



PASSIONATE CREATORS

DIGITAL ATTACK · CONSUMER FOCUSED
· TOTAL REACH & MONETIZATION

ProSiebenSat.1 Media SE
Halbjahresfinanzbericht 2020

KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019	Q2 2020	Q2 2019
Umsatzerlöse	1.634	1.860	709	947
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	- 1,6	16,6	- 9,6	13,8
Gesamtkosten	1.604	1.605	751	812
Operative Kosten ¹	1.469	1.475	693	743
Werteverzehr des Programmvermögens	447	449	221	217
Adjusted EBITDA ²	180	403	23	213
Adjusted EBITDA-Marge (in %)	11,0	21,7	3,3	22,5
EBITDA	166	384	21	204
Sondereffekte ³	- 14	- 19	- 2	- 9
Betriebsergebnis (EBIT)	45	273	- 35	144
Adjusted EBIT	88	319	- 21	168
Finanzergebnis	- 70	36	- 33	- 13
Ergebnis vor Steuern	- 26	309	- 68	131
Adjusted net income ⁴	7	179	- 52	85
Konzernergebnis	- 30	215	- 61	94
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	- 17	215	- 54	93
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	- 13	- 1	- 7	1
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	0,03	0,79	- 0,23	0,37
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	482	586 ⁵	216	239 ⁵
Free Cashflow	- 91	- 79	- 41	- 25
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 605	- 762 ⁵	- 269	- 394 ⁵
Free Cashflow vor M&A	- 55	15	- 26	76
Zuschauermarktanteile (in %) ⁶	27,4	28,1	28,2	28,4
Total Video Viewtime (in Mrd Minuten) ⁷	558	540	275	257
Tägliche TV-Nutzungsdauer (AGF) (in Minuten) ⁸	218	207	210	192
	30.06.2020	31.12.2019	30.06.2019	
HD-Nutzer (in Mio) ⁹	10,4 ⁹	10,0	9,8 ⁹	
Mitarbeiter ¹⁰	6.477	7.253	7.318	
Programmvermögen	1.226	1.204	1.212	
Eigenkapital	1.270	1.288	1.080	
Eigenkapitalquote (in %)	18,7	19,5	17,2	
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.190	950	685	
Finanzverbindlichkeiten	3.542	3.195	3.200	
Verschuldungsgrad ¹¹	3,6	2,6	2,6	
Netto-Finanzverbindlichkeiten	2.353	2.245	2.514	

¹ Gesamtkosten abzüglich zu bereinigende Aufwendungen sowie Abschreibungen und Wertminderungen.

² Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.

³ Saldo aus zu bereinigenden Aufwendungen und Erträgen.

⁴ Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen, bereinigt um Sondereffekte. Dazu zählen im sonstigen Finanzergebnis erfasste Bewertungseffekte, Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten sowie Bewertungseffekte aus Zins-sicherungsgeschäften. Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte ebenfalls bereinigt. Siehe Geschäftsbericht 2019, Seite 88.

⁵ Anpassung Vorjahr siehe Konzernanhang, Ziffer 1 „Allgemeine Angaben“.

⁶ ProSiebenSat.1 Group; AGF in Zusammenarbeit mit GfK; Marktstandard TV; VideoScope 1.3; 01.01.2019 - 30.06.2020; Zielgruppe: 14 - 49 Jahre.

⁷ Gesamtsumme der gesehenen Minuten für lineare und nicht-lineare Plattformen (TV-Websites, mobile Apps, SmartTV, HbbTV), inkl. Studio71 Deutschland (TV-Inhalte) und Joyn der ProSiebenSat.1 Group.

⁸ TV-Markt gesamt; Zielgruppe: 14 - 69 Jahre.

⁹ HD FTA Nutzer, Deutschland; zum Stichtag 31. Mai.

¹⁰ Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag.

¹¹ Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate.

2	KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP
4	KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT
4	AUF EINEN BLICK
5	WESENTLICHE EREIGNISSE
6	GESCHÄFTSVERLAUF DER PROSIEBENSAT.1 GROUP
6	Rahmenbedingungen des Konzerns
9	Ertragslage des Konzerns
15	Finanz- und Vermögenslage des Konzerns
20	DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE
21	RISIKO- UND CHANCENBERICHT
22	PROGNOSEBERICHT
24	KONZERNZWISCHENABSCHLUSS
24	GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG
25	GESAMTERGEBNISRECHNUNG
26	BILANZ
27	KAPITALFLUSSRECHNUNG
28	EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG
29	KONZERNANHANG
38	INFORMATIONEN
38	VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER
39	BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT
40	FINANZKALENDER
40	IMPRESSUM

KONZERN- ZWISCHENLAGEBERICHT

AUF EINEN BLICK

- COVID-19-Pandemie mit deutlichen Auswirkungen auf Q2- und H1-Zahlen der ProSiebenSat.1 Group
- Konzernumsatz sinkt im ersten Halbjahr 2020 um 12 % auf 1.634 Mio Euro
- Erheblicher COVID-19-Einfluss auf Umsatz der SevenOne Entertainment Group und Red Arrow Studios, NuCom Group wächst dagegen um 10% im ersten Halbjahr
- Adjusted EBITDA sinkt von 403 Mio Euro auf 180 Mio Euro, adjusted net income geht von 179 Mio Euro auf 7 Mio Euro zurück
- Weiterhin gute Liquiditätslage: 1.190 Mio Euro Barmittelbestand zum 30. Juni 2020
- Total Video Viewtime der Entertainment-Angebote steigt seit Jahresbeginn um 3,4 %

Die ProSiebenSat.1 Group treibt die digitale Transformation mit Nachdruck voran und vereint führende Entertainment-Marken mit einem weltweit erfolgreichen Produktions- und Vertriebsgeschäft sowie einem stark wachsenden Commerce-Geschäft unter einem Dach. Der Konzern nutzt verstärkt Synergien innerhalb der Gruppe, indem die Geschäftsbereiche konsequent miteinander vernetzt werden. So werden vermehrt lokale Programme für das Geschäft der SevenOne Entertainment Group von Red Arrow Studios produziert, während die SevenOne Entertainment Group und NuCom Group von der Reichweite, dem attraktiven Programm- und Werbeumfeld bzw. dem Datenportfolio des jeweils anderen Geschäftsbereichs profitieren. Die Umsatzbasis der Gruppe ist damit breit diversifiziert. Mittelfristig beabsichtigt die ProSiebenSat.1 Group, den Anteil des Digitalgeschäfts am Konzernumsatz auf über 50 Prozent weiter auszubauen (H1 2020: 38 %; H1 2019: 31 %).

Gleichzeitig legt die ProSiebenSat.1 Group ihren operativen Fokus wieder stärker auf das Entertainment-Geschäft in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz). Der Schwerpunkt liegt hier auf lokalen und Live-Formaten, auch in enger Kooperation mit den Red Arrow Studios und dem Digital-Studio Studio71. Unter anderem über die Streaming-Plattform Joyn soll die digitale Reichweite weiter ausgebaut werden. Die NuCom Group bleibt dabei eine synergetisch wichtige Säule des Konzerns. Die ProSiebenSat.1 Group analysiert regelmäßig ihr Portfolio und bewertet mögliche Wachstums- und Synergiepotenziale. Teil dieser Strategie sind Media-for-Equity- und Media-for-Revenue-Deals, um auch in Zukunft als Unternehmen bestmöglich Synergien mit dem Kerngeschäft Entertainment zu schaffen. Dabei werden die erworbenen Gesellschaften, die von Werbung auf unseren Entertainment-Plattformen profitieren, werthaltig weiterentwickelt und im Zuge einer aktiven Portfoliopolitik zu gegebener Zeit veräußert.

Die weltweite COVID-19-Pandemie und die dadurch bedingten Beschränkungen des öffentlichen und wirtschaftlichen Lebens haben die Geschäftsentwicklung der ProSiebenSat.1 Group im zweiten Quartal 2020 erheblich beeinflusst, was sich auch in den Finanzzahlen für das erste Halbjahr 2020 widerspiegelt. Die Gruppe schloss die ersten sechs Monate des Jahres 2020 mit einem Umsatz von 1.634 Mio Euro (Vorjahr: 1.860 Mio Euro) ab und damit 12 Prozent unter dem Vorjahreswert. In diesem Zeitraum sank der Außenumsatz in den Segmenten SevenOne Entertainment Group und Red Arrow Studios COVID-19-bedingt jeweils um 19 bzw. 17 Prozent. Hauptgrund für diese Entwicklung war insbesondere der bereits angekündigte Rückgang der Werbeerlöse in einem COVID-19-geprägten Umfeld. Das Segment NuCom Group verzeichnete hingegen einen Anstieg um 10 Prozent. Das adjusted EBITDA lag im ersten Halbjahr 2020 mit 180 Mio Euro (Vorjahr: 403 Mio Euro) um 55 Prozent unter Vorjahr. Das adjusted net income reflektierte diese Entwicklung und sank demzufolge in den ersten sechs Monaten des Jahres auf 7 Mio Euro (Vorjahr: 179 Mio Euro).

Im Kern der Geschäftsaktivitäten des Konzerns steht auch in Zukunft Entertainment über alle Plattformen und unabhängig von Ort und Zeit. Diesen Erfolg prägen maßgeblich die Mitarbeiter der Gruppe. Zum 30. Juni 2020 waren umgerechnet auf vollzeitäquivalente Stellen 6.477 Mitarbeiter bei der ProSiebenSat.1 Group beschäftigt (Vorjahr: 7.318). Der Rückgang ergibt sich hauptsächlich aus Veränderungen im US-Produktionsgeschäft, das im Zuge der COVID-19-Pandemie insbesondere von Auftragsverschiebungen und -stopps betroffen ist.

WESENTLICHE EREIGNISSE

Die ProSiebenSat.1 Group analysiert regelmäßig ihr Portfolio und bewertet mögliche Wachstums- und Synergiepotenziale. Teil dieser Strategie sind Portfolioerweiterungen, Unternehmensverkäufe sowie Investitionen in zukunftssträchtige Wachstumsfelder. Am 5. März 2020 haben die ProSiebenSat.1 Group und die General Atlantic PD GmbH („General Atlantic“) über ihr gemeinsames Unternehmen, die NUCOM GROUP SE („NuCom Group“), eine Vereinbarung zur vollständigen Übernahme des US-amerikanischen Online-Dating- und Social-Entertainment-Unternehmens The Meet Group, Inc., New Hope, Pennsylvania, USA („The Meet Group“) unterzeichnet. Der Übernahmevertrag sieht einen Kaufpreis von 6,30 US-Dollar pro Aktie der The Meet Group vor, was einem Unternehmenswert von ca. 500 Mio US-Dollar entspricht. Die Hauptversammlung der The Meet Group hat der Übernahme am 4. Juni 2020 zugestimmt. Die Portfolio-Unternehmen der Parship Group sollen gemeinsam mit der The Meet Group als neugeschaffenes gemeinsames Unternehmen zu einem führenden Anbieter im globalen Online-Dating-Markt aufgebaut werden. Die ProSiebenSat.1 Group wird einen Anteil von 55 Prozent an dem neuen gemeinsamen Unternehmen halten und General Atlantic einen Anteil von 45 Prozent. Die Übernahme steht noch unter dem Vorbehalt der Zustimmung eines regulatorischen Gremiums in den USA und soll voraussichtlich im zweiten Halbjahr 2020 wirtschaftlich vollzogen werden.

Am 13. März 2020 hat das Unternehmen verkündet, dass Conrad Albert, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media SE, sein Vorstandsmandat im gegenseitigen Einvernehmen zum Ablauf des 30. April 2020 niederlegen und das Unternehmen zu diesem Datum verlassen wird.

Zudem hat der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE am 26. März 2020 beschlossen, dass Finanzvorstand Rainer Beaujean zusätzlich die Funktion des Vorstandssprechers übernehmen und Vorstandsvorsitzender Max Conze das Unternehmen mit sofortiger Wirkung verlassen wird. Neu in den Vorstand berufen wurden zudem Wolfgang Link und Christine Scheffler. Im neu aufgestellten Vorstand verantwortet Rainer Beaujean neben Strategie & M&A sowie allen Finanzfunktionen auch die Holding-Bereiche IT, Kommunikation, Investor Relations, Legal und Medienpolitik sowie die operativen Segmente Red Arrow Studios und NuCom Group. Christine Scheffler leitet die Ressorts Personal sowie Compliance, Nachhaltigkeit und Organizational Development & Operational Excellence. Wolfgang Link steht in Gänze dem Kerngeschäft Entertainment vor, das alle Bereiche von Content über Digital bis hin zu Sales und das Streaming-Geschäft mit der Plattform Joyn beinhaltet. → <https://www.prosiebensat1.com/ueber-prosiebensat-1/wer-wir-sind/vorstand>

Mit der neuen Aufstellung des Vorstands geht auch ein veränderter strategischer Fokus einher. Die ProSiebenSat.1 Group richtet ihr operatives Geschäft wieder stärker auf den Entertainment-Sektor in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) aus. Der Schwerpunkt liegt hier auf lokalen und Live-Formaten, auch in enger Kooperation mit den Red Arrow Studios und Studio71. Unter anderem über die Streaming-Plattform Joyn soll die digitale Reichweite weiter ausgebaut werden. Die NuCom Group bleibt dabei eine synergetisch wichtige Säule des Konzerns. Die bestehenden Gesellschaften, die von Werbung auf den Entertainment-Plattformen profitieren, werden werthaltig weiterentwickelt und im Zuge einer aktiven Portfoliopolitik zu gegebener Zeit veräußert.

İ Mit dem ersten Quartal 2020 hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Segmente umbenannt und berichtet seither in den Segmenten SevenOne Entertainment Group (vormals: Entertainment), Red Arrow Studios (vormals: Content Production & Global Sales) und NuCom Group (vormals: Commerce). Die Holding wird in der Überleitungsspalte ausgewiesen (Holding & Sonstiges). Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst.
→ [Geschäftsbericht 2019, Organisation und Konzernstruktur ab Seite 83](#)

Im Rahmen des verstärkten Entertainment-Fokus hat die ProSiebenSat.1 Group zudem im Juni 2020 für ihren Sender SAT.1 Ausstrahlungsrechte für die Fußball-Bundesliga ab der Saison 2021/22 erworben. Das einzige und exklusive Live-Free-TV-Paket umfasst insgesamt neun Live-Spiele pro Saison, darunter neben dem Supercup und dem Bundesliga-Auftakt auch die Spiele vor und nach der Winterpause sowie den Auftakt der 2. Bundesliga und die Relegationsspiele für die 1. und 2. Bundesliga. Das Rechtpaket gilt für insgesamt vier Spielzeiten. Zu sehen sein werden die Live-Begegnungen in SAT.1 sowie parallel auf den Plattformen ran.de und sat1.de, in den ran- und SAT.1-Apps sowie im SAT.1-Livestream auf Joyn.

Im März 2020 hat die ProSiebenSat.1 Group außerdem den strategischen Review-Prozess für das internationale Produktionsgeschäft der Red Arrow Studios abgeschlossen und entschieden, dass es Teil des Konzerns bleibt, da verschiedene Optionen, die geprüft wurden, in einem durch die COVID-19-Krise geprägten Umfeld nicht mehr umsetzbar sind.

Die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter haben für die ProSiebenSat.1 Group oberste Priorität. Vor dem Hintergrund der COVID-19-Krise arbeitet ein Großteil der Mitarbeiter am Standort Unterföhring seit Mitte März mobil von zuhause. Nur die zwingend für die Aufrechterhaltung des Sendebetriebs notwendigen Mitarbeiter sind weiterhin vor Ort. Gleichzeitig hat der Konzern alle erforderlichen Maßnahmen ergriffen, um das Unternehmen insgesamt zu schützen und so aufzustellen, um es auch auf eine möglicherweise längere Periode mit schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vorzubereiten. Das schließt sowohl ein konsequentes Kostenmanagement als auch eine stabile Finanzierung mit ein. Entsprechend hat der Konzern im April 2020 einen Teil der syndizierten revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) in Höhe von 350 Mio Euro in Anspruch genommen, um angesichts des COVID-19-geprägten Umfelds einen jederzeitigen Zugriff auf die Liquiditätsreserven des Unternehmens abzusichern. → [Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur](#) → [Liquiditäts- und Investitionsanalyse](#) → [Prognosebericht](#)

Als weiteres wesentliches Ereignis wurde zudem mit Wirkung zum 13. April 2020 Dr. Antonella Mei-Pochtler gerichtlich als Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE bestellt. Bei der Hauptversammlung am 10. Juni 2020 haben sie die Aktionäre anschließend mit deutlicher Mehrheit als neues Aufsichtsratsmitglied gewählt. Sie tritt die Nachfolge von Angelika Gifford an, die ihr Amt zum 13. Januar 2020 niedergelegt hatte. Dr. Antonella Mei-Pochtler ist selbstständige Unternehmerin sowie Senior Advisor der Boston Consulting Group und Sonderberaterin des Österreichischen Bundeskanzlers. Sie verfügt über umfangreiche Expertise sowie ein globales Netzwerk in den Bereichen Strategie, Medien und digitale Transformation.

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

GESCHÄFTSVERLAUF DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

RAHMENBEDINGUNGEN DES KONZERNS

Konjunkturelle Entwicklung

Nachdem Ende Dezember 2019 erste Fälle des neuartigen Coronavirus (SARS-CoV-2) und der durch ihn ausgelösten Coronavirus-Krankheit (COVID-19) in Wuhan (China) aufgetreten waren, verbreitete sich der Erreger in den folgenden Monaten weltweit. In diesem Umfeld mussten alle bekannten Marktprognosen für das Jahr 2020 und darüber hinaus zunächst zurückgenommen werden und liegen nun teilweise in stark angepasster Form wieder vor.

Anfang Juli 2020 gab es in Deutschland knapp 200.000 bestätigte COVID-19-Infektionen und ca. 9.000 Todesfälle. Nach einer Phase strenger Lockdown-Maßnahmen in den ersten Monaten des zweiten Quartals ist die Situation derzeit in Deutschland unter Kontrolle. Lokale Ausbrüche zeigen allerdings wie instabil die Lage weiterhin ist. Vor allem zunehmende Lockerungen der Kontaktbeschränkungen und verstärkte Reisetätigkeit steigern das Risiko für Rückfälle und erneute Beschränkungen.

Andere europäische Länder, vor allem große und wichtige Handelspartner wie Italien, Frankreich und Spanien, waren und sind wesentlich stärker von der COVID-19-Pandemie betroffen als Deutschland und die Nachbarländer Österreich und Schweiz, die die Kernmärkte der ProSiebenSat.1 Group sind. Die Rückfallrisiken sind hoch, vor allem in Ländern mit unzureichendem Krisenmanagement. Letzteres gilt auch für die weltweit größte Volkswirtschaft, die USA, die mit weiterhin stark ansteigenden Infektionszahlen zu kämpfen hat.

Vor diesem Hintergrund hat der Internationale Währungsfonds (IWF) im Juni einen Rückgang der globalen Wirtschaftsleistung für das Jahr 2020 um real 4,9 Prozent prognostiziert. Solch ein Rückgang wäre deutlich höher als während der Finanzkrise 2009 (-0,1%) und die tiefste Rezession seit der großen Depression in den 30er Jahren des vergangenen Jahrhunderts.

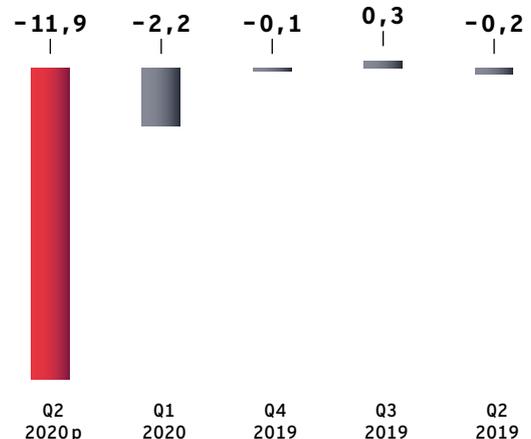
Die schwere globale Krise trifft auch die deutsche Wirtschaft. Aufgrund ihrer hohen Exportorientierung und der starken internationalen Vernetzung ist sie für globale Wirtschaftskrisen besonders anfällig. Zudem belasten die strikten Schutzmaßnahmen vor allem den privaten Konsum, der in den Vorjahren die zentrale Stütze der deutschen Konjunktur darstellte. Während des strengen Lockdowns im April stürzten wichtige Indikatoren wie Auftragseingänge, Industrieproduktion, Exporte, aber auch Stimmungsmesser wie ifo-Geschäftsklima und GfK-Konsumklima geradezu ab. Gleichzeitig stieg die Zahl der Kurzarbeitsanzeigen. Entsprechend wird im zweiten Quartal 2020 das Bruttoinlandsprodukt belastet sein: Es wird im Vorquartalsvergleich auf Basis von unterschiedlichen Prognosen voraussichtlich im hohen einstelligen oder sogar zweistelligen Bereich einbrechen.

Für das Jahr 2020 erwartet der Sachverständigenrat derzeit einen Rückgang der deutschen Wirtschaftsleistung um real minus 6,5 Prozent. Positiv zur Wirtschaftsentwicklung trägt derzeit zum einen die gute Bewältigung der unmittelbaren gesundheitlichen Folgen der

COVID-19-Pandemie bei. Zum anderen wirkt auch die komfortable fiskalpolitische Ausgangssituation der Bundesregierung unterstützend, die daher ein Konjunkturpaket im Umfang von 130 Mrd Euro beschließen konnte. Dieses reicht von der zeitweisen Senkung des Mehrwertsteuersatzes über Überbrückungshilfen für kleine und mittelständische Unternehmen bis hin zur Förderung umweltfreundlicher Antriebstechnologien. Die Prognose ist allerdings mit erheblichen Risiken behaftet. Ausschlaggebend sind vor allem Verlauf und Bewältigung der COVID-19-Pandemie im In- und Ausland.

→ [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen](#)

ENTWICKLUNG DES BRUTTOINLANDSPRODUKTS IN DEUTSCHLAND in Prozent, Veränderung gegenüber Vorquartal



Verkettet, preis-, saison- und kalenderbereinigt.

Quelle: Destatis, ifo Konjunkturprognose Sommer 2020.

p: Prognose.

Branchenspezifische Entwicklung

Die ProSiebenSat.1 Group verstärkt ihre linearen und nicht-linearen Angebote kontinuierlich und steigert auf diese Weise ihre Gesamtreichweite. Damit trägt das Unternehmen der veränderten Mediennutzung Rechnung: Die Gattungsgrenzen zwischen den Medien verschwimmen zunehmend und gleiche Inhalte werden verstärkt über verschiedene Kanäle auf unterschiedlichen Geräten konsumiert. Die daraus resultierenden Überschneidungen der verschiedenen Nutzungsformen werden sich zukünftig in einer gattungsübergreifenden Reichweitenmetrik ausweisen lassen. Im nächsten Schritt soll diese Reichweite adressierbar und somit Werbung optimal auf die jeweiligen Zuschauer zugeschnitten werden.

Um Werbekunden einfach und über einheitliche Technologien zu erreichen, hat die ProSiebenSat.1 Group 2019 gemeinsam mit der Mediengruppe RTL Deutschland GmbH („Mediengruppe RTL Deutschland“) das Joint Venture d-force GmbH („d-force“) gegründet. Als vermarkterübergreifende Buchungsschnittstelle zur Ausspielung von Addressable TV- und Online-Video-Kampagnen sowie durch die

technische Standardisierung soll d-force zusätzliche Wachstumschancen in diesem Bereich generieren. Im Dezember 2019 nahm das Joint Venture den operativen Betrieb in Deutschland auf und setzte bereits erste Kampagnen um. Im Februar 2020 weitete d-force das Angebot auf Österreich aus. Somit können auch österreichische Werbekunden Addressable TV-Spots und Online-Video-Inventar einfach über eine Plattform buchen und ihre Zielgruppen mit hoher Reichweite und dank intelligenter Aussteuerungsmöglichkeiten adressieren.

Entwicklung des Werbemarkts

Laut Nielsen Media Research sind die Brutto-TV-Werbeinvestitionen in Deutschland im ersten Halbjahr 2020 um 8,4 Prozent auf 6,68 Mrd Euro gesunken (Vorjahr: 7,29 Mrd Euro). Dabei waren die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie insbesondere im zweiten Quartal deutlich spürbar. Zwischen April und Juni 2020 verringerten sich die Brutto-TV-Werbeinvestitionen um 18,1 Prozent auf 3,03 Mrd Euro (Vorjahr: 3,70 Mrd Euro). Fernsehen hat im intermedialen Vergleich jedoch weiterhin die höchste Relevanz: 43,7 Prozent der Brutto-Werbeinvestitionen flossen in den ersten sechs Monaten des Jahres in TV-Werbung (Vorjahr: 43,4%), in den Monaten April bis Juni waren es 42,7 Prozent (Vorjahr: 43,1%). Auf Online-Werbung entfielen im ersten Halbjahr 11,4 Prozent (Vorjahr: 10,5%), im zweiten Quartal 11,9 Prozent (Vorjahr: 10,8%).

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-Share- und Media-for-Equity-Geschäften. Die Werbeumsätze der großen US-Digitalkonzerne wie zum Beispiel Google LLC („Google“) und Facebook Inc. („Facebook“) sind in den Nielsen-Zahlen ebenfalls nicht reflektiert, sie bilden daher nicht den gesamten Brutto-Markt ab. Dadurch ergeben sich auch die Unterschiede zu der Netto-Entwicklung des TV-Werbemarkts.

Nach dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie stieg die bereits im Jahr 2019 in Deutschland vorherrschende Unsicherheit um die makroökonomischen Entwicklungen weiter an. Dies betrifft nicht nur Investitionen in den deutschen TV-Werbemarkt, sondern tendenziell die gesamte Werbeindustrie weltweit. Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) meldete daher bereits für März 2020, je nach Werbeträger und Segment, Rückgänge in den Erlösen zwischen 30 und 80 Prozent. Im April war ein Rückgang der Werbung über alle Medien hinweg von mindestens rund 40 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat zu verzeichnen. → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen](#)

Aus Sicht der ProSiebenSat.1 Group hat sich der TV-Werbemarkt auf Netto-Basis im ersten Halbjahr sowie im zweiten Quartal 2020 unter dem Vorjahresniveau entwickelt. Das COVID-19-geprägte Umfeld wirkte sich von April bis Juni 2020 negativ auf das Investitionsverhalten der Werbewirtschaft aus. Die weitere Entwicklung für das Gesamtjahr 2020 ist trotz erster von der ProSiebenSat.1 Group verzeichneter Erholungstendenzen für den TV-Werbemarkt seit Juli 2020 aufgrund der anhaltenden gesamtwirtschaftlichen Unsicherheit derzeit nicht abschätzbar.

Die ProSiebenSat.1 Group ist Marktführer im deutschen TV-Werbemarkt und erwirtschaftete laut Nielsen Media Research im ersten Halbjahr 2020 TV-Werbeinnahmen von 2,45 Mrd Euro brutto

(Vorjahr: 2,77 Mrd Euro). Daraus resultierte für die ersten sechs Monate des Jahres ein Marktanteil von 36,7 Prozent (Vorjahr: 38,1%). Im zweiten Quartal lagen die TV-Werbeinnahmen bei 1,11 Mrd Euro (Vorjahr: 1,42 Mrd Euro). Der Konzern erzielte damit in den Monaten April bis Juni 2020 einen Marktanteil von 36,7 Prozent (Vorjahr: 38,4%).

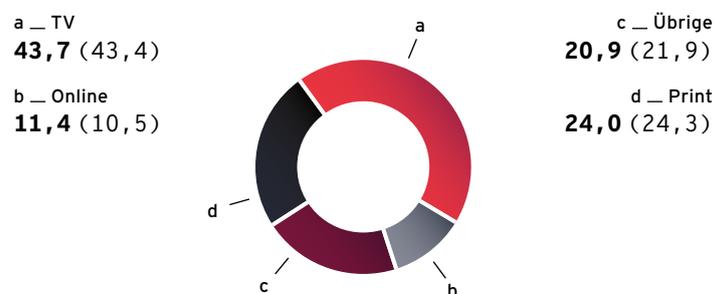
Aus der Vermarktung von InStream-Videoanzeigen, die online vor, nach oder während eines Bewegtbild-Streams gezeigt werden, erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group im ersten Halbjahr 2020 einen Brutto-Umsatz von 105,2 Mio Euro (Vorjahr: 129,8 Mio Euro). Dies entspricht einem Rückgang von 18,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Im zweiten Quartal sanken die Brutto-Erlöse des Konzerns um 36,7 Prozent auf 47,2 Mio Euro (Vorjahr: 74,5 Mio Euro), woraus ein Marktanteil von 36,2 Prozent (Vorjahr: 42,3%) resultiert. Das Marktvolumen für Werbebudgets in InStream-Videoanzeigen verzeichnete im Sechsmonatszeitraum in Deutschland einen Rückgang von 10,5 Prozent auf 283,6 Mio Euro brutto (Vorjahr: 316,7 Mio Euro), im zweiten Quartal belief es sich auf 130,4 Mio Euro brutto (Vorjahr: 176,1 Mio Euro). Insgesamt verringerten sich die Investitionen in Online-Werbeformen im ersten Halbjahr 2020 um 1 Prozent auf 1,74 Mrd Euro (Vorjahr: 1,76 Mrd Euro). Daraus erwirtschaftete der Konzern in den ersten sechs Monaten des Jahres 2020 einen Umsatz von 135,9 Mio Euro (-17,2%). In den Monaten April bis Juni 2020 lagen die Investitionen bei 844,3 Mio Euro (Vorjahr: 922,9 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group erwirtschaftete im zweiten Quartal einen Umsatz von 60,6 Mio Euro (-35,2%). Neben InStream-Videos umfasst der Online-Werbemarkt auch Display Ads wie klassische Banner und Buttons.

Aus Sicht der ProSiebenSat.1 Group hat sich der Online-Werbemarkt auf Netto-Basis im ersten Halbjahr 2020 unter dem Vorjahresniveau entwickelt. Dies ist - nach einem Plus im ersten Quartal 2020 - auf den negativen Einfluss des COVID-19-geprägten Umfelds zurückzuführen. Aus der resultierenden gesamtwirtschaftlichen Unsicherheit ist die weitere Entwicklung für das Jahr 2020 derzeit für den Online-Werbemarkt nicht abschätzbar - trotz erster von der ProSiebenSat.1 Group verzeichneter Erholungstendenzen seit Juli 2020.

! Nielsen Media Research weist auch für den Online-Werbemarkt in Deutschland Brutto-Zahlen aus. Diese enthalten jedoch u.a. nicht Google/YouTube, Facebook und bilden daher nicht den gesamten Markt ab. Für den Gesamt-Online-Video Markt ist davon auszugehen, dass dieser gewachsen ist.

MEDIA-MIX DEUTSCHER BRUTTO-WERBEMARKT

in Prozent, Vorjahreswerte H1 2019 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research; Abruf am 16. Juli 2020.

MEDIA-MIX DEUTSCHER BRUTTO-WERBEMARKT

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2019 in Klammern

a _ TV
42,7 (43,1)

b _ Online
11,9 (10,8)



c _ Übrige
20,3 (21,7)

d _ Print
25,1 (24,4)

Quelle: Nielsen Media Research; Abruf am 16. Juli 2020.

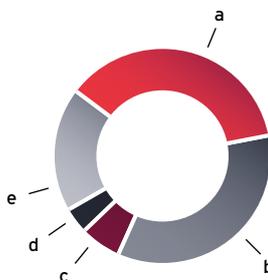
MARKTANTEILE DEUTSCHER BRUTTO-TV-WERBEMARKT

in Prozent, Vorjahreswerte H1 2019 in Klammern

a _ SevenOne Media
36,7 (38,1)

b _ IP Deutschland
34,8 (33,5)

c _ EL-Cartel
6,2 (6,4)



d _ Öffentlich-Rechtliche
3,9 (4,1)

e _ Übrige
18,4 (17,9)

Quelle: Nielsen Media Research; Abruf am 16. Juli 2020.

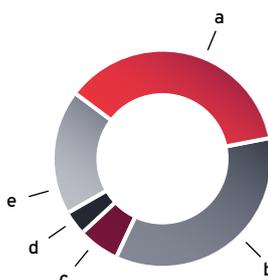
MARKTANTEILE DEUTSCHER BRUTTO-TV-WERBEMARKT

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2019 in Klammern

a _ SevenOne Media
36,7 (38,4)

b _ IP Deutschland
35,1 (33,8)

c _ EL-Cartel
6,2 (6,5)



d _ Öffentlich-Rechtliche
3,5 (3,7)

e _ Übrige
18,5 (17,7)

Quelle: Nielsen Media Research; Abruf am 16. Juli 2020.

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

in Prozent

Entwicklung TV-Werbemarkt H1 2020
(Abweichung vs. Vorjahr)

Deutschland	- 8,4
Österreich	- 10,8
Schweiz	- 14,4

Marktanteile ProSiebenSat.1 Group H1 2020

Deutschland	36,7	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group H1 2019	38,1
Österreich	43,6		45,0
Schweiz	29,0		27,8

Deutschland: Nielsen Media Research, brutto, Januar - Juni; Abruf am 16. Juli 2020.

Österreich: Media Focus, brutto, Januar - Mai.

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

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

in Prozent

Entwicklung TV-Werbemarkt Q2 2020
(Abweichung vs. Vorjahr)

Deutschland	- 18,1
Österreich	- 23,6
Schweiz	- 25,8

Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q2 2020

Deutschland	36,7	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q2 2019	38,1
Österreich	44,0		44,7
Schweiz	30,1		29,0

Deutschland: Nielsen Media Research, brutto, April - Juni; Abruf am 16. Juli 2020.

Österreich: Media Focus, brutto, April - Mai.

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

Entwicklung der Zuschauermarktanteile und Nutzerzahlen

Im ersten Halbjahr 2020 verzeichneten die Sender der ProSiebenSat.1 Group einen gemeinsamen Zuschauermarktanteil von 27,4 Prozent (Vorjahr: 28,1%) bei den 14- bis 49-Jährigen. Im zweiten Quartal lag dieser bei 28,2 Prozent (Vorjahr: 28,4%). Mit Formaten wie dem „ProSieben Spezial: Corona Update Live“ und dem „Frühstücksfernsehen Spezial“ kommt der Konzern seinem gesellschaftlichen Auftrag als systemkritisches Medienunternehmen nach. In einem „ProSieben Spezial: Black Lives Matter - Die Welt gegen Rassismus“ beleuchtete die Gruppe zudem die Protestbewegung gegen Rassismus und ordnet so weltweite gesellschaftliche Entwicklungen für die Zuschauer ein. Gleichzeitig erfüllt die Sendergruppe mit Unterhaltungsformaten wie „The Masked Singer“ und „Joko und Klaas vs. ProSieben“ das Bedürfnis des Publikums nach Abwechslung und Ablenkung. Damit verzeichnete die ProSiebenSat.1 Group in der für die Werbekunden wichtigen Prime Time seit Anfang des Jahres im Vergleich zum ersten Halbjahr 2019 ein Plus von 1,1 Prozentpunkten bei den Zuschauermarktanteilen. Die von der IP Deutschland vermarkteten Sender RTL, VOX, n-tv, Super RTL, NITRO, RTLplus und VOXup kamen im Sechsmonatszeitraum auf einen gemeinsamen Zuschauermarktanteil von

25,9 Prozent (Vorjahr: 25,8 %). Im zweiten Quartal 2020 belief sich dieser auf 25,2 Prozent (Vorjahr: 25,2 %).

Die COVID-19-Krise sorgt in der Gesellschaft für ein erhöhtes Informationsbedürfnis und einen wachsenden Bedarf an Unterhaltung. Entsprechend ist die Sehdauer der Entertainment-Angebote des Konzerns sowohl im ersten Halbjahr als auch im zweiten Quartal gestiegen. In den ersten sechs Monaten des Jahres erzielte die Gruppe eine Total Video Viewtime von 558.072 Mio Minuten (Vorjahr: 539.976 Mio Minuten). Im zweiten Quartal 2020 verzeichnete der Konzern 275.240 Mio Minuten (Vorjahr: 257.154 Mio Minuten). Dies bedeutet ein Wachstum von 3,4 Prozent im ersten Halbjahr bzw. 7,0 Prozent im zweiten Quartal 2020. Die Total Video Viewtime entspricht der Gesamtsumme der gesehenen Minuten über die linearen und nicht-linearen Plattformen der ProSiebenSat.1 Group hinweg.

Fernsehen ist weiterhin Leitmedium. Im ersten Halbjahr 2020 entfielen bei den 14- bis 69-Jährigen 218 Minuten der täglichen Mediennutzung auf TV (Vorjahr: 207 Minuten). Im zweiten Quartal belief sich die TV-Nutzung auf 210 Minuten täglich (Vorjahr: 192 Minuten). Insbesondere in den Monaten März und April 2020 wuchs die tägliche TV-Nutzungsdauer vor dem Hintergrund des gestiegenen Bedürfnisses nach Unterhaltung und Information in einem COVID-19-geprägten Umfeld deutlich von 217 Minuten im Vorjahr auf 234 Minuten bzw. von 200 Minuten auf 228 Minuten.

ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Prozent

	H1 2020	H1 2019	Q2 2020	Q2 2019
Deutschland	27,4	28,1	28,2	28,4
Österreich	28,0	27,5	28,6	28,2
Schweiz	16,1	17,9	16,4	17,7

Deutschland: ProSiebenSat.1 Group: SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX, Kabel Eins Doku / AGF in Zusammenarbeit mit GfK / Marktstandard TV / VideoScope 1.3 / 01.01.2019-30.06.2020 / Zielgruppe 14-49 Jahre.

Österreich: 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 (seit 2020) / AGTT / GfK TELETEST / Evogenius Reporting / 01.01.2019-30.06.2020 / personengewichtet / inklusive VOSDAL/Timeshift / Standard / Zielgruppe 12-49 Jahre.

Schweiz: Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo-So). SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, Kabel Eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 GOLD Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, Puls 8 / Marktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz / D-CH / Totalsignal / Mediapulse TV Panel / 01.01.2019-30.06.2020 / Zielgruppe 15-49 Jahre.

Der Konzern verfügt in seinem Hauptumsatzmarkt Deutschland über sieben TV-Marken, die sich komplementär ergänzen und unterschiedliche Zuschauergruppen ansprechen. Zudem bietet die Gruppe in Österreich und der Schweiz ein komplementäres Profil aus verschiedenen werbefinanzierten Free-TV-Sendern.

Neben immer zielgruppenspezifischeren Zuschaueransprachen eröffnet die fortschreitende Digitalisierung der ProSiebenSat.1 Group auch neue Umsatzmodelle für das TV-Geschäft. Die Distribution von Programmen in HD-Qualität über unterschiedliche Übertragungswege, z. B. über Terrestrik, Kabel, IPTV und OTT/Mobil, sind Beispiele hierfür. Der Konzern partizipiert an den technischen Freischaltentgelten, die Endkunden für Programme in HD-Qualität an die jeweiligen Anbieter entrichten. In den ersten fünf Monaten des Jahres verzeichneten die HD-Sender der ProSiebenSat.1 Group in Deutschland 10,4 Mio Nutzer, das sind über 5 Prozent mehr als im Vorjahr. Zusätzlich wurden vermehrt Sendungen im neuen Standard Ultra High Definition (UHD)

ausgestrahlt. Auch in Österreich und der Schweiz bietet der Konzern seine Programme in HD-Qualität an.

Kooperationen unterstreichen die strategische Zielsetzung des Konzerns, Programme über möglichst viele Verbreitungswege anzubieten und Reichweiten crossmedial auszubauen. Im Rahmen dieser Entertainment-Strategie hat die ProSiebenSat.1 Group gemeinsam mit Discovery Communications Europe Ltd. („Discovery“) die Streaming-Plattform Joyn GmbH („Joyn“) als Joint Venture gegründet und im Juni 2019 gelauncht. Der Streaming-Dienst bietet Zuschauern über 60 Sender im Livestream sowie ein umfangreiches On-Demand-Angebot mit eigenproduzierten lokalen Serien, Shows und exklusiven Previews. Seit November 2019 ergänzt der kostenpflichtige Service Joyn PLUS+ mit exklusiven Inhalten, Originals, Pay-TV-Sendern sowie Inhalten in HD das Angebot. Laut AGOF-Messung (Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e. V.) erreichte der kostenfreie Streaming-Dienst Joyn im Juni 2020 in Deutschland 3,18 Mio Unique User.

Die standardisierte Reichweitenwährung Unique User, also der „einzelne Nutzer“, drückt aus, wie viele Personen in einem bestimmten Zeitraum mindestens einen Kontakt mit einem Werbeträger hatten. Der Unique User ist u.a. die Grundlage für die Berechnung von Reichweiten und Strukturen von Online-Werbeträgern.

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil des Portfolios der ProSiebenSat.1 Group ist Studio71. Das Digital-Studio distribuiert die digitalen Inhalte der Sendergruppe über Social-Media-Plattformen und arbeitet in Deutschland sowie in den USA, Kanada, Großbritannien, Frankreich und Italien mit vielen der reichweitenstärksten Social Influencern zusammen. Im ersten Halbjahr 2020 erzielte Studio71 rund 11 Mrd Video Views im Monat allein auf der Plattform YouTube (Vorjahr: 9,9 Mrd Video Views).

ERTRAGSLAGE DES KONZERNS

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
Umsatzerlöse	1.634	1.860	-226	-12,1
Gesamtkosten	1.604	1.605	-1	0,0
Operative Kosten	1.469	1.475	-5	-0,4
Betriebsergebnis (EBIT)	45	273	-228	-83,5
Adjusted EBIT	88	319	-230	-72,3
Adjusted EBITDA	180	403	-223	-55,4
Sondereffekte	-14	-19	5	-28,0
EBITDA	166	384	-218	-56,7
Finanzergebnis	-70	36	-106	~
Ergebnis vor Steuern	-26	309	-335	~
Ertragsteuern	-5	-94	90	-95,2
Konzernergebnis	-30	215	-245	~
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	-17	215	-232	~
Adjusted net income	7	179	-172	-96,3

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	Q2 2020	Q2 2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
Umsatzerlöse	709	947	-239	-25,2
Gesamtkosten	751	812	-61	-7,5
Operative Kosten	693	743	-50	-6,7
Betriebsergebnis (EBIT)	-35	144	-180	~
Adjusted EBIT	-21	168	-188	~
Adjusted EBITDA	23	213	-190	-89,1
Sondereffekte	-2	-9	7	-78,9
EBITDA	21	204	-182	-89,6
Finanzergebnis	-33	-13	-19	~
Ergebnis vor Steuern	-68	131	-199	~
Ertragsteuern	7	-37	45	~
Konzernergebnis	-61	94	-154	~
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	-54	93	-147	~
Adjusted net income	-52	85	-136	~

Umsatzentwicklung

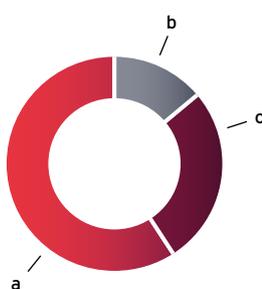
Die **Umsatzerlöse** der ProSiebenSat.1 Group sanken im ersten Halbjahr 2020 um 12 Prozent auf 1.634 Mio Euro (Vorjahr: 1.860 Mio Euro). Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte war ein Umsatzrückgang von 13 Prozent zu verzeichnen. Der Umsatzanteil aus Erstkonsolidierungen belief sich im ersten Halbjahr 2020 auf insgesamt 14 Mio Euro, wozu insbesondere die Online-Vermittlung für Produkte und Dienstleistungen bei Around Holding GmbH („be Around“) beigetragen hat. Der starke Rückgang der Umsatzerlöse ist auf die Mitte März beginnenden Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und die dadurch bedingten Beschränkungen des öffentlichen und wirtschaftlichen Lebens zurückzuführen. Hiervon war wie erwartet im besonderen Maße die Entwicklung der Werbeumsätze betroffen. Dies hat im zweiten Quartal 2020 zu einem Umsatzrückgang von 25 Prozent auf 709 Mio Euro (Vorjahr: 947 Mio Euro) geführt. Der Anteil des Nicht-Werbegeschäfts am Konzernumsatz ist im Sechsmonatszeitraum 2020 vor allem durch die COVID-19-bedingten Rückgänge der Werbebuchungen auf 50 Prozent gestiegen (Vorjahr: 45 %).

Umsatz nach Segmenten

ANTEIL DER UMSATZERLÖSE NACH SEGMENTEN

in Prozent, Vorjahreswerte H1 2019 in Klammern

a — SevenOne Entertainment Group
59 (63)



b — Red Arrow Studios
14 (15)

c — NuCom Group
27 (21)

ANTEIL DER UMSATZERLÖSE NACH SEGMENTEN

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2019 in Klammern

a — SevenOne Entertainment Group
56 (63)



b — Red Arrow Studios
14 (16)

c — NuCom Group
29 (21)

Die Umsatzbeiträge der einzelnen Segmente zum Konzernumsatz entwickelten sich im ersten Halbjahr 2020 wie folgt:

Der **Außenumsatz** des Segments **SevenOne Entertainment Group** betrug 961 Mio Euro (Vorjahr: 1.180 Mio Euro) und lag damit 19 Prozent unter dem Vorjahreswert. Dies ist primär auf den Rückgang der gesamten Werbeerlöse aufgrund der COVID-19-bedingten geringeren Werbebuchungen zurückzuführen und spiegelt die allgemeine Markt- und Konjunktorentwicklung wider. Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte lag der Rückgang ebenfalls bei 19 Prozent. Nachdem erste Auswirkungen der Pandemie auf den Werbemarkt bereits Mitte März zu verzeichnen waren, verstärkte sich diese Entwicklung im zweiten Quartal und führte zu einem Rückgang der gesamten Werbeerlöse von 37 Prozent. Im ersten Halbjahr betrug der Rückgang 21 Prozent. Positiv entwickelten sich hingegen die Werbeerlöse des AdTech-Bereichs mit dem automatisierten Werbezeitenhandel. Die sonstigen Umsatzerlöse verzeichneten im ersten Halbjahr einen Rückgang in Höhe von 3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, wiederum stark geprägt vom zweiten Quartal, das um 11 Prozent unter dem Vorjahresquartal lag. Hier waren vor allem die Bereiche Sport und Starwatch Entertainment betroffen, da COVID-19-bedingt keine Veranstaltungen stattfinden konnten. Das Wachstum der Distributionserlöse aufgrund steigender HD-Nutzerzahlen im ersten Halbjahr konnte diesen Rückgang nicht vollständig kompensieren. → [Rahmenbedingungen des Konzerns](#)

Der **Außenumsatz** im Segment **Red Arrow Studios** verringerte sich im ersten Halbjahr 2020 um 17 Prozent auf 236 Mio Euro (Vorjahr: 283 Mio Euro). Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte lag der Umsatz um 18 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Auch hier waren die Auswirkungen der COVID-19-bedingten staatlichen Einschränkungen deutlich spürbar, wobei das internationale Produktionsgeschäft besonders betroffen war. Vor allem in den USA mussten Programmproduktionen bereits Mitte März weitgehend gestoppt bzw. verschoben werden, was im zweiten Quartal zu einem starken Umsatzrückgang im Produktionsbereich von 52 Prozent führte. Durch den Rückgang der Werbebuchungen konnte auch Studio71 im zweiten Quartal sein dynamisches Wachstum der ersten Monate nicht auf demselben Niveau fortsetzen, so dass für das erste Halbjahr ein niedriges einstelliges Wachstum zu verzeichnen war. → [Rahmenbedingungen des Konzerns](#)

Im Segment **NuCom Group** ist der **Außenumsatz** im ersten Halbjahr 2020 hingegen weiterhin gewachsen und um 10 Prozent auf 437 Mio Euro gestiegen (Vorjahr: 397 Mio Euro). Die Erstkonsolidierung von be Around im März 2019 hat diese Entwicklung positiv beeinflusst. Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte belief

sich der Umsatzanstieg auf 6 Prozent. Trotz der COVID-19-bedingten Beschränkungen konnten vor allem der Online-Beauty-Anbieter Flaconi GmbH („Flaconi“), das Partnervermittlungsgeschäft der Parship Group sowie der OTC-Anbieter Windstar Medical GmbH („Windstar“) mit deutlichen Zuwächsen ihr Umsatzwachstum fortsetzen. Negative Auswirkungen hatten die COVID-19-bedingten Einschränkungen des öffentlichen Lebens seit März 2020 hingegen auf das Reise- und Transportgeschäft sowie die Freizeitbranche; dies hat das Geschäft der Portfolio-Unternehmen Silvertours und Jochen Schweizer mydays negativ beeinflusst. Die dort entstandenen Rückgänge dämpften entsprechend das Wachstum der NuCom Group im zweiten Quartal bzw. dem ersten Halbjahr. → [Rahmenbedingungen des Konzerns](#)

UMSATZERLÖSE DES KONZERNS NACH SEGMENTEN

in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
SevenOne Entertainment Group	961	1.180	-219	-18,5
Red Arrow Studios	236	283	-47	-16,7
NuCom Group	437	397	40	10,1
Umsatzerlöse	1.634	1.860	-226	-12,1

	Q2 2020	Q2 2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
SevenOne Entertainment Group	398	601	-203	-33,7
Red Arrow Studios	102	148	-47	-31,4
NuCom Group	209	198	11	5,3
Umsatzerlöse	709	947	-239	-25,2

Kostenentwicklung

GESAMTKOSTEN in Mio Euro

	H1 2020	in % der Umsatzerlöse	H1 2019	in % der Umsatzerlöse
Gesamtkosten	1.604	98,1	1.605	86,3
Umsatzkosten	1.051	64,3	1.057	56,8
Vertriebskosten	299	18,3	292	15,7
Verwaltungskosten	246	15,1	252	13,5
Sonstige betriebliche Aufwendungen	8	0,5	4	0,2

	Q2 2020	in % der Umsatzerlöse	Q2 2019	in % der Umsatzerlöse
Gesamtkosten	751	106,0	812	85,7
Umsatzkosten	499	70,5	535	56,4
Vertriebskosten	137	19,3	151	16,0
Verwaltungskosten	113	15,9	125	13,1
Sonstige betriebliche Aufwendungen	2	0,3	2	0,2

Die **Gesamtkosten** des Konzerns lagen im ersten Halbjahr 2020 mit 1.604 Mio Euro auf dem Niveau des Vorjahres (Vorjahr: 1.605 Mio Euro). Der leichte Rückgang der Umsatzkosten um 1 Prozent auf 1.051 Mio Euro (Vorjahr: 1.057 Mio Euro) resultiert insbesondere aus niedrigeren Personalkosten. Diese sanken um 9 Mio Euro bzw. 6 Prozent auf 149 Mio Euro (Vorjahr: 158 Mio Euro). Dies spiegelt vor

allem die von der Pandemie bedingten Produktionsstopps und -verschiebungen im Produktionsgeschäft der Red Arrow Studios wider sowie Kurzarbeit in von COVID-19-Auswirkungen besonders betroffenen Portfolio-Unternehmen der NuCom Group. Im zweiten Quartal reduzierten sich die **Gesamtkosten** um 61 Mio Euro bzw. 7 Prozent auf 751 Mio Euro. Ursache hierfür waren insbesondere die Auswirkungen der COVID-19-Krise sowie die entsprechenden im Frühjahr angekündigten Kostenmaßnahmen über alle Segmente hinweg. Die Umsatzkosten betragen 499 Mio Euro und lagen damit 35 Mio Euro bzw. 7 Prozent unter dem Vorjahreswert.

Der größte Anteil an den Umsatzkosten entfällt auf die Sachkosten, die im ersten Halbjahr einen Anstieg um 4 Prozent bzw. 12 Mio Euro auf 324 Mio Euro verzeichneten. Hier wirkte sich vor allem der höhere Wareneinsatz im Zusammenhang mit dem Umsatzwachstum im Segment NuCom Group aus. Im Segment Red Arrow Studios waren dagegen die Produktionskosten aufgrund der COVID-19-bedingten Produktionsstopps und -verschiebungen rückläufig. Der Werteverzehr auf das Programmvermögen war im ersten Halbjahr mit 447 Mio Euro (Vorjahr: 449 Mio Euro) annähernd stabil.

Die Vertriebskosten des Konzerns erhöhten sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 3 Prozent auf 299 Mio Euro (Vorjahr: 292 Mio Euro). Gründe hierfür waren insbesondere höhere Marketing- und marketingnahe Aufwendungen in Höhe von 159 Mio Euro (Vorjahr: 141 Mio Euro). Die Entwicklung ist zum einen auf die Erstkonsolidierung von be Around im Geschäftsjahr 2019 (Effekt von 9 Mio Euro) und zum anderen auf wachstumsbedingt höhere Marketingaktivitäten der Portfolio-Unternehmen eHarmony sowie Flaconi zurückzuführen. Die Vertriebskosten im zweiten Quartal 2020 betragen 137 Mio Euro und lagen damit 14 Mio Euro bzw. 10 Prozent unter dem Vorjahreswert.

Die Verwaltungskosten sind im Sechsmonatszeitraum mit 246 Mio Euro leicht gesunken (Vorjahr: 252 Mio Euro). Der Rückgang in Höhe von 2 Prozent resultiert unter anderem wie angekündigt aus geringeren Reise- und Bewirtungskosten sowie geringerem Beratungsaufwand. Die Personalaufwendungen enthalten auch Abfindungen für die Vorstandsmitglieder Max Conze und Conrad Albert in der Größenordnung von insgesamt rund 7 Mio Euro. Im zweiten Quartal 2020 betragen die Verwaltungskosten 113 Mio Euro und lagen damit 12 Mio Euro bzw. 9 Prozent unter dem Vorjahreswert. → [Wesentliche Ereignisse](#)

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG OPERATIVE KOSTEN

in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
Gesamtkosten	1.604	1.605	-1	0,0
Zu bereinigende Aufwendungen	14	20	-6	-29,7
Abschreibungen und Wertminderungen ¹	121	110	11	9,6
Operative Kosten	1.469	1.475	-5	0,4

	Q2 2020	Q2 2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
Gesamtkosten	751	812	-61	7,5
Zu bereinigende Aufwendungen	2	10	-8	79,8
Abschreibungen und Wertminderungen ¹	57	59	-3	4,6
Operative Kosten	693	743	-50	6,7

¹ Auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Die **operativen Kosten** betragen 1.469 Mio Euro (Vorjahr: 1.475 Mio Euro) und lagen damit nahezu auf dem Niveau des Vorjahres. Dabei hat die umsatzgetriebene Kostensteigerung durch das Wachstum im Segment NuCom Group den COVID-19-bedingten Rückgang der Produktionskosten in den Segmenten Red Arrow Studios und SevenOne Entertainment Group weitgehend ausgeglichen.

Adjusted EBITDA

Das **adjusted EBITDA** ging im ersten Halbjahr 2020 um 55 Prozent oder 223 Mio Euro auf 180 Mio Euro zurück. Die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 11,0 Prozent (Vorjahr: 21,7%). Die Ergebnis- und Margenentwicklung ist erwartungsgemäß stark durch die COVID-19-bedingten Auswirkungen auf das Geschäft des Konzerns im zweiten Quartal geprägt - insbesondere im Segment SevenOne Entertainment Group. Diese haben wie angekündigt vor allem zu einem Rückgang des margenstarken Werbegeschäfts geführt sowie die unterschiedlichen Ertragsstrukturen der einzelnen Segmente negativ beeinflusst. Entsprechend reduzierte sich das **adjusted EBITDA** im zweiten Quartal um 89 Prozent oder 190 Mio Euro auf 23 Mio Euro. Die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 3,3 Prozent (Vorjahr: 22,5%).

Das **adjusted EBITDA** des Segments **SevenOne Entertainment Group** verzeichnete gegenüber dem Vorjahreshalbjahr einen Rückgang von 59 Prozent bzw. 221 Mio Euro auf 155 Mio Euro. Dieser ist insbesondere auf die COVID-19-bedingt geringeren Werbeumsätze zurückzuführen. Die **adjusted EBITDA-Marge** verringerte sich entsprechend

auf 15,5 Prozent (Vorjahr: 30,9%). Besonders stark betroffen war das zweite Quartal; hier lag das **adjusted EBITDA** mit 13 Mio Euro um 93 Prozent unter dem Vorjahr (Vorjahr: 197 Mio Euro). Die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 3,2 Prozent (Vorjahr: 31,9%).

Im Segment **Red Arrow Studios** blieb das **adjusted EBITDA** mit 9 Mio Euro (Vorjahr: 17 Mio Euro) um 49 Prozent deutlich unter Vorjahresniveau. Die **adjusted EBITDA-Marge** verzeichnete einen Rückgang auf 3,3 Prozent (Vorjahr: 5,4%) und reflektiert damit die COVID-19-Auswirkungen, insbesondere auf das Produktionsgeschäft. Folglich verringerte sich das **adjusted EBITDA** im zweiten Quartal um 94 Prozent auf 1 Mio Euro. Die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 0,5 Prozent (Vorjahr: 5,3%).

Das Segment **NuCom Group** erzielte im ersten Halbjahr 2020 ein **adjusted EBITDA** von 28 Mio Euro und lag damit um 23 Prozent unter dem Vorjahreswert von 36 Mio Euro. Die Veränderung ist insbesondere auf die rückläufigen Umsatzerlöse von Silvertours und Jochen Schweizer mydays im Zusammenhang mit COVID-19-bedingten Stornierungen und geringeren Buchungen zurückzuführen. Das Umsatzwachstum des Partnervermittlungsgeschäfts konnte dies nur teilweise kompensieren. Die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 6,4 Prozent (Vorjahr: 9,1%). Die Ergebnisentwicklung ist zudem beeinflusst von den unterschiedlichen Margenstrukturen der einzelnen Geschäftsmodelle. Im zweiten Quartal verringerte sich das **adjusted EBITDA** um 26 Prozent bzw. 5 Mio Euro auf 13 Mio Euro (Vorjahr: 17 Mio Euro). Die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 6,1 Prozent (Vorjahr: 8,7%).

ADJUSTED EBITDA NACH SEGMENTEN in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019	Veränderung abs.	Veränderung in %	Adjusted EBITDA-Marge H1 2020 (in %) ¹	Adjusted EBITDA-Marge H1 2019 (in %) ¹
SevenOne Entertainment Group	155	375	- 221	- 58,8	15,5	30,9
Red Arrow Studios	9	17	- 9	- 49,1	3,3	5,4
NuCom Group	28	36	- 8	- 22,9	6,4	9,1
Überleitung (Holding & Sonstiges)	- 11	- 26	14	- 55,6		
Summe adjusted EBITDA	180	403	- 223	- 55,4		

	Q2 2020	Q2 2019	Veränderung abs.	Veränderung in %	Adjusted EBITDA-Marge Q2 2020 (in %) ¹	Adjusted EBITDA-Marge Q2 2019 (in %) ¹
SevenOne Entertainment Group	13	197	- 183	- 93,2	3,2	31,9
Red Arrow Studios	1	9	- 9	- 94,0	0,5	5,3
NuCom Group	13	17	- 5	- 26,3	6,1	8,7
Überleitung (Holding & Sonstiges)	- 3	- 10	7	- 66,1		
Summe adjusted EBITDA	23	213	- 190	- 89,1		

¹ Auf Basis der Gesamtsegmentumsatzerlöse.

Die folgende Tabelle zeigt die Überleitung des adjusted EBITDA zum Konzernergebnis:

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED EBITDA ZUM KONZERNERGEBNIS

in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
Adjusted EBITDA	180	403	-223	-55,4
Sondereffekte	-14	-19	5	-28,0
EBITDA	166	384	-218	-56,7
Abschreibungen und Wertminderungen	-121	-110	-11	9,6
davon aus Kaufpreisallokationen	-27	-25	-2	8,3
Betriebsergebnis (EBIT)	45	273	-228	-83,5
Finanzergebnis	-70	36	-106	~
Ertragsteuern	-5	-94	90	-95,2
Konzernergebnis	-30	215	-245	~

	Q2 2020	Q2 2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
Adjusted EBITDA	23	213	-190	-89,1
Sondereffekte	-2	-9	7	-78,9
EBITDA	21	204	-182	-89,6
Abschreibungen und Wertminderungen	-57	-59	3	-4,6
davon aus Kaufpreisallokationen	-11	-13	1	-10,4
Betriebsergebnis (EBIT)	-35	144	-180	~
Finanzergebnis	-33	-13	-19	~
Ertragsteuern	7	-37	45	~
Konzernergebnis	-61	94	-154	~

Das **EBITDA** des Konzerns ist im ersten Halbjahr 2020 um 57 Prozent oder 218 Mio Euro gesunken und belief sich auf 166 Mio Euro. Im zweiten Quartal 2020 verzeichnete das **EBITDA** einen Rückgang von 90 Prozent auf 21 Mio Euro (Vorjahr: 204 Mio Euro). Das EBITDA beinhaltet Sondereffekte in Höhe von minus 14 Mio Euro gegenüber minus 19 Mio Euro im Vorjahr, die im Berichtsjahr mehrheitlich im ersten Quartal 2020 entstanden sind. Diese setzen sich wie folgt zusammen:

Aus M&A-Projekten folgten Aufwendungen in Höhe von 8 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro), die im Wesentlichen auf das Segment NuCom Group im Zusammenhang mit der The Meet Group-Transaktion entfielen. Im ersten Halbjahr 2020 betrug die Reorganisationsaufwendungen 4 Mio Euro (Vorjahr: 16 Mio Euro). Die Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten beliefen sich auf 4 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) und enthalten vor allem die beschriebenen Aufwendungen für die Veränderungen im Vorstand sowie einen Ertrag aus der Auflösung einer in 2017 gebildeten Rückstellung für drohende Verluste. Gegenläufig wirkten sich Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen in Höhe von 3 Mio Euro aus (Vorjahr: 3 Mio Euro). → [Wesentliche Ereignisse](#)

Die Abschreibungen und Wertminderungen verzeichneten im ersten Halbjahr 2020 einen Anstieg um 11 Mio Euro auf 121 Mio Euro (Vorjahr: 110 Mio Euro). Diese Entwicklung basiert im Wesentlichen auf höheren Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte insbesondere aufgrund eines im Vergleich zum Vorjahr angestiegenen Bestands an selbsterstellten immateriellen Vermögenswerten.

Finanzergebnis

Das **Finanzergebnis** betrug im ersten Halbjahr 2020 minus 70 Mio Euro (Vorjahr: 36 Mio Euro). Das im Finanzergebnis enthaltene **Zinsergebnis** belief sich auf minus 32 Mio Euro (Vorjahr: -24 Mio Euro). Der vergleichsweise niedrigere Vorjahreswert ist geprägt von der nachträglichen Anerkennung der steuerlichen Abzugsfähigkeit von Einmalgebühren im Zusammenhang mit dem Abschluss des Konsortialkredits aus dem Jahr 2007. Das ebenfalls im Finanzergebnis erfasste **Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen** lag bei minus 28 Mio Euro (Vorjahr: -20 Mio Euro) und enthält im Wesentlichen den Anteil des Konzerns am Periodenergebnis von Joyn.

Das **sonstige Finanzergebnis** belief sich im ersten Halbjahr 2020 auf minus 10 Mio Euro (Vorjahr: 80 Mio Euro) und beinhaltet im Wesentlichen Effekte aus der Bewertung von Put-Options-Verbindlichkeiten in Höhe von 19 Mio Euro (Vorjahr: 39 Mio Euro), die insbesondere auf das Segment Red Arrow Studios entfielen. Gegenläufig wirkten sich überwiegend COVID-19-bedingte Verluste aus rückläufigen beizulegenden Zeitwerten von sonstigen Eigenkapitalinstrumenten und Wertminderungen auf at-Equity bewertete Anteile in Höhe von minus 25 Mio Euro aus (Vorjahr: -14 Mio Euro), die aus mehreren Einzelpositionen bestehen. Das Ergebnis aus Währungsumrechnung betrug minus 4 Mio Euro (Vorjahr: -14 Mio Euro). Die Finanzierungskosten beliefen sich auf minus 4 Mio Euro (Vorjahr: -7 Mio Euro). Im Vergleich zum Berichtsjahr war das sonstige Finanzergebnis im ersten Halbjahr 2019 zudem geprägt von wesentlichen Transaktionen wie dem Verkauf der Anteile am globalen Videodienst Pluto Inc. („Pluto“) in Höhe von 22 Mio Euro, der Neubewertung der at-Equity-Anteile an der Marketplace GmbH („Marketplace“) im Rahmen der Anteilsaufstockung und Vollkonsolidierung der neu gegründeten be Around in Höhe von 27 Mio Euro sowie Bewertungseffekten von Earn-Out-Verbindlichkeiten in Höhe von 20 Mio Euro.

Aus den beschriebenen Entwicklungen sank das **Ergebnis vor Steuern** im ersten Halbjahr 2020 auf minus 26 Mio Euro (Vorjahr: 309 Mio Euro) bzw. im zweiten Quartal 2020 auf minus 68 Mio Euro (Vorjahr: 131 Mio Euro). Die **Ertragsteuern** betragen im ersten Halbjahr 2020 5 Mio Euro (Vorjahr: 94 Mio Euro). Im zweiten Quartal 2020 war ein Ertrag aus Ertragsteuern in Höhe von 7 Mio Euro zu verzeichnen, wohingegen im Vergleichsquarter des Vorjahres ein Aufwand in Höhe von 37 Mio Euro anfiel.

Konzernergebnis und adjusted net income

Das **Konzernergebnis** verringerte sich im ersten Halbjahr 2020 um 245 Mio Euro und betrug minus 30 Mio Euro (Vorjahr: 215 Mio Euro), was im Wesentlichen auf die zuvor erwähnten negativen Entwicklungen des EBITDA sowie die positiven Bewertungsanpassungen im Finanzergebnis des Vorjahres zurückzuführen ist. Insbesondere im zweiten Quartal 2020 lag das **Konzernergebnis** mit minus 61 Mio Euro (Vorjahr: 94 Mio Euro) unter dem Vorjahr. Daraus ergibt sich ein entsprechender Rückgang des den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnenden Konzernergebnisses im ersten Halbjahr 2020 um 232 Mio Euro auf minus 17 Mio Euro (Vorjahr: 215 Mio Euro) bzw. im zweiten Quartal 2020 um 147 Mio Euro auf minus 54 Mio Euro (Vorjahr: 93 Mio Euro).

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED NET INCOME in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
Konzernergebnis	- 30	215	- 245	~
Sondereffekte	14	19	- 5	- 28,0
Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen	27	26 ¹	1	4,2
Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis	24	- 41	65	~
Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	- 17	- 56	38	- 68,9
Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften	- 1	- 1	1	- 52,5
Sonstige Effekte	1	8	- 7	- 91,3
Steuereffekte auf die Bereinigungen	- 12	8	- 20	~
Konzernergebnis (bereinigt)	6	178	- 173	- 96,8
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	13	1	13	~
Anderen Gesellschaftern zuzurechnende Bereinigungen	- 12	0	- 12	~
Bereinigtes anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	1	0	1	~
Adjusted net income	7	179	- 172	- 96,3
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	0,03	0,79		

¹ Inkl. Effekte auf assoziierte Unternehmen, die nach der at-Equity-Methode konsolidiert werden, in Höhe von 1 Mio Euro.

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED NET INCOME in Mio Euro

	Q2 2020	Q2 2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
Konzernergebnis	- 61	94	- 154	~
Sondereffekte	2	9	- 7	- 78,9
Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen	11	13 ¹	- 1	- 11,7
Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis	1	2	- 1	- 56,1
Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	- 3	- 30	27	- 89,0
Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften	0	- 1	1	- 100,0
Sonstige Effekte	- 1	8	- 9	~
Steuereffekte auf die Bereinigungen	- 1	- 6	5	- 76,7
Konzernergebnis (bereinigt)	- 52	90	- 142	~
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	7	- 1	7	~
Anderen Gesellschaftern zuzurechnende Bereinigungen	- 6	- 5	- 2	36,6
Bereinigtes anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	0	- 5	6	~
Adjusted net income	- 52	85	- 136	~
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	- 0,23	0,37		

¹ Inkl. Effekte auf assoziierte Unternehmen, die nach der at-Equity-Methode konsolidiert werden, in Höhe von 0 Mio Euro.

Das **adjusted net income** lag im ersten Halbjahr 2020 um 96 Prozent unter dem Vorjahr und betrug 7 Mio Euro (Vorjahr: 179 Mio Euro). Im zweiten Quartal 2020 betrug es minus 52 Mio Euro (Vorjahr: 85 Mio Euro). Dies reflektiert im Wesentlichen die Entwicklung des adjusted EBITDA. Dieser Posten ist bereinigt um die benannten Sondereffekte und wird in der Überleitungsrechnung dargestellt. Dazu zählen neben den im sonstigen Finanzergebnis erfassten Effekten auch die erwähnten Aufwendungen im Zuge von Restrukturierungen und Portfoliomaßnahmen. Das unverwässerte bereinigte Ergebnis je Aktie betrug in den ersten sechs Monaten 0,03 Euro (Vorjahr: 0,79 Euro).

ÜBERLEITUNG GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in Mio Euro

	H1 2020 IFRS	Adjust- ments	H1 2020 Adjusted
Umsatzerlöse	1.634	-/-	1.634
Gesamtkosten	-1.604	-43	-1.561
Sonstige betriebliche Erträge	15	-/-	15
Betriebsergebnis (EBIT)	45	-43	88
Abschreibungen und Wertminderungen	121	29	92
EBITDA	166	-14	180
Abschreibungen und Wertminderungen	-121	-29	-92
Finanzergebnis	-70	-4	-66
Ergebnis vor Steuern	-26	-48	22
Ertragsteuern	-5	12	-16
Konzernergebnis	-30	-36	6
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	-17	-23	7
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	-13	-12	-1

ÜBERLEITUNG GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in Mio Euro

	Q2 2020 IFRS	Adjust- ments	Q2 2020 Adjusted
Umsatzerlöse	709	-/-	709
Gesamtkosten	-751	-15	-737
Sonstige betriebliche Erträge	7	-/-	7
Betriebsergebnis (EBIT)	-35	-15	-21
Abschreibungen und Wertminderungen	57	13	44
EBITDA	21	-2	23
Abschreibungen und Wertminderungen	-57	-13	-44
Finanzergebnis	-33	4	-37
Ergebnis vor Steuern	-68	-10	-58
Ertragsteuern	7	1	6
Konzernergebnis	-61	-9	-52
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	-54	-2	-52
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	-7	-6	0

**FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE
DES KONZERNES****Liquiditäts- und Investitionsanalyse****KAPITALFLUSSRECHNUNG** in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019 ¹	Q2 2020	Q2 2019 ¹
Konzernergebnis	-30	215	-61	94
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	514	683	228	369
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-605	-762	-269	-394
Free Cashflow	-91	-79	-41	-25
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	335	-269	346	-277
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-4	3	-12	-2
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	240	-346	292	-304
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	950	1.031	898	989
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	1.190	685	1.190	685

¹ Anpassung Vorjahr siehe Konzernanhang, Ziffer 1 „Allgemeine Angaben“.

Die ProSiebenSat.1 Group erzielte im ersten Halbjahr 2020 einen **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** von 514 Mio Euro (Vorjahr: 683 Mio Euro). Der Rückgang reflektiert die rückläufige Entwicklung des operativen Ergebnisses. Gegenläufig wirkten sich geringere Steuerzahlungen aus.

INVESTITIONEN NACH SEGMENTEN¹ in Prozent,
Vorjahreswerte H1 2019 in Klammern

a _ SevenOne Entertainment Group
91 (95)

b _ Red Arrow Studios
2 (2)



c _ NuCom Group
4 (2)

d _ Überleitung (Holding & Sonstiges)
3 (1)

¹ Investitionen nach Segmenten vor M&A-Aktivitäten.

Die ProSiebenSat.1 Group weist für das erste Halbjahr 2020 einen **Cashflow aus Investitionstätigkeit** von minus 605 Mio Euro aus (Vorjahr: -762 Mio Euro). Der Rückgang des Mittelabflusses beträgt 21 Prozent bzw. 157 Mio Euro und reflektiert geringere Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen sowie geringere Auszahlungen für Zugänge zum Konsolidierungskreis. Die Investitionen in sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen lagen auf Vorjahresniveau.

– Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmrechten betrug 482 Mio Euro. Dies ist ein Rückgang von 18 Prozent oder 104 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Die Programminvestitionen entfielen wie im Vorjahr ausschließlich auf das Segment SevenOne Entertainment Group.

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

– Der Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis belief sich im ersten Halbjahr 2020 auf 24 Mio Euro (Vorjahr: 94 Mio Euro). Hier sind im Wesentlichen nachgelagerte Kaufpreiszahlungen für die US-Produktionsgesellschaften Left/Right Holdings, LLC („Left/Right“) und Fabrik Entertainment, LLC („Fabrik Entertainment“) enthalten. Der Vorjahreswert enthält die Kaufpreiszahlung für den Erwerb von be Around sowie nachgelagerte Kaufpreiszahlungen für die Virtual Minds AG („Virtual Minds“), Studio71 und für die US-Produktionsgesellschaft Kinetic Content, LLC („Kinetic Content“).

Vermögenswerte, die aus Erstkonsolidierungen stammen, werden nicht als segmentspezifische Investitionen erfasst. In der Position „Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten“ werden die für den Erwerb der erstkonsolidierten Unternehmen aufgewendeten Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente abgebildet.

– Für sonstige immaterielle Vermögenswerte flossen im ersten Halbjahr 2020 74 Mio Euro ab (Vorjahr: 79 Mio Euro). Diese beinhalten im Wesentlichen Entwicklungskosten, Lizenzen aus der Vermarktung von digitalen Angeboten, Software sowie gewerbliche Schutzrechte. Im zweiten Quartal 2020 beliefen sich die Auszahlungen für sonstige immaterielle Vermögenswerte auf 30 Mio Euro, nach 46 Mio Euro im Vorjahr. Die Investitionen in Sachanlagen betragen im Sechsmonatszeitraum 25 Mio Euro (Vorjahr: 22 Mio Euro). Diese betrafen neben technischen Anlagen sowie Mietereinbauten den Campus-Neubau am Standort Unterföhring.

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultiert ein **Free Cashflow** von minus 91 Mio Euro für das erste Halbjahr 2020 (Vorjahr: -79 Mio Euro).

Der **M&A-Cashflow** belief sich in den ersten sechs Monaten 2020 auf minus 37 Mio Euro, nach minus 94 Mio Euro im Vorjahr. Diese Entwicklung ist bedingt durch im Vergleich zum Vorjahr niedrigere Mittelabflüsse für Zugänge zum Konsolidierungskreis. Gegenläufig wirkten sich gestiegene Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte, im Wesentlichen in Bezug auf Joyn, aus. Die Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen finanziellen Vermögenswerten beliefen sich auf 28 Mio Euro (Vorjahr: 32 Mio Euro) und enthalten die Veräußerung der Anteile an der gamigo AG („Gamigo“).

Der **Free Cashflow vor M&A** betrug im ersten Halbjahr 2020 minus 55 Mio Euro (Vorjahr: 15 Mio Euro). Die Veränderung reflektiert die rückläufige Entwicklung des operativen Ergebnisses als Folge der COVID-19-Auswirkungen. Gegenläufig wirkten sich geringere Auszahlungen für Programminvestitionen sowie Steuerzahlungen aus. Der in Relation zum deutlich gesunkenen Ergebnis moderate Rückgang des Free Cashflow vor M&A unterstreicht die Anstrengungen des Konzerns, die Liquidität in dem durch die Pandemie geprägten, unsicheren Umfeld langfristig zu sichern.

Der Free Cashflow bildet die Summe der im operativen Geschäft erwirtschafteten Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente abzüglich des Saldos der im Rahmen der Investitionstätigkeit verwendeten und erwirtschafteten Mittel ab. Der Free Cashflow vor M&A wird definiert als Free Cashflow bereinigt um verwendete und erwirtschaftete Mittel aus M&A-Transaktionen (exkl. Transaktionskosten) im Rahmen von durchgeführten und geplanten Mehrheitserwerben, dem Erwerb und Verkauf von at-Equity bewerteten Anteilen sowie sonstigen Beteiligungen mit der Ausnahme von „Media-for-Equity“-Beteiligungen.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** belief sich im ersten Halbjahr 2020 auf 335 Mio Euro (Vorjahr: -269 Mio Euro). Die Entwicklung zeigt einen Mittelzufluss aus dem in Anspruch genommenen Anteil der revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) Anfang des zweiten Quartals 2020 in Höhe von 350 Mio Euro, zudem wirkt sich die Rücknahme des Dividendenvorschlags für das Geschäftsjahr 2019 aus (Vorjahr: -269 Mio Euro).

ÜBERLEITUNG FREE CASHFLOW VOR M&A MASSNAHMEN H1 2020 in Mio Euro

	Cashflow gesamt	M&A Cashflow	Cashflow vor M&A
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	514	-/-	514
Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten	29	28	0
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-99	-/-	-99
Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte	-41	-41	0
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	12	-/-	12
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-482	-/-	-482
Einzahlungen aus Darlehensforderungen	1	-/-	1
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	-24	-24	-/-
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-605	-37	-568
Free Cashflow	-91	-37	-55

Der Konzern verfügt damit weiterhin über eine komfortable Liquiditätsausstattung. Aus den beschriebenen Zahlungsströmen resultierte ein Anstieg der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente. Diese betragen zum Ende des Sechsmonatszeitraums 1.190 Mio Euro (31. Dezember 2019: 950 Mio Euro; 30. Juni 2019: 685 Mio Euro).

Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

Die **Bilanzsumme** stieg um 3 Prozent und belief sich zum 30. Juni 2020 auf 6.805 Mio Euro (31. Dezember 2019: 6.618 Mio Euro). Die wichtigsten Bilanzpositionen werden nachfolgend näher erläutert:

– **Kurz- und langfristige Aktiva:** Die Geschäfts- oder Firmenwerte verzeichneten währungsbedingt zum 30. Juni 2020 einen leichten Rückgang auf 2.107 Mio Euro (31. Dezember 2019: 2.109 Mio Euro); ihr Anteil an der Bilanzsumme lag fast unverändert bei 31 Prozent (31. Dezember 2019: 32 %). Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte verringerten sich um 2 Prozent auf 820 Mio Euro (31. Dezember 2019: 835 Mio Euro). Die Sachanlagen stiegen um 15 Prozent auf 402 Mio Euro (31. Dezember 2019: 351 Mio Euro). Grund hierfür sind im Wesentlichen gemietete Büroflächen in Deutschland und den USA. Die at-Equity bewerteten Anteile verzeichneten einen leichten Anstieg auf 28 Mio Euro (31. Dezember 2019: 27 Mio Euro).

Die langfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte verringerten sich um 4 Prozent auf 307 Mio Euro (31. Dezember 2019: 320 Mio Euro). Der Rückgang ist auf die Wertminderungen von sonstigen Eigenkapitalinstrumenten zurückzuführen, die teilweise durch die positive Entwicklung der langfristigen Fremdwährungssicherungsgeschäfte sowie die Erhöhung der langfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen kompensiert werden. Die kurzfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte erhöhten sich aufgrund des Anstiegs der Vorauszahlungen an Verwertungsgesellschaften und der kurzfristigen Fremdwährungssicherungsgeschäfte um 22 Prozent auf 137 Mio Euro (31. Dezember 2019: 113 Mio Euro).

Darüber hinaus verringerten sich die kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 21 Prozent auf 417 Mio Euro (31. Dezember 2019: 530 Mio Euro). Dieser Rückgang ist begründet durch die saisonalen Umsatzschwankungen im Verlauf des Geschäftsjahres, die durch die gesunkenen Umsätze aufgrund der COVID-19-Pandemie noch verstärkt wurden.

Das Programmvermögen hat sich gegenüber dem Vorjahr um 2 Prozent leicht erhöht und betrug 1.226 Mio Euro (31. Dezember 2019: 1.204 Mio Euro). Das Programmvermögen wies – bezogen auf die Bilanzsumme – einen Anteil von 18 Prozent auf (31. Dezember 2019: 18 %).

Die Entwicklung des Programmvermögens ist in nachfolgender Tabelle dargestellt:

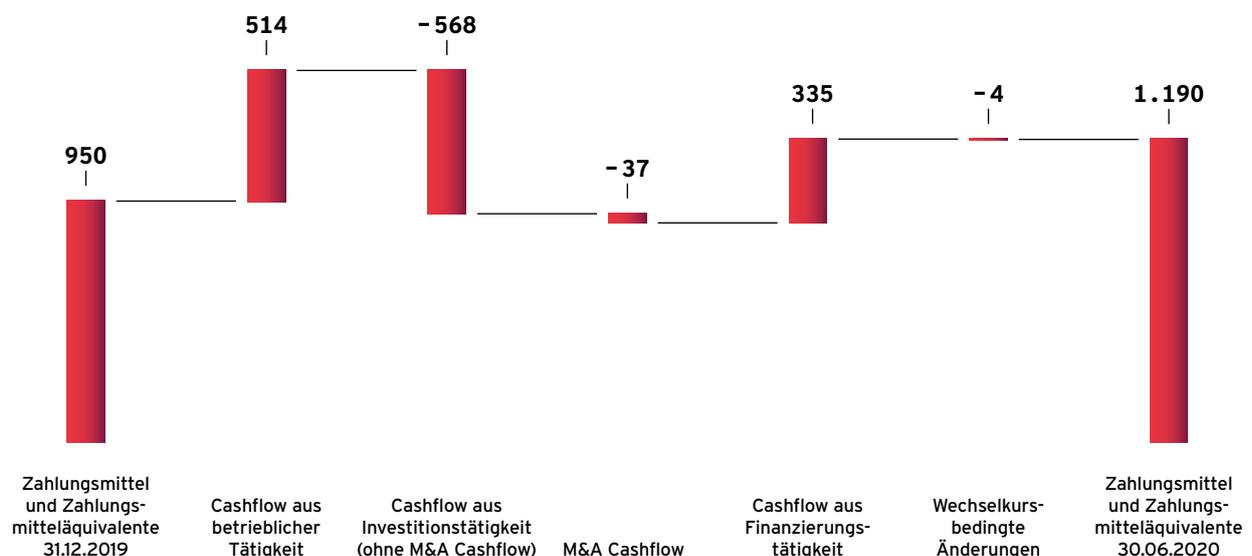
ANLAGESPIEGEL PROGRAMMVERMÖGEN

in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019
Buchwert 01.01.	1.204	1.113
Zugänge ¹	494	578
davon Segment SevenOne Entertainment Group	494	578
Abgänge	-6	-6
Werteverzehr	-465	-471
davon Segment SevenOne Entertainment Group	-464	-471
davon Segment Red Arrow Studios	-1	-/-
Sonstige Veränderung	-1	-2
Buchwert 30.06.	1.226	1.212
Veränderung Programmvermögensbestand im Vergleich zum Vorjahr	+22	+99

¹ Von den Zugängen im Geschäftsjahr 2020 sind bereits 20 Mio Euro durch im Geschäftsjahr 2018 gebildete Drohverlustrückstellungen erfolgswirksam erfasst worden (Vorjahr: 22 Mio Euro).

VERÄNDERUNG DER ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE in Mio Euro



Daraus ergeben sich die in der folgenden Tabelle zusammengefassten Ergebniseffekte aus dem Programmvermögen, die im Wesentlichen dem Segment SevenOne Entertainment Group zuzuordnen sind:

ERGEBNISEFFEKTE AUS DEM PROGRAMMVERMÖGEN in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019
Werteverzehr	465	471
Veränderung Drohverlustrückstellung	- 19	- 22
Werteverzehr inkl. Veränderung Drohverlustrückstellung	447	449

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente lagen bei 1.190 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem 31. Dezember 2019 von 25 Prozent oder 240 Mio Euro und spiegelt die Entwicklung der Cashflows wider. → [Liquiditäts- und Investitionsanalyse](#)

- **Eigenkapital:** Das Eigenkapital verringerte sich leicht um 1 Prozent oder 18 Mio Euro auf 1.270 Mio Euro. Die korrespondierende Eigenkapitalquote betrug fast unverändert 18,7 Prozent (31. Dezember 2019: 19,5%). Der Rückgang ist durch das negative Konzernergebnis in Höhe von minus 30 Mio Euro begründet, das teilweise durch positive Bewertungseffekte aus Währungssicherungsgeschäften kompensiert wird.
- **Kurz- und langfristige Passiva:** Das Fremdkapital hat sich im Vergleich zum Bilanzstichtag 2019 um 4 Prozent auf 5.535 Mio Euro erhöht (31. Dezember 2019: 5.330 Mio Euro). Die Summe der im Fremdkapital ausgewiesenen lang- und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten betrug 3.542 Mio Euro (31. Dezember 2019: 3.195 Mio Euro). Der Anstieg ist im Wesentlichen auf die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten zurückzuführen und liegt in der Inanspruchnahme eines Teils der revolving Kreditfazilität (RCF) Anfang des zweiten Quartals in Höhe von 350 Mio Euro begründet. Die im April 2021 fällige Anleihe mit einem Buchwert von 600 Mio Euro wurde von den lang- in die kurzfristigen

Finanzverbindlichkeiten umgegliedert. Gegenläufig wirkten sich vor allem der Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, der sonstigen Verbindlichkeiten (im Wesentlichen der Umsatzsteuerverbindlichkeiten) und der sonstigen Rückstellungen (hier vor allem der Drohverlustrückstellungen) aus.

Das **Net Working Capital** der ProSiebenSat.1 Group lag zum 30. Juni 2020 bei minus 196 Mio Euro (31. Dezember 2019: -156 Mio Euro).

NET WORKING CAPITAL in Mio Euro

	30.06.2020	31.12.2019
Vorräte	71	48
Forderungen	436	541
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	702	746
Net Working Capital	- 196	- 156

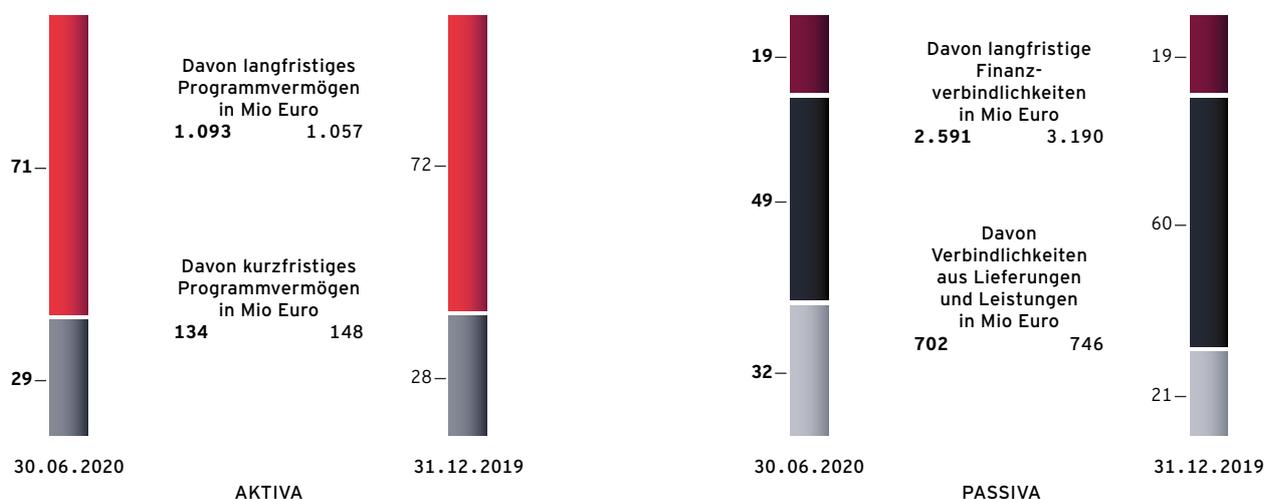
Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen unterliegen saisonalen Schwankungen und sind dementsprechend im Vergleich zum 31. Dezember 2019 um 43 Mio Euro zurückgegangen. Bezogen auf die Umsatzerlöse der letzten zwölf Monate lag das durchschnittliche Net Working Capital zum 30. Juni 2020 bei minus 5,0 Prozent (31. Dezember 2019: -3,8%).

Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Die ProSiebenSat.1 Group nutzt verschiedene Finanzierungsinstrumente und verfolgt ein aktives Finanzmanagement. Das Fremdkapital hatte zum 30. Juni 2020 einen Anteil von 81 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2019: 81%; 30. Juni 2019: 83%). Der Großteil entfiel mit 3.542 Mio Euro bzw. 64 Prozent (31. Dezember 2019: 60%; 30. Juni 2019: 61%) auf lang- und kurzfristige Finanzverbindlichkeiten. → [Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse](#)

Der Konzern beobachtet und bewertet laufend die Entwicklungen an den Geld- und Kapitalmärkten. Die überwiegenden Teile des

BILANZSTRUKTUR in Prozent

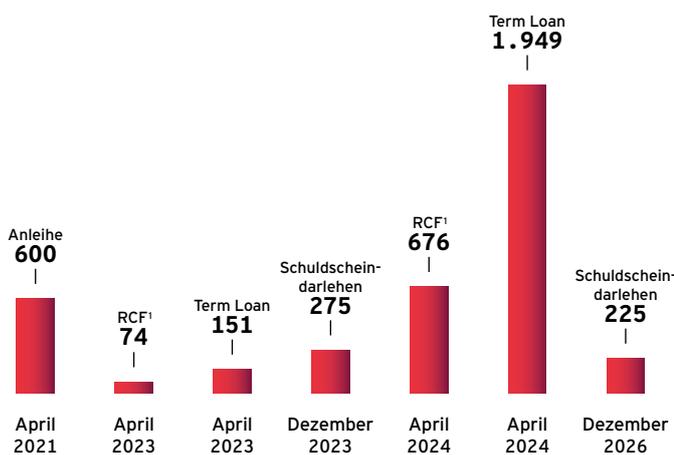


■ Langfristige Aktiva ■ Kurzfristige Aktiva

■ Eigenkapital ■ Langfristige Passiva ■ Kurzfristige Passiva

syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) haben eine Laufzeit bis April 2024. Darüber hinaus verfügt die ProSiebenSat.1 Group über Mittel aus einer im April 2014 begebenen siebenjährigen Anleihe mit einem Volumen von 600 Mio Euro. Die Anleihe ist am regulierten Markt der Luxemburger Börse notiert (ISIN DE000A11QFA7); der Kupon der Anleihe beträgt 2,625 Prozent per annum. Seit 2016 hat der Konzern zudem drei Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro mit Laufzeiten von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinslich und 50 Mio Euro variabel verzinslich) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinslich) in seinem Portfolio. Im April 2020 hat der Konzern einen Teil der RCF in Höhe von 350 Mio Euro in Anspruch genommen. Dies erfolgte angesichts des von COVID-19-geprägten Umfelds zur Absicherung eines jederzeitigen Zugriffs auf die Liquiditätsreserven des Unternehmens. Die Finanzierungsinstrumente des Konzerns unterliegen nicht der Einhaltung von Finanzkennzahlen. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente des Konzerns beliefen sich zum 30. Juni 2020 auf 1.190 Mio Euro.

FREMDFINANZIERUNGSM INSTRUMENTE UND LAUFZEITEN ZUM 30. JUNI 2020 in Mio Euro



¹ 350 Mio Euro der RCF sind in Anspruch genommen.

Die Verzinsung des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge. Um sich gegen marktbedingte Zinssatzveränderungen abzusichern, setzt der Konzern derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ein. Zum 30. Juni 2020 lag der Festzinsanteil bei ca. 95 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio (31. Dezember 2019 bzw. 30. Juni 2019: ca. 98 %). Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinscaps belief sich zum 30. Juni 2020 auf 0 Prozent per annum für den Zeitraum bis 2024.

→ [Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse](#)

Finanzierungsanalyse

Der Verschuldungsgrad ist eine zentrale Steuerungsgröße der konzernweiten Finanz- und Investitionsplanung und spiegelt das Verhältnis der Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate wider (LTM adjusted EBITDA). Ziel ist ein Faktor zwischen 1,5 und 2,5 bezogen auf das jeweilige Jahresende; unterjährige Schwankungen können zu einer Überschreitung des Zielkorridors führen.

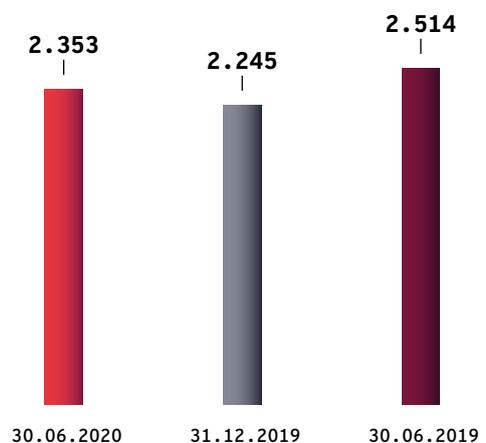
Konzernzwischenlagebericht

Geschäftsverlauf der ProSiebenSat.1 Group

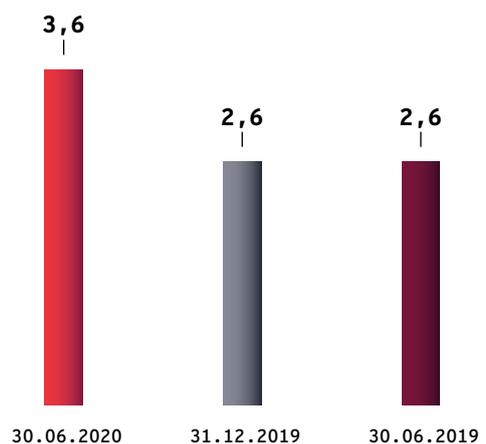
Der Verschuldungsgrad belief sich zum 30. Juni 2020 auf den Faktor 3,6 (31. Dezember 2019 bzw. 30. Juni 2019: 2,6) bei einer Netto-Finanzverschuldung von 2.353 Mio Euro (31. Dezember 2019: 2.245 Mio Euro; 30. Juni 2019: 2.514 Mio Euro). Der deutliche Anstieg ist überwiegend in einem COVID-19-bedingt gesunkenen adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate begründet sowie einer höheren Netto-Finanzverschuldung, welche die Entwicklung der in der Kapitalflussrechnung dargestellten Zahlungsströme reflektiert. → [Liquiditäts- und Investitionsanalyse](#)

! In der Definition der Netto-Finanzverbindlichkeiten von ProSiebenSat.1 Group sind zum 30. Juni 2020 keine Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 in Höhe von 218 Mio Euro (31. Dezember 2019: 171 Mio Euro; 30. Juni 2019: 164 Mio Euro) sowie Immobilienverbindlichkeiten in Höhe von 58 Mio Euro (31. Dezember 2019: 48 Mio Euro; 30. Juni 2019: 42 Mio Euro) enthalten.

NETTO-FINANZVERBINDLICHKEITEN¹ in Mio Euro



VERSCHULDUNGSGRAD¹



¹ Die Netto-Finanzverbindlichkeiten sind definiert als Saldo aus Finanzverbindlichkeiten abzüglich der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente. Der Verschuldungsgrad ergibt sich, indem die Netto-Finanzverbindlichkeiten in Relation zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM adjusted EBITDA) gesetzt werden.

DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE

PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AM KAPITALMARKT

Im ersten Halbjahr 2020 bestimmte im Wesentlichen die weltweite Unsicherheit über die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie die Entwicklung der Aktienmärkte. Nach einem vergleichsweise stabilen Verlauf in den ersten beiden Monaten des Jahres führten der Anstieg der COVID-19-Infektionszahlen ab März in Deutschland und weltweit sowie die damit verbundenen Beschränkungen des öffentlichen und wirtschaftlichen Lebens am 18. März 2020 zu einem Tiefstand des deutschen Aktienmarktes. Zu diesem Zeitpunkt hatte der deutsche Leitindex DAX mehr als ein Drittel seines Wertes gegenüber dem Vorjahresende verloren. Im weiteren Jahresverlauf erholten sich die Aktienmärkte und der DAX lag mit der Ankündigung des deutschen Konjunkturpaketes Anfang Juni nur noch drei Prozentpunkte unter dem Schlusskurs 2019. Die ersten sechs Monate des Jahres 2020 beendete der DAX mit einem Minus von 7,1 Prozent gegenüber dem Vorjahresende, der MDAX schloss mit einem Minus von 8,7 Prozent. Der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex EURO STOXX Media, in dem neben TV-Unternehmen auch andere Medienwerte enthalten sind, beendete das erste Halbjahr 2020 mit einem Minus von 14,7 Prozent. Hier wirkte sich insbesondere die schwache Performance der zugehörigen internationalen TV-Unternehmen in Spanien, Italien und Frankreich aus - der für die ProSiebenSat.1 Group relevanten Bezugsgruppe.

Im Vergleich zu den internationalen TV-Unternehmen schnitt die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie zwar besser ab, dennoch beendete das Papier das erste Halbjahr 2020 mit einem Minus von 23,9 Prozent gegenüber dem Vorjahresstichtag und damit schwächer als die genannten Vergleichsindizes. Neben strukturellen Herausforderungen vor dem Hintergrund einer veränderten Mediennutzung und eines stärker werdenden Wettbewerbs mit Streamingdiensten ist die ProSiebenSat.1 Group als prozyklisches Unternehmen aufgrund gesunkener Werbeeinnahmen seit März 2020 erheblich von der COVID-19-Krise betroffen. Dies hat sich negativ auf die Kursentwicklung ausgewirkt. Von ihrem Tiefstand am 18. März 2020 mit 5,89 Euro erholte sich die Aktie jedoch im weiteren Verlauf wieder deutlich und schloss am Ende des ersten Halbjahres 2020 bei 10,59 Euro.

Insgesamt haben am Ende des Berichtshalbjahres 19 Brokerhäuser und Finanzinstitute die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie aktiv bewertet und Research-Berichte veröffentlicht. 47 Prozent der Analysten empfahlen die Aktie am Ende des ersten Halbjahres 2020 zum Kauf, 42 Prozent sprachen sich dafür aus, sie zu halten und 11 Prozent gaben eine Verkaufsempfehlung. Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analysten lag bei 11,00 Euro.

HAUPTVERSAMMLUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2019

Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2019 fand am 10. Juni 2020 in Unterföhring statt. Aufgrund des von COVID-19 geprägten Umfelds lief die Veranstaltung zum ersten Mal in der Geschichte des Unternehmens in Übereinstimmung mit dem vom deutschen Gesetzgeber verabschiedeten COVID-19-Gesetz virtuell und ohne physische Präsenz der Aktionäre oder ihrer Bevollmächtigten ab.

Die Aktionäre stimmten dem Vorschlag des Vorstands und Aufsichtsrats zu, den Bilanzgewinn in voller Höhe auf neue Rechnung vorzutragen und somit für das Geschäftsjahr 2019 keine Dividende auszuschütten. Diese Maßnahme sichert dem Konzern eine zusätzliche Liquidität in Höhe von 192 Mio Euro in einem durch COVID-19-bedingt unsicheren Umfeld. Der Konzern bestätigte gleichzeitig seine bisherige Dividendenpolitik mit einer Ausschüttungsquote von 50 Prozent des bereinigten Konzernjahresüberschusses der Gruppe.

In einem weiteren Tagesordnungspunkt hat die Hauptversammlung Dr. Antonella Mei-Pochtler mit deutlicher Mehrheit als neues Aufsichtsratsmitglied gewählt. Mei-Pochtler ist selbstständige Unternehmerin sowie Senior Advisor der Boston Consulting Group und Sonderberaterin des Österreichischen Bundeskanzlers. Sie wurde bereits mit Wirkung zum 13. April 2020 gerichtlich als Mitglied des Aufsichtsrats bestellt und tritt damit die Nachfolge von Angelika Gifford an, die ihr Amt zum 13. Januar 2020 niedergelegt hatte. Darüber hinaus hat die Hauptversammlung die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2019 mit deutlicher Mehrheit entlastet sowie alle sonstigen zustimmungspflichtigen Beschlussvorschläge ebenfalls mit deutlicher Mehrheit angenommen. Die Aktionäre hatten im Vorfeld der Hauptversammlung insgesamt 115 Fragen eingereicht, die zum Teil aus mehreren Einzelfragen bestanden. Vorstand und Aufsichtsrat haben diese in der Aussprache allesamt beantwortet, welche von den angemeldeten Aktionären über das Aktionärsportal verfolgt werden konnte. Für die interessierte Öffentlichkeit hat der Konzern den öffentlichen Teil der Hauptversammlung im Livestream auf der Website des Unternehmens übertragen.

AKTIONÄRSSTRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE werden größtenteils von institutionellen Investoren aus den USA, Italien, Luxemburg, Deutschland und Spanien gehalten.

Größter Einzelaktionär der ProSiebenSat.1 Media SE ist die Czech Media Invest, a.s., Prag, Tschechische Republik („CMI“), die gemäß Stimmrechtsmitteilung vom 9. Juni 2020 über ihr Investmentunternehmen RUBY Equity Investment S.à r.l., Luxemburg, Luxemburg („RUBY“) 9,8 Prozent der Aktien hält. Mediaset S.p.A, Mailand, Italien („Mediaset“), seit 2019 Großaktionär des Unternehmens, hält zum 30. Juni 2020 ausweislich der Stimmrechtsmitteilung vom 15. Juni 2020 8,9 Prozent Aktien mit Stimmrechten und zusätzlich 15,2 Prozent an Instrumenten i. S. des § 38 Abs.1 Nr.1 WpHG. In den Anteilen von Mediaset sind 3,1 Prozent Aktien mit Stimmrechten und 6,7 Prozent an Instrumenten der Media España Comunicación, S.A., Madrid, Spanien („Mediaset España“) enthalten. Ein weiterer großer Investor zum 30. Juni 2020 ist gemäß Stimmrechtsmitteilung Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P., New York City, USA („KKR“) mit einem Anteil an Stimmrechten von 6,6 Prozent.

28,0 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE befanden sich zum Halbjahresende im Besitz von Privataktionären (30. Juni 2019: 22,0%). Insgesamt waren zum 30. Juni 2020 78,3 Prozent im Streubesitz (30. Juni 2019: 97,0%). 9,8 Prozent wurden von CMI gehalten, 8,9 Prozent von Mediaset. Die restlichen 2,9 Prozent waren im eigenen Bestand (30. Juni 2019: 3,0%).

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Da die weitere Entwicklung der COVID-19-Pandemie nicht absehbar ist, lassen sich auch ihre Folgen gegenwärtig nicht solide abschätzen. Aus diesem Grund ist der Inhalt dieses Risikoberichts mit signifikanten Unsicherheiten behaftet: → [Rahmenbedingungen des Konzerns](#) → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen](#)

Aus Sicht der ProSiebenSat.1 Group sind in den zum Jahresende 2019 berichteten Kategorien die Risiken infolge der COVID-19-Pandemie gestiegen: Risikokategorien, die angesichts des verschlechterten makroökonomischen und Branchen-Umfelds verstärkt im Fokus stehen, sind Vertriebsrisiken in allen Segmenten, Risiken im Hinblick auf die Produktion und Verfügbarkeit von Programminhalten, Ausfallrisiken bei Geschäftspartnern sowie zusätzlich im Vergleich zum Jahresende 2019 Wertminderungsrisiken bei Vermögenswerten. Die jeweilige Auswirkung und Eintrittswahrscheinlichkeit dieser Risiken sind nicht genau einschätzbar. Jedoch kann der Konzern nicht ausschließen, dass bei einem oder mehreren Risiken eine sehr hohe Auswirkung sehr wahrscheinlich ist. Hintergrund der Unsicherheit ist, dass Dauer und Ausmaß der COVID-19-Pandemie sowie die Stärke einer nachfolgenden Erholungsphase gegenwärtig nicht abschätzbar sind.

Die Einschätzung der ProSiebenSat.1 Group bezüglich der im Chancenbericht 2019 für den Planungszeitraum bis 2024 genannten relevanten und wesentlichen Potenziale hat sich gegenüber dem Jahresende 2019 nicht grundlegend verändert.

Die ProSiebenSat.1 Media SE hat ein umfassendes Risikomanagementsystem implementiert, um Risikopotenziale systematisch zu erfassen, zu bewerten, zu steuern und zu überwachen. Die berichteten Risiken werden dazu in Kategorien und Clustern zusammengefasst. Alle relevanten Einzelrisiken werden detailliert geprüft und im Rahmen einer regelmäßigen Berichterstattung gesteuert. Wir überwachen alle im Rahmen des Risikomanagementprozesses erfassten Risiken; im vorliegenden Risikobericht fokussieren wir jedoch nur die Veränderung jener Risiken, die in ihrer Auswirkung insgesamt erheblich oder wesentlich sein könnten.

Die Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung und wesentliche Chancen werden im Geschäftsbericht 2019 ab Seite 111 beschrieben; dort sind auch die organisatorischen Voraussetzungen für das Risiko- und Chancenmanagement erläutert. Der Geschäftsbericht wurde am 05. März 2020 veröffentlicht und ist abrufbar unter: → <https://www.prosiebensat1.com/investor-relations/publikationen/geschaeftsbericht>

PROGNOSEBERICHT

KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Nachdem der Internationale Währungsfonds (IWF) seine globale Wachstumsprognose für 2020 infolge der COVID-19-Pandemie bereits im April 2020 auf real minus 3,0 Prozent gesenkt hatte, folgte im Juni 2020 eine erneute Abwärtskorrektur. Derzeit erwarten die Experten einen realen Rückgang der Weltwirtschaft um 4,9 Prozent. Für die Eurozone wird sogar ein Wirtschaftseinbruch um 10,2 Prozent vorhergesagt. Für das Jahr 2021 rechnen die Experten aufgrund von Nachholeffekten zwar mit einer schnellen Erholung (global +5,4% Wachstum) - ausgehend von einem entsprechend niedrigeren Vorjahresniveau. Voraussetzung hierfür wäre allerdings, dass die COVID-19-Pandemie im zweiten Halbjahr 2020 weitgehend unter Kontrolle gebracht und das Wirtschaftsleben zur Normalität zurückkehren kann.

Die deutsche Wirtschaft dürfte laut aktuellem Gutachten des Sachverständigenrates 2020 real um 6,5 Prozent sinken. Positive Wachstumsbeiträge werden allein vom staatlichen Konsum und den Bauinvestitionen erwartet. Der in den Vorjahren konjunkturtragende private Konsum wird dagegen wohl mit minus 5,5 Prozent nachgeben. Dabei werden die positiven Effekte, wie beispielsweise die kräftige Erhöhung der Renten zur Jahresmitte oder die konsumstimulierenden Maßnahmen aus dem Konjunkturpaket (Mehrwertsteuersenkung, Kinderbonus), die Lockdown-bedingten Einschränkungen, Einkommensverluste und Unsicherheiten aber nicht ausgleichen können.

Nachdem auf Jahressicht die stärksten Belastungen im zweiten Quartal liegen dürften, dem Zeitraum mit den strengsten Lockdown-Beschränkungen, hellen sich erste wirtschaftliche Indikatoren nach den Lockerungen der öffentlichen Beschränkungen wieder auf. So werden für das dritte und vierte Quartal durch die zunehmende Normalisierung des öffentlichen Lebens und der Wirtschaftstätigkeit im Vorquartalsvergleich wieder positivere Werte erwartet.

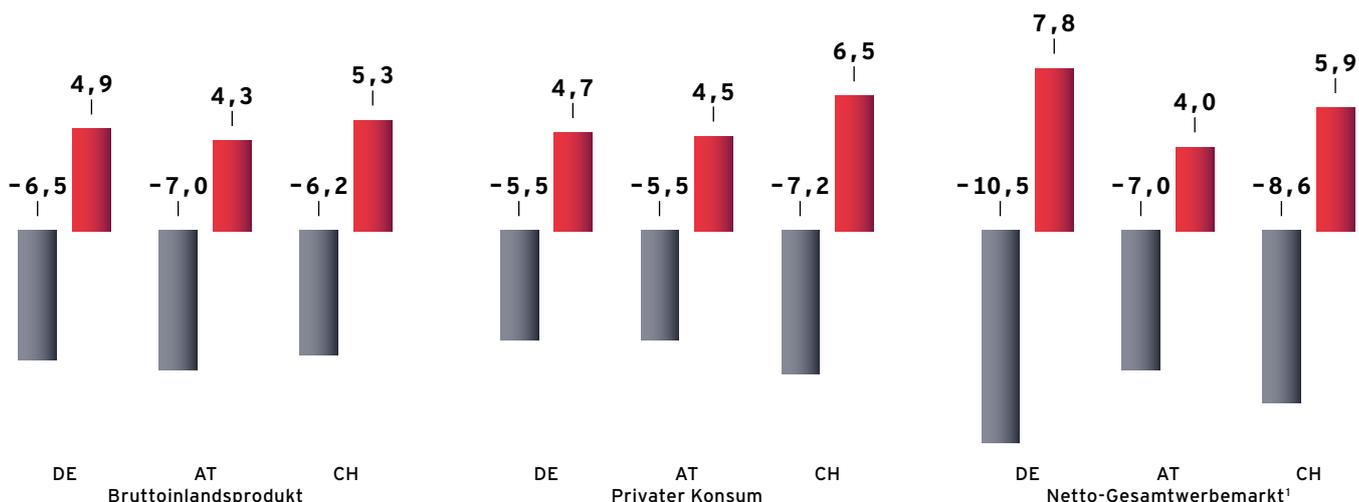
Gleichzeitig zeigen auch andere Indikatoren wie das ifo-Geschäftsklima und das GfK-Konsumklima wieder aufwärts. So legte etwa das GfK-Konsumklima im Juni von minus 23,1 Punkten auf minus 18,6 Punkte zu und soll im Juli 2020 bei einem Wert von voraussichtlich minus 9,6 Punkten liegen. Trotz des starken Anstiegs würde dies jedoch immer noch dem drittniedrigsten jemals gemessenen Wert entsprechen.

All diese Prognosen stehen unter dem Vorbehalt erheblicher Risiken. Ausschlaggebend hierfür wird vor allem der weitere Verlauf der COVID-19-Pandemie im In- und Ausland sein. Die deutsche Wirtschaft ist durch die verstärkte Internationalisierung stark vernetzt, wodurch ungünstige Entwicklungen bei wichtigen Handelspartnern hierzulande nicht ohne Folgen bleiben würden.

Angesichts der COVID-19-bedingten wirtschaftlichen Einschränkungen geht der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft („ZAW“) derzeit in einem günstigeren Verlauf für das Gesamtjahr 2020 von einem Rückgang der Werbeinvestitionen von 10 Prozent aus. In einem weniger optimistischen Szenario könnte der Rückgang 20 Prozent

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES BRUTTOINLANDSPRODUKTS, DES PRIVATEN KONSUMS SOWIE DES NETTO-GESAMTWERBEMARKTS IN DEN FÜR DIE PROSIEBENSAT.1 GROUP WICHTIGEN LÄNDERN

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



■ 2020p ■ 2021p

Quellen: DE: Sachverständigenrat Konjunkturprognose 2020 und 2021, Juni 2020. / AT: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WiFo): Konjunkturprognose für 2020 und 2021, Juni 2020. / CH: SECO Konjunkturprognose der Expertengruppe des Bundes, Juni 2020.

¹ Quelle: Magna Global, Ad Forecasts Juni 2020, Zahlen auf Netto-Basis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den Ländern und Quellen.

betragen. Voraussetzung für einen günstigen Verlauf wäre, dass die COVID-19-Pandemie im zweiten Halbjahr 2020 weitgehend unter Kontrolle gebracht wird und keine erneuten weitreichenden Beschränkungen verhängt werden. Die Mediaagentur Magna Global rechnet für das Gesamtjahr 2020 mit einem Rückgang der Gesamt-Netto-Werbeausgaben von 10,5 Prozent, die Werbeinvestitionen in TV dürften um 15 Prozent zurückgehen.

Die Mediaagentur ZenithOptimedia hat aufgrund der fehlenden gesamtwirtschaftlichen Visibilität das Prognose-Update im Frühjahr 2020 zur Entwicklung des Netto-Gesamtwerbemarkts ausgesetzt. Es bleibt weiterhin abzuwarten, welche Auswirkungen die COVID-19-Pandemie für die Werbeindustrie und insbesondere für den TV-Werbemarkt haben wird.

UNTERNEHMENSAUSBLICK

Vor dem Hintergrund der weltweiten COVID-19 Pandemie und den damit verbundenen wirtschaftlichen Unsicherheiten, auch hinsichtlich des Ausmaßes der negativen Geschäftsauswirkungen, hat die ProSiebenSat.1 Group ihren Anfang März 2020 veröffentlichten Finanzausblick für das Geschäftsjahr 2020 am 22. April 2020 zurückgenommen. Bereits zu diesem Zeitpunkt zeichnete sich ab, dass sämtliche in diesem Finanzausblick genannten Zielgrößen für den Konzernumsatz, das adjusted EBITDA, das adjusted net income, den Free Cashflow vor M&A und den Verschuldungsgrad des Konzerns aufgrund der COVID-19 bedingten Auswirkungen auf das Geschäft der ProSiebenSat.1 Group nicht zu erreichen sein werden. Diese Erwartungen haben sich im zweiten Quartal 2020 für sämtliche steuerungsrelevanten Zielgrößen bestätigt.

In diesem Umfeld konzentriert sich der Konzern weiter verstärkt darauf, Kosten, Cashflow und Profitabilität der Gruppe aktiv zu steuern und hat in allen Geschäftsbereichen verschiedene Maßnahmen ergriffen, um negative Auswirkungen auf die Profitabilität der Gruppe abzuschwächen und die Liquidität zu sichern. Auch wenn die Unsicherheiten über die wirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Krise weiterhin hoch sind und keine verlässlichen Prognosen zulassen, hellen sich erste wirtschaftliche Indikatoren nach den Lockerungen der öffentlichen Beschränkungen in Deutschland auf und die Anzeichen für eine konjunkturelle Erholung nehmen zu. Die ProSiebenSat.1 Group konzentriert sich darauf, in allen Geschäftsbereichen von dieser Erholung zu profitieren, die sich – so sie denn nachhaltig sein sollte – auch positiv auf die Werbeerlöse der Gruppe in der zweiten Jahreshälfte auswirken dürfte. Angesichts der fortbestehenden erheblichen Unsicherheit über Ausmaß und Dauer der wirtschaftlichen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, der damit verbundenen geringen Visibilität sowie der Abhängigkeit der Gesamtjahresentwicklung des Konzerns vom traditionell bedeutsamen vierten Quartal, ist es dem Vorstand weiterhin nicht möglich, einen verlässlichen Ausblick für das Gesamtjahr 2020 zu geben. In einem von Einflüssen wie COVID-19 unbeeinflussten Geschäftsjahr mit normalem Umsatzverlauf erwirtschaftet der Konzern insbesondere in den Monaten September bis Dezember etwa 50 Prozent des adjusted EBITDA des Gesamtjahres. Dies unterstreicht die Bedeutsamkeit des Geschäfts am Jahresende für die ProSiebenSat.1 Group.

Unabhängig hiervon legt die ProSiebenSat.1 Group den Fokus weiter auf ihre strategischen Kernprojekte mit dem Ziel, der führende Entertainment- und Infotainment-Player in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu sein. Dabei spielen lokale und digitale Angebote – auch

in enger Zusammenarbeit mit Red Arrow Studios und Studio71 – eine wichtige Rolle, um Reichweite und damit Monetarisierung zu stärken sowie die Abhängigkeit von TV-Werbeerlösen zu reduzieren und langfristig Wert für ihre Stakeholder zu schaffen. Gleichzeitig bleibt die NuCom Group eine synergetisch wichtige Säule des Konzerns und stärkt die Diversifizierung der Gruppe.

KONZERN- ZWISCHENABSCHLUSS

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

GEWINN-UND VERLUSTRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019	Q2 2020	Q2 2019
1. Umsatzerlöse	1.634	1.860	709	947
2. Umsatzkosten	-1.051	-1.057	-499	-535
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	584	803	209	413
4. Vertriebskosten	-299	-292	-137	-151
5. Verwaltungskosten	-246	-252	-113	-125
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-8	-4	-2	-2
7. Sonstige betriebliche Erträge	15	18	7	9
8. Betriebsergebnis	45	273	-35	144
9. Zinsen und ähnliche Erträge	2	1	1	0
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-34	-25	-17	-15
11. Zinsergebnis	-32	-24	-17	-14
12. Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	-28	-20	-15	-12
13. Sonstiges Finanzergebnis	-10	80	-1	13
14. Finanzergebnis	-70	36	-33	-13
15. Ergebnis vor Steuern	-26	309	-68	131
16. Ertragsteuern	-5	-94	7	-37
KONZERNERGEBNIS	-30	215	-61	94
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	-17	215	-54	93
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	-13	-1	-7	1
in Euro				
Ergebnis je Aktie				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	-0,07	0,95	-0,24	0,41
Verwässertes Ergebnis je Aktie	-0,08	0,94	-0,24	0,41

GESAMTERGEBNISRECHNUNG

GESAMTERGEBNISRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019	Q2 2020	Q2 2019
Konzernergebnis	- 30	215	- 61	94
Zukünftig erfolgswirksam umzugliedernde Posten				
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	0	4	- 9	- 5
Bewertung von Cashflow Hedges	21	- 1	- 22	- 12
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	- 6	0	6	3
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	15	4	- 26	- 14
Konzern-Gesamtergebnis	- 15	218	- 86	80
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzern-Gesamtergebnis	- 2	219	- 80	79
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzern-Gesamtergebnis	- 13	0	- 7	1

BILANZ

BILANZ DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	30.06.2020	31.12.2019
A. Langfristige Vermögenswerte		
I. Geschäfts- oder Firmenwerte	2.107	2.109
II. Sonstige immaterielle Vermögenswerte	820	835
III. Sachanlagen	402	351
IV. At-Equity bewertete Anteile	28	27
V. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	304	316
VI. Programmvermögen	1.093	1.057
VII. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	3	4
VIII. Latente Ertragsteueransprüche	66	66
	4.823	4.764
B. Kurzfristige Vermögenswerte		
I. Programmvermögen	134	148
II. Vorräte	71	48
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	73	67
IV. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	417	530
V. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	35	48
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	64	46
VII. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.190	950
VIII. Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	-/-	17
	1.983	1.853
Bilanzsumme	6.805	6.618
	30.06.2020	31.12.2019
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	233	233
II. Kapitalrücklage	1.045	1.045
III. Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	8	25
IV. Eigene Anteile	-63	-63
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	70	55
VI. Sonstiges Eigenkapital	-239	-236
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	1.055	1.059
VII. Anteile anderer Gesellschafter	216	229
	1.270	1.288
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen		
I. Finanzverbindlichkeiten	2.591	3.190
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	358	329
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	56	79
IV. Übrige Verbindlichkeiten	8	15
V. Rückstellungen für Pensionen	31	31
VI. Sonstige Rückstellungen	38	55
VII. Latente Ertragsteuerschulden	241	236
	3.324	3.934
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen		
I. Finanzverbindlichkeiten	951	5
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	108	116
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	646	667
IV. Übrige Verbindlichkeiten	294	357
V. Laufende Ertragsteuerschulden	88	110
VI. Sonstige Rückstellungen	123	140
	2.211	1.395
Bilanzsumme	6.805	6.618

KAPITALFLUSSRECHNUNG

KAPITALFLUSSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019 angepasst ¹	Q2 2020	Q2 2019 angepasst ¹
Konzernergebnis	- 30	215	- 61	94
Ertragsteuern	5	94	- 7	37
Finanzergebnis	70	- 36	33	13
Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	121	110	57	59
Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Drohverlustrückstellung	447	449	221	217
Veränderung der Rückstellungen	- 13	- 20	- 9	- 17
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	- 3	- 1	- 1	- 1
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	- 2	- 3	- 1	- 2
Veränderung des Working Capital	- 42	- 51	10	- 5
Erhaltene Dividenden	7	7	1	1
Gezahlte Steuern	- 13	- 52	11	- 4
Gezahlte Zinsen	- 35	- 30	- 25	- 23
Erhaltene Zinsen	2	2	1	0
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	514	683	228	369
Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten	29	34	8	2
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	- 99	- 101	- 44	- 59
Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte	- 41	- 35	- 22	- 19
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	12	19	5	5
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	- 482	- 586	- 216	- 239
Auszahlungen von Darlehen	- / -	- 2	- / -	- 1
Einzahlungen aus Darlehensforderungen	1	0	0	0
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	- 24	- 94	- 1	- 85
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	- / -	2	- / -	2
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 605	- 762	- 269	- 394
Auszahlung der Dividende	- / -	- 269	- / -	- 269
Auszahlungen zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	- 5	- 5	0	- 2
Einzahlungen aus der Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	361	21	356	6
Auszahlungen zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	- 18	- 20	- 9	- 11
Auszahlungen für den Erwerb von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	0	- 1	0	- 1
Einzahlungen anderer Gesellschafter	0	7	- / -	- / -
Auszahlungen von Dividenden an andere Gesellschafter	- 3	- 2	0	- 1
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	335	- 269	346	- 277
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	- 4	3	- 12	- 2
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	240	- 346	292	- 304
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	950	1.031	898	989
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	1.190	685	1.190	685

¹ Anpassung Vorjahr siehe Konzernanhang, Ziffer 1 „Allgemeine Angaben“.

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP H1 2019 in Mio Euro

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Kumuliertes übriges Eigenkapital							Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesellschafter	Konzern-eigenkapital
				Eigene Anteile	Unterschiedsbetrag aus Währungs-umrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Bewertungs-effekte aus Pensionsverpflichtungen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital				
31. Dezember 2018	233	1.043	-119	-64	4	54	-10	-13	-246	883	187	1.070	
Konzernergebnis	-/-	-/-	215	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	215	-1	215	
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	4	-1	-/-	0	-/-	3	0	4	
Konzern-Gesamtergebnis	-/-	-/-	215	-/-	4	-1	-/-	0	-/-	219	0	218	
Dividenden	-/-	-/-	-269	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-269	-2	-271	
Sonstige Veränderungen	-/-	1	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	13	15	48	63	
30. Juni 2019	233	1.044	-173	-64	8	53	-10	-12	-233	848	232	1.080	

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP H1 2020 in Mio Euro

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Kumuliertes übriges Eigenkapital							Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesellschafter	Konzern-eigenkapital
				Eigene Anteile	Unterschiedsbetrag aus Währungs-umrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Bewertungs-effekte aus Pensionsverpflichtungen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital				
31. Dezember 2019	233	1.045	25	-63	15	70	-14	-16	-236	1.059	229	1.288	
Konzernergebnis	-/-	-/-	-17	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-17	-13	-30	
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	0	21	-/-	-6	-/-	15	0	15	
Konzern-Gesamtergebnis	-/-	-/-	-17	-/-	0	21	-/-	-6	-/-	-2	-13	-15	
Dividenden	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-3	-3	
Sonstige Veränderungen	-/-	0	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-3	-2	3	0	
30. Juni 2020	233	1.045	8	-63	15	91	-14	-22	-239	1.055	216	1.270	

KONZERNANHANG

1 / Allgemeine Angaben

Der Konzernzwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen „der Konzern“ oder „ProSiebenSat.1 Group“) zum 30. Juni 2020 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 2019 gelesen werden.

Die Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, die der Konzern für den Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2020 angewendet hat, sind dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2019 zugrunde lagen. Einzelne Vorjahresangaben sind an die aktuelle Darstellung angepasst. Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen. Der Konzernzwischenabschluss wurde vom Vorstand am 23. Juli 2020 zur Veröffentlichung freigegeben.

Zwischen März 2020 und dem Stichtag dieses Konzernzwischenabschlusses wurde das geschäftliche und wirtschaftliche Umfeld der ProSiebenSat.1 Group durch die weltweite Verbreitung des Coronavirus und der damit einhergehenden COVID-19-Pandemie in weiten Teilen nachteilig beeinflusst. Obgleich sowohl in Deutschland als auch weltweit Erfolge bei der Eindämmung der Ausbreitung des Virus erzielt werden konnten, ist es nach wie vor schwierig, Dauer und Ausmaß der daraus resultierenden Auswirkungen auf Vermögenswerte, Verbindlichkeiten, Ergebnisse, Cashflows und steuerungsrelevante Kennzahlen des Konzerns vorherzusagen. Diese geringe Visibilität betrifft auch das für die Gesamtjahresentwicklung des Konzerns traditionell bedeutsame vierte Quartal. Vor diesem Hintergrund hat die ProSiebenSat.1 Group ihren Anfang März 2020 veröffentlichten Finanzausblick für das Geschäftsjahr 2020 am 22. April 2020 zurückgenommen.

Des Weiteren unterliegen die im Rahmen der Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses zu treffenden Annahmen und Schätzungen in Folge der Pandemie einer gegenüber vergangenen Berichtsperioden erhöhten Unsicherheit. Diese können sich auf den Wertansatz der bilanzierten Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie auf die Höhe der Aufwendungen und Erträge auswirken. Im Besonderen wurden bei der Beurteilung der Werthaltigkeit von Vermögenswerten (insbesondere der Geschäfts- oder Firmenwerte, der sonstigen immateriellen Vermögenswerte, des Programmvermögens, der sonstigen Eigenkapitalinstrumente und der Forderungen aus Lieferung und Leistungen) sowie bei der Bewertung der Verbindlichkeiten aus Put-Options mögliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie berücksichtigt. Bei der Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses wurden die Effekte der COVID-19-Pandemie auf Basis des derzeitigen Wissensstandes und der besten verfügbaren Informationen berücksichtigt. Allgemein ging das Management des Konzerns bei Aufstellung des Konzernzwischenabschlusses davon aus, dass die aktuelle COVID-19-Situation nicht von langfristiger Dauer ist.

Um die Liquidität auch in einer möglicherweise länger andauernden COVID-19-Krise zu schützen, hat die Hauptversammlung am 10. Juni 2020 dem Vorschlag zugestimmt, den Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2019 von 454 Mio Euro in voller Höhe auf neue Rechnung vorzutragen und somit für das Geschäftsjahr 2019 keine Dividende auszuschütten. Diese Maßnahme sichert dem Konzern eine zusätzliche Liquidität in Höhe von 192 Mio Euro. Der Konzern bestätigte gleichzeitig seine bisherige Dividendenpolitik mit einer Ausschüttungsquote von 50 Prozent des bereinigten Konzernjahresüberschusses der ProSiebenSat.1 Group.

Das Kerngeschäft des Konzerns unterliegt starken saisonalen Schwankungen und ist im laufenden Geschäftsjahr zudem von den gesamtwirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Pandemie betroffen. Insbesondere die Monate September bis Dezember sind für die Geschäftsjahresentwicklung von besonderer Bedeutung. In einem von Einflüssen wie COVID-19 unbeeinflussten Geschäftsjahr mit normalem Umsatzverlauf erwirtschaftet der Konzern in diesen Monaten etwa 50 Prozent des adjusted EBITDA des Gesamtjahres. Die in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2020 erzielten Ergebnisse lassen deshalb nicht notwendigerweise Vorhersagen über die Entwicklung des weiteren Geschäftsverlaufes zu.

Zu Beginn des ersten Quartals 2020 hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Segmente umbenannt und berichtet seither über die Segmentaktivitäten der SevenOne Entertainment Group (vormals: Entertainment), Red Arrow Studios (vormals: Content Production & Global Sales) und NuCom Group (vormals: Commerce). Um eine unabhängigere Entertainment-Organisation zu implementieren, hat man die vormals operative Holdinggesellschaft der ProSiebenSat.1 Group, welche früher als Teil des Entertainment-Segments ausgewiesen wurde, in eine strategische Holding umgewandelt. Als solches werden die Holdingfunktionen der ProSiebenSat.1 Media SE ab dem 1. Januar 2020 in der Segmentberichterstattung in der Überleitungspalte (Holding & Sonstiges) berichtet. Diese umfassen sowohl die strategische Holding als auch Support-Funktionen, die in verschiedenen Centers of Excellence und einem Shared Service Center gebündelt sind. Zugehörige Kosten für erbrachte Dienstleistungen der Center werden an die entsprechenden Segmente weiterbelastet. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst.

In der Kapitalflussrechnung wurde in den Vergleichsperioden aufgrund einer Darstellungsanpassung von Aus- und Einzahlungen im Rahmen des Erwerbs bzw. Verkaufs von Programmvermögen eine Umgliederung in Höhe von 35 Mio Euro für das 2. Quartal 2019 bzw. 4 Mio Euro für das 1. Halbjahr 2019 aus dem Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit in den Cashflow aus Investitionstätigkeit vorgenommen. Infolge der Anpassung wird der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit niedriger und der Cashflow aus Investitionstätigkeit entsprechend weniger negativ berichtet. Da sich die beiden Effekte vollständig ausgleichen, ist der Free Cashflow von der Anpassung nicht betroffen.

2 / Akquisitionen und Verkäufe von Beteiligungen

ÜBERNAHME DER THE MEET GROUP, INC.

Am 5. März 2020 haben die ProSiebenSat.1 Group und die General Atlantic PD GmbH, München („General Atlantic“) über ihr gemeinsames Unternehmen, die NUCOM GROUP SE, Unterföhring eine Vereinbarung zur vollständigen Übernahme des US-amerikanischen Online-Dating- und Social-Entertainment-Unternehmens The Meet Group, Inc., New Hope, Pennsylvania, USA („The Meet Group“) unterzeichnet. Der Übernahmevertrag sieht einen Kaufpreis von 6,30 US-Dollar pro Aktie der The Meet Group vor, was einem Unternehmenswert von ca. 500 Mio US-Dollar entspricht. Die Hauptversammlung der The Meet Group hat der Übernahme am 4. Juni 2020 zugestimmt. Die Portfolio Unternehmen der Parship Group sollen gemeinsam mit The Meet Group als neugeschaffenes gemeinsames Unternehmen zu einem führenden Anbieter im globalen Online-Dating-Markt aufgebaut werden. ProSiebenSat.1 Group wird einen Anteil von 55% an dem neugeschaffenen gemeinsamen Unternehmen halten, General Atlantic einen Anteil von 45%. Die Übernahme steht noch unter dem Vorbehalt der Zustimmung eines regulatorischen Gremiums in den USA und soll voraussichtlich im zweiten Halbjahr 2020 wirtschaftlich vollzogen werden.

VERÄUSSERUNG DER ANTEILE AN DER GAMIGO AG

Mit Unterzeichnung einer Optionsvereinbarung am 20. Dezember 2019 wurde die 33%-Beteiligung an der gamigo AG, Hamburg, die dem damaligen Segment Entertainment zugeordnet war, per 31. Dezember 2019 als zur Veräußerung gehaltener langfristiger Vermögenswert ausgewiesen. Bis zum 20. Dezember 2019 wurde die Beteiligung als assoziiertes Unternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Die Kaufoption zum Bezug der von der ProSiebenSat.1 Group gehaltenen Aktien der Gesellschaft für einen Ausübungspreis von 17 Mio Euro wurde vom Käufer am 17. Februar 2020 ausgeübt und die Transaktion am 5. März 2020 wirtschaftlich vollzogen. Ein Veräußerungsgewinn oder -verlust fiel nicht an.

3 / Umsatzerlöse

Die folgenden Tabellen zeigen die Aufgliederung von Umsatzerlösen aus Verträgen mit Kunden nach Kategorien und Segmenten.

UMSATZERLÖSE H1 in Mio Euro

	SevenOne Entertainment Group		Red Arrow Studios		NuCom Group		Summe Konzern	
	H1 2020	H1 2019	H1 2020	H1 2019	H1 2020	H1 2019	H1 2020	H1 2019
Werbeerlöse	809	1.024	-/-	-/-	-/-	-/-	809	1.024
Distribution	83	76	-/-	-/-	-/-	-/-	83	76
Production	-/-	-/-	90	140	-/-	-/-	90	140
Global Sales und sonstige Programmverkäufe	20	14	35	34	-/-	-/-	55	48
Studio71	-/-	-/-	110	109	-/-	-/-	110	109
Consumer Advice	-/-	-/-	-/-	-/-	97	105	97	105
Experiences	-/-	-/-	-/-	-/-	25	30	25	30
Matchmaking	-/-	-/-	-/-	-/-	117	104	117	104
Beauty & Lifestyle ¹	-/-	-/-	-/-	-/-	198	158	198	158
Sonstige Umsatzerlöse	49	66	-/-	-/-	-/-	1	49	67
Summe	961	1.180	236	283	437	397	1.634	1.860

¹ Hierin enthalten sind Verkäufe von Waren in Höhe von 169 Mio Euro (Vorjahr: 132 Mio Euro).

UMSATZERLÖSE Q2 in Mio Euro

	SevenOne Entertainment Group		Red Arrow Studios		NuCom Group		Summe Konzern	
	Q2 2020	Q2 2019	Q2 2020	Q2 2019	Q2 2020	Q2 2019	Q2 2020	Q2 2019
Werbeerlöse	323	516	-/-	-/-	-/-	-/-	323	516
Distribution	42	38	-/-	-/-	-/-	-/-	42	38
Production	-/-	-/-	37	76	-/-	-/-	37	76
Global Sales und sonstige Programmverkäufe	11	10	12	12	-/-	-/-	23	23
Studio71	-/-	-/-	53	60	-/-	-/-	53	60
Consumer Advice	-/-	-/-	-/-	-/-	36	51	36	51
Experiences	-/-	-/-	-/-	-/-	10	15	10	15
Matchmaking	-/-	-/-	-/-	-/-	58	51	58	51
Beauty & Lifestyle ¹	-/-	-/-	-/-	-/-	105	81	105	81
Sonstige Umsatzerlöse	22	36	-/-	-/-	-/-	-/-	22	36
Summe	398	601	102	148	209	198	709	947

¹ Hierin enthalten sind Verkäufe von Waren in Höhe von 90 Mio Euro (Vorjahr: 68 Mio Euro).

4 / Ertragsteuern

Der für den Konzern maßgebliche statutarische Steuersatz beläuft sich auf 28,0 Prozent (Vorjahr: 28,0%). Bei Ermittlung der Steuern vom Einkommen und Ertrag für die ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2020 wurde für das Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und für laufende operative Verluste, für die eine aktive latente Steuer nicht in Betracht kommt, jeweils keine Steuerabgrenzung vorgenommen.

5 / Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte

Die wirtschaftlichen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie stellen ein Anzeichen („Triggering Event“) für die Notwendigkeit eines situationsbedingten Wertminderungstests zum 30. Juni 2020 für die Geschäfts- oder Firmenwerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten SevenOne Entertainment Group (vormals: Entertainment), Red Arrow Studios (vormals: Content Production & Global Sales) und NuCom Group (vormals: Commerce) dar. Dies liegt bei der SevenOne Entertainment Group insbesondere am Rückgang der Werbeeinnahmen in Folge der COVID-19-Pandemie, bei Red Arrow Studios insbesondere an der Absage oder Verschiebung von geplanten Produktionen in Folge der staatlichen Reise- und Ausgangsbeschränkungen und bei der NuCom Group insbesondere an den staatlichen Reise- und Ausgangsbeschränkungen, die auf einigen relevanten Absatzmärkten zu Nachfragerückgängen führten.

Im Rahmen des Wertminderungstests zum 30. Juni 2020 wurden die erzielbaren Beträge der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten in Form von Nutzungswerten ermittelt.

Die Ermittlung der Nutzungswerte erfolgte im Vergleich zum Bewertungsstichtag 31. Dezember 2019 unter der Anwendung angepasster Zahlungsströme, welche insbesondere die nachteiligen Effekte der COVID-19-Pandemie auf die Zahlungsströme des Jahres 2020 berücksichtigen, sowie angepasster Diskontierungszinssätze. Aufgrund der aktuellen Lage kann die Dauer und das Ausmaß dieser nachteiligen Effekte auf die Zahlungsströme nur schwer vorhergesagt werden. Unter Bezugnahme auf die derzeitigen besten verfügbaren Informationen wird eine nicht langfristig anhaltende Dauer der aktuellen COVID-19-Situation unterstellt.

Der Wertminderungstest zum 30. Juni 2020 für die Geschäfts- oder Firmenwerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten SevenOne Entertainment, Red Arrow Studios und NuCom Group führte zu keinem Wertminderungsbedarf.

Wie im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2019 dargelegt, könnte bei der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Red Arrow Studios (vormals: Content Production & Global Sales) eine für möglich gehaltene Änderung der im Modell angenommenen EBITDA-Marge nach Ende des Planungszeitraums und des im Modell angenommenen durchschnittlichen Diskontierungszinssatzes künftig zur Erfassung einer Wertminderung veranlassen. Die Situation stellt sich zum 30. Juni 2020 im Wesentlichen unverändert dar.

6 / Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen setzen sich folgendermaßen zusammen:

SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN in Mio Euro

	30. Juni 2020	31. Dezember 2019
Einkaufsobligo für Programmvermögen	2.342	2.532
Distribution	154	177
Leasing- und Mietverpflichtungen	66	75
Übrige finanzielle Verpflichtungen	722	294
Summe	3.285	3.078

Der Rückgang des Einkaufsobligos für Programmvermögen spiegelt im Wesentlichen die Anpassung der Programmstruktur aufgrund des strategischen Fokus auf lokale Inhalte wider.

Die Leasing- und Mietverpflichtungen beinhalten größtenteils zukünftige variable Leasingzahlungen bei bestehenden Leasingverträgen und neue Leasingverträge, bei denen die Nutzung der vertragsgegenständlichen Mietobjekte zum Stichtag noch nicht begonnen hat.

In den übrigen finanziellen Verpflichtungen ist zum Stichtag 30. Juni 2020 ein Betrag in Höhe von 105 Mio Euro (31. Dezember 2019: 140 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 2020 durchgeführten Kapitalerhöhungen bei Joyn von 39 Mio Euro (Vorjahr: 23 Mio Euro) ist in den Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte im Cashflow aus Investitionstätigkeit ausgewiesen.

Der Anstieg der übrigen finanziellen Verpflichtungen ist hauptsächlich auf Verpflichtungen im Zusammenhang mit der Übernahme der The Meet Group zurückzuführen. An der aus der Transaktion resultierenden finanziellen Verpflichtung beteiligt sich General Atlantic in einer entsprechenden Höhe, um mit Abschluss der Transaktion einen Anteil von 45% an dem neugeschaffenen gemeinsamen Unternehmen zu halten. → [siehe Ziffer 2 „Akquisitionen und Verkäufe von Beteiligungen“](#)

7 / Finanzinstrumente

Die Bewertung von Finanzinstrumenten zum beizulegenden Zeitwert erfolgte per 30. Juni 2020 anhand derselben Methoden, die in Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“ des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2019 im Einzelnen beschrieben werden.

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.

BUCHWERTE UND BEIZULEGENDE ZEITWERTE (FAIR VALUES) VON FINANZINSTRUMENTEN in Mio Euro

In der Bilanz ausgewiesen in	30.06.2020						31.12.2019				
	Buchwert	Fair Value	Fair Value			Buchwert	Fair Value	Fair Value			
			Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3			Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Finanzielle Vermögenswerte											
Bewertet zum Fair Value											
Fondsanteile zur Absicherung von Pensionsverpflichtungen	27	27	27	-/-	-/-	26	26	26	-/-	-/-	
Sonstige Eigenkapitalinstrumente	183	183	-/-	-/-	183	206	206	-/-	-/-	206	
Sonstige Level 3 Instrumente sowie Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	4	4	-/-	1	3	9	9	-/-	3	6	
Hedge Derivate	103	103	-/-	103	-/-	85	85	-/-	85	-/-	
Summe	317	317	27	104	186	327	327	26	88	212	
Finanzielle Verbindlichkeiten											
Bewertet zum Fair Value											
Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs	126	126	-/-	-/-	126	166	166	-/-	-/-	166	
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	1	1	-/-	1	-/-	2	2	-/-	2	-/-	
Hedge Derivate	15	15	-/-	15	-/-	15	15	-/-	15	-/-	
Bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten											
Darlehen und Kredite	2.444	2.463	-/-	2.463	-/-	2.098	2.179	-/-	2.179	-/-	
Anleihen	599	602	602	-/-	-/-	599	615	615	-/-	-/-	
Schuldscheindarlehen	499	512	-/-	512	-/-	499	525	-/-	525	-/-	
Immobilienkredite	58	65	-/-	65	-/-	48	57	-/-	57	-/-	
Summe	3.742	3.784	602	3.056	126	3.426	3.559	615	2.779	166	

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

Im April 2020 hat der Konzern einen Teil der revolving Kreditfazilität („RCF“) im Gesamtvolumen von 750 Mio Euro in Höhe von 350 Mio Euro in Anspruch genommen. Das verbleibende abrufbare Rahmenvolumen der RCF beläuft sich damit auf 400 Mio Euro. Die Inanspruchnahme erfolgte angesichts des COVID-19-geprägten Umfelds zur Absicherung eines jederzeitigen Zugriffs auf die Liquiditätsreserven der ProSiebenSat.1 Group. Die Finanzierungsinstrumente des Konzerns unterliegen nicht der Einhaltung von Finanzkennzahlen.

Die im April 2021 fällige Anleihe im Volumen von 600 Mio Euro wurde im Berichtszeitraum in die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten umgegliedert.

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

ENTWICKLUNG DER BEIZULEGENDEN ZEITWERTE IM BEREICH STUFE 3 in Mio Euro

	Sonstige Eigenkapitalinstrumente	Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs	Sonstige Stufe-3-Instrumente und Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen
1. Januar 2020	206	166	6
In der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse ¹	- 15	- 17	- 3
Zugänge aus Akquisitionen	3	0	-/-
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	- 12	- 24	0
30. Juni 2020	183	126	3

¹ Von den in der Berichtsperiode erfassten Gewinnen und Verlusten waren bei den Sonstigen Eigenkapitalinstrumenten Verluste von 15 Mio Euro, bei den Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs Erträge von 13 Mio Euro und bei den Sonstigen Stufe-3-Instrumenten Verluste von 3 Mio Euro unrealisiert.

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

Die in der Berichtsperiode für Sonstige Eigenkapitalinstrumente erfassten Verluste aus rückläufigen beizulegenden Zeitwerten in Höhe von minus 15 Mio Euro betreffen im Wesentlichen von der Seven Ventures GmbH, Unterföhring gehaltene Minderheitenbeteiligungen und sind weitgehend den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie geschuldet.

Die in der Berichtsperiode für die Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Erträge in Höhe von 17 Mio Euro ergeben sich im Wesentlichen aus der Neubewertung der Put-Option im Zusammenhang mit Studio71 und anderen Gesellschaften aus dem Red Arrow Studios Segment. Die Abgänge in Höhe von 24 Mio Euro resultieren vor allem aus Auszahlungen für den nachträglichen Erwerb von Anteilen an der Left/Right Holdings, LLC, Dover, Delaware, USA und der Fabrik Entertainment, LLC, Wilmington, Delaware, USA im Zusammenhang mit Unternehmenserwerben aus Vorjahren.

Bei der Bewertung der Verbindlichkeiten aus Put Options und Earn-Outs sind wesentliche nicht am Markt beobachtbare Inputgrößen bei der Bewertung die den jeweiligen Instrumenten zugrundeliegenden Ergebnisgrößen sowie die verwendeten risikoadäquaten Fremdkapitalzinssätze. Eine Verbesserung der zugrundeliegenden Ergebnisgrößen um 5,0 Prozent würde den (negativen) beizulegenden Zeitwert der Put-Options zum Bilanzstichtag um 5 Mio Euro erhöhen, eine Verschlechterung um 5,0 Prozent würde ihn um 5 Mio Euro mindern. Daneben würde eine Zinssatzänderung um plus bzw. minus einen Prozentpunkt dazu führen, dass sich der beizulegende Zeitwert dieser Finanzverbindlichkeiten insgesamt um 2 Mio Euro reduzieren bzw. um 2 Mio Euro erhöhen würde.

8 / Segmentberichterstattung

Wie in → Ziffer 1 „Allgemeine Angaben“ beschrieben hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Segmente umbenannt und berichtet seither in den Segmenten SevenOne Entertainment Group (vormals: Entertainment), Red Arrow Studios (vormals: Content Production & Global Sales) und NuCom Group (vormals: Commerce). Die Überleitungsspalte (Holding & Sonstiges) enthält die Aktivitäten der strategischen Holding sowie sonstige Effekte. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst. Sonstige Effekte resultieren aus der Eliminierung bzw. Konsolidierungen von konzerninternen Transaktionen zwischen den Segmenten.

SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP H1 2020 in Mio Euro

	SevenOne Entertainment Group	Red Arrow Studios	NuCom Group	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Umsatzerlöse	994	268	438	1.700	- 65	1.634
Außenumsatzerlöse	961	236	437	1.634	-/-	1.634
Innenumsatzerlöse	32	32	1	65	- 65	-/-
Adjusted EBITDA	155	9	28	191	- 11	180
Sondereffekte	1	- 2	- 6	- 7	- 7	- 14
Abschreibungen und Wertminderungen	53	20	35	107	14	121
Investitionen	528	16	22	566	15	581

SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP H1 2019 in Mio Euro

	SevenOne Entertainment Group	Red Arrow Studios	NuCom Group	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Umsatzerlöse	1.212	319	397	1.928	- 68	1.860
Außenumsatzerlöse	1.180	283	397	1.860	-/-	1.860
Innenumsatzerlöse	32	36	0	68	- 68	-/-
Adjusted EBITDA	375	17	36	429	- 26	403
Sondereffekte	- 2	0	- 8	- 11	- 9	- 19
Abschreibungen und Wertminderungen	49	18	31	98	13	110
Investitionen	653	16	13	682	6	688

Von den in der Spalte „Überleitung (Holding & Sonstiges)“ dargestellten Beträgen entfallen auf die strategische Holding minus 11 Mio Euro adjusted EBITDA (Vorjahr: -26 Mio Euro), minus 7 Mio Euro Sondereffekte (Vorjahr: -9 Mio Euro), 14 Mio Euro Abschreibungen und Wertminderungen (Vorjahr: 13 Mio Euro) und 19 Mio Euro Investitionen (Vorjahr: 12 Mio Euro). Auf Eliminierungen bzw. Konsolidierungen entfallen minus 65 Mio Euro Innenumsatzerlöse (Vorjahr: -68 Mio Euro) sowie minus 4 Mio Euro der Investitionen (Vorjahr: -6 Mio Euro).

SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP Q2 2020 in Mio Euro

	SevenOne Entertainment Group	Red Arrow Studios	NuCom Group	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Umsatzerlöse	413	115	209	737	- 28	709
Außenumsatzerlöse	398	102	209	709	- / -	709
Innenumsatzerlöse	15	14	0	28	- 28	- / -
Adjusted EBITDA	13	1	13	27	- 3	23
Sondereffekte	2	- 2	- 2	- 2	0	- 2
Abschreibungen und Wertminderungen	25	9	16	50	7	57
Investitionen	235	3	12	250	9	259

SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP Q2 2019 in Mio Euro

	SevenOne Entertainment Group	Red Arrow Studios	NuCom Group	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Umsatzerlöse	616	171	198	985	- 38	947
Außenumsatzerlöse	601	148	198	947	- / -	947
Innenumsatzerlöse	15	23	0	38	- 38	- / -
Adjusted EBITDA	197	9	17	223	- 10	213
Sondereffekte	- 2	0	- 4	- 5	- 4	- 9
Abschreibungen und Wertminderungen	27	9	16	53	6	59
Investitionen	280	9	7	296	2	298

Von den in der Spalte „Überleitung (Holding & Sonstiges)“ dargestellten Beträgen entfallen auf die strategische Holding minus 3 Mio Euro adjusted EBITDA (Vorjahr: -10 Mio Euro), 0 Mio Euro Sondereffekte (Vorjahr: -4 Mio Euro), 7 Mio Euro Abschreibungen und Wertminderungen (Vorjahr: 6 Mio Euro) und 11 Mio Euro Investitionen (Vorjahr: 6 Mio Euro). Auf Eliminierungen bzw. Konsolidierungen entfallen minus 28 Mio Euro Innenumsatzerlöse (Vorjahr: -38 Mio Euro) sowie minus 2 Mio Euro der Investitionen (Vorjahr: -4 Mio Euro).

Nachfolgend wird die Überleitungsrechnung auf die entsprechenden Konzernwerte dargestellt:

ÜBERLEITUNG AUF DIE KONZERNWERTE in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019	Q2 2020	Q2 2019
ADJUSTED EBITDA				
Adjusted EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	191	429	27	223
Überleitung (Holding & Sonstiges)	- 11	- 26	- 3	- 10
Adjusted EBITDA des Konzerns	180	403	23	213
Sondereffekte	- 14	- 19	- 2	- 9
Finanzergebnis	- 70	36	- 33	- 13
Abschreibungen und Wertminderungen	- 121	- 110	- 57	- 59
Ertragsteuern	- 5	- 94	7	- 37
Konzernergebnis	- 30	215	- 61	94

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

DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE in Mio Euro

	H1 2020	H1 2019	Q2 2020	Q2 2019
Zu bereinigende Erträge	0	0	0	0
M&A-bezogene Aufwendungen	-8	-4	-1	-2
Reorganisations-Aufwendungen	-4	-16	-3	-8
Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen	3	3	1	1
Aufwendungen aus sonstigen Einmal-Effekten	-4	-2	2	-2
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	-1	1	0	1
Zu bereinigende Aufwendungen	-14	-20	-2	-10
Sondereffekte	-14	-19	-2	-9

9 / Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Der ehemalige Vorstandsvorsitzende Max Conze ist zum 26. März 2020 aus dem Vorstand ausgeschieden. Sein Anstellungsvertrag, der noch eine Laufzeit bis Ende Mai 2021 hatte, endete mit Wirkung zum Ablauf des 31. Mai 2020. Max Conze erhielt eine Abfindung in Höhe von 3,9 Mio Euro. Die Vergütungsansprüche für die verbleibende Restlaufzeit des Anstellungsvertrags wurden gemäß Aufhebungsvereinbarung im Anschluss an den Beendigungszeitpunkt ausgezahlt bzw. im Falle der vertraglichen Versorgungsbeiträge regulär für die Restlaufzeit fortgewährt.

Zudem ist der ehemalige stellvertretende Vorstandsvorsitzende und General Counsel Conrad Albert zum 30. April 2020 aus dem Vorstand ausgeschieden. Sein Anstellungsvertrag, der noch eine Restlaufzeit bis 30. April 2021 gehabt hätte, endete mit Wirkung zum 30. April 2020. Conrad Albert erhielt eine Abfindung in Höhe von 3,1 Mio Euro. Die Vergütungsansprüche für die verbleibende Restlaufzeit des Anstellungsvertrags wurden gemäß Aufhebungsvereinbarung im Anschluss an den Beendigungszeitpunkt in voller Höhe ausgezahlt. Die vertraglichen Versorgungsbeiträge wurden regulär für die Restlaufzeit fortgewährt und im Falle der Regelungen zum Group Share Plan zurückgestellt.

Neu in den Vorstand berufen wurden im März 2020 Wolfgang Link und Christine Scheffler. Finanzvorstand Rainer Beaujean übernimmt seither zusätzlich die Funktion des Vorstandssprechers.

Mit Wirkung zum 13. April 2020 wurde Dr. Antonella Mei-Pochtler gerichtlich als Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE bestellt. Auf der ordentlichen Hauptversammlung am 10. Juni 2020 wurde sie ordnungsgemäß gewählt. Sie tritt die Nachfolge von Angelika Gifford an, die ihr Amt zum 13. Januar 2020 niedergelegt hatte.

Directors'-Dealings-Meldungen nach Art. 19 der Verordnung (EU) Nr. 596/2014 über Marktmissbrauch (MAR) werden unverzüglich nach deren Eingang unter → <https://www.prosiebensat1.com/investor-relations/publikationen/directors-dealings-meldungen> veröffentlicht.

Innerhalb der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2020 wurden an assoziierte Unternehmen Lieferungen und Leistungen in Höhe von insgesamt 46 Mio Euro (Vorjahr: 60 Mio Euro) erbracht. Zum 30. Juni 2020 betragen die Forderungen gegen die assoziierten Unternehmen 24 Mio Euro (31. Dezember 2019: 17 Mio Euro). Der Konzern empfing innerhalb der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2020 von seinen assoziierten Unternehmen Lieferungen und Leistungen und erfasste in diesem Zuge Aufwendungen in Höhe von 11 Mio Euro (Vorjahr: 14 Mio Euro). Die Verbindlichkeiten gegenüber diesen Unternehmen beliefen sich zum 30. Juni 2020 auf 1 Mio Euro (31. Dezember 2019: 3 Mio Euro).

Innerhalb der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2020 wurden an Gemeinschaftsunternehmen Lieferungen und Leistungen in Höhe von insgesamt 17 Mio Euro (Vorjahr: 19 Mio Euro) erbracht. Zum 30. Juni 2020 betragen die Forderungen gegen die Gemeinschaftsunternehmen 13 Mio Euro (31. Dezember 2019: 21 Mio Euro). Der Konzern empfing innerhalb der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2020 von seinen Gemeinschaftsunternehmen Lieferungen und Leistungen und erfasste in diesem Zuge Aufwendungen in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro). Die Verbindlichkeiten gegenüber diesen Unternehmen beliefen sich zum 30. Juni 2020 auf 5 Mio Euro (31. Dezember 2019: 12 Mio Euro).

23. Juli 2020
Der Vorstand

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 23. Juli 2020



Rainer Beaujean
Vorstandssprecher & Finanzvorstand



Wolfgang Link
Vorstand & CEO SevenOne Entertainment



Christine Scheffler
Vorstand & Chief Human Resources Officer

BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT

AN DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, - bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben - und den Konzernzwischenlagebericht für den Zeitraum vom 1. Januar 2020 bis 30. Juni 2020, 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.

München, den 23. Juli 2020

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Barth
Wirtschaftsprüfer



Mielke
Wirtschaftsprüferin

FINANZ- KALENDER



PRÄSENTATIONEN & EVENTS 2020 / 2021

Datum	Event
31.07.2020	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2020
05.11.2020	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 3. Quartal 2020
04.03.2021	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2020
04.03.2021	Pressekonzferenz/IR-Telefonkonferenz anlässlich der Zahlen 2020
12.05.2021	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 1. Quartal 2021
01.06.2021	Ordentliche Hauptversammlung 2021
05.08.2021	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2021
04.11.2021	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 3. Quartal 2021

IMPRESSUM & KONTAKTE

PRESSE

ProSiebenSat.1 Media SE
Konzernkommunikation
 Medienallee 7
 85774 Unterföhring
 Tel.: +49 [0]89 95 07-11 45
 Fax: +49 [0]89 95 07-11 59
 E-Mail: info@prosiebensat1.com

INVESTOR RELATIONS

ProSiebenSat.1 Media SE
Investor Relations
 Medienallee 7
 85774 Unterföhring
 Tel.: +49 [0]89 95 07-15 02
 Fax: +49 [0]89 95 07-15 21
 E-Mail: aktie@prosiebensat1.com

HERAUSGEBER

ProSiebenSat.1 Media SE
 Medienallee 7
 85774 Unterföhring
 Tel.: +49 [0]89 95 07-10
 Fax: +49 [0]89 95 07-11 21
 www.ProSiebenSat1.com
 HRB 219 439 AG München

INHALT & GESTALTUNG

ProSiebenSat.1 Media SE
Konzernkommunikation

Strichpunkt Design,
 Stuttgart/Berlin

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

→ 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 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.