



# GROWING TOGETHER

RELEVANT  
INNOVATIV  
WERTSCHAFFEND



# INHALT

## **KONZERNZWISCHENLAGE- BERICHT \_\_\_\_\_ 3**

Auf einen Blick_____	3
Wesentliche Ereignisse_____	6
Geschäftsverlauf der ProSiebenSat.1 Group__	8
Die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie_____	28
Risiko- und Chancenbericht_____	30
Prognosebericht_____	32

## **KONZERNZWISCHEN- ABSCHLUSS \_\_\_\_\_ 35**

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung____	35
Konzern-Gesamtergebnisrechnung_____	36
Konzern-Bilanz_____	37
Konzern-Eigenkapital- Veränderungsrechnung_____	39
Konzern-Kapitalflussrechnung_____	40
Konzernanhang_____	41

## **INFORMATIONEN \_\_\_\_\_ 52**

Versicherung der gesetzlichen Vertreter____	52
Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht _____	53
Finanzkalender_____	54
Impressum_____	55

# AUF EINEN BLICK

- **Hohes Vorjahresniveau bestätigt:** Konzernumsatz wächst leicht und adjusted EBITDA ist in Q2 in schwierigem Marktumfeld stabil auf Vorjahresniveau. Dies gilt ebenso für die Umsatzentwicklung in H1.
- **Diversifikation erfolgreich:** Umsatz wächst währungs- und portfoliobereinigt um 10 Prozent im Segment Commerce & Ventures, zugleich solide Entwicklung der Werbeerlöse angesichts der makroökonomischen Entwicklung und Entertainment-Umsatz mit 2 Prozent über Vorjahr.
- **Cashflow-Management effektiv:** Verschuldung durch konsequentes und proaktives Liquiditätsmanagement gesenkt, adjusted Operating Free Cashflow mit Zuwächsen.
- **Dividendenstark:** Mit einer Dividendenerhöhung auf 0,80 Euro je Aktie beteiligen wir unsere Aktionär:innen am Wachstum und setzen unsere Dividendenpolitik verlässlich fort.
- **Portfolio noch synergetischer:** Weitere Portfoliooptimierung des Konzerns durch den Verkauf des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios und damit klare Fokussierung des Programms auf lokale, relevante und Live-Inhalte.

Nach einem guten Jahresstart bestätigt die ProSiebenSat.1 Group ihr starkes Umsatzniveau auch im zweiten Quartal: Der Konzernumsatz betrug 1.055 Mio Euro (Vorjahr: 1.048 Mio Euro) und setzte in einem herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld sein Wachstum mit einem Plus von 1 Prozent fort. Das adjusted EBITDA war mit 166 Mio Euro stabil (Vorjahr: 166 Mio Euro). Dabei wuchsen die Umsätze im Segment Commerce & Ventures währungs- und portfoliobereinigt deutlich um 10 Prozent. Die Erlöse im Werbemarkt entwickelten sich in Anbetracht des Russland-/Ukraine-Krieges gegenüber des hohen Vorjahresvergleichswerts solide (-1%), wobei der Umsatz im Entertainment-Segment insgesamt um 2 Prozent zulegen konnte. Der Vorjahreszeitraum im Segment Dating & Video war von einem Rekordumsatzwert geprägt, sodass der Umsatz hier nun wie erwartet einen Rückgang verzeichnete (-6%).

Auf Halbjahressicht ist der Konzernumsatz ebenfalls leicht gewachsen und betrug 2.009 Mio Euro (Vorjahr: 1.986 Mio Euro). Das adjusted EBITDA verzeichnete hingegen einen Rückgang um 19 Mio Euro auf 289 Mio Euro. Ursache dafür ist unter anderem die im Vorjahr erfolgte Veräußerung des Film-Vertriebs Gravitas Ventures, der im Vorjahreszeitraum noch einen Ergebnisbeitrag von 12 Mio Euro beigetragen hatte.

Unsere derzeitige Umsatzentwicklung beweist einmal mehr, dass wir dank unseres diversifizierten Umsatzprofils krisenfester aufgestellt sind als viele andere Unternehmen der Medienbranche. Unser Cashflow-Management ist effektiv, sodass der adjusted Operating Free Cashflow deutliche Zuwächse verzeichnete. Zugleich reduzieren wir dank unseres proaktiven Liquiditätsmanagements unsere Verschuldung. Mit einem Wert von 2,3x<sup>1</sup> liegt der Verschuldungsgrad trotz höherer Dividendenausschüttung unter Vorjahr und im Zielkorridor von 1,5x bis 2,5x.

Unsere Strategie fokussiert sich auf Synergien sowie dem Zusammenspiel aus Reichweite, Monetarisierung und Wertschaffung. Dies treiben wir weiter mit Nachdruck voran: Wir verfügen durch unsere Entertainment-Plattformen über eine sehr große Reichweite, die wir auf unterschiedliche Weise monetarisieren, im Entertainment-Segment direkt über die Vermarktung von Werbeflächen auf unseren linearen Kanälen und über unsere digitalen Produkte sowie indirekt über unser Commerce & Ventures-Portfolio. Hier investieren wir Werbezeiten in junge Digital-Unternehmen und bekommen im Gegenzug Anteile an den Firmen selbst oder deren Umsätzen.

<sup>1</sup>Vor Umgliederung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von den zum Ende des zweiten Quartals zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften aus dem US-Produktionsgeschäft der Red Arrow Studios. Dabei ist der Zahlungseingang für die Transaktion noch nicht abgebildet. Der Verkauf wurde zum 1. Juli 2022 wirtschaftlich vollzogen.

Das bedeutet: Mit unserer Investitionswährung Media können wir auch ohne hohe Cash-Investitionen neue Wege gehen. Nach diesem Prinzip ist auch das Segment Dating & Video entstanden, das heute wichtiger Teil unseres Konzerns ist und den Erfolg unserer Diversifikation reflektiert.

Mit unserem Fokus auf lokale Programme richten wir unsere Inhalte, Sender und Entertainment-Plattformen auf Synergien und die deutschsprachige Region aus. Ziel ist es, langfristig Wert für die gesamte Gruppe zu schaffen. Dabei prüfen wir kontinuierlich, ob wir der jeweils beste Eigentümer einzelner Beteiligungen sind. Vor diesem Hintergrund haben wir zuletzt zum 1. Juli 2022 das US-Produktionsgeschäft der Red Arrow Studios verkauft und mit diesem Schritt das Portfolio des Konzerns weiter optimiert.

Die ProSiebenSat.1 Group ist mit ihrer Strategie nicht nur zukunftsfest aufgestellt, sondern erzielt zugleich starke Renditen und bietet attraktive Dividenden. So hat der Konzern im Mai 2022 seine Aktionär:innen mit einer signifikanten Erhöhung der Dividende auf 0,80 Euro je Aktie am Unternehmenserfolg beteiligt. Dies reflektiert die Dividendenpolitik des Unternehmens, rund 50 Prozent des bereinigten Konzernjahresüberschusses auszuschütten.

Die unter den genannten Vorzeichen gute Performance ist die Kombination aus attraktiven Werbeprodukten, dem Fokus auf wachstumsstarke Digitalmärkte und einer smarten Investitionsstrategie. Den Erfolg von ProSiebenSat.1 prägen die Mitarbeiter:innen der Gruppe. Zum 30. Juni 2022 waren umgerechnet auf vollzeitäquivalente Stellen 7.800 Mitarbeiter:innen bei der ProSiebenSat.1 Group beschäftigt (Vorjahr: 8.271). Dieser Rückgang um 471 Mitarbeiter:innen ist insbesondere auf die Red Arrow Studios und die branchenüblichen Schwankungen im Produktionsgeschäft zurückzuführen sowie auf die im Vergleich zum Vorjahr konsolidierungsbedingten Rückgänge durch den Verkauf der Gesellschaften Gravitass Ventures, Amorelie und moebel.de.

**KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP**

in Mio Euro

	Q2 2022	Q2 2021	H1 2022	H1 2021
Umsatzerlöse	1.055	1.048	2.009	1.986
Adjusted EBITDA <sup>1</sup>	166	166	289	308
Adjusted net income <sup>2</sup>	68	63	110	100
Adjusted Operating Free Cashflow <sup>3</sup>	109	87	254	169
Zuschauermarktanteile (in %) <sup>4</sup>	25,5	24,9	25,2	25,3

	30.06.2022	31.12.2021	30.06.2021
Mitarbeiter:innen <sup>5</sup>	7.800	7.906	8.271
Programmvermögen	1.098	1.145	1.154
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	490	594	438
Netto-Finanzverbindlichkeiten	1.881 <sup>7</sup>	1.852	2.156
Verschuldungsgrad <sup>6</sup>	2,3 <sup>7</sup>	2,2	2,6

1 Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.

2 Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen sowie Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte, bereinigt um Sondereffekte. Dazu zählen im sonstigen Finanzergebnis erfasste Bewertungseffekte, Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten, Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften sowie sonstige wesentliche Einmaleffekte. Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte ebenfalls bereinigt. Siehe Geschäftsbericht 2021, S. 124.

3 Eine Definition des adjusted Operating Free Cashflows findet sich im Geschäftsbericht 2021, S. 121.

4 ProSiebenSat.1 Group; AGF in Zusammenarbeit mit GfK; Marktstandard TV; VIDEOSCOPE 1.4; Zielgruppe: 14–49 Jahre.

5 Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag.

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

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

**» INFORMATION**

**Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen.**

# WESENTLICHE EREIGNISSE

Als Digitalkonzern vereint ProSiebenSat.1 führende Entertainment-Marken mit einem starken Dating & Video- sowie Commerce & Ventures-Portfolio unter einem Dach. Die ProSiebenSat.1 Group hat diese konsequente Ausrichtung des Konzerns auf Wertschaffung, unter anderem durch einen Fokus auf Synergien, auch im zweiten Quartal 2022 weiter fortgesetzt.

Mit Blick auf die personelle Besetzung des Aufsichtsrats gab es im Berichtszeitraum Veränderungen: Im Rahmen der Hauptversammlung am 5. Mai 2022 wurde Dr. Andreas Wiele als Aufsichtsrat bestätigt, gleichzeitig folgt er auf Dr. Werner Brandt als Vorsitzender des Gremiums, der nach acht Jahren und zwei Wahlperioden nicht erneut kandidierte. Wiele war 20 Jahre Vorstandsmitglied der Axel Springer SE. Seit seinem Ausscheiden im Jahr 2020 ist er als Unternehmensgründer tätig und u.a. General Partner bei Giano Capital Management S.à r.l.. Neu in den Aufsichtsrat wurde Bert Habets gewählt. Habets ist seit 2021 CEO des griechischen Medienunternehmens Antenna Group B.V.. Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher wurde in seinem Mandat bestätigt. Neben der Wahl der Aufsichtsratsmitglieder haben die Aktionär:innen eine Dividende von 0,80Euro je dividendenberechtigter Stückaktie beschlossen. Dies entspricht einer Erhöhung um 63Prozent im Vergleich zum Vorjahr (Vorjahr: 0,49Euro) und reflektiert die Dividendenpolitik des Unternehmens, rund 50Prozent des bereinigten Konzernjahresüberschusses als Dividende auszuschütten. Die Dividende wurde am 10. Mai 2022 ausgezahlt. Auch allen anderen zustimmungspflichtigen Tagesordnungspunkten haben die Aktionär:innen mehrheitlich zugestimmt.

## → Die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie

Basis unserer Strategie ist ein aktives Portfolio- und Finanzmanagement. Vor diesem Hintergrund hat die ProSiebenSat.1 Group die Laufzeiten für ihr endfälliges Darlehen (Term Loan) und ihre revolvingierende Kreditfazilität (RCF) verlängert: Im Rahmen des bestehenden Senior Facilities Agreement wurde ein Term Loan in Höhe von 800MioEuro bis April 2027 sowie ein Term Loan in Höhe von 400MioEuro bis April 2025 verlängert, welcher unter bestimmten Bedingungen ebenfalls auf April 2027 verlängert werden kann. Die RCF in Höhe von 500MioEuro wurde bis April 2027 verlängert. Dies reflektiert den geringeren Finanzierungsbedarf aufgrund unseres konsequenten Cashflow-Managements. Zuvor verfügte ProSiebenSat.1 über einen Term Loan mit einem Nominalvolumen von insgesamt 1.200MioEuro und eine RCF mit einem Rahmenvolumen von 750MioEuro. Die überwiegenden Teile der Kreditlinien hatten eine Laufzeit bis April 2024. Die Transaktion erfolgte im Mai 2022 und setzt Maßnahmen fort, die ProSiebenSat.1 bereits 2021 ergriffen hatte: die vorzeitige Rückzahlung einer Anleihe, die Emission neuer Schuldscheindarlehen sowie die anschließende Rückzahlung eines Term Loans.

## → Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Die ProSiebenSat.1 Group bewertet ihr Portfolio regelmäßig mit Blick auf ihre Wachstumsoptionen. Ziel ist es, die Rentabilität des investierten Kapitals zu stärken und mittelfristig unseren Return on Capital Employed (P7SI ROCE) zunächst auf über 15Prozent zu steigern. Teil der Portfoliostrategie sind auch Desinvestitionen, wenn das weitere Synergiepotenzial von Beteiligungen begrenzt ist. Vor diesem Hintergrund hat ProSiebenSat.1 den US-amerikanischen Teil des Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios an Peter Chernins The North Road Company verkauft. Die Transaktion wurde am 1. Juli 2022 und damit zu Beginn des dritten Quartals 2022 wirtschaftlich vollzogen. Dies betrifft die Firmen Kinetic Content, Left/Right, 44 Blue Studios, Half Yard Productions und Dorsey Pictures. Die Verkaufsentscheidung reflektiert die strategische Ausrichtung unseres Entertainment-Geschäfts auf die Produktion von lokalen, relevanten Inhalten, die live oder on-demand über alle Plattformen in den Kernmärkten Deutschland, Österreich und Schweiz (DACH-Region) verbreitet werden. Für die Produktion eigener Inhalte spielen unser deutschsprachiges Produktionsgeschäft der Redseven Entertainment sowie die europäischen Produktionsunternehmen CPL Productions, Endor Productions, Snowman Productions und July

August eine wichtige Rolle und leisten einen starken inhaltlichen Beitrag zu unserer Strategie. Daher verbleiben diese Unternehmen im Konzern, ebenso wie das Vertriebsgeschäft Red Arrow Studios International. Darüber hinaus haben wir vor Kurzem mit Cheerio Entertainment und Flat White Productions zwei neue Produktionsfirmen in Deutschland gegründet und halten seit dem 11. November 2019 die Mehrheit an der Produktionsfirma Pyjama Pictures.

[→ Konzernanhang, Ziffer 2 „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten“](#)

# GESCHÄFTSVERLAUF DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

## RAHMENBEDINGUNGEN DES KONZERNS

### Konjunkturelle Entwicklungen

Die Aussichten für die Weltwirtschaft haben sich im Verlauf des ersten Halbjahres 2022 eingetrübt. Der Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine sowie der Extrem-Lockdown infolge der COVID-19-Pandemie in China führten zu weiteren Anspannungen in den globalen Lieferketten und erhöhten weltweit den Inflationsdruck. Zudem führt die zunehmend angespannte Situation am Energiemarkt zu weiteren wirtschaftlichen Herausforderungen. Im April reduzierte der Internationale Währungsfonds (IWF) seine globale Wachstumserwartung für 2022 um 0,8 Prozentpunkte auf real plus 3,6 Prozent und im Juli noch einmal um weitere 0,4 Prozentpunkte auf plus 3,2 Prozent. Bereits im Juni veröffentlichte die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) eine nochmals niedrigere Prognose von plus 3,0 Prozent (Dezember 2021: +4,5 %).

Stark betroffen von den aktuell sehr schwierigen makroökonomischen Rahmenbedingungen sind insbesondere die Länder der Eurozone mit ihren Abhängigkeiten von russischen Gas- und Energielieferungen. Nach dem starken Aufwärtstrend im Vorjahr (+5,3%), rechnet die Europäische Kommission in ihrer Sommerprognose nun mit einer Wachstumsrate von 2,6 Prozent (Mai 2022: +2,7%). Aber auch die US-amerikanische Wirtschaft wird die kräftige Erholung des Vorjahres (+5,7%, IWF) nicht mit der derselben Dynamik fortsetzen können: Die hohe Inflationsrate von zuletzt 9,1 Prozent veranlasste die US-Notenbank Federal Reserve (Fed), von ihrer Niedrigzinspolitik abzuweichen und den Leitzins deutlich anzuheben. Nach der letzten Erhöhung von Ende Juli liegt der Leitzins nun in einer Spanne von 2,25 bis 2,50. Die Europäische Zentralbank (EZB) hob den Leitzins ebenfalls an, zuletzt um kräftige 0,5 Prozentpunkte. Vor diesem Hintergrund erwartet der IWF für die USA im Jahr 2022 nur noch ein reales Wachstum von plus 2,3 Prozent (Juni 2022: +2,9%, April 2022: +3,7%).

Die schwächere Weltkonjunktur, die gebremsten Exportaussichten, die bestehenden Materialmängel und Lieferengpässe, die hohe Preisinflation auf allen Wirtschaftsstufen sowie die Gefahr ausbleibender Gaslieferungen dämpfen die Perspektiven der deutschen Wirtschaft erheblich. Nachdem die Wirtschaft im ersten Quartal 2022 noch gewachsen war (+0,8% vs. Vorquartal, Destatis), stagnierte das Bruttoinlandsprodukt im zweiten Quartal 2022 mit 0,0 Prozent gegenüber dem Vorquartal. Die weitgehende Aufhebung der COVID-19-Schutzmaßnahmen dürfte die Konjunktur dabei gestützt haben.

Für die lokale deutsche Wirtschaftsleistung dürfte das weitere Wachstum eng mit der Entwicklung des privaten Konsums einhergehen. Wie sich die Konsumbereitschaft der Verbraucher:innen entwickelt, hängt stark vom weiteren Verlauf des Russland-/Ukraine-Krieges und der Situation am Energiemarkt ab. Zudem wird die Kaufkraft der Haushalte durch die hohe Inflation gedämpft. So dürften die Verbraucherpreise im Juli um 7,5 Prozent über dem Vorjahr gelegen haben (Juni 2022: +7,6%). Der GfK-Konsumklimaindex stabilisierte sich im Juni mit minus 26,2 Punkten zwar auf dem Niveau des Vormonats (-26,6 Punkte), im Juli sank der Index jedoch erneut auf minus 27,7 Punkte. Für August wird ein Rückgang auf ein neues Allzeittief von minus 30,6 Punkten prognostiziert.

→ **Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen**



## Entwicklungen relevanter Marktumfelder

### ENTERTAINMENT

Der Werbemarkt reagiert sehr konjunktursensitiv und frühzyklisch, dabei korreliert insbesondere der private Konsum eng mit den Investitionen in Werbung. Nach einem starken Jahresauftakt war der Werbemarkt in Deutschland im März geprägt durch die Konsumzurückhaltung im Kontext des Russland-/Ukraine-Krieges. Zugleich steht dem zweiten Quartal eine sehr starke Vergleichsperiode gegenüber: Der Werbemarkt hatte sich in diesem Zeitraum im vergangenen Jahr kräftig von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie erholt und insbesondere im Mai und Juni von erheblichen Aufholeffekten gegenüber 2020 profitiert.

Die ProSiebenSat.1 Group ist der führende Werbezeitenvermarkter in Deutschland: Auf Basis der Brutto-Zahlen von Nielsen Media Research stieg unser Marktanteil im zweiten Quartal 2022 auf 38,0 Prozent (Vorjahr: 36,4 %). Dabei erwirtschaftete ProSiebenSat.1 TV-Werbbeeinnahmen von 1,48 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 1,41 Mrd Euro). Dies entspricht einem Anstieg von 5 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Insgesamt sind die Investitionen in TV-Werbung leicht um 1 Prozent auf 3,90 Mrd Euro gestiegen (Vorjahr: 3,87 Mrd Euro). Im ersten Halbjahr erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group Werbeeinnahmen von 2,77 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 2,65 Mrd Euro), dies entspricht einem Plus von 5 Prozent. Daraus resultierte ein Marktanteil von 36,5 Prozent (Vorjahr: 35,8 %). Das Marktvolumen stieg in diesem Zeitraum um 3 Prozent auf 7,59 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 7,39 Mrd Euro).

#### » INFORMATION

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

### TV-WERBEMÄRKTE IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ AUF BRUTTO-BASIS

in Prozent

	Entwicklung TV-Werbemarkt Q2 2022 (Abweichung vs. Vorjahr)
Deutschland	+1,0
Österreich	+3,8
Schweiz	-9,7

	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q2 2022	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q2 2021
Deutschland	38,0	36,4
Österreich	41,5	40,0
Schweiz	24,0	25,5

Deutschland: April-Juni, brutto, Nielsen Media.

Österreich: April-Juni, brutto, Media Focus.

Schweiz: April-Juni, die Werbemarktanteile beziehen sich auf die deutschsprachige Schweiz, brutto, Media Focus.

## TV-WERBEMÄRKTE IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ AUF BRUTTO-BASIS

in Prozent

Entwicklung TV-Werbemarkt H1 2022 (Abweichung vs. Vorjahr)	
Deutschland	+3,0
Österreich	+5,8
Schweiz	-3,2

	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group H1 2022	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group H1 2021
Deutschland	36,5	35,8
Österreich	40,4	40,1
Schweiz	24,8	25,2

Deutschland: Januar–Juni, brutto, Nielsen Media.

Österreich: Januar–Juni, brutto, Media Focus.

Schweiz: Januar–Juni, die Werbemarktanteile beziehen sich auf die deutschsprachige Schweiz, brutto, Media Focus.

Unsere Programmstrategie mit Schwerpunkt auf lokale, relevante Inhalte, die live und on-demand über alle Plattformen im deutschsprachigen Raum verbreitet werden, setzen wir konsequent fort. Ziel ist es, Zuschauergruppen noch adäquater zu erreichen. Dies wird im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung zu einem immer wichtigeren Wettbewerbskriterium für alle Teilnehmer des dualen Rundfunksystems, insbesondere mit Blick auf multinationale Streaming-Anbieter. Mit dem Start neuer Magazin-Formate und dem Aufbau einer eigenen News-Redaktion wird die ProSiebenSat.1 Group von 2023 an Nachrichten selbst produzieren und dabei gezielt auch junge Menschen adressieren.

Mit dieser Ausrichtung ist die ProSiebenSat.1-Senderfamilie in Deutschland Marktführer bei der Zuschauergruppe 14 bis 49 Jahre. Dabei haben wir im Berichtszeitraum den Anteil lokaler Formate im Vergleich zum Vorjahr weiter ausgebaut – wengleich vor allem die öffentlich-rechtlichen Sender vom gestiegenen Informationsbedürfnis zu Beginn des Russland-/Ukraine-Krieges profitiert haben. Insgesamt stiegen die Marktanteile der ProSiebenSat.1-Sender bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauer:innen im zweiten Quartal 2022 auf 25,5 Prozent (Vorjahr: 24,9%). Im sechsmonatszeitraum lagen die Zuschauermarktanteile insgesamt bei 25,2 Prozent (Vorjahr: 25,3%).

### ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Prozent

	Q2 2022	Q2 2021	H1 2022	H1 2021
Deutschland	25,5	24,9	25,2	25,3
Österreich	26,1	28,1	25,7	27,9
Schweiz	16,3	14,1	15,9	14,3

Deutschland: ProSiebenSat.1 Group: SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX, Kabel Eins Doku / AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.01.2021–30.06.2022, Marktstandard: TV.

Österreich: E 12–49; SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, Kabel Eins Austria, PULS 4, sixx Austria, ProSieben MAXX Austria, SAT.1 Gold Österreich, Kabel Eins Doku Österreich, ATV + ATV 2, PULS 24; Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting; 01.01.2021–30.06.2022; personengewichtet; inklusive VOSDAL/Timeshift; Standard.

Schweiz: Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo – So), alle Plattformen, overnight +7. SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, Kabel Eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, Puls 8; werberelevante Zielgruppe 15–49 Jahre; D-CH; Totalsignal; Quelle: Mediapulse TV Data.

Aufgrund ihrer hohen Reichweite bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauer:innen ist die Prime Time und damit die Zeitschiene von 20:15 Uhr bis 23:00 Uhr für die Werbewirtschaft besonders relevant. Hier steigerte die ProSiebenSat.1-Senderfamilie ihre Marktanteile im zweiten Quartal auf 25,2 Prozent (Vorjahr: 24,5%). Im ersten Halbjahr betrug der Zuschauermarktanteil in der Prime Time ebenfalls 25,2 Prozent (Vorjahr: 25,3%). Dazu trugen insbesondere die Live-

Sportübertragungen der ersten und zweiten Fußball-Bundesliga mit Marktanteilen von bis zu 26,4 Prozent bei (durchschnittlich 20,0%, 14- bis 49-jährige Zuschauer:innen). Zudem verzeichnete das Erfolgsformat „Germany's Next Topmodel – by Heidi Klum“ in der Prime Time die höchsten Marktanteile seit 14 Jahren (durchschnittlich 21,0%, 14- bis 49-jährige Zuschauer:innen) und Shows wie „Wer stiehlt mir die Show“ und „Joko & Klaas gegen ProSieben“ punkteten mit Quoten in der Prime Time von bis zu 24,9 Prozent bzw. 19,9 Prozent (14-bis 49-jährige Zuschauer:innen).

## ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN DER PRIME TIME IN DEUTSCHLAND

in Prozent

Zielgruppe 14–49 Jahre	Q2 2022	Q2 2021	H1 2022	H1 2021
ProSiebenSat.1 Group	25,2	24,5	25,2	25,3
SAT.1	6,8	6,7	6,8	7,0
ProSieben	9,6	9,6	9,9	10,2
Kabel Eins	4,5	4,0	4,4	4,1
sixx	1,1	1,1	1,1	1,1
SAT.1 Gold	1,0	1,0	1,0	1,0
ProSieben MAXX	1,2	1,1	1,2	1,1
Kabel Eins Doku	0,8	0,9	0,8	0,8

Werte beziehen sich auf die Prime Time von 20:15 Uhr bis 23:00 Uhr (Mo – So).

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.01.2021–30.06.2022, Marktstandard: TV.

## DATING & VIDEO

Im Segment Dating & Video agieren wir mit der ParshipMeet Group in einem profitablen und wachstumsstarken Marktumfeld mit Fokus auf den deutschsprachigen Raum und Nordamerika. Die ParshipMeet Group vereint ein breites Spektrum an Online-Plattformen unter einem Dach: Dazu zählen Dating-Plattformen (eharmony, Parship, ElitePartner und LOVOO) sowie Video-basierte Social-Dating- und Entertainment-Apps (MeetMe, Skout, Tagged und GROWLr). Damit verfügt die ParshipMeet Group über diversifizierte Erlösquellen aus Abonnementmodellen über Marketingleistungen bis hin zu virtuellen Produkten und spricht eine breite Zielgruppe an. Dies spiegelt die strategische Ausrichtung unserer Gruppe wider, in der Synergien und Resilienz eine wesentliche Rolle spielen.

Für 2022 war ein Börsengang der ParshipMeet Group avisiert. Das derzeitige unsichere Kapitalmarktumfeld erschwert jedoch eine wertschaffende Transaktion, weshalb die Prüfung und die Vorbereitungen – wie zur Veröffentlichung der Gesamtjahreszahlen des Konzerns am 3. März 2022 kommuniziert – weiterhin anhalten, jedoch der richtige Zeitpunkt für einen möglichen Börsengang abgewartet wird.

Die Geschäftsentwicklung im Segment Dating & Video ist unter anderem durch das makroökonomische Umfeld und im Speziellen die Entwicklung des privaten Konsums beeinflusst.

→ **Konjunkturelle Entwicklungen**

### » INFORMATION

**Weiterführende Informationen zu den Rahmenbedingungen im Dating & Video-Segment**

**finden sich im** → Geschäftsbericht 2021 ab Seite 133.

## COMMERCE & VENTURES

Im Segment Commerce & Ventures konzentrieren wir uns auf Investitionen in vorrangig digitale Verbrauchermarken: Wir nutzen unsere hohe Reichweite als Investitionswährung und können so Produkte sowohl unserer eigenen Marken als auch unserer Partner:innen effizient und ohne große

Cash-Investitionen bei einem Millionenpublikum vermarkten. Beispiele unserer Mehrheitsinvestitionen sind das Online-Vergleichsportal Verivox (Teil von Consumer Advice), das Mietwagenvergleichsportal billiger-mietwagen.de (Teil von Consumer Advice), das Erlebnis- und Freizeitgeschäft von Jochen Schweizer mydays (Teil von Experiences) oder der Online-Beauty-Anbieter Flaconi (Teil von Beauty & Lifestyle).

Ein Großteil dieser Geschäfte ist aufgrund ihres Fokus auf Endverbraucher:innen abhängig von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Dies wird aktuell besonders deutlich: Störungen in den Lieferketten, die Verschärfung der Rohstoffknappheit und insbesondere die Sanktionen gegen Russland belasten den privaten Konsum. Im Speziellen beeinflusst der Krieg in der Ukraine den Energiemarkt, in dem wir mit unserem Vergleichsportal Verivox aktiv sind. Die stark gestiegenen Energiepreise wirken sich entsprechend negativ auf die Marktdynamik aus. Allerdings ist für die Geschäftslage des Vergleichsportals weniger das Preisniveau per se entscheidend, sondern vielmehr ein funktionierender Wettbewerb.

Die seit Beginn des Russland-/Ukraine-Krieges wachsenden Unsicherheiten bei Verbraucher:innen prägen auch den E-Commerce-Markt. So schränken sich laut Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) die Deutschen angesichts steigender Lebenshaltungs- und Energiekosten bei nicht zwingend benötigten Waren oder Dienstleistungen ein. Dies ist auch klar bei der Umsatzentwicklung des Online-Beauty-Anbieters Flaconi (Teil von Beauty & Lifestyle) spürbar. Laut bevhd liegt das Marktvolumen im ersten Halbjahr 2022 1,3 Prozent unter dem Umsatzniveau 2021, aber mit 32,9 Prozent Zuwachs noch immer deutlich über dem Wert des ersten Halbjahres 2019.

Verschiedene Dienstleistungen in der Reise- und Freizeitindustrie – wie das Mietwagenvergleichsportal billiger-mietwagen.de (Teil von Consumer Advice) oder das Erlebnis- und Freizeitgeschäft von Jochen Schweizer mydays (Teil von Experiences) – profitieren von der Normalisierung des Alltagslebens nach den Beschränkungen des öffentlichen Lebens durch die COVID-19-Pandemie und können ihre Umsätze im Vergleich zur Vorjahresperiode deutlich steigern.

→ **Konjunkturelle Entwicklungen**

» **INFORMATION**

**Weiterführende Informationen zu den Rahmenbedingungen im Commerce & Ventures-Segment finden sich im** → Geschäftsbericht 2021 ab Seite 134.

## **REGULATORISCHE ENTWICKLUNGEN**

**Zuletzt stand das Thema digitaler Verbraucherschutz in Deutschland im Fokus. Anfang Juli 2022 wurden mit dem Digital Services Act (DSA) und dem Digital Markets Act (DMA) auf europäischer Ebene wichtige Digitalgesetze auf den Weg gebracht. Diese sind wegweisend für alle Digitalunternehmen, die mit großen Tech-Konzernen konkurrieren: Sie beheben langfristig Missstände im Wettbewerb und schaffen gleiche Spielregeln für alle Marktteilnehmer in Europa. Während der DSA Schutz vor Desinformation, Hassrede, Piraterie oder Produktfälschungen bieten soll, kann der DMA über wettbewerbsrechtliche Maßnahmen Maßstäbe für fairere Geschäftspraktiken schaffen.**

## ERTRAGSLAGE DES KONZERNES

### Umsatz

Im zweiten Quartal betrug der **Konzernumsatz** 1.055 Mio Euro (Vorjahr: 1.048 Mio Euro). Damit setzte die ProSiebenSat.1 Group mit einem leichten Plus von 7 Mio Euro oder 1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr ihr Umsatzwachstum fort. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen beliefen sich die Umsätze ebenfalls auf 1.055 Mio Euro (Vorjahr: 1.053 Mio Euro). Angesichts eines starken Vorjahresquartals, das von Aufholeffekten in den Frühlings- und Sommermonaten der Pandemie profitierte, sowie des aktuell herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds, unterstreicht dieses Resultat erneut die erfolgreiche Strategie des Konzerns.

Auch auf Halbjahressicht bestätigt die ProSiebenSat.1 Group das hohe Vorjahresniveau: In den Monaten Januar bis Juni 2022 verzeichnete der Konzern einen Umsatz in Höhe von 2.009 Mio Euro (Vorjahr: 1.986 Mio Euro) und damit einen Anstieg um 1 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen belief sich das Umsatzplus auf 31 Mio Euro oder 2 Prozent.

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

#### » INFORMATION

**Die ProSiebenSat.1 Group generiert den Großteil der Umsatzerlöse in Deutschland und damit in der Eurozone. Der übrige Umsatzanteil entfällt primär auf die USA mit dem dort ansässigen Produktionsgeschäft von Red Arrow Studios, dem Digital-Media- und Entertainment-Company Studio71 sowie dem Dating & Video-Geschäft der ParshipMeet Group. Daher können Währungseffekte die Geschäftsentwicklung beeinflussen. Wechselkursänderungen ergaben sich in der Berichtsperiode vor allem aus der Umrechnung des US-Dollars in Euro.**

### AUSSENUMSATZERLÖSE DES KONZERNES NACH SEGMENTEN

in Mio Euro

	Q2 2022	Q2 2021	Veränderung abs.	Veränderung in %
Entertainment	748	736	11	1,5
Dating & Video	130	139	-9	-6,2
Commerce & Ventures	177	172	5	2,6
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>1.055</b>	<b>1.048</b>	<b>7</b>	<b>0,7</b>
	H1 2022	H1 2021	Veränderung abs.	Veränderung in %
Entertainment	1.410	1.346	64	4,8
Dating & Video	262	280	-18	-6,4
Commerce & Ventures	337	360	-23	-6,4
<b>Umsatzerlöse</b>	<b>2.009</b>	<b>1.986</b>	<b>23</b>	<b>1,2</b>

Der **Außenumsatz** des Segments **Entertainment** betrug im zweiten Quartal 748 Mio Euro und verzeichnete ein Plus von 2 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert (Vorjahr: 736 Mio Euro). Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen stieg der Umsatz um 1 Prozent. Dabei entwickelten sich die Werbeerlöse im Entertainment-Segment im zweiten Quartal 2022 im Vergleich zur starken Vorjahresperiode weitgehend stabil (-1% oder -7 Mio Euro) und lagen nahezu auf dem Vorkrisenniveau von 2019. Die Dynamik des Werbemarkts korreliert eng mit der makroökonomischen Entwicklung: Während sich die Erlöse im Werbemarkt in Anbetracht des Russland-/Ukraine-Krieges aktuell solide entwickeln, verzeichnete der Werbemarkt im zweiten Quartal vergangenen Jahres eine sehr kräftige Erholung von den Einflüssen der COVID-19-Pandemie. Die Distributionserlöse lagen im zweiten Quartal 2022 auf Vorjahresniveau. Die Umsätze aus dem Content-Geschäft (Programmproduktion und -verkauf) wuchsen trotz des Verkaufs des

Film-Vertriebs Gravitas Ventures im November 2021 (-11 Mio Euro) sowie währungsbereinigt um 15 Prozent, wobei der Anstieg vor allem im europäischen Geschäft erzielt wurde. Die sonstigen Umsatzerlöse – die insbesondere Erlöse aus Events beinhalten – erhöhten sich im zweiten Quartal 2022 um 12 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Hier machte sich die Rückkehr zu Live-Sportevents positiv bemerkbar.

Auf Halbjahressicht verzeichnete der Außenumsatz des Segments ein Wachstum von 5 Prozent oder 64 Mio Euro auf 1.410 Mio Euro. Hauptursache für den Umsatzanstieg sind um 4 Prozent höhere Werbeerlöse, da der Werbemarkt vor Beginn des Russland-/Ukraine-Krieges sehr dynamisch gewachsen ist. Daneben entwickelte sich das Content-Geschäft positiv, obwohl der Film-Vertrieb Gravitas Ventures im vergangenen Jahr noch 22 Mio Euro zum Umsatz beigetragen hatte. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen stieg der Außenumsatz des Segments ebenfalls um 5 Prozent.

Der **Außenumsatz** im Segment **Dating & Video** belief sich im zweiten Quartal 2022 auf 130 Mio Euro. Dies entspricht einem Rückgang von 9 Mio Euro (-6 %) bzw. bereinigt um Währungseffekte von 21 Mio Euro (-14 %) im Vergleich zum Vorjahr. Hier wirkte sich die makroökonomische Unsicherheit auf das Verhalten der Verbraucher:innen und primär auf die Umsätze im deutschsprachigen Raum aus. Diese Entwicklung konnte das US-amerikanische Tochterunternehmen eharmony teilweise kompensieren: eharmony verzeichnete auch im zweiten Quartal ein deutliches Umsatzplus und ist heute die größte Marke unseres Dating-Portfolios. Zudem war der Vorjahreszeitraum im Segment Dating & Video von einem Rekordumsatzwert geprägt: Im Zuge des bislang größten Konjunkturpakets in der Geschichte der USA hatten staatliche Wirtschaftshilfen den privaten Konsum im Frühjahr 2021 stimuliert. Dies hatte sich sehr positiv auf die Nutzung und Monetarisierung unserer Video-Angebote im US-amerikanischen Raum ausgewirkt.

Vor diesem Hintergrund sank der Außenumsatz des Segments Dating & Video im ersten Halbjahr 2022 auf 262 Mio Euro, was einem Rückgang von 18 Mio Euro (-6 %) bzw. bereinigt um Währungseffekte von 37 Mio Euro (-12 %) entspricht. Dabei trug der Bereich Dating 134 Mio Euro und damit 51 Prozent zum Außenumsatz des Segments bei (Vorjahr: 139 Mio Euro). Der Video-Bereich erwirtschaftete einen Umsatzbeitrag von 128 Mio Euro (Vorjahr: 141 Mio Euro); hier nutzen wir unsere Live-Video-Streaming-Lösung vPaaS (video-Plattform-as-a-Service) nicht nur für eigene Angebote – wir stellen die Technologie auch Drittunternehmen zur Verfügung und generieren so zusätzliche Umsätze. Dies hat den Rückgang aufgrund des oben beschriebenen Rekordumsatzes im Vorjahr zum Teil kompensiert.

Verglichen mit 2019, der Vergleichsperiode vor Ausbruch der Pandemie, ist das Segment auf pro-forma-Basis hingegen durchschnittlich um 10 Prozent pro Jahr gewachsen. Die The Meet Group wird seit September 2020 konsolidiert und ergänzt unser Portfolio seither synergetisch.

Im Segment **Commerce & Ventures** ist der **Außenumsatz** im zweiten Quartal 2022 um 3 Prozent gestiegen und beträgt 177 Mio Euro (Vorjahr: 172 Mio Euro). Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag das Wachstum bei 10 Prozent. Der Konzern verfolgt ein aktives Portfoliomanagement mit Fokus auf Synergien und hatte zum Jahresende 2021 die Unternehmen Amorelie (Teil von Beauty & Lifestyle) sowie moebel.de (Teil von Beauty & Lifestyle) verkauft. Diese Gesellschaften trugen im Vorjahreszeitraum noch 11 Mio Euro zum Segmentumsatz bei.

Die von den Pandemie-Beschränkungen betroffenen Beteiligungen des Commerce & Ventures-Portfolios zeigten im zweiten Quartal eine klare Erholung: Das Mietwagenvergleichsportall billiger-mietwagen.de (Teil von Consumer Advice) wie auch das Erlebnis- und Freizeitgeschäft von Jochen Schweizer mydays (Teil von Experiences) steigerten ihre Umsätze sehr dynamisch. Zudem verzeichneten das Investitionsvehikel SevenGrowth sowie das Media-for-Equity- und Media-for-Revenue-Geschäft von SevenVentures ein spürbares Wachstum im Vergleich zum Vorjahr. Demgegenüber blieben die Umsätze im Beauty & Lifestyle-Vertical unter anderem aufgrund der aktuellen Konsumzurückhaltung, die sich bei Flaconi auswirkte, sowie aufgrund von

Entkonsolidierungseffekten unter dem Vorjahresniveau. Zudem ist die Umsatzentwicklung im Consumer Advice-Vertical, welches das Vergleichsportal Verivox enthält, durch die gegenwärtige Konjunkturlage belastet. Denn besonders deutlich zeigen sich die Auswirkungen des Russland-/Ukraine-Krieges im Energiemarkt. Angesichts stark steigender Energiepreise sind die Wechseloptionen bei Strom- und Gasanbietern derzeit begrenzt.

In den ersten sechs Monaten des Jahres war der Segmentumsatz mit 337 Mio Euro um 6 Prozent unter Vorjahresniveau (Vorjahr: 360 Mio Euro) und insbesondere beeinflusst von den zuvor beschriebenen Verkäufen von Amorelie und moebel.de. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag der Außenumsatz des Segments um 3 Mio Euro oder 1 Prozent über dem Vorjahreszeitraum.

→ Rahmenbedingungen des Konzerns

## AUSSENUMSATZERLÖSE

in Mio Euro

	Entertainment		Dating & Video		Commerce & Ventures		Summe Konzern	
	Q2 2022	Q2 2021	Q2 2022	Q2 2021	Q2 2022	Q2 2021	Q2 2022	Q2 2021
<b>Werbeerlöse</b>	<b>535</b>	<b>542</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>43</b>	<b>34</b>	<b>578</b>	<b>576</b>
DACH	462	483	—	—	43	34	505	517
Rest der Welt	72	59	—	—	—	—	72	59
<b>Distribution</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>46</b>	<b>46</b>
<b>Content</b>	<b>139</b>	<b>124</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>139</b>	<b>124</b>
Europa	62	43	—	—	—	—	62	43
Rest der Welt	78	81	—	—	—	—	78	81
<b>Dating &amp; Video</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>130</b>	<b>139</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>130</b>	<b>139</b>
Dating	—	—	66	69	—	—	66	69
Video	—	—	64	70	—	—	64	70
<b>Digital Platform &amp; Commerce</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>133</b>	<b>138</b>	<b>133</b>	<b>138</b>
Consumer Advice	—	—	—	—	44	41	44	41
Experiences	—	—	—	—	18	9	18	9
Beauty & Lifestyle	—	—	—	—	71	88	71	88
<b>Sonstige Umsatzerlöse</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>25</b>
<b>Summe</b>	<b>748</b>	<b>736</b>	<b>130</b>	<b>139</b>	<b>177</b>	<b>172</b>	<b>1.055</b>	<b>1.048</b>

	Entertainment		Dating & Video		Commerce & Ventures		Summe Konzern	
	H1 2022	H1 2021	H1 2022	H1 2021	H1 2022	H1 2021	H1 2022	H1 2021
<b>Werbeerlöse</b>	<b>1.018</b>	<b>983</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>79</b>	<b>65</b>	<b>1.097</b>	<b>1.047</b>
DACH	889	874	—	—	79	65	968	939
Rest der Welt	129	108	—	—	—	—	129	108
<b>Distribution</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>90</b>	<b>90</b>
<b>Content</b>	<b>255</b>	<b>227</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>255</b>	<b>227</b>
Europa	115	78	—	—	—	—	115	78
Rest der Welt	141	149	—	—	—	—	141	149
<b>Dating &amp; Video</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>262</b>	<b>280</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>262</b>	<b>280</b>
Dating	—	—	134	139	—	—	134	139
Video	—	—	128	141	—	—	128	141
<b>Digital Platform &amp; Commerce</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>256</b>	<b>294</b>	<b>256</b>	<b>294</b>
Consumer Advice	—	—	—	—	87	92	87	92
Experiences	—	—	—	—	34	20	34	20
Beauty & Lifestyle	—	—	—	—	135	182	135	182
<b>Sonstige Umsatzerlöse</b>	<b>47</b>	<b>47</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>49</b>	<b>48</b>
<b>Summe</b>	<b>1.410</b>	<b>1.346</b>	<b>262</b>	<b>280</b>	<b>337</b>	<b>360</b>	<b>2.009</b>	<b>1.986</b>

## Umsatzerlöse nach Segmenten

### ANTEIL DER UMSATZERLÖSE NACH SEGMENTEN

	Q2 2022	Q2 2021	H1 2022	H1 2021
Entertainment				
Werbeerlöse DACH	44 %	46 %	44 %	44 %
Andere Entertainment-Erlöse	27 %	24 %	26 %	24 %
Dating & Video	12 %	13 %	13 %	14 %
Commerce & Ventures	17 %	16 %	17 %	18 %

### Adjusted EBITDA

Der Umsatzentwicklung folgend ergibt sich für das zweite Quartal 2022 ein **adjusted EBITDA** von 166 Mio Euro und damit ein Wert auf Vorjahresniveau. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen weist der Konzern ein leichtes Wachstum von 1 Mio Euro aus. Die Portfolioeffekte bestehen im Wesentlichen aus den letztjährigen Ergebnisbeiträgen der veräußerten Unternehmen Gravitas Ventures, Amorelie und moebel.de. Die Währungseffekte resultieren überwiegend aus der Umrechnung von Gesellschaften im US-Dollar-Raum.

Auf Halbjahressicht lag das adjusted EBITDA der ProSiebenSat.1 Group bei 289 Mio Euro. Dies ist ein Rückgang um 19 Mio Euro bzw. 6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen liegt der Rückgang bei 14 Mio Euro bzw. 4 Prozent.

Die Entwicklung der einzelnen Segmente stellt sich dabei wie folgt dar:

### ADJUSTED EBITDA NACH SEGMENTEN

in Mio Euro

	Q2 2022	Q2 2021	Veränderung abs.	Veränderung in %
Entertainment	134	142	-8	-5,8
Dating & Video	25	28	-3	-10,4
Commerce & Ventures	12	2	10	~
Überleitung (Holding & Sonstiges)	-5	-7	2	-27,8
<b>Summe adjusted EBITDA</b>	<b>166</b>	<b>166</b>	<b>0</b>	<b>0,2</b>
	H1 2022	H1 2021	Veränderung abs.	Veränderung in %
Entertainment	225	239	-14	-5,9
Dating & Video	47	61	-14	-22,8
Commerce & Ventures	25	19	6	32,7
Überleitung (Holding & Sonstiges)	-9	-11	3	-25,2
<b>Summe adjusted EBITDA</b>	<b>289</b>	<b>308</b>	<b>-19</b>	<b>-6,2</b>

Das **adjusted EBITDA** des Segments **Entertainment** belief sich im zweiten Quartal 2022 auf 134 Mio Euro und verzeichnete damit einen Rückgang von 8 Mio Euro bzw. 6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Dies ist insbesondere auf die Veräußerung des Film-Vertriebs Gravitas Ventures zurückzuführen, der im Vorjahreszeitraum noch einen Ergebnisbeitrag von 6 Mio Euro beigesteuert hatte.

Auch auf Halbjahressicht zeigte sich dieser Effekt. Hier betrug das adjusted EBITDA 225 Mio Euro und lag damit 14 Mio Euro oder 6 Prozent unter Vorjahr. Im Wert für das erste Halbjahr 2021 ist Gravitas Ventures mit einem Ergebnisbeitrag von 12 Mio Euro enthalten. Neben diesem Verkauf war die Entwicklung durch die in das erste Quartal 2022 vorgezogenen Programmaufwendungen beeinflusst. So hatte der Konzern einen Teil seiner Programmaufwendungen im Hinblick auf die Fußball-Weltmeisterschaft, die im vierten Quartal 2022 stattfindet, vorgezogen.



Das **adjusted EBITDA** des Segments **Dating & Video** betrug im zweiten Quartal 2022 25 Mio Euro und lag damit 3 Mio Euro unter dem Vorjahreswert (Vorjahr: 28 Mio Euro). Diese Entwicklung ist wesentlich bedingt durch den Umsatzrückgang im Vergleich zur Rekord-Vorjahresperiode, die durch das Konjunktur-Stimuluspaket in den USA geprägt war. In diesem Kontext hatte der Video-Bereich des Segments vor allem im ersten Quartal 2021 ein starkes Wachstum verzeichnet. Dementsprechend lag das adjusted EBITDA des Segments auf Halbjahressicht um 14 Mio Euro unter Vorjahresniveau und belief sich auf 47 Mio Euro (Vorjahr: 61 Mio Euro).

Das **adjusted EBITDA** des Segments **Commerce & Ventures** entwickelte sich im zweiten Quartal 2022 sehr dynamisch: Es erreichte 12 Mio Euro – gegenüber 2 Mio Euro im Vorjahr. Dies ist insbesondere auf die höhere Profitabilität bei SevenVentures und SevenGrowth zurückzuführen. Daneben hatte das Umsatzwachstum bei Jochen Schweizer mydays (Teil von Experiences) und billiger-mietwagen.de (Teil von Consumer Advice) einen positiven Einfluss. Negativ wirkten sich hingegen wie erwartet die hohen Energiepreise und damit einhergehend die geringeren Einsparpotenziale beim Wechsel des Strom- und Gasanbieters auf Endkund:innen aus, die das Geschäft von Verivox (Teil von Consumer Advice) beeinflussten. Auf Halbjahressicht verzeichnete das adjusted EBITDA des Segments ein Wachstum um 6 Mio Euro bzw. 33 Prozent auf 25 Mio Euro.

Das **EBITDA** des Konzerns war im zweiten Quartal 2022 mit 148 Mio Euro nahezu stabil (Vorjahr: 151 Mio Euro). Auf Halbjahressicht betrug das EBITDA 270 Mio Euro (Vorjahr: 289 Mio Euro), was insbesondere die Veräußerung von Gravitas Ventures reflektiert.

Die **Abschreibungen und Wertminderungen** beliefen sich im zweiten Quartal 2022 auf 104 Mio Euro (Vorjahr: 68 Mio Euro). Wesentlicher Treiber ist der Anstieg der Wertminderungen auf 51 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro), der zu 47 Mio Euro größtenteils aus der Anpassung der Nettobuchwerte an den Verkaufspreis im Zusammenhang mit der Veräußerung des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios zum 1. Juli 2022 resultiert. Nicht in den Verlust einbezogen sind Währungsgewinne aus der Umrechnung der Abschlüsse der verkauften US-Gesellschaften in Höhe von 19 Mio Euro, die zum 30. Juni 2022 im kumulierten sonstigen Ergebnis im Eigenkapital verbleiben und erst zum Zeitpunkt des Abgangs im dritten Quartal 2022 zu dem dann gültigen Währungskurs ertragswirksam zu erfassen sind. Auf Halbjahressicht betrugen die Abschreibungen und Wertminderungen 157 Mio Euro (Vorjahr: 126 Mio Euro). Auch hier ist die Entwicklung maßgeblich durch die Veräußerung des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios zum 1. Juli 2022 beeinflusst.

→ Konzernanhang, Ziffer 2 „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten“

Die nachfolgende Tabelle stellt eine Überleitung der verschiedenen Ergebnisgrößen vom adjusted EBITDA zum Konzernergebnis dar und berücksichtigt dabei Sondereffekte sowie Abschreibungen und Wertminderungen:

## ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED EBITDA ZUM KONZERNERGEBNIS

in Mio Euro

	Q2 2022	Q2 2021	Veränderung abs.	Veränderung in %
<b>Adjusted EBITDA</b>	<b>166</b>	<b>166</b>	<b>0</b>	<b>0,2</b>
Sondereffekte	-18	-15	-3	18,9
<b>EBITDA</b>	<b>148</b>	<b>151</b>	<b>-2</b>	<b>-1,6</b>
Abschreibungen und Wertminderungen	-104	-68	-36	53,1
davon aus Kaufpreisallokationen	-13	-14	1	-5,6
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>45</b>	<b>83</b>	<b>-38</b>	<b>-46,2</b>
Finanzergebnis	-38	54	-91	~
Ertragsteuern	-30	-23	-7	32,1
<b>Konzernergebnis</b>	<b>-23</b>	<b>114</b>	<b>-137</b>	<b>~</b>
	H1 2022	H1 2021	Veränderung abs.	Veränderung in %
<b>Adjusted EBITDA</b>	<b>289</b>	<b>308</b>	<b>-19</b>	<b>-6,2</b>
Sondereffekte	-19	-19	0	-2,1
<b>EBITDA</b>	<b>270</b>	<b>289</b>	<b>-19</b>	<b>-6,5</b>
Abschreibungen und Wertminderungen	-157	-126	-32	25,2
davon aus Kaufpreisallokationen	-24	-28	5	-16,2
<b>Betriebsergebnis (EBIT)</b>	<b>113</b>	<b>163</b>	<b>-50</b>	<b>-30,9</b>
Finanzergebnis	-56	46	-102	~
Ertragsteuern	-49	-29	-20	68,8
<b>Konzernergebnis</b>	<b>8</b>	<b>180</b>	<b>-173</b>	<b>-95,7</b>

Die im adjusted EBITDA bereinigten Aufwendungen beliefen sich im zweiten Quartal 2022 auf minus 21 Mio Euro (Vorjahr: -15 Mio Euro); im ersten Halbjahr 2022 lagen die bereinigten Aufwendungen bei minus 24 Mio Euro (Vorjahr: -19 Mio Euro). Die bereinigten Erträge betrugen 4 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) im zweiten Quartal und 5 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) im ersten Halbjahr 2022. Größte Einzelposition innerhalb der **Sondereffekte** waren sowohl auf Quartals- als auch auf Halbjahressicht die Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Verkauf des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios. Die im adjusted EBITDA bereinigten Sondereffekte verteilen sich dabei auf folgende Kategorien:

## DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE INNERHALB DES ADJUSTED EBITDA

in Mio Euro

	Q2 2022	Q2 2021	H1 2022	H1 2021
<b>Adjusted EBITDA</b>	<b>166</b>	<b>166</b>	<b>289</b>	<b>308</b>
Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises	3	—	3	—
Erträge aus sonstigen Einmaleffekten	1	—	2	0
<b>Bereinigte Erträge</b>	<b>4</b>	<b>—</b>	<b>5</b>	<b>0</b>
M&A-bezogene Aufwendungen	-24	-1	-28	-2
Reorganisationsaufwendungen	0	-4	-2	-4
Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen	3	-8	8	-11
Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten	-1	-1	-1	-1
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	0	-1	-1	-1
<b>Bereinigte Aufwendungen</b>	<b>-21</b>	<b>-15</b>	<b>-24</b>	<b>-19</b>
<b>Sondereffekte</b>	<b>-18</b>	<b>-15</b>	<b>-19</b>	<b>-19</b>
<b>EBITDA</b>	<b>148</b>	<b>151</b>	<b>270</b>	<b>289</b>

## Finanzergebnis

Das **Finanzergebnis** hat sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich verringert und betrug im zweiten Quartal 2022 minus 38 Mio Euro (Vorjahr: 54 Mio Euro). Die Entwicklung ist durch gegenläufige Effekte geprägt: Da der Konzern im Oktober 2021 einen Term Loan teilweise zurückgeführt hatte, verbesserte sich das **Zinsergebnis** im zweiten Quartal 2022 auf minus 9 Mio Euro (Vorjahr: -14 Mio Euro). Zudem verbesserte sich das ebenfalls im Finanzergebnis erfasste **Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen** im zweiten Quartal 2022 auf minus 8 Mio Euro (Vorjahr: -10 Mio Euro). Es enthält im Wesentlichen den 50-prozentigen Anteil des Konzerns am Periodenergebnis von Joyn.

Angesichts des aktuellen Markt- und Börsenumfeldes verzeichnete demgegenüber das **sonstige Finanzergebnis** im zweiten Quartal 2022 einen Rückgang auf minus 20 Mio Euro (Vorjahr: 77 Mio Euro). Es beinhaltet zum einen Bewertungseffekte aus sonstigen Finanzinstrumenten in Höhe von minus 20 Mio Euro (Vorjahr: 82 Mio Euro), die sich aus verschiedenen Einzelpositionen zusammensetzen. Die größten Bewertungseffekte resultieren aus der Beteiligung an dem Online-Mode-Händler ABOUT YOU (-15 Mio Euro; Vorjahr: 60 Mio Euro) sowie einem Fond (-13 Mio Euro; Vorjahr: 14 Mio Euro). Zum anderen sind im sonstigen Finanzergebnis Effekte aus der Bewertung von Put-Options-Verbindlichkeiten in Höhe von 4 Mio Euro enthalten (Vorjahr: -5 Mio Euro). Das Ergebnis aus Währungsumrechnung betrug 1 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro).

Diese Entwicklungen kennzeichnen auch das erste Halbjahr 2022: Hier belief sich das Finanzergebnis auf minus 56 Mio Euro, nach plus 46 Mio Euro im Vorjahr. Dabei betrug das sonstige Finanzergebnis minus 24 Mio Euro (Vorjahr: 92 Mio Euro). Größte Einzelposition ist ebenfalls der Bewertungseffekt aus sonstigen Finanzinstrumenten in Höhe von minus 26 Mio Euro (Vorjahr: 105 Mio Euro), der vor allem auf der stichtagsbezogenen Beteiligungsbewertung an ABOUT YOU zurückzuführen ist (-35 Mio Euro; Vorjahr: 60 Mio Euro). Auch nach dem Börsengang im Juni 2021 hält SevenVentures – als Investitionsarm der ProSiebenSat.1 Group – Anteile in Höhe von 1,4 Prozent an dem Online-Mode-Händler und agiert als Medienpartner.

## Konzernergebnis und adjusted net income

Im zweiten Quartal 2022 belief sich der Aufwand aus **Ertragsteuern** auf 30 Mio Euro (Vorjahr: 23 Mio Euro). Auf Halbjahressicht betragen die Ertragsteuern 49 Mio Euro (Vorjahr: 29 Mio Euro).

→ Konzernanhang, Ziffer 4 „Ertragsteuern“

### » INFORMATION

**Der Ertragsteueraufwand ist vor allem geprägt durch steuerlich nicht abzugsfähige Bewertungseffekte sowie durch das Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen. Im ersten Halbjahr 2021 wurde der Ertragsteueraufwand maßgeblich durch steuerfreie Bewertungseffekte sowie durch einen Sondereffekt infolge der begünstigten gewerbesteuerlichen Behandlung von Beträgen aus der Hinzurechnungsbesteuerung geprägt. Die adjustierte und im Wesentlichen um die Bewertungseffekte bereinigte Steuerquote beläuft sich für das erste Halbjahr 2022 auf 32,5 Prozent.**

Das **Konzernergebnis** betrug im zweiten Quartal 2022 minus 23 Mio Euro (Vorjahr: 114 Mio Euro). Der deutliche Rückgang basiert im Wesentlichen auf der negativen Entwicklung des EBIT sowie des Finanzergebnisses und hierbei insbesondere auf zahlungsunwirksamen Bewertungseffekten. Infolgedessen verringerte sich das Konzernergebnis auch auf Halbjahressicht deutlich und belief sich auf 8 Mio Euro (Vorjahr: 180 Mio Euro).

Das **adjusted net income** (bereinigter Konzernüberschuss) verzeichnete hingegen ein Wachstum: Es erhöhte sich im zweiten Quartal 2022 um 8 Prozent auf 68 Mio Euro (Vorjahr: 63 Mio Euro); im Halbjahresvergleich stieg es um 10 Mio Euro oder 10 Prozent auf 110 Mio Euro. Das **bereinigte**

**Ergebnis je Aktie** betrug 0,30 Euro im zweiten Quartal 2022 (Vorjahr: 0,28 Euro) und 0,49 Euro im ersten Halbjahr 2022 (Vorjahr: 0,44 Euro).

### ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED NET INCOME

in Mio Euro

	Q2 2022	Q2 2021	Veränderung abs.	Veränderung in %
<b>Konzernergebnis</b>	<b>-23</b>	<b>114</b>	<b>-137</b>	<b>~</b>
Sondereffekte innerhalb des EBITDA	18	15	3	18,9
Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen	14	14	-1	-4,0
Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis	21	-83	104	~
Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten <sup>1</sup>	-3	6	-9	~
Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	47	—	47	~
Sonstige Effekte	-2	8	-10	~
Aus den Bereinigungen resultierende Steuereffekte	-4	-11	7	-60,5
<b>Zwischensumme</b>	<b>67</b>	<b>63</b>	<b>3</b>	<b>5,2</b>
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	-1	9	-10	~
Anderen Gesellschaftern zuzurechnende Bereinigungen	2	-10	11	~
Bereinigtes anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	1	-1	2	~
<b>Adjusted net income</b>	<b>68</b>	<b>63</b>	<b>5</b>	<b>7,8</b>
<b>Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)</b>	<b>0,30</b>	<b>0,28</b>		

1 Inkl. Aufzinsungs- und Fremdwährungseffekte in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

	H1 2022	H1 2021	Veränderung abs.	Veränderung in %
<b>Konzernergebnis</b>	<b>8</b>	<b>180</b>	<b>-173</b>	<b>-95,7</b>
Sondereffekte innerhalb des EBITDA	19	19	0	-2,1
Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen	24	28	-4	-14,6
Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis	27	-106	133	~
Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten <sup>1</sup>	-8	10	-18	~
Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	47	—	47	~
Sonstige Effekte	-5	2	-7	~
Aus den Bereinigungen resultierende Steuereffekte	-3	-28	25	-89,1
<b>Zwischensumme</b>	<b>109</b>	<b>106</b>	<b>3</b>	<b>2,4</b>
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	0	9	-9	-98,4
Anderen Gesellschaftern zuzurechnende Bereinigungen	1	-15	16	~
Bereinigtes anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	1	-6	8	~
<b>Adjusted net income</b>	<b>110</b>	<b>100</b>	<b>10</b>	<b>10,3</b>
<b>Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)</b>	<b>0,49</b>	<b>0,44</b>		

1 Inkl. Aufzinsungs- und Fremdwährungseffekte in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro).

## VERMÖGENSLAGE DES KONZERNS

Die Bilanzsumme belief sich zum 30. Juni 2022 auf 6.451 Mio Euro (31. Dezember 2021: 6.587 Mio Euro) und verringerte sich damit gegenüber dem Jahresende um 2 Prozent. Nachfolgend werden wesentliche Entwicklungen gegenüber dem Stichtag am 31. Dezember 2021 beschrieben:

### » INFORMATION

**In den „Zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten“ bzw. „Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten“ sind die entsprechenden Positionen des US-amerikanischen Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios ausgewiesen; diese wurden zum 1. Juli 2022 verkauft.**

→ Konzernanhang, Ziffer 2 „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten“

### VERMÖGENSLAGE

in Mio Euro

	30.06.2022	31.12.2021	Veränderung abs.	Veränderung in %
<b>Aktiva</b>				
Geschäfts- oder Firmenwerte	2.045	2.163	-118	-5
Programmvermögen	959	973	-14	-1
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	856	867	-11	-1
Sachanlagen	459	495	-36	-7
Sonstige	439	484	-44	-9
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>4.758</b>	<b>4.982</b>	<b>-224</b>	<b>-4</b>
Programmvermögen	140	172	-32	-19
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	472	504	-32	-6
Sonstige	282	334	-52	-16
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	490	594	-104	-18
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	310	—	310	~
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.693</b>	<b>1.605</b>	<b>88</b>	<b>6</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>6.451</b>	<b>6.587</b>	<b>-136</b>	<b>-2</b>
<b>Passiva</b>				
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.997</b>	<b>2.099</b>	<b>-101</b>	<b>-5</b>
Finanzverbindlichkeiten	2.392	2.395	-3	0
Sonstige	629	743	-114	-15
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>3.021</b>	<b>3.138</b>	<b>-117</b>	<b>-4</b>
Finanzverbindlichkeiten	50	51	-1	-2
Sonstige	1.263	1.299	-36	-3
Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	120	—	120	~
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>1.433</b>	<b>1.350</b>	<b>83</b>	<b>6</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>6.451</b>	<b>6.587</b>	<b>-136</b>	<b>-2</b>

Die **Geschäfts- oder Firmenwerte** verringerten sich um 5 Prozent oder 118 Mio Euro auf 2.045 Mio Euro. Im Zusammenhang mit dem Verkauf des US-amerikanischen Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios zum 1. Juli 2022 wurden Geschäfts- oder Firmenwerte in die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte umgegliedert. Der dadurch verursachte Rückgang wurde teilweise durch Fremdwährungseffekte kompensiert.

→ Konzernanhang, Ziffer 5 „Geschäfts- oder Firmenwerte“

Das **Programmvermögen** betrug 1.098 Mio Euro (31. Dezember 2021: 1.145 Mio Euro) und ist hauptsächlich durch unsere Programmstrategie, stärker in lokale, relevante und Live-Inhalte zu investieren und sich von Streaming-Anbietern mit ihrem Fokus auf US-Lizenzprogramme zu differenzieren, gegenüber dem Vorjahr gesunken.

» **INFORMATION**

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

Dabei entwickelte sich das Programmvermögen wie folgt:

**ANL AGESPIEGEL PROGRAMMVERMÖGEN**

in Mio Euro

	H1 2022	H1 2021
<b>Buchwert 01.01.</b>	<b>1.145</b>	<b>1.213</b>
Zugänge	431	426
Abgänge	-4	-9
Werteverzehr	-473	-476
Sonstige	-1	—
<b>Buchwert 30.06.</b>	<b>1.098</b>	<b>1.154</b>

**ERGEBNISEFFEKTE AUS DEM PROGRAMMVERMÖGEN**

in Mio Euro

	H1 2022	H1 2021
Werteverzehr	473	476
Veränderung Rückstellung für belastende Verträge	-11	-14
<b>Werteverzehr inkl. Veränderung Rückstellung für belastende Verträge</b>	<b>462</b>	<b>462</b>

Die **Sachanlagen** verringerten sich um 7 Prozent oder 36 Mio Euro auf 459 Mio Euro. Hauptgrund hierfür ist die Umgliederung entsprechender Positionen in Höhe von 41 Mio Euro in die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte.

Die **sonstigen langfristigen Vermögenswerte** reduzierten sich um 9 Prozent oder 44 Mio Euro und betragen 439 Mio Euro. Der Rückgang ist auf die Übertragung der zur Absicherung von Pensionsansprüchen gehaltenen Investmentfonds in eine als Planvermögen anerkannte, doppelte Treuhandkonstruktion (Contractual Trust Arrangement, „CTA“) zurückzuführen (23 Mio Euro). Hinzu kommt die Umgliederung in zur Veräußerung gehaltener Vermögenswerte (17 Mio Euro).

→ **Konzernanhang, Ziffer 2 „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten“**

Vor diesem Hintergrund verringerten sich auch die **sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte**, sie betragen 282 Mio Euro (-16 % oder 52 Mio Euro ggü. 31. Dezember 2021). Neben der Umgliederung zur Veräußerung gehaltener Vermögenswerte (12 Mio Euro) führten insbesondere Bewertungseffekte aus der Entwicklung des Aktienkurses von ABOUT YOU zu einem Rückgang.

Die **kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen** sind vor allem aufgrund der Umgliederung in zur Veräußerung gehaltener Vermögenswerte in Höhe von 40 Mio Euro gesunken; sie betragen 472 Mio Euro (31. Dezember 2021: 504 Mio Euro).

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** beliefen sich auf 561 Mio Euro inklusive der in der Position „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte“ ausgewiesenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente im Zusammenhang mit der Veräußerung des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios mit Wirkung zum 1. Juli 2022. Ohne die der Veräußerungsgruppe zugeordneten Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente belaufen sich diese auf 490 Mio Euro (31. Dezember 2021: 594 Mio Euro). Der Rückgang um 18 Prozent oder 104 Mio Euro reflektiert zum einen den positiven Free Cashflow, der sich im ersten Halbjahr 2022 auf 140 Mio Euro belief (Vorjahr: -36 Mio Euro). Zum anderen setzt der Konzern seine generelle Dividendenpolitik fort und hat am 10. Mai 2022 181 Mio Euro als Dividende an seine Aktionär:innen ausgeschüttet (Vorjahr: 111 Mio Euro). Dies ist eine um 70 Mio Euro höhere Dividendenausschüttung als im Vorjahr. Hinzu kommt wie beschrieben die Umgliederung in zur Veräußerung gehaltener Vermögenswerte in Höhe von 70 Mio Euro im Zusammenhang mit der Veräußerung des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios.

Das **Eigenkapital** verringerte sich um 5 Prozent auf 1.997 Mio Euro (31. Dezember 2021: 2.099 Mio Euro). Diese Entwicklung ist insbesondere auf die höhere Dividendenausschüttung zurückzuführen. Leicht gegensätzlich wirkte sich die Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen sowie die Wertentwicklung der langfristigen Fremdwährungssicherungsgeschäfte in US-Dollar aus. Damit einhergehend verringerte sich die Eigenkapitalquote auf 31,0 Prozent (31. Dezember 2021: 31,9%).

Die **lang- und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten** waren gegenüber dem Vorjahr annähernd stabil und betragen 2.442 Mio Euro (31. Dezember 2021: 2.446 Mio Euro).

Der Rückgang der **sonstigen langfristigen Verbindlichkeiten** um 15 Prozent auf 629 Mio Euro (31. Dezember 2021: 743 Mio Euro) ist überwiegend auf die Umgliederung von Verbindlichkeiten (65 Mio Euro) im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten zurückzuführen. Daneben hatte die oben beschriebene Übertragung des Pensionsvermögens (23 Mio Euro) einen Effekt. Die **sonstigen kurzfristigen Verbindlichkeiten** reduzierten sich leicht auf 1.263 Mio Euro (31. Dezember 2021: 1.299 Mio Euro).

## Net Working Capital

### NET WORKING CAPITAL

in Mio Euro

	30.06.2022	31.12.2021
Vorräte	39	49
Forderungen	481	517
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	672	607
<b>Net Working Capital</b>	<b>-152</b>	<b>-40</b>

Das **Net Working Capital** der ProSiebenSat.1 Group betrug zum 30. Juni 2022 minus 152 Mio Euro (31. Dezember 2021: -40 Mio Euro). Die Veränderung der Forderungen und Verbindlichkeiten im Vergleich zum 31. Dezember 2021 ist stichtagsbedingt. Der Anstieg der Verbindlichkeiten ist auf erhöhte Verbindlichkeiten aus dem Programmankauf zurückzuführen. Zudem hatte die Umgliederung der Forderungen in die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte sowie der damit in Zusammenhang stehenden Verbindlichkeiten einen Effekt in Höhe von minus 35 Mio Euro.

## FINANZ- UND LIQUIDITÄTSLAGE DES KONZERNS

### Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt ein aktives Finanzmanagement und nutzt verschiedene Finanzierungsinstrumente. Das Fremdkapital hatte zum 30. Juni 2022 einen Anteil von 69 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2021: 68 %).

#### → Vermögenslage des Konzerns

Der Großteil des Fremdkapitals entfiel mit 2.442 Mio Euro bzw. 55 Prozent auf lang- und kurzfristige Finanzverbindlichkeiten (31. Dezember 2021: 2.446 Mio Euro bzw. 54 %). Dabei stellen sich die Laufzeiten und Volumina der Finanzierungsinstrumente im Einzelnen wie folgt dar:

- Der unbesicherte syndizierte Konsortialkredit besteht aus zwei endfälligen Darlehenstranchen und einer revolvingierenden Kreditfazilität (RCF). Dieser wurde im Mai 2022 verlängert und die Finanzierung auch fortführend zu attraktiven Konditionen gesichert: Eine Darlehenstranche über 400 Mio Euro hat nun eine Fälligkeit im April 2025, kann aber unter bestimmten Bedingungen um bis zu zwei weitere Jahre verlängert werden. Die zweite Tranche über 800 Mio Euro hat eine Laufzeit bis April 2027. Die RCF mit einem Rahmenvolumen von nun noch 500 Mio Euro läuft ebenfalls bis April 2027. Im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres wurde die RCF nicht in Anspruch genommen.
- Vor der Verlängerung verfügte ProSiebenSat.1 über einen Term Loan mit einem Nominalvolumen von 1.200 Mio Euro und eine RCF mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro.

#### → Wesentliche Ereignisse

- Die beschriebene Verlängerung der Finanzierungsinstrumente folgt auf Maßnahmen, die ProSiebenSat.1 seit 2021 ergriffen hatte: Bereits am 15. Januar 2021 hat der Konzern die ursprünglich im April 2021 fällige Anleihe in Höhe von 600 Mio Euro vorzeitig zum Nominalwert (zuzüglich die bis zu diesem Rückzahlungstag aufgelaufenen Zinsen) aus Barmitteln zurückgezahlt, nachdem die Gesellschaft im Dezember 2020 von ihrem dreimonatigen Kündigungsrecht gemäß der Anleihebedingungen Gebrauch gemacht hatte. Anfang Oktober 2021 schloss die ProSiebenSat.1 Media SE neue Schuldscheindarlehen in Höhe von insgesamt 700 Mio Euro mit Laufzeiten von vier, sechs, acht und zehn Jahren ab. Die gesamten Mittel wurden im Oktober 2021 zur vorzeitigen Rückzahlung eines Darlehensteilbetrags unter dem syndizierten Kreditvertrag verwendet. Zudem hat ProSiebenSat.1 Schuldscheindarlehen mit einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro aus 2016 mit Laufzeiten von sieben Jahren (275 Mio Euro) und zehn Jahren (225 Mio Euro) im Bestand.

### FREMDFINANZIERUNGSMITTEL UND LAUFZEITEN ZUM 30. JUNI 2022

Finanzierungsinstrumente	in Mio Euro	Laufzeit
Schuldscheindarlehen '16	275	Dezember 2023
Term Loan	400	April 2025
Schuldscheindarlehen '21	226	Oktober 2025
Schuldscheindarlehen '16	225	Dezember 2026
Term Loan	800	April 2027
Schuldscheindarlehen '21	346	Oktober 2027
Schuldscheindarlehen '21	80	Oktober 2029
Schuldscheindarlehen '21	48	Oktober 2031

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

Die Finanzierungsinstrumente des Konzerns unterliegen nicht der Einhaltung von Finanzkennzahlen. Die Verzinsung der Darlehenstranchen (Term Loan) sowie der RCF erfolgt variabel zu



Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge, wobei der Vertrag eine Untergrenze für den Basiszins bei 0 Prozent vorsieht. Auch Teile der Schuldscheindarlehen verzinsen sich variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen. Um sich gegen marktbedingte Zinssatzveränderungen abzusichern, setzt der Konzern derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ein. In Verbindung mit der Verlängerung des Konsortialkredits hat ProSiebenSat.1 das Sicherungsportfolio angepasst und den Sicherungszeitraum bis 2027 verlängert. Nunmehr hält ProSiebenSat.1 Zinsswaps mit einem Volumen in Höhe von 1 Mrd Euro und Zinsoptionen mit einem Nominalvolumen in Höhe von 700 Mio Euro. Die Zinsswaps haben eine Laufzeit bis 2023, die Zinsoptionen bis 2025 (50 Mio EUR) und bis 2027 (650 Mio Euro). Zum 30. Juni 2022 lag der Festzinsanteil bei 78 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio (31. Dezember 2021: 100%). Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinsoptionen belief sich zum 30. Juni 2022 auf 1,5 Prozent per annum.

→ Vermögenslage des Konzerns

## Finanzierungsanalyse

Die **Netto-Finanzverbindlichkeiten** des Konzerns beliefen sich zum 30. Juni 2022 auf 1.881 Mio Euro<sup>2</sup> (31. Dezember 2021: 1.852 Mio Euro; 30. Juni 2021: 2.156 Mio Euro). Damit hat sich der Wert im Vergleich zum Ende des Vorjahresquartals um 274 Mio Euro verbessert. Dies reflektiert das effektive Cashflow-Management und damit die konsequente Reduzierung der Verschuldung der Gruppe. Der Anstieg im Vergleich zum Jahresende 2021 liegt insbesondere darin begründet, dass für den Konzern das vierte Quartal üblicherweise das Cashflow-stärkste Quartal des Jahres ist.

### NETTO-FINANZVERBINDLICHKEITEN

in Mio Euro

	30.06.2022	31.12.2021	30.06.2021
<b>Finanzverbindlichkeiten</b>			
Term Loan	1.193	1.197	2.094
Schuldscheindarlehen	1.198	1.198	499
Sonstige Darlehen	50	51	1
<b>Summe Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>2.442</b>	<b>2.446</b>	<b>2.594</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	561 <sup>1</sup>	594	438
<b>Netto-Finanzverbindlichkeiten</b>	<b>1.881<sup>1</sup></b>	<b>1.852</b>	<b>2.156</b>

<sup>1</sup> Vor Umgliederung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von den zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften.

Der **Verschuldungsgrad** hat sich gegenüber dem 30. Juni 2021 ebenfalls verbessert und liegt mit 2,3x im Zielkorridor von 1,5x bis 2,5x (31. Dezember 2021: 2,2x; 30. Juni 2021: 2,6x). Neben geringeren Netto-Finanzverbindlichkeiten ist dies in der positiven Entwicklung des adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate begründet. Damit hat sich der Verschuldungsgrad im Vergleich zum Vorjahreszeitraum trotz der um 70 Mio Euro höheren Dividendenausschüttung als im Vorjahr verbessert. Nach Umgliederung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente der zum Ende des zweiten Quartals zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften aus dem US-Produktionsgeschäft der Red Arrow Studios belief sich der Verschuldungsgrad zum 30. Juni 2022 auf 2,4x<sup>3</sup>.

Der Verschuldungsgrad spiegelt das Verhältnis der Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate wider (LTM adjusted EBITDA). In der Definition der Netto-Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group sind zum 30. Juni 2022 keine Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 in Höhe von 185 Mio Euro (31. Dezember 2021: 220 Mio Euro;

<sup>2</sup> Hierin enthalten sind Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 70 Mio Euro, die in Bezug auf den Verkauf des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios zum 30. Juni 2022 in die Position „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte“ umgegliedert wurden.

<sup>3</sup> Dabei ist der Zahlungseingang für die Transaktion noch nicht abgebildet. Der Verkauf wurde zum 1. Juli 2022 wirtschaftlich vollzogen.

30. Juni 2021: 228 Mio Euro) sowie Immobilienverbindlichkeiten in Höhe von 107 Mio Euro enthalten (31. Dezember 2021: 97 Mio Euro; 30. Juni 2021: 77 Mio Euro).

## Liquiditäts- und Investitionsanalyse

### ADJUSTED OPERATING FREE CASHFLOW

in Mio Euro

	Q2 2022	Q2 2021	H1 2022	H1 2021
Adjusted EBITDA	166	166	289	308
Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge	232	249	462	462
Veränderung der Rückstellungen	14	23	14	30
Veränderung des Working Capital	-10	-54	-55	-99
Investitionen	-285	-297	-459	-551
davon Programminvestitionen	-226	-244	-366	-449
davon Sonstige Investitionen	-58	-53	-94	-102
Sonstiges <sup>1</sup>	-8	0	3	19
<b>Adjusted Operating Free Cashflow</b>	<b>109</b>	<b>87</b>	<b>254</b>	<b>169</b>

<sup>1</sup> Enthält im Wesentlichen Bereinigungen aus Sondereffekten innerhalb des EBITDA sowie Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen.

Im zweiten Quartal 2022 hat sich der **adjusted Operating Free Cashflow** der ProSiebenSat.1 Group deutlich erhöht und betrug 109 Mio Euro (Vorjahr: 87 Mio Euro). Der hohe Anstieg korreliert vor allem mit einer Verbesserung des Working Capital im Vergleich zum Vorjahresquartal.

Im ersten Halbjahr 2022 stieg der adjusted Operating Free Cashflow ebenfalls stark und erreichte einen Wert von 254 Mio Euro (Vorjahr: 169 Mio Euro). Diese positive Entwicklung ist maßgeblich durch die geringeren Investitionen in US-Lizenzprogramme im ersten Halbjahr begründet und reflektiert unsere Programmstrategie, mit der wir uns vermehrt auf lokale, relevante und Live-Inhalte fokussieren.

### → Vermögenslage des Konzerns

### KAPITALFLUSSRECHNUNG

in Mio Euro

	Q2 2022	Q2 2021	H1 2022	H1 2021
<b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>332</b>	<b>269</b>	<b>604</b>	<b>500</b>
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-295</b>	<b>-280</b>	<b>-464</b>	<b>-536</b>
<b>Free Cashflow</b>	<b>37</b>	<b>-11</b>	<b>140</b>	<b>-36</b>
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-199</b>	<b>-143</b>	<b>-199</b>	<b>-757</b>
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	17	-2	26	7
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-145	-156	-34	-786
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	706	594	594	1.224
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente umgegliedert in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	-70	—	-70	—
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende</b>	<b>490</b>	<b>438</b>	<b>490</b>	<b>438</b>

Der **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** belief sich im ersten Halbjahr 2022 auf 604 Mio Euro (Vorjahr: 500 Mio Euro). Davon entfielen 332 Mio Euro (Vorjahr: 269 Mio Euro) auf das zweite

Quartal 2022. Der Anstieg ist vor allem durch niedrigere Steuer- und Zinszahlungen in der Berichtsperiode geprägt.

Die ProSiebenSat.1 Group weist für das erste Halbjahr 2022 einen **Cashflow aus Investitionstätigkeit** von minus 464 Mio Euro aus (Vorjahr: -536 Mio Euro). Dabei ergaben sich im Einzelnen folgende Mittelflüsse:

- Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmvermögen belief sich auf 366 Mio Euro (Vorjahr: 449 Mio Euro). Dabei unterliegen die Programminvestitionen saisonalen Schwankungen.
- Die Auszahlungen für den Erwerb von konsolidierten Unternehmen betragen 4 Mio Euro (Vorjahr: 25 Mio Euro) und enthalten wie im Vorjahr insbesondere nachgelagerte Kaufpreiszahlungen für Gesellschaften aus dem Segment Entertainment.
- Die Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten beliefen sich im ersten Halbjahr 2022 auf 18 Mio Euro, gegenüber 63 Mio Euro im Vorjahr. Die Einzahlungen im laufenden Geschäftsjahr betreffen vor allem Fondsbeteiligungen. Im Vorjahr resultierten die Einzahlungen vor allem aus Veräußerungen von Anteilen an ABOUT YOU und FRIDAY Insurance.

Aus den beschriebenen Entwicklungen folgt ein **Free Cashflow** von 140 Mio Euro im ersten Halbjahr 2022 (Vorjahr: -36 Mio Euro).

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** belief sich im Halbjahreszeitraum 2022 auf minus 199 Mio Euro (Vorjahr: -757 Mio Euro) und betrifft mit 181 Mio Euro (Vorjahr: 111 Mio Euro) im Wesentlichen die gezahlte Dividende. Der hohe Vorjahreswert ist geprägt durch die Rückzahlung einer Anleihe in Höhe von 600 Mio Euro.

Die Liquidität des Konzerns ist unverändert gut. Aus den beschriebenen Zahlungsströmen resultierten zum 30. Juni 2022 **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** von 561 Mio Euro inklusive der in der Position „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte“ ausgewiesenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente im Zusammenhang mit der Veräußerung des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios mit Wirkung zum 1. Juli 2022. Ohne die der Veräußerungsgruppe zugeordneten Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente belaufen sich diese auf 490 Mio Euro (31. Dezember 2021: 594 Mio Euro; 30. Juni 2021: 438 Mio Euro).

→ Konzernanhang, Ziffer 2 „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten“

# DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE

## DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AM KAPITALMARKT

Die Volatilität an den Aktienmärkten ist aktuell sehr hoch: Nach einem guten Jahresstart führte der Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine ab dem 24. Februar 2022 weltweit zu starken Kursschwankungen. Insbesondere die Sorge um eine Ausweitung des Krieges belastete seit Anfang März die Aktienmärkte. Hinzu kamen die wirtschaftlichen Folgen des Krieges für den Energiesektor, die Landwirtschaft und die Industrie, welche die bereits seit Monaten steigenden Energie-, Rohstoff- und Verbraucherpreise weiter nach oben trieben. Die mit dem erneut extremen COVID-19-Lockdown in China verbundenen Produktionsausfälle und die daraus resultierenden Lieferengpässe wirkten sich ebenfalls negativ auf die Konjunktur und das Börsenumfeld aus. Hinzu kommt die historisch hohe Inflation in Europa sowie in den USA. Vor diesem Hintergrund ist die US-Notenbank Fed von ihrer jahrzehntelangen Niedrigzinspolitik abgekehrt und hat den Leitzins im Juni um 0,75 Prozentpunkte auf eine Spanne von 1,5 bis 1,75 Prozent angehoben. Dies ist der größte Schritt seit 1994. Im Juli folgte eine weitere kräftige Erhöhung um erneut 0,75 Prozentpunkte auf eine Spanne von 2,25 bis 2,50 Prozent. Auch die Europäische Zentralbank (EZB) hat im Juli die Zinswende eingeleitet und den Leitzins das erste Mal seit elf Jahren auf 0,5 Prozent deutlich angehoben.

### → Konjunkturelle Entwicklungen

In diesem Umfeld lag der DAX am Ende des ersten Halbjahres 2022 mit 12.784 Punkten knapp 20 Prozent unter dem Jahresende 2021 sowie leicht unter dem Vor-Corona-Niveau am Jahresende 2019. Der MDAX, in dem auch die Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE notiert ist, schloss das erste Halbjahr 2022 mit 25.823 Punkten. Dies entspricht einem Minus von 27 Prozent gegenüber dem Jahresende 2021. Der EuroStoxx Media, in dem neben TV-Unternehmen weitere Medienwerte enthalten sind, beendete die ersten sechs Monate des Jahres mit einem Rückgang von 18 Prozent gegenüber dem Jahresende 2021.

Die Entwicklung der ProSiebenSat.1-Aktie spiegelt das allgemeine Börsenumfeld wider: Als frühzyklisches Unternehmen verzeichnete auch die ProSiebenSat.1-Aktie Kursrückgänge und schloss das erste Halbjahr 2022 mit einem Kurs von 8,81 Euro. Dies entspricht einem Minus von 37 Prozent und reflektiert auch die am 10. Mai 2022 ausgeschüttete Dividende von 0,80 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie. Die Dividendenrendite auf Basis des Schlusskurses am 31. Dezember 2021 belief sich auf 5,7 Prozent. Auf den Schlusskurs am Tag der Hauptversammlung, den 5. Mai 2022, bezogen, beträgt die Dividendenrendite 7,5 Prozent. Die finanzielle sowie operative Entwicklung des Unternehmens bewegt sich im Rahmen der Erwartungen und ist angesichts der makroökonomischen Unsicherheiten solide. Vor diesem Hintergrund stützte die Veröffentlichung der Geschäftszahlen für das erste Quartal, in welcher der Ausblick für das Geschäftsjahr 2022 bestätigt wurde, die Kursentwicklung.

Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analyst:innen lag am Ende des ersten Halbjahres 2022 bei 15,00 Euro. Am Ende des Berichtshalbjahres haben 16 Brokerhäuser und Finanzinstitute die ProSiebenSat.1-Aktie aktiv bewertet und Research-Berichte veröffentlicht. 63 Prozent der Analyst:innen empfahlen die ProSiebenSat.1-Aktie zum Kauf; 31 Prozent sprachen sich dafür aus, die Aktie zu halten und 6 Prozent gaben eine Verkaufsempfehlung.

Die Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE werden größtenteils von institutionellen Investoren aus Europa und den USA gehalten. Größte Einzelaktionäre sind MFE-MediaForEurope N.V. (vormals: Mediaset S.p.A.) mit registriertem Sitz in Amsterdam, Niederlande, und Verwaltungssitz in Cologno

Monzese, Italien, und Mediaset España Comunicación, Madrid, Spanien. Sie halten zusammen, ausweislich der Stimmrechtsmitteilung vom 16. Mai 2022, 24,26 Prozent Aktien mit Stimmrechten und 0,74 Prozent Stimmrechte aus Instrumenten i.S. des § 38 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2 WpHG. Im Streubesitz waren 72,87 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE (30. Juni 2021: 84,7%); darin enthalten sind 28,09 Prozent, die im Besitz von Privataktionär:innen lagen (30. Juni 2021: 21,0%). Die restlichen 2,87 Prozent waren im eigenen Bestand (30. Juni 2021: 2,87%).

## HAUPTVERSAMMLUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2021

Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das abgelaufene Geschäftsjahr 2021 fand am 5. Mai 2022 statt, sie wurde aufgrund der COVID-19-Pandemie erneut virtuell abgehalten. Die Aktionär:innen hatten entsprechend die Möglichkeit, vor der Hauptversammlung Stellungnahmen in Form von Videobotschaften einzureichen und Fragen an Vorstand und Aufsichtsrat zu stellen. Zusätzlich bestand für die Aktionär:innen die Möglichkeit, während der Hauptversammlung Nachfragen zu stellen.

Die Aktionär:innen der ProSiebenSat.1 Media SE haben alle zustimmungspflichtigen Beschlussvorschläge mehrheitlich angenommen. So wurde im Rahmen der Hauptversammlung Dr. Andreas Wiele als Aufsichtsrat bestätigt und Bert Habets neu in den Aufsichtsrat gewählt. Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher, der dem Gremium bereits seit 2015 angehört, wurde wiedergewählt.

Dr. Andreas Wiele war bereits seit Februar 2022 als gerichtlich bestelltes Mitglied im ProSiebenSat.1-Aufsichtsrat aktiv. Er folgte auf Adam Cahan, der im November 2021 sein Mandat niedergelegt hatte. Im Anschluss an die Hauptversammlung wählte der Aufsichtsrat Wiele zu seinem neuen Vorsitzenden. Damit tritt er die Nachfolge von Dr. Werner Brandt an, der sich entschieden hatte, nach acht Jahren und zwei Wahlperioden nicht erneut zu kandidieren.

Neben der Wahl der Aufsichtsratsmitglieder haben die Aktionär:innen der ProSiebenSat.1 Media SE die Ausschüttung einer Dividende von 0,80 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie beschlossen. Dies entspricht einer deutlichen Erhöhung im Vergleich zum Vorjahr (Vorjahr: 0,49 Euro) und einer Ausschüttungssumme von 181 Mio Euro. Damit setzen wir unsere langjährige Dividendenpolitik fort: Ziel ist es, die Aktionär:innen adäquat am Unternehmenserfolg zu beteiligen und rund 50 Prozent des adjusted net income des Konzerns als Dividende auszuschütten.

In weiteren Tagesordnungspunkten hat die diesjährige Hauptversammlung die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2021 entlastet. Die Zustimmung mit 99,45 Prozent des anwesenden Kapitals bei der Hauptversammlung zur Entlastung des Vorstands bringt das Vertrauen in die Strategie und Führung des Unternehmens zum Ausdruck.

# RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Der Russland-/Ukraine-Krieg sowie die weiterhin anhaltenden Auswirkungen der COVID-19-Pandemie haben die schon bestehenden Lieferengpässe und Preissteigerungen bei Rohmaterialien und Vorprodukten verschärft und sorgen für anhaltende Belastungen in der deutschen Industrie und Exportdynamik. Gleichzeitig dämpfen insbesondere die hohe Inflationsrate und die Anspannung auf den Energiemärkten den privaten Konsum. Vor diesem Hintergrund ist die **Gesamtrisikolage** der ProSiebenSat.1 Group im Vergleich zum Jahresende 2021 insgesamt gestiegen. Die Eintrittswahrscheinlichkeit der allgemeinen Branchenrisiken in den Segmenten Entertainment sowie Dating & Video hat im ersten Halbjahr 2022 im Vergleich zum Jahresende 2021 zugenommen. Wir bewerten beide Risiken seit dem ersten Quartal 2022 nun jeweils als hohe Risiken (Jahresende 2021: mittel) mit einer wesentlichen Auswirkung und einem möglichen Eintritt (Jahresende 2021: unwahrscheinlich). Dies liegt in der konjunkturellen Entwicklung, also der Veränderung externer Rahmenbedingungen, begründet.

Die makroökonomischen Risiken des Konzerns haben jedoch in Bezug auf ihre Auswirkung und Eintrittswahrscheinlichkeit grundsätzlich die gleiche Risikobedeutung wie zum Jahresende 2021 im Konzernlagebericht berichtet. Diese bewerten wir weiterhin als hohes Risiko mit potenziell wesentlicher Auswirkung und einem möglichen Eintritt.

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

Demgegenüber stufen wir die Content-Risiken im Segment Entertainment im Vergleich zum Jahresende 2021 als gesunken ein. Diese werden zwar weiterhin als insgesamt mittleres Risiko bei einer unverändert unwahrscheinlichen Eintrittsmöglichkeit bewertet, jedoch haben wir die Auswirkung auf erheblich heruntergestuft (vorher: wesentlich). Diese Entwicklung ist auf den Verkauf des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios zurückzuführen, wodurch sich die Risikolandschaft im Bereich Content-Produktion verändert hat.

In Folge des Russland-/Ukraine-Krieges, der damit einhergehenden Belastungen sowie der weiterhin anhaltenden Auswirkungen der COVID-19-Pandemie wird das Risiko einer möglichen Wertminderung von immateriellen Vermögenswerten für die zahlungsmittelgenerierende Einheit NuCom Group höher eingeschätzt. Das Risiko des Eintritts von Wertminderungsrisiken wird nun als mittleres Risiko (vorher: gering) mit einer potenziell wesentlichen Auswirkung (vorher: erheblich) und einer unwahrscheinlichen Eintrittswahrscheinlichkeit (vorher: sehr unwahrscheinlich) klassifiziert.

Alle anderen berichteten Risiken haben sich im Vergleich zum Jahresende 2021 sowohl in ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit als auch in ihrem Auswirkungsgrad nicht verändert. Damit sind nach unserer Einschätzung derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns führen könnten. Die identifizierten Risiken haben auch in die Zukunft gerichtet keinen bestandsgefährdenden Charakter. Dieser Risikobericht der ProSiebenSat.1 Group basiert entsprechend auf der bis zur Veröffentlichung dieses Halbjahresfinanzberichts am 11. August 2022 vorherrschenden Pandemiesituation und Kriegslage sowie den mit dem Krieg einhergehenden Sanktionen und derzeit für unseren Konzern absehbaren wirtschaftlichen Auswirkungen. Eine mögliche Verschärfung von Sanktionen, ein Gas-Lieferstopp oder eine Ausweitung des Krieges über die Ukraine hinaus sind hier nicht reflektiert. Die Chancensituation hat sich im Vergleich zum Jahresende 2021 nicht verändert.

→ **Unternehmensausblick**

## » INFORMATION

Die ProSiebenSat.1 Media SE verfügt über ein umfassendes Risikomanagementsystem, um Risikopotenziale systematisch zu erfassen, zu bewerten, zu steuern und zu überwachen. Risiken sind im vorliegenden Bericht als mögliche künftige Entwicklungen bzw. mögliche künftige Ereignisse definiert, die unsere Geschäftslage wesentlich beeinflussen und zu einer negativen Ziel- bzw. Prognoseabweichung führen könnten. Damit fallen jene Risikoausprägungen, die wir bereits in unserer finanziellen Planung bzw. im Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2022 berücksichtigt haben, nicht unter diese Definition und werden folglich in vorliegendem Risikobericht nicht erläutert. Die relevanten Risiken werden im Geschäftsbericht 2021 ab Seite 159 beschrieben; dort sind auch die organisatorischen Voraussetzungen für das Risiko- und Chancenmanagement erläutert. Der Geschäftsbericht 2021 wurde am 3. März 2022 veröffentlicht und ist abrufbar unter:

→ <https://www.prosiebensat1.com/investor-relations/publikationen/geschaeftsbericht>

# PROGNOSEBERICHT

## KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Zur Jahresmitte 2022 ist die Weltwirtschaft von zahlreichen Herausforderungen geprägt: Dazu zählen der Russland-/Ukraine-Krieg mit seinen wirtschaftlichen Implikationen, die hohe Inflation sowie die strikte COVID-19-Politik Chinas. Im April reduzierte der Internationale Währungsfonds (IWF) seine globale Wachstumserwartung für 2022, Ende Juli erfolgte bereits die dritte Abwärtskorrektur in diesem Jahr um 0,4 Prozentpunkte auf plus 3,2 Prozent. Für die USA, die größte Volkswirtschaft der Welt, reduzierte der IWF seine Prognose bereits Mitte Juli erneut. Hauptursache hierfür sind die deutlichen Zinsschritte, mit denen die US-Regierung gegen die hohe Inflation vorgeht. Auch die Europäische Zentralbank (EZB) hat im Juli die Leitzinsen erhöht, das erste Mal seit elf Jahren.

Entsprechend verhalten sind die Aussichten für die deutsche Wirtschaft im Gesamtjahr 2022. Die Inflationsrate liegt seit März 2022 konstant bei über 7 Prozent (zuletzt Juli 2022 + 7,5%), dies beeinträchtigt Konsumlaune und Kaufkraft der privaten Haushalte. Die Industrie leidet weiterhin unter Materialmangel, Lieferengpässen und hohen Einkaufspreisen. Besonders problematisch wirkt sich die große Abhängigkeit von russischen Gaslieferungen aus.

Wachstumsimpulse werden derzeit dennoch vom privaten Konsum erwartet. Dafür sprechen der weiterhin robuste Arbeitsmarkt und die hohen Sparguthaben aus den COVID-19-belasteten Vorjahren. Diese könnten zumindest teilweise in den Konsum fließen. Zudem sollten die von der Bundesregierung beschlossenen Steuerentlastungspakete die Verbraucher:innen entlasten und den Inflationsdruck bzw. die stark steigenden Energiepreise etwas abmildern. Für das Gesamtjahr prognostiziert die Bundesbank ein Wachstum des privaten Konsums von plus 3,7 Prozent. Allerdings nur unter der Voraussetzung, dass es in den nächsten Monaten zu keinem weitgehenden Stopp der russischen Gaslieferungen kommt.

### → Konjunkturelle Entwicklungen

Prognosen sind per se mit Unsicherheiten behaftet, derzeit sind sie jedoch besonders hoch: So könnte sich die Konjunkturerholung einerseits weiter verzögern, andererseits aber auch deutlich dynamischer erfolgen. Viel hängt von der weiteren Entwicklung des Russland-/Ukraine-Krieges, der Situation auf den Energiemärkten sowie der Inflation der Preise ab. Auch der Verlauf der COVID-19-Pandemie und die eventuelle Verbreitung neuer Virusvarianten birgt Unsicherheiten für Verbraucher:innen.

Vor diesem Hintergrund haben verschiedene Mediaagenturen ihre Prognosen für die Werbeausgaben im Jahr 2022 nach unten korrigiert, wobei Haupttreiber für das künftige Wachstum wiederum der Online-Werbemarkt sein wird. Im Vergleich zu Dezember 2021 erwarten Magna Global und ZenithOptimedia nun für den deutschen Netto-Gesamt-Werbemarkt im Jahr 2022 einen Anstieg von 6,1 Prozent (zuvor: 10,1%) bzw. 2,8 Prozent (zuvor: 3,7%). Dabei dürfte der Online-Werbemarkt um 8,4 Prozent bzw. 5,5 Prozent wachsen. Für den Netto-TV-Werbemarkt prognostiziert Magna Global einen Anstieg von 3,0 Prozent (zuvor: 5,0%). Allerdings ist die Prognoseunsicherheit auch hier hoch: Ob und in welchem Ausmaß sich das makroökonomische Umfeld weiter auf den Werbemarkt auswirkt, bleibt abzuwarten. Entsprechend deutlich divergieren die Prognosen. ZenithOptimedia rechnet in seiner letzten Prognose mit einem Rückgang der TV-Werbeinvestitionen von minus 1,4 Prozent (zuvor: +3,0%).

Die ProSiebenSat.1 Group ist ein breit diversifiziertes Unternehmen, dennoch ist der TV-Werbemarkt aktuell unser größter Umsatzmarkt und wichtige Grundlage unserer Planung. Gleichzeitig hat die Digitalisierung den Mediensektor rasant verändert. Fernsehinhalte können



unabhängig von Zeit, Ort und Gerät abgerufen werden, wodurch auch die Mediennutzung und der Medienkonsum immer digitaler werden. Darüber hinaus beschleunigt sich der digitale Wandel auch in vielen Consumer-Märkten, in denen die ProSiebenSat.1 Group aktiv ist und die Nutzung von Online-Angeboten und Videos vorantreibt. Diese Entwicklung wurde nicht zuletzt durch die COVID-19-Pandemie verstärkt. Dies gilt auch für den Einsatz von Online-Videos in Branchen wie Dating. Darauf haben wir unsere Strategie ausgerichtet und treiben die Diversifizierung und Digitalisierung unseres Portfolios auch in Zukunft mit Nachdruck voran.

» **INFORMATION**

**Weiterführende Informationen zu den branchenspezifischen Rahmenbedingungen finden sich im → Geschäftsbericht 2021 ab Seite 112.**

## UNTERNEHMENSAUSBLICK

Die ProSiebenSat.1 Group hat am 3. März 2022 ihre Prognose für das Geschäftsjahr 2022 vorgestellt, die ohne Portfolioveränderungen einen **Umsatz** innerhalb einer Bandbreite von 4,6 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 100 Mio Euro sowie ein **adjusted EBITDA** in einer Bandbreite von 840 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 25 Mio Euro vorsieht. Vor dem Hintergrund des aktuellen wirtschaftlichen Umfelds – getrieben durch den Russland-/Ukraine-Krieg, die daraus resultierende Energiekrise und Belastungen für das Konsumklima sowie die anhaltende Pandemie – geht der Konzern nun davon aus, ohne Portfolioveränderungen Resultate im unteren Quartil dieser Erwartungen zu erreichen. Dies entspricht auch der Mehrzahl der Analystenschätzungen, die laut Bloomberg-Consensus vom 1. August 2022 für ProSiebenSat.1, ebenfalls aufgrund des derzeitigen Marktumfelds, ohne Portfolioveränderungen einen Mittelwert beim Umsatz von 4,512 Mrd Euro und beim adjusted EBITDA von 816 Mio Euro erwarten.

Unter Berücksichtigung des Verkaufs des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios zum 1. Juli 2022, das in der zweiten Jahreshälfte 2022 einen prognostizierten Beitrag im Umsatz von rund 175 Mio Euro und im adjusted EBITDA von rund 15 Mio Euro gehabt hätte, würde sich der Mittelwert der Analystenschätzungen beim Umsatz auf 4,337 Mrd Euro bzw. beim adjusted EBITDA auf 801 Mio Euro reduzieren. Für die Prognose der ProSiebenSat.1 Group ergibt sich nun für das Gesamtjahr – ohne weitere Portfolioveränderungen – ein **Umsatz** von rund 4,375 Mrd Euro mit einer Varianz von plus/minus 75 Mio Euro (währungs- und portfoliobereinigter Vorjahreswert: 4,333 Mrd Euro<sup>4</sup>) sowie ein **adjusted EBITDA** von rund 805 Mio Euro mit einer Varianz von plus/minus 25 Mio Euro (währungs- und portfoliobereinigter Vorjahreswert: 833 Mio Euro<sup>5</sup>) – weiterhin größtenteils getragen durch das Segment Entertainment. Wesentlicher Treiber der Umsatz- und Ergebnisprognose der ProSiebenSat.1 Group ist die Entwicklung des Werbemarkts. Diese ist aufgrund der derzeitigen Markt- und Rahmenbedingungen bis zum Jahresende schwer einzuschätzen. Der Konzern nimmt für die aktualisierte Umsatz- und Ergebnisprognose an, dass sich seine Werbeerlöse in der DACH-Region im Gesamtjahr beim Erreichen des Mittelwerts der aktualisierten Bandbreiten auf Vorjahresniveau entwickeln werden.

Der adjusted Operating Free Cashflow orientiert sich an der Entwicklung des adjusted EBITDA. Damit ergibt sich beim Erreichen eines mittleren Werts der aktualisierten adjusted EBITDA-Zielbandbreite ein **adjusted Operating Free Cashflow** – aus Vergleichbarkeitsgründen korrigiert

<sup>4</sup> Der Wert basiert auf den portfoliobereinigten Umsatzerlösen des Geschäftsjahres 2021 umgerechnet mit den aktuellen Plankursen (im Wesentlichen wurde ein US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von 1,10 US-Dollar für das Geschäftsjahr 2022 zugrunde gelegt). Portfoliobereinigt wurden insbesondere die Umsatzerlöse der in 2021 entkonsolidierten Gesellschaften Sonoma Internet GmbH (Amorelie), moebel.de Einrichten & Wohnen AG und Gravitass Ventures LLC in Höhe von insgesamt 101 Mio Euro sowie die Umsatzerlöse der zum 1. Juli 2022 entkonsolidierten US-Produktionsgesellschaften der Red Arrow Studios im 2. Halbjahr 2021 in Höhe von 113 Mio Euro.

<sup>5</sup> Der Wert basiert auf dem portfoliobereinigten adjusted EBITDA des Geschäftsjahres 2021 umgerechnet mit den aktuellen Plankursen (im Wesentlichen wurde ein US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von 1,10 US-Dollar für das Geschäftsjahr 2022 zugrunde gelegt). Portfoliobereinigt wurde insbesondere das adjusted EBITDA der in 2021 entkonsolidierten Gesellschaften Sonoma Internet GmbH (Amorelie), moebel.de Einrichten & Wohnen AG und Gravitass Ventures LLC in Höhe von insgesamt 17 Mio Euro sowie das adjusted EBITDA der zum 1. Juli 2022 entkonsolidierten US-Produktionsgesellschaften der Red Arrow Studios im 2. Halbjahr 2021 in Höhe von minus 3 Mio Euro.

um die Veränderung der Investitionen für den Bau des neuen Campus am Standort Unterföhring – der sich weiterhin um den Vorjahreswert von 599 Mio Euro bewegen sollte. Für das **adjusted net income** erwartet der Konzern auf dieser Basis und ohne weitere Portfolioveränderungen im Gesamtjahr weiterhin einen Wert auf oder leicht über dem Vorjahresniveau von 362 Mio Euro.

Aufgrund des Verkaufs der US-Gesellschaften der Red Arrow Studios zum 1. Juli 2022 geht ProSiebenSat.1 zudem davon aus, dass sich der **Verschuldungsgrad** (Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum LTM adjusted EBITDA des Konzerns) beim Erreichen des Mittelwerts der aktualisierten Bandbreiten trotz des herausfordernden Marktumfelds zum Jahresende auf rund 2,1x verbessern sollte (zuvor: auf oder leicht unter dem Vorjahresniveau von 2,2x). Der **P7S1 ROCE** wird auf dieser Basis unverändert leicht über dem Niveau des Vorjahres von 14,1 Prozent erwartet.

Weitere Entwicklungen ausgelöst durch den weiteren Verlauf des Russland-/Ukraine-Krieges sowie der COVID-19-Pandemie in den Herbst- und Wintermonaten sind aktuell nach wie vor schwer abschätzbar und Prognosen daher mit hohen Unsicherheiten behaftet. Die Prognose der ProSiebenSat.1 Group für das Gesamtjahr 2022 basiert entsprechend auf der bis zur Veröffentlichung dieses Halbjahresfinanzberichts am 11. August 2022 vorherrschenden Pandemiesituation und Kriegslage sowie den mit dem Krieg einhergehenden Sanktionen und derzeit für unseren Konzern absehbaren wirtschaftlichen Auswirkungen. Eine mögliche Verschärfung von Sanktionen, ein Gas-Lieferstopp oder eine Ausweitung des Krieges über die Ukraine hinaus sind hier nicht reflektiert.

# KONZERN-GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in Mio Euro	Q2 2022	Q2 2021	H1 2022	H1 2021
Umsatzerlöse	1.055	1.048	2.009	1.986
Umsatzkosten	-674	-676	-1.286	-1.260
<b>Bruttoergebnis vom Umsatz</b>	<b>381</b>	<b>372</b>	<b>723</b>	<b>726</b>
Vertriebskosten	-158	-163	-319	-320
Verwaltungskosten	-139	-129	-259	-250
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-47	-2	-47	-4
Sonstige betriebliche Erträge	8	5	15	11
<b>Betriebsergebnis</b>	<b>45</b>	<b>83</b>	<b>113</b>	<b>163</b>
Zinsen und ähnliche Erträge	1	1	7	7
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-10	-14	-20	-30
Zinsergebnis	-9	-14	-12	-23
Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	-8	-10	-19	-23
Sonstiges Finanzergebnis	-20	77	-24	92
<b>Finanzergebnis</b>	<b>-38</b>	<b>54</b>	<b>-56</b>	<b>46</b>
<b>Ergebnis vor Steuern</b>	<b>7</b>	<b>137</b>	<b>57</b>	<b>209</b>
Ertragsteuern	-30	-23	-49	-29
<b>Konzernergebnis</b>	<b>-23</b>	<b>114</b>	<b>8</b>	<b>180</b>
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	-23	123	8	189
Anteil anderer Gesellschafter	1	-9	0	-9
Ergebnis je Aktie in Euro				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	-0,10	0,54	0,03	0,84
Verwässertes Ergebnis je Aktie	-0,11	0,54	0,02	0,84

# KONZERN- GESAMTERGEBNISRECHNUNG

in Mio Euro	Q2 2022	Q2 2021	H1 2022	H1 2021
<b>Konzernergebnis</b>	<b>-23</b>	<b>114</b>	<b>8</b>	<b>180</b>
<b>Posten, die zukünftig möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden</b>				
Währungsumrechnung	31	-13	51	25
Cashflow-Hedges	21	-11	23	22
Ertragsteuern	-6	3	-6	-6
<b>Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden</b>				
Neubewertung leistungsorientierter Versorgungspläne	6	—	5	—
Ertragsteuern	-2	—	-1	—
<b>Sonstiges Ergebnis</b>	<b>50</b>	<b>-21</b>	<b>72</b>	<b>41</b>
<b>Konzern-Gesamtergebnis</b>	<b>28</b>	<b>93</b>	<b>79</b>	<b>221</b>
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	19	105	66	224
Anteil anderer Gesellschafter	9	-12	13	-3

# KONZERN-BILANZ

in Mio Euro	30.06.2022	31.12.2021
<b>AKTIVA</b>		
Geschäfts- oder Firmenwerte	2.045	2.163
Programmvermögen	959	973
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	856	867
Sachanlagen	459	495
At-Equity bewertete Anteile	52	61
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	336	353
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	2	3
Latente Ertragsteueransprüche	49	67
<b>Langfristige Vermögenswerte</b>	<b>4.758</b>	<b>4.982</b>
Programmvermögen	140	172
Vorräte	39	49
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	94	139
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	472	504
Laufende Ertragsteuerforderungen	58	55
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	91	91
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	490	594
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	310	—
<b>Kurzfristige Vermögenswerte</b>	<b>1.693</b>	<b>1.605</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>6.451</b>	<b>6.587</b>

in Mio Euro	30.06.2022	31.12.2021
<b>PASSIVA</b>		
Gezeichnetes Kapital	233	233
Kapitalrücklage	1.046	1.046
Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	455	629
Eigene Anteile	-62	-62
Kumuliertes sonstiges Ergebnis	103	45
Sonstiges Eigenkapital	-136	-136
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	1.640	1.755
Anteil anderer Gesellschafter	357	343
<b>Eigenkapital</b>	<b>1.997</b>	<b>2.099</b>
Finanzverbindlichkeiten	2.392	2.395
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	282	347
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	65	52
Übrige Verbindlichkeiten	9	16
Rückstellungen für Pensionen	2	31
Sonstige Rückstellungen	20	51
Latente Ertragsteuerschulden	251	248
<b>Langfristige Schulden</b>	<b>3.021</b>	<b>3.138</b>
Finanzverbindlichkeiten	50	51
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	99	80
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	612	555
Übrige Verbindlichkeiten	332	397
Laufende Ertragsteuerschulden	120	141
Sonstige Rückstellungen	99	126
Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	120	—
<b>Kurzfristige Schulden</b>	<b>1.433</b>	<b>1.350</b>
<b>Bilanzsumme</b>	<b>6.451</b>	<b>6.587</b>

# KONZERN-EIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

in Mio Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Kumuliertes sonstiges Ergebnis								
				Eigene Anteile	Unterschiedsbetrag aus Währungs-umrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Neubewertung von Versorgungs-plänen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	Anteil anderer Gesellschafter	Eigenkapital
31. Dezember 2020	233	1.045	290	-62	-33	0	-15	4	-129	1.333	354	1.687
Konzernergebnis	—	—	189	—	—	—	—	—	—	189	-9	180
Sonstiges Ergebnis	—	—	—	—	18	22	—	-6	—	34	6	41
<b>Konzern-Gesamtergebnis</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>189</b>	<b>—</b>	<b>18</b>	<b>22</b>	<b>—</b>	<b>-6</b>	<b>—</b>	<b>224</b>	<b>-3</b>	<b>221</b>
Dividenden	—	—	-111	—	—	—	—	—	—	-111	-22	-133
Sonstige Veränderungen	—	0	0	—	—	—	—	—	-6	-7	8	1
<b>30. Juni 2021</b>	<b>233</b>	<b>1.046</b>	<b>369</b>	<b>-62</b>	<b>-14</b>	<b>22</b>	<b>-15</b>	<b>-2</b>	<b>-136</b>	<b>1.440</b>	<b>336</b>	<b>1.776</b>

in Mio Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Kumuliertes sonstiges Ergebnis								
				Eigene Anteile	Unterschiedsbetrag aus Währungs-umrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Neubewertung von Versorgungs-plänen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	Anteil anderer Gesellschafter	Eigenkapital
31. Dezember 2021	233	1.046	629	-62	22	47	-15	-9	-136	1.755	343	2.099
Konzernergebnis	—	—	8	—	—	—	—	—	—	8	0	8
Sonstiges Ergebnis	—	—	—	—	38	23	5	-8	—	58	13	72
<b>Konzern-Gesamtergebnis</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>8</b>	<b>—</b>	<b>38</b>	<b>23</b>	<b>5</b>	<b>-8</b>	<b>—</b>	<b>66</b>	<b>13</b>	<b>79</b>
Dividenden	—	—	-181	—	—	—	—	—	—	-181	—	-181
<b>30. Juni 2022</b>	<b>233</b>	<b>1.046</b>	<b>455</b>	<b>-62</b>	<b>60<sup>1</sup></b>	<b>70</b>	<b>-10</b>	<b>-17</b>	<b>-136</b>	<b>1.640</b>	<b>357</b>	<b>1.997</b>

1 Enthält im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten und Schulden erfolgsneutral erfasste Beträge aus Währungs-umrechnung (19 Mio Euro).

# KONZERN- KAPITALFLUSSRECHNUNG

in Mio Euro	Q2 2022	Q2 2021	H1 2022	H1 2021
Konzernergebnis	-23	114	8	180
Ertragsteuern	30	23	49	29
Finanzergebnis	38	-54	56	-46
Abschreibungen und Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte, sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	104	68	157	126
Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge	232	249	462	462
Veränderung der Rückstellungen	14	23	14	30
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	-3	0	-3	-2
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	0	-1	0	-3
Veränderung des Working Capital	-10	-54	-55	-99
Erhaltene Dividenden	6	5	6	5
Gezahlte Steuern	-49	-90	-76	-147
Gezahlte Zinsen	-7	-13	-14	-37
Erhaltene Zinsen	0	0	1	1
<b>Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit</b>	<b>332</b>	<b>269</b>	<b>604</b>	<b>500</b>
Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten	8	50	18	63
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-58	-53	-94	-102
Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte	-15	-13	-19	-23
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-226	-244	-366	-449
Auszahlungen für gewährte Darlehen	—	0	—	-1
Einzahlungen aus gewährten Darlehen	0	0	1	1
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	-4	-21	-4	-25
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	0	—	-1	—
<b>Cashflow aus Investitionstätigkeit</b>	<b>-295</b>	<b>-280</b>	<b>-464</b>	<b>-536</b>
Auszahlung der Dividende	-181	-111	-181	-111
Rückzahlung finanzieller Verbindlichkeiten	0	0	0	-781
Einzahlungen aus der Aufnahme von finanziellen Verbindlichkeiten	—	—	11	187
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-11	-10	-22	-21
Auszahlungen aus Transaktionen mit nicht-beherrschenden Gesellschaftern	0	0	0	-10
Auszahlungen von Finanzierungskosten	-6	—	-6	—
Auszahlungen von Dividenden an nicht-beherrschende Gesellschafter	—	-21	—	-22
<b>Cashflow aus Finanzierungstätigkeit</b>	<b>-199</b>	<b>-143</b>	<b>-199</b>	<b>-757</b>
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	17	-2	26	7
<b>Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente</b>	<b>-145</b>	<b>-156</b>	<b>-34</b>	<b>-786</b>
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	706	594	594	1.224
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende</b>	<b>561</b>	<b>438</b>	<b>561</b>	<b>438</b>
Abzüglich zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	-70	—	-70	—
<b>Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende (Konzern-Bilanz)</b>	<b>490</b>	<b>438</b>	<b>490</b>	<b>438</b>



# KONZERNANHANG

## 1/ Allgemeine Angaben

Der Konzernzwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen „der Konzern“ oder „ProSiebenSat.1 Group“) zum 30. Juni 2022 wurde in Übereinstimmung mit den für die Zwischenberichterstattung anzuwendenden IFRS, wie sie vom IASB veröffentlicht wurden und in der EU anzuwenden sind, aufgestellt und sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2021 gelesen werden. Der Konzernzwischenabschluss wurde vom Vorstand am 4. August 2022 zur Veröffentlichung freigegeben.

Die Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, die der Konzern für den Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2022 angewendet hat, sind dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2021 zugrunde lagen. Eine Ausnahme hiervon bildet die Anwendung überarbeiteter Standards, die seit dem am 1. Januar 2022 beginnenden Geschäftsjahr für den Konzern verpflichtend anzuwenden sind. Deren Anwendung hat jedoch keine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2022 haben die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und des Russland-/Ukraine-Krieges das geschäftliche und wirtschaftliche Umfeld der ProSiebenSat.1 Group beeinträchtigt. Über die künftige Konjunktorentwicklung bestehen zum Stichtag Unsicherheiten, da diese stark vom weiteren Pandemie- bzw. Kriegsverlauf und den sich daraus ergebenden wirtschaftlichen Belastungen abhängt. Dabei dämpfen insbesondere die hohe Inflationsrate und die Anspannung auf den Energiemärkten den privaten Konsum. Weitere Unsicherheiten ergeben sich aus der zunehmenden Volatilität von Zinssätzen, Aktien- und Fremdwährungskursen. Daher bleibt es schwierig, die mittel- bzw. langfristige Dauer und den Umfang der Auswirkungen der Pandemie bzw. des Krieges auf Vermögenswerte, Schulden, Ergebnisse und Cashflows des Konzerns vorherzusagen.

Im Rahmen der Erstellung des Konzernzwischenabschlusses zum 30. Juni 2022 wurden die COVID-19-Pandemie und der Russland-/Ukraine-Krieg mit ihren wirtschaftlichen Auswirkungen sowie die damit einhergehenden wesentlichen Unsicherheiten, sofern relevant, bei Annahmen, Schätzungen und Ermessensentscheidungen berücksichtigt. Die getroffenen Annahmen, Schätzungen und Ermessensentscheidungen basieren auf dem zum Abschlussstichtag vorhandenen Wissensstand und den verfügbaren Informationen, unter Berücksichtigung werterhellender Erkenntnisse bis zum Aufstellungszeitpunkt des Konzernzwischenabschlusses. Im Besonderen wurden bei der Beurteilung der Werthaltigkeit von Vermögenswerten (insbesondere der Geschäfts- oder Firmenwerte, der sonstigen immateriellen Vermögenswerte, des Programmvermögens, der erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente und der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen) sowie bei der Bewertung der Verbindlichkeiten aus Put-Optionen mögliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und des Russland-/Ukraine-Krieges berücksichtigt. Weiterführende Angaben zu den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und des Russland-/Ukraine-Krieges finden sich im

→ [Konzernzwischenlagebericht](#)

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2022 führten die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie sowie des Russland-/Ukraine-Krieges, mit Ausnahme von Wertanpassungen bei erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumenten, die insbesondere in Folge des zum Abschlussstichtag negativ beeinflussten Börsenumfelds notwendig wurden, zu keinen wesentlichen Anpassungen der Buchwerte der ausgewiesenen Vermögenswerte und Schulden.

→ [Ziffer 8 „Finanzinstrumente“](#)

Das Entertainment-Geschäft des Konzerns unterliegt geschäftstypischen saisonalen Schwankungen. Die in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2022 erzielten Ergebnisse lassen deshalb nicht notwendigerweise Vorhersagen über die Entwicklung des weiteren Geschäftsverlaufes zu.

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen.

## 2/ Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

Mit Vertrag vom 2. Juni 2022 und wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Juli 2022 hat die Red Arrow Studios GmbH, Unterföhring im Zuge des aktiven Portfoliomanagements des Konzerns ihren 100-Prozent-Anteil an der Red Arrow Studios International, Inc., Wilmington, Delaware, USA an die Jewel Purchaser, Inc., Wilmington, Delaware, USA, einer Tochtergesellschaft der The North Road Company, verkauft. Mit dem Verkauf der Red Arrow Studios International trennt sich die ProSiebenSat.1 Group vom US-amerikanischen Produktionsgeschäft der Red Arrow Studios („Veräußerungsgruppe“).

Zum 30. Juni 2022 sind die Vermögenswerte der Veräußerungsgruppe in der Bilanz als „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte“ und deren Verbindlichkeiten als „Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten“ ausgewiesen. Soweit die Vermögenswerte und Schulden nicht einzeln der Veräußerungsgruppe zuordenbar sind, erfolgt eine Zurechnung auf Basis relativer Werte. Zum 30. Juni 2022 setzt sich die Veräußerungsgruppe wie folgt zusammen:

### BUCHWERTE VERÄÜSSERUNGSGRUPPE

in Mio Euro

	Buchwerte
Geschäfts- oder Firmenwerte	108
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	21
Sachanlagen	41
Forderungen und übrige Vermögenswerte	70
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	70
<b>Vermögenswerte der Veräußerungsgruppe</b>	<b>310</b>
Leasingverbindlichkeiten	27
Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten	94
<b>Schulden der Veräußerungsgruppe</b>	<b>120</b>
<b>Nettobuchwert der Veräußerungsgruppe</b>	<b>189</b>

Der Nettobuchwert der Veräußerungsgruppe spiegelt den Euro-Gegenwert des Veräußerungspreises von 200 Mio US-Dollar wider. Veräußerungskosten in Höhe von 24 Mio Euro sind nicht im Nettobuchwert berücksichtigt, da sie zum Zeitpunkt der Klassifizierung als Veräußerungsgruppe bereits aufwandswirksam in den Funktionskosten erfasst waren. Aus der Anpassung der Nettobuchwerte an den Verkaufspreis resultierte eine in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasste Wertminderung auf den der Veräußerungsgruppe zugerechneten Geschäfts- oder Firmenwerten in Höhe von 47 Mio Euro. Nicht in den Verlust einbezogen sind Währungsgewinne aus der Umrechnung der Abschlüsse der verkauften US-Gesellschaften in Höhe von 19 Mio Euro, die zum 30. Juni 2022 im kumulierten sonstigen Ergebnis im Eigenkapital verbleiben und erst zum Zeitpunkt des Abgangs im dritten Quartal 2022 zu dem dann gültigen Währungskurs ertragswirksam zu erfassen sind.

Die Red Arrow Studios International mit ihren Tochtergesellschaften sind dem Segment Entertainment zugeordnet.

### 3/ Umsatzerlöse

in MioEuro

	Entertainment		Dating & Video		Commerce & Ventures		Summe Konzern	
	Q2 2022	Q2 2021	Q2 2022	Q2 2021	Q2 2022	Q2 2021	Q2 2022	Q2 2021
<b>Werbeerlöse</b>	<b>535</b>	<b>542</b>	—	—	<b>43</b>	<b>34</b>	<b>578</b>	<b>576</b>
DACH	462	483	—	—	43	34	505	517
Rest der Welt	72	59	—	—	—	—	72	59
<b>Distribution</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	—	—	—	—	<b>46</b>	<b>46</b>
<b>Content</b>	<b>139</b>	<b>124</b>	—	—	—	—	<b>139</b>	<b>124</b>
Europa	62	43	—	—	—	—	62	43
Rest der Welt	78	81	—	—	—	—	78	81
<b>Dating &amp; Video</b>	—	—	<b>130</b>	<b>139</b>	—	—	<b>130</b>	<b>139</b>
Dating	—	—	66	69	—	—	66	69
Video	—	—	64	70	—	—	64	70
<b>Digital Platform &amp; Commerce</b>	—	—	—	—	<b>133</b>	<b>138</b>	<b>133</b>	<b>138</b>
Consumer Advice	—	—	—	—	44	41	44	41
Experiences	—	—	—	—	18	9	18	9
Beauty & Lifestyle	—	—	—	—	71	88	71	88
<b>Sonstige Umsatzerlöse</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	—	—	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>25</b>
<b>Summe</b>	<b>748</b>	<b>736</b>	<b>130</b>	<b>139</b>	<b>177</b>	<b>172</b>	<b>1.055</b>	<b>1.048</b>

	Entertainment		Dating & Video		Commerce & Ventures		Summe Konzern	
	H1 2022	H1 2021	H1 2022	H1 2021	H1 2022	H1 2021	H1 2022	H1 2021
<b>Werbeerlöse</b>	<b>1.018</b>	<b>983</b>	—	—	<b>79</b>	<b>65</b>	<b>1.097</b>	<b>1.047</b>
DACH	889	874	—	—	79	65	968	939
Rest der Welt	129	108	—	—	—	—	129	108
<b>Distribution</b>	<b>90</b>	<b>90</b>	—	—	—	—	<b>90</b>	<b>90</b>
<b>Content</b>	<b>255</b>	<b>227</b>	—	—	—	—	<b>255</b>	<b>227</b>
Europa	115	78	—	—	—	—	115	78
Rest der Welt	141	149	—	—	—	—	141	149
<b>Dating &amp; Video</b>	—	—	<b>262</b>	<b>280</b>	—	—	<b>262</b>	<b>280</b>
Dating	—	—	134	139	—	—	134	139
Video	—	—	128	141	—	—	128	141
<b>Digital Platform &amp; Commerce</b>	—	—	—	—	<b>256</b>	<b>294</b>	<b>256</b>	<b>294</b>
Consumer Advice	—	—	—	—	87	92	87	92
Experiences	—	—	—	—	34	20	34	20
Beauty & Lifestyle	—	—	—	—	135	182	135	182
<b>Sonstige Umsatzerlöse</b>	<b>47</b>	<b>47</b>	—	—	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>49</b>	<b>48</b>
<b>Summe</b>	<b>1.410</b>	<b>1.346</b>	<b>262</b>	<b>280</b>	<b>337</b>	<b>360</b>	<b>2.009</b>	<b>1.986</b>

Die Tabellen zeigen die Aufgliederung der Umsatzerlöse nach Kategorien. Dabei werden die Kategorien Werbeerlöse und Content in geographische Regionen untergliedert. Die Zuordnung erfolgt nach dem Land des Sitzes der Tochtergesellschaft, die die Umsatzerlöse realisiert. Es wird unterschieden nach den Regionen Deutschland, Österreich und Schweiz (DACH) bzw. Europa und jeweils Rest der Welt. In der Kategorie Werbeerlöse DACH im Segment Entertainment werden Werbeerlöse aus dem Verkauf von Werbezeiten erfasst, darunter auch die Werbeumsätze der deutschen Studio71-Gesellschaft. In derselben Kategorie im Segment Commerce & Ventures sind Umsätze aus Media-for-Equity- und Media-for-Revenue-Transaktionen in Höhe von 28 Mio Euro im zweiten Quartal 2022 (Vorjahr: 21 Mio Euro) und in Höhe von 56 Mio Euro im ersten Halbjahr 2022 (Vorjahr: 46 Mio Euro) enthalten. Die Kategorie Werbeerlöse Rest der Welt enthält im Wesentlichen Umsätze der Studio71-Gesellschaften in den Vereinigten Staaten (USA). In der Kategorie Beauty &

Lifestyle sind Warenverkäufe in Höhe von 59 Mio Euro im zweiten Quartal 2022 (Vorjahr: 69 Mio Euro) und 112 Mio Euro im ersten Halbjahr 2022 (Vorjahr: 144 Mio Euro) enthalten.

#### 4 / Ertragsteuern

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

Der Ertragsteueraufwand des ersten Halbjahres 2022 in Höhe von 49 Mio Euro (Vorjahr: 29 Mio Euro) ist im Wesentlichen geprägt durch steuerlich nicht abzugsfähige Bewertungseffekte sowie durch das Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen. Die Vergleichsperiode wurde maßgeblich durch steuerfreie Bewertungseffekte sowie durch einen Sondereffekt infolge der begünstigten gewerbesteuerlichen Behandlung von Beträgen aus der Hinzurechnungsbesteuerung geprägt.

#### 5 / Geschäfts- oder Firmenwerte

Mit Vertrag vom 2. Juni 2022 und wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Juli 2022 hat die Red Arrow Studios GmbH, Unterföhring ihr US-amerikanisches Produktionsgeschäft an eine Tochtergesellschaft der The North Road Company verkauft. In diesem Zuge wurden auch Geschäfts- oder Firmenwerte auf die Veräußerungsgruppe umgegliedert.

→ Ziffer 2 „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten“

Zum 30. Juni 2022 beträgt der nach dieser Umgliederung verbleibende Geschäfts- oder Firmenwert des im Konzern verbleibenden Teils der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Red Arrow Studios 179 Mio Euro. Der geschätzte erzielbare Betrag des verbleibenden Teils der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Red Arrow Studios übersteigt zum 30. Juni 2022 deren Buchwert um 26 Mio Euro. Bei der Ermittlung des erzielbaren Betrags wurde im Vergleich zum Bewertungsstichtag 31. Dezember 2021 eine unveränderte prognostizierte EBITDA-Marge für den Zeitraum nach Ende des Planungszeitraums angewandt, während der Diskontierungsszinssatz vor Steuern auf 10,0% angepasst wurde. Sollte die EBITDA-Marge dieses verbleibenden Teils der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Red Arrow Studios nach Ende des Planungszeitraums um 0,4 Prozentpunkte zurückgehen oder sich der Diskontierungssatz vor Steuern um 0,9 Prozentpunkte erhöhen, entspräche der ermittelte erzielbare Betrag dem Buchwert des verbleibenden Teils der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Red Arrow Studios.

Die wirtschaftlichen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie sowie des Russland-/Ukraine-Krieges und der daraus resultierenden Belastungen stellen ein Anzeichen („Triggering Event“) für die Notwendigkeit eines situationsbedingten Wertminderungstests zum 30. Juni 2022 für den Geschäfts- oder Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit NuCom Group dar. Dies liegt insbesondere in den damit einhergehenden Unsicherheiten und der gestiegenen Inflationsrate begründet, die den privaten Konsum belasten. Zudem wirken sich die hohen Energiepreise und damit einhergehend geringere Einsparpotenziale beim Wechsel des Strom- und Gasanbieters für Endkund:innen aus, die das Geschäft von Verivox im ersten Halbjahr 2022 negativ beeinflussten. Bei den anderen zahlungsmittelgenerierenden Einheiten des Konzerns wurden keine Anzeichen für die Notwendigkeit situationsbedingter Wertminderungstests für die Geschäfts- oder Firmenwerte zum 30. Juni 2022 festgestellt.

Im Rahmen des Wertminderungstests der zahlungsmittelgenerierenden Einheit NuCom Group zum 30. Juni 2022 wurde der erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheit in Form eines Nutzungswertes ermittelt. Die Ermittlung des Nutzungswertes erfolgt im Vergleich zum Bewertungsstichtag 31. Dezember 2021 unter der Anwendung angepasster Zahlungsströme, welche, unter Berücksichtigung verschiedener wahrscheinlichkeitsgewichteter Szenarien, die verschiedenen Entwicklungen der Zahlungsströme über den fünfjährigen Planungszeitraum abbilden. Dies erfolgt insbesondere unter Berücksichtigung der weiter bestehenden hohen

Unsicherheiten aufgrund der COVID-19-Pandemie sowie des Russland-/Ukraine-Krieges und der daraus resultierenden Belastungen. Die verwandte prognostizierte EBITDA-Marge für den Zeitraum nach Ende des Planungszeitraums beträgt wahrscheinlichkeitsgewichtet 11,2%. Des Weiteren wurde der Diskontierungszinssatz vor Steuern im Vergleich zum Bewertungsstichtag 31. Dezember 2021 auf 12,5% angepasst.

Der Wertminderungstest zum 30. Juni 2022 für den Geschäfts- oder Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit NuCom Group führt zu keinem Wertminderungsbedarf. Der so geschätzte erzielbare Betrag dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit übersteigt deren Buchwert um 32 Mio Euro. Sollte die EBITDA-Marge dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit nach Ende des Planungszeitraums um 0,4 Prozentpunkte zurückgehen oder sich der Diskontierungssatz vor Steuern um 0,4 Prozentpunkte erhöhen, entspräche der ermittelte erzielbare Betrag dem Buchwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit.

## 6 / Eigenkapital

Die Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE hat am 5. Mai 2022 beschlossen, für das Geschäftsjahr 2021 eine Dividende in Höhe von 181 Mio Euro (0,80 Euro je dividendenberechtigter Stückaktie) auszuzahlen. Die Auszahlung der Dividende erfolgte am 10. Mai 2022.

## 7 / Sonstige finanzielle Verpflichtungen

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

in Mio Euro

	30.06.2022	31.12.2021
Einkaufsobligo für Programmvermögen	1.531	1.630
Distribution	101	114
Leasing- und Mietverpflichtungen	3	3
Übrige finanzielle Verpflichtungen	355	393
<b>Summe</b>	<b>1.990</b>	<b>2.140</b>

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

In den übrigen finanziellen Verpflichtungen ist zum 30. Juni 2022 ein Betrag in Höhe von 97 Mio Euro (31. Dezember 2021: 114 Mio Euro) im Zusammenhang mit Zusagen zur zukünftigen Finanzierung des nach der Equity-Methode bilanzierten Gemeinschaftsunternehmens Joyn GmbH, München („Joyn“) enthalten. Der Mittelabfluss aus den im ersten Halbjahr 2022 durchgeführten Einzahlungen in die Kapitalrücklage bei Joyn in Höhe von 17 Mio Euro (Vorjahr: 22 Mio Euro) ist in den Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte im Cashflow aus Investitionstätigkeit ausgewiesen.

## 8 / Finanzinstrumente

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

**BUCH- UND MARKTWERTE (FAIR VALUES) VON FINANZINSTRUMENTEN**

in Mio Euro

In der Bilanz ausgewiesen in		30.06.2022					31.12.2021				
		Fair Value		Fair Value			Fair Value		Fair Value		
		Buchwert	Fair Value	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Buchwert	Fair Value	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3
<b>Finanzielle Vermögenswerte</b>											
<b>Bewertet zum Fair Value</b>											
Fondsanteile zur Absicherung von Pensionsverpflichtungen	Sonstige finanzielle Vermögenswerte	0	0	0	—	—	27	27	27	—	—
Eigenkapitalinstrumente	Sonstige finanzielle Vermögenswerte	275	275	18	—	256	325	325	55	—	270
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Vermögenswerte	68	68	—	68	—	53	53	—	53	—
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Vermögenswerte	34	34	—	34	—	8	8	—	8	—
<b>Summe</b>		<b>343</b>	<b>343</b>	<b>19</b>	<b>68</b>	<b>256</b>	<b>405</b>	<b>405</b>	<b>82</b>	<b>53</b>	<b>270</b>
<b>Finanzielle Verbindlichkeiten</b>											
<b>Bewertet zum Fair Value</b>											
Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	52	52	—	—	52	68	68	—	—	68
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1	1	—	1	—	7	7	—	7	—
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	3	3	—	3	—	1	1	—	1	—
<b>Bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten</b>											
Darlehen und Kredite	Finanzverbindlichkeiten	1.243	1.242	—	1.242	—	1.248	1.268	—	1.268	—
Schuldscheindarlehen	Finanzverbindlichkeiten	1.198	1.122	—	1.122	—	1.198	1.203	—	1.203	—
Immobilienkredite	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	107	109	—	109	—	97	102	—	102	—
<b>Summe</b>		<b>2.605</b>	<b>2.530</b>	<b>—</b>	<b>2.477</b>	<b>52</b>	<b>2.619</b>	<b>2.650</b>	<b>—</b>	<b>2.581</b>	<b>68</b>

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

Der Rückgang bei den Fondsanteilen zur Absicherung von Pensionsverpflichtungen ergibt sich aus der Überführung der Fondsanteile in ein zur Verrechnung mit den Verpflichtungen qualifizierendes Treuhandvermögen.

→ Ziffer 10 „Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen“

Die Buchwertänderung bei den Eigenkapitalinstrumenten der Stufe 1 resultiert im Wesentlichen aus einer Wertanpassung der börsennotierten Beteiligung in den Online-Mode-Händler ABOUT YOU von minus 35 Mio Euro. Zu den Veränderungen bei den Stufe-3-Instrumenten siehe Erläuterungen zu den Stufe-3-Überleitungstabellen unten.

Die Darlehen und Kredite in Höhe von 1.243 Mio Euro bestehen im Wesentlichen aus einem unbesicherten syndizierten Konsortialkredit mit zwei endfälligen Darlehenstranchen und einer revolvingen Kreditfazilität (RCF). Der Konsortialkredit wurde im Mai 2022 verlängert. Eine Darlehenstranche über 400 Mio Euro hat eine Fälligkeit im April 2025, kann aber unter bestimmten Bedingungen um bis zu zwei Jahre verlängert werden. Die zweite Tranche über 800 Mio Euro wird im April 2027 fällig. Die RCF hat ein Rahmenvolumen von nun noch 500 Mio Euro (statt bislang 750 Mio Euro) und läuft ebenfalls bis April 2027. Im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres wurde sie nicht in Anspruch genommen.

In Verbindung mit der Verlängerung des Konsortialkredits hat die ProSiebenSat.1 Group das Sicherungsportfolio angepasst und den Sicherungszeitraum bis 2027 verlängert. Nunmehr hält der

Konzern Zinsswaps mit einem Volumen in Höhe von einer Milliarde Euro und Zinsoptionen mit einem Nominalvolumen in Höhe von 700 Mio Euro. Die Zinsswaps haben eine Laufzeit bis 2023, die Zinsoptionen bis 2025 (50 Mio Euro) und bis 2027 (650 Mio Euro). Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinsoptionen belief sich zum 30. Juni 2022 auf 1,5 Prozent per annum.

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

### ÜBERLEITUNG DER FAIR VALUES IM BEREICH STUFE 3 IM BERICHTSZEITRAUM

in Mio Euro

	Eigenkapital- instrumente	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs
<b>Stand 01.01.2022</b>	<b>270</b>	<b>68</b>
In der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse <sup>1</sup>	-12	-7
Zugänge aus Akquisitionen	12	—
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	-14	-9
<b>Stand 30.06.2022</b>	<b>256</b>	<b>52</b>

<sup>1</sup> Von den in der Berichtsperiode erfassten Gewinnen und Verlusten waren bei den Eigenkapitalinstrumenten Verluste von 11 Mio Euro und bei den Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs Gewinne von 8 Mio Euro unrealisiert.

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

### ÜBERLEITUNG DER FAIR VALUES IM BEREICH STUFE 3 IM VORJAHRESZEITRAUM

in Mio Euro

	Eigenkapital- instrumente	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs
<b>Stand 01.01.2021</b>	<b>212</b>	<b>156</b>
In der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse <sup>1</sup>	45	15
Zugänge aus Akquisitionen	19	—
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	-12	-33
Umgliederung in die Stufe-1 Bewertungskategorie	-35	—
Sonstige Veränderungen	-7	0
<b>Stand 30.06.2021</b>	<b>222</b>	<b>139</b>

<sup>1</sup> Von den in der Berichtsperiode erfassten Gewinnen und Verlusten waren bei den Eigenkapitalinstrumenten Gewinne von 45 Mio Euro und bei den Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs Verluste von 13 Mio Euro unrealisiert.

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

Die in der Berichtsperiode für Eigenkapitalinstrumente erfassten Verluste in Höhe von 12 Mio Euro betreffen im Wesentlichen die Neubewertungen von Fondsbeteiligungen und Media-for-Equity-Beteiligungen. Bei den Zugängen in Höhe von 12 Mio Euro handelt es sich vor allem um im Rahmen von Media-for-Equity-Transaktionen erworbene Beteiligungen, bei den Abgängen in Höhe von 14 Mio Euro hauptsächlich um Verkäufe von Fondsbeteiligungen.

Die in der Berichtsperiode für die Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Gewinne in Höhe von 7 Mio Euro ergeben sich im Wesentlichen aus der Neubewertung von Put-Optionen in den Segmenten Dating & Video und Commerce & Ventures. Die Abgänge in Höhe von 9 Mio Euro betreffen vor allem die im Zuge des Verkaufs des US-amerikanischen Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios erforderliche Umgliederung in die Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten sowie Auszahlungen für den Erwerb von Anteilen an Gesellschaften im Segment Entertainment. Zum Verkauf des US-amerikanischen Produktionsgeschäfts der Red

Arrow Studios siehe

→ Ziffer 2 „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten“

Bei der Bewertung der Verbindlichkeiten aus Put-Optionen stellen die den jeweiligen Instrumenten zugrundeliegenden Ergebnisgrößen sowie die verwendeten risikoadäquaten Fremdkapitalzinssätze wesentliche nicht am Markt beobachtbare Inputfaktoren dar. Eine Verbesserung der zugrundeliegenden Ergebnisgrößen um 5,0 Prozent würde den (negativen) beizulegenden Zeitwert der Put-Optionen zum Abschlussstichtag um 4 Mio Euro erhöhen, eine Verschlechterung um 5,0 Prozent würde ihn um 4 Mio Euro mindern. Daneben würde eine Zinssatzänderung um plus bzw. minus einen Prozentpunkt dazu führen, dass sich der beizulegende Zeitwert dieser Finanzverbindlichkeiten insgesamt um 1 Mio Euro reduziert bzw. um 1 Mio Euro erhöht.

## 9 / Segmentberichterstattung

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

In der Überleitungsspalte (Holding & Sonstiges) werden neben den Holdingfunktionen Effekte aus der Eliminierung bzw. Konsolidierung von konzerninternen Transaktionen zwischen den Segmenten erfasst. Wie in den Vergleichsperioden entfallen im ersten Halbjahr 2022 die dargestellten Beträge mit Ausnahme der Innenumsatzerlöse auf die Holdingfunktionen.

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

### SEGMENTINFORMATIONEN Q2 2022

in Mio Euro

	Entertainment	Dating & Video	Commerce & Ventures	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Konzernumsatzerlöse	771	130	178	1.079	-24	1.055
Außenumsatzerlöse	748	130	177	1.055	—	1.055
Innenumsatzerlöse	23	—	1	24	-24	—
Adjusted EBITDA	134	25	12	171	-5	166
Sondereffekte	-12	-1	-1	-14	-4	-18
Abschreibungen und Wertminderungen	73	7	18	99	5	104
Investitionen	261	3	8	272	13	285
davon Programminvestitionen	226	—	—	226	—	226

### SEGMENTINFORMATIONEN Q2 2021

in Mio Euro

	Entertainment	Dating & Video	Commerce & Ventures	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Konzernumsatzerlöse	760	139	173	1.072	-25	1.048
Außenumsatzerlöse	736	139	172	1.048	—	1.048
Innenumsatzerlöse	24	—	1	25	-25	—
Adjusted EBITDA	142	28	2	173	-7	166
Sondereffekte	-4	-9	-2	-15	0	-15
Abschreibungen und Wertminderungen	38	9	15	63	5	68
Investitionen	267	2	15	284	13	297
davon Programminvestitionen	244	—	—	244	—	244



**SEGMENTINFORMATIONEN H1 2022**

in Mio Euro

	Entertainment	Dating & Video	Commerce & Ventures	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Konzernumsatzerlöse	1.455	262	338	2.055	-46	2.009
Außenumsatzerlöse	1.410	262	337	2.009	—	2.009
Innenumsatzerlöse	45	—	1	46	-46	—
Adjusted EBITDA	225	47	25	298	-9	289
Sondereffekte	-16	3	-2	-15	-4	-19
Abschreibungen und Wertminderungen	101	15	32	148	10	157
Investitionen	420	6	14	440	19	459
davon Programminvestitionen	366	—	—	366	—	366

**SEGMENTINFORMATIONEN H1 2021**

in Mio Euro

	Entertainment	Dating & Video	Commerce & Ventures	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Konzernumsatzerlöse	1.394	280	361	2.035	-49	1.986
Außenumsatzerlöse	1.346	280	360	1.986	—	1.986
Innenumsatzerlöse	48	—	1	49	-49	—
Adjusted EBITDA	239	61	19	320	-11	308
Sondereffekte	-4	-9	-2	-15	-4	-19
Abschreibungen und Wertminderungen	69	19	28	116	10	126
Investitionen	497	6	26	529	22	551
davon Programminvestitionen	449	—	—	449	—	449

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

**ÜBERLEITUNG DES SEGMENTERGEBNISSES**

in Mio Euro

	Q2 2022	Q2 2021	H1 2022	H1 2021
Adjusted EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	171	173	298	320
Eliminierungen und sonstige Überleitungs-posten	-5	-7	-9	-11
<b>Adjusted EBITDA des Konzerns</b>	<b>166</b>	<b>166</b>	<b>289</b>	<b>308</b>
Sondereffekte	-18	-15	-19	-19
Finanzergebnis	-38	54	-56	46
Abschreibungen und Wertminderungen	-104	-68	-157	-126
Ertragsteuern	-30	-23	-49	-29
<b>Konzernergebnis</b>	<b>-23</b>	<b>114</b>	<b>8</b>	<b>180</b>

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

## DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE

in Mio Euro

	Q2 2022	Q2 2021	H1 2022	H1 2021
Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises	3	—	3	—
Erträge aus sonstigen Einmaleffekten	1	—	2	0
<b>Bereinigte Erträge</b>	<b>4</b>	<b>—</b>	<b>5</b>	<b>0</b>
M&A-bezogene Aufwendungen	-24	-1	-28	-2
Reorganisationsaufwendungen	0	-4	-2	-4
Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen	3	-8	8	-11
Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten	-1	-1	-1	-1
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	0	-1	-1	-1
<b>Bereinigte Aufwendungen</b>	<b>-21</b>	<b>-15</b>	<b>-24</b>	<b>-19</b>
<b>Sondereffekte</b>	<b>-18</b>	<b>-15</b>	<b>-19</b>	<b>-19</b>

## 10 / Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

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

Zum 30. Juni 2022 wurden die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE sowie Gemeinschaftsunternehmen und assoziierte Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group als nahestehende Personen und Unternehmen definiert.

Mit Wirkung zum 1. Januar 2022 wurde Ralf Peter Gierig, bisher Deputy Group CFO, neues Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO) der ProSiebenSat.1 Media SE. Mit Wirkung zum 13. Februar 2022 wurde Dr. Andreas Viele gerichtlich als Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE bestellt und trat als Nachfolger von Adam Cahan an, der sein Amt zum 12. November 2021 niedergelegt hatte. Dr. Andreas Viele wurde im Rahmen der ordentlichen Hauptversammlung am 5. Mai 2022 als Aufsichtsrat bestätigt und in der anschließenden konstituierenden Sitzung des Aufsichtsrats zum Vorsitzenden gewählt. Damit trat er die Nachfolge von Dr. Werner Brandt an, der sich nach zwei Wahlperioden nicht zur Wiederwahl gestellt hatte. Bert Habets wurde auf der Hauptversammlung neu in den Aufsichtsrat gewählt.

Im Geschäftsjahr 2021 wurden zur Absicherung der Pensionsansprüche aktiver und ehemaliger Vorstände der ProSiebenSat.1 Media SE bestehende und separat als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bilanzierte Anteile an Investmentfonds in Höhe von 1 Mio Euro in eine als Planvermögen anerkannte, doppelte Treuhandkonstruktion (Contractual Trust Arrangement, „CTA“) übertragen. Im ersten Halbjahr 2022 wurde das restliche zur Anspruchsabsicherung gehaltene Vermögen ebenfalls in das CTA überführt. Zum Stichtag erfolgt somit ein Netto-Ausweis aus versicherungsmathematischem Barwert der Pensionsverpflichtung und beizulegendem Zeitwert des Planvermögens in Höhe von 2 Mio Euro (31. Dezember 2021: 31 Mio Euro).

Als Folge der Zinsentwicklung auf den Finanzmärkten im ersten Halbjahr 2022 erhöhte sich zum 30. Juni 2022 der zur Ermittlung des versicherungsmathematischen Barwerts der Pensionsverpflichtung anzuwendende Abzinsungssatz. Gegenläufig dazu verringerte sich der beizulegende Zeitwert des Planvermögens. Im Ergebnis sanken die Netto-Pensionsverpflichtungen um einen Betrag in Höhe von 5 Mio Euro. Die Veränderung wurde als versicherungsmathematischer Gewinn im sonstigen Ergebnis erfasst.

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

### UMFANG DER TRANSAKTIONEN MIT ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN UND GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN

in Mio Euro

	H1 2022 bzw. 30.06.2022			H1 2021 bzw. 31.12.2021		
	Assoziierte Unternehmen	Gemeinschaftsunternehmen	Summe	Assoziierte Unternehmen	Gemeinschaftsunternehmen	Summe
<b>Gewinn- und Verlustrechnung</b>						
Umsätze aus erbrachten Lieferungen und Leistungen	56	17	74	49	19	68
Aufwendungen aus erhaltenen Lieferungen und Leistungen	10	14	24	11	9	20
<b>Bilanz</b>						
Forderungen	15	18	33	16	12	28
Verbindlichkeiten	12	5	17	17	7	24

## 11 / Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Juli 2022 hat die Red Arrow Studios GmbH, Unterföhring ihr US-amerikanisches Produktionsgeschäft an eine Tochtergesellschaft der The North Road Company verkauft. Die im kumulierten sonstigen Ergebnis im Eigenkapital enthaltenen Währungsgewinne aus der Umrechnung der Abschlüsse der verkauften US-Gesellschaften, die zum 30. Juni 2022 19 Mio Euro betragen, werden erst zum Zeitpunkt des Abgangs im dritten Quartal 2022 zu dem dann gültigen Währungskurs ertragswirksam erfasst.

→ Ziffer 2 „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten“

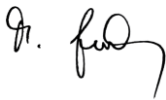
# VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

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

Unterföhring, den 4. August 2022



Rainer Beaujean  
Vorstandsvorsitzender (Group CEO)



Ralf Peter Gierig  
Vorstandsmitglied & Finanzvorstand (Group CFO)



Wolfgang Link  
Vorstandsmitglied (verantwortlich für Entertainment)



Christine Scheffler  
Vorstandsmitglied (verantwortlich für HR, Compliance & Sustainability)

# BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT

## AN DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, – bestehend aus Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung, Konzern-Gesamtergebnisrechnung, Konzern-Bilanz, Konzern-Kapitalflussrechnung, Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben - und den Konzernzwischenlagebericht für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2022, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 115 WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

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

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

Berlin, 4. August 2022

Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Schlebusch  
Wirtschaftsprüfer

Mielke  
Wirtschaftsprüferin

# FINANZKALENDER

Datum	Event
11.08.2022	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2022
15.11.2022	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das dritte Quartal 2022
02.03.2023	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2022 Pressekonferenz/Analysten-Telefonkonferenz anlässlich der Zahlen 2022
02.05.2023	Ordentliche Hauptversammlung
11.05.2023	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das erste Quartal 2023
10.08.2023	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2023
14.11.2023	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das dritte Quartal 2023

# IMPRESSUM/KONTAKTE

## PRESSE

### ProSiebenSat.1 Media SE Konzernkommunikation

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

## INVESTOR RELATIONS

### ProSiebenSat.1 Media SE Investor Relations

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

## HERAUSGEBER

### ProSiebenSat.1 Media SE Investor Relations

Medienallee 7  
85774 Unterföhring  
Tel.: +49 [0]89 95 07—10  
Fax: +49 [0]89 95 07—11 21  
[www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com)  
HRB219439AGMünchen

## INHALT & GESTALTUNG

### ProSiebenSat.1 Media SE Konzernkommunikation

**nexxar GmbH**  
Wien, Österreich

## DIE PROSIEBEN SAT.1 GROUP IM INTERNET

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

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

## ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

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