermittelten Finanzdaten auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Die Überleitung dieser Non-IFRS-Kennzahlen auf die entsprechenden IFRS-Kennzahlen ist in der Ertragslage ab Seite 16 dargestellt. Detaillierte Definitionen zu den Non-IFRS-Kennzahlen finden sich im Glossar des Geschäftsberichts 2015 ab Seite 320.

Diese Kennzahlen werden nicht auf Basis der IFRS ermittelt und können sich daher von den Non-IFRS-Kennzahlen anderer Unternehmen unterscheiden. Daher ersetzen diese nicht die IFRS-Kennzahlen oder sind bedeutsamer als IFRS-Kennzahlen, sondern stellen eine Zusatzinformation dar. Wir sind davon überzeugt, dass die Non-IFRS-Kennzahlen aus den folgenden Gründen für Investoren von besonderem Interesse sind:

- › Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern; daher bieten um derartige Effekte bereinigte Kennzahlen Zusatzinformationen zur Beurteilung der operativen Leistungsfähigkeit des Unternehmens.
- › Der bereinigte Konzernüberschuss bildet zudem bei der ProSiebenSat.1 Media SE einen wichtigen Anhaltspunkt zur Ermittlung der Dividendenzahlung, da wir die Aktionäre an der operativen Ertragskraft des Unternehmens beteiligen wollen.
- › Der Konzern hat ein ganzheitliches Steuerungssystem implementiert. Non-IFRS-Kennzahlen werden konsequent für die Vergangenheit und die Zukunft ermittelt; sie bilden eine bedeutende Grundlage für die interne Steuerung sowie die Entscheidungsprozesse der Unternehmensleitung.

Die ProSiebenSat.1 Media SE wird anlässlich der Änderung der gesetzlichen Rahmenbedingungen zur Finanzberichterstattung innerhalb der EU zum 1. Januar 2017 die Non-IFRS-Kennzahlen konzeptionell verfeinern und eine Anpassung ihrer Darstellung vornehmen. Die Änderungen werden vor allem für eine erhöhte Transparenz sorgen. Im Wesentlichen werden ab dem 1. Januar 2017 die folgenden Anpassungen vorgenommen: vollständige Überleitung der nach den IFRS aufgestellten Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung auf die durch die ProSiebenSat.1 Media SE verwendeten Non-IFRS-Kennzahlen, Verfeinerung der Konzeption von einzelnen Kennzahlen und Umbenennung des recurring EBITDA.

**Bilanzierung der anteilsbasierten Vergütung aus den Group-Share-Plänen:** ProSiebenSat.1 beteiligt seine Mitarbeiter mit einer leistungsorientierten Vergütung am Unternehmenserfolg. Dazu zählen auch anteilsbasierte Vergütungsprogramme (Group-Share-Pläne), an denen neben dem Vorstand ausgewählte Führungskräfte teilnehmen. Dabei erhalten die Teilnehmer sogenannte Performance Share Units, die zum Bezug von Aktien berechtigten. Mit der Entscheidung von Vorstand und Aufsichtsrat vom 11. März 2016, die Ansprüche der Berechtigten aus den Group-Share-Plänen zukünftig in bar zu erfüllen, und der damit verbundenen Umstellung der Bilanzierung dieser anteilsbasierten Vergütung von „Equity Settlement“ auf „Cash Settlement“ sind im vorliegenden Halbjahresfinanzbericht anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich nach IFRS 2

erfasst worden. Die gemäß IFRS 2 vorgesehene laufende ergebniswirksame Erfassung von Änderungen im beizulegenden Zeitwert der Verpflichtung mit Barausgleich („Cash Settlement“) führt im Gegensatz zu der bisherigen Bilanzierung („Equity Settlement“) zu einer deutlich höheren Ergebnisvolatilität, die auf die Wertschwankungen des Börsenkurses der ProSiebenSat.1-Aktie zurückzuführen ist. Daher bereinigt die ProSiebenSat.1 Group erstmals den ergebniswirksamen Teil der Änderungen des beizulegenden Zeitwertes der anteilsbasierten Vergütungspläne, der aus der Differenz zwischen dem jeweiligen Börsenkurs zum Ausgabezeitpunkt und dem jeweils aktuellen Kurs zum Bilanzstichtag resultiert, im recurring EBITDA sowie dem bereinigten Konzernergebnis („underlying net income“). Eine Anpassung der Vorjahreszahlen entfällt, da derartige Effekte im Vorjahr aufgrund der damals erfolgten Bilanzierung als „equity-settled share based payments“ nicht auftraten.

**Bewertung von Earn-outs und Put-Optionen:** Aufgrund der steigenden M&A-Tätigkeit des Unternehmens und der derzeit verfolgten Investitionsstrategie haben sich die Verpflichtungen aus Earn-outs sowie Put-Optionen über den Erwerb weiterer Anteile, die die ProSiebenSat.1 Group im Rahmen des Erwerbs der Beherrschungsmöglichkeit an diesen Unternehmen eingeht, stetig erhöht. Daher hat die ProSiebenSat.1 Media SE im zweiten Quartal 2016 entschieden, die Änderungen im beizulegenden Zeitwert dieser Verbindlichkeiten im Rahmen der Ermittlung des underlying net income zu bereinigen. Diese Anpassung führt zu einer steigenden Transparenz durch die Darstellung dieser Effekte und ermöglicht einen besseren Vergleich der operativen Geschäftsentwicklung im Zeitverlauf. Die Anpassung erfolgt rückwirkend; der Vorjahreswert wurde entsprechend angepasst.

**Vorausschauende Aussagen zur künftigen Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage:** Unsere Prognosen basieren auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Wir stützen uns dabei auf unsere Budgetplanung sowie umfassende Markt- und Wettbewerbsanalysen. Die prognostizierten Werte werden dabei in Übereinstimmung mit den im Abschluss angewendeten Rechnungslegungsgrundsätzen und in Konsistenz mit den im Lagebericht beschriebenen Bereinigungen ermittelt.

Prognosen sind jedoch naturgemäß mit gewissen Unsicherheiten verbunden, die zu positiven oder negativen Planabweichungen führen könnten. Sollten Unwägbarkeiten eintreten oder 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 Konjunkturdynamik als zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts erwartet. Diese und weitere Faktoren werden ausführlich im Risiko- und Chancenbericht des Geschäftsberichts 2015 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.

Risikopotenziale werden systematisch und regelmäßig im Rahmen des konzernweiten Risikomanagementprozesses erfasst; weitere Informationen zu aktuellen Entwicklungen finden sich auf Seite 31 dieses Halbjahresfinanzberichts. Wesentliche Ereignisse nach dem Ende der Berichtsperiode werden im Anhang, Ziffer 11, erläutert. Veröffentlichungstermin des Halbjahresfinanzberichts 2016 ist der 4. August 2016.

**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.

 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 32.

 Risiko- und Chancenbericht, Seite 31.

# WICHTIGE EREIGNISSE H1 2016

Die ProSiebenSat.1 Group wächst in allen Segmenten und erweitert ihre Wertschöpfungskette konsequent. Dazu investierte ProSiebenSat.1 unter anderem in die Digitalsparte sowie in sein internationales Produktions- und Vertriebsnetzwerk Red Arrow. Gleichzeitig beteiligt der Konzern seine Aktionäre angemessen am Unternehmenserfolg: Für das Geschäftsjahr 2015 schüttet ProSiebenSat.1 eine Dividende von 1,80 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie aus.

## UNTERNEHMEN

MAI

**Erweiterung des Vorstands reflektiert Wachstumsstrategie.** (a) Seit 1. Mai 2016 erweitert Christof Wahl den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Er verantwortet den Bereich Digital Entertainment und übernimmt zudem die Position des Chief Operating Officer für die gesamte Gruppe. Die Erweiterung des Vorstands reflektiert die dynamische Geschäftsentwicklung des Konzerns. Zum 1. Juli 2016 wurde auch die Segmentstruktur angepasst: Der bisherige Bereich Digital & Adjacent wurde in die eigenständigen Segmente Digital Ventures & Commerce sowie Digital Entertainment aufgeteilt. Das Segment Digital Ventures & Commerce liegt bei Dr. Christian Wegner. Bereits seit März 2016 ist Jan David Frouman Mitglied des Vorstands: Er ist für Content & Broadcasting zuständig, zu dem auch das deutschsprachige TV-Geschäft gehört.



a

JUNI

**Hauptversammlung beschließt Dividende von 1,80 Euro je Aktie.** Am 30. Juni fand die Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE in München statt. Die Aktionäre beschlossen eine Dividende in Höhe von 1,80 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie. Dies entspricht einer Ausschüttungsquote von 82,6 Prozent bezogen auf den bereinigten Konzernüberschuss. Damit setzt der Konzern seine ertragsorientierte und aktionärsfreundliche Dividendenpolitik fort. Der Ergänzungswahl zum Aufsichtsrat sowie den übrigen zur Abstimmung gestellten Beschlussvorschlägen hat die Hauptversammlung ebenfalls mit großer Mehrheit zugestimmt.

## BROADCASTING GERMAN-SPEAKING

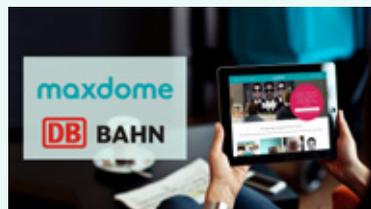
APRIL

**ProSiebenSat.1 startet App für Werbeprospekte.** Mit markt guru hat ProSiebenSat.1 in Deutschland eine neue Plattform gestartet, die Werbeprospekte von Händlern in einer App bündelt. Nutzer können nicht nur durch Prospekte blättern, sondern auch Produktnamen, Marken, Kategorien oder Angebotsdetails anklicken und gelangen so schnell zu allen Produkt- und Händlerinformationen. Für Werbetreibende bietet die Plattform die Möglichkeit, Printprospekte auch online und mobil zu verbreiten und mit TV-Werbung zu vernetzen. Damit erweitert ProSiebenSat.1 sein Portfolio für Werbekunden weiter. Im ersten Quartal 2016 war der Konzern bereits in die Vermarktung von digitalen Außenflächen eingestiegen. ProSiebenSat.1 bietet damit nun alle relevanten Werbeflächen von TV über online und mobile bis zu digitalen Außenflächen.

## DIGITAL & ADJACENT

JUNI

**maxdome schließt exklusive Partnerschaft mit der Deutschen Bahn.** ICE-Reisende können ab Ende 2016 Filme und Serien bei maxdome (b), der Online-Videothek der ProSiebenSat.1 Group, schauen. Der Konzern hat eine langfristige Partnerschaft mit der Deutschen Bahn geschlossen. Damit wird maxdome als einziger Video-Service ins ICE-Portal der Deutschen Bahn integriert und kann über das bordeigene WLAN aufgerufen werden. 50 wechselnde Serien und Filme stehen jedem Reisenden kostenlos zur Verfügung, maxdome-Absonnenten können sogar auf bis zu 1.000 Programme zugreifen. Durch die neue Partnerschaft kann maxdome seine Reichweite deutlich ausbauen: Jedes Jahr reisen in Deutschland rund 80 Mio Menschen mit dem ICE.



b

## CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

APRIL

**Red Arrow beteiligt sich an Mad Rabbit in Kanada und den USA.** Die Red Arrow Entertainment Group hat sich am neu gegründeten Produktionsunternehmen Mad Rabbit (c) beteiligt. Das Joint Venture mit Sitz in Toronto und Los Angeles produziert hochwertige Fiction-Formate für den internationalen Markt. Red Arrow hält eine Minderheitsbeteiligung an dem Unternehmen; alle zukünftigen Mad Rabbit-Projekte werden weltweit von Red Arrow International vertrieben. Fiction-Programme sind aufgrund der starken internationalen Nachfrage für die Gruppe besonders relevant. Darum investiert Red Arrow verstärkt in sein Fiction-Portfolio, um sich weiter als globales Produktions- und Distributionsunternehmen zu positionieren.



c



d

APRIL

**Amazon beauftragt dritte Staffel von „Bosch“.** (d) Red Arrow wächst in den englischsprachigen Schlüsselmärkten weiter dynamisch. Im April hat Amazon Studios bei Red Arrow die dritte Staffel der Krimiserie „Bosch“ bestellt. „Bosch“ wird von der Red Arrow-Tochter Fabrik Entertainment produziert und von Red Arrow International weltweit vermarktet. Nach dem großen Erfolg der ersten drei Staffeln von „Married at First Sight“ in den USA strahlt der US-amerikanische TV-Sender FYI seit Ende Juli bereits die vierte Staffel des Erfolgsformats der Red Arrow-Tochter Snowman Productions aus. Insgesamt hat Red Arrow International „Married at First Sight“ bis heute in über 130 Länder verkauft.



Zum Thema Nachhaltigkeit verweisen wir auf das entsprechende Kapitel im Geschäftsbericht 2015 ab Seite 97; darin enthalten sind auch Informationen zu den Mitarbeitern. Zusätzlich beinhaltet der vorliegende Zwischenbericht ab Seite 28 Angaben zu Kennzahlen aus dem Personalbereich.

## Unser Konzern: Grundlagen

Im Vergleich zu den im Geschäftsbericht 2015 auf den Seiten 84 bis 109 beschriebenen Grundlagen des Konzerns haben sich im zweiten Quartal bzw. ersten Halbjahr 2016 keine wesentlichen Änderungen ergeben.

## Wirtschaftsbericht: Q2 2016

### Wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

#### Entwicklung der Zuschauermarktanteile und Nutzerzahlen

Die ProSiebenSat.1 Group betreibt in Deutschland, Österreich und der Schweiz werbefinanzierte Free-TV-Sender und bietet diese sowohl in SD- als auch HD-Qualität an. Eine Übersicht der Zuschauermarktanteile nach Ländern zeigt folgende Tabelle:

#### Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1 Group nach Ländern

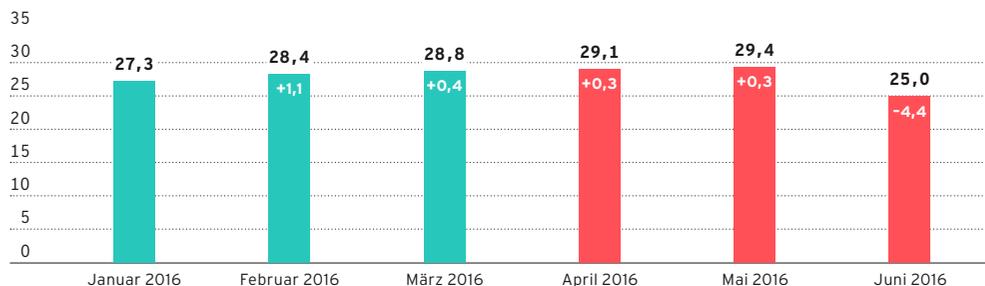
in Prozent	Q2 2016	Q2 2015	H1 2016	H1 2015
Deutschland	27,8	29,8	28,0	29,3
Österreich	22,6	23,3	23,1	22,3
Schweiz	16,7	19,0	17,5	18,6

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; Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope 6.1/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, Puls 8 (seit 08.10.2015); werberelevante Zielgruppe 15–49 Jahre; Marktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz; D–CH; Quelle: Mediapulse TV Panel.

In Deutschland erzielten die Free-TV-Sender im zweiten Quartal 2016 einen gemeinsamen Marktanteil von 27,8 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern (Vorjahr 29,8%); in den ersten sechs Monaten lag der Zuschauermarktanteil bei 28,0 Prozent (Vorjahr: 29,3%). Die Fußball-Europameisterschaft hat die Marktanteilsentwicklung im Juni 2016 geprägt, sie wurde vorwiegend von den öffentlich-rechtlichen Sendern übertragen. Darüber hinaus verschob ProSiebenSat.1 aufgrund der Fußball-EM Programm-Neustarts gezielt in die zweite Jahreshälfte. ProSiebenSat.1 war jedoch weiterhin führend im deutschen Zuschauermarkt und lag im zweiten Quartal 4,8 Prozentpunkte vor den von der IP Deutschland vermarkteten Sendern (RTL, VOX, n-tv, Super RTL, RTL Nitro, RTL-Lplus). Diese kamen auf einen Gruppenmarktanteil von 23,0 Prozent (Vorjahr: 24,3%). Zugleich zeichnete sich im Monatsverlauf seit Januar 2016 ein Wachstumstrend bei den ProSiebenSat.1-Sendern ab. Diese Entwicklung demonstriert nachstehendes Schaubild. Eine zweite Ursache für den Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist ein Vergleichseffekt: Im zweiten Quartal 2015 verbuchten die ProSiebenSat.1-Sender einen besonders hohen Marktanteil; er markierte mit 29,8 Prozent ein Zehnjahreshoch.

#### Entwicklung der Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1 Group pro Monat

in Prozent



■ = Q1 2016 ■ = Q2 2016 Die Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo–So); Erwachsene 14–49 Jahre in deutschen TV-Haushalten. Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope/ProSiebenSat.1 TV Deutschland.



Risiko- und Chancenbericht, Seite 31.



Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage, Seite 14.

Erwartungsgemäß entwickelten sich die Zuschauerquoten der großen ProSiebenSat.1-Sender aufgrund der genannten Gründe rückläufig. Die kleineren Special-Interest-Sender sixx, ProSieben MAXX und SAT.1 Gold, die ein weniger Fußball-affines Publikum erreichen, waren hingegen stabil. Einen Überblick über die Marktanteile der einzelnen werbefinanzierten TV-Sender im deutschen Markt geben folgende Tabellen.

#### Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1-Sender in Deutschland

##### Zielgruppe 14 - 49 Jahre

in Prozent	Q2 2016	Q2 2015
SAT.1	8,6	9,4
ProSieben	10,2	10,8
kabel eins	5,2	5,6
sixx	1,4	1,4
SAT.1 Gold	1,3	1,4
ProSieben MAXX	1,0	1,2

##### Relevanzzielgruppen

in Prozent	Q2 2016	Q2 2015
SAT.1: Erwachsene 14 - 59 Jahre	8,5	9,5
ProSieben: Erwachsene 14 - 39 Jahre	13,8	14,7
kabel eins: Erwachsene 14 - 49 Jahre	5,2	5,6
sixx: Frauen 14 - 39 Jahre	2,2	2,7
SAT.1 Gold: Frauen 40 - 64 Jahre	2,7	2,3
ProSieben MAXX: Männer 14 - 39 Jahre	1,8	1,9

Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo - So), Deutschland: SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX.  
Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope 6.1/SevenOne Media Committees Representation.

 Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage, Seite 14.

 Risiko- und Chancenbericht, Seite 31.

 Wichtige Ereignisse HI 2016, Seite 7.

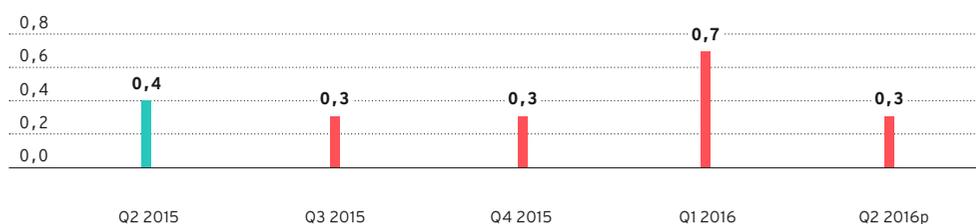
Die fortschreitende Digitalisierung eröffnet der ProSiebenSat.1 Group neue Möglichkeiten zur Refinanzierung ihres Programmangebots und zusätzliche Plattformen für eine effiziente Programmverwertung: Neben dem Launch neuer Sender ist die Verbreitung von Programmen in HD-Qualität ein Beispiel hierfür. Dabei partizipiert ProSiebenSat.1 an technischen Freischaltentgelten, die Endkunden für Programme in HD-Qualität an die jeweiligen Anbieter entrichten. Die Nutzerzahl der Satellit-Digitalplattform HD+, über die private Free-TV-Sender in Deutschland verbreitet werden, steigt kontinuierlich. In Deutschland zählten die ProSiebenSat.1-HD-Sender im zweiten Quartal 2016 6,7 Mio Nutzer (Vorjahr: 5,7 Mio). Parallel zum Ausbau des Free-TV-Angebots hat die ProSiebenSat.1 Group ein Netzwerk aus Digitalplattformen etabliert. Auf Basis der zuletzt veröffentlichten Daten von April 2016 erreichten die ProSiebenSat.1-Web-Angebote in Deutschland rund 31 Mio Unique User (Vormonat: rund 32 Mio Unique User); das Multi-Channel-Network (MCN) Studio71 zählt mit rund 5 Mrd Video Views im Monat weltweit zu den fünf größten MCNs. Neben diesen primär werbefinanzierten Online-Plattformen betreibt der Konzern das Video-on-Demand (VoD)-Portal maxdome. Die Online-Videothek generiert Umsätze aus Abonnements (SVoD) und Einzelabrufen. Im zweiten Quartal 2016 stieg die Anzahl der Subscription-Video-on-Demand (SVoD)-Nutzer um 71 Prozent, die Zahl der Video Views um 32 Prozent. maxdome ist sowohl über das klassische TV-Gerät und den PC als auch mobil verfügbar und bietet mit über 50.000 Titeln das umfangreichste Angebot in Deutschland. Im Juni hat maxdome zudem eine exklusive Partnerschaft mit der Deutschen Bahn abgeschlossen, durch die maxdome als einziger Video-Service ins ICE-Portal der Deutschen Bahn integriert wird. Durch die neue Partnerschaft kann die Online-Videothek ihre Reichweite deutlich ausbauen: Jedes Jahr reisen in Deutschland rund 80 Mio Menschen mit dem ICE.

## Entwicklung von Konjunktur und Werbemarkt

Die deutsche Wirtschaft ist im ersten Quartal im Vergleich zum Vorjahr um real 0,7 Prozent gewachsen und damit vergleichsweise dynamisch in das Jahr 2016 gestartet. Im weiteren Jahresverlauf rechnen die Institute mit einem moderaten Wachstum. Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) prognostiziert für das zweite Quartal 2016 ein Wirtschaftswachstum von plus 0,3 Prozent.

### Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts in Deutschland

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorquartal



Preis-, saison- und kalenderbereinigt; Quellen: Destatis; DIW-Konjunkturbarometer Juni 2016, p = Prognose.

Die Expansion wird weiterhin vor allem von der Binnenwirtschaft getragen. Wesentliche Wachstumsimpulse kamen vom privaten Konsum, der vom anhaltenden Beschäftigungsaufbau, deutlichen Lohnzuwächsen und höheren staatlichen Leistungen profitiert. Vor diesem Hintergrund ist auch der Umsatz im Einzelhandel in der ersten Jahreshälfte um real 2,0 Prozent gewachsen (Januar bis Mai); er macht rund ein Viertel des privaten Konsums aus.

Im Euroraum hat sich die Konjunktur zu Jahresbeginn stabilisiert: Im ersten Quartal 2016 ist die Wirtschaft im Vorquartalsvergleich um real 0,6 Prozent gewachsen, für das zweite Quartal rechnet das ifo Institut mit einem realen Wachstum von 0,3 Prozent im Vergleich zum Vorquartal. Auch hier dürfte das Wachstum vor allem durch den privaten Konsum getrieben worden sein. Gleichzeitig verweisen die Prognosen weiterhin auf Unsicherheiten: Zum einen prägt die anhaltende Konjunkturschwäche wichtiger Schwellenländer wie China oder Russland die Aussichten, zum anderen könnte das britische Votum über den EU-Austritt (Brexit) die Konsumstimmung belasten. Vor diesem Hintergrund hat der Internationale Währungsfonds (IWF) seine globale Wachstumsprognose für 2016 um 0,1 Prozentpunkte auf 3,1 Prozent gesenkt.



Künftige wirtschaftliche  
und branchenspezifische  
Rahmenbedingungen,  
Seite 32.

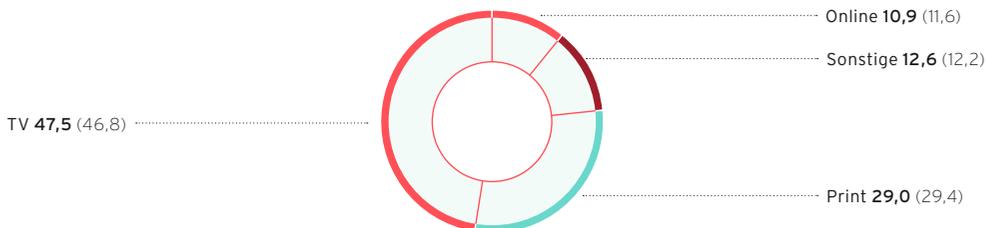
Der TV-Werbemarkt reflektiert die insgesamt positive Binnenkonjunktur in Deutschland. Die Brutto-TV-Werbeinvestitionen erhöhten sich laut Nielsen Media Research im zweiten Quartal 2016 um 8,7 Prozent auf 3,534 Mrd Euro (Vorjahr: 3,252 Mrd Euro). Auf Halbjahressicht ergab sich eine Steigerung um 9,5 Prozent auf 6,867 Mrd Euro (Vorjahr: 6,273 Mrd Euro). In beiden Berichtszeiträumen lieferten höhere TV-Investitionen insbesondere in den Branchen Körperpflege, Dienstleistungen, Kfz sowie Reinigung starke Wachstumsimpulse. Gleichzeitig konnte TV im intermedialen Vergleich weiter dazugewinnen: Im zweiten Quartal flossen 47,5 Prozent der Werbeinvestitionen im deutschen Markt in TV-Werbung (Vorjahr: 46,8%). Im ersten Halbjahr stieg dieser Wert um 1,0 Prozentpunkte auf 47,5 Prozent.



Wesentliche Einfluss-  
faktoren auf die Ertrags-,  
Finanz- und Vermögenslage,  
Seite 14.

### Media-Mix deutscher Brutto-Werbemarkt

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2015 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research.



Entwicklung der  
Zuschauermarktanteile  
und Nutzerzahlen, Seite 8.

In diesem Marktumfeld erwirtschaftete der Konzern TV-Werbbeeinnahmen in Höhe von 1,497 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 1,446 Mrd Euro). Dies entspricht laut Nielsen Media Research einem Zuwachs von 3,5 Prozent gegenüber dem zweiten Quartal 2015. In den ersten sechs Monaten stiegen die Erlöse um 5,4 Prozent auf 2,911 Mrd Euro (Vorjahr: 2,763 Mrd Euro). Daraus resultiert ein Marktanteil von 42,4 Prozent sowohl auf Quartals- als auch auf Halbjahressicht. Die ProSiebenSat.1 Group ist damit weiterhin Marktführer im deutschen TV-Werbemarkt. Der Marktanteilsrückgang gegenüber den Vorjahreszeiträumen ist hauptsächlich auf einen temporären Effekt zurückzuführen, da die Übertragung der Fußball-Europameisterschaft vorübergehend zu Marktanteilsgewinnen bei den öffentlich-rechtlichen Sendern (+ 0,8% Pkte. brutto) führte.

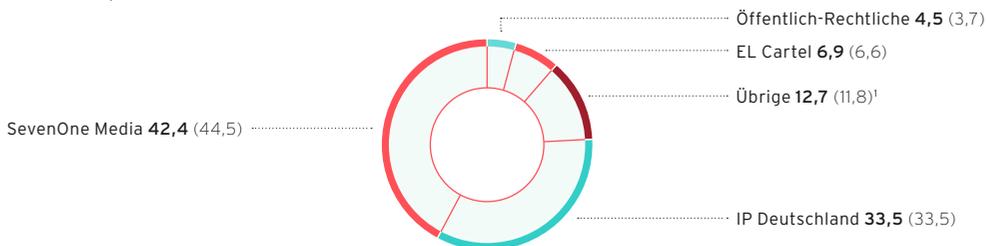
Die Brutto-Werbemarktdaten von Nielsen Media Research liefern wichtige Indikatoren für eine objektive Bewertung der Werbemarktentwicklung. Dennoch erlauben Brutto-Daten nur bedingt Rückschlüsse auf die tatsächlichen Werbeeinnahmen, da sie weder Rabatte und Eigenwerbung noch Agenturprovisionen berücksichtigen. Zudem beinhalten die Zahlen von Nielsen Media Research auch TV-Spots aus Media-for-Revenue-Share- und Media-for-Equity-Geschäften. Auf Netto-Basis war die Entwicklung des TV-Werbemarkts im zweiten Quartal und auf Halbjahressicht nach Einschätzung von ProSiebenSat.1 ebenfalls positiv. Beide Berichtszeiträume entwickelten sich im Rahmen unserer Erwartungen.



Künftige wirtschaftliche  
und branchenspezifische  
Rahmenbedingungen,  
Seite 32.

### Marktanteile deutscher Brutto-TV-Werbemarkt

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2015 in Klammern



<sup>1</sup> Darunter fallen u.a. Discovery Communications (+1,1% Pkte.), Sport1 Media (+0,1% Pkte.), Walt Disney Company Germany (+0,1% Pkte.).  
Quelle: Nielsen Media Research.

**TV-Werbemärkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf Brutto-Basis**

in Prozent	Entwicklung des TV-Werbemarkts Q2 2016		Entwicklung des TV-Werbemarkts H1 2016	
	Abweichung vs. Vorjahr		Abweichung vs. Vorjahr	
Deutschland	8,7		9,5	
Österreich	11,3		8,7	
Schweiz	5,5		6,9	

in Prozent	Marktanteile	Marktanteile	Marktanteile	Marktanteile
	ProSiebenSat.1 Q2 2016	ProSiebenSat.1 Q2 2015	ProSiebenSat.1 H1 2016	ProSiebenSat.1 H1 2015
Deutschland	42,4	44,5	42,4	44,0
Österreich	36,4	37,6	36,4	36,7
Schweiz	24,1	28,5	26,0	29,0

**Deutschland:** Januar - Juni, brutto, Nielsen Media. **Österreich:** Januar - Juni, brutto, Media Focus.

**Schweiz:** Januar - Juni, die Werbemarktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz, brutto, Media Focus.



Nielsen Media Research (hier zzgl. Korrekturen für SevenOne Media auf Basis aktueller Sales Results) weist für den Online-Werbemarkt in Deutschland Brutto-Zahlen aus, u. a. exklusive Google/YouTube, Facebook.

Die Werbebudgets für InStream-Videoanzeigen entwickeln sich weiterhin dynamisch: Im zweiten Quartal 2016 stieg das Marktvolumen in Deutschland um 23,7 Prozent auf 134,1 Mio Euro brutto (Vorjahr: 108,4 Mio Euro); im Sechsmonatszeitraum um 33,1 Prozent auf 262,0 Mio Euro (Vorjahr: 196,8 Mio Euro). Dabei handelt es sich um Bewegtbild-Werbeformen im Internet, die vor, nach oder während eines Video-Streams gezeigt werden. Aus ihrer Vermarktung erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group im zweiten Quartal einen Brutto-Umsatz von 49,2 Mio Euro (Vorjahr: 45,7 Mio Euro); im ersten Halbjahr 2016 generierte der Konzern 97,8 Mio Euro (Vorjahr: 82,0 Mio Euro). Der Online-Werbemarkt umfasst neben InStream-Videos auch Display Ads wie klassische Banner und Buttons. Insgesamt stiegen die Investitionen in Online-Werbeformen im zweiten Quartal um 1,5 Prozent auf 820,2 Mio Euro (Vorjahr: 808,2 Mio Euro). Im ersten Halbjahr 2016 betrugen sie 1,563 Mrd Euro (Vorjahr: 1,545 Mrd Euro). Die ProSiebenSat.1 Group ist auch im Internet trotz der fortschreitenden Marktfragmentierung der führende Vermarkter für Bewegtbild.

**Marktanteile deutscher Brutto-Online-Werbemarkt für InStream-Videoanzeigen**

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2015 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research zzgl. Korrekturen für SevenOne Media auf Basis aktueller Sales Results (Stand: 18.07.2016).

## Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf

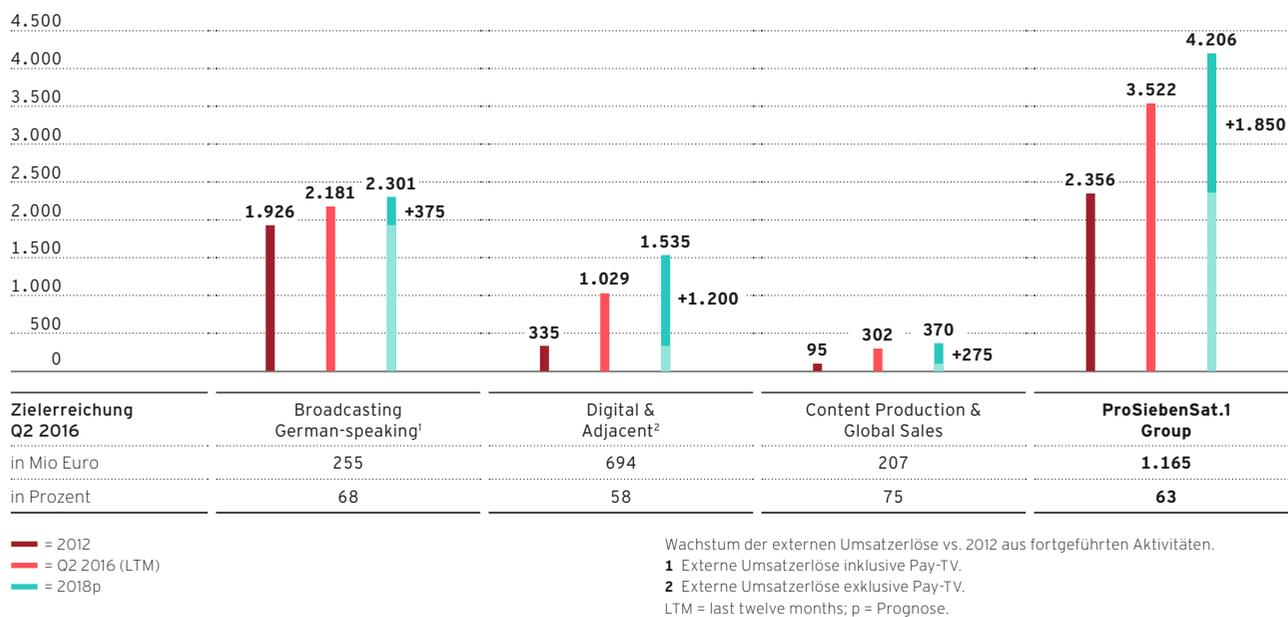
Alle Segmente entwickelten sich im zweiten Quartal bzw. in der ersten Jahreshälfte 2016 im Rahmen der Erwartungen. Dies gilt sowohl für die finanziellen Steuerungsgrößen als auch für den Zuschauermarktanteil der deutschen TV-Familie, unseren wichtigsten nicht-finanziellen Leistungsindikator. Neben organischem Wachstum haben Portfolioerweiterungen die Umsatzentwicklung gestärkt. Auf Jahressicht hat ProSiebenSat.1 ein profitables Umsatzwachstum von über 200 Mio Euro aus den Akquisitionen des vergangenen Geschäftsjahres budgetiert. Die ProSiebenSat.1 Group hat vor diesem Hintergrund in der Berichtsperiode sowohl den Konzernumsatz als auch die operativen Ergebnisgrößen recurring EBITDA und underlying net income deutlich gesteigert. Der Verschuldungsgrad liegt weiterhin im Zielkorridor von 1,5 bis 2,5. ProSiebenSat.1 veröffentlicht keine unterjährigen Prognosen, sofern sich keine wesentlichen Abweichungen ergeben. Daher entfällt an dieser Stelle ein detaillierter Vergleich von Ist-Werten mit erwarteten Zahlen für das zweite Quartal bzw. das erste Halbjahr 2016.

 Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage, Seite 14.

 Unternehmensausblick, Seite 33.

### Umsatzwachstumsziele 2018 und Zielerreichung Q2 2016

in Mio Euro



Aufgrund des positiven Geschäftsverlaufs bestätigen wir unseren Unternehmensausblick auf Seite 33 dieses Halbjahresfinanzberichts. Zugleich bekräftigen wir unsere Mehrjahresziele: Für 2018 strebt die ProSiebenSat.1 Group ein Umsatzwachstum um 1,85 Mrd Euro im Vergleich zum Geschäftsjahr 2012 an. Damit soll der Konzernumsatz 2018 auf 4,2 Mrd Euro steigen. Das recurring EBITDA soll sich im gleichen Zeitraum um 350 Mio Euro auf knapp 1,1 Mrd Euro erhöhen. Zum Ende des zweiten Quartals 2016 hat der Konzern bereits 63,0 Prozent seines mittelfristigen Umsatzziels und 61,5 Prozent seines erwarteten recurring EBITDA-Wachstums erreicht. Zugleich generierte der Konzern 44,0 Prozent seiner Erlöse außerhalb des werbefinanzierten TV-Geschäfts; bis 2018 soll der Wert auf rund 50 Prozent steigen. Damit ist die ProSiebenSat.1 Group auf Kurs. Diese finanziellen Ziele reflektieren unsere Vision vom Broadcasting, Digital Entertainment und Commerce Powerhouse: Durch die konsequente Vernetzung des Kerngeschäfts werbefinanziertes Free-TV mit den diversifizierten Digital-Angeboten entwickelt sich der Konzern weiter und schreibt sein dynamisches Wachstum fort.

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



Künftige wirtschaftliche  
und branchenspezifische  
Rahmenbedingungen,  
Seite 32.

Einen Großteil des Konzernumsatzes erwirtschaftet ProSiebenSat.1 aus Bewegtbild-Werbung im TV: Im zweiten Quartal 2016 entsprach der Anteil 496 Mio Euro (Vorjahr: 493 Mio Euro) bzw. 56 Prozent bezogen auf den Gesamtumsatz (Vorjahr: 64%). Der Werbemarkt korreliert eng mit den makroökonomischen Entwicklungen und insbesondere den privaten Konsumausgaben. Dies zeigt auch das zweite Quartal bzw. das erste Halbjahr 2016: Die Ausgaben der privaten Haushalte dürften weiter gestiegen sein und die Investitionsbereitschaft der Werbewirtschaft positiv beeinflusst haben. Zudem wirkten sich strukturelle Veränderungen auf das Marktwachstum und damit einhergehend das Preisniveau aus: Aufgrund seiner hohen Reichweite gewinnt Fernsehen Marktanteile von Print. Die strukturelle Verschiebung zu Bewegtbild-Werbung zeigt sich auch bei Online-Medien: InStream-Videos legen im Vergleich zum gesamten Online-Werbemarkt deutlich zu. ProSiebenSat.1 ist der führende Werbezeitenvermarkter für Bewegtbild-Werbung im TV und in Online-Medien und kapitalisiert dieses Wachstum erfolgreich.

Im deutschen Zuschauermarkt ist ProSiebenSat.1 ebenfalls Marktführer und liefert die höchsten Reichweiten. Dies ist ein wichtiges Kriterium für die Preisgestaltung von Werbung und damit für unsere Budgetplanung. Ziel ist es, die führende Marktposition auf hohem Niveau zu festigen. Dies ist dem Konzern nach einem Rekordjahr auch in den ersten beiden Quartalen 2016 gelungen. Gleichzeitig ist der Marktanteil im zweiten Quartal 2016 gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen. Diesen Rückgang hat der Konzern jedoch antizipiert; er resultiert primär aus der TV-Übertragung der Fußball-Europameisterschaft bei den öffentlich-rechtlichen Sendern.



Entwicklung der  
Zuschauermarktanteile  
und Nutzerzahlen, Seite 8.

Der TV-Werbemarkt wächst solide und fördert unser profitables Umsatzwachstum. Zugleich diversifiziert der Konzern sein Geschäft mit dem Ziel, neue Erlösmodelle zu entwickeln und die Wertschöpfungskette um digitale Angebote zu erweitern. Im Kerngeschäft ist die Distribution der TV-Sender in HD-Qualität ein wichtiger Stellhebel, um an der Dynamik digitaler Märkte zu partizipieren. Die HD-Nutzerzahlen sind weiter gestiegen; infolgedessen entwickelten sich die Distributionserlöse der ProSiebenSat.1 Group im Berichtszeitraum dynamisch. Parallel dazu erweitert der ProSiebenSat.1-Konzern sein Portfolio um Entertainment-Angebote auf digitalen Plattformen und baut diese sukzessive aus. Der Markt für Digital-Entertainment-Angebote wächst insgesamt deutlich; davon profitieren wir und haben unter anderem die Nutzerzahl von maxdome weiter gesteigert. Breitband-Internetzugänge mit schneller Datenübertragung treiben diese Veränderung voran.

In diesem Kontext zeichnen sich zwei Trends ab, die unser Umsatzwachstum zusätzlich beschleunigen: Einkäufe werden heutzutage vielfach über das Internet getätigt, sodass der E-Commerce-Markt ein hohes Potenzial birgt. Das Internet etabliert sich zunehmend als Absatzkanal und ergänzt sich synergetisch mit TV-Werbung. Angeregt durch TV-Werbung hat inzwischen fast die Hälfte aller Deutschen bereits ein Produkt im Internet gekauft. Der Impuls von TV für eine Online-Suchanfrage fällt vor allem bei Marken hoch aus, die über einen eigenen Internet-Shop verfügen. Aus diesem Grund investiert ProSiebenSat.1 in E-Commerce-Portale, die für die Vermarktung über TV-Werbung geeignet sind. Der Konzern baut dazu gezielt thematisch verwandte Portfolios auf, sogenannte Verticals, da sich durch die Bündelung zusätzliche Umsatz- und Kostensynergien ergeben. Ein Beispiel für die Vertical-Strategie ist die Investition in Online-Reiseangebote, die ProSiebenSat.1 unter der Dachmarke 7Travel führt. Das Travel Vertical hat im zweiten Quartal 2016 erneut einen wichtigen Wachstumsbeitrag geleistet. Dies ist vor allem auf die Erstkonsolidierung von etravel seit Dezember 2015 zurückzuführen; bei anderen 7Travel-Portalen blieben die Umsätze aufgrund der aktuellen Entwicklung in der Reisebranche allerdings unter dem hohen Vorjahreswert.

Teil dieser M&A-Strategie sind auch Desinvestitionen. Dazu analysiert der Konzern regelmäßig sein Portfolio und bewertet das mögliche Synergiepotenzial, das sich aus der Vernetzung des

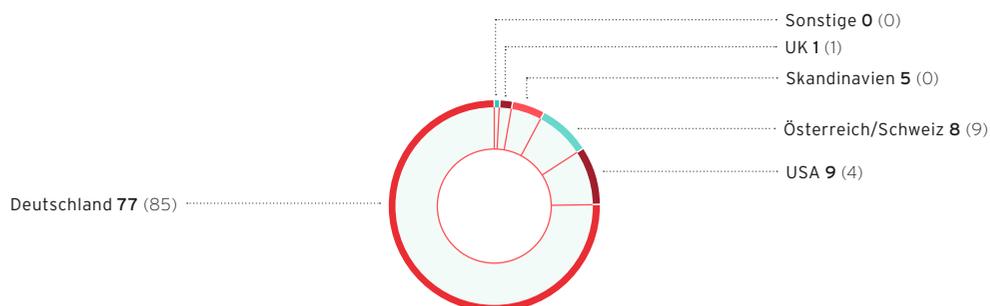


Anhang, Ziffer 2  
„Konsolidierungskreis“,  
Seite 40.

Digitalportfolios mit dem TV-Geschäft ergibt. Vor diesem Hintergrund hat ProSiebenSat.1 im zweiten Quartal 2016 seine Games-Aktivitäten veräußert. Die Games-Sparte wurde zum 30. Juni 2016 entkonsolidiert; sie war dem Digital & Adjacent-Segment zugeordnet.

### Umsatz nach Regionen

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2015 in Klammern



Während makroökonomische Rahmenbedingungen sowie branchenspezifische und strukturelle Effekte unsere Geschäftsentwicklung deutlich beeinflussen können, haben Währungseffekte keine materiellen Auswirkungen auf die finanzielle Situation des Konzerns. Den Großteil ihrer Umsätze generiert die Gruppe im zweiten Quartal 2016 mit 77 Prozent in Deutschland und damit im Euroraum. Auf die USA entfallen 9 Prozent des Konzernumsatzes. Zu den kleinsten Einzelmärkten zählt Großbritannien mit einem Umsatzanteil von 1 Prozent.



Fremdkapitalausstattung  
und Finanzierungs-  
struktur, Seite 20.

Finanzielle Implikationen könnten sich zudem aus Lizenzverträgen ergeben, da diese vorwiegend mit US-Studios abgeschlossen werden. Die damit verbundenen Risikopotenziale aus Wechselkursänderungen begrenzt der Konzern jedoch durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente. Auch für die Begrenzung potenzieller Zinsrisiken nutzt der Konzern Sicherungsinstrumente: So sind die variabel verzinslichen Kreditverbindlichkeiten durch verschiedene Zinssicherungsinstrumente vollständig gedeckt. Aufgrund des aktuellen Negativzinsumfelds ergeben sich hieraus aber Ineffektivitäten. In diesem Zusammenhang musste die Sicherungsbeziehung für die bestehenden Zinsswaps im ersten Halbjahr 2016 aufgelöst werden. Diese Effekte werden im sonstigen Finanzergebnis erfasst und im Kapitel 6 „Finanzinstrumente“ im Konzernzwischenabschluss näher erläutert.

## Ertragslage des Konzerns

### Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal

#### Ausgewählte Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group im zweiten Quartal 2016

in Mio Euro	ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
	Q2 2016	Q2 2015
Konzernumsatz	886	772
Operative Kosten <sup>1</sup>	638	539
Gesamtkosten	688	584
Umsatzkosten	461	406
Vertriebskosten	109	80
Verwaltungskosten	113	98
Sonstige betriebliche Aufwendungen	5	0
Betriebsergebnis (EBIT)	211	193
Recurring EBITDA <sup>2</sup>	254	238
Sondereffekte (saldiert) <sup>3</sup>	4	-12
EBITDA	258	226
Konzernergebnis, das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnen ist	136	118
Bereinigter Konzernüberschuss <sup>4</sup>	133	122

<sup>1</sup> Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen.

<sup>2</sup> Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.

<sup>3</sup> Saldo aus Einmalaufwendungen und -erträgen.

<sup>4</sup> Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter aus fortgeführten Aktivitäten vor Effekten aus Kaufpreisallokationen und weiteren Sondereffekten.

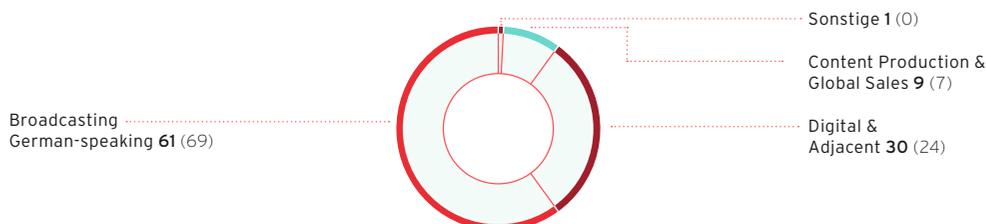
Die ProSiebenSat.1 Group steigerte ihren **Konzernumsatz** im zweiten Quartal 2016 auf 886 Mio Euro. Dies ist ein Wachstum gegenüber dem Vorjahreswert um 15 Prozent oder 114 Mio Euro. Dazu trugen alle Segmente bei:

 Geschäftsentwicklung der Segmente, Seite 26.

- Das Segment **Broadcasting German-speaking**, mit dem Kerngeschäft werbefinanziertes Fernsehen, verzeichnete einen externen Umsatzanstieg von 1 Prozent oder 6 Mio Euro auf 541 Mio Euro. Dies entspricht einem Anteil von 61 Prozent am Konzernumsatz (Vorjahr: 69%).
- Das **Digital & Adjacent**-Segment leistete den höchsten Wachstumsbeitrag. Der Umsatz stieg um 43 Prozent oder 79 Mio Euro auf 263 Mio Euro und basiert auf Unternehmenskäufen.
- Das Segment **Content Production & Global Sales** entwickelte sich ebenfalls dynamisch. Der Umsatz steigerte sich um 42 Prozent oder 23 Mio Euro auf 77 Mio Euro. Das Segment wächst ebenso organisch wie akquisitionsbedingt.

#### Anteil am Konzernumsatz nach Segmenten

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2015 in Klammern



Die **Gesamtkosten** setzen sich zusammen aus den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie den sonstigen betrieblichen Aufwendungen und summierten sich im zweiten Quartal 2016 auf 688 Mio Euro. Der Anstieg um 18 Prozent bzw. 103 Mio Euro resultiert primär aus folgenden Entwicklungen:

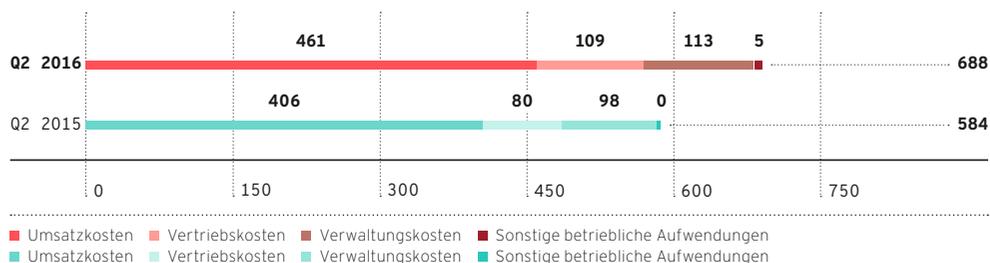
- Der Großteil des Kostenanstiegs basiert auf einer Zunahme der **Umsatzkosten** um 14 Prozent bzw. 55 Mio Euro auf 461 Mio Euro. Dazu führte zum einen die Erweiterung des Digitalportfolios, wobei sich vor allem die erstmalige Konsolidierung verschiedener digitaler Plattformen auf das Kostenniveau auswirkte. Auch für den Ausbau des VoD-Angebots und des bestehenden Commerce-Portfolios sind die Kosten umsatzbedingt gestiegen. Zum anderen prägten das höhere Geschäftsvolumen und Akquisitionen im Segment Content Production & Global Sales die Kostenentwicklung. Der Werteverzehr auf das Programmvermögen – die größte Kostenposition des Konzerns – lag hingegen auf Vorjahresniveau und betrug 212 Mio Euro (Vorjahr: 212 Mio Euro).
- Die **Vertriebskosten** verzeichneten eine Steigerung um 37 Prozent bzw. 29 Mio Euro auf 109 Mio Euro. Grund hierfür sind ebenfalls Portfolioerweiterungen im Segment Digital & Adjacent. Daneben beeinflusste das organische Wachstum in den Bereichen VoD und Commerce die Kostenentwicklung.
- Die **Verwaltungskosten** beliefen sich auf 113 Mio Euro; dies entspricht einer Zunahme um 15 Prozent bzw. 14 Mio Euro. Eine Ursache für den Anstieg der Verwaltungskosten war die Entwicklung der Personalaufwendungen. Die Mitarbeiteranzahl erhöhte sich infolge von Akquisitionen; dementsprechend stiegen auch die Personalaufwendungen. Zudem entstanden aufgrund von Portfoliomaßnahmen höhere Beratungskosten sowie Abschreibungen auf Kaufpreisallokationen.



Mitarbeiter,  
Seite 28.

### Gesamtkosten

in Mio Euro



Bereinigt um Abschreibungen und Einmalaufwendungen beliefen sich die **operativen Kosten** auf 638 Mio Euro (Vorjahr: 539 Mio Euro). Dies ist ein Anstieg von 18 Prozent. Eine Überleitungsrechnung der operativen Kosten aus den Gesamtkosten zeigt folgende Tabelle; die operativen Kosten sind die für das recurring EBITDA relevante Kostenposition:

### Überleitungsrechnung operative Kosten

in Mio Euro

	Q2 2016	Q2 2015
Gesamtkosten	688	584
Einmalaufwendungen	3	12
Abschreibungen <sup>1</sup>	47	33
<b>Operative Kosten</b>	<b>638</b>	<b>539</b>

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

Das um Sondereffekte bereinigte **recurring EBITDA** ist für die ProSiebenSat.1 Group die zentrale Kennzahl zur Profitabilitätssteuerung. Es ist infolge der Umsatzdynamik auf 254 Mio Euro gestiegen (Vorjahr: 238 Mio Euro). Dies markiert ein Wachstum von 7 Prozent gegenüber dem Vorjahresvergleichswert. Die korrespondierende **recurring EBITDA-Marge** betrug 28,7 Prozent (Vorjahr: 30,8%). Die Margen-Entwicklung spiegelt insbesondere das dynamische Umsatzwachstum im Segment Digital & Adjacent wider, das seine Umsatz- und Ergebnisanteile gegenüber dem TV-Werbe-geschäft sukzessive erhöht. Dabei unterscheiden sich die Kosten- und Ertragsstrukturen der beiden Segmente: Während das Free-TV-Segment im zweiten Quartal eine Marge von 35,6 Prozent erzielte, lag die recurring EBITDA-Marge des Segmente Digital & Adjacent bei 15,9 Prozent.

 **Geschäftsentwicklung der Segmente, Seite 26.**

Das **Konzern-EBITDA** zeigte eine Steigerung um 14 Prozent auf 258 Mio Euro (Vorjahr: 226 Mio Euro). Es beinhaltet Sondereffekte in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr: -12 Mio Euro), die sich aus verschiedenen Erträgen und Aufwendungen zusammensetzen: Zu einem einmaligen Ertrag in Höhe von 6 Mio Euro führte im zweiten Quartal 2016 der Verkauf der Games-Sparte; zudem wurde ein Bewertungseffekt der anteilsbasierten Vergütung mit Barausgleich von 5 Mio Euro erfasst. Demgegenüber stehen Aufwendungen aus M&A-Projekten und Reorganisationen in Höhe von insgesamt 7 Mio Euro. Eine Überleitung zur Berechnung der operativen Ergebnisgrößen zeigt folgende Tabelle:

 **Anhang, Ziffer 2 „Konsolidierungskreis“, Seite 40.**

 **Erläuterungen zum Bericht, Seite 5.**

#### Überleitungsrechnung recurring EBITDA aus fortgeführten Aktivitäten

in Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015
Ergebnis vor Steuern	201	173
Finanzergebnis	-10	-20
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>211</b>	<b>193</b>
Abschreibungen <sup>1</sup>	47	33
davon Kaufpreisallokationen	15	7
<b>EBITDA</b>	<b>258</b>	<b>226</b>
Sondereffekte (saldiert) <sup>2</sup>	-4	12
<b>Recurring EBITDA</b>	<b>254</b>	<b>238</b>

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

<sup>2</sup> Differenz aus Einmalaufwendungen in Höhe von 3 Mio Euro (Vorjahr: 12 Mio Euro) und Einmalserträgen von 6 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

Auch das **Finanzergebnis** hat sich gegenüber dem zweiten Quartal 2015 weiter verbessert. Es betrug minus 10 Mio Euro und setzt sich zusammen aus dem Zinsergebnis, dem Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und dem sonstigen Finanzergebnis. Hauptursache für die Verbesserung des Finanzergebnisses um 48 Prozent oder 10 Mio Euro ist die Entwicklung des sonstigen Finanzergebnisses. Es belief sich auf 9 Mio Euro im Vergleich zu minus 3 Mio Euro im Vorjahr und beinhaltet eine positive Bewertungsänderung auf die Anteile an Zenimax Media Inc. in Höhe von 30 Mio Euro. Demgegenüber wirkten sich insbesondere Ineffektivitäten aus Zinssicherungsgeschäften infolge des aktuellen negativen Zinsumfelds nachteilig auf das sonstige Finanzergebnis aus. Aufgrund von Wertberichtigungen auf Finanzbeteiligungen weist der Konzern außerdem für das zweite Quartal 2016 einen Aufwand von 7 Mio Euro aus (Vorjahr: 1 Mio Euro).

 **Anhang, Ziffer 6 „Finanzinstrumente“, Seite 45.**

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultiert ein Anstieg des **Ergebnisses vor Steuern** auf 201 Mio Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 16 Prozent oder 28 Mio Euro. Der Ertragsteueraufwand betrug 63 Mio Euro (Vorjahr: 54 Mio Euro) bei einer Steuerquote von 31,5 Prozent (Vorjahr: 31,0%). Nach Steuern resultiert ein Periodenüberschuss von 137 Mio Euro; damit ist das Netto-Ergebnis gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum um 15 Prozent bzw. 18 Mio Euro gewachsen.

Das **underlying net income** stieg zugleich um 8 Prozent und betrug 133 Mio Euro (Vorjahr: 122 Mio Euro). Diese Ergebnisgröße ist um verschiedene Sondereffekte bereinigt, die die operative Ertragskraft überlagern. Dazu zählen Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen oder Wertberichtigungen auf Finanzbeteiligungen. Zudem werden seit dem zweiten Quartal 2016 Bewertungs-



Erläuterungen zum  
Bericht, Seite 5.

effekte aus Earn-outs sowie Put-Optionen und die zuvor genannten Bewertungseffekte der anteilsbasierten Vergütung mit Barausgleich bereinigt. Im Einzelnen stellt sich die Berechnung des underlying net income für das zweite Quartal 2016 wie folgt dar:

**Überleitungsrechnung underlying net income (bereinigter Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten)**

in Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	136	118
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen (nach Steuern) <sup>1</sup>	10	5
Wertberichtigungen auf sonstige Finanzbeteiligungen	8	1
Neubewertung von at-Equity Anteilen im Rahmen von Erstkonsolidierungen	-/-	-6
Ineffektivitäten aus Finanzderivaten (nach Steuern) <sup>2</sup>	2	-/-
Bewertungsänderungen Anteile ZeniMax Media Inc.	-30	-/-
Bewertungseffekte Put-Optionen und Earn-out Verbindlichkeiten (nach Steuern) <sup>3</sup>	12	4
Bewertungseffekte Group-Share-Pläne (nach Steuern) <sup>4</sup>	-3	-/-
Sonstige Effekte	-1	-/-
<b>Bereinigter Konzernüberschuss (underlying net income)</b>	<b>133</b>	<b>122</b>

**1** Abschreibungen auf Kaufpreisallokationen vor Steuern: 15 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro).

**2** Ineffektivitäten aus Finanzderivaten vor Steuern: 3 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

**3** Bewertungseffekte Put-Optionen und Earn-out Verbindlichkeiten vor Steuern: 6 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro).

**4** Bewertungseffekte Group-Share-Pläne vor Steuern: 5 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).



Anhang, Ziffer 7  
„Eventualverbindlichkeiten  
und sonstige finanzielle  
Verpflichtungen“, Seite 48.

Das Ergebnis nach Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten betrug minus 42 Mio Euro (Vorjahr: -1 Mio Euro). Es beinhaltet einen Steueraufwand in Höhe von 40 Mio Euro. Die ProSiebenSat.1 Media SE hat im zweiten Quartal eine Steuernachforderung inklusive Zinsen und Strafzahlungen für ehemalige Gesellschaften in Schweden beglichen.

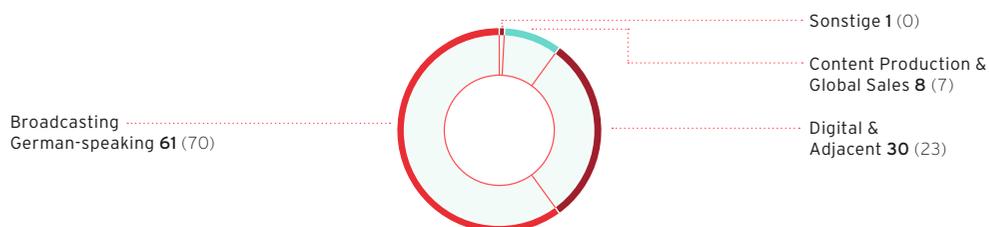
**Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2016**

Die Umsatz- und Ergebnisperformance des ersten Halbjahres 2016 spiegelt die Entwicklungen aus dem zweiten Quartal dieses Jahres wider:

Auf Halbjahressicht steigerte der Konzern seinen **Gesamtumsatz** um 18 Prozent oder 261 Mio Euro auf 1.688 Mio Euro. Zu diesem dynamischen Umsatzwachstum trugen alle Segmente bei. Ziel des Konzerns ist es, zusätzliche Umsatzpotenziale insbesondere in Digitalbranchen zu nutzen und insgesamt unabhängiger vom hochprofitablen, aber konjunktursensitiven Free-TV-Geschäft zu sein. Diese strategische Zielsetzung zeigt die Entwicklung der Umsatzanteile nach Segmenten auch für das erste Halbjahr: Die ProSiebenSat.1 Group hat den Anteil der beiden Segmente Digital & Adjacent sowie Content Production & Global Sales am Konzernumsatz weiter erhöht. Sie trugen insgesamt 38 Prozent bzw. 645 Mio Euro zum Konzernumsatz bei (Vorjahr: 30% bzw. 422 Mio Euro).

**Anteil am Konzernumsatz nach Segmenten**

in Prozent, Vorjahreswerte H1 2015 in Klammern



Der Konzern hat in den vergangenen Monaten verschiedene Akquisitionen getätigt und seine Marktposition durch Portfolioerweiterungen gestärkt. Vor diesem Hintergrund verzeichneten die

**Gesamtkosten** eine Steigerung um 22 Prozent bzw. 246 Mio Euro auf 1.371 Mio Euro. Die **operativen Kosten**, das heißt die um Sondereffekte in Höhe von 11 Mio Euro (Vorjahr: 19 Mio Euro) und Abschreibungen von 86 Mio Euro (Vorjahr: 62 Mio Euro) bereinigten Gesamtkosten, stiegen ebenfalls um 22 Prozent. Sie betragen 1.274 Mio Euro (Vorjahr: 1.045 Mio Euro).

Die dynamische Umsatzentwicklung führte auf Halbjahressicht zu einem Wachstum der relevanten operativen Ergebnisgrößen: Das **EBITDA** erhöhte sich um 13 Prozent und belief sich auf 420 Mio Euro (Vorjahr: 371 Mio Euro), das um **Sondereffekte bereinigte EBITDA** stieg um 9 Prozent auf 424 Mio Euro (Vorjahr: 390 Mio Euro). Das **bereinigte Konzernergebnis** (underlying net income) ist ebenfalls deutlich gestiegen und betrug 207 Mio Euro (Vorjahr: 193 Mio Euro). Seine Berechnung wird nachstehend dargestellt; das underlying net income ist die für die Dividendenbemessung entscheidende Ergebniskennzahl:



Erläuterungen zum  
Bericht, Seite 5.

#### Überleitungsrechnung underlying net income (bereinigter Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten)

in Mio Euro	H1 2016	H1 2015
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	203	179
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen (nach Steuern) <sup>1</sup>	17	8
Wertberichtigungen auf sonstige Finanzbeteiligungen	8	4
Neubewertung von at-Equity Anteilen im Rahmen von Erstkonsolidierungen	-/-	-6
Ineffektivitäten aus Finanzderivaten (nach Steuern) <sup>2</sup>	4	-/-
Bewertungsänderungen Anteile ZeniMax Media Inc.	-30	3
Bewertungseffekte Put-Optionen und Earn-out Verbindlichkeiten (nach Steuern) <sup>3</sup>	10	5
Bewertungseffekte Group-Share-Pläne (nach Steuern) <sup>4</sup>	-3	-/-
Sonstige Effekte	-1	0
<b>Bereinigter Konzernüberschuss (underlying net income)</b>	<b>207</b>	<b>193</b>

**1** Abschreibungen auf Kaufpreisallokationen vor Steuern: 25 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro).

**2** Ineffektivitäten aus Finanzderivaten vor Steuern: 6 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

**3** Bewertungseffekte Put-Optionen und Earn-out Verbindlichkeiten vor Steuern: 4 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro).

**4** Bewertungseffekte Group-Share-Pläne vor Steuern: 5 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

## Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

### Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Die ProSiebenSat.1 Group nutzt verschiedene Finanzierungsinstrumente: Die Konzernfinanzierung setzt sich zum 30. Juni 2016 aus einer unbesicherten Kreditvereinbarung bestehend aus einem endfälligen Darlehen (Term Loan) in Höhe von 2.100 Mio Euro sowie einer revolving Kreditfazilität (RCF) von 600 Mio Euro zusammen. Daneben verfügt der Konzern über eine unbesicherte Anleihe mit einem Volumen von 600 Mio Euro, die am regulierten Markt der Luxemburger Börse notiert ist (ISIN DE000A11QFA7).

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 durch derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ab. Dabei beobachtet der Konzern die Entwicklung der Finanzmärkte fortlaufend und passt seine Derivate gegebenenfalls an das Zinsumfeld an; weitere Informationen zu den Zinssicherungsgeschäften beinhaltet der Anhang unter Ziffer 6. Der Festzinsanteil belief sich zum 30. Juni 2016 auf 100 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio (30. Juni 2015: ca. 95%; 31. Dezember 2015: ca. 78%). Der durchschnittliche festverzinsliche Swapsatz beträgt unverändert rund 3,12 Prozent per annum; der festverzinsliche Kupon der Anleihe liegt bei 2,625 Prozent per annum. Eine Übersicht der Fremdfinanzierungsinstrumente nach Laufzeiten und Volumina zeigt folgende Grafik:



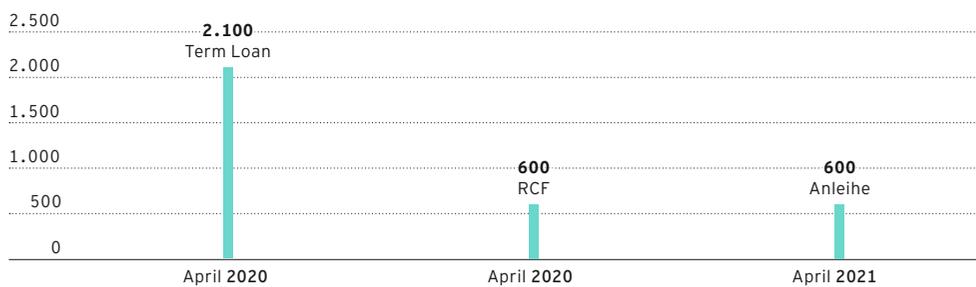
Anhang, Ziffer 6  
Finanzinstrumente,  
Seite 45.



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. Juni 2016

in Mio Euro



Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt ein aktives Finanzmanagement und konnte durch Finanzierungsmaßnahmen im vergangenen Jahr vom günstigen Marktumfeld an den Finanzmärkten profitieren: Im zweiten Quartal 2015 hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Kreditvereinbarung um ein Jahr bis April 2020 verlängert; zudem hat der Konzern im Oktober letzten Jahres sein Darlehen um 700 Mio Euro auf 2.100 Mio Euro erhöht. Die Volumina der übrigen Instrumente haben sich gegenüber den Vorjahresstichtagen nicht verändert; der RCF wurde auch zum 30. Juni 2016 nicht in Anspruch genommen. Vor diesem Hintergrund hatte das **Fremdkapital** der ProSiebenSat.1 Group zum 30. Juni 2016 einen Anteil von 88 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2015: 82%; 30. Juni 2015: 83%). Davon entfiel ein Großteil mit 57 Prozent bzw. 2.677 Mio Euro auf die lang- und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten (31. Dezember 2015: 61% bzw. 2.675 Mio Euro; 30. Juni 2015: 62% bzw. 1.974 Mio Euro).



Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse, Seite 24.



Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse, Seite 24.

### Finanzierungsanalyse

Der **Verschuldungsgrad** bewegt sich weiterhin im Zielkorridor (Leverage-Faktor): Die Netto-Finanzverschuldung belief sich zum 30. Juni 2016 auf 2.005 Mio Euro; das **Verhältnis** der Netto-Verschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate ergibt damit den Faktor 2,1 (last twelve months recurring EBITDA; LTM recurring EBITDA). Der Verschuldungsgrad ist eine zentrale Steuerungsgröße der konzernweiten Finanz- und Investitionsplanung; Ziel ist ein Wert zwischen 1,5 und 2,5.

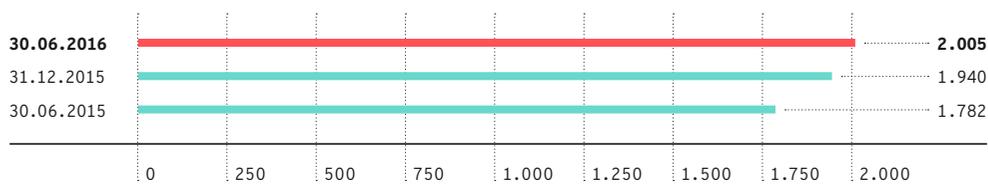
Der Anstieg der **Netto-Finanzverschuldung** gegenüber dem Vorjahresstichtag im Juni um 13 Prozent oder 223 Mio Euro reflektiert das höhere Investitionsvolumen. Die ProSiebenSat.1 Group hat insbesondere im zweiten Halbjahr 2015 zahlreiche M&A-Projekte verfolgt und ihr Portfolio erweitert. Auch gegenüber dem 31. Dezember 2015 ist die Netto-Finanzverschuldung gestiegen, die Differenz beträgt 3 Prozent oder 65 Mio Euro. Dies spiegelt die Entwicklung der liquiden Mittel wider, da das vierte Quartal üblicherweise die Cashflow-stärkste Periode im Geschäftsjahr des Konzerns darstellt. Die **liquiden Mittel** verringerten sich daher gegenüber dem 31. Dezember 2015 um 9 Prozent oder 63 Mio Euro.



Liquiditäts- und Investitionsanalyse, Seite 22.

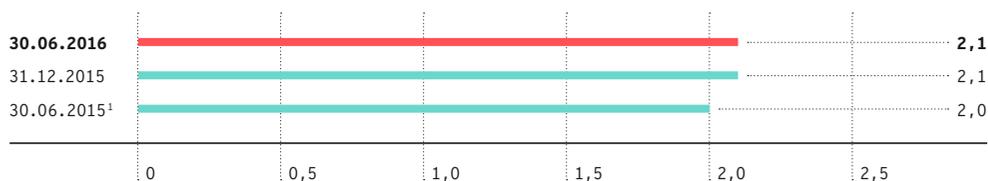
### Netto-Finanzverschuldung des Konzerns

in Mio Euro



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

in Mio Euro



<sup>1</sup> Bereinigt um den LTM recurring EBITDA-Beitrag der osteuropäischen Aktivitäten.

Die Netto-Finanzverschuldung ist definiert als Saldo aus Finanzverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und bestimmter kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte. Aus ihr leitet sich der Verschuldungsgrad (Leverage-Faktor) ab; dazu wird die Netto-Finanzverschuldung in Relation zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM recurring EBITDA) gesetzt.

### 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 flüssigen Mitteln der Bilanz zum Stichtag am 30. Juni. Nachfolgend werden wesentliche Veränderungen für die Cashflow-Positionen des fortgeführten Geschäfts beschrieben, wobei die Entwicklung im ersten Halbjahr die Effekte des zweiten Quartals weitestgehend reflektiert:

### Kapitalflussrechnung

in Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015	H1 2016	H1 2015
<b>Ergebnis fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>137</b>	<b>119</b>	<b>205</b>	<b>182</b>
<b>Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>-42</b>	<b>-1</b>	<b>-42</b>	<b>1</b>
Cashflow fortgeführter Aktivitäten	447	426	860	801
Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	0	0	-2	1
Veränderung Working Capital	-43	-21	-26	5
Erhaltene Dividende	0	0	6	6
Gezahlte Steuern	-60	-39	-110	-78
Erhaltene Zinsen	2	0	2	0
Gezahlte Zinsen	-36	-31	-58	-49
<b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>310</b>	<b>335</b>	<b>675</b>	<b>685</b>
<b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>-40</b>	<b>0</b>	<b>-42</b>	<b>-1</b>
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>-310</b>	<b>-259</b>	<b>-677</b>	<b>-609</b>
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Free Cashflow fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>0</b>	<b>76</b>	<b>-2</b>	<b>76</b>
<b>Free Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>-40</b>	<b>0</b>	<b>-42</b>	<b>-1</b>
<b>Free Cashflow (gesamt)</b>	<b>-40</b>	<b>76</b>	<b>-45</b>	<b>75</b>
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>-11</b>	<b>-358</b>	<b>-16</b>	<b>-361</b>
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes fortgeführter Aktivitäten	0	1	-3	8
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-51	-282	-63	-278
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	723	475	734	471
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende</b>	<b>672</b>	<b>193</b>	<b>672</b>	<b>193</b>

Der **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** hat sich trotz der positiven Ergebnisentwicklung verringert. Er betrug 310 Mio Euro im zweiten Quartal 2016 (Vorjahr: 335 Mio Euro) und 675 Mio Euro im ersten Halbjahr (Vorjahr: 685 Mio Euro). Dieser Rückgang reflektiert vor allem die Entwicklung des Working Capitals sowie die gestiegenen Steuer- und Zinszahlungen. Aus den nicht-fortgeführten Aktivitäten resultiert ein operativer Cashflow von minus 40 Mio Euro im zweiten Quar-



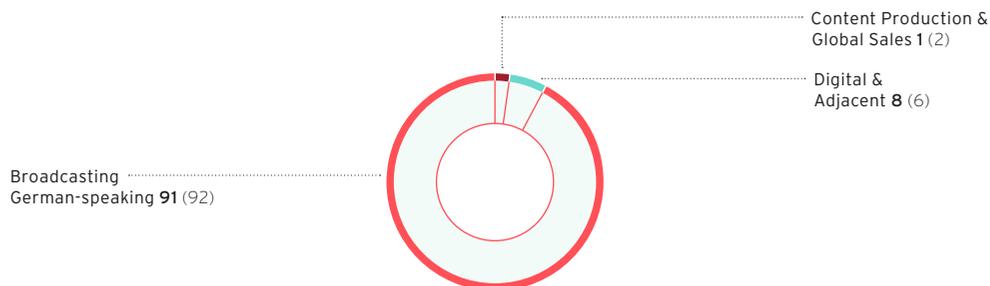
Ertragslage des Konzerns, Seite 16.

tal (Vorjahr: 0 Mio Euro) bzw. minus 42 Mio Euro für das erste Halbjahr 2016 (Vorjahr: -1 Mio Euro); der Mittelabfluss aus den nicht-fortgeführten Aktivitäten berücksichtigt die Steuernachzahlung für eine ehemalige Betriebsstätte in Schweden in Höhe von 40 Mio Euro.

Die Zahlungsströme im Rahmen der Investitionstätigkeit führten im zweiten Quartal zu einem Anstieg auf minus 310 Mio Euro (+19% oder -50 Mio Euro ggü. Vorjahr). Im ersten Halbjahr belief sich der **Investitions-Cashflow** auf minus 677 Mio Euro (+11% oder -68 Mio Euro ggü. Vorjahr).

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

in Prozent, Vorjahreswerte H1 2015 in Klammern



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

Die Verteilung der Investitionen nach Segmenten veranschaulicht obige Grafik für das erste Halbjahr; wesentliche Investitionen waren dabei:

- **Investitionen in das Programmvermögen:** Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmrechten betrug 242 Mio Euro. Dies ist ein Anstieg von 25 Prozent oder 48 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Die Programminvestitionen verteilten sich im zweiten Quartal zu 151 Mio Euro bzw. 62 Prozent auf den Erwerb von Lizenzprogrammen und zu 90 Mio Euro bzw. 37 Prozent auf Auftragsproduktionen. Auf Halbjahressicht erhöhten sich die Mittelabflüsse um 2 Prozent oder 8 Mio Euro auf 519 Mio Euro. Die Programminvestitionen entfielen in beiden Perioden fast ausschließlich auf das Segment Broadcasting German-speaking.
- **Sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen:** 31 Mio Euro flossen im zweiten Quartal 2016 in sonstige immaterielle Vermögenswerte; dies entspricht einer Steigerung um 77 Prozent oder 14 Mio Euro gegenüber dem Vorjahreswert. In den erstens sechs Monaten stiegen die Investitionen auf 54 Mio Euro (+51% bzw. 18 Mio Euro ggü. Vorjahr). In diesem Kontext investierte der Konzern vor allem in das Segment Digital & Adjacent (60% im zweiten Quartal 2016 bzw. 63% Prozent im ersten Halbjahr 2016). Schwerpunkt der Investitionstätigkeit waren selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte und Softwarelizenzen. Die Investitionen in Sachanlagen lagen mit 7 Mio Euro bzw. 12 Mio Euro hingegen sowohl auf Quartals- als auch auf Halbjahresbasis auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 8 Mio Euro bzw. 12 Mio Euro). Im zweiten Quartal entfielen sie mit 62 Prozent bzw. 27 Prozent auf die Segmente Broadcasting German-speaking und Digital & Adjacent.
- **Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis:** Der Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis betrug im zweiten Quartal 19 Mio Euro (Vorjahr: 34 Mio Euro); im ersten Halbjahr 2016 stiegen die Ausgaben um 40 Mio Euro auf 74 Mio Euro. Diese Position reflektiert vor allem die Kaufpreiszahlung für den Erwerb von Dorsey Pictures im ersten Quartal dieses Jahres sowie nachgelagerte Kaufpreiszahlungen für den Erwerb von etravel und SMARTSTREAM.TV.



Erläuterung zur Programmversorgung: Programminvestitionen bilden einen Schwerpunkt der Investitionstätigkeit. Neben dem Einkauf von Lizenzformaten und Auftragsproduktionen sichern Eigenformate die Programmversorgung des Konzerns. Diese basieren auf der Entwicklung und Umsetzung eigener Ideen und werden im Gegensatz zu Auftragsproduktionen primär im Hinblick auf eine kurzfristige Ausstrahlung produziert. Sie werden daher direkt aufwandswirksam in den Umsatzkosten erfasst und stellen keine Investition dar.



Erläuterung zu den Zugängen zum Konsolidierungskreis: 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 **Free Cashflow** belief sich für das zweite Quartal 2016 auf 0 Euro (Vorjahr: 76 Mio Euro) bzw. im ersten Halbjahr 2016 auf minus 2 Mio Euro (Vorjahr: 76 Mio Euro). Der Rückgang des Free Cashflows spiegelt insbesondere die höheren Investitionen wider. Im zweiten Quartal sind wie zuvor beschrieben insbesondere die Programminvestitionen gestiegen; auf Halbjahressicht erhöhten sich die Mittelabflüsse im Rahmen der Akquisitionstätigkeit sowie für den Kauf von immateriellen Vermögenswerten.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** betrug im zweiten Quartal minus 11 Mio Euro (Vorjahr: -358 Mio Euro); auf Halbjahressicht lag er bei minus 16 Mio Euro (Vorjahr: -361 Mio Euro). Im Mittelabfluss für 2015 spiegelte sich die Dividendenausschüttung in Höhe von 342 Mio Euro wider, die im Mai 2015 ausgezahlt wurde. Im Jahr 2016 erfolgt die Ausschüttung im Juli und damit im dritten Quartal.

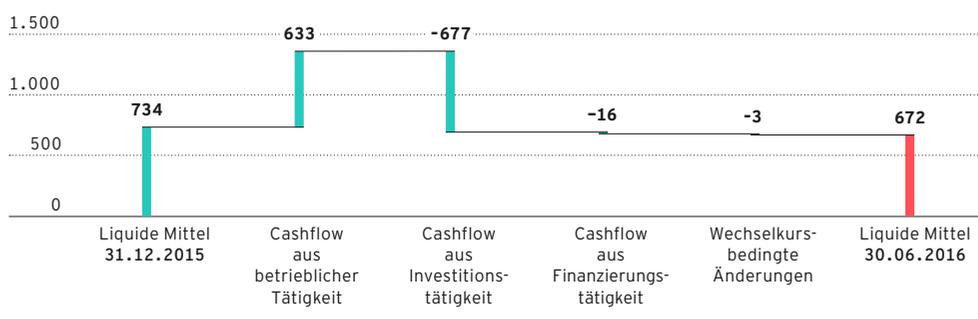


Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse, Seite 24.

Vor dem Hintergrund dieser Zahlungsströme ergaben sich **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** von 672 Mio Euro; am 31. Dezember 2015 betragen die liquiden Mittel 734 Mio Euro.

### Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

in Mio Euro

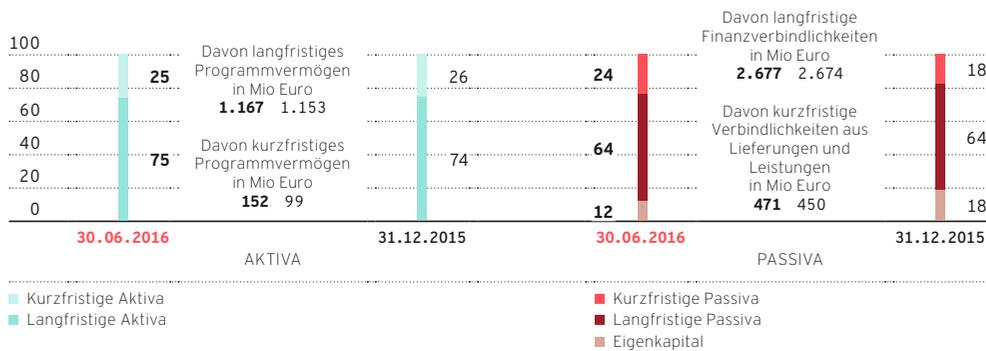


### Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

Die **Bilanzsumme** hat sich nur marginal verändert und belief sich zum 30. Juni 2016 auf 5.324 Mio Euro (31. Dezember 2015: 5.310 Mio Euro); es ergaben sich keine wesentlichen strukturellen oder quantitativen Bilanzänderungen im Vergleich zum 31. Dezember 2015. Die Vermögens- und Kapitalstruktur ist weiterhin solide. Einzelne wertmäßige Veränderungen wichtiger Bilanzpositionen werden nachfolgend beschrieben:

### Bilanzstruktur

in Prozent



- › **Kurz- und langfristige Aktiva:** Die Geschäfts- oder Firmenwerte betragen 1.651 Mio Euro (31. Dezember 2015: 1.649 Mio Euro); damit liegt ihr Anteil an der Bilanzsumme zum 30. Juni 2016 unverändert bei 31 Prozent. Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte entwickelten sich ebenfalls nahezu stabil und beliefen sich auf 555 Mio Euro (31. Dezember 2015: 553 Mio Euro). Die langfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte erhöhten sich um 6 Prozent auf 324 Mio Euro (31. Dezember 2015: 307 Mio Euro). Diese Entwicklung beruht primär auf der Zuschreibung auf die Anteile an Zenimax. Demgegenüber hatten Effekte aus Währungssicherungsgeschäften eine rückläufige Wirkung. Die kurzfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte lagen mit 136 Mio Euro nahezu auf Vorjahresniveau (31. Dezember 2015: 137 Mio Euro).

Das Programmvermögen zählt neben den Geschäfts- oder Firmenwerten zu den wichtigsten Aktivposten von ProSiebenSat.1 und hatte ähnlich wie zum Bilanzstichtag am 31. Dezember 2015 einen Anteil von 25 Prozent bezogen auf die Bilanzsumme (Vorjahr: 24%). Es setzt sich zusammen aus **lang- und kurzfristigen Programmvermögenswerten**; diese haben sich um 5 Prozent erhöht und betragen 1.319 Mio Euro (31. Dezember 2015: 1.252 Mio Euro). Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen haben sich hingegen um 6 Prozent verringert und beliefen sich auf 359 Mio Euro (31. Dezember 2015: 383 Mio Euro). Die liquiden Mittel gingen gegenüber dem 31. Dezember 2015 um 9 Prozent oder 63 Mio Euro auf 672 Mio Euro zurück. Damit verfügt der Konzern über eine komfortable Liquiditätsausstattung zum 30. Juni 2016.



Liquiditäts- und  
Investitionsanalyse,  
Seite 22.

- › **Eigenkapital:** Das Eigenkapital verringerte sich trotz der höheren Ertragskraft um 33 Prozent auf 628 Mio Euro (31. Dezember 2015: 943 Mio Euro). Damit weist der Konzern eine Eigenkapitalquote von 12 Prozent auf (31. Dezember 2015: 18%). Diese Entwicklung reflektiert insbesondere buchhalterische Effekte: Mit Beschluss der Hauptversammlung am 30. Juni 2016 wurde die Dividende für das Geschäftsjahr 2015 in Höhe von 386 Mio Euro in den kurzfristigen finanziellen Verbindlichkeiten erfasst. Die Auszahlung einer Dividende von 1,80 Euro je Aktie an die Aktionäre erfolgte am 1. Juli 2016. Ein zweiter Grund war die Reklassifizierung der anteilsbasierten Vergütungskomponenten im ersten Quartal 2016 in Höhe von 58 Mio Euro.



Erläuterungen zum  
Bericht, Seite 5.

- › **Kurz- und langfristige Passiva:** Vor dem Hintergrund der beschriebenen Umgliederung bzw. Reklassifizierung erhöhten sich die kurzfristigen übrigen finanziellen Verbindlichkeiten sowie die langfristigen sonstigen Rückstellungen gegenüber dem 31. Dezember 2015. Infolgedessen ist auch das Fremdkapital um 8 Prozent oder 328 Mio Euro auf insgesamt 4.696 Mio Euro gestiegen. Die Summe der im Fremdkapital ausgewiesenen **lang- und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten** hat sich hingegen nicht wesentlich verändert und betrug 2.677 Mio Euro im Vergleich zu 2.675 Mio Euro per 31. Dezember 2015.



Fremdkapitalausstattung  
und Finanzierungsstruktur,  
Seite 20.

## Geschäftsentwicklung der Segmente

### Segment Broadcasting German-speaking

#### Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2016

Die **Außenumsätze** des Segments Broadcasting German-speaking erhöhten sich im zweiten Quartal 2016 um 1 Prozent oder 6 Mio Euro auf 541 Mio Euro. Die positive Umsatzentwicklung beruht primär auf höheren **TV-Werbeinnahmen**. Gleichzeitig steigerte der Konzern die **Distributionserlöse** aus seinen Free-TV-Programmen in hochauflösender Qualität (HD).

Das **EBITDA** verzeichnete eine Steigerung um 7 Prozent bzw. 13 Mio Euro auf 206 Mio Euro. Das um **Sondereffekte** bereinigte **recurring EBITDA** stieg um 2 Prozent auf 201 Mio Euro (Vorjahr: 197 Mio Euro). Die **recurring EBITDA-Marge** entwickelte sich mit 35,6 Prozent (Vorjahr: 35,6%) stabil und reflektiert das Umsatzwachstum bei gleichzeitiger Kosteneffizienz.

#### Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2016

Auch auf Halbjahressicht entwickelte sich das Segment Broadcasting German-speaking sehr profitabel: Aufgrund höherer TV-Werbeinnahmen und Distributionserlöse stieg der Umsatz um 3 Prozent auf 1.034 Mio Euro (Vorjahr: 1.005 Mio Euro). Parallel dazu wuchs das **recurring EBITDA** um 3 Prozent auf 332 Mio Euro (Vorjahr: 323 Mio Euro); die korrespondierende **recurring EBITDA-Marge** betrug 30,8 Prozent (Vorjahr: 31,0%). Das **EBITDA** inklusive Sondereffekten steigerte sich um 5 Prozent oder 17 Mio Euro auf 332 Mio Euro.

#### Kennzahlen Segment Broadcasting German-speaking

in Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015	H1 2016	H1 2015
Segment-Umsatzerlöse	565	553	1.079	1.041
Außenumsätze	541	535	1.034	1.005
Innenumsätze	24	18	45	35
EBITDA	206	193	332	315
Recurring EBITDA	201	197	332	323
Recurring EBITDA-Marge (in%) <sup>1</sup>	35,6	35,6	30,8	31,0

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

### Segment Digital & Adjacent

#### Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2016

Die **Außenumsätze** im Segment Digital & Adjacent stiegen im zweiten Quartal 2016 auf 263 Mio Euro. Dies ist ein Wachstum von 43 Prozent oder 79 Mio Euro. Der Konzern hat sein Portfolio in den vergangenen Monaten um digitale Plattformen und Online-Portale erweitert und in innovative Technologien investiert. Stärkster Umsatztreiber war im zweiten Quartal 2016 daher das Ventures- & Commerce-Portfolio. Hier lieferten etraveli und Verivox die größten Wachstumsbeiträge; die E-Commerce-Portale werden seit Dezember bzw. August 2015 konsolidiert. Zudem wirkte sich die Erstkonsolidierung des US-Multi-Channel-Networks CDS (heute Studio71) positiv aus. Darüber hinaus hat der Konzern seine Kompetenz im Bereich digitale Werbetechnologie ausgebaut und im zweiten Halbjahr 2015 Mehrheitsbeteiligungen an SMARTSTREAM.TV und Virtual Minds erworben. Neben diesem akquisitionsbedingten Wachstum stiegen die Umsätze des bestehenden Commerce-Portfolios sowie des Digital-Entertainment-Angebots mit maxdome. Dagegen haben sich unter anderem die Umsätze aus dem Adjacent-Geschäft und die Erlöse aus Online-Games unter dem Vorjahresniveau entwickelt.

Die Portfolioerweiterungen beeinflussten auch die Kostenentwicklung. Außerdem kennzeichnen die einzelnen Geschäftsfelder unterschiedliche Margenstrukturen und Wachstumsdynamiken, so dass sich die **recurring EBITDA-Marge** auf 15,9 Prozent verringert hat (Vorjahr: 20,2%). Trotz höherer Kosten stieg das um Sondereffekte bereinigte **recurring EBITDA** um 15 Prozent auf 43 Mio Euro (Vorjahr: 37 Mio Euro). Das **EBITDA** verzeichnete einen Anstieg um 45 Prozent bzw. 14 Mio Euro auf 44 Mio Euro. Es beinhaltet einen einmaligen Ertrag aus dem Verkauf des Games-Geschäfts.

Anhang, Ziffer 3  
„Segmentberichterstattung“, Seite 43.

Entwicklung von  
Konjunktur und Werbe-  
markt, Seite 10.

Ertragslage des  
Konzerns, Seite 16.

Anhang, Ziffer 3  
„Segmentberichterstattung“, Seite 43.

Wesentliche Einfluss-  
faktoren auf die Ertrags-  
finanz- und Vermögenslage,  
Seite 14.

Ertragslage des  
Konzerns, Seite 16.

### Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2016

Auf Halbjahressicht erhöhten sich die **Außenumsätze** im Segment Digital & Adjacent auf 504 Mio Euro. Dies entspricht einer Steigerung um 57 Prozent oder 183 Mio Euro. Das **recurring EBITDA** stieg um 21 Prozent auf 78 Mio Euro (Vorjahr: 64 Mio Euro); die korrespondierende **recurring EBITDA-Marge** betrug 15,1 Prozent (Vorjahr: 19,8%). Das **EBITDA** ist ebenfalls gewachsen. Es verzeichnete einen Anstieg um 40 Prozent bzw. 22 Mio Euro auf 76 Mio Euro. Die Umsatz- und Ergebnisentwicklung ist geprägt durch die für das zweite Quartal beschriebenen Effekte.

#### Kennzahlen Segment Digital & Adjacent

in Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015	H1 2016	H1 2015
Segment-Umsatzerlöse	271	185	517	325
Außenumsätze	263	184	504	322
Innenumsätze	8	2	12	3
EBITDA	44	30	76	54
Recurring EBITDA	43	37	78	64
Recurring EBITDA-Marge (in%) <sup>1</sup>	15,9	20,2	15,1	19,8

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

### Segment Content Production & Global Sales

#### Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2016

Im Segment Content Production & Global Sales stiegen die **Außenumsätze** um 42 Prozent auf 77 Mio Euro (Vorjahr: 54 Mio Euro). Die Umsätze wuchsen gegenüber dem zweiten Quartal 2015 zum einen organisch, wobei sich vor allem das Produktionsgeschäft in den USA positiv entwickelte. Einen positiven Effekt hatte zudem das Vertriebsgeschäft. Zum anderen stärkten Akquisitionen die Umsatzdynamik; neben der Erstkonsolidierung des US-amerikanischen Produktionsunternehmens Karga Seven Pictures im November 2015 trug das im Januar 2016 neu erworbene Unternehmen Dorsey Pictures zum Umsatzwachstum bei.

Die Kosten des Segments stiegen ebenfalls infolge der Akquisitionen und des größeren Geschäftsvolumens. Aufgrund der deutlichen Umsatzsteigerung zeigten die operativen Ergebniskennzahlen dennoch hohe Steigerungsraten: Das **EBITDA** verbesserte sich auf 9 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro). Das **recurring EBITDA** legte auf 10 Mio Euro zu (Vorjahr: 4 Mio Euro); die korrespondierende **recurring EBITDA-Marge** verdoppelte sich vor diesem Hintergrund auf 10,8 Prozent (Vorjahr: 5,9%).

#### Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2016

Das erste Halbjahr reflektiert die Entwicklung des zweiten Quartals 2016: Die **Außenumsätze** des Segments Content Production & Global Sales wuchsen ebenso organisch wie infolge von Akquisitionen und betrugen 140 Mio Euro. Das ist ein Anstieg von 40 Prozent bzw. 40 Mio Euro gegenüber dem ersten Halbjahr 2015. Daraus resultiert ein **EBITDA**-Wachstum auf 14 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro). Zugleich stieg das **recurring EBITDA** auf 16 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro); die **recurring EBITDA-Marge** verbesserte sich auf 9,1 Prozent (Vorjahr: 3,8%).

#### Kennzahlen Segment Content Production & Global Sales

in Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015	H1 2016	H1 2015
Segment-Umsatzerlöse	96	68	172	124
Außenumsätze	77	54	140	100
Innenumsätze	19	14	32	24
EBITDA	9	3	14	4
Recurring EBITDA	10	4	16	5
Recurring EBITDA-Marge (in%) <sup>1</sup>	10,8	5,9	9,1	3,8

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



Anhang, Ziffer 3  
„Segmentbericht-  
erstattung“, Seite 43.

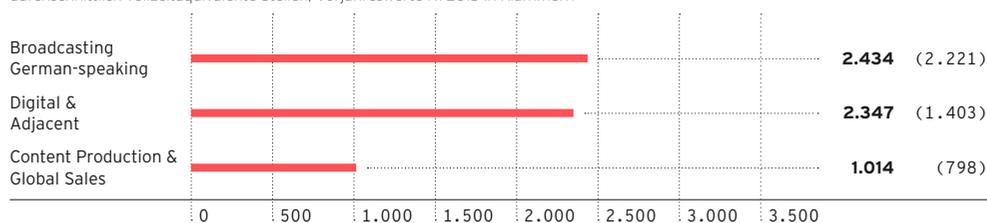
## Mitarbeiter

Der Konzern beschäftigte zum 30. Juni 2016 – umgerechnet auf vollzeitäquivalente Stellen – 5.985 Mitarbeiter (Vorjahr: 4.578). Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl lag im ersten Halbjahr 2016 bei 5.849 Mitarbeitern (Vorjahr: 4.422). Vor dem Hintergrund des Personalaufbaus erhöhten sich auch die in den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten ausgewiesenen Personalaufwendungen. Sie stiegen im ersten Halbjahr 2016 um 35 Prozent bzw. 74 Mio Euro auf 286 Mio Euro; 137 Mio Euro entfallen hiervon auf das zweite Quartal 2016 (Vorjahr: 112 Mio Euro).

Der Anstieg der durchschnittlichen Beschäftigtenzahl um 32 Prozent bzw. 1.427 Stellen ist in erster Linie auf den Ausbau der Digitalaktivitäten zurückzuführen: In den ersten sechs Monaten 2016 betrug die Steigerung im Segment Digital & Adjacent insgesamt 67 Prozent oder 945 Stellen. Diese Entwicklung ist primär akquisitionsbedingt. So führten insbesondere die Erstkonsolidierung von etraveli, Verivox und Collective Digital Studio (CDS; heute Studio71) zu einem Stellenaufbau. Eine Übersicht über die Verteilung nach Segmenten und Regionen geben die folgenden Tabellen:

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

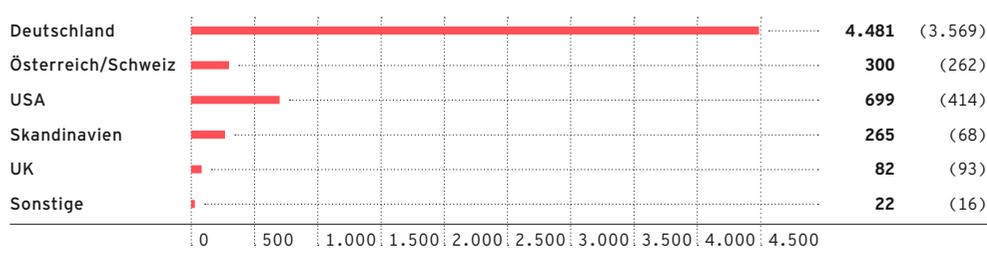
durchschnittlich vollzeitäquivalente Stellen; Vorjahreswerte HI 2015 in Klammern



<sup>1</sup> Die Gesamtzahl von 5.849 durchschnittlich vollzeitäquivalenten Stellen enthält 54 Stellen, die keinem Segment zugeordnet sind.

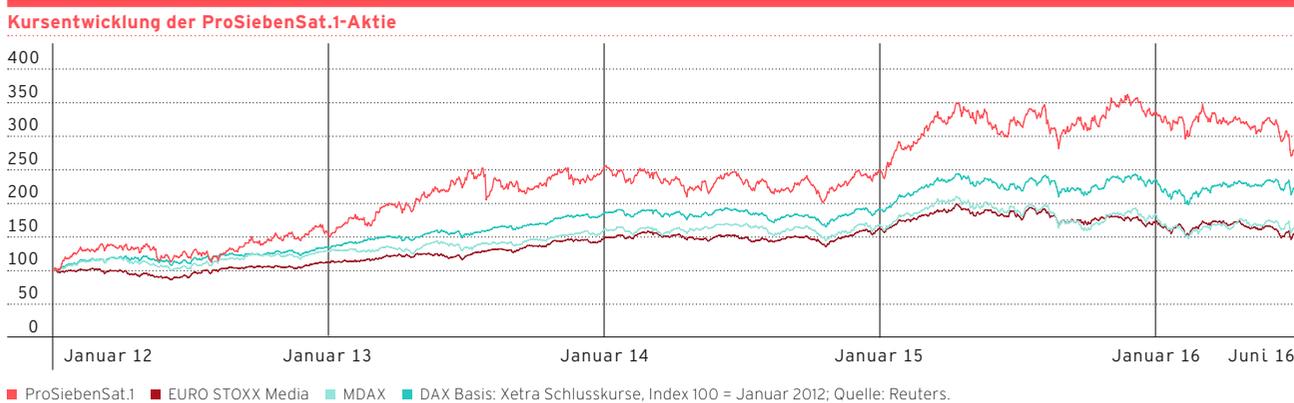
### Mitarbeiter nach Regionen

durchschnittlich vollzeitäquivalente Stellen; Vorjahreswerte HI 2015 in Klammern



## Die ProSiebenSat.1-Aktie

**Entwicklung der ProSiebenSat.1-Aktie.** Die ProSiebenSat.1 Media SE ist seit März 2016 als erstes deutsches Medienunternehmen im DAX notiert. Die Aktie schloss das erste Halbjahr 2016 mit 39,22 Euro, ihren höchsten Schlusskurs erreichte sie am 1. März bei 48,66 Euro. Die Wertentwicklung der Aktie reflektiert das Börsenumfeld in den ersten sechs Monaten:



Entwicklung von  
Konjunktur und Werbe-  
markt, Seite 10.

Im ersten Halbjahr 2016 bestimmten geopolitische Ereignisse wie die anhaltenden Konflikte in der Ukraine sowie im Nahen Osten das internationale Börsengeschehen. Hinzu kamen terroristische Anschläge in Paris, Brüssel und Istanbul. Zu Kursabschlägen führten zudem die Konjunkturlage in Asien und die dadurch ausgelöste Entwicklung an den Rohstoffmärkten, allen voran der niedrige Rohölpreis. Für positive Signale sorgten hingegen die weiterhin expansiv ausgerichtete Geldpolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) sowie das positive Wirtschaftswachstum in den USA. Besonders markant wirkte sich das Referendum zum sogenannten Brexit aus. Am 24. Juni 2016, dem Tag nach der Abstimmung über den Austritt Großbritanniens aus der EU, verzeichneten die internationalen Finanz- und Devisenmärkte deutliche Kursverluste.

In diesem Umfeld entwickelten sich die Aktienmärkte in den ersten sechs Monaten weiterhin volatil. Die ProSiebenSat.1-Aktie gab gegenüber dem 31. Dezember 2015 um 16 Prozent nach – nachdem die Aktie im Geschäftsjahr 2015 mit 34 Prozent einen Wertezuwachs erzielt hatte, der deutlich über dem Vergleichsindex lag. Insgesamt hat sich die Aktie im ersten Halbjahr 2016 damit schwächer entwickelt als die Vergleichsindizes; der DAX und der EURO STOXX Media Index verloren zum Ende des ersten Halbjahres jeweils rund 10 Prozent.



Vergleich des  
tatsächlichen mit dem  
erwarteten Geschäfts-  
verlauf, Seite 13.

Die ProSiebenSat.1 Media SE pflegt einen offenen Dialog mit Kapitalmarktteilnehmern. Dazu informieren wir regelmäßig über alle wichtigen Ereignisse und Entwicklungen bei ProSiebenSat.1. Zahlreiche Auszeichnungen belegen die transparente Kommunikation des Unternehmens. Teil dieser Kommunikationsstrategie ist die Formulierung klarer Wachstumsziele für den Konzern und seine Segmente. Zudem sind Empfehlungen von Finanzanalysten eine wichtige Entscheidungsgrundlage, insbesondere für institutionelle Anleger: 46 Prozent der Analysten empfahlen die ProSiebenSat.1-Aktie zum Kauf; weitere 38 Prozent sprachen sich dafür aus, die Aktie zu halten. Lediglich 15 Prozent gaben eine Verkaufsempfehlung. Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analysten lag zum 30. Juni 2016 bei 49 Euro (Vorjahr: 46 Euro). Insgesamt haben am Ende des Berichtszeitraums 26 Brokerhäuser und Finanzinstitute die ProSiebenSat.1-Aktie aktiv bewertet und Research-Berichte veröffentlicht.

		01.01.- 30.06.2016	01.01.- 30.06.2015	01.01.- 30.06.2014	01.01.- 30.06.2013	01.01.- 30.06.2012
Höchster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	48,66	48,98	35,55	33,50	19,83
Tiefster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	38,00	33,31	29,60	21,85	14,19
Schlusskurs XETRA	Euro	39,22	44,30	32,54	33,02	17,62
Free Float Marktkapitalisierung zum 30.06. (gemäß Deutsche Börse)	Mio Euro	9000,4	9295,8	7240,7	3308,6	1576,7
Aktienumsatz XETRA insgesamt	Stück	101.545.284	84.687.573	103.792.885	66.559.766	83.119.019
Aktienumsatz XETRA (durchschnittliches Handelsvolumen je Tag)	Stück	805.915	682.964	830.343	532.478	654.480



Wichtige Ereignisse  
H1 2016, Seite 7.

**Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2015.** Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2015 fand am 30. Juni 2016 statt. An der Aktionärsversammlung nahmen rund 750 Aktionäre, Aktionärsvertreter und Gäste teil. Dies war die erste Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE als DAX-Mitglied. Die Präsenz lag bei rund 67 Prozent des Grundkapitals (Vorjahr: ca. 42%).

Die Aktionäre stimmten dem Dividendenvorschlag für das Geschäftsjahr 2015 zu und beschlossen eine Ausschüttung von 1,80 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie. Dies entspricht einer Ausschüttungssumme von 386 Mio Euro sowie einer Ausschüttungsquote von 82,6 Prozent bezogen auf den bereinigten Jahresüberschuss des Konzerns. Die Dividende wurde am 1. Juli 2016 ausbezahlt. Zudem wurde Ketan Mehta in den Aufsichtsrat gewählt. Er hatte über den Weg der gerichtlichen Bestellung bereits im November 2015 die Nachfolge von Philipp Freise angetreten. Auch den übrigen Beschlussvorschlägen ist die Hauptversammlung mit jeweils großer Mehrheit gefolgt.

#### Kennzahlen zur ProSiebenSat.1-Aktie

		30.06.2016	30.06.2015	30.06.2014	30.06.2013	30.06.2012
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>	218.797.200 <sup>2</sup>	109.398.600
Anzahl Vorzugsaktien zum Bilanzstichtag	Stück	-/-	-/-	-/-	-/-	109.398.600 <sup>2</sup>
Dividende je dividendenberechtigter Stammaktie	Euro	-/-	1,80	1,60	1,47	5,63
Dividende je dividendenberechtigter Vorzugsaktie	Euro	-/-	-/-	-/-	-/-	5,65
Dividendensumme	Mio Euro	-/-	386	342	313	1.201

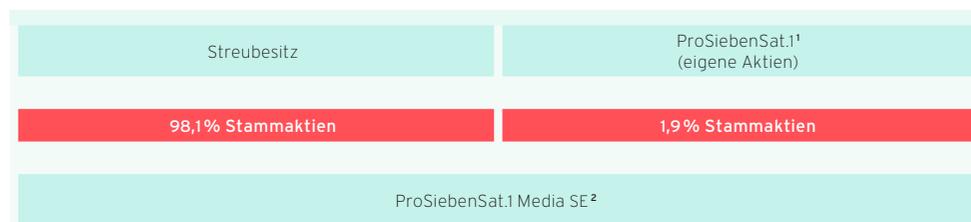
<sup>1</sup> Das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt 218.797.200,00 Euro und ist seit 16. August 2013 in 218.797.200 auf den Namen lautende Stammaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie eingeteilt. Im Zuge der Umwandlung der 109.398.600 stimmrechtslosen Inhaber-Vorzugs- in 109.398.600 stimmberechtigte Namens-Stammaktien sind seither 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.

**Aktionärsstruktur der ProSiebenSat.1 Media SE.** Die Aktionärsstruktur ist gegenüber dem 31. Dezember 2015 nahezu unverändert: Die Aktien werden größtenteils von institutionellen Investoren aus den USA, Großbritannien und Deutschland gehalten. Insgesamt befanden sich 98,1 Prozent im Streubesitz (31. Dezember 2015: 97,9%).

#### Aktionärsstruktur der ProSiebenSat.1 Media SE zum 30. Juni 2016



<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.

## Risiko- und Chancenbericht

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 führen könnten. Die identifizierten Risiken haben keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch in die Zukunft gerichtet. Der Vorstand bewertet die Gesamtrisikolage zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Halbjahresfinanzberichts 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 ebenfalls nicht verändert. Die als wesentlich identifizierten Risiken und Chancen werden im Geschäftsbericht 2015 ab Seite 157 beschrieben; dort werden auch die organisatorischen Voraussetzungen für das Risiko- und Chancenmanagement erläutert. Der Geschäftsbericht wurde am 15. März 2016 veröffentlicht und ist unter [www.ProSiebenSat1.com/page/geschaeftsbericht](http://www.ProSiebenSat1.com/page/geschaeftsbericht) abrufbar.

### Aktuelle Entwicklung einzelner Risiken

Wir verfügen über ein wirksames Risikomanagementsystem. Die Einschätzung der Gesamtrisikosituation ist das Ergebnis einer konsolidierten Betrachtung der Hauptrisikocluster des Konzerns – den „Operativen Risiken“, den „Finanzwirtschaftlichen Risiken“, den „Compliance Risiken“ und den „Sonstigen Risiken“. Dazu bewerten die internen Risk Manager quartalsweise sowohl ihre Eintrittswahrscheinlichkeit als auch die mögliche finanzielle Implikation.

Es hat sich zum Ende des ersten Halbjahres 2016 keine grundlegende Änderung der Gesamtrisikolage ergeben, wenngleich sich innerhalb der Compliance Risiken einzelne Risikopositionen verringert haben. Über Änderungen von Eventualverbindlichkeiten und sonstigen finanziellen Verpflichtungen informieren wir in diesem Kontext im Anhang unter Ziffer 7.

Das Risiko von Zuschauermarktanteil-Rückgängen unserer Free-TV-Sender hat sich leicht erhöht, da neue bzw. angekündigte Sender im deutschen Free-TV-Markt den Wettbewerb intensivieren. ProSiebenSat.1 gestaltet die Fragmentierung des Markts seit vielen Jahren aktiv mit. Im zweiten Halbjahr 2016 wird der Konzern mit K1 doku einen weiteren Free-TV-Sender starten. Damit setzen wir unsere erfolgreiche Mehrsenderstrategie fort, über die wir neue Zuschauer und Werbekunden gewinnen. Zudem können wir über unser breites Senderportfolio unsere Programmrechte effizient auswerten. Wir bewerten die Implikationen aus einem Rückgang der Zuschauermarktanteile unter Umständen als erheblich und die Eintrittswahrscheinlichkeit als möglich. Mit einem Gruppenmarktanteil von 28,0 Prozent im ersten Halbjahr 2016 ist die ProSiebenSat.1 Group trotz negativer Einflüsse durch die Fußball-Europameisterschaft bei den öffentlich-rechtlichen Sendern weiterhin führend im deutschen Free-TV-Markt. Insgesamt erkennen wir durch die veränderte Risikoeinschätzung deshalb keine neuen Auswirkungen auf die Werbevermarktung der ProSiebenSat.1-Sender. Aus diesem Grund bewerten wir diese Kategorie zum Ende des ersten Halbjahres unverändert als mittleres Risiko.



Entwicklung der  
Zuschauermarktanteile  
und Nutzerzahlen,  
Seite 8.



Anhang, Ziffer 6  
„Finanzinstrumente“,  
Seite 45.

Zugleich ist die Bedeutung der finanzwirtschaftlichen Risiken leicht gesunken, da wir im ersten Halbjahr 2016 weitere Zinssicherungsmaßnahmen ergriffen haben. Die ProSiebenSat.1 Group setzt Zinsswaps und Zinsoptionen ein, um ihre variabel verzinslichen Term Loans gegen marktbedingte Zinssatzveränderungen zu sichern. Die Absicherungsquote hat sich zum Berichtsstichtag auf 100 Prozent erhöht (Q4 2015: 78%), sodass das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio über Zinsderivate gedeckt ist. Die revolvingierende Kreditfazilität (RCF) ist zugleich weiterhin ungenutzt. Vor diesem Hintergrund bewerten wir finanzielle Implikationen aus der Veränderung von Zinsniveaus mit Blick auf ihr potenzielles Ausmaß nun als gering bei möglicher Eintrittswahrscheinlichkeit. Damit kategorisieren wir Zinsrisiken zum Ende des ersten Halbjahres 2016 von insgesamt geringer Bedeutung; zum Jahresende 2015 haben wir ihre Bedeutung noch als mittel eingestuft.

# Prognosebericht

## Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen



Entwicklung von  
Konjunktur und Werbe-  
markt, Seite 10.

Die deutsche Wirtschaft ist im ersten Halbjahr 2016 weiter gewachsen. Vor diesem Hintergrund haben die Wirtschaftsforschungsinstitute ihre Wachstumsprognose für Deutschland leicht angehoben: Das Hamburgische WeltWirtschaftsinstitut (HWWI) rechnet auf Jahressicht mit einem realen Plus von 1,5 Prozent, der Internationale Währungsfonds (IWF) mit 1,6 Prozent und das Institut für Weltwirtschaft (IfW) mit einem Wachstum von 1,9 Prozent. Für 2017 prognostizieren die Institute eine Fortsetzung des moderaten Aufwärtstrends, allerdings mit einer etwas geringeren Dynamik als im laufenden Jahr. Die Expansion dürfte im Wesentlichen von der Binnenwirtschaft getragen werden: Ein robuster Arbeitsmarkt, Reallohnzuwächse und höhere Haushaltseinkommen stützen den privaten Konsum weiter. Aufgrund der Flüchtlingsmigration dürften auch die staatlichen Konsumausgaben ansteigen. Etwas weniger Wachstumsimpulse werden hingegen vom Außenhandel erwartet. Zwar hat der Export vor allem in das europäische Ausland leicht zugelegt. In einem weiterhin schwierigen globalen Umfeld und bei steigenden Importen dürfte der Wachstumsbeitrag aber gering ausfallen.

Unsicherheiten birgt der außenwirtschaftliche Raum: Am 23. Juni 2016 hat Großbritannien in einem Referendum mehrheitlich für den Austritt aus der Europäischen Union gestimmt. Die politischen und wirtschaftlichen Folgen des Votums sind bislang nicht vollumfänglich abzusehen. Zudem sehen die Institute in der Schwäche wichtiger Schwellenländer Risiken für die Konjunktur; volatile Finanzmärkte und zahlreiche geopolitische Turbulenzen belasten die Wachstumsperspektiven ebenfalls. Vor diesem Hintergrund hat der Internationale Währungsfonds (IWF) seine Wachstumsprognose für 2016 auf 3,1 Prozent gesenkt; im Januar lag die IWF-Prognose für die Weltwirtschaft noch bei 3,4 Prozent. Für den Euroraum erwartet das IWF ein Wachstum von 1,6 Prozent für 2016 und 1,4 Prozent für 2017.

Die ProSiebenSat.1 Group hält auch nach dem Brexit an ihrer Werbemarktprognose fest und rechnet auf Jahressicht mit einem Netto-Marktwachstum von zwei bis drei Prozent. Damit bestätigen wir die im Geschäftsbericht 2015 veröffentlichten Planungen für den TV-Werbe- und Zuschauermarkt. Obwohl die globalen Konjunkturunsicherheiten zuletzt zugenommen haben, sind die Aussichten für den deutschen TV-Werbemarkt weiterhin positiv. Der private Konsum, der als wichtigster Indikator für die Entwicklung der Werbemärkte gilt, wird von anhaltend soliden Arbeitsmarkt- und Einkommensdaten begünstigt. Zudem zeichnen die branchenspezifischen Rahmendaten ein insgesamt positives Bild: TV hat als Medium die höchste Reichweite und profitiert von strukturellen Zugewinnen. Im zweiten Quartal 2016 konnte TV seinen Marktanteil auf 47,5 Prozent ausbauen, während Printmedien im Werbemarkt 0,4 Prozent abgeben mussten.

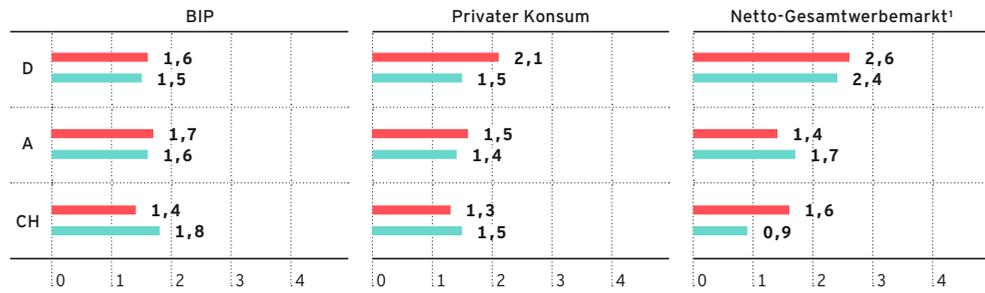


Wesentliche Einfluss-  
faktoren auf die Ertrags-,  
Finanz- und Vermögens-  
lage, Seite 14.

Im vergangenen Jahr ist der Netto-TV-Werbemarkt nach Angaben des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) um drei Prozent gewachsen. Für 2016 rechnen die Agenturgruppen ebenfalls mit einem Netto-Wachstum im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich (WARC: +4,3%, ZenithOptimedia: +3,0%, Magna Global: +4,6%). Für den deutschen Online-Werbemarkt liegen die Vorhersagen bei rund sieben bis acht Prozent (WARC: +7,1%, ZenithOptimedia: +7,9%, Magna Global: +8,4%). Der Gesamtwerbemarkt soll im niedrigen einstelligen Prozentbereich wachsen (WARC: +2,4%, ZenithOptimedia: +2,6%, Magna Global: +2,3%). Eine Übersicht der wesentlichen wirtschaftlichen und branchenspezifischen Indikatoren zeigt nachfolgendes Schaubild, weitere Informationen zu den Wachstumsaussichten der digitalen Märkte beinhaltet der Geschäftsbericht 2015 ab Seite 179.

**Erwartete Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts, des privaten Konsums sowie des Netto-Gesamtwerbemarkts in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern**

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



■ 2016 ■ 2017 Quellen:

D: Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2016.

A: European Commission, European Economic Forecast Winter 2016.

CH: SECO Konjunkturtendenzen Sommer 2016.

<sup>1</sup> ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecast March 2016, Zahlen auf Netto-Basis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den Ländern und Quellen.

## Unternehmensausblick



Ergebnisse und  
Prognosen, Seite 3.

Aufgrund des bisherigen Geschäftsverlaufs und der beschriebenen Branchenentwicklungen bestätigen wir den positiven Jahresausblick für den Konzern und seine Segmente. Die ProSiebenSat.1 Group blickt auf ein solides Wachstum im ersten Halbjahr 2016 zurück; alle Segmente entwickeln sich im Rahmen unserer Erwartungen erfolgreich.

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihren Unternehmensausblick am 25. Februar 2016 auf der Bilanzpressekonferenz veröffentlicht. Die einzelnen Ziele und Planungsprämissen hat das Unternehmen zudem ausführlich im Geschäftsbericht 2015 auf den Seiten 182 bis 185 erläutert, dieser ist seit dem 15. März 2016 auf der Konzernwebpage unter [www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com). Auf Seite 13 dieses Halbjahresfinanzberichts sind die Zielvorgaben für alle relevanten finanziellen und nicht finanziellen Leistungsindikatoren nochmals im Überblick dargestellt.

# B

# KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

## Inhaltsverzeichnis

- 35 Gewinn- und Verlustrechnung
- 36 Gesamtergebnisrechnung
- 37 Bilanz
- 38 Kapitalflussrechnung
- 39 Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 40 Anhang

# Gewinn- und Verlustrechnung

## Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015	H1 2016	H1 2015
<b>FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN</b>				
1. Umsatzerlöse	886	772	1.688	1.427
2. Umsatzkosten	-461	-406	-916	-796
<b>3. Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>425</b>	<b>367</b>	<b>772</b>	<b>631</b>
4. Vertriebskosten	-109	-80	-222	-153
5. Verwaltungskosten	-113	-98	-229	-175
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-5	0	-5	-2
7. Sonstige betriebliche Erträge	12	4	17	8
<b>8. Betriebsergebnis</b>	<b>211</b>	<b>193</b>	<b>333</b>	<b>310</b>
9. Zinsen und ähnliche Erträge	2	0	2	0
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-22	-19	-48	-41
11. Zinsergebnis	-20	-19	-46	-40
12. Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	1	2	3	3
13. Sonstiges Finanzergebnis	9	-3	9	-11
<b>14. Finanzergebnis</b>	<b>-10</b>	<b>-20</b>	<b>-34</b>	<b>-48</b>
<b>15. Ergebnis vor Steuern</b>	<b>201</b>	<b>173</b>	<b>299</b>	<b>262</b>
16. Ertragsteuern	-63	-54	-94	-80
<b>17. Konzernergebnis fortgeführter Aktivitäten</b>	<b>137</b>	<b>119</b>	<b>205</b>	<b>182</b>
<b>NICHT-FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN</b>				
18. Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-42	-1	-42	1
<b>KONZERNERGEBNIS</b>	<b>95</b>	<b>119</b>	<b>163</b>	<b>183</b>
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis	94	117	160	180
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	1	1	2	3
<b>in Euro</b>				
<b>Ergebnis je Aktie</b>				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,44	0,55	0,75	0,84
Verwässertes Ergebnis je Aktie	0,42	0,54	0,73	0,83
<b>Ergebnis je Aktie fortgeführter Aktivitäten</b>				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,64	0,55	0,95	0,84
Verwässertes Ergebnis je Aktie	0,62	0,55	0,93	0,83
<b>Ergebnis je Aktie nicht-fortgeführter Aktivitäten</b>				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	-0,20	0,00	-0,20	0,00
Verwässertes Ergebnis je Aktie	-0,20	0,00	-0,20	0,00

# Gesamtergebnisrechnung

## Gesamtergebnisrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015	H1 2016	H1 2015
<b>Konzernergebnis</b>	<b>95</b>	<b>119</b>	<b>163</b>	<b>183</b>
<b>Zukünftig erfolgswirksam umzugliedernde Posten</b>				
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	-2	-1	-13	12
Bewertung von Cashflow Hedges	33	-40	-19	111
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	-9	11	5	-31
<b>Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse</b>	<b>22</b>	<b>-29</b>	<b>-27</b>	<b>92</b>
<b>Konzern-Gesamtergebnis</b>	<b>117</b>	<b>89</b>	<b>136</b>	<b>274</b>
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Gesamtergebnis	116	88	133	271
Gesamtergebnisanteil anderer Gesellschafter	1	1	2	3

# Bilanz

## Bilanz der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	30.06.2016	31.12.2015 <sup>1</sup>	30.06.2015
<b>A. Langfristige Vermögenswerte</b>			
I. Geschäfts- und Firmenwerte	1.651	1.649	1.092
II. Sonstige immaterielle Vermögenswerte	555	553	294
III. Sachanlagen	218	226	210
IV. At-Equity bewertete Anteile	54	25	30
V. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	311	291	316
VI. Programmvermögen	1.167	1.153	1.150
VII. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	12	15	6
VIII. Latente Ertragsteueransprüche	9	13	11
	<b>3.979</b>	<b>3.926</b>	<b>3.109</b>
<b>B. Kurzfristige Vermögenswerte</b>			
I. Programmvermögen	152	99	129
II. Vorräte	13	8	4
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	65	72	70
IV. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	359	383	307
V. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	14	22	25
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	71	65	41
VII. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	672	734	193
	<b>1.345</b>	<b>1.384</b>	<b>768</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>5.324</b>	<b>5.310</b>	<b>3.877</b>

in Mio Euro	30.06.2016	31.12.2015 <sup>1</sup>	30.06.2015
<b>A. Eigenkapital</b>			
I. Gezeichnetes Kapital	219	219	219
II. Kapitalrücklage	543	600	595
III. Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	-199	26	-185
IV. Eigene Anteile	-14	-20	-29
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	122	150	100
VI. Sonstiges Eigenkapital	-63	-54	-43
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	608	922	657
VII. Anteile anderer Gesellschafter	20	21	18
	<b>628</b>	<b>943</b>	<b>675</b>
<b>B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>			
I. Finanzverbindlichkeiten	2.677	2.674	1.974
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	374	353	159
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	56	67	36
IV. Übrige Verbindlichkeiten	29	34	35
V. Rückstellungen für Pensionen	24	23	22
VI. Sonstige Rückstellungen	36	17	9
VII. Latente Ertragsteuerschulden	229	245	156
	<b>3.425</b>	<b>3.412</b>	<b>2.391</b>
<b>C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>			
I. Finanzverbindlichkeiten	-/-	1	0
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	464	147	96
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	471	450	430
IV. Übrige Verbindlichkeiten	231	243	198
V. Steuerrückstellungen	44	62	31
VI. Sonstige Rückstellungen	60	53	55
	<b>1.270</b>	<b>955</b>	<b>810</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>5.324</b>	<b>5.310</b>	<b>3.877</b>

<sup>1</sup> Die Vergleichszahlen zum 31. Dezember 2015 sind aufgrund der rückwirkenden Anpassung der Erstkonsolidierung von Studio71 LP zum Erwerbszeitpunkt geändert worden (siehe Anhang Ziffer 2 „Konsolidierungskreis“).

# Kapitalflussrechnung

## Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015	H1 2016	H1 2015
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	137	119	205	182
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	-42	-1	-42	1
<b>Konzernergebnis</b>	<b>95</b>	<b>119</b>	<b>163</b>	<b>183</b>
Ertragsteuern	63	54	94	80
Finanzergebnis	10	20	34	48
Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	47	33	86	62
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	212	206	447	437
Veränderung der Pensionsrückstellungen und sonstigen Rückstellungen	-10	3	4	10
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	-6	-4	-5	-2
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-6	-5	-4	-15
Cashflow fortgeführter Aktivitäten	447	426	860	801
Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	0	0	-2	1
<b>Cashflow Gesamt</b>	<b>447</b>	<b>426</b>	<b>859</b>	<b>802</b>
Veränderung Working Capital	-43	-21	-26	5
Erhaltene Dividende	0	0	6	6
Gezahlte Steuern	-60	-39	-110	-78
Gezahlte Zinsen	-36	-31	-58	-49
Erhaltene Zinsen	2	0	2	0
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	310	335	675	685
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	-40	0	-42	-1
<b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit Gesamt</b>	<b>270</b>	<b>335</b>	<b>633</b>	<b>684</b>
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, sonstigen immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	1	0	1	1
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-39	-25	-66	-48
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-6	-9	-17	-17
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	2	7	4	8
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-242	-193	-519	-511
Auszahlungen von Darlehen an externe Parteien	-/-	-2	-/-	-3
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	-19	-34	-74	-34
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente)	-7	-5	-7	-5
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-310	-259	-677	-609
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-/-	-/-	-/-
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit Gesamt</b>	<b>-310</b>	<b>-259</b>	<b>-677</b>	<b>-609</b>
Free Cashflow fortgeführter Aktivitäten	0	76	-2	76
Free Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	-40	0	-42	-1
<b>Free Cashflow</b>	<b>-40</b>	<b>76</b>	<b>-45</b>	<b>75</b>
Auszahlung Dividende	-/-	-342	-/-	-342
Auszahlung zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	-1	0	-1	0
Auszahlung zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	-4	-3	-7	-6
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	1	1	6	2
Auszahlung für den Erwerb von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	-2	-5	-2	-6
Einzahlungen anderer Gesellschafter	1	-/-	1	-/-
Auszahlung von Finanzierungskosten	-/-	-2	-/-	-2
Auszahlung von Dividenden an andere Gesellschafter	-6	-7	-13	-7
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-11	-358	-16	-361
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-/-	-/-	-/-
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit Gesamt</b>	<b>-11</b>	<b>-358</b>	<b>-16</b>	<b>-361</b>
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands	0	1	-3	8
<b>Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>-51</b>	<b>-282</b>	<b>-63</b>	<b>-278</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	723	475	734	471
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende</b>	<b>672</b>	<b>193</b>	<b>672</b>	<b>193</b>

# 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- schieds- betrag aus Währungs- umrech- nung	Bewer- tung von Cashflow- Hedges	Bewer- tungs- effekte aus Pensions- verpflich- tungen	Latente Steuern					
31. Dezember 2014	219	592	-23	-30	5	13	-8	-1	-28	738	16	754	
Konzernergebnis	-/-	-/-	180	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	180	3	183	
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	11	111	-/-	-31	-/-	91	0	92	
<b>Konzern- Gesamtergebnis</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>	<b>180</b>	<b>-/-</b>	<b>11</b>	<b>111</b>	<b>-/-</b>	<b>-31</b>	<b>-/-</b>	<b>271</b>	<b>3</b>	<b>274</b>	
Dividenden	-/-	-/-	-342	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-342	-7	-349	
Anteilsbasierte Vergütungen	-/-	3	-/-	2	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	4	-/-	4	
Sonstige Veränderungen	-/-	0	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-15	-15	6	-8	
<b>30. Juni 2015</b>	<b>219</b>	<b>595</b>	<b>-185</b>	<b>-29</b>	<b>16</b>	<b>124</b>	<b>-8</b>	<b>-32</b>	<b>-43</b>	<b>657</b>	<b>18</b>	<b>675</b>	

## 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- schieds- betrag aus Währungs- umrech- nung	Bewer- tung von Cashflow- Hedges	Bewer- tungs- effekte aus Pensions- verpflich- tungen	Latente Steuern					
31. Dezember 2015	219	600	26	-20	22	185	-8	-50	-54	922	21	943	
Konzernergebnis	-/-	-/-	160	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	160	2	163	
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	-13	-19	-/-	5	-/-	-27	0	-27	
<b>Konzern- Gesamtergebnis</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>	<b>160</b>	<b>-/-</b>	<b>-13</b>	<b>-19</b>	<b>-/-</b>	<b>5</b>	<b>-/-</b>	<b>133</b>	<b>2</b>	<b>136</b>	
Dividenden	-/-	-/-	-386	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-386	-13	-399	
Anteilsbasierte Vergütungen	-/-	-57	-/-	6	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-51	-/-	-51	
Sonstige Veränderungen	-/-	-/-	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-9	-9	9	0	
<b>30. Juni 2016</b>	<b>219</b>	<b>543</b>	<b>-199</b>	<b>-14</b>	<b>9</b>	<b>165</b>	<b>-8</b>	<b>-44</b>	<b>-63</b>	<b>608</b>	<b>20</b>	<b>628</b>	

# Konzernanhang für den Zwischenabschluss zum 30. Juni 2016 der ProSiebenSat.1 Group

## 1 Allgemeine Angaben

Der Konzern-Zwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE (zusammen mit ihren Tochtergesellschaften „das Unternehmen“, „der Konzern“ oder „ProSiebenSat.1 Group“) zum 30. Juni 2016 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.

Der Konzern-Zwischenabschluss ist im Zusammenhang mit dem geprüften IFRS-Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015 und dem darin enthaltenen Anhang zu lesen, den die ProSiebenSat.1 Media SE am 15. März 2016 veröffentlicht hat.

Das Kerngeschäft des Konzerns unterliegt starken saisonalen Schwankungen. Im vierten Quartal erzielt die ProSiebenSat.1 Group generell einen überproportional hohen Anteil ihrer jährlichen Einnahmen, da sowohl die Konsumbereitschaft als auch die Fernsehnutzung in der Zeit vor Weihnachten in der Regel signifikant steigen. Die in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 erzielten Ergebnisse lassen deshalb nicht notwendigerweise Vorhersagen über die Entwicklung des weiteren Geschäftsverlaufes zu.

Die Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, die für den Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2016 angewendet wurden, sind dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2015 zugrunde lagen. Für weitergehende Angaben zu den angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015, der die Grundlage für den vorliegenden Konzern-Zwischenabschluss darstellt.

Die ProSiebenSat.1 Group hat alle ab dem Geschäftsjahr 2016 erstmals verpflichtend anzuwendenden Änderungen der IFRS umgesetzt. Aus der Erstanwendung ergaben sich keine Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group.

Auf der ordentlichen Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE am 30. Juni 2016 wurde die Ausschüttung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2015 in Höhe von 1,80 Euro je Stammaktie beschlossen. Insgesamt betrug die Dividendensumme 386 Mio Euro. Die Dividende wurde am 1. Juli 2016 ausgezahlt und ist daher zum Bilanzstichtag in den sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten erfasst.

## 2 Konsolidierungskreis

Die Anzahl der im Rahmen der Vollkonsolidierung in den Konzern-Zwischenabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 wie folgt geändert:

**Vollkonsolidierte Tochterunternehmen**

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2015	94	106	200
Zugänge	5	6	11
Abgänge	- 4	- 1	- 5
<b>Einbezogen zum 30.06.2016</b>	<b>95</b>	<b>111</b>	<b>206</b>

Neben den vollkonsolidierten Unternehmen werden zum 30. Juni 2016 19 (31. Dezember 2015: 15) assoziierte Unternehmen und drei (31. Dezember 2015: 3) Gemeinschaftsunternehmen nach der Equity-Methode in den Konzern-Zwischenabschluss einbezogen. Fünf (31. Dezember 2015: 5) Tochtergesellschaften mit ruhender oder nur geringer Geschäftstätigkeit werden nicht konsolidiert.

**Akquisitionen**

In der Berichtsperiode wurde die vorläufige Erstkonsolidierung von Studio71 LP, Los Angeles, USA (vormals: Collective Digital Studio LLC), innerhalb des 12-Monats-Bewertungszeitraums rückwirkend zum Erwerbszeitpunkt angepasst. Der beizulegende Zeitwert der Put-Option über den Erwerb von weiteren 25,0 Prozent der Anteile vermindert sich zum Erwerbszeitpunkt (27. Juli 2015) gemäß IFRS 3 um 7 Mio US-Dollar (6 Mio Euro) auf 89 Mio US-Dollar (80 Mio Euro) und führt gleichzeitig zu einem zu diesem Zeitpunkt angepassten Geschäfts- oder Firmenwert von 177 Mio US-Dollar (160 Mio Euro).

Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2016 wurde das folgende wesentliche Unternehmen erworben:

**Übersicht wesentliche Akquisitionen**

Unternehmensname	Geschäftszweck	Erworbene Stimmrechte	Konsolidierungsquote	Vertragsdatum	Kontroll-erlangung
Dorsey Pictures LLC (vormals: Orion Entertainment LLC)	US-Produzent von Non-Scripted TV-Programmen und Branded Entertainment-Angeboten im „Outdoor Adventure“-Genre	60,0%	100,0%	15.01.2016	15.01.2016

**Erwerb von 60 Prozent der Anteile an der Dorsey Pictures LLC (vormals: Orion Entertainment LLC)**

Zum 15. Januar 2016 hat die ProSiebenSat.1 Group einen Anteil von 60 Prozent an und damit die Kontrolle über Dorsey Pictures LLC, Denver, USA, erworben. Die Gesellschaft sowie deren Tochterunternehmen werden dem Segment Content Production & Global Sales (siehe Ziffer 3 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Im Rahmen des Erwerbs der Gesellschaft sind Anschaffungsnebenkosten von 1 Mio Euro angefallen. Der Kaufpreis nach IFRS 3 setzt sich wie folgt zusammen:

**Dorsey Pictures LLC – Kaufpreis nach IFRS 3**

	in Mio US-Dollar	in Mio Euro
Barkaufpreis	28	26
Variabler Kaufpreis	2	2
Bedingte Kaufpreiskomponente – Put-Option	20	18
<b>Kaufpreis nach IFRS 3</b>	<b>51</b>	<b>46</b>

Die bedingte Kaufpreiskomponente besteht aus einer mit den Altgesellschaftern vereinbarten Put-Option über den Erwerb der ausstehenden 40 Prozent der Anteile mit frühestmöglicher Fälligkeit in 2021 und bemisst sich auf Basis eines vertraglich festgelegten Multiplikators. Zum Bilanzstichtag beträgt der beizulegende Zeitwert 21 Mio US-Dollar (19 Mio Euro). Auf Basis von durchgeführten Sensitivitätsanalysen geht die ProSiebenSat.1 Group zum Erwerbszeitpunkt davon aus, dass sich der anteilige Unternehmenswert in einer Spanne von 26 Mio US-Dollar bis 28 Mio US-Dollar (24 Mio Euro bis 25 Mio Euro) bewegt.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Zeitwerte der identifizierten erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Erwerb jeweils zum Erwerbszeitpunkt. Die nachstehenden Beträge wurden bis zum Abschluss einer vollständigen unabhängigen Bewertung vorläufig bewertet:

#### Akquisition Dorsey Pictures LLC

in Mio Euro	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	22
davon im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierte Vermögenswerte	22
Sachanlagen	1
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>23</b>
Programmvermögen	1
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>6</b>
Sonstige Verbindlichkeiten	3
<b>Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen</b>	<b>3</b>
<b>Netto-Reinvermögen</b>	<b>26</b>
Kaufpreis nach IFRS 3	46
<b>Geschäfts- oder Firmenwert</b>	<b>20</b>

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich über 15 Jahre in Höhe des erworbenen Anteils von 60 Prozent abzugsfähig und wird in der funktionalen Währung US-Dollar geführt. Er ist insbesondere den folgenden Bereichen aus dem Erwerb zuzuschreiben:

- Ausweitung des Geschäfts im Non-Scripted und Branded Entertainment Bereich;
- erwartete Synergien aus der Anbindung in das bestehende Vertriebsnetzwerk.

Im Rahmen der Kaufpreisallokation wurden folgende separat vom Geschäfts- oder Firmenwert identifizierte sonstige immaterielle Vermögenswerte angesetzt:

#### Kaufpreisallokation Dorsey Pictures LLC

Vermögenswert	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt in Mio Euro	Erwartete Nutzungsdauer in Jahren
Kundenbeziehungen	20	10 - 15
in Produktion befindliche Shows	2	1

Eine Einbeziehung der Gesellschaft vom Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung im Januar 2016 hätte keine wesentlichen Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt. Seit der Erstkonsolidierung bis zum 30. Juni 2016 hat die Gesellschaft Umsatzerlöse von 11 Mio US-Dollar (10 Mio Euro) und ein Ergebnis nach Steuern von 1 Mio US-Dollar (0 Mio Euro) zum Konzernergebnis beigetragen.

#### Veräußerungen von Tochterunternehmen im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2016

##### Veräußerung der Games-Aktivitäten

Mit Vertrag vom 19. Mai 2016 und wirtschaftlicher Wirkung zum 30. Juni 2016 wurden die gesamten, dem Segment Digital & Adjacent zugeordneten Games-Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Group veräußert. Im Zuge der Transaktion wurden 100,0 Prozent der Anteile an der ProSiebenSat.1 Games GmbH, Unterföhring, mit ihren 100,0 prozentigen Tochtergesellschaften Aeria Games GmbH, Berlin, Aeria Games, Inc., Wilmington, USA, sowie SevenGamesNetwork GmbH, Berlin, in die gamigo AG, Hamburg, eingebracht.

Im Gegenzug erhält der Konzern eine Beteiligung in Höhe von 33,0 Prozent am Grundkapital der gamigo AG. Die Beteiligung wird als ein nach der Equity-Methode bilanziertes assoziiertes Unternehmen mit seinem beizulegenden Zeitwert zum Zeitpunkt der Transaktion in Höhe von 32 Mio Euro aktiviert und dem Segment Digital & Adjacent zugeordnet. Zusätzlich erhält die ProSiebenSat.1 Group einen Barzahlungsanspruch von insgesamt 5 Mio Euro, der mitsamt einer Verzinsung von 4,0 Prozent per annum jeweils hälftig nach spätestens 12 Monaten bzw. 18 Monaten nach dem Übertragungszeitpunkt bezahlt wird. Als bedingte Kaufpreiskomponente hat die ProSiebenSat.1 Group außerdem bei Überschreitung eines vertraglich definierten Schwellenwertes einen Anspruch auf einen Gewinnanteil von einzelnen Mobile Spielen in den Kalenderjahren 2016 und 2017.

Insgesamt ergab sich aus der Transaktion ein Ertrag aus der Entkonsolidierung in Höhe von 6 Mio Euro, der in den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen ist.

### 3 Segmentberichterstattung

Der Konzern ist in die drei Berichtssegmente „Broadcasting German-speaking“, „Digital & Adjacent“ und „Content Production & Global Sales“ unterteilt. Die nachfolgende Tabelle enthält die Segmentinformationen über die fortgeführten Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Group:

#### Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group Q2

in Mio Euro	Segment Broadcasting German-speaking	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Sonstige / Eliminierungen	Summe Konzern- abschluss
	Q2 2016	Q2 2016	Q2 2016	Q2 2016	Q2 2016	Q2 2016
Umsatzerlöse	565	271	96	931	-45	886
Außenumsätze	541	263	77	881	5	886
Innenumsätze	24	8	19	50	-50	-/-
EBITDA <sup>1</sup>	206	44	9	259	-1	258
Recurring EBITDA	201	43	10	255	-1	254

<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	Sonstige / Eliminierungen	Summe Konzern- abschluss
	Q2 2015	Q2 2015	Q2 2015	Q2 2015	Q2 2015	Q2 2015
Umsatzerlöse	553	185	68	806	-34	772
Außenumsätze	535	184	54	772	-/-	772
Innenumsätze	18	2	14	34	-34	-/-
EBITDA <sup>1</sup>	193	30	3	227	-1	226
Recurring EBITDA	197	37	4	238	-1	238

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

#### Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group H1

in Mio Euro	Segment Broadcasting German-speaking	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Sonstige / Eliminierungen	Summe Konzern- abschluss
	H1 2016	H1 2016	H1 2016	H1 2016	H1 2016	H1 2016
Umsatzerlöse	1.079	517	172	1.768	-80	1.688
Außenumsätze	1.034	504	140	1.679	9	1.688
Innenumsätze	45	12	32	89	-89	-/-
EBITDA <sup>1</sup>	332	76	14	422	-2	420
Recurring EBITDA	332	78	16	426	-1	424

<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	Sonstige / Eliminierungen	Summe Konzern- abschluss
	H1 2015	H1 2015	H1 2015	H1 2015	H1 2015	H1 2015
Umsatzerlöse	1.041	325	124	1.489	-62	1.427
Außenumsätze	1.005	322	100	1.427	-/-	1.427
Innenumsätze	35	3	24	62	-62	-/-
EBITDA <sup>1</sup>	315	54	4	373	-2	371
Recurring EBITDA	323	64	5	392	-1	390

<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	Q2 2016	Q2 2015	H1 2016	H1 2015
<b>RECURRING EBITDA</b>				
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	255	238	426	392
Sonstige / Eliminierungen	-1	-1	-1	-1
<b>Recurring EBITDA des Konzerns</b>	<b>254</b>	<b>238</b>	<b>424</b>	<b>390</b>
Non-recurring Ergebnis	4	-12	-5	-19
Finanzergebnis	-10	-20	-34	-48
Planmäßige Abschreibungen	-40	-29	-79	-58
Wertminderungen	-7	-4	-7	-4
<b>Konzernergebnis vor Steuern</b>	<b>201</b>	<b>173</b>	<b>299</b>	<b>262</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		USA		Skandinavien		UK		Sonstige		Summe Konzernabschluss	
	Q2 2016	Q2 2015	Q2 2016	Q2 2015	Q2 2016	Q2 2015	Q2 2016	Q2 2015	Q2 2016	Q2 2015	Q2 2016	Q2 2015	Q2 2016	Q2 2015
in Mio Euro														
Außenumsätze	683	656	71	66	79	33	42	3	9	10	2	4	886	772

in Mio Euro	H1 2016		H1 2015		H1 2016		H1 2015		H1 2016		H1 2015		H1 2016		H1 2015	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Außenumsätze	1.314	1.211	127	122	146	67	82	4	15	16	4	7	1.688	1.427		

Ab dem dritten Quartal 2016 wird die ProSiebenSat.1 Media SE ihre Segmentstruktur im Digitalgeschäft anpassen. Da die Vorstandsbereiche aufgrund der konsequenten Fokussierung auf digitale Wachstumstreiber neu strukturiert wurden, wird das bisherige Segment Digital & Adjacent ab dem dritten Quartal 2016 in den zwei operativen Segmenten „Digital Ventures & Commerce“ und „Digital Entertainment“ berichtet. Gleichzeitig wird das Management Reporting der ProSiebenSat.1 Group zum 1. Juli 2016 angepasst.

**4 Ertragsteuern**

Der für den Konzern maßgebliche nominelle Steuersatz beläuft sich unverändert auf 28,0 Prozent. Im Rahmen der Ermittlung des Konzernsteueraufwands für die ersten sechs Monate 2016 wurde der für das gesamte Geschäftsjahr erwartete, effektive Konzern-Steuersatz von 31,5 Prozent (Vorjahr: 30,5%) zugrunde gelegt. Der sich ergebende Unterschied zum nominellen Steuersatz ist größtenteils auf nicht abzugsfähige Betriebsausgaben sowie Veränderungen in der Realisierbarkeit latenter Steuern zurückzuführen. Für weitere steuerliche Sachverhalte siehe Ziffer 7 „Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen“.

**5 Programmvermögen**

Im ersten Halbjahr 2016 hat die ProSiebenSat.1 Group Programmvermögen in Höhe von 520 Mio Euro (Vorjahr: 511 Mio Euro) erworben. In den Zugängen sind Free-TV-Rechte in Höhe von 424 Mio Euro (Vorjahr: 435 Mio Euro), sonstige TV-Rechte wie beispielsweise Pay TV, Video-on-Demand und Mobile-TV-Rechte in Höhe von 19 Mio Euro (Vorjahr: 21 Mio Euro) sowie geleistete Anzahlungen in Höhe von 77 Mio Euro (Vorjahr: 55 Mio Euro) enthalten.

## 6 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 2015 nicht wesentlich geändert. Der Geschäftsbericht 2015 enthält die Angaben zu Finanzinstrumenten in Ziffer 35 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“. Der Konzern hat im ersten Halbjahr 2016 Zinsoptionen in Höhe von 2.850 Mio Euro zur Absicherung des Zinsrisikos im Zeitraum 2016 bis 2020 abgeschlossen. Hierbei entfallen 1.250 Mio Euro auf den Zeitraum 2016 bis 2018 und 1.600 Mio Euro auf den Zeitraum 2018 bis 2020. Daneben wurden Zinsoptionen in Höhe von 1.350 Mio Euro abgeschlossen, um das Risiko aus dem herrschenden Negativzinsniveau zu begrenzen. Hierbei entfallen 850 Mio Euro auf den Zeitraum 2016 bis 2018 und 500 Mio Euro auf den Zeitraum 2018 bis 2020.

Eine fortgesetzte Entwicklung der Zinsen in den negativen Bereich und eine damit verbundene höhere Hedge-Ineffektivität haben dazu geführt, dass die Bilanzierung der sich im Bestand befindlichen Zinsswaps im Gesamtvolumen von 2.650 Mio Euro, nach den Regelungen des IAS 39 (Hedge Accounting) eingestellt und die bilanzielle Sicherungsbeziehung aufgelöst wurde. Bis zu diesem Zeitpunkt wurde in der Berichtsperiode ein Aufwand aus der Hedge-Ineffektivität in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) erfasst. Die für den effektiven Teil der Sicherung im kumulierten übrigen Eigenkapital erfassten Marktwertänderungen der Zinsswaps betragen zum Zeitpunkt der Beendigung des Hedge Accounting minus 37 Mio Euro und werden über die ursprüngliche Laufzeit der Sicherungsbeziehungen ergebniswirksam aufgelöst. Der in der Berichtsperiode im sonstigen Finanzergebnis erfasste Aufwand aus dieser Auflösung beträgt 5 Mio Euro. Ab dem Zeitpunkt der Beendigung von Hedge Accounting wurden die Zinsswaps erfolgswirksam bewertet. Hieraus resultiert ein im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesener Ertrag in Höhe von 2 Mio Euro. Der Marktwert der Zinsswaps beläuft sich zum 30. Juni 2016 auf minus 43 Mio Euro.

Die unten stehende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte aller Kategorien von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group. Die Fair-Value-Hierarchiestufen spiegeln die Bedeutung der für die Bewertung verwendeten Inputdaten wider und sind wie folgt gegliedert:

- auf aktiven Märkten notierte (nicht angepasste) Preise für identische Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten (Stufe 1),
- für den Vermögenswert oder die Verbindlichkeit entweder direkt (als Preise) oder indirekt (von Preisen abgeleitete) beobachtbare Inputdaten, die keine notierten Preise nach Stufe 1 darstellen (Stufe 2),
- für den Vermögenswert oder die Verbindlichkeit herangezogene Inputdaten, die nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren (nicht beobachtbare Inputdaten) (Stufe 3).

## Buch- und Marktwerte von Finanzinstrumenten per 30. Juni 2016

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	20	20	-/-	-/-	-/-	-/-	20	-/-	-/-	20
	Sonstige Eigenkapital-instrumente	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	88	88	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	88	88
	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	17	17	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	6	11	17
	Hedge Derivate	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	201	-/-	201	-/-	-/-	-/-	-/-	201	-/-	201
<b>Nicht zum Fair Value bewertet</b>												
	Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente <sup>2</sup>	Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente	672	-/-	-/-	672	-/-	-/-				
	Darlehen und Forderungen <sup>2</sup>	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	379	-/-	-/-	379	-/-	-/-				
	Sonstige finanzielle Vermögenswerte zu Anschaffungskosten <sup>2</sup>	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	30	-/-	-/-	-/-	30	-/-				
	<b>Summe</b>		<b>1.407</b>	<b>125</b>	<b>201</b>	<b>1.051</b>	<b>30</b>	<b>-/-</b>	<b>20</b>	<b>207</b>	<b>99</b>	<b>326</b>
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>												
<b>Bewertet zum Fair Value</b>												
	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	293	293	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	293	293
	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	43	43	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	43	-/-	43
	Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1	-/-	1	-/-	-/-	-/-	-/-	1	-/-	1
<b>Nicht zum Fair Value bewertet</b>												
	Bankdarlehen	Finanzverbindlichkeiten	2.081	-/-	-/-	-/-	-/-	2.081	-/-	2.089	-/-	2.089
	Anleihen	Finanzverbindlichkeiten	595	-/-	-/-	-/-	-/-	595	634	-/-	-/-	634
	Leasingverbindlichkeiten	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	77	-/-	-/-	-/-	-/-	77	-/-	82	-/-	82
	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten <sup>2</sup>	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	950	-/-	-/-	-/-	-/-	950				
	<b>Summe</b>		<b>4.042</b>	<b>337</b>	<b>1</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>	<b>3.704</b>	<b>634</b>	<b>2.216</b>	<b>293</b>	<b>3.143</b>

<sup>1</sup> Diese Position beinhaltet nur Anteile an Investmentfonds, die der Deckung von Pensionsverpflichtungen dienen, allerdings kein Planvermögen im Sinne des IAS 19 darstellen.

<sup>2</sup> Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar.

## Buch- und Marktwerte von Finanzinstrumenten per 31. Dezember 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	20	20	-/-	-/-	-/-	-/-	20	-/-	-/-	20
	Sonstige Eigenkapital-instrumente	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	79	79	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	79	79
	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Kurz- und lang-fristige finanzielle Vermögenswerte	18	18	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	7	11	18
	Hedge Derivate	Kurz- und lang-fristige finanzielle Vermögenswerte	234	-/-	234	-/-	-/-	-/-	-/-	234	-/-	234
<b>Nicht zum Fair Value bewertet</b>												
	Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente <sup>2</sup>	Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente	734	-/-	-/-	734	-/-	-/-				
	Darlehen und Forderungen <sup>2</sup>	Kurz- und lang-fristige finanzielle Vermögenswerte	397	-/-	-/-	397	-/-	-/-				
	<b>Summe</b>		<b>1.482</b>	<b>116</b>	<b>234</b>	<b>1.131</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>	<b>20</b>	<b>241</b>	<b>89</b>	<b>350</b>
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>												
<b>Bewertet zum Fair Value</b>												
	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs <sup>3</sup>	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	283	283	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	283	283
	Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	52	-/-	52	-/-	-/-	-/-	-/-	52	-/-	52
<b>Nicht zum Fair Value bewertet</b>												
	Bankdarlehen	Finanz-verbundlichkeiten	2.080	-/-	-/-	-/-	-/-	2.080	-/-	2.055	-/-	2.055
	Anleihen	Finanz-verbundlichkeiten	595	-/-	-/-	-/-	-/-	595	616	-/-	-/-	616
	Leasing-verbundlichkeiten	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	82	-/-	-/-	-/-	-/-	82	-/-	87	-/-	87
	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten <sup>2</sup>	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten und Verbindlich-keiten aus Lieferungen und Leistungen	599	-/-	-/-	-/-	-/-	599				
	<b>Summe</b>		<b>3.692</b>	<b>283</b>	<b>52</b>	<b>-/-</b>	<b>-/-</b>	<b>3.356</b>	<b>616</b>	<b>2.195</b>	<b>283</b>	<b>3.093</b>

<sup>1</sup> Diese Position beinhaltet nur Anteile an Investmentfonds, die der Deckung von Pensions-verpflichtungen dienen, allerdings kein Planvermögen im Sinne des IAS 19 darstellen.

<sup>3</sup> Geändert aufgrund der rückwirkenden Anpassung der Erstkonsolidierung von Studio71 LP zum Erwerbszeitpunkt (siehe Ziffer 2 „Konsolidierungskreis“).

<sup>2</sup> Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar.

Die sonstigen finanziellen Vermögenswerte zu Anschaffungskosten umfassen insbesondere die Beteiligung an der ZeniMax Media Inc., Rockville, USA, die im Geschäftsjahr 2015 vollständig wertberichtet wurde. Zum Aufstellungszeitpunkt des Konzernzwischenabschlusses lag der ProSiebenSat.1 Group ein verbindliches Kaufangebot für sämtliche Anteile an der ZeniMax Media Inc. in Höhe von 34 Mio US-Dollar (30 Mio Euro) vor. Somit war zum 30. Juni 2016 der Grund für

die ursprüngliche Wertminderung entfallen und in Höhe des vorliegenden Angebotspreises eine Wertaufholung vorzunehmen, die im sonstigen Finanzergebnis erfasst wurde. Der Abschluss der Transaktion wird für das dritte Quartal 2016 erwartet.

Im Übrigen sind die Bewertungsverfahren und die Inputfaktoren für die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte der in der Bilanz zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente im Wesentlichen unverändert und können dem Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2015 entnommen 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	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs erfolgswirksam zum Fair Value bewertet
<b>1. Januar 2016</b>	<b>11</b>	<b>283<sup>2</sup></b>
Nicht realisierte, in der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie im übrigen kumulierten Eigenkapital erfasste Ergebnisse <sup>1</sup>	-/-	10
Zugänge aus Akquisitionen	-/-	18
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	-/-	-14
Sonstige Veränderungen	-/-	-4
<b>30. Juni 2016</b>	<b>11</b>	<b>293</b>

<sup>1</sup> Diese Position beinhaltet Aufzinsungseffekte und weitere Bewertungsanpassungen.

<sup>2</sup> Geändert aufgrund der rückwirkenden Anpassung der Erstkonsolidierung von Studio71 LP zum Erwerbszeitpunkt (siehe Ziffer 2 „Konsolidierungskreis“).

## 7

### Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Gegenüber den im IFRS-Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015 ausgewiesenen Eventualverbindlichkeiten ergaben sich bis auf die unten aufgeführten Sachverhalte zum 30. Juni 2016 keine wesentlichen Änderungen.

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

Nach dem Erwerb der SBS Group wurde im Januar 2008 die Beteiligungsstruktur angepasst, indem das schwedische Geschäft mit allen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, Funktionen und Mitarbeitern in eine schwedische Betriebsstätte der niederländischen Muttergesellschaft SBS Broadcasting Europe B.V. überführt wurde. Diese Struktur unterlag einer Überprüfung durch die schwedischen und niederländischen Steuerbehörden.

Mit dem schwedischen Finanzamt konnte keine Einigung erzielt werden, sodass seitens der ProSiebenSat.1 Group Klage eingereicht wurde. Das Verfahren hat bislang zwei Instanzen durchlaufen. Im Mai 2016 hat das Berufungsgericht das erstinstanzliche Urteil des schwedischen Finanzgerichts, in dem der Rechtsauffassung der schwedischen Steuerbehörden gefolgt wird, in zweiter Instanz bestätigt. Die Steuernachforderungen für die Jahre 2008 bis 2013 waren somit im zweiten Quartal 2016 zur Zahlung in Höhe von 374 Mio SEK (40 Mio Euro) fällig. Die Steuerbelastung ist im Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern ausgewiesen.

Gegen das Urteil des Berufungsgerichts wird die ProSiebenSat.1 Media SE einen Antrag auf Zulassung der Revision stellen. Sollte dem Antrag stattgegeben werden, wird der Fall letztinstanzlich vor dem höchsten schwedischen Gericht verhandelt.

In den Niederlanden konnte im Juni 2016 eine Einigung mit dem Finanzamt erzielt werden. Eine zusätzliche Steuerbelastung für die ProSiebenSat.1 Group resultiert hieraus nicht. Das im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2015 berichtete Steuerrisiko existiert somit nicht länger.

### Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen betragen zum 30. Juni 2016 insgesamt 3.561 Mio Euro (31. Dezember 2015: 3.951 Mio Euro). Diese resultieren aus Vertragsabschlüssen vor dem Bilanzstichtag und betreffen Zahlungsverpflichtungen mit einer Fälligkeit nach dem Bilanzstichtag.

Sonstige finanziellen Verpflichtungen		
in Mio Euro	30. Juni 2016	31. Dezember 2015
Einkaufsobligo für Programmvermögen	3.129	3.451
Distribution	203	238
Leasing- und Mietverpflichtungen	92	99
Übrige finanzielle Verpflichtungen	138	163
<b>Summe</b>	<b>3.561</b>	<b>3.951</b>

## 8 Anteilsbasierte Vergütung

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat mit Beschluss vom 11. März 2016 von seinem Wahlrecht Gebrauch gemacht und beschlossen, die Group-Share-Pläne 2012 bis 2015 ausschließlich in Barmitteln zu begleichen. Der Konzern hat diesem Beschluss Rechnung getragen und die Bilanzierung der anteilsbasierten Vergütung aus den Group-Share-Plänen im ersten Quartal 2016 von „Equity-Settlement“ auf „Cash-Settlement“ umgestellt. Im Zuge dieser Umstellung wurden die bisher in der Kapitalrücklage erfassten Beträge für die Group-Share-Pläne 2012 bis 2015 in die sonstigen langfristigen Rückstellungen beziehungsweise in die übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten umgebucht. Der abgelaufene Group-Share-Plan 2012 wurde im zweiten Quartal 2016 in Höhe von 27 Mio Euro vollständig ausgezahlt. Die Planbedingungen für die Group-Share-Pläne sind ansonsten unverändert und entsprechen weiterhin den dargestellten Informationen im Konzernanhang und zusammengefassten Lagebericht zum 31. Dezember 2015.

Von den im Rahmen der anderen Group-Share-Pläne ausgegebenen Performance Share Units verfielen in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 1.889 Stück des Group-Share-Plans 2013, 1.523 Stück des Group-Share-Plans 2014 und 4.614 Stück des Group-Share-Plans 2015.

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 wurden 335.450 Aktienoptionen aus dem LTIP 2010 (Cycle 2010 und 2011) ausgeübt. Dadurch verringerte sich die Anzahl der eigenen Aktien von 4.579.400 zum 31. Dezember 2015 auf 4.243.950 zum 30. Juni 2016.

## 9 Ergebnis je Aktie

Das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie wird gemäß IAS 33.4A unterhalb der Gewinn- und Verlustrechnung (siehe Seite 35) ausgewiesen.

In den folgenden Tabellen werden die der Berechnung des Ergebnisses je Aktie zugrunde liegenden Parameter für das zweite Quartal und das erste Halbjahr des Berichts- und des Vergleichsjahres dargestellt.

Die Group-Share-Pläne (siehe Ziffer 8 „Anteilsbasierte Vergütung“) beinhalten hinsichtlich der Erfüllungsart ein Wahlrecht seitens der ProSiebenSat.1 Media SE, diese mittels Aktien oder im Wege des Barausgleiches zu erfüllen. Aufgrund des auftretenden Verwässerungseffekts werden die Pläne im zweiten Quartal sowie ersten Halbjahr 2016 für die Berechnung des Ergebnisses je Aktie gemäß IAS 33.58 so behandelt, als würden diese in Stammaktien erfüllt werden.

**In das Ergebnis je Aktie einbezogene Ergebnisgrößen**

in Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015	H1 2016	H1 2015
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis (unverwässert)	94	117	160	180
davon aus fortgeführten Aktivitäten (unverwässert)	136	118	203	179
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten (unverwässert)	-42	-1	-42	1
Bewertungseffekte aus der anteilsbasierten Vergütung nach Steuern	-3	-/-	-3	-/-
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis (verwässert)	91	117	157	180
davon aus fortgeführten Aktivitäten (verwässert)	133	118	200	179
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten (verwässert)	-42	-1	-42	1

**In das Ergebnis je Aktie einbezogene Aktien**

in Stück	Q2 2016	Q2 2015	H1 2016	H1 2015
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (unverwässert)	214.530.284	213.703.278	214.418.143	213.636.297
Verwässerungseffekt aufgrund von ausgegebenen Aktienoptionen und Anrechten auf Aktien	559.392	1.843.493	559.392	1.843.493
<b>Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (verwässert)</b>	<b>215.089.676</b>	<b>215.546.771</b>	<b>214.977.535</b>	<b>215.479.790</b>

**10****Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen**

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE wurde innerhalb des ersten Halbjahres 2016 um zwei Vorstandsmitglieder erweitert. Zum 1. März 2016 wurde Jan David Frouman in den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE berufen. Er ist für das neu geschaffene Vorstands-Ressort Content & Broadcasting zuständig, das die TV-Aktivitäten mit allen Sendermarken und die Content-Strategie des Konzerns in Deutschland, Österreich und der Schweiz umfasst. Außerdem bleibt er weiterhin als Chairman und CEO für das globale Produktionsgeschäft der Red Arrow Entertainment Group verantwortlich. Zum 1. Mai 2016 wurde Christof Wahl in den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE berufen. Christof Wahl übernimmt die Leitung von Digital Entertainment und fungiert zudem als Chief Operating Officer (COO) der ProSiebenSat.1 Group.

Innerhalb der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2016 wurden an nahestehende Unternehmen Lieferungen und Leistungen erbracht sowie sonstige Erträge in Höhe von insgesamt 65 Mio Euro (Vorjahr: 59 Mio Euro) erzielt. Zum 30. Juni 2016 betragen die Forderungen gegen die jeweiligen Unternehmen 23 Mio Euro (31. Dezember 2015: 16 Mio Euro).

Der Konzern empfing in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 von seinen nahestehenden Unternehmen Lieferungen und Leistungen und erfasste in diesem Zuge Aufwendungen in Höhe von 16 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro). Die Verbindlichkeiten gegenüber diesen Unternehmen beliefen sich zum 30. Juni 2016 auf 4 Mio Euro (31. Dezember 2015: 9 Mio Euro).

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

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE hat innerhalb der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2016 82.000 Aktienoptionen aus dem LTIP 2010 ausgeübt, die den jeweiligen Vorstandsmitgliedern vor ihrer Bestellung zum Vorstand gewährt wurden. Der dazugehörige Aktienverkauf wurde nach §15a WpHG auf der Internetseite der ProSiebenSat.1 Group ([www.prosiebensat1.com](http://www.prosiebensat1.com)) bekannt gemacht.

Zwischen der Seven Ventures GmbH, einem Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE, und der Heilpflanzenwohl AG, Pfäffikon, Schweiz, wurde mit Wirkung vom 7. Juli 2016 eine Rahmenvereinbarung über die Erbringung vergüteter Werbeleistungen an die Heilpflanzenwohl AG abgeschlossen. Die Heilpflanzenwohl AG ist ein Tochterunternehmen der BetterLife Healthcare AG, Schwyz, Schweiz, an der der Vorstandsvorsitzende der ProSiebenSat.1 Media SE, Thomas Ebeling, und dessen Familienangehörige mit insgesamt 50 Prozent beteiligt sind. Der Anteil der BetterLife Healthcare AG an der Heilpflanzenwohl AG beträgt 80 Prozent.

Unter dem Rahmenvertrag erwirbt die Heilpflanzenwohl AG gegen Entgelt TV-Werbezeiten von der Seven Ventures GmbH. Die Rahmenvereinbarung endet am 31. Dezember 2019. Die Lieferung der vergüteten Werbeleistungen erfolgt durch jeweils bis 31. Dezember 2019 abzuschließende Einzelvereinbarungen mit jeweils bis zu dreijähriger Laufzeit. Bis zum Stichtag 30. Juni 2016 ist keine Einzelvereinbarung abgeschlossen und es sind keine Werbeleistungen erbracht worden.

Das mit dem Rahmenvertrag verbundene Umsatzpotenzial für die ProSiebenSat.1 Group beläuft sich, abhängig vom Umfang der in Anspruch genommenen TV-Werbezeiten, auf insgesamt bis zu 40 Mio Euro. Hinzu kommt eine Erlösbeteiligung für die Seven Ventures GmbH bei der Verwertung wesentlicher Rechte an beworbenen Produkten.

Die Lieferung von TV-Werbeleistungen erfolgt zu drittüblichen Konditionen. Die Drittüblichkeit der Vertragsbedingungen wurde durch ein externes Gutachten bestätigt. Die Vereinbarung steht zudem im Einklang mit den durch den Aufsichtsrat definierten Vorgaben der ProSiebenSat.1 Group für private Investitionen von Vorstandsmitgliedern. Thomas Ebeling war weder in die Verhandlung der Rahmenvereinbarung noch in die Genehmigung durch den Vorstand einbezogen.

Christof Wahl war im Berichtszeitraum mittelbar zu 50 Prozent an der Executive Interim Partners GmbH, Grünwald, beteiligt. Die ProSiebenSat.1 Group hat im Berichtszeitraum von der Executive Interim Partners GmbH auf vertraglicher Grundlage Dienstleistungen in Form von Interim-Managementleistungen bezogen.

Seit Aufnahme der Vorstandstätigkeit von Christof Wahl am 1. Mai 2016 hat die ProSiebenSat.1 Group Dienstleistungen in Höhe von 42 Tsd. Euro in Anspruch genommen.

Zum Zeitpunkt der Aufstellung des Konzern-Zwischenabschlusses für das erste Halbjahr 2016 hat Christof Wahl seine Beteiligung deutlich reduziert. Zu diesem Zeitpunkt besteht somit keine Related-Party-Beziehung mehr.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erwarben in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 5.694 Stückaktien der Gesellschaft.

Darüber hinaus haben sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2016 keine wesentlichen Änderungen oder Transaktionen im Vergleich zu den im Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2015 dargestellten Sachverhalten zu nahestehenden Unternehmen und Personen ergeben.

## 11 Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

### Erwerb von weiteren 77,92 Prozent der Anteile an der Stylight GmbH

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Juli 2016 hat die ProSiebenSat.1 Group ihren Anteil an der Stylight GmbH, München, um 77,92 auf 100,0 Prozent erhöht und damit Kontrolle erlangt. Die Gesellschaft sowie das zugehörige Tochterunternehmen werden dem Segment Digital Ventures & Commerce (siehe Ziffer 3 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Die Gesellschaft betreibt ein Internet-Portal zu den Themen Fashion sowie Home & Living und ergänzt damit das ProSiebenSat.1 Vertical Beauty & Accessories. Der Kaufpreis nach IFRS 3 setzt sich aus einem Barkaufpreis sowie dem beizulegenden Zeitwert der at-Equity Beteiligung zum Erwerbszeitpunkt zusammen und beträgt insgesamt rund 78 Mio Euro.

### Erwerb von 65,0 Prozent der Anteile an der 44 Blue Studios, LLC

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 15. Juli 2016 hat die ProSiebenSat.1 Group einen Anteil von 65,0 Prozent an der 44 Blue Studios, LLC, Burbank, USA erworben und damit Kontrolle erlangt. Die Gesellschaft sowie deren Tochterunternehmen werden dem Segment Content Production & Global Sales (siehe Ziffer 3 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Die Gesellschaft ist ein US-Produzent für Factual Entertainment, Doku-Serien und studiobasierter Konzepte. Der Kaufpreis nach IFRS 3 setzt sich aus einem Barkaufpreis in Höhe von 21 Mio US-Dollar (19 Mio Euro) sowie einer vertraglich vereinbarten Kaufpreisanpassung zusammen. Darüber hinaus wurde mit den Altgesellschaftern eine Put-Option über den Erwerb von weiteren 35,0 Prozent der Anteile mit frühestmöglicher Fälligkeit in 2022 vereinbart. Der Fair Value der bedingten Kaufpreiskomponente wird auf Basis eines vertraglich festgelegten Multiplikators auf den geschätzten Unternehmenswert in 2021 bemessen. Da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Option bei Ausübung zu erfüllen, besteht aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) zum 15. Juli 2016 eine Konsolidierungsquote von 100,0 Prozent.

### Weitere Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Ende des zweiten Quartals 2016 und dem 26. Juli 2016, dem Datum der Freigabe dieses Quartalsberichts 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.

26. Juli 2016  
Der Vorstand

## Versicherung der gesetzlichen Vertreter

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

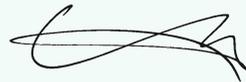
Unterföhring, 26. Juli 2016



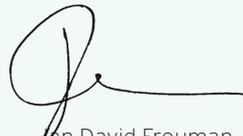
Thomas Ebeling  
(CEO)



Dr. Gunnar Wiedenfels  
(CFO)



Conrad Albert  
(Vorstand External Affairs & Industries Relations, General Counsel)



Jan David Frouman  
(Vorstand Content & Broadcasting)



Dr. Ralf Schremper  
(Vorstand Strategy & Investments)



Christof Wahl  
(Vorstand Digital Entertainment & Group Chief Operating Officer)



Dr. Christian Wegner  
(Vorstand Digital Ventures & Commerce)

# Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

## An die ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangsangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2016, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 37w WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach dem International Accounting Standard IAS 34 „Zwischenberichterstattung“, wie er in der EU anzuwenden ist, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“, wie er in der EU anzuwenden ist, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“, wie er in der EU anzuwenden ist, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

München, den 02. August 2016

KPMG AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



**Sailer**  
Wirtschaftsprüfer



**Schmidt**  
Wirtschaftsprüfer

# C

# WEITERE INFORMATIONEN

## Inhaltsverzeichnis

- 56 Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Konzern
- 57 Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Segmente
- 58 Impressum
- 59 Finanzkalender

## Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Konzern

in Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015	Q2 2014	Q2 2013	Q2 2012	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2009	Q2 2008	Q2 2007
Konzernumsatz	886	772	691	625	561	692	650	694	802	552
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	22,6	22,4	19,3	21,6	18,3	17,3	11,9	12,2	11,0	26,0
Gesamtkosten	688	584	518	456	421	519	522	547	657	407
Operative Kosten <sup>1</sup>	638	539	476	421	368	456	428	496	602	396
Werteverzehr des Programmvermögens	212	212	209	202	202	274	214	262	319	231
Recurring EBITDA <sup>2</sup>	254	238	219	209	196	239	224	201	204	159
Recurring EBITDA Marge (in %)	28,7	30,8	31,7	33,5	34,9	34,5	34,4	29,0	25,4	28,8
EBITDA	258	226	209	198	160	210	165	177	189	159
Sondereffekte (saldiert) <sup>3</sup>	4	-12	-10	-12	-36	-28	-58	-24	-14	0
Betriebsergebnis (EBIT)	211	193	178	176	143	176	130	147	152	149
Finanzergebnis	-10	-20	-44	-41	-40	-56	-53 <sup>9</sup>	-63	-64	-5
Ergebnis vor Steuern	201	173	133	135	103	120	78 <sup>9</sup>	85	88	144
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter <sup>4</sup>	94	117	96	136	84	129	77 <sup>9</sup>	46	60	87
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-42	-1	7	46	12	47	26	-/-	-/-	-/-
Bereinigter Konzernüberschuss <sup>5</sup>	133	122 <sup>14</sup>	108	104	100	95	87	53	74	88
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt) <sup>6</sup>	0,62	0,57 <sup>14</sup>	0,51	0,49	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-
Investitionen in das Programmvermögen	242	193	215	208	188	232	220	278	327	212
Free Cashflow	0	76	99	10	113	151	154	100	-7	118
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-310	-259	-272	-284	-198	-258	-247	-294	-389	-220

in Mio Euro	H1 2016	H1 2015	H1 2014	H1 2013	H1 2012	H1 2011	H1 2010	H1 2009	H1 2008	H1 2007
Konzernumsatz	1.688	1.427	1.272	1.188	1.060	1.288	1.226	1.321	1.531	1.053
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	17,7	18,3	16,1	17,4	15,8	13,0	8,4	5,9	5,2	20,1
Gesamtkosten	1.371	1.125	995	917	821	1.029	1.021	1.125	1.340	839
Operative Kosten <sup>1</sup>	1.274	1.045	923	859	747	923	888	1.032	1.246	818
Werteverzehr des Programmvermögens	449	443	429	431	421	536	461	540	672	479
Recurring EBITDA <sup>2</sup>	424	390	359	337	318	369	342	295	292	241
Recurring EBITDA Marge (in %)	25,1	27,3	28,2	28,4	30,0	28,6	27,9	22,3	19,1	22,9
EBITDA	420	371	345	321	278	338	274	268	274	241
Sondereffekte (saldiert) <sup>3</sup>	-5	-19	-15	-17	-40	-31	-68	-27	-18	0
Betriebsergebnis (EBIT)	333	310	287	281	245	262	209	206	202	220
Finanzergebnis	-34	-48	-83	-74	-78	-95	-107 <sup>9</sup>	-129	-123	-9
Ergebnis vor Steuern	299	262	205	207	167	167	103 <sup>9</sup>	78	80	211
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter <sup>4</sup>	160	180	133	192	135	167	99 <sup>9</sup>	44	52	128
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-42	1	-6	51	22	52	31	-/-	-/-	-/-
Bereinigter Konzernüberschuss <sup>5</sup>	207	193 <sup>14</sup>	164	155	141	129	120	64	80	130
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt) <sup>6</sup>	0,97	0,90 <sup>14</sup>	0,77	0,73	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-
Investitionen in das Programmvermögen	519	511	469	489	457	581	574	658	679	482
Free Cashflow	-2	76	-47	-13	21	6	15	-6	-80	150
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-677	-609	-647	-583	-497	-620	-603	-680	-719	-480

in Mio Euro	30.06.2016	30.06.2015	30.06.2014	30.06.2013	30.06.2012	30.06.2011	30.06.2010	30.06.2009	30.06.2008	30.06.2007
Programmvermögen	1.319	1.279	1.233	1.335	1.574	1.504	1.623	1.473	1.282	1.043
Eigenkapital	628	675	426	1.682	1.358	1.202	757 <sup>9</sup>	493 <sup>9</sup>	922 <sup>9</sup>	1.375
Eigenkapitalquote (in %)	11,8	17,4	12,5	37,2	27,4	19,1	12,0 <sup>9</sup>	8,3 <sup>9</sup>	15,4 <sup>9</sup>	64,6
Liquide Mittel	672	193	146	1.287	304	882	750	599	633	214
Finanzverbindlichkeiten	2.677	1.974	1.970	1.841	2.339	3.766	4.026	4.027	3.839	187
Verschuldungsgrad <sup>7</sup>	2,1	2,0 <sup>10</sup>	2,2 <sup>11</sup>	0,7 <sup>13</sup>	2,3	3,1	4,1	5,1	5,2	-/-
Netto-Finanzverschuldung	2.005	1.782	1.824 <sup>12</sup>	554 <sup>13</sup>	2.034	2.842	3.275	3.427	3.689	-27
Mitarbeiter <sup>8</sup>	5.985	4.578	4.173	3.281	2.705	4.302	3.865	5.195	5.915	3.062

1 Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen.

2 Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.

3 Saldo aus Einmalaufwendungen und Einmalträgen.

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

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 LTM recurring EBITDA-Beitrag der osteuropäischen Aktivitäten.

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

12 Nach Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten.

13 Vor Umgliederung der liquiden Mittel der nord- und osteuropäischen Aktivitäten.

14 Anpassung aufgrund der rückwirkenden Bereinigung von Änderungen im beizulegenden Zeitwert von Put-Optionen und Earn-out Verbindlichkeiten im zweiten Quartal 2016

## Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Segmente

in Mio Euro	Q2 2016	Q2 2015	Q2 2014	H1 2016	H1 2015	H1 2014
<b>Broadcasting German-speaking</b>						
Außenumsätze	541	535	511	1.034	1.005	960
Recurring EBITDA <sup>1</sup>	201	197	188	332	323	308
Recurring EBITDA Marge (in %) <sup>2</sup>	35,6	35,6	35,7	30,8	31,0	31,1
EBITDA	206	193	185	332	315	304
<b>Digital &amp; Adjacent</b>						
Außenumsätze	263	184	149	504	322	255
Recurring EBITDA <sup>1</sup>	43	37	31	78	64	55
Recurring EBITDA Marge (in %) <sup>2</sup>	15,9	20,2	20,5	15,1	19,8	21,3
EBITDA	44	30	25	76	54	48
<b>Content Production &amp; Global Sales</b>						
Außenumsätze	77	54	31	140	100	57
Recurring EBITDA <sup>1</sup>	10	4	1	16	5	-1
Recurring EBITDA Marge (in %) <sup>2</sup>	10,8	5,9	3,4	9,1	3,8	-1,6
EBITDA	9	3	1	14	4	-2

1 Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.

2 Auf Basis des Gesamtsegmentumsatzes; siehe Anhang Ziffer 3 „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](mailto: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](mailto: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](http://www.ProSiebenSat1.com)  
HRB 219 439 AG München

## Inhalt und Gestaltung

ProSiebenSat.1 Media SE  
Konzernkommunikation

hw.design, München

Photo Credits: Titel © Dirk Bruniecki, © Michael Jungblut, © Urban Zintel, © Sina Bormüller (Fräulein Chaos) // Wichtige Ereignisse H1 2016, Seite 7 a) © Enno Kapitzka, b) © maxdome GmbH, Deutsche Bahn AG, c) © Mad Rabbit, d) © Aaron Epstein.

---

## 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>04.08.2016</b>	<b>Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2016</b> Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
<b>03.11.2016</b>	<b>Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 3. Quartal 2016</b> Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
<b>23.02.2017</b>	<b>Pressekonzferenz/IR-Konzferenz anlässlich der Zahlen 2016</b> Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
<b>16.03.2017</b>	<b>Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2016</b>
<b>11.05.2017</b>	<b>Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 1. Quartal 2017</b> Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
<b>03.08.2017</b>	<b>Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2017</b> Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
<b>09.11.2017</b>	<b>Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 3. Quartal 2017</b> Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten

---

