

ProSiebenSat.1 Media AG
The power of television



ProSiebenSat.1 Media AG

Jahresabschluss und Lagebericht 2009



Inhalt

Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2009

I. Geschäft und Rahmenbedingungen

1.1 Geschäftstätigkeit und Gesellschafterstruktur	Seite	4
1.2 Rechtliche und organisatorische Gesellschaftsstruktur	Seite	5
1.2.1 Rechtliche Gesellschaftsstruktur	Seite	5
1.2.2 Wesentliche Ereignisse im Geschäftsjahr 2009	Seite	6
1.2.3 Unternehmenssteuerung, Ziele, Strategie	Seite	7
1.2.4 Grundsätze der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat	Seite	10
1.3 Rechtliche Rahmenbedingungen	Seite	12
1.3.1 Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB	Seite	12
1.3.2 Angaben gemäß § 289 Abs. 4 HGB, und Erläuterungen § 124 a Satz 1 Nr. 3, § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG	Seite	12
1.3.3 Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 AktG im Geschäftsjahr 2009	Seite	13
1.3.4. Gewinnspielsatzung, Call-TV in Deutschland	Seite	13
1.4 Konjunkturelle Rahmenbedingungen	Seite	14
1.4.1 Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen	Seite	14
1.4.2 Entwicklung des Werbemarktes	Seite	14
1.4.3 Entwicklung des Zuschauermarktes	Seite	15

II. Geschäftsverlauf im Jahr 2009: Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

2.1 Umsatz- und Ergebnisentwicklung	Seite	15
2.2. Finanz- und Vermögenslage	Seite	16
2.3 Mitarbeiter	Seite	20
2.4 Forschung und Entwicklung	Seite	21



III. Nachtragsbericht	Seite 21
IV. Risikobericht	Seite 21
4.1 Gesamtaussage zur Risikosituation des Konzerns – Beurteilung aus Sicht der Unternehmensleitung	Seite 21
4.2 Chancenmanagement	Seite 22
4.3 Risikomanagement	Seite 22
4.4 Risikolage: Entwicklung der Einzelrisiken	Seite 24
V. Prognosebericht	Seite 32
5.1 Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns – Beurteilung aus Sicht der Unternehmensleitung	Seite 32
5.2 Künftige Rahmenbedingungen	Seite 32
5.3 Branchenspezifische Chancen	Seite 34
5.4 Rechtliche und medienpolitische Chancen	Seite 35
5.5 Leistungswirtschaftliche und unternehmensstrategische Chancen	Seite 36
5.6 Unternehmensausblick	Seite 37
Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG	Seite 40
Bilanz der ProSiebenSat.1 Media AG	Seite 41
Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Media AG	Seite 43
Anhang der ProSiebenSat.1 Media AG	Seite 45
Erklärung des Vorstandes	
Bestätigungsvermerk	



Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2009

I. Geschäft und Rahmenbedingungen

1.1 Geschäftstätigkeit und Geschäftsstruktur

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage – Beurteilung aus Sicht der Unternehmensleitung

Die ProSiebenSat.1 Media AG ist die Holdinggesellschaft der ProSiebenSat.1 Group. Aufgrund der engen Verknüpfung treffen viele Aussagen zur ProSiebenSat.1 Group auch auf die ProSiebenSat.1 Media AG zu. Die ProSiebenSat.1 Group konnte das Jahr 2009 positiv abschließen und die operativen Ergebnisse in vielen Bereichen trotz Umsatzrückgängen verbessern. Im deutschen TV-Markt – dem Heimatmarkt des Konzerns – konnte die ProSiebenSat.1 Group ihre Wettbewerbsposition bei schwierigen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen festigen und sowohl den Zuschauer- als auch den Werbemarkanteil steigern. Zur Stärkung der Profitabilität hat das Unternehmen 2009 sein Kostenmanagement weiter verbessert und das Kerngeschäft durch eine effizientere Bündelung der inländischen Aktivitäten neu aufgestellt.

Unternehmensgeschichte. Die ProSiebenSat.1 Media AG wurde im Jahr 2000 als größtes Fernsehunternehmen in Deutschland gegründet. Ihre Vorgängerin, die ProSieben Media AG, war bereits zuvor am Kapitalmarkt vertreten: Am 7. Juli 1997 wurde mit ProSieben Deutschlands erste Fernseh-Aktie im amtlichen Handel an der Frankfurter Wertpapierbörse notiert.

Die ProSiebenSat.1 Group gehört zu den führenden Medienkonzernen Europas. Der Konzern zählt neben dem Kerngeschäft Fernsehen zahlreiche Internetmarken, Beteiligungen an Radio-, Print- und New Media Unternehmen sowie Aktivitäten in den Bereichen Music, Live- und Artist-Management zu seinem Portfolio.

Durch die Akquisition der SBS Broadcasting Group im Juni 2007 hat der Konzern seine Geschäftsaktivitäten deutlich erweitert und neue Absatzmärkte in Nord-, Mittel- und Osteuropa hinzugewonnen. Konzernzentrale des Unternehmens ist München/Unterföhring in Deutschland. Dort erzielt die Gruppe den Großteil ihres Umsatzes.

Geschäftstätigkeit und Marktposition. Die ProSiebenSat.1 Group bietet erstklassige Unterhaltung und aktuelle Informationen – wann immer der Konsument es wünscht, wo immer er ist. Dafür setzen sich unsere rund 5.000 Mitarbeiter in 14 Ländern Europas mit ihrem Wissen und ihrer Erfahrung ein. ProSiebenSat.1 – the power to entertain.

- **Free-TV.** Werbefinanziertes Fernsehen ist das Kerngeschäft des Konzerns. In Deutschland ist die ProSiebenSat.1-Senderfamilie mit den Marken SAT.1, ProSieben, kabel eins und N24 die Nummer eins im TV-Werbemarkt. Starke Marktpositionen im Free-TV hat die Gruppe auch in den Niederlanden mit Veronica, Net 5 und SBS 6, in Ungarn mit TV2 sowie in Schweden mit Kanal 5 und Kanal 9. Mit einer Reichweite von über 78 Mio TV-Haushalten ist die ProSiebenSat.1 Group die zweitgrößte Sendergruppe in Europa.
- **Diversifikation.** Neben werbefinanziertem Free-TV umfasst das Portfolio der Mediengruppe eine Vielzahl an verwandten Geschäftstätigkeiten: Der Konzern betreibt zahlreiche Internetmarken, ist an Radio-, Print- und New Media Unternehmen beteiligt und in den Bereichen Music, Live- und Artist-Management aktiv. Durch diese Multi-Plattform-Strategie stärkt die ProSiebenSat.1 Group ihre Wettbewerbsposition in der Medien- und



Unterhaltungsindustrie und erschließt durch die Verlängerung der Wertschöpfungskette rund um das Kerngeschäft TV zugleich neue Märkte und zusätzliche, vom TV-Werbemarkt unabhängige Erlösquellen („Diversifikation“).

1.2 Rechtliche und organisatorische Gesellschaftsstruktur

1.2.1 Rechtliche Gesellschaftsstruktur

Die ProSiebenSat.1 Media AG ist eine Aktiengesellschaft mit Sitz in Deutschland. Sie unterliegt somit dem deutschen Recht, insbesondere dem deutschen Aktien-, Mitbestimmungs- und Kapitalmarktrecht und ist an den Deutschen Corporate Governance Kodex gebunden. Die Organe der ProSiebenSat.1 Media AG sind die Hauptversammlung, der Vorstand und der Aufsichtsrat.

Unternehmensgegenstand und Satzung. Der Umfang der Tätigkeit, die das Unternehmen ausführen kann, ist in der Satzung definiert. Die Satzung kann gemäß § 179 des deutschen Aktiengesetzes (AktG) durch einen Beschluss der Hauptversammlung geändert werden, der einer Mehrheit von mindestens drei Viertel des bei der Beschlussfassung vertretenen stimmberechtigten Grundkapitals bedarf. Soweit nicht zwingende Vorschriften des Gesetzes oder der Satzung etwas Abweichendes bestimmen, werden Beschlüsse der Hauptversammlung im Übrigen nach § 133 AktG und § 16 Abs. 2 der Satzung mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen und gegebenenfalls als Kapitalmehrheit mit einfacher Mehrheit des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals gefasst.

Leitung und Kontrolle. Gemäß dem deutschen Aktienrecht hat die ProSiebenSat.1 Media AG ein duales Führungssystem, das durch eine strikte personelle Trennung von Leitungs- und Kontrollorgan gekennzeichnet ist. Das Unternehmen wird vom Vorstand geleitet und gegenüber Dritten vertreten. Er verantwortet das Gesamtergebnis der ProSiebenSat.1 Media AG und führt die Leiter der Geschäftsbereiche sowie Holding-Einheiten fachlich wie auch disziplinarisch. Kontrollorgan ist der Aufsichtsrat. Er überwacht und berät den Vorstand bei der Führung der Geschäfte und ist so in alle Unternehmensentscheidungen von grundlegender Bedeutung unmittelbar eingebunden. Die Grundordnung für die Verwaltung und Führung der ProSiebenSat.1 Media AG ist in der Satzung sowie in der Geschäftsordnung für Vorstand und Aufsichtsrat festgelegt.

Führungs- und Unternehmensstruktur. Als Obergesellschaft des Konzerns steuert die ProSiebenSat.1 Media AG bereichsübergreifende Schlüsselfunktionen wie Lizenzeinkauf, Rechnungswesen, Corporate Controlling, Human Resources, Treasury & Finance, Investor Relations, Legal Affairs und Corporate Communications. Gleichzeitig verfügen die einzelnen Tochtergesellschaften in den verschiedenen Ländern über ein hohes Maß an Selbstständigkeit, so dass Entscheidungen schnell getroffen und die Tochtergesellschaften flexibel auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppen und Märkte reagieren können. Bedeutende direkte Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Media AG sind die German Free TV Holding GmbH sowie die ProSiebenSat.1 Erste SBS Holding GmbH und ProSiebenSat.1 Zweite SBS Holding GmbH:

- Die **German Free TV Holding GmbH** mit Sitz in München/Unterföhring bündelt Gesellschaften, die in Deutschland, Österreich und der Schweiz Free-TV-Aktivitäten betreiben. Dazu zählen neben den Sendern SAT.1, ProSieben, kabel eins und N24 in Deutschland auch die SAT.1-Töchter in Österreich und der Schweiz. Die Gesellschaften der German Free TV Holding arbeiten in einer Matrixorganisation zusammen. Die Matrixorganisation wurde im Laufe des Geschäftsjahres 2009 umgesetzt und unterstützt

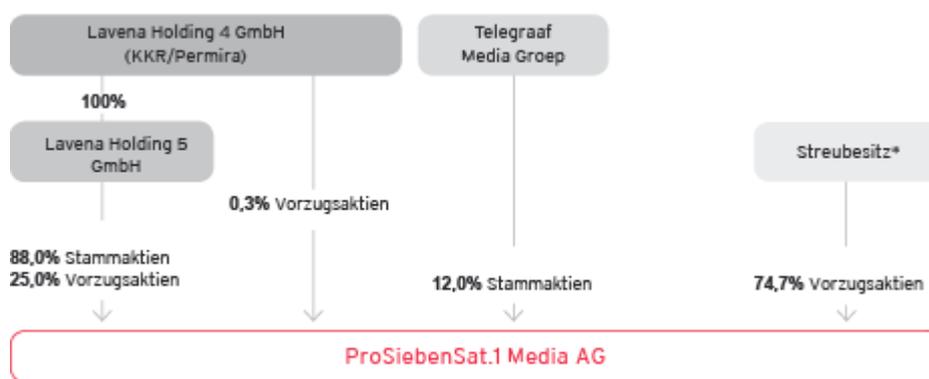


die optimale Nutzung des konzernweit vorhandenen Know-hows sowie die effiziente Nutzung von Ressourcen.

- Unter der **ProSiebenSat.1 Erste SBS Holding GmbH und ProSiebenSat.1 Zweite SBS Holding GmbH**, deren Firmensitz ebenfalls am Hauptstandort des ProSiebenSat.1-Konzerns in München/Unterföhring ist, werden die international tätigen Gesellschaften der ehemaligen SBS Broadcasting Group zusammengefasst.

Gesellschafterstruktur. Hauptgesellschafter der ProSiebenSat.1 Media AG mit 88,0 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien und 25,3 Prozent der nicht stimmberechtigten Vorzugsaktien sind die Lavena-Holdinggesellschaften, die von durch Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. (KKR) bzw. Permira Beteiligungsberatung GmbH (Permira) beratene Fonds kontrolliert werden. Dies entspricht einem Anteil am Grundkapital von 56,7 Prozent. Der niederländische Medienkonzern Telegraaf Media Groep N.V. (TMG) hält 12,0 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien beziehungsweise 6,0 Prozent des Grundkapitals. Die verbleibenden rund 74,7 Prozent der Vorzugsaktien, rund 37,3 Prozent des Grundkapitals, befinden sich in Streubesitz (Free Float) bzw. werden als eigene Aktien gehalten.

Gesellschafterstruktur der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2009



* Zum Streubesitz zählen auch 6.027.500 eigene Aktien.

1.2.2 Wesentliche Ereignisse im Geschäftsjahr 2009

Personalien des Vorstands. Thomas Ebeling übernahm zum 1. März 2009 das Amt des Vorstandsvorsitzenden bei der ProSiebenSat.1 Media AG. Bis zu seinem Amtsantritt hatte Finanzvorstand Axel Salzmann kommissarisch den Vorstandsvorsitz geführt.

Patrick Tillieux ist zum 30. Juni 2009 aus dem Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG ausgeschieden. Als Chief Operating Officer war er seit Mitte 2007 verantwortlich für die Ressorts Group Operations, International Free-TV, International Pay-TV, Radio und Print. Thomas Ebeling verantwortet seitdem die Bereiche International Free-TV und Print. Das Ressort Group Operations hat Axel Salzmann übernommen, das Radiogeschäft Dr. Marcus Englert, Vorstand New Media. Das Ressort International Pay-TV entfiel mit dem Verkauf der nordeuropäischen Pay-TV-Sparte CMore. Eine weitere Änderung der Vorstandsbesetzung ergab sich zum 31. Juli 2009 mit dem Ausscheiden von Klaus-Peter Schulz. Er war als Mitglied des Vorstands seit September 2008 verantwortlich für die Bereiche Sales und Marketing in den deutschsprachigen Ländern der Gruppe



sowie für die Koordination der internationalen Sales-Aktivitäten. Diesen Bereich verantwortet seitdem Thomas Ebeling.

ProSiebenSat.1 Media AG kauft eigene Aktien zurück. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat im Zeitraum vom 6. April bis 18. Juni 2009 4.900.000 eigene Vorzugsaktien zu einem durchschnittlichen Kurs von 3,14 Euro je Stück erworben. Mit den bereits im Jahr 2008 erworbenen eigenen Vorzugsaktien hält die ProSiebenSat.1 Media AG damit insgesamt 6.027.500 eigene Vorzugsaktien. Dies entspricht einem Anteil von 2,75 Prozent bezogen auf das Grundkapital der Gesellschaft. Der Rückkauf dient in erster Linie dazu, Aktienoptionen im Rahmen des Long Term Incentive Plans zu bedienen. Der ProSiebenSat.1 Media AG stehen aus diesen eigenen Aktien gemäß § 71b AktG keine Rechte zu, von der Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar gehaltene eigene Aktien sind nicht dividendenberechtigt.

Wesentliche organisatorische Maßnahmen der ProSiebenSat.1 Group

- **SAT.1 zieht nach München, Konzernfunktionen integriert.** Mit dem SAT.1-Umzug von Berlin nach München sind seit Juli 2009 alle General-Interest-Sender der German Free TV Holding auch räumlich vereint. Die Senderfamilie arbeitet in nahezu allen Bereichen in einer Matrixstruktur. Durch die gemeinsame Nutzung von Ressourcen und Know-how kann der TV-Konzern effizienter wirtschaften. Die Vorteile einer integrierten Organisation nutzt die ProSiebenSat.1 Group auch durch die verstärkte Bündelung zentraler Konzernfunktionen wie beispielsweise des Rechnungs- und Personalwesens.
- **Integration von SevenOne Media und SevenOne Interactive.** Der größte TV-Vermarkter und der drittgrößte Online-Vermarkter Deutschlands bilden seit Mitte 2009 ein Unternehmen, das unter dem Namen SevenOne Media GmbH firmiert. Die Zusammenlegung von SevenOne Media und SevenOne Interactive bringt für Werbekunden deutliche Vorteile: Nach dem Prinzip „One face to the customer“ werden Unternehmen und Agenturen für Fernsehen und Online von einem zentralen Ansprechpartner betreut.
- **SevenOne AdFactory gegründet.** Mit der Gründung einer eigenen Tochterfirma für integrierte Crossmedia-Angebote zum 1. Juli 2009 trägt die ProSiebenSat.1 Group der stetig steigenden Nachfrage der Werbewirtschaft nach medienübergreifenden Werbeangeboten Rechnung. SevenOne AdFactory bietet vernetzte Kommunikationslösungen rund um TV, Online, Mobile und Licensing aus einer Hand.
- **Digitales Playout Center startet Betrieb.** Das digitale Playout Center der ProSiebenSat.1 Group hat im April 2009 seinen Betrieb aufgenommen. Es beinhaltet ein dateibasiertes Programm-Archiv und eine bandlose Sendeabwicklung. Somit kann die ProSiebenSat.1 Group sämtliche Inhalte schneller und zu geringeren Kosten als bisher auf allen Medienplattformen verwerten.

1.2.3 Unternehmenssteuerung, Ziele, Strategie

Der Vorstand steuert den Konzern bzw. die operativen Unternehmenseinheiten durch strategische Vorgaben sowie anhand einer Reihe von Kennzahlen. Das interne Steuerungssystem der ProSiebenSat.1 Group besteht im Wesentlichen aus folgenden Komponenten:

- Kennzahlen-basiertes Steuerungssystem
- Integriertes Budget- und Planungssystem



- Kontinuierliches Risiko- und Chancenmanagement
- Strategieprozess
- Management by Objectives auf allen Unternehmensebenen
- Monatliche Berichterstattung an den Aufsichtsrat und Vorstand
- Regelmäßige Aufsichtsratssitzungen bzw. von Ausschüssen des Aufsichtsrats

Kennzahlenbasiertes Steuerungssystem

Das konzernweite Steuerungssystem ist auf die einzelnen Geschäftseinheiten zugeschnitten und umfasst sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Kenngrößen (Key Performance Indikatoren). Neben unternehmensinternen Kennzahlen, die die Performance der Gruppe und ihrer Geschäftstätigkeiten widerspiegeln, werden externe Indikatoren, die die Geschäftsentwicklung maßgeblich mitbestimmen, berücksichtigt. Dazu zählen zum Beispiel aktuelle Konjunktur- und Marktdaten.

Zentrale finanzielle Steuerungsgrößen sind:

- **Recurring EBITDA:** **Recurring EBITDA** steht für das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA bzw. Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen. Die recurring EBITDA-Marge zeigt das Verhältnis von recurring EBITDA zum Umsatz. Diese Kennzahlen ermöglichen eine aussagekräftige Beurteilung der operativen Geschäftsentwicklung und vereinfachen die internationale Vergleichbarkeit der Profitabilität von Unternehmen, da Steuer- und Abschreibungseinflüsse sowie die Finanzierungsstruktur keine Berücksichtigung finden. Sie sind daher ein wichtiger Indikator zur Beurteilung der operativen Ertragskraft des ProSiebenSat.1-Konzerns und seiner Segmente.
- **Free Cashflow:** **Der Free Cashflow** gibt die in einer Periode erwirtschafteten Einzahlungsüberschüsse an und kann als finanzwirtschaftlicher Überschuss interpretiert werden, der zur Bedienung von Eigen- und Fremdkapitalgebern zur Verfügung steht.
- **Verschuldungsgrad:** Eine weitere wichtige Steuerungsgröße, an der sich der ProSiebenSat.1-Konzern bei der langfristigen Finanzplanung orientiert, ist das Verhältnis zwischen Netto-Finanzverschuldung und recurring EBITDA (Verschuldungsgrad).

Neben rein finanziellen Steuerungsgrößen hat die ProSiebenSat.1 Group Key-Performance-Kennzahlen definiert, die nicht unmittelbar finanziell messbar sind. Zu diesen operativen Frühwarnindikatoren zählt insbesondere der Zuschauermarktanteil der Free-TV-Sender. Sie werden im Rahmen der Risikofrüherkennung analysiert und sind gleichzeitig Leistungsnachweis für die Programmqualität und den Markenwert der Sender gegenüber der Werbewirtschaft. Im Geschäftsbereich Diversifikation sind unter anderem die Anzahl der Unique User (im Online-Business) oder die Anzahl von Anrufen (im Call-TV-Business) wichtige Indikatoren für die Performance der jeweiligen Geschäftseinheiten.

Integriertes Budget- und Planungssystem

Die Planung wird auf Basis der strategischen und operativen Unternehmensziele erstellt. Im Fokus der konzernweiten Planungsprozesse stehen die zuvor erläuterten Kennzahlen. Die konzernweite Planung umfasst die operative Planung (Budget) für das nächstfolgende bzw. dann aktuelle Geschäftsjahr sowie die langfristige Unternehmensplanung (Fünfjahresplan), die wiederum die operative Planung (Budget) enthält und auf dieser aufbaut. Die einzelnen Planungsprozesse sind systematisch aufeinander abgestimmt und im Zeitablauf festgelegt. Dies ist von grundlegender



Bedeutung für die wirksame Steuerung der definierten Zielgrößen, aber auch für die gruppenweite Erhebung von Chancen und Risiken:

- **Operative Jahresplanung auf Monatsbasis (Budget).** Die operative Jahresplanung (Budget) erfolgt auf monatlicher Basis für alle Unternehmen der Gruppe, für die Segmente sowie den Konzern. Dies geschieht „bottom-up“, das bedeutet, die zunächst unternehmensspezifischen Daten werden zum Budget auf Segment- und Konzernebene verdichtet, jeweils über die Gewinn- und Verlustrechnung sowie Bilanz und Kapitalflussrechnung. In die operative Jahresplanung fließen insbesondere die Volumen- und Preisplanung, die Programmplanung, die Kosten- und Investitionsplanung und die Personalplanung ein. Das Budget wird vom Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedet. Die operative Jahresplanung erfolgt am Ende eines Geschäftsjahres für das nächstfolgende Geschäftsjahr. Das Budget bildet die Grundlage für den Mehrjahresplan.
- **Mehrjahresplan auf Quartalsbasis (langfristige Unternehmensplanung).** Aufsattpunkt für die Mehrjahresplanung ist das Budget. Die langfristige Planung für die ProSiebenSat.1 Group wird wie das Budget jährlich erstellt und erfolgt ebenfalls „bottom-up“. Auch der Mehrjahresplan wird vom Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedet.
- **Unterjährige Ergebnisprognosen.** In unterjährigen Ergebnisprognosen wird die voraussichtliche Umsatz- und Ergebnisentwicklung des aktuellen Geschäftsjahres im Vergleich zum Budget dargestellt und analysiert. Sie ist ein wesentliches Instrument zur Steuerung, da mit ihrer Hilfe etwaigen negativen Entwicklungen schnell entgegengewirkt werden kann.
- **Reporting.** Potenziell auftretende Risiken werden von den dezentralen Risikomanagern im Rahmen des vierteljährlichen Reportings an den Group Risk and Compliance Officer berichtet.

Strategie der ProSiebenSat.1 Group

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG gibt für die Holding die Unternehmensstrategie und daraus resultierend die operativen kurzfristigen und langfristigen Planungsziele der ProSiebenSat.1 Group vor. In die Strategieentwicklung fließen umfassende Analysen des Marktumfeldes ein. Es werden Erfolgsfaktoren definiert, Chancen priorisiert und Maßnahmen abgeleitet, mit denen die strategischen Ziele erreicht werden sollen. Aus dem Strategieprozess folgt der Budgetprozess. Die strategische Planung ist somit fest in das Management von Risiken bzw. in die unterjährigen Controllingprozesse eingebunden.

Strategische Ziele. Die ProSiebenSat.1 Group hat den Anspruch, ihre Position als einer der größten Medienkonzerne in Europa nachhaltig zu stärken. Die ProSiebenSat.1 Group hat dazu drei strategische Handlungsschwerpunkte festgelegt:

1. **Stärkung des Kerngeschäfts werbefinanziertes Fernsehen.** Audiovisuelle Inhalte ziehen Menschen seit jeher in ihren Bann. Sie informieren, unterhalten, wecken Emotionen, berühren. Auf dieser Faszination beruht der Erfolg unseres Leitmediums TV. Neben herausragenden Programmen sind attraktive Marken, leistungsstarke Vertriebsstrukturen und innovative Sales-Konzepte Voraussetzungen für Wachstum in unserem Kerngeschäft.



2. **Entwicklung neuer Geschäfte in verwandten Bereichen und Ausbau des klassischen Diversifikationssegments.** Unser Ziel ist es, unsere Abhängigkeit vom TV-Werbemarkt zu verringern und die veränderten Mediennutzungsgewohnheiten zu bedienen. Diese strategische Zielsetzung fassen wir unter dem Begriff Diversifikation zusammen: Durch Diversifizierung und damit Verlängerung unserer Wertschöpfungskette generieren wir zusätzliche, vom klassischen TV-Werbemarkt unabhängige Erlöse. Die Erweiterung unseres Umsatzportfolios erfolgt durch geografische Expansion (z.B. durch den internationalen Rollout von Onlineplattformen), crossmediale Contentverwertung (u.a. mittels konvergenter Medienkonzepte für TV und Online) sowie durch Diversifikation in verwandte Bereiche (bspw. Music, Live- und Artistmanagement).
3. **Erreichen der finanziellen Ziele durch herausragende Umsetzung (Operational Excellence).** Wichtiger Baustein zur Verbesserung unserer Profitabilität ist es, attraktive Inhalte in überdurchschnittlich effizienten Prozessen zu entwickeln, zu produzieren, zu verwerten und zu vertreiben. Schlanke Prozesse und klare Strukturen bilden die Grundlage für die Erreichung dieser finanziellen Zielsetzung. Mit dem Umzug von SAT.1 und der Zentralisierung der TV- und Holdingfunktionen am Standort Unterföhring hat die ProSiebenSat.1 Group im Jahr 2009 ihre Effizienz in der Verwaltung weiter gesteigert und darüber hinaus deutliche Einsparungen im Programm- und Vermarktungsbereich erzielt. Außerdem strebt der Konzern eine bereichsübergreifende Vernetzung auf breiter Basis an, um weitere Synergiepotenziale zu heben und Skaleneffekte zu generieren. Ein Beispiel dafür ist die Bündelung der Beschaffungsaktivitäten in der neuen Abteilung „Strategischer Einkauf“. Die weitere Optimierung von Kostenstrukturen, die Verbesserung des Cashflows und die Beschleunigung von Workflows bleibt insbesondere vor dem Hintergrund der konjunkturellen Lage auch in Zukunft ein wesentliches strategisches Ziel der ProSiebenSat.1 Group.

1.2.4 Grundsätze der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat

Vergütungsstrukturen des Vorstands

Die Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG stehen neben ihrer Organfunktion auch in vertraglicher Beziehung zu der Gesellschaft. Für den Abschluss der Dienstverträge mit den Mitgliedern des Vorstands ist der Aufsichtsrat zuständig. Die Dienstverträge der ProSiebenSat.1 Media AG mit ihren Vorstandsmitgliedern haben eine maximale Laufzeit von fünf Jahren. In den genannten Verträgen sind die Rechte und Pflichten der Vorstandsmitglieder festgelegt, unter anderem auch ihre Vergütung.

Das Vergütungssystem für den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG ist auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet und setzt sich aus festen und erfolgsbezogenen Komponenten zusammen. Kriterien für die Angemessenheit der Vergütung orientieren sich einerseits an der persönlichen Leistung und dem Tätigkeits- und Verantwortungsbereich der einzelnen Vorstandsmitglieder, andererseits am Vergleichsumfeld und der wirtschaftlichen Lage der Gesellschaft.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr setzte sich die Vergütung der Vorstandsmitglieder wie folgt zusammen:



- Sämtliche Vorstandsmitglieder erhalten nach ihren Anstellungsverträgen jeweils ein **fixes Basisgehalt**, das sich am Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds orientiert und monatlich ausgezahlt wird.
- Neben diesem Basisgehalt erhalten die einzelnen Vorstandsmitglieder eine erfolgsabhängige **variable Vergütung in Form eines Jahresbonus**. Die konkrete Ausgestaltung des Jahresbonus ist in den einzelnen Vorstandsdiensverträgen einheitlich geregelt. Seine Höhe steht teilweise im Ermessen des Aufsichtsrats und hängt von der Erreichung im Voraus festgelegter Erfolgsziele ab, die aus dem Konzern-EBITDA, der Konzern-Netto-Finanzverschuldung und persönlichen Zielen bestehen.
- Ferner nehmen die Mitglieder des Vorstands an einem **Aktionsoptionsprogramm** der ProSiebenSat.1 Media AG (Longterm Incentive Plan – LTIP) teil, das erstmals im Jahr 2005 eingeführt und zuletzt im Jahr 2009 erneuert wurde. Mit diesem Aktienoptionsprogramm hat die Gesellschaft zur Förderung des Shareholder-Value eine zusätzliche, am langfristigen Unternehmenserfolg ausgerichtete Vergütungskomponente geschaffen. Jede Aktienoption im Rahmen des LTIP berechtigt bei Erfüllung der Ausübungsvoraussetzungen (insbesondere Ablauf der Wartezeit und Erreichung der Erfolgsziele) zum Erwerb einer ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie. Zum 31. Dezember 2009 wurden von den Mitgliedern des Vorstands 149.500 im Jahr 2006 ausgegebene Aktienoptionen, 405.000 im Jahr 2008 ausgegebene Aktienoptionen sowie 1.205.000 im Jahr 2009 ausgegebene Aktienoptionen gehalten. Eine Ausübung von Aktienoptionen fand im Jahr 2009 nicht statt. Die Wartezeit für die im Jahr 2006 ausgegebenen Aktienoptionen ist im August 2008 ausgelaufen. Die im Jahr 2008 ausgegebenen Aktienoptionen können frühestens im Juli 2010, die im Jahr 2009 ausgegebenen Aktienoptionen frühestens im Juli 2011 ausgeübt werden.
- Die Gesellschaft hat zudem mit allen aktiven Mitgliedern des Vorstands **Versorgungsverträge** abgeschlossen, nach denen Anspruch auf Zahlung eines Ruhegehalts besteht, wenn der Vorstand das 60. Lebensjahr vollendet hat und er nach Eintritt der vertraglichen Unverfallbarkeit aus den Diensten der Gesellschaft ausgeschieden ist.
- Schließlich erhalten die Mitglieder des Vorstands **sonstige Vergütungsleistungen** in Form geldwerter Vorteile unter anderem aus der Bereitstellung von Dienstwagen, dem Abschluss von Versicherungen zugunsten der Mitglieder des Vorstands sowie der Zahlung von Übergangsgeldern in Umzugsfällen.

Die Gesellschaft hat den Mitgliedern des Vorstands weder Darlehen gewährt noch Bürgschaften oder Gewährleistungen übernommen. Nähere Angaben zum Aktienoptionsplan der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Anhang enthalten.

Individualisierte Aufstellung der Vorstandsvergütung. Von der gesetzlichen Verpflichtung zur individualisierten Offenlegung der Vorstandsvergütung im Jahres- beziehungsweise Konzernabschluss anhand der in § 285 Nr. 9 lit. a) Satz 5 bis 9 HGB bzw. § 314 Abs. 1 Nr. 6 lit. a) Satz 5 bis 9 HGB genannten Angaben ist die Gesellschaft durch Beschluss der Hauptversammlung vom 2. August 2006 für einen Zeitraum von fünf Jahren befreit. Vorstand und Aufsichtsrat haben sich jedoch entschieden, die den einzelnen Vorstandsmitgliedern von der Gesellschaft im



abgelaufenen Geschäftsjahr gewährte Vergütung auf freiwilliger Grundlage im Geschäftsbericht des Konzerns offenzulegen.

Vergütungsstruktur des Aufsichtsrats

Die Aufsichtsratsmitglieder erhalten eine fixe Vergütung, wobei der Vorsitzende des Aufsichtsrats und sein Stellvertreter jeweils den doppelten Betrag dieser festen Grundvergütung erhalten. Die Mitarbeit in Ausschüssen des Aufsichtsrats wird durch ein gesondertes Sitzungsgeld vergütet, das für jede Teilnahme an einer Ausschusssitzung zu zahlen ist. Ausschussvorsitzende erhalten den doppelten Betrag des Sitzungsgeldes. Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG festgelegt.

Vergütungen und Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Geschäftsjahr 2009 nicht gewährt.

1.3 Rechtliche Rahmenbedingungen

Die ProSiebenSat.1 Media AG muss eine Vielzahl an Rechtsvorschriften beachten. Als deutsche Aktiengesellschaft unterliegt sie insbesondere dem deutschen Aktien-, Mitbestimmungs- und Kapitalmarktrecht und ist an den Deutschen Corporate Governance Kodex gebunden. Neben diesen allgemeinen Rechtsvorschriften sind vor allem publizistische und medienpolitische Grundsätze von Bedeutung.

Wichtige Berichtspflichten, die sich aus den rechtlichen Rahmenbedingungen für den vorliegenden Lagebericht ergeben, werden nachfolgend erfüllt. Zudem werden Änderungen medienpolitischer Vorgaben und rechtlicher Bestimmungen erläutert:

1.3.1 Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB.

Das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) brachte im Mai 2009 eine umfassende Reform des deutschen Handelsgesetzbuchs (HGB). Das Gesetz enthält unter anderem Regelungen für mehr Information und Transparenz der Risikoberichterstattung und Vorgaben zum Unternehmensführungsbericht. Die Erklärung der Gesellschaft zur Unternehmensführung ist auf der [Homepage](http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/cg_ueberblick/) der Gesellschaft unter http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/cg_ueberblick/ veröffentlicht.

1.3.2 Angaben gemäß § 289 Abs. 4, und Erläuterungen gemäß § 124 a Satz 1 Nr. 3, § 176

Abs. 1 Satz 1 AktG

Die ProSiebenSat.1 Media AG nimmt für die von ihr ausgegebenen stimmberechtigten Aktien keinen organisierten Markt im Sinne des § 2 Abs. 7 WpÜG in Anspruch. Lediglich die auf den Inhaber lautenden, stimmrechtslosen Vorzugsaktien der Gesellschaft sind im Teilbereich des regulierten Markts der Frankfurter Wertpapierbörse mit weiteren Zulassungsfolgepflichten (Prime Standard) zum Börsenhandel zugelassen. Die auf den Namen lautenden, stimmberechtigten Stammaktien der ProSiebenSat.1 Media AG sind hingegen nicht zum Börsenhandel zugelassen. Angaben gemäß § 289 Abs. 4 im Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG können daher entfallen. Ferner erübrigt sich ein erläuternder Bericht des Vorstands zu diesen Angaben gemäß § 124 a Satz 1 Nr. 3, § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG. Daher beschränkt sich die ProSiebenSat.1 Media AG auf folgende Angaben:

- **Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals.** Das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt 218.797.200 Euro und ist eingeteilt in 109.398.600 auf den Namen



lautende Stammaktien als Stückaktien und 109.398.600 auf den Inhaber lautende Vorzugsaktien ohne Stimmrecht als Stückaktien. Aktien mit Sonderrechten, die Kontrollbefugnisse verleihen, sind nicht vorhanden. Aus den 6.027.500 eigenen Vorzugsaktien stehen der Gesellschaft keine Rechte zu.

- **Beschränkung hinsichtlich der Übertragung von Aktien.** Die auf den Namen lautenden Stammaktien der ProSiebenSat.1 Media AG sind gemäß § 5 Abs. 4 der Satzung nur mit Zustimmung der Gesellschaft übertragbar. Über die Erteilung der Zustimmung entscheidet der Vorstand. Er hat die Zustimmung zu erteilen, soweit die Übertragung keine Beteiligung an der Gesellschaft begründet, die medienrechtlich vorgegebene Grenzen überschreitet. Die Übertragung von auf den Inhaber lautenden stimmrechtslosen Vorzugsaktien unterliegt keiner Zustimmungserfordernis.

1.3.3 Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen gemäß § 312 AktG im Geschäftsjahr 2009

Die Beteiligung der Lavena Holding 5 GmbH, München, an der ProSiebenSat.1 Media AG beläuft sich derzeit nach § 16 AktG auf 56,5 Prozent. Der Anteil an den stimmberechtigten Stammaktien beträgt unmittelbar 88,0 Prozent.

Durch eine 100-prozentige Beteiligungskette über die Lavena Holding 5 GmbH, München, die Lavena Holding 4 GmbH, München, die Lavena Holding 1 GmbH, München, die Lavena 3 S.à r.l., Luxemburg, die Lavena 2 S.à r.l., Luxemburg, Lavena 1 S.à r.l., Luxemburg, gilt die ProSiebenSat.1 Media AG als eine von der Lavena 1 S.à r.l. abhängige Gesellschaft. Sie ist gemäß § 312 AktG zur Erstellung eines Berichtes über die Beziehungen zwischen der ProSiebenSat.1 Media AG und der Lavena 1 S.à r.l. und den mit ihr verbundenen Unternehmen verpflichtet.

Rechtsgeschäfte mit Dritten auf Veranlassung oder im Interesse der Lavena 1 S.à r.l. oder mit ihr verbundener Unternehmen hat die ProSiebenSat.1 Media AG im Berichtsjahr nicht vorgenommen. Berichtspflichtige Maßnahmen im Sinne des § 312 AktG wurden weder getroffen noch unterlassen.

Schlusserklärung des Vorstands nach § 312 Abs. 3 AktG. Bei den im Berichtsjahr vorgenommenen Rechtsgeschäften zwischen der ProSiebenSat.1 Media AG und der Lavena 1 S.à r.l. sowie den mit ihr verbundenen Unternehmen hat die ProSiebenSat.1 Media AG in jedem Einzelfall eine angemessene Gegenleistung im Sinne des § 312 AktG vereinbart und – soweit dies im Berichtsjahr zu erfüllen war – eine entsprechende Leistung erhalten.

1.3.4. Gewinnspielsatzung, Call-TV in Deutschland

Im März 2009 hatten die Landesmedienanstalten eine neue Gewinnspielsatzung erlassen, die eine freie Programmgestaltung und einen ansprechenden Spielaufbau für unseren Call-TV-Sender 9Live deutlich einschränkte. 9Live wehrte sich rechtlich und beantragte im Juni 2009 eine sogenannte Normenkontrolle der Satzung.

Der Bayerische Verwaltungsgerichtshof erklärte im Oktober 2009 wesentliche Bestimmungen der Gewinnspielsatzung für rechtswidrig und damit unwirksam. Darunter fielen auch durch die Satzung festgelegte Zeitvorgaben, nach denen ein Gewinnspiel nicht länger als 30 Minuten und eine Gewinnspielsendung nicht länger als drei Stunden dauern durfte. Gleichwohl bedeutet die



Entscheidung natürlich nicht, dass 9Live seinen sich seit Beginn selbst auferlegten Transparenzpflichten in Zukunft nicht mehr nachkommt.

1.4 Konjunkturelle Rahmenbedingungen

1.4.1 Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Nach Angaben des Internationalen Währungsfonds (IWF) ist die globale Wirtschaftsleistung 2009 real um 0,8 Prozent zurückgegangen. Vor allem in den etablierten Industrienationen wie den USA (-2,5%), Japan (-5,3%) oder den Ländern der Eurozone (-3,9%) machte sich die Wirtschaftskrise bemerkbar. In der zweiten Jahreshälfte stabilisierte sich die Lage allmählich – nicht zuletzt aufgrund finanz- und konjunkturpolitischer Maßnahmen.

Deutschland mit seiner exportorientierten Wirtschaft spürte den Rückgang des Welthandels besonders stark. Einschnitte gab es insbesondere bei Ausrüstungsinvestitionen und Exporten. Die privaten Konsumausgaben stiegen hingegen real um 0,4 Prozent und leisteten damit einen positiven Wachstumsbeitrag von 0,2 Prozentpunkten. Zu verdanken war dies nicht nur den Konjunkturpaketen mit Maßnahmen wie der Abwrackprämie, sondern auch dem erfolgreichen Kurzarbeitermodell. Mit seiner Hilfe stieg die Zahl der Arbeitslosen 2009 um vergleichsweise moderate 155.000 Personen auf jahresdurchschnittlich 3,42 Mio. Nach ersten Schätzungen des Statistischen Bundesamtes schrumpfte das reale Bruttoinlandsprodukt in Deutschland im Gesamtjahr 2009 um fünf Prozent. Im Jahresverlauf zeigte auch die deutsche Wirtschaft eine leichte Verbesserung: Während im ersten Quartal das Bruttoinlandsprodukt im Vergleich zum Vorquartal deutlich um 3,5 Prozent sank, konnte sich die Wirtschaft in den folgenden zwei Quartalen wieder etwas erholen (Q2: +0,4%, Q3: +0,7%). Zum Jahresende stagnierte das Wachstum (Q4: +0,0%). Positive Impulse kamen zuletzt vom Außenhandel, während Investitionen und private Konsumausgaben zurückgingen.

1.4.2 Entwicklung des Werbemarktes

Die Entwicklung der Werbemärkte wird von unterschiedlichen gesamtwirtschaftlichen Faktoren beeinflusst. Ein wichtiger Impuls für den deutschen TV-Werbemarkt geht vom privaten Konsum aus. Auf Basis der von Nielsen Media Research veröffentlichten Bruttozahlen für den deutschen Markt lagen die Investitionen in TV-Werbung im Jahr 2009 um 2,9 Prozent über dem Vorjahreswert von 9,12 Mrd Euro. Vor allem das vierte Quartal 2009 trug zum Wachstum der Brutto-Werbeinvestitionen bei (+9,8% auf 3,15 Mrd Euro). Bruttozahlen reflektieren die Netto-Entwicklung jedoch nicht vollständig. Nettozahlen für den deutschen TV-Werbemarkt im Jahr 2009 veröffentlicht der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) erst im Mai 2010. Die Verbandsprognose für die Einnahmen der Werbeträger liegt derzeit bei minus fünf bis minus acht Prozent netto. Die ProSiebenSat.1 Group geht von einem Rückgang der Investitionen in TV-Werbung im Gesamtjahr 2009 um mehr als zehn Prozent netto aus.

Die SevenOne Media GmbH hat mit einem Brutto-Werbemarktanteil von 42,9 Prozent (Vorjahr: 41,1%) ihre führende Position in Deutschland in einem sehr wettbewerbsintensiven Umfeld gefestigt. Die Brutto-Werbeinnahmen der TV-Vermarktungsgesellschaft der ProSiebenSat.1 Group für den Hauptmarkt Deutschland stiegen im Jahr 2009 um 7,5 Prozent auf 4,03 Mrd Euro. Vor allem im vierten Quartal konnte SevenOne Media die gute Senderleistung der deutschen TV-Familie kapitalisieren und ihre Brutto-Werbeinnahmen steigern (+11,7% auf 1,34 Mrd Euro).

Auch in den internationalen TV-Werbemärkten hat sich der Rückgang der Werbeinvestitionen zum Jahresende verlangsamt. Auf Jahressicht gingen insbesondere in den skandinavischen und osteuropäischen Ländern die TV-Werbeinvestitionen zurück.



1.4.3 Entwicklung des Zuschauermarktes

Die TV-Sender der ProSiebenSat.1 Group konnten ihre Marktposition im Jahr 2009 teilweise deutlich verbessern, sowohl im deutschsprachigen Raum als auch im internationalen Free-TV-Segment. Mit 30,1 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen steigerte die deutsche Senderfamilie mit SAT.1, ProSieben, kabel eins und N24 ihren Zuschauermarktanteil 2009 um 0,7 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr und übertraf damit im Kernmarkt Deutschland die 30-Prozent-Hürde.

Durch komplementäre Programmierung der deutschen Senderfamilie kann die ProSiebenSat.1 Group unterschiedliche Interessen der Zuschauer bedienen. Auch international setzt ProSiebenSat.1 auf eine „Mehr-Sender-Strategie“. Ziel dieser Strategie ist es auch, durch den Launch neuer Sender weitere Zielgruppen anzusprechen und den Werbekunden hierdurch zusätzliche Angebote zu machen. Die effiziente Nutzung des Programmvermögens und die Schärfung der Senderprofile durch die zielgruppengenaue Abstimmung der Programmschemata ist ein weiterer Bestandteil dieses Ansatzes. Ein gutes Beispiel dafür ist Dänemark: Der im Januar 2009 gegründete Sender 6'eren wendet sich an die männliche Kernzielgruppe zwischen 15 und 50 Jahren. Er ergänzt die dänische Senderfamilie, die mit Kanal 5 die ganze Familie und mit Kanal 4 vor allem Frauen anspricht. Die dänische Sendergruppe erhöhte ihren Zuschauermarktanteil mit dieser Strategie 2009 um 0,8 Prozentpunkte auf 15,3 Prozent. Besonders erfreulich war die Entwicklung der Zuschauermarktanteile 2009 auch in den Niederlanden (+0,2%-Punkte auf 27,3%) und Österreich (+1,6%-Punkte auf 17,3%).

II. Geschäftsverlauf im Jahr 2009: Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

2.1 Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Der **Umsatz** der ProSiebenSat.1 Media AG stieg im Geschäftsjahr 2009 um 3,7 Mio Euro oder 48,6 Prozent auf 11,3 Mio Euro. Der Umsatzanstieg gegenüber dem Jahr 2008 ist hauptsächlich auf höhere Erlöse aus dem Verkauf von Programmnebenrechten zurückzuführen.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** verzeichneten gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang um 16,9 Prozent auf 96,8 Mio Euro. Diese Abnahme um 19,7 Mio Euro resultiert aus rückläufigen konzerninternen Erträgen und aus geringeren Erträgen aus Währungssicherungsgeschäften. Positiv wirkte sich die Zuschreibung auf eigene Anteile aufgrund des gegenüber dem Vorjahr höheren Kurses der ProSiebenSat.1 Aktie am 31. Dezember 2009 aus.

Die **Betriebsaufwendungen** nahmen im Geschäftsjahr 2009 um 4,8 Prozent oder 8,9 Mio Euro auf 196,0 Mio Euro zu. Der darin enthaltene Programm- und Materialaufwand verzeichnete insbesondere aufgrund höherer Verbreitungsaufwendungen einen Anstieg um 48,9 Prozent auf 36,2 Mio Euro. Der Personalaufwand stieg aufgrund höherer Aufwendungen für Sonderzahlungen um 15,4 Prozent auf 48,8 Mio Euro. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen reduzierten sich hingegen um 7,6 Prozent oder 8,8 Mio Euro auf 106,8 Mio Euro. Dazu beigetragen haben geringere Wertberichtigungen auf sonstige Vermögensgegenstände und die Übernahme von Filmförderungskosten durch die German Free TV Holding GmbH.

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich im Geschäftsjahr 2009 auf 96,6 Mio Euro. Im Vorjahr wies die ProSiebenSat.1 Media AG ein Finanzergebnis von minus 827,7 Mio Euro aus. Die deutliche Verbesserung des Finanzergebnisses ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen:



Das Beteiligungsergebnis, das heißt die Erträge aus Beteiligungen und Gewinnabführungsverträgen abzüglich der Aufwendungen aus Verlustübernahme, stieg von minus 347,9 Mio Euro im Jahr 2008 auf plus 282,5 Mio Euro im Jahr 2009. Positiv wirkte sich hier unter anderem ein Anstieg der abgeführten Gewinne der deutschen Senderfamilie aus, die sich um 71,1 Mio Euro auf 392,2 Mio Euro erhöhten (+22,1%). Deutlich gesunken sind im Geschäftsjahr 2009 die Aufwendungen aus Verlustübernahmen. Sie betragen 166,4 Mio Euro und lagen damit um 558,2 Mio Euro unter dem Vorjahresniveau. Die Aufwendungen aus Verlustübernahme sind, wie im Vorjahr, durch Wertberichtigungen auf die internationalen Geschäftstätigkeiten des ProSiebenSat.1-Konzerns geprägt. Die Abschreibungen auf Finanzanlagen und Wertpapiere des Umlaufvermögens reduzierten sich 2009 um 294,4 Mio Euro auf 20,0 Mio Euro. Im vorangegangenen Jahr wurden vor dem Hintergrund der schwierigen konjunkturellen Rahmenbedingungen Wertberichtigungen auf Unternehmen der deutschen Sendergruppe in Höhe von 300,0 Mio Euro vorgenommen. Für das Jahr 2009 ergaben sich außerplanmäßige Abschreibungen aus der rückläufigen Umsatzentwicklung des deutschen Call-TV-Geschäfts in Höhe von 20,0 Mio Euro.

Die Zinsaufwendungen verringerten sich um 2,1 Prozent auf 180,7 Mio Euro (Vorjahr: 184,5 Mio Euro). Dieser Rückgang resultiert größtenteils aus einem günstigeren Zinsniveau.

Insbesondere aufgrund des verbesserten Finanzergebnisses verzeichnete das **Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit** einen deutlichen Anstieg um 899,4 Mio Euro auf 8,7 Mio Euro (Vorjahr: -890,7 Mio Euro). Nach Abzug des Aufwands für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag in Höhe von 64,3 Mio Euro (Vorjahr: 42,7 Mio Euro) sowie sonstiger Steuern weist die ProSiebenSat.1 Media AG 2009 einen **Jahresfehlbetrag** von 56,1 Mio Euro aus (Vorjahr: 933,4 Mio Euro).

2.2 Finanz- und Vermögenslage

Fremdkapitalausstattung

Die Darlehensverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Media AG betragen zum 31. Dezember 2009 unverändert zum Vorjahr 2.562,0 Mio Euro. Sie betreffen in Höhe von 1.241,6 Mio Euro den Term Loan B, in Höhe von 823,1 Mio Euro den Term Loan C und in Höhe von 497,2 Mio Euro die Barinanspruchnahme der revolvingierenden Kreditfazilität. Risiken aus der Änderung von variablen Zinssätzen werden durch derivative Finanzgeschäfte in Form von Zinsswaps abgesichert. Die Absicherungsquote auf Ebene der ProSiebenSat.1 Media AG liegt wie im Vorjahr bei 68 Prozent.

Bestandteil der konzernweiten Unternehmensfinanzierung sind verschiedene besicherte endfällige Darlehen in Höhe von ursprünglich insgesamt 3,600 Mrd Euro mit einer Laufzeit bis Juli 2014 (Term Loan B) bzw. Juli 2015 (Term Loan C). Durch die im vierten Quartal 2009 erfolgte Redenominierung eines an eine mittelbare Tochtergesellschaft in Schwedischer Krone ausgereichten Teilbetrags des Term Loan B in Euro als neue Darlehenswährung hat sich das Term Loan B von ursprünglich 1,800 Mrd Euro auf 1,771 Mrd Euro reduziert. Seit der Redenominierung werden sämtliche Term Loans in Euro in Anspruch genommen. Darüber hinaus beinhaltet die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung eine revolvingierende Kreditfazilität mit einer Laufzeit bis Juli 2014 und einem Rahmenvolumen von 600,0 Mio Euro (RCF).

Die ProSiebenSat.1 Group hat den besicherten syndizierten Kredit in Höhe von ursprünglich insgesamt 4,200 Mrd Euro (nunmehr 4,171 Mrd Euro) in Zusammenhang mit der Finanzierung der SBS-Akquisition im Juni 2007 vereinbart.



Der Konzern kann die bestehende revolvingende Kreditfazilität in verschiedenen Währungen variabel für allgemeine betriebliche Zwecke in Anspruch nehmen. Dazu zählen neben Barinanspruchnahmen für notwendige Investitionen beispielsweise auch Bürgschaften für Anzahlungen und Gewährleistungen (Avale). Inanspruchnahmen erfolgten bisher ausschließlich in Euro.

Infolge der globalen Finanzkrise können seit Herbst 2008 zwei RCF-Kreditgeber ihren vertraglichen Verpflichtungen nicht mehr nachkommen, so dass der aktuell verfügbare Kreditrahmen (unter Berücksichtigung bereits in Anspruch genommener Kreditmittel dieser beiden Kreditgeber) nunmehr 594,7 Mio Euro beträgt. Da derzeit davon auszugehen ist, dass diese Kreditgeber bei einer Neu-Inanspruchnahme nicht partizipieren werden, würde eine zwischenzeitliche vollständige Rückführung der revolvingenden Kreditfazilität vermutlich zu einer Reduktion ihres Kreditvolumens um insgesamt 32,7 Mio Euro auf dann 567,3 Mio Euro führen. Vor diesem Hintergrund ergaben sich Wertberichtigungen auf sonstige Vermögensgegenstände im Jahr 2008.

Unter Berücksichtigung von Avalinanspruchnahmen in Höhe von 30,8 Mio Euro wurden zum 31. Dezember 2009 aus der revolvingenden Kreditfazilität 528,0 Mio Euro in Anspruch genommen. Zum 31. Dezember 2008 betrug der Inanspruchnahmebetrag (inklusive Avalinanspruchnahmen in Höhe von 43,4 Mio Euro) 540,6 Mio Euro. Der bei der ProSiebenSat.1 Media AG ausgewiesenen Barinanspruchnahme der revolvingenden Kreditfazilität in Höhe von jeweils 497,2 Mio Euro zu den beiden Bilanzstichtagen stehen liquide Mittel der ProSiebenSat.1 Group in Höhe von 737,4 Mio Euro (31. Dezember 2009) bzw. 632,9 Mio Euro (31. Dezember 2008) gegenüber. Die liquiden Mittel auf Ebene der ProSiebenSat.1 Media AG betragen 646,9 Mio Euro (Vorjahr: 504,0 Mio Euro).

78 Prozent der aus den Term Loans resultierenden variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten im Konzern sind über verschiedene Zinsswaps abgesichert. Der durchschnittliche (festverzinsliche) Swapsatz beträgt rund 4,6 Prozent pro Jahr. Die Verzinsung der ungesicherten Term Loan-Teilbeträge sowie der Inanspruchnahmen unter dem RCF erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen. Die zusätzliche Kreditmarge an die Kreditgeber betrug im Geschäftsjahr 2009 für das Term Loan C 1,875 Prozent per annum sowie jeweils 1,75 Prozent per annum für das Term Loan B und den RCF.

Die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung über die endfälligen Darlehen (Term Loan B und C) und die revolvingende Kreditfazilität (RCF) beinhaltet Bestimmungen, die den ProSiebenSat.1-Konzern zur Einhaltung bestimmter Finanzkennzahlen („Financial Covenants“) verpflichten.

Die ProSiebenSat.1 Group ist verpflichtet, ein bestimmtes Verhältnis der konsolidierten Netto-Finanzverschuldung zum konsolidierten EBITDA (wie jeweils im Vertrag definiert) einzuhalten. Zudem ist die ProSiebenSat.1 Group verpflichtet, ein bestimmtes Verhältnis des konsolidierten EBITDA zum konsolidierten Zinsergebnis (wie jeweils im Vertrag definiert) einzuhalten. Die Einhaltung der Finanzkennzahlen wird quartalsweise jeweils für den zurückliegenden Zwölfmonatszeitraum überprüft. Die ProSiebenSat.1 Group hat diese Finanzkennzahlen im Geschäftsjahr 2009 eingehalten.

Die Nichteinhaltung der vereinbarten Finanzkennzahlen stellt einen Kündigungsgrund für die Kreditgeber dar. Die Kreditvereinbarung der ProSiebenSat.1 Group ermöglicht allerdings die Vermeidung einer drohenden oder Heilung einer bereits eingetretenen Verletzung der Finanzkennzahlen durch Zuführung von Eigenkapital oder eigenkapitalähnlichen Mitteln in Form



nachrangiger Darlehen („Equity Cure“) innerhalb bestimmter Fristen. Eine solche Zuführung von Eigenkapital oder eigenkapitalähnlichen Mitteln wird für die Zwecke der Berechnung der Einhaltung der Financial Covenants als Erhöhung des konsolidierten EBITDA (LTM recurring EBITDA) behandelt.

Im Falle einer Änderung der gesellschaftsrechtlichen Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media AG („Change of Control“) können die Kreditgeber die Beendigung des Kreditvertragsverhältnisses und die Rückzahlung aller bestehenden Kreditinanspruchnahmen innerhalb einer bestimmten Frist nach Eintritt des Kontrollwechsels verlangen. Der Kreditvertrag enthält darüber hinaus eine Reihe marktüblicher Verpflichtungserklärungen, die, vorbehaltlich umfangreicher Ausnahmen, unter anderem die Fähigkeit der ProSiebenSat.1 Group einschränken, weitere Sicherheiten an ihren gegenwärtigen oder zukünftigen Vermögenswerten zu gewähren, weitere Finanzverbindlichkeiten einzugehen, Vermögenswerte zu veräußern, Geschäftsbetriebe insgesamt oder zum Teil zu erwerben sowie Garantien, Freistellungs- oder Haftungserklärungen außerhalb des ordentlichen Geschäftsgangs zu gewähren. Der Kreditvertrag beinhaltet zudem weitere übliche Kündigungsgründe. Die Vorschriften über die Kündigung sehen vor, dass die Kreditgeber die sofortige vollständige Rückzahlung sämtlicher unter der Kreditvereinbarung ausstehenden Inanspruchnahmen verlangen können, wenn in dem Vertrag näher geregelte Vertragsverletzungen eintreten und diese, sofern sie heilbar sind, nicht innerhalb einer bestimmten Frist geheilt werden.

Leasing. Die ProSiebenSat.1 Group hat Leasingverträge für am Standort Unterföhring genutzte Immobilien abgeschlossen. Die betreffenden Immobilien werden in den Sachanlagen aktiviert und die daraus resultierenden Leasingvereinbarungen als sonstige finanzielle Verbindlichkeit ausgewiesen. Die Immobilienleasingverträge enden frühestens im Jahre 2019, wobei die Zinskonversionszeitpunkte (Ende der Zinsbindungsfrist) früher eintreten können. In kleinerem Umfang bestehen weitere Leasingverhältnisse für technische Ausrüstung.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente. Im Berichtsjahr bestanden in der ProSiebenSat.1 Group keine wesentlichen außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente.

Liquidität und Cashflow

Der Cashbestand der ProSiebenSat.1 Media AG wird in großem Maße von der Liquidität des Konzerns beeinflusst. Das Cashmanagement wird zentral durch die ProSiebenSat.1 Media AG vorgenommen, die konzernweiten Zahlungsmittelströme fließen durch das implementierte Cashpooling System zum großen Teil in der ProSiebenSat.1 Media AG als Obergesellschaft zusammen.

Die ProSiebenSat.1 Media AG ist für die Konzernunternehmen, insbesondere für die deutschen Sender, als Einkaufskommissionär für Programmvermögen tätig. 2009 wurden für Programmeinkäufe 342,2 Mio Euro (Vorjahr: 309,8 Mio Euro) investiert. Die gesamten künftigen finanziellen Verpflichtungen aus bereits abgeschlossenen Programmeinkaufsverträgen belaufen sich zum 31. Dezember 2009 auf 2.416,7 Mio Euro (Vorjahr: 1.520,9 Mio Euro).

Die Zahlungsmittelabflüsse für Investitionen in das Anlagevermögen auf Ebene der ProSiebenSat.1 Media AG betragen im Berichtsjahr 14,6 Mio Euro (Vorjahr 12,2 Mio EUR).

Die folgende Darstellung des Cashflows bezieht sich auf die gesamte ProSiebenSat.1 Group, da diese die Liquidität der ProSiebenSat.1 Media AG in hohem Maße beeinflusst.



Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit

Der 2009 erwirtschaftete Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit der ProSiebenSat.1 Group betrug 1,478 Mrd Euro. Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 8,7 Prozent oder 118,7 Mio Euro. Neben der verbesserten Ertragslage des Konzerns wirkten sich die Veränderungen im Working Capital positiv auf den operativen Cashflow aus, die sich zum 31. Dezember 2009 auf 92,8 Mio Euro beliefen (Vorjahr: -26,8 Mio Euro). Die Verbesserung des Working Capitals geht vor allem auf gegenüber dem Vorjahr höhere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen zurück.

Cashflow aus Investitionstätigkeit

Aus der Investitionstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group resultierte ein Mittelabfluss von 1,320 Mrd Euro im Vergleich zu 1,175 Mrd Euro im Jahr 2008 (+12,3%). Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Vorjahreswert durch Mittelzuflüsse aus dem Verkauf von CMore beeinflusst ist. Im Zuge der Fokussierung auf Kernkompetenzen hatte die ProSiebenSat.1 Group 2008 die Pay-TV-Sparte CMore sowie BTI, einen internationalen Anbieter für TV-Untertitelung, veräußert. Aus den Entkonsolidierungen ergaben sich Mittelzuflüsse in Höhe von 298,6 Mio Euro. 2009 betrugen die Einzahlungen aus Desinvestitionen 5,5 Mio Euro. Sie resultieren größtenteils aus dem Verkauf der solute GmbH.

Das Jahr 2009 war darüber hinaus in geringerem Umfang durch Investitionen und Akquisitionen beeinflusst. Der Großteil der Investitionen entfällt mit 93,0 Prozent auf das Programmvermögen. Dazu zählen der Erwerb von Programmlizenzen sowie Investitionen für Auftrags- und Fremdproduktionen. Der Konzern investierte insgesamt 1,227 Mrd Euro in das Programmvermögen, nach 1,397 Mrd Euro im Jahr 2008 (-12,2%). Die Investitionen in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte des ProSiebenSat.1-Konzerns betrugen 97,4 Mio Euro und lagen damit auf Vorjahresniveau. Wichtige Investitionsprojekte waren im Jahr 2009 unter anderem Umbaumaßnahmen am Münchner Standort sowie der Ausbau des neuen Playout Center. Im Diversifikationsbereich flossen insbesondere Mittel für die Weiterentwicklung der Spieleplattform SevenGames und den Relaunch des Onlineauftritts ProSieben.de ab.

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultierte ein Free Cashflow von 157,4 Mio Euro gegenüber 183,8 Mio Euro im Jahr 2008 (-14,4%) auf Ebene des Konzerns.

Cashflow aus Finanzierungstätigkeit.

Aus der Finanzierungstätigkeit des Konzerns ergab sich 2009 ein Mittelabfluss von 56,3 Mio Euro gegenüber einem Mittelzufluss von 202,8 Mio Euro im Vorjahr. In Zusammenhang mit dem Umzug von SAT.1 nach München wurde 2009 ein Baudarlehen in Höhe von 30,5 Mio Euro zurückgezahlt. Zudem wurden für den Rückkauf eigener Vorzugsaktien 15,4 Mio Euro aufgewendet (Vorjahr: 15,1 Mio Euro). Für die Auszahlung der Dividende flossen 2,1 Mio Euro ab (Vorjahr: 269,9 Mio Euro). Der Mittelzufluss im Vorjahr ist vorwiegend auf eine Inanspruchnahme der revolvingierenden Kreditfazilität in Höhe von 497,2 Mio Euro zurückzuführen.

Vermögenslage und Kapitalstruktur

Die **Bilanzsumme** der ProSiebenSat.1 Media AG stieg gegenüber dem 31. Dezember 2008 um 352,2 Mio Euro auf 7.273,1 Mio Euro am 31. Dezember 2009 (+5,1%).



Das **Anlagevermögen** verringerte sich 2009 im Vergleich zum Vorjahresstichtag um insgesamt 9,6 Mio Euro auf 5.757,6 Mio Euro (-0,2%). Die in den Finanzanlagen ausgewiesenen Anteile an verbundenen Unternehmen reduzierten sich in diesem Zusammenhang um 18,8 Mio Euro auf 5.703,4 Mio Euro (-0,3%). Der Rückgang ergibt sich im Wesentlichen aus einer Wertberichtigung aufgrund des Umsatzrückgangs im Call-TV-Geschäft. Demgegenüber sind die Sachanlagen um 7,5 Mio Euro auf 35,2 Mio Euro gestiegen (+27,1%). Sie enthalten hauptsächlich Mietereinbauten am Standort in München/Unterföhring.

Das **Umlaufvermögen** erhöhte sich gegenüber dem 31. Dezember 2008 um 367,4 Mio Euro auf 1.486,9 Mio Euro (+32,8%). Dies resultiert vor allem aus einem stichtagsbedingten Anstieg der Forderungen und sonstigen Vermögensgegenstände um 202,5 Mio Euro auf 815,5 Mio Euro (+33,0%). Ursache hierfür sind vor allem höhere Forderungen gegen verbundene Unternehmen insbesondere aus Ergebnisabführungsverträgen, die sich gegenüber dem Vorjahr um 168,2 Mio Euro auf 680,2 Mio Euro erhöhten. Aufgrund gestiegener Vorauszahlungen für das Programmvermögen nahmen die sonstigen Vermögensgegenstände um 27,2 Mio Euro auf 121,9 Mio Euro zu. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen verzeichneten stichtagsbedingt einen Anstieg um 6,3 Mio Euro auf 12,2 Mio Euro. Zusätzlich stiegen die liquiden Mittel gegenüber dem Vorjahr um 142,9 Mio Euro auf 646,9 Mio Euro (+28,4%). Die in den Wertpapieren des Umlaufvermögens ausgewiesenen eigenen Anteile erhöhten sich aufgrund des Aktienrückkaufs und des stichtagsbezogenen höheren Aktienkurses um 22,0 Mio Euro auf 24,5 Mio Euro.

Die aktiven **Rechnungsabgrenzungsposten** reduzierten sich zum 31. Dezember 2009 gegenüber dem Vorjahr um 5,6 Mio Euro auf 28,6 Mio Euro (-16,3%).

Auf der Passivseite reduzierte sich das **Eigenkapital** zum 31. Dezember 2009 aufgrund des Jahresfehlbetrages und der Ausschüttung der Mindestdividende an die Vorzugsaktionäre um 58,2 Mio Euro auf 2.643,2 Mio Euro (-2,2%). Die Eigenkapitalquote verringerte sich auf 36,3 Prozent gegenüber 39,0 Prozent zum 31. Dezember 2008.

Die **Rückstellungen** verzeichneten 2009 gegenüber dem Vorjahr eine Zunahme um 39,4 Mio Euro auf 133,8 Mio Euro (+41,8%). Aufgrund der gestiegenen Ergebnisse der Sender und somit auch der ProSiebenSat.1 Media AG erhöhten sich die Steuerrückstellungen gegenüber dem 31. Dezember 2008 um 30,4 Mio Euro auf 66,1 Mio Euro (+85,2%). Zudem verzeichneten die sonstigen Rückstellungen einen Anstieg um 8,4 Mio Euro auf 59,9 Mio Euro (+16,2%).

Mit 4.496,1 Mio Euro liegen die **Verbindlichkeiten** am 31. Dezember 2009 um 371,0 Mio Euro über dem Vorjahreswert (+9,0%). Ein Großteil des Anstiegs ist auf höhere Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen zurückzuführen. Diese stiegen insbesondere aufgrund höherer Verbindlichkeiten aus Cash-Pooling um 300,7 Mio Euro auf 1.739,8 Mio Euro (+20,9%). Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen lagen mit 140,5 Mio Euro um 61,3 Mio Euro über dem Vorjahresniveau (+77,5%). Grund hierfür sind vor allem höhere Verbindlichkeiten aus dem Erwerb neuer Lizenzen. Die sonstigen Verbindlichkeiten wiesen infolge höherer Umsatzsteuerverbindlichkeiten eine Zunahme um 10,8 Mio Euro auf 40,6 Mio Euro auf (+36,4%). Die Darlehensverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten lagen mit 2.562,0 Mio Euro auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 2.562,0 Mio Euro).

2.3 Mitarbeiter

Im Geschäftsjahr 2009 waren durchschnittlich 397 Personen bei der ProSiebenSat.1 Media AG beschäftigt, darunter 363 Mitarbeiter sowie 34 Auszubildende, Volontäre und Praktikanten. Im



Vorjahr beschäftigte die ProSiebenSat.1 Media AG 415 Personen (374 Mitarbeiter, 42 Auszubildende, Volontäre und Praktikanten).

2.4 Forschung und Entwicklung

Da die ProSiebenSat.1 Media AG als Medienunternehmen keine Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten im engeren Sinne betreibt, entfallen diese Angaben im Lagebericht.

III. Nachtragsbericht

Dan Marks wird neuer Vorstand New Media. Dan Marks (47) wird zum 1. Mai 2010 Vorstandsmitglied der ProSiebenSat.1 Media AG und übernimmt den Geschäftsbereich von Dr. Marcus Englert, der das Unternehmen verlässt. Als Chief New Media Officer ist Dan Marks künftig insbesondere für die Weiterentwicklung und Koordination der Digital-Strategie der Gruppe, sowie für die operative Führung des Online-, Pay-TV- und VoD-Geschäfts verantwortlich.

- Zwischen Ende des Geschäftsjahres 2009 und dem 11. März 2010, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, sind keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group beziehungsweise der ProSiebenSat.1 Media AG haben.

IV. Risikobericht

Als Holdingunternehmen ist die ProSiebenSat.1 Media AG selbst sowie über die von ihr direkt und indirekt gehaltenen operativen Beteiligungen mit breit gefächelter Geschäftstätigkeit verschiedenster Risiken ausgesetzt. Aufgrund der wahrgenommenen Holdingfunktion sind die Risiken und Chancen des Gesamtkonzerns im Wesentlichen deckungsgleich mit den Chancen und Risiken der ProSiebenSat.1 Media AG. Das unternehmerische Handeln ist darauf ausgerichtet, bestehende Chancen zu erkennen und zu nutzen sowie mögliche Risiken zu erfassen, zu analysieren und möglichst zu minimieren. Risiko wird dabei als denkbare Ereignis verstanden, das die Erreichung der Ziele bzw. die Umsetzung der Strategie negativ beeinflussen könnte.

4.1 Gesamtaussage zur Risikosituation des Konzerns – Beurteilung aus Sicht der Unternehmensleitung

Gegenüber dem 31. Dezember 2008 hat sich keine grundlegende Änderung der Risikolage ergeben. Der Vorstand bewertet die Gesamtrisikolage zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts weiterhin als begrenzt und beherrschbar. Zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts sind keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group führen könnten. Auf Basis unserer Planungskenntnisse sind auch keine wesentlichen Änderungen zu erwarten, die den Fortbestand der ProSiebenSat.1 Group künftig gefährden könnten. Eine negative Beeinflussung der Gesamtrisikolage aufgrund einer sich verzögernden Erholung bzw. weiteren Verschlechterung des gesamtwirtschaftlichen Umfelds kann allerdings auch weiterhin nicht ausgeschlossen werden.



Entwicklung der Risikogruppen

Veränderung 2009 vs. 2008



In diesem schwierigen Umfeld ist ein aktives Risikomanagement von großer Bedeutung. Die Gesamtrisikosituation der ProSiebenSat.1 Group wird im Rahmen des konzernweiten Risikomanagements analysiert und gesteuert. Sie ist das Resultat der eingehenden Analyse der wichtigsten Einzelrisiken bzw. der konsolidierten Betrachtung der Hauptrisikogruppen des Konzerns (Externe Risiken, Content, Technologische Risiken, Sales, Organisatorische und finanzwirtschaftliche Risiken, Compliance). Unsere Erfahrungen im TV-Werbemarkt und unser internationales Know-how im Mediensektor, kombiniert mit klaren Organisationsstrukturen, ermöglichen uns den angemessenen Umgang mit Risiken und die Umsetzung von Strategien zu ihrer Reduzierung. Den konjunkturellen Herausforderungen begegnen wir mit systematischem Kostenmanagement.

4.2 Chancenmanagement

Das Monitoring von Chancen ist ebenso wie das Risikomanagement Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems. Dazu beschäftigt sich die ProSiebenSat.1 Group zum einen intensiv mit Marktszenarien und der Entwicklung des internationalen Wettbewerbsumfelds, zum anderen mit kritischen internen Erfolgsfaktoren wie Kostentreibern und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren. Chancen leiten sich im Wesentlichen aus der Konzernstrategie ab. Die Organisation der ProSiebenSat.1 Media AG gewährleistet klare und eindeutige Entscheidungsstrukturen, so dass bestehende Wachstumsmöglichkeiten gezielt genutzt bzw. geeignete Gegenmaßnahmen rechtzeitig ergriffen werden können. Die wesentlichen Chancen für die ProSiebenSat.1 Group und damit der ProSiebenSat.1 Media AG werden im Prognosebericht erläutert.

4.3 Risikomanagement

Risikomanagementsystem. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat ein umfassendes Risikomanagementsystem für sich und ihre Gesellschaften entwickelt, das genau auf den Konzern abgestimmt ist und im Wesentlichen auf dem Prinzip beruht, jeden relevanten Geschäftsbereich und jede relevante Tochtergesellschaft in den Prozess einzubeziehen. Methodisches Vorgehen, eine standardisierte Erfassung und konzernweite Steuerung sind für den Umgang mit Risiken unerlässlich. Die Risikosteuerungsparameter werden durch einheitliche Richtlinien, interne Organisationsanweisungen sowie die eindeutige Zuordnung von Aufgaben und Verantwortungsbereichen vorgegeben. Vereinfacht stellt sich das konzernweite Risikomanagementsystem der ProSiebenSat.1 Group wie folgt dar:

- Für das Erfassen und Melden der Risiken sind **dezentrale Risikomanager** in den verschiedenen Unternehmenseinheiten verantwortlich. Der „**Group Risk and Compliance Officer**“ ist für die regelmäßige quartalsweise sowie gegebenenfalls bedarfsgesteuerte Berichterstattung an den Vorstand verantwortlich.



- Die Funktionsfähigkeit und Effizienz des Risikomanagementsystems werden regelmäßig vom Bereich „Internal Audit“ geprüft. Grundlage für die Prüfung ist das Risikomanagementhandbuch, das neben unternehmensspezifischen Grundsätzen auch die Organisation und die Prozesse des Risikomanagements zusammenfasst. Das Risikomanagementsystem ist darüber hinaus Gegenstand der Jahresabschlussprüfung.

Risikomanagementprozess. Der Risikomanagementprozess der ProSiebenSat.1 Media AG besteht aus folgenden aufeinander abgestimmten Schritten:

- **Risikoidentifizierung und -kategorisierung.** Grundlage für die Identifizierung und Kategorisierung der Risiken sind Risikomanagement-Workshops, die pro wesentlicher Tochtergesellschaft bzw. Geschäftsbereich mindestens einmal jährlich und zeitnah zum Planungsprozess durchzuführen sind. Die im Workshop identifizierten Risiken werden definierten Risikokategorien zugeordnet, um eine logische Zusammenfassung und Verdichtung der Einzelrisiken zu ermöglichen. Die Risikoidentifizierung unterliegt infolge sich ständig ändernder Rahmenbedingungen einem kontinuierlichen Aktualisierungsprozess und fließt in die vierteljährliche Risikoberichterstattung ein.
- **Risikobewertung.** Im Rahmen der Risikobewertung werden Eintrittswahrscheinlichkeit sowie Auswirkungen für die operative Geschäftsentwicklung und strategische Planung der ProSiebenSat.1 Group beurteilt. Die Bewertung der möglichen Auswirkungen erfolgt grundsätzlich mit Blick auf den Einfluss der Risiken auf das recurring EBITDA und die Liquidität bzw. die Nettofinanzverschuldung. Teil der Risikobeurteilung ist auch die Analyse von Ursachen und Wechselwirkungen mit sonstigen Risiken. Neben quantitativen Methoden, unter anderem auf Basis der Frühwarnindikatoren, werden die Risiken durch qualitative Einschätzungen bewertet. Bei der Bewertung werden kompensierende Faktoren und Maßnahmen berücksichtigt. Chancen fließen in die Bewertung nicht mit ein.
- **Risikosteuerung und -überwachung.** Sogenannte Frühwarnindikatoren wurden für alle messbaren und bedeutenden Risikokategorien definiert. Sie umfassen im Wesentlichen die Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group im Zuschauer- und Werbemarkt, die Rentabilität und Attraktivität des Programmbestands, die Personalentwicklung sowie die Entwicklung der Liquidität bzw. der Nettofinanzverschuldung. Die Berichterstattung über relevante Risiken wird anhand bestimmter Wertgrenzen gesteuert, die durch den Vorstand festgelegt wurden. Für jedes identifizierte und als zu minimierend eingestufte Risiko leitet das verantwortliche Management Gegenmaßnahmen ein, die im Rahmen des Reportingsystems dokumentiert und überwacht werden. Der Vorstand erörtert und beschließt die erforderlichen Maßnahmen zur Risikobewältigung und berichtet dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats. Sofern neue Chancen und Risiken auftreten oder sich einzelne Indikatoren signifikant verändern, werden Vorstand und Aufsichtsrat auch außerhalb der vierteljährlichen Risikoberichterstattung informiert.

Zur effizienten Risikosteuerung wurde eine spezielle Software implementiert, mit deren Hilfe Risiken und Maßnahmen konzernweit erfasst und in ihrer weiteren Entwicklung bzw. Umsetzung verfolgt werden können. Die Software ermöglicht sowohl die Überwachung der Risiken auf lokaler Ebene als auch die Konsolidierung der Risiken auf Segment- und Konzernebene. Sie trägt damit maßgeblich zur Weiterentwicklung des Risikobewusstseins in der ProSiebenSat.1 Group bei.



ANGABEN ZUM INTERNEN KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM IM HINBLICK AUF DEN RECHNUNGSLEGUNGSPROZESS (§ 289 ABS. 5 HGB) MIT ER-LÄUTERUNGEN

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess soll sicherstellen, dass Geschäftsvorfälle im Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG bilanziell richtig abgebildet und die Vermögensgegenstände und Schulden damit hinsichtlich Ansatz, Bewertung und Ausweis zutreffend erfasst sind. Umfang und Ausrichtung der implementierten Systeme wurden vom Vorstand anhand der für die ProSiebenSat.1 Media AG spezifischen Anforderungen ausgestaltet. Trotz angemessener und funktionsfähiger Systeme kann eine absolute Sicherheit zur vollständigen Identifizierung und Steuerung der Risiken nicht gewährleistet werden. Die unternehmensspezifischen Grundsätze und Verfahren zur Sicherung der Wirksamkeit und Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung werden im Folgenden erläutert.

Ziele des Risikomanagementsystems in Bezug auf Rechnungslegungsprozesse

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG versteht das interne Kontrollsystem im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess als Teilbereich des konzernweiten Risikomanagementsystems. Durch die Implementierung von Kontrollen soll hinreichende Sicherheit erlangt werden, dass trotz der identifizierten Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ausweisrisiken ein regelungskonformer Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG erstellt wird. Die wesentlichen Ziele eines Risikomanagementsystems in Bezug auf die Rechnungslegungsprozesse sind:

- Identifizierung von Risiken, die das Ziel der Regelungskonformität des Abschlusses gefährden könnten.
- Begrenzung bereits erkannter Risiken durch Identifikation und Umsetzung angemessener Maßnahmen.
- Überprüfung erkannter Risiken hinsichtlich eines möglichen Einflusses auf den Abschluss und die entsprechende Berücksichtigung dieser Risiken.

Aufbauorganisation

- Der Jahresabschluss der Gesellschaft wird unter Zuhilfenahme von Standardsoftware erstellt.
- Die eingesetzten Finanzsysteme sind durch entsprechende Zugangs- und Zugriffskontrollen (Berechtigungskonzepte) geschützt.
- Es existiert für den gesamten Konzern ein einheitlicher Kontenrahmen, nach dem die betreffenden Geschäftsvorfälle zu verbuchen sind.

- Die Ermittlung bestimmter rechnungslegungsrelevanter Sachverhalte (z.B. Gutachten zur Pensionsrückstellung, Bewertung des Aktienoptionsplans, Werthaltigkeitstest bei immateriellen Vermögenswerten) wird unter Mitwirkung externer Experten vorgenommen.
- Die wesentlichen Funktionen im Rechnungslegungsprozess – Accounting & Taxes, Controlling sowie Finance & Treasury – sind klar getrennt. Die Verantwortungsbereiche sind eindeutig zugeordnet.
- Die am Rechnungslegungsprozess beteiligten Abteilungen und Bereiche werden in quantitativer und qualitativer Hinsicht angemessen ausgestattet. Es finden regelmäßig fachliche Schulungen statt, um eine Abschlusserstellung auf verlässlichem Niveau zu gewährleisten.
- Ein angemessenes Richtlinienwesen (z.B. Bilanzierungshandbuch, Verrechnungspreisrichtlinie, Einkaufsrichtlinie, Reisekostenrichtlinie etc.) ist eingerichtet und wird bei Bedarf aktualisiert.
- Die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems in Bezug auf die rechnungslegungsrelevanten Prozesse wird (in Stichproben) durch den prozessunabhängigen Bereich Internal Audit überprüft.

Ablauforganisation

- Für den Prozess zur Erstellung des Jahresabschlusses der ProSiebenSat.1 Media AG besteht ein detaillierter Abschlusskalender, der alle wichtigen Aktivitäten, Meilensteine und Verantwortlichkeiten beinhaltet. Allen Aktivitäten und Meilensteinen sind konkrete Zeitvorgaben zugeordnet.
- Bei allen rechnungslegungsbezogenen Prozessen werden Kontrollen wie Funktionstrennung, Vier-Augen-Prinzip, Genehmigungs- und Freigabeverfahren sowie Plausibilisierungen vorgenommen.
- Es besteht eine klare Zuordnung der Aufgaben bei der Erstellung des Jahresabschlusses der ProSiebenSat.1 Media AG (z.B. Abstimmung interner Salden).
- Die wesentlichen in den Abschluss einbezogenen Informationen werden umfangreichen systemtechnischen Validierungen unterzogen, um die Vollständigkeit und Verlässlichkeit der Daten zu gewährleisten.
- Risiken, die sich auf den Rechnungslegungsprozess beziehen, werden kontinuierlich im Rahmen des im Risikobericht beschriebenen Risikomanagementprozesses erfasst und überwacht.

4.4 Risikolage: Entwicklung der Einzelrisiken

Faktoren, die im abgelaufenen Geschäftsjahr von wesentlicher Bedeutung waren bzw. nachteilige Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage haben könnten, werden im Folgenden mit der jeweiligen Einschätzung für die einzelnen Risikokategorien aus Konzernsicht dargestellt:



Externe Risiken

Gesamtwirtschaftliche Risiken. Konjunkturelle Schwankungen beeinflussen die Investitionsbereitschaft werbungstreibender Unternehmen in hohem Maße. Eine allgemeine Abschwächung des gesamtwirtschaftlichen Umfelds, insbesondere im umsatzwichtigsten Einzelmarkt Deutschland, kann die Erlössituation der ProSiebenSat.1 Group folglich wesentlich beeinträchtigen. Wenngleich derzeit erste Anzeichen einer konjunkturellen Erholung bzw. Stabilisierung auf niedrigem Niveau zu erkennen sind, zeigt die Spanne der Konjunkturprognosen, dass die Unsicherheit nach wie vor groß ist. Im Prognosebericht haben wir eine Einschätzung der konjunkturellen Rahmenbedingungen und ihre möglichen Auswirkungen auf den wirtschaftlichen Erfolg des ProSiebenSat.1 Konzerns dargestellt.

Branchenrisiken – Werbemarkt. Wesentlicher Bestandteil des Risikomanagements ist die Untersuchung der Buchungseingänge von TV-Werbespots. Zur Analyse der Auftragslage wird ausgehend vom Einbuchungsstand das Auftragsvolumen bzw. der Werbeumsatz für das Gesamtjahr hochgerechnet. Wichtige Indikatoren resultieren dabei aus der Untersuchung des Wettbewerbsumfelds sowie der gesamt- und werbewirtschaftlichen Entwicklungen. Die Ist- und Planwerte werden den Vorjahreswerten gegenübergestellt und im Rahmen der monatlichen Berichterstattung bewertet.

Branchenrisiken – TV-Nutzung. Eine sich verringernde TV-Nutzung könnte die operative Performance im Kerngeschäft Free-TV wesentlich beeinflussen. Das Risiko einer signifikanten Veränderung des TV-Nutzungsverhaltens schätzt der Konzern derzeit jedoch als eher gering ein. Eine „Kannibalisierung“, das bedeutet Abwanderung der Zuschauer zu „alternativen Medien“, zeichnet sich derzeit nicht oder nicht in nennenswertem Umfang ab – vielmehr ist eine additive Nutzung von Medien wie TV und Internet zu beobachten. Entscheidender Erfolgsfaktor für die Nutzung „alternativer Medien“ sind dabei Qualität und Verfügbarkeit der Inhalte. Durch Diversifikation der Geschäftstätigkeit verringert die ProSiebenSat.1 Group ihre Abhängigkeit vom TV-Markt und erhöht gleichzeitig die Reichweite ihrer Programminhalte und Marken.

Content-Risiken

Erwerb von Lizenzprogrammen. Die ProSiebenSat.1 Group bezieht einen großen Teil ihrer Spielfilme, Fernsehfilme und Serien als Lizenzprogramme von Dritten, mit starkem Fokus auf die großen US-Studios. Neben dem allgemeinen Preisrisiko ist der Konzern damit auch dem Risiko möglicher Preissteigerungen durch den anhaltenden Erfolg der US-Produktionen ausgesetzt.

Aufgrund ihrer starken Position als Lizenznehmer ist die ProSiebenSat.1 Group in der Lage, das Preisrisiko begrenzt zu halten. Stabile Geschäftsbeziehungen beruhend auf langjähriger Zusammenarbeit und mehrjährigen Vertragsvereinbarung sowie die Position des europäischen Konzerns als einer der größten und wichtigsten Lizenznehmer im internationalen TV-Markt stärken die Verhandlungsposition mit den Studios und den Independents.

Eigen- und Auftragsproduktionen. Die zunehmende Konzentration der Produzenten hat für die ProSiebenSat.1 Group ein verstärktes Preisrisiko zur Folge. Zudem sind die Erfolgchancen von Eigen- und Auftragsproduktionen aufgrund von zum Teil fehlender Referenzwerte tendenziell ungewisser als bei gekauften Programmlizenzen. Teil der Konzernstrategie ist es daher, den Content-Bereich durch den Aufbau einer gruppenweiten Produktionseinheit zu stärken. Um die Erfolgchancen der Eigen- und Auftragsproduktionen so zuverlässig wie möglich einschätzen zu



können, betreibt die ProSiebenSat.1 Group kontinuierlich Programm- und Marktforschung. Eine breite Lieferantenbasis mit einer möglichst geringen Anzahl an Kernlieferanten begrenzt zudem das Risikopotenzial. Mit der Gründung der Produktionsgesellschaft Redseven Entertainment im Geschäftsjahr 2008, einer hundertprozentigen Tochterfirma der ProSiebenSat.1 Media AG, hat der Konzern einen wichtigen Grundstein gelegt, eigene oder erworbene Formatrechte besser zu verwerten und plattformübergreifend weiterzuentwickeln. In den kommenden Monaten sollen gruppenweite Produktionsstrukturen etabliert werden. Dazu wurde im Januar 2010 die Red Arrow Entertainment Group gegründet. Red Arrow bündelt bestehende Produktionsfirmen wie Redseven Entertainment, Entwicklungspartner und den internationalen Programmvertrieb unter einem Dach und wird ihr abgestimmtes, internationales Portfolio weiter ausbauen.

Programmbestand. Der Erfolg der Programmpolitik hängt von der Attraktivität und Rentabilität der Programminhalte ab. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist in diesem Zusammenhang die Gesamttrendite des Programmbestands. Programmverträge werden in der Regel einige Jahre vor der Ausstrahlung abgeschlossen. Die Aktivierung von Programmrechten erfolgt in Höhe des vertraglich vereinbarten Kaufpreises. Um Bestandsrisiken zu mindern, werden die vertraglich gesicherten Senderechte regelmäßig mit Fokus auf ihre Erlöspotenziale überprüft.

Technologische Risiken

Sendetechnik und Studiobetrieb. Ein Ausfall der Studio- und Sendetechnik könnte zu beträchtlichen Geschäftsunterbrechungen führen. Auch eine nicht an aktuelle Markt- und Sicherheitsanforderungen angepasste Infrastruktur könnte das Erreichen unserer Geschäftsziele gefährden. Die Sendeabwicklung und alle wesentlichen Teile der Studioteknik der ProSiebenSat.1 Group sind daher durch Backup-Systeme geschützt.

Nachdem im April 2009 das neue Playout Center in München in Betrieb genommen wurde, ist die ProSiebenSat.1 Group mit einer innovativen technischen Plattform in der Zukunft angekommen. Durch die technologische Umstellung und die Errichtung eines gemeinsamen Materialpools kann der Konzern sein gesamtes Bewegtbildmaterial bandlos verarbeiten, so dass Programminhalte von verschiedenen Mitarbeitern und an verschiedenen Standorten zeitgleich bearbeitet werden können. Daraus ergeben sich deutliche Zeit-, Effizienz- und Qualitätsvorteile.

IT-Risiken. Durch die zunehmende Komplexität der Systemlandschaft des Konzerns können IT-Sicherheitsrisiken folgenschwere Auswirkungen auf die Geschäftsprozesse haben. Hierzu zählt zum Beispiel der Ausfall von Systemen, Applikationen oder des Netzwerks, aber auch Datenintegrität und Datenvertraulichkeit. Die informationssicherheitstechnischen Risiken werden durch regelmäßige Investitionen in Hard- und Software und den Einsatz von Firewall-Systemen, Virenschernern sowie Zugangs- und Zugriffskontrollen verringert. Im IT-Bereich existieren mehrere, räumlich voneinander getrennte Rechenzentren, deren Aufgaben bei Ausfällen automatisch ohne Zeit- und Datenverluste gegenseitig übernommen werden. Die IT-Sicherheitsstrategie wird regelmäßig aktualisiert.

Vertriebsrisiken

Zuschauermarkt/TV-Quoten. Die Einschaltquoten der Free-TV-Sender und insbesondere der Zuschauermarktanteil bei der für die Werbewirtschaft relevanten Zielgruppe zählen zu den wichtigsten Frühwarnindikatoren. Ein struktureller Rückgang der Einschaltquoten könnte finanzielle



Auswirkungen für die ProSiebenSat.1 Group nach sich ziehen, der Konzern beurteilt die Eintrittswahrscheinlichkeit dieses Risikos jedoch weiterhin als gering.

Sales. Das 2008 überarbeitete Verkaufsmodell für Werbezeiten in Deutschland ist mittlerweile etabliert und wurde vom Markt akzeptiert.

Die wesentlichen Herausforderungen im Bereich Sales bestehen derzeit in der optimalen Auslastung der verfügbaren Werbezeiten zu wirtschaftlich angemessenen Preisen. Das Risiko einer temporären Unterauslastung ist in Anbetracht der aktuellen konjunkturellen Lage gegeben, wird vom Vorstand allerdings als beherrschbar eingeschätzt. Mit innovativen Konzepten zur Neukundengewinnung wie „Media for Revenue Share“ sollen Kapazitäten besser ausgelastet, d.h. freie Werbezeiten kapitalisiert werden.

Konvergenz. Aktuelle Studien belegen, dass Fernsehen trotz des ständig wachsenden Angebots an alternativen Medien nach wie vor bei den Konsumenten an erster Stelle steht. Zudem werden TV-Inhalte auch auf anderen Plattformen wie dem Internet häufig genutzt. Die crossmediale Erweiterung ihrer Angebote bietet für die ProSiebenSat.1 Group daher besonderes Potenzial für Umsatz und Wachstum. Um Werbekunden medienübergreifende Konzepte bieten zu können, hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Vermarktungsorganisation im Jahr 2009 weiterentwickelt. Teil dieser Strategie ist der Zusammenschluss der beiden Vermarktungstöchter für TV (SevenOne Media) und Online (SevenOne Interactive). Seit Juni 2009 werden die gesamten Vermarktungsaktivitäten in Deutschland bei der SevenOne Media GmbH betreut, um besser auf die Anforderungen des Marktes reagieren zu können. Im Zuge dessen wurde im Juli 2009 zudem die SevenOne AdFactory GmbH gegründet, die auf maßgeschneiderte integrierte Crossmedia-Angebote spezialisiert ist.

Organisatorische und finanzwirtschaftliche Risiken

Outsourcing IT & Ausgliederung ProSiebenSat.1 Berlin Produktion GmbH. Aufgrund eines langjährigen Outsourcing-Vertrags zwischen der ProSiebenSat.1 Group und IBM hat das IT-Dienstleistungsunternehmen alle IT-Business-Applikationen sowie die IT- und Mediensysteme von ProSiebenSat.1 Produktion übernommen und ausgebaut. Im Laufe der nächsten Jahre wird ein Broadcast Integration Center etabliert und die Standardisierung von Prozessen und Geschäftsanwendungen vorangetrieben. Durch die Auslagerung ist die ProSiebenSat.1 Group effizienter und flexibler im europäischen Medien- und Unterhaltungsmarkt aufgestellt. Risiken für die ProSiebenSat.1 Group ergeben sich hingegen aus der höheren Abhängigkeit von einem externen Servicepartner. Im Zuge der Portfolio-Optimierung wurden ferner mit Wirkung zum 30. Juni 2009 die Berliner Bereiche der Konzerntochter ProSiebenSat.1 Produktion GmbH in eine eigene GmbH ausgegliedert und an die fernseherft GmbH veräußert. Als fernseherft Produktion GmbH bleibt sie jedoch strategischer Partner in Technik- und Produktionsdienstleistungen für die Konzerngesellschaften N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen GmbH und die MAZ & More TV-Produktion GmbH.

Personalrisiken. Der Erfolg der ProSiebenSat.1 Group ist maßgeblich von den Fähigkeiten und dem Engagement ihrer Mitarbeiter abhängig. Personalrisiken ergeben sich im Wesentlichen bei der Personalbeschaffung und -entwicklung sowie durch die Fluktuation von Mitarbeitern in Schlüsselpositionen. Eine im Juni durchgeführte Mitarbeiterbefragung fiel für das Unternehmen insgesamt erfreulich aus, den Kritikpunkten ist unmittelbar nach Auswertung der Ergebnisse mithilfe eines konkreten Maßnahmenkatalogs entgegengewirkt worden. Im Zuge dessen wurde auch die



Entwicklung eines strategischen Förder- und Performance-Programms für alle Mitarbeiter europaweit angestrengt, das 2010 in einer Pilotphase getestet wird.

Finanzwirtschaftliche Risiken. Die ProSiebenSat.1 Group ist aufgrund ihrer operativen Tätigkeit verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Diese Risiken werden im Rahmen des Finanzrisikomanagements zentral gesteuert. Ziel des Finanzrisikomanagements ist neben der Sicherung der Zahlungsfähigkeit die Optimierung des Konzern-Finanzergebnisses. Grundsätze, Aufgaben und Zuständigkeiten des Finanzrisikomanagements sind in der internen Konzernfinanzrichtlinie der ProSiebenSat.1 Group geregelt. Das Management von Finanzrisiken basiert auf Strategien, die in enger Zusammenarbeit mit dem Vorstand definiert wurden. Dazu gehören neben der Konzernfinanzrichtlinie unter anderem Richtlinien zur Gestaltung der Konzern-Binnenfinanzierung, der Fremdfinanzierung und Anforderungen, die die externen Geschäftspartner für Finanz- und Treasury-Geschäfte zu erfüllen haben (Kontrahentenrichtlinie). Eingesetzte Finanzinstrumente dienen ausschließlich der Absicherung bestehender Risikopositionen und werden nicht zu aktiven Handelszwecken verwendet.

Vor dem Hintergrund der umfangreichen staatlichen Unterstützungsprogramme, unter anderem für die internationale Finanzindustrie, hat sich die Krise an den internationalen Finanzmärkten deutlich entschärft. Einhergehend mit einer beginnenden Aufhellung der gesamtwirtschaftlichen Lage für die europäischen Volkswirtschaften hat sich auch die finanzwirtschaftliche Risikosituation der ProSiebenSat.1 Group insgesamt verbessert, gleichwohl weiterhin ein aufmerksames Monitoring der finanzwirtschaftlichen Risikosituation erforderlich ist:

Finanzierungsrisiko. Unter Finanzierungsrisiko versteht die ProSiebenSat.1 Group die Verfügbarkeit und den Zugang zu ausreichenden Finanzierungsmitteln auf Eigen- und/oder Fremdkapitalbasis. In diesem Zusammenhang monitort die ProSiebenSat.1 Group die Situation an den Geld- und Kapitalmärkten. Die Verfügbarkeit der Kreditmittel hängt u.a. von der Einhaltung bestimmter Bedingungen, sogenannter Financial Covenants, ab. Aufgrund der beginnenden Aufhellung der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen hat sich die finanzwirtschaftliche Risikosituation der ProSiebenSat.1 Group auch im Hinblick auf die Einhaltung der Financial Covenants nicht weiter erhöht. Die Einhaltung dieser Finanzierungsbedingungen wird laufend – auch prospektiv anhand der Unternehmensplanung - überwacht. Auf Basis der derzeitigen Unternehmensplanung erwartet die Gesellschaft keine Verletzung der Financial Covenants. Die ProSiebenSat.1 Group verfügt derzeit über eine konsortiale Kreditfinanzierung mit Laufzeit bis Mitte 2014/15 in Höhe von knapp 4,2 Mrd Euro, so dass derzeit kein Refinanzierungsbedarf besteht. Der Konsortialkredit setzt sich derzeit zusammen aus zwei Darlehen in Höhe von insgesamt 3,571 Mrd Euro (Term Loan B und C) sowie einer revolvingierenden Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von 600,0 Mio Euro, die variabel für allgemeine betriebliche Zwecke in Anspruch genommen werden kann.

- **Währungsrisiken.** Die Fremdwährungsrisiken der ProSiebenSat.1 Group aus Transaktionen (Transaktionsrisiken) entstehen in erster Linie aus dem Erwerb eines wesentlichen Teils ihrer Programmrechte von Produktionsstudios in den USA. Der Konzern ist damit Risiken aus Wechselkursschwankungen zwischen Euro und US-Dollar, aber auch anderer „Nicht-Euro-Konzernwährungen“ zum US-Dollar, ausgesetzt. Zur Absicherung der Währungsrisiken schließt die ProSiebenSat.1 Group Devisentermingeschäfte, Devisenoptionen und Devisenkassageschäfte ab.



Die ProSiebenSat.1 Group hat zum 31. Dezember 2009 Devisentermingeschäfte mit einem Nominalvolumen in Höhe von 778,6 Mio US-Dollar (Vorjahr: 938,1 Mio US-Dollar) im Bestand. Ferner bestehen zum 31. Dezember 2009 Optionsvereinbarungen über den Kauf von US-Dollar mit einem Nominalvolumen in Höhe von 129,0 Mio US-Dollar (Vorjahr: 38,5 Mio US-Dollar). Die ProSiebenSat.1 Media AG hat als Käufer einer Devisenoption gegen Zahlung einer Optionsprämie das Recht, aber nicht die Verpflichtung, US-Dollar gegen Euro zu erwerben. Auch bei der Devisenoption werden Nominalvolumen, der Währungskurs und der Fälligkeitszeitpunkt bei Geschäftsabschluss festgelegt.

Die Zahlung eines US-Dollar-Lizenzvertrags und die zugeordneten Sicherungsinstrumente werden überwiegend in sogenannten Hedge-Büchern zusammengefasst und gesteuert. Zum 31. Dezember bestehen 13 (Vorjahr: 15) Hedge-Bücher mit einem Gesamtvolumen an noch nicht geleisteten Lizenzzahlungen von 1.156 Mio US-Dollar (Vorjahr: 1.151 Mio US-Dollar).

Die durchschnittliche Absicherungsquote variiert zwischen den definierten Hedge-Büchern und liegt im Durchschnitt bei 67 Prozent. Für jedes Portfolio wird auf Basis der aktuellen Markteinschätzungen und der bestehenden Gesamtrisikoposition eine eigene Sicherungsstrategie abgeleitet. Auf der Grundlage eines Limitsystems werden die Hedge-Bücher laufend überwacht und gegebenenfalls offene Positionen geschlossen, um mögliche Verluste zu begrenzen beziehungsweise von einer günstigen Wertentwicklung zu profitieren.

Veränderungen der Währungsrelation zum Euro bei Konzerngesellschaften - deren funktionale Währung nicht der Euro ist, im Rahmen der Konzernabschlusserstellung aber in Euro umgerechnet werden (Währungstranslation) - werden nicht abgesichert.

Währungsschwankungen und die daraus resultierenden Ergebniseffekte auf Ebene von „Nicht-Euro-Konzerngesellschaften“, die aus der Aufnahme von in Euro denominierten Finanzverbindlichkeiten stammen, werden ebenfalls nicht abgesichert, sofern eine Rückführung dieser Finanzverbindlichkeiten aus der Bereitstellung von Euro-Mitteln von Konzernobergesellschaften und nicht aus den operativen (Nicht-Euro-) Cashflows dieser Gesellschaften zu erwarten ist.

- **Zinsrisiken.** Die ProSiebenSat.1 Group ist durch ihre Kreditvereinbarungen einem Zinsrisiko ausgesetzt. Zur Risikominimierung hat die ProSiebenSat.1 Group 78 Prozent der variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten über Zinssicherungsgeschäfte abgedeckt. Mithilfe dieser Zinssicherungsgeschäfte werden die variabel verzinslichen und somit unsicheren Zinszahlungen des Kredits kompensiert und durch festverzinsliche Zinszahlungen ersetzt. Das verbleibende variable Zinsrisiko ergibt sich neben dem nicht abgesicherten Teil des endfälligen Kredits aufgrund von Inanspruchnahmen der revolvingierenden Kreditfazilität. Zum 31. Dezember 2009 wurde die revolvingierende Kreditfazilität in Höhe von 497,2 Mio Euro in Anspruch genommen. Das Zinsrisiko im Sinne eines Marktwertänderungsrisikos wird als nicht relevant angesehen, da die Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Media AG zu Anschaffungskosten bilanziert werden und sich eine mögliche Marktwertänderung somit nicht in der Bilanz niederschlägt.
- **Liquiditätsrisiken.** Das Liquiditätsrisiko – das bedeutet das Risiko, Zahlungsverpflichtungen aufgrund einer mangelhaften Verfügbarkeit an liquiden Mitteln



nicht erfüllen zu können – wird auf Basis eines zentralen Cash-Management-Systems gesteuert. Der wichtigste Frühwarnindikator in diesem Zusammenhang ist der zu erwartende freie Liquiditätsspielraum, der auf Basis der verfügbaren Mittel und Planungsdaten unter Berücksichtigung des saisonalen Geschäfts ermittelt wird. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG beurteilt die Liquidität des Konzerns als gut und geht davon aus, auch in den kommenden Jahren ausreichend Liquiditätsspielraum zu haben.

- **Ausfallrisiken.** Die ProSiebenSat.1 Group ist als europäisches Medienunternehmen mit ihren vielfältigen Verbindungen zu internationalen Partnern in der Finanzindustrie auf funktionierende Geld-, Kapital- und Derivatmärkte angewiesen. Im Zuge der internationalen Finanzkrise hat das Monitoring von Ausfallrisiken allerdings eine neue Bedeutung erfahren. Um das Ausfallrisiko bei Geschäften mit Finanzinstrumenten zu verringern, werden nur Finanz- und Treasury-Geschäfte abgeschlossen, wenn die externen Geschäftspartner die in der Kontrahentenrichtlinie festgelegten strengen Bonitätsanforderungen erfüllen. Darüber hinaus verringert die Streuung der Finanz- und Treasury-Geschäfte über mehrere qualifizierte Geschäftspartner das Konzentrationsrisiko.

Compliance-Risiken

Allgemeine Compliance. Risiken aus Corporate Governance ergeben sich durch die mögliche Verletzung von gesetzlichen Meldepflichten sowie durch mangelnde Transparenz der Unternehmensführung und -kommunikation. Diesen Risiken begegnet die ProSiebenSat.1 Group durch eine unternehmensübergreifende Compliance-Struktur. Das Programm umfasst die Schulung der Mitarbeiter in kartellrechtlichen Fragen sowie interne Kontroll- und Sanktionsmechanismen, um Verstöße gegen das Kartellrecht von vornherein auszuschließen. Darüber hinaus hat der Konzern einen konzernweit gültigen Verhaltenskodex eingeführt. Mit dem „ProSiebenSat.1 Group Code of Compliance“ hat der Konzern seine Geschäftsaktivitäten an international anerkannten Standards sowie lokalen Gesetzen und Verordnungen ausgerichtet.

Drittklagen in Zusammenhang mit dem Kartellrechtsverfahren 2007. Am 10. November 2008 haben RTL2 und ihre Vermarktungsgesellschaft El Cartel beim Landgericht Düsseldorf eine Klage gegen SevenOne Media und die ProSiebenSat.1-Senderunternehmen eingereicht. Gegenstand der gegenwärtigen Feststellungs- und Auskunftsklage ist keine konkrete Schadensersatzforderung, Ziel ist vielmehr die Feststellung einer grundsätzlichen Schadensersatzpflicht. Eine weitere Klage gegen SevenOne Media und die ProSiebenSat.1-Senderunternehmen ist am 9. November 2009 beim Landgericht München I eingereicht worden. Im Wege der Stufenklage verlangt die TM-TV GmbH Auskünfte und Schadensersatz. Am 22. Dezember 2009 hat die MTV Networks Germany GmbH ebenfalls beim Landgericht München I eine Klage gegen SevenOne Media und die ProSiebenSat.1-Senderunternehmen eingereicht. Auch in diesem Fall werden im Wege der Stufenklage Auskünfte und Schadensersatz verlangt.

Erfolgreiche Klagen gegen die ProSiebenSat.1 Group oder eine ihrer Tochtergesellschaften könnten wesentliche Auswirkungen auf ihre Finanz- und Ertragslage haben.

Medienrecht/Sendelizenzen

- **Regionalfenster.** Das saarländische Mediengesetz fordert, dass mindestens in den zwei bundesweiten privaten Fernsehprogrammen mit der größten technischen Reichweite landesweit regionale Fensterprogramme geschaltet werden müssen, deren Finanzierung



durch den Veranstalter der bundesweiten Programme sicherzustellen ist. Die ProSiebenSat.1 Media AG, respektive SAT.1, hat gegen die Verpflichtung zu einem saarländischen Fensterprogramm den Rechtsweg beschritten und aus formalen Gründen das Verfahren gewonnen. In der Sache gibt es bislang keine inhaltliche Entscheidung. Es ist davon auszugehen, dass das Saarland eine neue Satzung vorlegen wird und die Forderung aufrechterhält. Vor dem Hintergrund des noch laufenden Verfahrens beteiligt sich die ProSiebenSat.1 Media AG aktiv am gesellschaftlichen, medienpolitischen und rechtlichen Diskurs, um diesen Restriktionen entgegenzuwirken. Die Finanzierung eines neuen Regionalfensters, die SAT.1 oder die ProSiebenSat.1 Media AG sicherstellen müsste, würde sich schätzungsweise auf rund fünf Mio Euro pro Jahr belaufen.

Zudem besteht das Risiko, dass aus Bundesländern, die bislang keine Fensterverpflichtungen haben, Forderungen nach ähnlichen Modellen folgen. Die ProSiebenSat.1 Media AG beteiligt sich auch an diesen Diskursen aktiv, um einer Ausweitung weiterer regionaler TV-Verpflichtungen entgegenwirken zu können.

- **Regulatorische Risiken.** Die ProSiebenSat.1 Group ist insbesondere Risiken im Zusammenhang mit verschärften Bestimmungen, zum Beispiel zu Werbung, Werbeformen, Sendelizenzen und Gewinnspielen, ausgesetzt. Etwaige unvorhergesehene Veränderungen der rechtlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen können wesentliche Auswirkungen auf einzelne Geschäftsaktivitäten haben. Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt alle relevanten Entwicklungen aktiv und steht mit den zuständigen Regulierungsbehörden in ständigem Kontakt, um eine bestmögliche Berücksichtigung ihrer Interessen zu gewährleisten.

Verbreitung. Für den dauerhaften Erfolg der Sender im Werbemarkt sind hohe Zuschauerreichweiten die wichtigste Voraussetzung. Neben der Attraktivität des Programmangebots kommt es dabei vor allem auch auf die technische Verbreitung der Fernsehsender auf möglichst allen Distributionswegen an. Die Programme der ProSiebenSat.1 Group verfügen über hohe technische Reichweiten. Der Konzern hat dazu langjährige Verbreitungs- und Kooperationsverträge mit Satellitenbetreibergesellschaften, mit Breitbandnetzbetreibern und für die Verbreitung auf mobilen Endgeräten mit Telekommunikationsunternehmen abgeschlossen. Mit dem Übergang von der analogen zur digitalen Verbreitung wird sich die Kapazität zur Übertragung der Fernsehprogramme, der Dienste und anderer Angebote des Konzerns noch weiter vervielfachen. Durch den Abschluss langfristiger Verbreitungsverträge ist die Reichweite der Fernsehprogramme auch beim Übergang vom analogen in das digitale Zeitalter gesichert. Die ProSiebenSat.1 Group ist daher zuversichtlich, dass ihre Programme auch in Zukunft flächendeckend analog und digital verbreitet werden. Zudem werden die Sender SAT.1, ProSieben und kabel eins seit Februar 2010 in High Definition (HD) über den neuen Service HD+ ausgestrahlt. Parallel dazu werden die Programme jedoch auch weiterhin in Standardauflösung gesendet, wodurch Zuschauerverluste aufgrund des Fehlens HD-kompatibler Verbraucherendgeräte ausgeschlossen werden.

Sonstige Risiken

- **Nutzungsrechte im Bereich New Media.** Die ProSiebenSat.1 Group befindet sich in Verhandlungen mit verschiedenen Inhabern von Urheberrechten über deren Nutzung auf den Plattformen der ProSiebenSat.1 Group, insbesondere im Bereich New Media (Online). Gegenstand der Gespräche sind vor allem (Online-)Nutzungsrechte im Musikbereich, die



von verschiedenen (Verwertungs-)Gesellschaften wahrgenommen werden. Die Aufspaltung der Nutzungsrechte erschwert es zunehmend, mit allen Beteiligten einen Konsens zu erreichen, und verhindert damit eine praktikable und schnelle Lösung dieser Sachverhalte. Dies könnte sich auf die Entwicklung des New-Media-Geschäfts negativ auswirken.

- **Steuerrisiken.** Das gegen einzelne Personen bei der Staatsanwaltschaft München I anhängige Ermittlungsverfahren im Nachgang zu dem im Jahr 2007 abgeschlossenen Kartellverfahren wurde im vierten Quartal 2009 ohne Auflagen oder Geldbußen für die betroffenen Personen oder die Gesellschaft eingestellt. Damit hat sich auch unsere Einschätzung des im Zusammenhang mit dem Ermittlungsverfahren bestehenden abstrakten ertragssteuerlichen Risikos positiv geändert. Es besteht allerdings nach wie vor ein Restrisiko, dass bestimmte Betriebsausgaben der Vergangenheit möglicherweise im Nachhinein steuerlich als nicht abzugsfähig umqualifiziert werden.

V. Prognosebericht

Die operative Planung der ProSiebenSat.1 Media AG ist aufgrund ihrer Holdingfunktion eng mit der Planung für die ProSiebenSat.1 Group verbunden. Grundlage für die Planung sind die Zielsetzungen der verbundenen Unternehmen sowie Prämissen zu den gesamtwirtschaftlichen und branchenspezifischen Rahmenbedingungen, die sich aus der Einschätzung renommierter Wirtschaftsforschungsinstitute ergeben.

5.1 Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns – Beurteilung aus Sicht der Unternehmensleitung

Die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen dürften sich 2010 wieder leicht erholen, Prognosen für die künftige Werbemarktentwicklung sind jedoch nach wie vor mit Unsicherheiten behaftet und die Visibilität ist insgesamt gering. Um in einem schwierigen Marktumfeld profitabel zu wachsen, wird die ProSiebenSat.1 Group straffes Kostenmanagement weiter begleiten. Die ProSiebenSat.1 Group hat 2009 bewiesen, dass sie mit knappen Ressourcen kreativ und intelligent arbeiten kann – und auch in schwierigen Werbemärkten kompetitiv ist. An vielen Stellen des Konzerns hat die ProSiebenSat.1 Group Initiativen gestartet, um zusätzliche Erlösquellen zu erschließen. Dies gilt es 2010 fortzuführen.

5.2 Künftige Rahmenbedingungen

Konjunkturelle Rahmenbedingungen und Werbemarkt

Gesamtwirtschaftliche Voraussetzungen. Die globale **Weltwirtschaft** hat sich in der zweiten Jahreshälfte 2009 schneller erholt als zunächst angenommen. Der Internationale Währungsfonds (IWF) hat seine Wachstumsprognose für 2010 daher deutlich nach oben revidiert: um 0,8 Prozentpunkte auf plus 3,9 Prozent. Die Erholung verläuft allerdings nicht gleichmäßig. Kräftiges Wachstum wird vor allem für die asiatischen Schwellen- und Entwicklungsländer erwartet, während die Impulse aus den entwickelten Volkswirtschaften eher schwach bleiben dürften. Der Währungsfonds nennt als Risiken unter anderem die weiterhin fragilen Finanzsysteme, steigende Staatsdefizite und Gefahren durch anwachsende Arbeitslosenzahlen. Prognosen zur künftigen Konjunkturentwicklung sind daher mit Unsicherheiten verbunden und können teilweise erheblich voneinander abweichen. So erwartet die Weltbank mit plus 2,7 Prozent für 2010 ein deutlich geringeres Wachstum als der IWF.



Auch die **europäische Wirtschaft** dürfte sich nach der Rezession des Jahres 2009 (Eurostat: -4,1%) allmählich wieder erholen. Die Prognose für 2010 liegt derzeit für die gesamte Gemeinschaft wie auch für die Eurozone bei plus 0,7 Prozent. Relativ positiv entwickeln sollten sich neben den großen Volkswirtschaften Deutschland und Frankreich die skandinavischen Länder mit Dänemark und Schweden sowie einige osteuropäische Staaten wie Polen, Slowenien und die Slowakei. Manche EU-Mitglieder werden sich in diesem Jahr erneut auf negative Wachstumszahlen einstellen müssen. Dazu gehören wie bereits 2009 Spanien, Irland, Bulgarien und Litauen. Zudem haben die Haushaltsprobleme von Griechenland für neue Unsicherheiten an den Finanzmärkten gesorgt.

Deutschland wird auch 2010 noch die Folgen der Wirtschaftskrise spüren. Die exportorientierte deutsche Wirtschaft wird zwar voraussichtlich vom anziehenden Welthandel profitieren. Momentan sind die Produktionskapazitäten aber bei Weitem nicht ausgelastet. Auch bei einer deutlichen Konjunkturbelebung wird das Niveau aus den Zeiten vor der Rezession vorerst nicht zu erreichen sein. Folglich werden viele Unternehmen ihren Beschäftigungsstand überdenken. Laut Jahreswirtschaftsbericht rechnet die Regierung mit einem Anstieg der Arbeitslosenquote auf jahresdurchschnittlich 8,9 Prozent (2009: 8,2%). Dies dürfte den privaten Konsum spürbar beeinträchtigen (-0,5%). Insgesamt soll das reale Bruttoinlandsprodukt 2010 um 1,4 Prozent wachsen – hauptsächlich gestützt von Exporten und Investitionen. Der Internationale Währungsfonds (IWF) prognostiziert mit plus 1,5 Prozent einen vergleichbaren Wert.

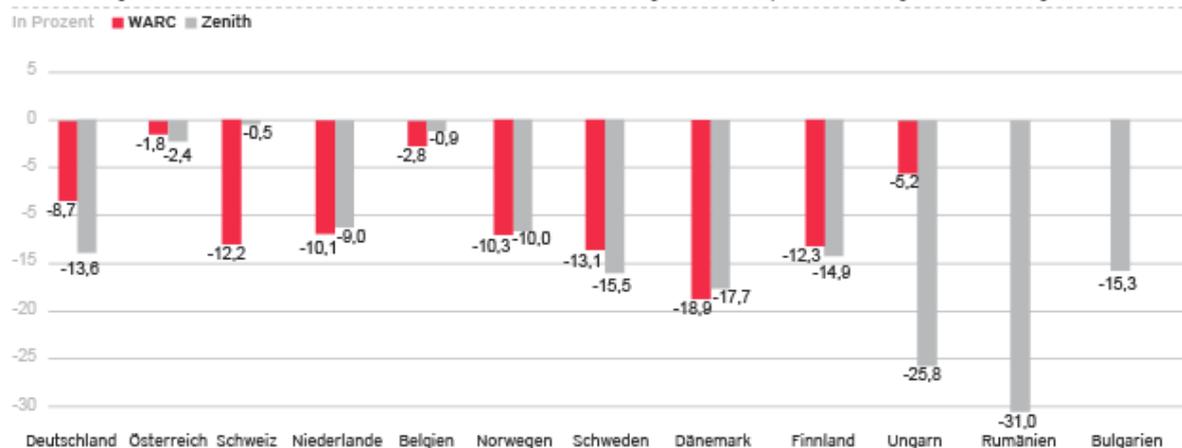
Erwartete Entwicklung des Werbemarktes. Die zukünftige Werbemarktentwicklung steht in enger Beziehung zur allgemeinen Wirtschaftslage. Insbesondere die Verfassung der privaten Konsumenten liefert wichtige Hinweise – sind sie doch die primären Adressaten von Werbebotschaften.

ZenithOptimedia prognostiziert für den deutschen Netto-TV-Werbemarkt derzeit ein Minus von 1,6 Prozent für das Jahr 2010. Das World Advertising Research Center (WARC) erwartet für den deutschen Markt 2010 ein Minus von 1,4 Prozent. Die jüngsten Prognosen der Institute für das abgelaufene Jahr 2009 liegen bei minus 13,6 Prozent bzw. minus 8,7 Prozent netto.

Für einige andere Märkte, in denen die ProSiebenSat.1 Group aktiv ist, liegen die Prognosen für 2010 ebenfalls weiterhin im negativen Bereich. Für die Niederlande erwartet ZenithOptimedia ein Minus von 2,0 Prozent, WARC ein Minus von 2,3 Prozent. Eine deutlich positivere Entwicklung der Netto-TV-Werbemärkte gegenüber dem Jahr 2009 wird für Schweden und Ungarn prognostiziert: ZenithOptimedia geht von einem Wachstum in Höhe von 5,5 Prozent in Schweden und 2,5 Prozent in Ungarn aus, WARC rechnet mit einem Anstieg von 2,3 Prozent in Schweden und 1,6 Prozent in Ungarn. Allerdings sind diese Vorhersagen aufgrund der immer noch instabilen Konjunktur und der eingeschränkten Visibilität der Werbemärkte mit entsprechender Vorsicht zu betrachten.

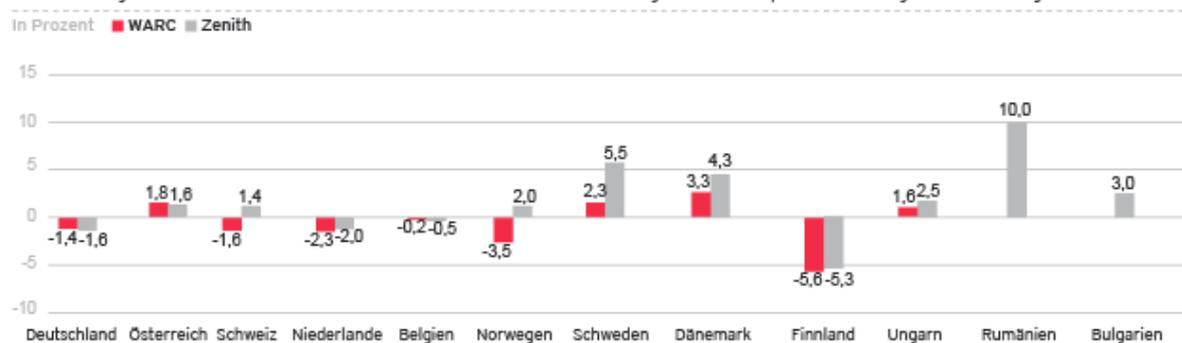


Entwicklung des TV-Werbemarkts in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern, Veränderung 2009 im Vergleich zu 2008



Quelle: World Advertising Research Center (12/2009) / ZenithOptimedia (12/2009), Zahlen auf Nettobasis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen.

Entwicklung des TV-Werbemarkts in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern, Veränderung 2010 im Vergleich zu 2009



Quelle: World Advertising Research Center (12/2009) / ZenithOptimedia (12/2009), Zahlen auf Nettobasis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen.

5.3 Branchenspezifische Chancen

Die digitale Entwicklung stellt Medienunternehmen vor große Herausforderungen. Sie bietet einem Content-Anbieter wie der ProSiebenSat.1 Group jedoch vor allem substantielle Wachstumsmöglichkeiten, da der entscheidende Erfolgsfaktor im Wettbewerb um Zuschauer attraktive Inhalte sind:

Mediennutzungsverhalten. Bei der für die deutsche Werbewirtschaft relevanten Zielgruppe der 14- bis 49-jährigen Zuschauer stieg die Sehdauer 2009 um vier Minuten auf insgesamt 182 Minuten an (2008: 178 Minuten). Auch bei den jungen Zuschauern von 14 bis 29 Jahren ist die Fernsehnutzung mit 136 Minuten pro Tag 2009 auf hohem Niveau stabil geblieben. Das Beispiel Deutschland zeigt, dass das Medium TV die Zuschauer nach wie vor ungebrochen anzieht. Dabei haben das Fernsehen und seine Inhalte für die junge Mediengeneration auch im Internet eine hohe Bedeutung: So haben 60 Prozent der Online-Video-Nutzer zwischen 14 und 29 Jahren bei ihrem Bewegtbild-Konsum bereits Inhalte genutzt, die sie aus dem TV kennen. Für 78 Prozent der Online-Video-Nutzer zwischen 14 und 29 Jahren sind Videos im Internet etwas „für zwischendurch“ - komplette Sendungen sehen sie nach wie vor lieber vor dem Fernsehgerät an. 48 Prozent dieser Zielgruppe nutzen die Möglichkeit, online Fernsehsendungen anzusehen, meist ergänzend - z.B.



wenn sie eine Serienfolge verpasst haben, oder um die besten Szenen einer Sendung nochmals anzusehen. Das Internet läuft demzufolge dem Fernsehen keineswegs den Rang ab. Beide Medien kannibalisieren sich nicht, sie ergänzen sich vielmehr.

Die ProSiebenSat.1 Group bietet erstklassige Unterhaltung und aktuelle Informationen im TV, Internet oder auf mobilen Endgeräten – wann immer es der Konsument wünscht, wo immer er ist. Durch seine Bewegtbildstrategie, d.h. das Angebot von Videos – ob ganze Folgen, Live-Streamings oder Clips auf den Videoportalen der Sender, der Online-Videothek maxdome, der Video-Community MyVideo.de, Video-Podcasting, Mobile TV oder mobilen Portalen – bindet das Unternehmen vor allem die jüngeren Zuschauer an sich.

Neue Technologien. Rund 3,2 Mio Haushalte in Deutschland haben sich im vergangenen Jahr ein digitales Empfangsgerät angeschafft. Mit der Entscheidung, den neuen Service HD+ von SES ASTRA zu nutzen, reagiert die ProSiebenSat.1 Group auf diesen Trend: HD+ wird Satellitenhaushalten Zugang zu neuen HD-Programmen bieten und das bestehende digitale Programmangebot ergänzen. Die Sender SAT.1, ProSieben und kabel eins werden seit Februar 2010 in hochauflösender Qualität (HD) ausgestrahlt. Parallel dazu werden die Programme weiterhin in Standardauflösung gesendet.

Die Digitalisierung und Technologisierung schreiten auch in der Vermarktung voran und eröffnen der Medienindustrie zusätzliche Wachstumsmöglichkeiten. Tools wie Personal Targeting bieten innovative Möglichkeiten der Zielgruppenansprache, da Online-Werbung individualisiert für ausgewählte Nutzer eingeblendet werden kann. Werbekunden können ihre Kampagnen somit zielgerichtet auf verschiedene Altersgruppen, Bevölkerungsschichten, Produktinteressen oder den Wohnort ausrichten. Der ProSiebenSat.1-Vermarkter SevenOne Media hat im Dezember 2009 seine Targeting-Technologie auf den Bereich Video-Advertising im Internet ausgeweitet.

5.4 Rechtliche und medienpolitische Chancen

Änderungen in der Gesetzgebung. Neue Werbemöglichkeiten bieten sich in Deutschland durch die Umsetzung von Artikel 3g(2) der Europäischen Mediendienste-Richtlinie mit dem 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag. Bisher war zum Beispiel das gezielte Einfügen eines bestimmten Markenprodukts gegen Entgelt in europäische Eigen- oder Auftragsproduktionen nicht gestattet. Der neue Staatsvertrag erklärt sogenanntes Product Placement als zulässig in Kinofilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Die ProSiebenSat.1 Group wird Product Placement in ihr Vermarktungsportfolio aufnehmen und als Bestandteil einer 360-Grad-Vermarktung anbieten.

Medienpolitische Rahmenbedingungen. Der deutsche Fernseh- und Radiomarkt wird vom dualen System geprägt: Zusätzlich zu den rein werbefinanzierten Free-TV-Sendern empfangen die Zuschauer öffentlich-rechtliche Sender, die sich hauptsächlich über Rundfunkgebühren, aber auch über Werbung finanzieren. Die privaten Rundfunksender stehen somit nicht nur im Wettbewerb um Zuschauer, sondern auch um Werbetreibende in Konkurrenz mit den öffentlich-rechtlichen Sendern. Aktuell wird eine Balance dieses dualen Systems diskutiert. Private Sender fordern die Verbesserung ihrer Refinanzierungsmöglichkeiten durch Erweiterung des Werbepotenzials und die Möglichkeit, gesetzlich definierte Programmaufträge auch über Rundfunkgebühr zu subventionieren.



5.5 Leistungswirtschaftliche und unternehmensstrategische Chancen

Künftige Ausrichtung des Konzerns. Die Konjunkturkrise hat gezeigt, dass die Werbewirtschaft in wirtschaftlich schwierigen Zeiten verstärkt auf bewährte Medien setzt und TV Leitmedium Nummer eins bleibt. Die Aktivitäten sind daher weiterhin klar auf das Kerngeschäft Free-TV fokussiert. Gleichzeitig müssen wir aber auch auf die Veränderungen unseres Marktumfeldes reagieren. Für unsere künftige Wettbewerbskraft ist es wichtig, unsere Abhängigkeit vom TV-Werbemarkt zu reduzieren und unsere Wertschöpfungskette zu erweitern. Deshalb werden wir die Diversifizierung unserer Geschäftstätigkeit noch stärker forcieren und Ideen entwickeln, um jenseits des traditionellen Hauptgeschäfts zusätzliche Umsätze zu erzielen. Eine im Jahr 2009 gegründete Strategie-Abteilung hat die Aufgabe, die Umsetzung neuer Geschäftsideen voranzutreiben. Dabei wird das Unternehmen konsequent auf Profitabilität und Effizienzsteigerung ausgelegt.

Unternehmensstrategische Chancen. Chancen für unser traditionelles Kerngeschäft Fernsehen ergeben sich insbesondere aus der Mehrfachverwertung von Inhalten und der Nutzung freier Programmkapazitäten. Bislang konzentrierten wir uns darauf, TV-Inhalte über verschiedene Plattformen auszustrahlen und unsere TV-Marken insbesondere ins Internet zu verlängern. Wir gehen jedoch davon aus, dass die Refinanzierung des Programms durch Distributionserlöse und Nutzungsentgelte eine immer wichtigere Rolle spielen wird. Der ProSiebenSat.1-Konzern prüft derzeit verschiedene zusätzliche Erlösmodelle sowohl für Deutschland als auch für seine internationalen Märkte, wo hybride Geschäftsmodelle bereits etabliert sind. Unter anderem erzielen wir im dänischen Free-TV-Geschäft einen wesentlichen Anteil der Umsätze aus Distributionserlösen. Unser Ziel für die kommenden ein bis zwei Jahre ist es, weitere durch ein Nutzungsentgelt finanzierte Sparten- und Nischenkanäle der großen Sender zu starten. Neben zusätzlichen Bezahl-Angeboten bieten sich die Verbreitung von gebührenpflichtigen Inhalten über mobile Dienste oder Video-on-Demand an, indem zum Beispiel einzelne Sendungen vorab online gestellt werden.

Neben der 360-Grad-Vermarktung unserer Inhalte auf allen Medienplattformen können wir durch den Verkauf bzw. die Sublizenzierung bereits ausgestrahlter Sendungen oder lokaler Programmelemente, die nicht zu unseren Sendermarken passen, unsere klassische Wertschöpfungskette erweitern. Zudem wird die Ausweitung der Content-Strategie wie beispielsweise durch die Bündelung der Vermarktungs- und Produktionskompetenz für Programminhalte bei der Red Arrow Entertainment Group dazu beitragen, den Programmstock besser zu kapitalisieren und zusätzliche Umsätze zu realisieren. Auch der Launch neuer Sender stellt eine sinnvolle Möglichkeit dar, das bestehende Programmvermögen besser auszunutzen. Ein aktuelles Beispiel hierfür ist FEM3 in Ungarn, ein im Januar 2010 gestarteter Sender, dessen Programmierung speziell auf die weibliche Zielgruppe zugeschnitten ist. In Deutschland soll im Frühjahr 2010 sixx, ebenfalls ein digitaler Special-Interest-Sender für die Zielgruppe Frauen, auf Sendung gehen und eine Lücke im Programmangebot der Senderfamilie schließen. Das Vermarktungskonzept setzt auf individuelle Lösungen der SevenOne AdFactory insbesondere für Non-TV-Kunden.

Im klassischen Diversifikationsgeschäft haben wir ebenfalls weitere Chancen identifiziert, zusätzliche Erlösquellen zu erschließen. Neben geografischer und crossmedialer Diversifikation werden wir unsere Marken in Zukunft gezielter dafür einsetzen, auch in angrenzenden Gebieten neue Geschäftspotenziale zu erschließen. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass diese neue Geschäftsidee einen Bezug zu unserem Kerngeschäft hat und zu profitablen Wachstum beiträgt.



Eine weitere Wachstumschance ist die angemessene Vermarktung von bisher nicht kapitalisiertem Werbeinventar. Zu diesem Zweck wurde zum Beispiel das sogenannte „Media for Revenue Share“ bzw. „Media for Equity“-Konzept entwickelt. Dabei stellt die ProSiebenSat.1 Group TV-Neukunden freie Werbezeiten ohne monetäre Gegenleistung zur Verfügung. Allerdings partizipieren wir an der gemeinsam geschaffenen Wertschöpfung in Form von einer Umsatz- oder Unternehmensbeteiligung.

Leistungswirtschaftliche Chancen. Neben Wachstumsmöglichkeiten, die sich aus unserer Unternehmensstrategie ergeben, nehmen wir leistungswirtschaftliche Chancen im operativen Geschäft wahr. Durch die rezessive Entwicklung des Werbemarkts im Jahr 2009 haben die Wettbewerbsintensität und Nachfrage nach Rabatten zugenommen. Diesem Druck konnte sich auch unser Unternehmen nicht vollständig entziehen. Darüber hinaus sind die Absatzmärkte zunehmend gesättigt, d.h. immer mehr Wettbewerber – darunter dynamisch wachsende wie das Internet – konkurrieren um eher stagnierende Konsumentenzielgruppen und Werbebudgets. Unsere wichtigste leistungswirtschaftliche Chance ist es daher, unsere Performance im Zuschauermarkt besser zu kapitalisieren und angemessene Preise für unsere gute Medialeistung zu realisieren.

5.6 Unternehmensausblick

Der künftige Geschäftserfolg der ProSiebenSat.1 Group hängt in hohem Maße von der Entwicklung der TV-Werbeinvestitionen im Hauptmarkt Deutschland ab, wo die Gruppe rund 65 Prozent ihres Gesamtumsatzes erzielt. Prognosen für den TV-Werbemarkt sind infolge der hohen Abhängigkeit der Werbewirtschaft von zyklischen Konjunkturschwankungen grundsätzlich mit Unsicherheiten verbunden. Die Kurzfristigkeit des Buchungsverhaltens, gerade in volatilen Phasen wie diesen, schränkt die Planungssicherheit zusätzlich ein. Aufgrund der nach wie vor außergewöhnlich geringen Marktvisibilität und der bestehenden gesamtwirtschaftlichen Risiken wird von quantitativen Aussagen zur voraussichtlichen Entwicklung der Umsätze und der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group und ihrer Segmente für den Planungszeitraum 2010 und 2011 abgesehen.



Unsere wichtigsten Zielsetzungen für 2009	Ergebnisse 2009	Die wichtigsten Ziele für 2010
Zuschauermarktanteile verbessern	Dänemark, Niederlande, Österreich, Rumänien und Finnland über Vorjahresniveau, Quoten im Kernmarkt Deutschland deutlich verbessert	Attraktive Inhalte und komplementäre Senderprogrammierung: bewährte Konzepte ausweiten / erfolgreiche Neustarts fördern / effiziente Beschaffung, Produktion und Verwertung von Inhalten / starke Content-Unit aufbauen (Launch der Red Arrow Entertainment Group) / Start neuer Sender
Werbemarktanteile erhöhen	Brutto-Werbemarktanteil im Hauptmarkt um 1,8%-punkte auf 42,9% gesteigert, gute Akzeptanz des Werbezeiten-Verkaufsmodells für Deutschland	Sales Excellence: Netto-Werbeerlöse steigern / weitere Erlösquellen durch differenzierte, innovative Werbekonzepte generieren / Werbekapazitäten besser nutzen
Wirtschaftliche Ziele erreichen	Effizienzziel erreicht: Reduktion der operativen Kosten um mehr als 200 Mio Euro	Kostenführerschaft: straffes Kostenmanagement / noch effizientere Strukturen / konzernweite Kostensynergien nutzen
Die neue German Free TV Organisation launchen	Start der neuen Organisation im Juli 2009	Erfolgreiche Fortsetzung der Bewegtbildstrategie: Präsenz unserer TV-Marken auf allen Plattformen / crossmediale Content-Verwertung
Neue Wachstumsstrategien definieren	Innovatives Konzept zur Neukundengenerierung: Media for Revenue Share-Deals abgeschlossen	Breitere Diversifikation: neue Einkommensquellen erschließen wie Pay- und hybride Modelle / Verlängerung der Wertschöpfungskette in verwandte Bereiche / Programmvielfalt effizienter verwerten

Voraussichtliche Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns. Basierend auf den aktuellen Wirtschaftsprognosen mehren sich die Anzeichen für eine Bodenbildung im deutschen TV-Werbemarkt. Die bisherigen Verhandlungen mit unseren Werbekunden für 2010 verlaufen im Rahmen unserer Erwartungen. Aufgrund der nach wie vor bestehenden gesamtwirtschaftlichen Unsicherheiten hält die ProSiebenSat.1 Group unterschiedliche Szenarien für die Werbemarktentwicklung im Jahr 2010 für möglich. Diese reichen von einem leichten Wachstum des deutschen Netto-TV-Werbemarktes gegenüber dem Jahr 2009 bis zu einem weiteren leichten Rückgang der Werbeinvestitionen. Mit einer nachhaltigen Erholung der TV-Werbemärkte in Europa rechnen wir nicht vor 2011.

Die ProSiebenSat.1 Group hat in den Jahren 2008 und 2009 zur Stabilisierung der Ertragsituation umfassende Kosteneinsparprogramme umgesetzt, die auch 2010 nachhaltig wirken. So geht die ProSiebenSat.1 Group derzeit von im Vergleich zum Jahr 2009 stabilen oder sogar leicht rückläufigen operativen Kosten aus. Sollte die gesamtwirtschaftliche Lage keine Umsatzsteigerung zulassen, wird die ProSiebenSat.1 Group verstärkte Anstrengungen unternehmen, dies durch weitere Kostensparprogramme aufzufangen. Allerdings werden zusätzliche Kostenreduktionen nicht im Umfang der 2009 umgesetzten Einsparungen möglich sein. Auch potentielle Maßnahmen im Rahmen der Neupositionierung des Nachrichtengeschäfts von N24 werden mit dem Ziel der konzernweiten Kostenoptimierung verfolgt. Insgesamt erwartet die ProSiebenSat.1 Group für die Jahre 2010 und 2011 eine Steigerung des operativen Ergebnisses (recurring EBITDA). Dies wird auch die Geschäftsentwicklung der ProSiebenSat.1 Media AG prägen, die von den Gewinnabführungen ihrer verbundenen Unternehmen profitiert.

Entwicklung der Segmente und künftige Absatzmärkte. Der Konzern plant, die Zuschauermarktanteilserfolge der deutschen Sendergruppe – bereinigt um die Effekte der im Jahr



2010 stattfindenden Winterolympiade und der Fußballweltmeisterschaft – auf dem guten Vorjahresniveau von rund 30 Prozent in der werberelevanten Zielgruppe zu halten. Darüber hinaus strebt der Konzern eine Festigung des Brutto-Werbemarktanteils in Deutschland an. Neben Deutschland sind die Niederlande, Ungarn und Schweden (ausgewiesen im Segment Free-TV International) die TV-Werbemärkte mit dem größten Umsatzbeitrag. Dieser gilt auch für 2010. Im Segment Free-TV International strebt der Konzern in diesen Hauptmärkten im Vergleich zum Vorjahr in etwa stabile bzw. leicht steigende Zuschauermarktanteile an. Sollte die gesamtwirtschaftliche Lage im Free-TV Geschäft keine Umsatzsteigerung zulassen, erwartet der Konzern jeweils auf Segmentebene dennoch eine – aus zusätzlichen Kostenreduktionen resultierende – Steigerung der operativen Free-TV Segmentergebnisse.

Mittelfristig strebt die ProSiebenSat.1 Group eine deutliche Steigerung des Umsatzbeitrags aus Diversifikationsstätigkeiten an (2009: Umsatzbeitrag Diversifikation 13 Prozent). Im Diversifikationsgeschäft kann trotz erwarteter Umsatzzuwächse aus neuen strategischen Projekten zur Erlösdiversifizierung kurzfristig ein Absinken des operativen Segmentergebnisses nicht ausgeschlossen werden.

Geplante Finanz- und Vermögenslage des Konzerns. Mittelfristiges Ziel des Konzerns ist eine weitere Verbesserung der Netto-Finanzverschuldung und des Verschuldungsgrads (Verschuldungsgrad zum 31. Dezember 2009: Faktor 4,7). Der Dividendenvorschlag für das Jahr 2009 berücksichtigt insbesondere die schwierigen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen des Geschäftsjahres 2009. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG schließt eine künftig wieder erhöhte Dividendenzahlung jedoch nicht aus.

Die Finanz- und Vermögenslage des ProSiebenSat.1-Konzerns dürfte sich nach derzeitigem Stand im Planungszeitraum 2010/2011 nicht wesentlich verändern. Die bestehende Kreditfazilität hat eine Laufzeit bis 2014/2015. Durch die Ermächtigungen der Hauptversammlung vom Juni 2009 hat die Gesellschaft zusätzlich die Möglichkeit, je nach Marktlage und Bedarf attraktive Finanzierungsmöglichkeiten zu nutzen und flexibler auf Finanzierungserfordernisse zu reagieren.

Die Finanz- und Vermögenslage des ProSiebenSat.1-Konzerns dürfte sich nach derzeitigem Stand im Planungszeitraum 2010/2011 nicht wesentlich verändern. Die bestehende Kreditfazilität hat eine Laufzeit bis 2014/2015. Durch die Ermächtigungen der Hauptversammlung vom Juni 2009 hat die Gesellschaft zusätzlich die Möglichkeit, je nach Marktlage und Bedarf attraktive Finanzierungsmöglichkeiten zu nutzen und flexibler auf Finanzierungserfordernisse zu reagieren.

Der operative Cashflow und die Liquiditätsausstattung, bestehend aus den flüssigen Mitteln und der nicht beanspruchten syndizierten Kreditlinie geben uns ausreichend finanziellen Spielraum, sich bietende Investitions- und Akquisitionschancen zu nutzen. Schwerpunkt der Investitionstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group bleibt das Programmvermögen. Der Konzern investiert jährlich über eine Mrd in den Erwerb von Lizenzprogrammen und Auftrags- bzw. Fremdproduktionen. 2009 hat die ProSiebenSat.1 Group gezielt ihre Programminvestitionen angepasst – an das wirtschaftliche Umfeld, aber auch an den Bedarf von neuem Programm. Auch 2010 plant die ProSiebenSat.1 Group in angemessenem Umfang in das Programmvermögen zu investieren. Elementares Ziel ihrer Bewegbild-Strategie sind neben der qualitativen Absicherung des Programmbestands im Bereich Free-TV die Erweiterung der Verbreitungsrechte für Pay-TV, Online und mobile Endgeräte.



Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG



Bilanz der ProSiebenSat.1 Media AG

ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring

Bilanz zum 31. Dezember 2009

Aktiva

	31.12.2009		31.12.2008	
	EUR	EUR	EUR	EUR
A. Anlagevermögen				
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
1. Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	815.128,00		846.957,00	
2. Geleistete Anzahlungen	390.965,99	1.206.093,99	186.248,00	1.033.205,00
II. Sachanlagen				
1. Bauten auf fremden Grundstücken	32.015.803,51		26.054.803,51	
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.177.283,00		1.241.653,00	
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	23.524,80	35.216.611,31	408.219,48	27.704.675,99
III. Finanzanlagen				
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	5.703.428.058,92		5.722.207.558,92	
2. Beteiligungen	196.771,80		199.839,55	
3. Wertpapiere des Anlagevermögens	6.875.561,75		6.058.888,94	
4. Sonstige Ausleihungen	10.630.012,77	5.721.130.405,24	9.900.899,97	5.738.367.187,38
		5.757.553.110,54		5.767.105.068,37
B. Umlaufvermögen				
I. Vorräte				
1. Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe	0,00		34.459,30	
2. Handelswaren	0,00	0,00	1.840,05	36.299,35
II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12.215.026,29		5.953.262,55	
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	680.165.813,33		511.922.090,62	
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	1.237.046,90		414.673,70	
4. Sonstige Vermögensgegenstände	121.871.323,27	815.489.209,79	94.712.545,54	613.002.572,41
III. Wertpapiere				
Eigene Anteile		24.527.566,42		2.536.875,00
IV. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		646.926.452,29		503.996.599,65
		1.486.943.228,50		1.119.572.346,41
C. Rechnungsabgrenzungsposten		28.630.090,16		34.206.934,85
		7.273.126.429,20		6.920.884.349,63

Passiva

	31.12.2009	31.12.2008
	EUR	EUR
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	218.797.200,00	218.797.200,00
II. Kapitalrücklage	580.187.621,96	580.187.621,96
III. Rücklage für eigene Anteile	24.527.566,42	2.536.875,00
IV. Bilanzgewinn	1.819.708.435,28	1.899.900.657,51
	<u>2.643.220.823,66</u>	<u>2.701.422.354,47</u>
B. Rückstellungen		
1. Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	7.756.200,00	7.123.900,00
2. Steuerrückstellungen	66.106.100,00	35.698.473,83
3. Sonstige Rückstellungen	59.914.000,00	51.549.700,00
	<u>133.776.300,00</u>	<u>94.372.073,83</u>
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		
a. Darlehensverbindlichkeiten	2.561.957.875,84	2.561.957.838,98
b. Zinsverbindlichkeiten	13.258.897,32	14.887.359,62
3. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	0,00	231.795,92
4. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	140.540.463,50	79.198.140,12
5. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	1.739.776.524,08	1.439.083.806,81
6. Sonstige Verbindlichkeiten	40.563.044,80	29.730.979,88
--davon aus Steuern EUR 36.865.828,44 (i. Vj. EUR 26.445.823,61)--		
--davon im Rahmen der sozialen Sicherheit EUR 264,00		
(i. Vj. EUR 3.957,75)--		
	<u>4.496.096.805,54</u>	<u>4.125.089.921,33</u>
D. Rechnungsabgrenzungsposten	32.500,00	0,00
	<u>7.273.126.429,20</u>	<u>6.920.884.349,63</u>



Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Media AG

ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009

	2009		2008	
	EUR	EUR	EUR	EUR
1. Umsatzerlöse		11.323.012,41		7.621.242,12
2. Sonstige betriebliche Erträge		96.775.316,84		116.462.851,00
3. Programm- und Materialaufwand				
a) Aufwendungen für Lizenzen, Sendegebühren und Materialien	35.861.792,33		23.331.427,79	
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	343.186,96	36.204.979,29	990.224,26	24.321.652,05
4. Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter	44.769.233,34		37.452.954,11	
b) Soziale Abgaben	4.073.750,28	48.842.983,62	4.882.997,55	42.335.951,66
--davon für Altersversorgung				
EUR 557.574,00 (i. Vj. EUR 1.435.815,01)--				
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		4.128.441,59		4.835.081,32
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		106.782.356,09		115.566.151,37
7. Erträge aus Beteiligungen		654.271,86		455.607,09
--davon aus verbundenen Unternehmen				
EUR 654.271,86 (i. Vj. EUR 455.607,09)--				
8. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen		448.254.235,08		376.292.028,94
9. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens		817,06		35.732,81
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		14.757.561,08		19.082.944,61
--davon aus verbundenen Unternehmen				
EUR 10.477.672,32 (i. Vj. EUR 9.138.586,52)--				
11. Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens		20.000.000,00		314.383.622,22
12. Aufwendungen aus Verlustübernahme		166.432.803,15		724.666.967,66
13. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		180.651.060,13		184.521.171,01
--davon an verbundene Unternehmen				
EUR 21.609.499,87 (i. Vj. EUR 17.413.418,10)--				
14. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		8.722.590,46		-890.680.190,72
15. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		64.266.291,15		42.705.096,08
16. Sonstige Steuern		582.608,12		20.828,00
17. Jahresfehlbetrag		-56.126.308,81		-933.406.114,80
18. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr		1.897.825.435,51		2.835.843.647,31
19. Einstellung in Rücklagen für eigene Anteile		21.990.691,42		2.536.875,00
20. Bilanzgewinn		1.819.708.435,28		1.899.900.657,51



Anhang der ProSiebenSat.1 Media AG

ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring

Anhang für das Geschäftsjahr 2009

Grundlagen und Methoden

Der Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG ist nach den deutschen handelsrechtlichen Rechnungslegungsvorschriften und den aktienrechtlichen Vorschriften aufgestellt.

Für die Gewinn- und Verlustrechnung wird das bisher angewandte Gesamtkostenverfahren beibehalten.

Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten aktiviert und linear über maximal zehn Jahre abgeschrieben. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit mit einer voraussichtlich dauernden Wertminderung gerechnet wird.

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um nutzungsbedingte lineare Abschreibungen, bewertet. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit mit einer voraussichtlich dauernden Wertminderung gerechnet wird. Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten bis 150 Euro werden im Jahr der Anschaffung in voller Höhe als Betriebsausgaben berücksichtigt. Für Wirtschaftsgüter, die einen Wert zwischen 150 Euro und 1.000 Euro haben, wird ein Sammelposten gebildet, der linear über fünf Jahre abgeschrieben wird.

Bauten auf fremden Grundstücken werden nach der jeweiligen betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer oder der kürzeren Laufzeit der Mietverträge abgeschrieben. Andere Anlagen und Betriebs- und Geschäftsausstattung werden abhängig vom Anlagegegenstand über drei bis maximal 20 Jahre abgeschrieben.

Die Finanzanlagen werden zu Anschaffungskosten oder zu niedrigeren beizulegenden Werten bilanziert, wenn die Wertminderung als voraussichtlich dauerhaft angesehen wird. Zuschreibungen aufgrund des Wertaufholungsgebots werden bis zu den Anschaffungskosten vorgenommen, wenn die Gründe für eine dauerhafte Wertminderung entfallen sind.

Forderungen und Sonstigen Vermögensgegenstände werden zum Nennbetrag beziehungsweise zu Anschaffungskosten oder niedrigeren Tageswerten angesetzt. Bei der Bewertung der Forderungen und Sonstigen Vermögensgegenstände ist den erkennbaren Risiken durch Einzel- und Pauschalwertberichtigungen angemessen Rechnung getragen worden.

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegen verbundene Unternehmen, die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber verbundenen Unternehmen sowie das Cash Pooling der Tochtergesellschaften werden auf Grund ihrer Gleichartigkeit und Gleichfälligkeit saldiert und die Summe dementsprechend als Forderung oder Verbindlichkeit ausgewiesen. In die Saldierung nicht einbezogen werden Darlehen mit Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group sowie Forderungen oder Verbindlichkeiten aus der Ergebnisabführung.

Eigene Anteile werden zu Anschaffungskosten oder dem niedrigeren Börsenkurs der Anteile am Bilanzstichtag gem. § 253 Abs. 3 S. 1 HGB bewertet. Zuschreibungen aufgrund des Wertaufholungsgebots werden bis zu den Anschaffungskosten vorgenommen.

Die Guthaben bei Kreditinstituten werden zu Nominalwerten ausgewiesen. Fremdwährungsguthaben sind mit Stichtagskursen umgerechnet.

Die Bewertung der Pensionsrückstellungen erfolgt nach dem Teilwertverfahren gemäß § 6a EStG. Die Berechnung beruht auf den biometrischen Rechnungsgrundlagen gemäß den Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck und einem verwendeten Rechnungszins von 6 %.

Die Steuerrückstellungen und Sonstige Rückstellungen werden in Höhe des Betrages gebildet, der nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist. Rückstellungen, die einen Zinsanteil enthalten, werden abgezinst.

Verbindlichkeiten werden mit ihren Rückzahlungsbeträgen am Bilanzstichtag angesetzt.

Die ProSiebenSat.1 Media AG setzt zur Absicherung gegen Zinsänderungs- und Währungsrisiken aus dem operativen Geschäft bzw. den daraus resultierenden Finanzierungserfordernissen derivative Finanzinstrumente ein. Sofern ein unmittelbarer Sicherungszusammenhang besteht, werden die derivativen Finanzinstrumente als Bewertungseinheit mit dem entsprechenden Grundgeschäft zusammengefasst. Besteht kein oder kein ausreichender Sicherungszusammenhang, erfolgt die Bewertung der Sicherungsgeschäfte imparitatisch, das heißt, für negative Marktwerte werden Rückstellungen gebildet, positive Marktwerte werden nicht angesetzt.

Fremdwährungsforderungen werden mit dem Stichtagskurs am Buchungstag oder dem höheren Kurs am Bilanzstichtag, Fremdwährungsverpflichtungen mit dem Stichtagskurs am Buchungstag oder dem niedrigerem Kurs am Bilanzstichtag umgerechnet.

Erläuterungen zur Bilanz

Anlagevermögen

Die Entwicklung des Anlagevermögens ist aus dem als Anlage beigefügten Anlagenspiegel ersichtlich.

Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden keine (i. Vj.: 1.246 Tsd Euro) außerplanmäßigen Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen vorgenommen.

Finanzanlagen

Eine Aufstellung des Anteilsbesitzes der ProSiebenSat.1 Media AG ist am Ende des Anhangs beigefügt.

Die Zugänge bei den Anteilen an verbundenen Unternehmen resultieren aus dem Erwerb von weiteren Anteilen an der Producers at work GmbH, Potsdam.

Aufgrund eines niedrigeren beizulegenden Wertes wurden im Geschäftsjahr 2009 bei den Anteilen an verbundenen Unternehmen außerplanmäßige Abschreibungen auf den Beteiligungsbuchwert der 9Live Fernsehen GmbH, Unterföhring, in Höhe von 20.000 Tsd Euro vorgenommen. Im Vorjahr wurden außerplanmäßige Abschreibungen aufgrund von niedrigeren beizulegenden Zeitwerten in Höhe von 300.000 Tsd. Euro vorgenommen.

Die Wertpapiere des Anlagevermögens enthalten Anteile an Investmentfonds, die der Deckung der Pensionsverbindlichkeiten dienen und zu Gunsten der Vorstandsmitglieder verpfändet sind.

Als Sonstige Ausleihungen werden im Wesentlichen Darlehen an die Vermieter der Liegenschaften Gutenbergstraße 1 – 3, 4 und Medienallee 7 am Standort Unterföhring ausgewiesen.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	Restlaufzeit		Gesamt	Gesamt
	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	31.12.2009	31.12.2008
	Tsd Euro	Tsd Euro	Tsd Euro	Tsd Euro
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12.215	0	12.215	5.953
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	680.166	0	680.166	511.922
Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	1.237	0	1.237	415
Sonstige Vermögensgegenstände	100.809	21.062	121.871	94.713
Summe	794.427	21.062	815.489	613.003

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten insbesondere Forderungen aus Ergebnisabführungsverträgen (449.698 Tsd. Euro; i. Vj.: 376.292 Tsd. Euro), aus kurzfristiger Darlehensgewährung (78.675 Tsd. Euro; i. Vj.: 74.025 Tsd. Euro) sowie aus Cash Pooling (98.338 Tsd. Euro; i. Vj.: 3.239 Tsd. Euro) und aus dem internen Leistungsverkehr (53.455 Tsd. Euro; i. Vj.: 58.366 Tsd. Euro).

In den Sonstigen Vermögensgegenständen sind im Wesentlichen geleistete Anzahlungen auf Lizenzzahlungen und Steuerforderungen ausgewiesen.

Eigene Anteile

Am 10. Juni 2008 ermächtigte die Hauptversammlung die Gesellschaft bis zum 9. Dezember 2009 Stammaktien und/oder Vorzugsaktien mit einem rechnerischen Anteil von insgesamt bis zu 10 % des im Zeitpunkt der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals zu erwerben. Der Rückkauf dient in erster Linie dazu, Aktienoptionen im Rahmen des Aktienoptionsplans bedienen zu können.

In der Berichtsperiode wurden von der Gesellschaft insgesamt 4.900.000 Vorzugsaktien zu einem durchschnittlichen Kurs von EUR 3,14 je Stück erworben. Mit den bereits im Jahr 2008 zu einem durchschnittlichen Kurs von EUR 13,40 je Stück erworbenen eigenen Vorzugsaktien hält die ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2009 damit insgesamt 6.027.500 eigene Vorzugsaktien, was 2,75 % des Grundkapitals entspricht.

Auf Grund der Kursentwicklung der ProSiebenSat.1-Aktie wurde die im Vorjahr vorgenommene Abschreibung auf den Stichtagskurs in Höhe von 12.569 Tsd. Euro teilweise zurückgenommen (6.551 Tsd. Euro).

Rechnungsabgrenzungsposten

Die Rechnungsabgrenzungsposten enthaltenen im Wesentlichen Bankgebühren aus den Finanzierungsmaßnahmen im Rahmen der Akquisition der SBS Broadcasting Group, die über die Kreditlaufzeiten abgegrenzt wurden.

Eigenkapital

Eigenkapitalentwicklung im Geschäftsjahr 2009

	Gezeichnetes Kapital		Kapital-	Rücklage	Bilanz-	Summe
	Stammaktien	Vorzugsaktien	rücklage	für eigene	gewinn	Eigenkapital
	Tsd Euro	Tsd Euro	Tsd Euro	Tsd Euro	Tsd Euro	Tsd Euro
31. Dezember 2008	109.398,6	109.398,6	580.187,6	2.536,9	1.899.900,7	2.701.422,4
Gezahlte Dividenden	-	-	-	-	-2.075,3	-2.075,3
Jahresfehlbetrag	-	-	-	-	-56.126,3	-56.126,3
Einstellung in Rücklage für eigene Anteile	-	-	-	21.990,7	-21.990,7	0,0
31. Dezember 2009	109.398,6	109.398,6	580.187,6	24.527,6	1.819.708,4	2.643.220,8

Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media AG in Höhe von 218.797 Tsd. Euro setzt sich aus 109.398.600 auf den Namen lautende Stammaktien im Nennbetrag von einem Euro und 109.398.600 auf den Inhaber lautende Vorzugsaktien ohne Stimmrecht im Nennbetrag von einem Euro zusammen. Die Vorzugsaktien sind mit einem Vorabgewinn (Mehrdividende) in Höhe von 0,02 Euro je Aktie ausgestattet.

Im Geschäftsjahr 2009 erwarb die ProSiebenSat.1 Media AG weitere 4.900.000 Vorzugsaktien zum Durchschnittskurs von 3,14 Euro je Aktie. Zum 31. Dezember 2009 befanden sich damit 6.027.500 der 218.797.200 insgesamt ausgegebenen Aktien im Eigenbestand der ProSiebenSat.1 Media AG.

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage beträgt unverändert 580.188 Tsd. Euro. Die Kapitalrücklage beinhaltet das Agio aus der Ausgabe von Aktien im Geschäftsjahr 1997 und der Kapitalerhöhung in 2004.

Rücklage für eigene Anteile

Gemäß § 272 Abs. 4 HGB wird im Eigenkapital eine Rücklage für eigene Anteile in Höhe von 24.528 Tsd. Euro (i. Vj. 2.537 Tsd. Euro) ausgewiesen. Die Erhöhung der Rücklage hat sich durch den Erwerb weiterer eigener Anteile und aus der Bewertung des Aktienbestands zum Bilanzstichtag ergeben. Die Höhe der Rücklage entspricht dem Betrag, mit dem die eigenen Anteile auf der Aktivseite angesetzt sind.

Gewinnverwendung

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde auf Grund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 4. Juni 2009 aus dem Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media AG des Geschäftsjahres 2008 in Höhe von 1.899.901 Tsd. Euro eine Ausschüttung in Höhe von 2.075 Tsd. Euro an die Vorzugsaktionäre vorgenommen. Dies entspricht einer Ausschüttung von 0,02 Euro je Vorzugsaktie.

Der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstandes der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2009 sieht vor, den Bilanzgewinn in Höhe von 1.819.708 Tsd. Euro wie folgt zu verwenden:

Ausschüttung einer Dividende von 0,02 Euro

je Inhaber-Vorzugsaktie	Euro	2.067.422,00
Vortrag auf neue Rechnung	<u>Euro</u>	<u>1.817.641.013,28</u>
Bilanzgewinn	Euro	1.819.708.435,28

Die von der ProSiebenSat.1 Media AG gehaltenen eigenen Anteile sind gemäß § 71b AktG vom Dividendenbezug ausgeschlossen.

Genehmigtes Kapital

Die in § 4 Abs. 4 der Satzung enthaltene Ermächtigung des Vorstands zur Erhöhung des Grundkapitals (Genehmigtes Kapital) lief am 6. Mai 2009 aus. In der Hauptversammlung vom 4. Juni 2009 wurde ein neues Genehmigtes Kapital nebst Ermächtigung zum Ausschluss des Bezugsrechts mit entsprechender Änderung der Satzung in § 4 (Höhe und Einteilung des Grundkapitals) beschlossen. Der Vorstand ist nunmehr ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 3. Juni 2014 gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu Euro 109.398.600 durch Ausgabe neuer Stückaktien zu erhöhen.

Bedingtes Kapital

Auf der Hauptversammlung am 4. Juni 2009 wurde beschlossen, das Grundkapital um insgesamt bis zu Euro 109.398.600 durch Ausgabe von bis zu 109.398.600 auf den Namen lautenden Stammaktien oder auf den Inhaber lautenden Vorzugsaktien bedingt zu erhöhen. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen, zu deren Ausgabe die Gesellschaft ebenfalls auf der Hauptversammlung am 4. Juni 2009 ermächtigt wurde.

Aktienoptionsplan

Zum 31. Dezember 2009 existieren bei der ProSiebenSat.1 Media AG zwei Aktienoptionspläne. Der Long Term Incentive Plan 2005 (LTIP 2005) wurde durch Zustimmung der Hauptversammlung vom 13. Mai 2005 und der Long Term Incentive Plan 2008 (LTIP 2008) durch Zustimmung der Hauptversammlung vom 10. Juni 2008 eingeführt. Jede Aktienoption berechtigt zum Bezug von einer Vorzugsaktie der ProSiebenSat.1 Media AG gegen Zahlung eines Ausübungspreises.

Der LTIP 2005 umfasst zum 31. Dezember 2009 noch insgesamt 1.127.500 ausstehende Aktienoptionen, die jeweils im Jahr 2006 (Cycle 2006) ausgegeben wurden; eine Ausgabe weiterer Aktienoptionen unter dem LTIP 2005 erfolgt nicht. Die im Jahr 2005 ausgegebenen Optionen sind von der Gesellschaft durch Barauszahlung des Optionswerts im Jahr 2007 abgelöst worden.

Der LTIP 2008 umfasst die Ausgabe von insgesamt bis zu 4.900.000 Stück Aktienoptionen. Soweit ausgegebene Aktienoptionen ohne Ausübung verfallen, erhöht sich die Anzahl der Aktienoptionen um die Anzahl der unausgeübt verfallenen Aktienoptionen. Im Geschäftsjahr 2008 wurden 1.399.250 Aktienoptionen (Cycle 2008) und im Geschäftsjahr 2009 2.997.500

Aktienoptionen (Cycle 2009) ausgegeben. Insgesamt wurden somit im Rahmen des LTIP 2008 bis zum 31. Dezember 2009 4.396.750 Aktienoptionen ausgegeben.

Die folgende Tabelle gibt Informationen zum Aktienoptionsprogramm der ProSiebenSat.1 Media AG wieder:

Aktienoptionsprogramm			
	LTIP 2005	LTIP 2008	LTIP 2008
	Cycle 2006	Cycle 2008	Cycle 2009
Stand 1.1.2009	1.127.500	1.941.250	- / -
Gewährte Optionen im Geschäftsjahr 2009	- / -	- / -	2.997.500
Ausgeübte Optionen im Geschäftsjahr 2009	- / -	- / -	- / -
Verfallene Optionen im Geschäftsjahr 2009	- / -	542.000	- / -
Stand 31.12.2009	1.127.500	1.399.250	2.997.500
Davon ausübbar am 31.12.2009	1.127.500	n.n.a**	n.n.a**
Ausübungspreis in Euro	13,99	16,00	1,58
Absolute Ausübungshürde in Euro	18,19	22,40	2,05
Maximaler Ausübungsgewinn	27,98	32,00	20,00
Unverfallbarkeit *	2. August 2008	31. Dezember 2008	31. Dezember 2009
Ende Ausübungszeitraum	31. Dezember 2011	31. Dezember 2014	31. Dezember 2015

* LTIP 2008: Frühestes Ende der Unverfallbarkeit für das erste Fünftel ausgegebener Optionen (jedes weitere Fünftel ein Jahr später)

** noch nicht ausübbar

Rückstellungen

	31.12.2009	31.12.2008
	Tsd Euro	Tsd Euro
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	7.756	7.124
Steuerrückstellungen	66.106	35.698
Zinsen aus Steuerschuldverhältnissen	18.445	16.336
Rückstellungen für drohende Verluste aus schwebenden Geschäften	10.748	2.524
Rückstellungen für ausstehende Eingangsrechnungen	9.590	15.834
Rückstellungen Altersteilzeit, Abfindungen und Sonderzahlungen	7.156	6.800
Übrige sonstige Rückstellungen	13.975	10.056
Summe	133.776	94.372

Die Pensionsrückstellungen wurden für Verpflichtungen aus Anwartschaften von aktiven und ehemaligen Mitgliedern des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media AG sowie deren Hinterbliebenen gebildet.

Bei den Steuerrückstellungen handelt es sich im Wesentlichen um Rückstellungen für Körperschaftsteuer und Gewerbeertragsteuer. Auswirkungen der laufenden Betriebsprüfung wurden dabei berücksichtigt.

Die Rückstellungen für Zinsen aus Steuerschuldverhältnissen betreffen zukünftige Zinszahlungen aus steuerlichen Außenprüfungen.

Die übrigen sonstigen Rückstellungen enthalten im Wesentlichen Rückstellungen für den Aktienoptionsplan und Urlaubsrückstellungen.

Verbindlichkeiten

	Restlaufzeit			Gesamt 31.12.2009 Tsd Euro	Gesamt 31.12.2008 Tsd Euro
	bis 1 Jahr Tsd Euro	über 1 bis 5 Jahre Tsd Euro	über 5 Jahre Tsd Euro		
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten					
a) Darlehensverbindlichkeiten	497.240	1.241.625	823.093	2.561.958	2.561.958
b) Zinsverbindlichkeiten	13.259	0	0	13.259	14.887
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	0	0	0	0	232
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	140.540	0	0	140.540	79.198
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	1.739.777	0	0	1.739.777	1.439.084
Sonstige Verbindlichkeiten	40.563	0	0	40.563	29.731
Summe	2.431.379	1.241.625	823.093	4.496.097	4.125.090

Die unter den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ausgewiesenen Darlehensverbindlichkeiten umfassen verschiedene endfällige Darlehen mit einer Laufzeit bis zum 3. Juli 2014 (1.241.625 Tsd. Euro) bzw. bis zum 3. Juli 2015 (823.093 Tsd. Euro) sowie eine revolvingierende Kreditfazilität mit einer Laufzeit bis zum 3. Juli 2014 (497.240 Tsd. Euro) und einem Rahmenvolumen von 600 Mio Euro, das variabel in Anspruch genommen werden kann. Die Kredite werden durch ein internationales Bankenkonsortium und institutionelle Investoren zur Verfügung gestellt. Ein Teil der Darlehen kann auch in anderen Währungen als Euro in Anspruch genommen werden. Zum 31. Dezember 2009 waren alle Darlehen in Euro in Anspruch genommen. Im Rahmen der Kreditvereinbarung hat die Gesellschaft Geschäftsanteile an verschiedenen, als wesentlich eingestuftem Tochtergesellschaften als Sicherheit verpfändet.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen enthalten insbesondere Verbindlichkeiten aus dem Cash Pooling (1.616.466 Tsd. Euro; i. Vj.: 453.104 Tsd. Euro), die auf Grund der Gleichartigkeit und Gleichfälligkeit mit Forderungen aus dem internen Leistungsverkehr (43.122 Tsd. Euro; i. Vj.: 9.506 Tsd. Euro) saldiert wurden, sowie Verbindlichkeiten aus Ergebnisübernahmeverpflichtungen (166.433 Tsd. Euro; i. Vj.: 724.667 Tsd. Euro). Im Vorjahr sind außerdem Darlehensverbindlichkeiten in Höhe von 270.819 Tsd. Euro in den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen enthalten.

Haftungsverhältnisse

	31.12.2009	31.12.2008
	Tsd Euro	Tsd Euro
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften (davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	415 (0)	5.885 (1.348)
Haftung aus der Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten	1.505.896	1.490.020

Die Haftung aus der Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten betreffen abgegebene Garantieerklärungen und Sicherheiten im Zusammenhang mit Krediten an Unternehmen der SBS Broadcasting Group aus der in 2007 abgeschlossenen Kreditvereinbarung.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

	fällig im Folgejahr Tsd Euro	fällig im 2. bis 5. Jahr Tsd Euro	fällig nach dem 5. Jahr Tsd Euro	Summe Tsd Euro
Programmvermögen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	394.503 (0)	1.534.159 (0)	488.027 (0)	2.416.689 (0)
Nutzungsgebühren (davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	25.842 (0)	121.345 (0)	86.784 (0)	233.971 (0)
Leasing- und Mietverpflichtungen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	15.855 (0)	57.042 (0)	72.241 (0)	145.138 (0)
Sonstige Verpflichtungen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	8.375 (0)	13.219 (0)	5 (0)	21.599 (0)
Summe	444.575	1.725.765	647.057	2.817.397

Unter den Nutzungsgebühren werden finanzielle Verpflichtungen aus Satellitenmieten, Verpflichtungen aus Verträgen über terrestrische Nutzung und Kabeleinspeisungsgebühren ausgewiesen.

Die Leasing- und Mietverpflichtungen beinhalten im insbesondere Gebäudemietverträge über Büro- und Redaktionsräume am Standort Unterföhring und Berlin. Die Laufzeit der wesentlichen Verträge für den Standort Unterföhring endet zwischen 2012 und 2023. Die Verträge für Berliner Standort sehen eine Laufzeit bis 2018 vor. Alle Verträge sind zu marktüblichen Konditionen abgeschlossen.

Unter den Sonstigen Verpflichtungen werden im Wesentlichen finanzielle Verpflichtungen aus Mitgliedschaften und sonstigen Dienstleistungsverträgen ausgewiesen.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse werden überwiegend in Deutschland und im europäischen Ausland erzielt und beinhalten im Wesentlichen Erlöse aus dem Verkauf von Programmnebenrechten.

Auf eine weitere Aufgliederung der Umsatzerlöse nach Tätigkeitsbereichen sowie nach geographisch bestimmten Märkten wird auf Grund der Holdingtätigkeit der Gesellschaft verzichtet.

Sonstige betriebliche Erträge

Die in den Sonstigen betrieblichen Erträgen enthaltenen periodenfremden Erträge in Höhe von 14.674 Tsd. Euro (i. Vj.: 6.723 Tsd. Euro) betreffen insbesondere Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (7.209 Tsd. Euro; i. Vj.: 6.314 Tsd. Euro) und Zuschreibungen zu den eigenen Anteilen (6.551 Tsd. Euro; i. Vj.: 0 Tsd. Euro).

In den anderen betrieblichen Erträgen sind insbesondere Erträge aus der Leistungsverrechnung mit Konzernunternehmen enthalten.

Programm- und Materialaufwand

	2009	2008
	Tsd Euro	Tsd Euro
Aufwendungen für Lizenzen, Sendegebühren und Materialien	35.862	23.332
Aufwendungen für bezogene Leistungen	343	990
Summe	36.205	24.322

Die Aufwendungen für Lizenzen, Sendegebühren und Materialien enthalten im Wesentlichen Aufwendungen für Übertragungskosten und Satellitenmieten, die an Konzernunternehmen weiterbelastet werden.

Personalaufwand

Der Anstieg des Personalaufwands ist im Wesentlichen auf höheren Abfindungsaufwand und der Zuführung zu den Rückstellungen für den Aktienoptionsplan zurückzuführen.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den Sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind neben periodenfremden Aufwendungen in Höhe von 44 Tsd. Euro (i. Vj.: 1.128 Tsd. Euro) insbesondere Weiterbelastungen von Konzernunternehmen, Rechts- und Beratungskosten sowie Miet- und sonstige Raumaufwendungen enthalten.

Aufwendungen aus Verlustübernahme

Die Aufwendungen aus Verlustübernahme betragen 166.433 Tsd. Euro im Vergleich zu 724.667 Tsd. Euro im Vorjahr. In 2009 haben insbesondere Abschreibungen auf Beteiligungsbuchwerte auf Grund niedrigerer beizulegender Werte bei der P7S1 Erste SBS Holding, Unterföhring, und bei der P7S1 Zweite SBS Holding, Unterföhring, zu Verlusten in Höhe von insgesamt 165.395 Tsd. Euro (i. Vj.: 695.016 Tsd. Euro) geführt, die von der ProSiebenSat.1 AG im Rahmen von Ergebnisabführungsverträgen übernommen wurden.

Zinsen und ähnliche Aufwendungen

In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Zinsen aus der Zuführung zu den Pensionsrückstellungen in Höhe von 397 Tsd. Euro (i. Vj.: 274 Tsd. Euro) enthalten.

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Neben dem von der Gesellschaft selbst erwirtschafteten steuerlichen Ergebnis, ist die ProSiebenSat.1 Media AG Steuerschuldnerin hinsichtlich der ihr, von den, über Ergebnisabführungsverträgen, verbundenen Organgesellschaften zugerechneten Bemessungsgrundlagen.

Sonstige Angaben

Zahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt

	2009	2008
Angestellte	363	374
Auszubildende, Volontäre und Praktikanten	34	42
Summe	397	415

Honorare des Abschlussprüfers

Die Angaben gem. § 285 Nr. 17 HGB über das von unserem Abschlussprüfer KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Geschäftsjahr 2009 berechnete Gesamthonorar sind im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG enthalten.

Derivative Finanzinstrumente

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat aufgrund bestehender Grundgeschäfte und geplanter Transaktionen Risiken aus der Änderung von Zinssätzen und Wechselkursen. Diese Risiken werden durch derivative Finanzgeschäfte in Form von Zinsswaps sowie Devisentermingeschäften und Devisenoptionen abgesichert. Derivative Finanzinstrumente werden bei der ProSiebenSat.1 Media AG nicht zu Handels- oder spekulativen Zwecken eingesetzt.

Die beizulegenden Zeitwerte der Devisentermingeschäfte und Zinsswaps werden unter Anwendung einer Discounted-Cash-Flow-Methode ermittelt. Für die Berechnung der beizulegenden Zeitwerte der Devisenoptionen wird das Black-Scholes-Optionspreismodell verwendet.

Die Nominal- und Marktwerte der von der ProSiebenSat.1 Media zum 31. Dezember 2009 gehaltenen derivativen Finanzinstrumente sind in der folgenden Übersicht dargestellt:

	Jahr der Fälligkeit			Nominalbetrag zum 31.12.2009	Marktwert zum 31.12.2009
	2010	2011-2014	ab 2015		
	Tsd USD	Tsd USD	Tsd USD	Tsd USD	Tsd Euro
Devisentermingeschäfte	265.728	439.370	0	705.098	-8.029
Devisenoptionen	54.000	75.000	0	129.000	3.797
	Tsd Euro	Tsd Euro	Tsd Euro	Tsd Euro	Tsd Euro
Zins-Swaps	0	1.750.000	0	1.750.000	-156.433

In den folgenden Bilanzposten sind die nach handelsrechtlichen Vorschriften bilanzierungspflichtigen derivativen Finanzinstrumente mit den angegebenen Buchwerten erfasst:

in Tsd Euro	Sonstige Vermögensgegenstände		Sonstige Verbindlichkeiten		Sonstige Rückstellungen	
	31.12.2009	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2008
Devisentermingeschäfte	801	1.045	1.649	1.033	1.094	2.524
Devisenoptionen	3.751	1.888	0	0	0	0
Zinsswaps	0	0	7.177	966	0	0
Summe	4.552	2.933	8.826	1.999	1.094	2.524

Vorstand und Aufsichtsrat

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG einschließlich ihrer Mitgliedschaft in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien sind am Ende dieses Anhangs aufgeführt. Das Vergütungssystem der ProSiebenSat.1 Media AG für die Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates wird nachfolgend näher erläutert.

Die Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG stehen neben ihrer Organfunktion auch in vertraglicher Beziehung zu der Gesellschaft. Für den Abschluss der Dienstverträge mit den Mitgliedern des Vorstands ist der Aufsichtsrat zuständig. Die Dienstverträge der ProSiebenSat.1 Media AG mit ihren Vorstandsmitgliedern haben eine maximale Laufzeit von fünf Jahren. In den genannten Verträgen sind die Rechte und Pflichten der Vorstandsmitglieder festgelegt, unter anderem auch ihre Vergütung.

Das Vergütungssystem für den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG ist auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet und setzt sich aus festen und erfolgsbezogenen Komponenten zusammen. Kriterien für die Angemessenheit der Vergütung orientieren sich einerseits an der persönlichen Leistung und dem Tätigkeits- und Verantwortungsbereich der einzelnen Vorstandsmitglieder, andererseits am Vergleichsumfeld und der wirtschaftlichen Lage der Gesellschaft. Im abgelaufenen Geschäftsjahr setzte sich die Vergütung der Vorstandsmitglieder wie folgt zusammen:

- Sämtliche Vorstandsmitglieder erhalten nach ihren Anstellungsverträgen jeweils ein fixes Basisgehalt, das sich am Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds orientiert und monatlich ausgezahlt wird.
- Neben diesem Basisgehalt tritt für die einzelnen Vorstandsmitglieder eine erfolgsabhängige variable Vergütung in Form eines Jahresbonus. Die konkrete Ausgestaltung des Jahresbonus ist in den einzelnen VorstandsDienstverträgen einheitlich geregelt. Seine Höhe steht teilweise im Ermessen des Aufsichtsrats und hängt von der Erreichung im Voraus festgelegter Erfolgsziele ab, die aus dem Konzern-EBITDA, der Konzern-Netto-Finanzverschuldung und persönlichen Zielen bestehen.

- Ferner nehmen die Mitglieder des Vorstands an einem Aktienoptionsprogramm der ProSiebenSat.1 Media AG (Longterm Incentive Plan - LTIP) teil, das erstmals im Jahr 2005 eingeführt und zuletzt im Jahr 2009 erneuert wurde. Mit diesem Aktienoptionsprogramm hat die Gesellschaft zur Förderung des Shareholder Value eine zusätzliche, am langfristigen Unternehmenserfolg ausgerichtete Vergütungskomponente geschaffen. Jede Aktienoption im Rahmen des LTIP berechtigt bei Erfüllung der Ausübungsvoraussetzungen (insbesondere Ablauf der Wartezeit und Erreichung der Erfolgsziele) zum Erwerb einer ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie. Zum 31. Dezember 2009 wurden von den Mitgliedern des Vorstandes 149.500 im Jahr 2006 ausgegebene, 405.000 im Jahr 2008 ausgegebene Aktienoptionen sowie 1.205.000 im Jahr 2009 ausgegebene Aktienoptionen gehalten. Eine Ausübung von Aktienoptionen fand im Jahr 2009 nicht statt. Die Wartezeit für die im Jahr 2006 ausgegebenen Aktienoptionen ist im August 2008 ausgelaufen. Die im Jahr 2008 ausgegebenen Aktienoptionen können frühestens im Juli 2010, die im Jahr 2009 ausgegebenen Aktienoptionen frühestens im Juli 2011 ausgeübt werden.
- Die Gesellschaft hat zudem mit allen Mitglieder des Vorstands Versorgungsverträge abgeschlossen, nach denen Anspruch auf Zahlung eines Ruhegehalts besteht, wenn der Vorstand das 60. Lebensjahr vollendet hat und er nach Eintritt der vertraglichen Unverfallbarkeit aus den Diensten der Gesellschaft ausgeschieden ist.
- Schließlich erhalten die Mitglieder des Vorstands sonstige Vergütungsleistungen in Form geldwerter Vorteile unter anderem aus der Bereitstellung von Dienstwagen, dem Abschluss von Versicherungen zugunsten der Mitglieder des Vorstands sowie der Zahlung von Übergangsgeldern in Umzugsfällen.

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat den Mitgliedern des Vorstands weder Darlehen gewährt noch Bürgschaften oder Gewährleistungen übernommen.

Die Vergütung der im Geschäftsjahr 2009 amtierenden Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt im Berichtsjahr 5,7 Mio Euro (Vorjahr: 6,9 Mio Euro). In diesen Vorstandsvergütungen ist sowohl ein variabler Bestandteil in Höhe von 2,2 Mio Euro (Vorjahr: 2,8 Mio Euro) als auch 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro) an Nebenleistungen enthalten.

Im Laufe des Geschäftsjahrs 2009 ausgeschiedene Vorstandsmitglieder erhielten nach ihrem Ausscheiden 4,8 Mio Euro (Vorjahr: 2,0 Mio Euro) an Vergütungen.

Für Pensionszusagen gegenüber zum 31. Dezember 2009 amtierenden Mitgliedern des Vorstands hat die ProSiebenSat.1 Media AG (im Konzernabschluss) insgesamt Pensionsrückstellungen in Höhe von 0,5 Mio Euro (Vorjahr: 1,2 Mio Euro) gebildet. Für Pensionsverpflichtungen gegenüber ausgeschiedenen Mitgliedern des Vorstands waren zum 31. Dezember 2009 insgesamt 7,5 Mio Euro (Vorjahr: 5,7 Mio Euro) zurückgestellt.

Der zum 31. Dezember 2009 aufgelaufene Pensionsanspruch beträgt für zum 31. Dezember 2009 amtierende Vorstandsmitglieder 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro) pro Jahr sowie für ausgeschiedene Vorstandsmitglieder 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,2 Mio Euro) pro Jahr. Im Geschäftsjahr 2009 wurden an ausgeschiedene Vorstandsmitglieder 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro) an Pensionszahlungen geleistet. Zur Absicherung dieser Pensionsrückstellungen wurden Fonds dotiert.

Der beizulegende Zeitwert für die im Geschäftsjahr 2009 an den zum 31. Dezember 2009 amtierenden Vorstand ausgegebenen 1.205.000 (Vorjahr: 497.000) Aktienoptionen betrug 2,30 Euro (Vorjahr: 0,17 Euro) pro Aktienoption.

Die Leistungen an das Management sind – bis auf die Pensionsansprüche – alle kurzfristig fällig.

Von der gesetzlichen Verpflichtung zur individualisierten Offenlegung der Vorstandsvergütung im Konzernabschluss ist die Gesellschaft durch Beschluss der Hauptversammlung vom 2. August 2006 für einen Zeitraum von fünf Jahren befreit. Eine freiwillige Offenlegung individueller Vorstandsbezüge in anderer Weise bleibt nach diesem Hauptversammlungsbeschluss jedoch unbenommen. Vorstand und Aufsichtsrat haben sich entschieden, von dieser Möglichkeit der freiwilligen Offenlegung in dem im Corporate-Governance-Bericht von Vorstand und Aufsichtsrat enthaltenen Vergütungsbericht für das Jahr 2009 Gebrauch zu machen. Dort sind daher individualisierte Angaben zu der den einzelnen Vorstandsmitgliedern von der Gesellschaft im abgelaufenen Geschäftsjahr gewährten Vergütung enthalten.

Aufwendungen für den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Berichtsjahr in Höhe von 0,8 Mio Euro (Vorjahr: 1,7 Mio Euro) angefallen. Die Aufsichtsratsmitglieder erhalten eine fixe Vergütung, wobei der Vorsitzende des Aufsichtsrats und sein Stellvertreter jeweils den doppelten Betrag dieser festen Grundvergütung erhalten. Die Mitarbeit in Ausschüssen des Aufsichtsrats wird durch ein gesondertes Sitzungsgeld vergütet, das für jede Teilnahme an einer Ausschusssitzung zu zahlen ist. Ausschussvorsitzende erhalten den doppelten Betrag des Sitzungsgeldes. Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG festgelegt.

Nachfolgend die individualisierte Aufstellung der Vergütungen für aktuelle und ausgeschiedene Aufsichtsratsmitglieder:

Vergütung der aktuellen Mitglieder des Aufsichtsrats				
in Tsd Euro	Fixe Vergütung 2009	Vergütung für Tätigkeit in Ausschüssen 2009	Gesamt 2009	Gesamt 2008
Johannes Huth	100	27	127	131
Götz Mäuser	100	30	130	233
Robin Bell-Jones	50	13	63	118
Greg Dyke	50	10	60	105
Philipp Freise	50	17	67	115
Lord Clive Hollick	50	2	52	190
Dr. Jörg Rockenhäuser	29	- / -	29	- / -
Adrianus Johannes Swartjes	50	12	62	105
Prof. Dr. Harald Wiedmann	50	30	80	118
Im Jahr 2009 ausgeschiedene Mitglieder	132	4	136	466
Im Jahr 2008 ausgeschiedene Mitglieder	- / -	- / -	- / -	155
Gesamt 2009	661	145	806	- / -
Gesamt 2008	- / -	- / -	- / -	1.736

Vergütungen und Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Geschäftsjahr 2009 nicht gewährt. Die Auslagenerstattung für die Teilnahme an Aufsichtsratsitzungen sowie Ausschusssitzungen betrug im Geschäftsjahr 2009 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro).

Die aktuellen Mitglieder des Vorstandes und des Aufsichtsrates halten zum Stichtag 31. Dezember 2009 insgesamt unmittelbar 1.254.578 (Vorjahr: 202.500) Stück Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Grundkapital von 0,6 Prozent (Vorjahr: 0,1 Prozent).

Corporate Governance

Auf Grundlage der Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex und den geltenden gesetzlichen Bestimmungen gemäß § 161 AktG haben der Vorstand und der Aufsichtsrat im März 2009 eine Entsprechenserklärung abgegeben und den Aktionären im Internet (www.prosiebensat1.com) dauerhaft zugänglich gemacht.

Geschäfte mit nahe stehenden Unternehmen und Personen

Es gab keine Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen, die nicht zu marktüblichen Bedingungen zustande gekommen sind.

Konzernzugehörigkeit

Unmittelbares Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG ist die Lavena Holding 5 GmbH, München. Oberstes Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG ist die Lavena 1 S.à r.l., Luxemburg, in deren Konzernabschluss sie einbezogen wird.

Nachfolgende Beteiligungsmeldung wurde von der ProSiebenSat.1 Media AG am 25. September 2009 laut § 26 Abs. 1 WpHG veröffentlicht und ist im Jährlichen Dokument nach §10 WpHG auf der Unternehmenswebsite abrufbar:

Die Permira Holdings LLP, London, England, hat uns gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft am 21. September 2009 die Schwellen von 75 Prozent, 50 Prozent, 30 Prozent, 25 Prozent, 20 Prozent, 15 Prozent, 10 Prozent, 5 Prozent und 3 Prozent unterschritten hat und zu diesem Tag 0,00 Prozent (keine Stimmrechte) beträgt.

Zur Klarstellung hat die Permira Holdings LLP darauf hingewiesen, dass die Stimmrechtsanteile sämtlicher anderer Gesellschaften, über die der Permira Holdings LLP ihr bisheriger Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft bislang zugerechnet wurde, von den oben gemeldeten Schwellenunterschreitungen durch die Permira Holdings LLP unberührt bleiben und Obergesellschaft in der bestehenden Struktur nunmehr die Permira Holdings Limited und nicht die Permira Holdings LLP ist.

Unterföhring, 11. März 2010

Der Vorstand

Anteilsbesitzliste per 31.12.2009

Unternehmensbesitzliste der ProSiebenSat.1 Media zum 31.12.2009

Ifd. Nr.	Verbunden Unternehmen	Sitz	Land	Anteile Gesamt	Eigenkapital	Jahresüberschuss / Jahresfehlbetrag	Gehalten über
1	ProSiebenSat.1 Media AG	Unterföhring	Deutschland		823.512,39	-54.682,20	
2	9Live Fernsehen GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	500,79	0,00	1
3	9Live International GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	25,00	0,00	2
4	Agency Atlantic EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00	41,6	8,2	150
5	Agency Vitosha EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00	1.780,3	187,5	150
6	Aktuell Nyheter AS	Oslo	Norwegen	100,00	13,6	0,0	143
7	Anonimi Radiofoniki Etairia Lampsi A.E. (Lampsi Radio Company S.A)	Athen	Griechenland	100,00	2.839,3	-957,9	103
8	ArtMerchandising & Media AG	Unterföhring	Deutschland	100,00	6.694,81	0,00	44
9	AT Fun B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00	-528,8	-854,3	110
10	best webnews GmbH (in Liquidation)	Köln	Deutschland	100,00	319,80	-841,10	127
11	Broadcast Norge AS	Oslo	Norwegen	100,00	56.890,7	1.084,4	96
12	Carthage I B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00	-53,9	-44,8	110
13	CBO Media B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00	-28,6	-12,9	110
14	Cutting Edge Production AS	Oslo	Norwegen	100,00	75,7	-180,5	116
15	E-FM Sverige AB	Stockholm	Schweden	100,00	204,7	-18,9	17
16	EBS International N.V.	Zaventem	Belgien	100,00	-70,1	0,1	99 110
17	Euradio i Sverige AB	Stockholm	Schweden	100,00	14,8	0,0	118
18	European Broadcasting System S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	100,00	n/a	n/a	99
19	European Radio Investments Ltd.	London	Großbritannien	100,00	3.908,1	0,0	103
20	Evroark EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00	21,4	-2,5	150
21	Fem Media GmbH	München	Deutschland	100,00	399,78	0,00	127
22	German Free TV Holding GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	975.735,96	0,00	1
23	Hellas Radio Services Ltd.	Athen	Griechenland	100,00	20,2	-7,1	99
24	ICS SBS Broadcasting S.R.L.	Chisinau	Moldawien	100,00	37,9	-1,1	124
25	INTERAKTIV-FICTION Műsorkészítő és Filmgyártó Kft.	Budapest	Ungarn	100,00	30,3	20,4	26
26	INTERAKTIV Televíziós Műsorkészítő Kft.	Budapest	Ungarn	100,00	827,2	-72,7	99
27	kabel eins Fernsehen GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	80.414,42	0,00	22
28	Kanal 5 AB	Stockholm	Schweden	100,00	57.622,6	38.710,2	29
29	Kanal 5 Holding AB	Stockholm	Schweden	100,00	125.690,0	-12.341,5	100
30	Kanal 5 Ltd.	London	Großbritannien	100,00	0,00	0,00	103
31	KISS FM DOO (in Liquidation)	Belgrad	Serbien	49,00	n/a	n/a	99
32	Kommunikationsanpartsselskabet af 2/4 1990	Århus C	Dänemark	100,00	31,9	-3,0	82
33	lokalisten media GmbH	München	Deutschland	93,33	3.549,32	-626,88	127
34	Magic Flight Film GmbH (in Gründung)	München	Deutschland	100,00	25,00	-0,02	54
35	MAGIC Internet Holding GmbH	Berlin	Deutschland	100,00	3.054,00	0,00	127
36	MAGIC Internet GmbH	Berlin	Deutschland	100,00	525,00	69,31	35
37	MAZ & More TV-Produktion GmbH	Berlin	Deutschland	100,00	26,31	1,32	48
38	Meteos TV Holding GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	50,05	0,00	156
39	Miracle Sound Oy	Helsinki	Finnland	51,00	251,0	169,7	55
40	Miracle Sound Oulu Oy	Oulu	Finnland	100,00	82,5	36,0	39
41	Miracle Sound Tampere Oy	Helsinki	Finnland	100,00	77,2	-7,2	55 39
42	Mix Megapol.se AB	Stockholm	Schweden	100,00	46,6	0,2	113
43	MM MerchandisingMedia GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	45,00	0,00	8
44	MM MerchandisingMedia Holding GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	21.141,81	0,00	1
45	MTM Produkció Műsorgyártó és Filmforgalmazó Kft.	Budapest	Ungarn	100,00	50,5	36,5	99 110
46	MTM-SBS Televízió Zrt.	Budapest	Ungarn	97,51	54.353,8	2.095,3	99
47	MyVideo Broadband S.R.L.	Bukarest	Rumänien	100,00	0,0	0,0	35
48	N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	2.025,00	0,00	22
49	Niknet EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00	37,7	17,0	150
50	P7S1 Broadcasting S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	100,00	n/a	n/a	51 53
51	P7S1 Erste SBS Holding GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	1.516.394,39	0,00	1
52	P7S1 Creative Productions Holding GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	1.367,00	0,00	21
53	P7S1 Zweite SBS Holding GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	379.055,61	0,00	1
54	Producers at work GmbH	Potsdam	Deutschland	74,90	650,00	2.589,75	52
55	Pro Radio Oy	Helsinki	Finnland	100,00	-6.442,4	1.181,0	96
56	ProSiebenSat.1 Applications GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	2.025,00	0,00	1
57	ProSieben Austria GmbH	Wien	Österreich	100,00	21,60	1,00	129
58	ProSieben Digital Media GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	52,00	0,00	21
59	ProSieben Television GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	450.485,68	0,00	22
60	ProSieben (Schweiz) AG	Küsnacht	Schweiz	100,00	113,20	41,30	131
61	ProSiebenSat.1 Achte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	26,32	0,00	21
62	ProSiebenSat.1 Dreizehnte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	25,00	0,00	21
63	ProSiebenSat.1 Elfte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	25,00	0,00	61
64	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	25,00	0,00	21
65	ProSiebenSat.1 Fünfzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	25,00	0,00	21
66	ProSiebenSat.1 Produktion GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	8.975,81	0,00	21
67	ProSiebenSat.1 Vierzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	25,00	0,00	21
68	ProSiebenSat.1 Zehnte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	25,00	0,00	21
69	ProSiebenSat.1 Zwölfte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	25,00	0,00	61
70	ProSiebenSat.1 Welt GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	525,00	-31,14	1
71	PS Event GmbH	Köln	Deutschland	67,00	25,00	82,87	72
72	PSH Entertainment GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	1.845,13	0,00	21
73	Puls 4 TV GmbH	Wien	Österreich	100,00	18,20	0,00	129
74	PULS 4 TV GmbH & Co. KG	Wien	Österreich	100,00	2.603,50	0,00	129
75	Radio Nova A/S	Kopenhagen	Dänemark	80,00	10,1	-3.842,4	98
76	Radio City AB	Stockholm	Schweden	100,00	497,1	-46,4	117
77	Radio Daltid SBS AB	Stockholm	Schweden	51,00	73,6	229,1	113
78	Radio Express EAD	Sofia	Bulgarien	100,00	-1.437,6	11,5	5
79	Radio Match AB	Jönköping	Schweden	100,00	2.188,3	43,2	113
80	Radiostasjonene Radio Norge AS	Oslo	Norwegen	100,00	15.639,5	-2.917,7	116
81	Radio Veselina EAD	Plovdiv	Bulgarien	100,00	245,5	-155,6	99
82	Radioreklame A/S	Århus C	Dänemark	95,20	-2.357,3	-419,3	114
83	Radioutvecklingen i Sverige KB	Stockholm	Schweden	100,00	0,0	0,0	138
84	Redseven Artists GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	25,00	167,43	85
85	RedSeven Entertainment GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	25,00	0,00	52
86	RIS Vinyl Skåne AB	Stockholm	Schweden	100,00	8,6	0,0	118
87	Ritmo Plovdiv EOOD	Plovdiv	Bulgarien	100,00	-1,8	-1,6	150
88	Rockklassiker Sverige AB	Stockholm	Schweden	100,00	204,7	-18,9	86
89	Romanian Broadcasting Corporation Ltd.	London	Großbritannien	100,00	-15.883,1	0,0	103
90	Sat.1 Bayern GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	9.354,54	0,00	144
91	Sat.1 Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Unterföhring	Deutschland	100,00	2.027,51	6.060,22	94
92	Sat.1 Norddeutschland GmbH	Hannover	Deutschland	100,00	25,00	0,00	21 94
93	Sat.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H.	Wien	Österreich	51,00	7.029,20	6.620,00	94
94	Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	443.440,95	0,00	22
95	Sat.1 (Schweiz) AG	Zürich	Schweiz	50,00	3.218,70	4.775,30	94
96	SBS Belgium N.V.	Zaventem	Belgien	100,00	15.161,6	-4.195,9	99 16
97	SBS Broadcasting B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00	249.569,5	43.821,0	110
98	SBS Broadcast Danmark A/S	Skovlunde	Dänemark	100,00	-12.138,7	6.429,2	96
99	SBS Broadcasting Europe B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00	1.210.471,3	-154.479,2	102
100	SBS Broadcasting Europe B.V. the Nederlands svensk Filia	Stockholm	Schweden	100,00	-436.883,6	-29.573,0	99
101	SBS Broadcasting Holding I B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00	814.433,8	-13.173,2	50
102	SBS Broadcasting Holding II B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00	989.693,0	-12.935,7	101

Anteilsbesitzliste per 31.12.2009

lfd. Nr.	Verbunden Unternehmen	Sitz	Land	Anteile Gesamt	Eigenkapital	Jahresüberschuss / Jahresfehlbetrag	Gehalten über			
103	SBS Broadcasting (UK) Ltd.	London	Großbritannien	100,00	71.280,7	3.374,3	99			
104	SBS Broadcasting Networks Ltd.	London	Großbritannien	100,00	25.995,4	-9.879,9	103			
105	SBS Broadcasting (Sweden) AB	Stockholm	Schweden	100,00	15.567,7	277,3	99			
106	SBS Danish Television Ltd.	London	Großbritannien	100,00	0,0	0,0	103			
107	SBS Finance B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00	867.782,8	22.249,4	99			
108	SBS Finland Oy	Helsinki	Finnland	100,00	-1.329,2	3,0	55			
109	SBS Magyarországi Befektetési Kft.	Budapest	Ungarn	100,00	55,7	-0,3	99			
110	SBS Nederland B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00	440.375,8	669,6	99			
111	SBS Productions B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00	528,8	384,6	97			
112	SBS Publishing & Licensing B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00	192,4	-98,4	97			
113	SBS Radio AB	Stockholm	Schweden	79,98	9.283,7	1.913,4	118			
114	SBS Radio A/S	Kopenhagen	Dänemark	80,00	-21.772,1	-2.023,5	98			
115	SBS Radio HNV AB	Stockholm	Schweden	100,00	-253,6	-328,6	113			
116	SBS Radio Norge AS	Oslo	Norwegen	100,00	7.885,4	1.233,0	96			
117	SBS Radio Sweden AB	Stockholm	Schweden	100,00	2.189,0	2,4	118			
118	SBS Radio Sweden Holding AB	Stockholm	Schweden	100,00	43,7	66,9	100			
119	SBS TV A/S	Skovlunde	Dänemark	100,00	-12.740,3	10.326,7	98			
120	Scandinavian Broadcasting System (Jersey) Ltd.	Jersey	Channel Islands	100,00	-9.154,5	-501,8	99			
121	S.C. Canet Radio S.R.L.	Bukarest	Rumänien	20,00	667,8	-154,6	124			
122	S.C. Media Group Services International S.R.L.	Bukarest	Rumänien	100,00	9.239,1	1.490,7	124	110		
123	S.C. Prime Time Productions S.R.L.	Bukarest	Rumänien	100,00	69,1	19,5	124	110		
124	S.C. SBS Broadcasting Media S.R.L.	Bukarest	Rumänien	100,00	13.003,2	-13.353,6	19	89	103	
125	SevenOne AdFactory GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	30,00	0,00	2)	126		
126	SevenOne Brands GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	5.168,98	0,00	2)	1		
127	SevenOne Intermedia GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	45.624,70	0,00	2)	58		
128	SevenOne International GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	125,00	0,00	2)	52		
129	SevenOne Media Austria GmbH	Wien	Österreich	100,00	13.651,7	12.785,8	126			
130	SevenOne Media GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	5.771,71	0,00	2)	126		
131	SevenOne Media (Schweiz) AG	Küsnacht	Schweiz	100,00	10.391,0	9.325,0	126			
132	SevenPictures Film GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	2.233,12	0,00	2)	1		
133	SevenSenses GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	25,00	0,00	2)	1		
134	Seven Scores Musikverlag GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	26,00	0,00	2)	1		
135	SRU Svensk Radioutveckling AB	Stockholm	Schweden	67,60	17,1	0,9	115			
136	Starwatch Music GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	26,00	0,00	2)	44		
137	Stichting Administratiekantoor Melida (in Liquidation)	Amsterdam	Niederlande	100,00	n/a	n/a	1)	50		
138	Svensk Radioutveckling KB	Stockholm	Schweden	87,00	0,00	0,00	115			
139	Teledirekt Vermarktungsgesellschaft für Fernsehempfang mbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	26,00	0,00	2)	1		
140	THE VOICE TV NORGE AS	Oslo	Norwegen	100,00	51,7	67,8	116			
141	Turun Ensitorppa Oy	Helsinki	Finnland	100,00	72,9	2,4	55			
142	TV5 Finland Oy	Helsinki	Finnland	100,00	-17.640,7	-8.483,2	55			
143	TVNorge AS	Oslo	Norwegen	100,00	17.777,3	10.429,6	11			
144	Iv weiss-blaue Rundfunkprogrammanbieter GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	1.027,00	0,00	2)	94		
145	V8 Broadcasting B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00	24.479,4	9.453,2	97			
146	Veronica Broadcasting V.O.F.	Amsterdam	Niederlande	100,00	n/a	n/a	1)	145	12	
147	Veronica Litho B.V.	Hilversum	Niederlande	100,00	233,0	-490,0	97			
148	Veronica Uitgeverij B.V.	Hilversum	Niederlande	100,00	860,0	182,0	97			
149	Vinyl AB	Stockholm	Schweden	100,00	1.335,5	-169,4	118			
150	Vitosh FM EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00	1.952,2	-0,1	99			
151	VOICE TV ApS	Kopenhagen	Dänemark	100,00	783,2	801,7	114			
152	VT4 Ltd.	London	Großbritannien	100,00	0,1	-914,3	99			
153	VT4 Marketing & Sales N.V.	Zaventem	Belgien	100,00	-732,7	-1,7	99	16		
154	VT4 Network N.V.	Zaventem	Belgien	100,00	-610,2	-4,1	99	16		
155	wet-weiß-was GmbH	Hamburg	Deutschland	100,00	11.864,00	218,35	127			
156	wetter.com AG	Singen	Deutschland	72,97	1.468,28	626,01	127			
157	Wetter Fernsehen - Meteos GmbH	Singen	Deutschland	100,00	140,42	662,26	38			
Verbundene, nicht konsolidierte Unternehmen										
158	Amerom Television Ltd. (in Liquidation)	New York	USA	100,00	n/a	n/a	1)	99		
159	Anadolu Televizyon Ve Radyo Yayincilik Ve Ticaret Anonim Sirketi	Istanbul	Türkei	99,00	n/a	n/a	1)	99	110	12
160	Balkans Media Investments EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00	n/a	n/a	1)	150		
161	maxdome Verwaltungs GmbH	Unterföhring	Deutschland	100,00	25,00	6,06	169			
162	Merchandising Prague spo. s r o.	Prag	Tschechien	100,00	n/a	n/a	1)	44		
163	ProSiebenSat.1 Sechzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH (in Gründung)	Unterföhring	Deutschland	100,00	n/a	n/a	1)	61		
164	SBS Services (US) Inc. (in Liquidation)	Stamford	USA	100,00	n/a	n/a	1)	99		
Assoziierte Unternehmen -at equity-										
165	Autoplenum GmbH	München	Deutschland	25,10	176,30	-536,80	127			
166	Big Brother AB	Stockholm	Schweden	50,00	41,8	1,6	100			
167	Big Brother KB	Stockholm	Schweden	51,00	96,5	0,4	28	166		
168	IP Multimedia (Schweiz) AG	Küsnacht	Schweiz	22,96	12.681,18	10.195,70	3)	131		
169	maxdome GmbH & Co. KG	Unterföhring	Deutschland	50,00	4.308,89	-15.337,37	133			
170	Mediamätning i Skandinavien MMS AB	Stockholm	Schweden	24,02	1.849,5	203,7	28			
171	LOVESEARCH DP AB	Stockholm	Schweden	100,00	49,2	10,6	28			
172	Österjóns Reklamradio AB	Visby	Schweden	40,00	17,3	-6,3	113			
173	Privatfernsehen in Bayern Verwaltungs-GmbH	München	Deutschland	49,90	67,00	6,00	3)	144		
174	Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG	München	Deutschland	49,90	238,00	4,00	3)	144		
175	Radio Silkeborg af 1997 A/S	Silkeborg	Dänemark	40,48	3,0	63,7	82			
176	TV 10 B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00	1.360,7	66,4	97			
177	TV10 Holdings LLC	Wilmington	USA	50,00	n/a	n/a	1)	97		
178	Veronica/Jetix Text V.O.F.	Amsterdam	Niederlande	100,00	n/a	n/a	1)	145	176	
179	VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungssch	Berlin	Deutschland	50,00	378,00	0,00	1			
Übrige Beteiligungen										
180	Aggregate Media Fund III KB	Stockholm	Schweden	17,82	n/a	n/a	1)	113	28	
181	Aggregate Media Fund IV KB	Stockholm	Schweden	14,67	n/a	n/a	1)	113	28	
182	AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien	München	Deutschland	12,00	n/a	n/a	1)	1		
183	Berliner Pool TV Produktionsgesellschaft mbH	Berlin	Deutschland	50,00	152,70	16,10	48			
184	Deutscher Fernsehpreis GmbH	Köln	Deutschland	25,00	n/a	n/a	1)	1		
185	FIRST STEPS - der Deutsche Nachwuchspreis Gesellschaft bürgerlich	Berlin	Deutschland	25,00	n/a	n/a	1)	22		
186	ZeniMax Media Inc.	Rockville	USA	7,89	n/a	n/a	1)	99		

Erklärungen zu den Fußnoten:

- 1) Keine Angaben; unwesentliche Beteiligungen
- 2) Ergebnis nach Ergebnisabführungsvertrag
- 3) Angaben für das Geschäftsjahr 2008

Mitglieder des Vorstands

Thomas Ebeling CEO	Vorstandsvorsitzender (CEO) seit 1. März 2009	<i>Vorstandsressort:</i> Group Content, International Free-TV, Print, Corporate, Human Resources, Sales und Marketing
Axel Salzmann CFO	CFO seit Juli 2008 Vorstandsmitglied seit 1. Mai 2008	<i>Vorstandsressort:</i> Group Operations, Group Controlling, Finance/Investor Relations, Legal Affairs, Accounting, Tax, Regulatory Affairs und Administration
Andreas Bartl (German Free TV)	Vorstandsmitglied seit 17. Juni 2008	<i>Vorstandsressort:</i> German Free-TV
Dr. Marcus Englert (New Media)	Vorstandsmitglied vom 1. August 2006 bis 30. April 2010	<i>Vorstandsressort:</i> Pay-TV, Video on Demand, Participation-TV, Radio, Distribution und Business Development <i>Mandate:</i> wetter.com AG (non-executive)
Klaus-Peter Schulz	Vorstandsmitglied vom 1. September 2008 bis 31. Juli 2009	<i>Vorstandsressort:</i> Sales & Marketing
Patrick Tillieux COO	Vorstandsmitglied vom 1. Juli 2007 bis 30. Juni 2009	<i>Vorstandsressort:</i> Group Operations, International Free TV, International Pay TV, Radio, Print

Mitglieder des Aufsichtsrats

Johannes Huth, Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (Partner und Head of Europe)	<i>Mandate:</i> A.T.U Auto-Teile Unger Holding GmbH (non-executive) Rally Lux Holding One S. à r.l. (executive) Rally Lux Holding Two S. à r.l. (executive) KION Holding 1 GmbH (non-executive) KKR & Co. Limited (executive) KKR & Co. SAS (executive) NXP BV (non-executive) Bertelsmann Music Group (non-executive)
Götz Mäuser, Stellvertretender Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Permira Beteiligungsberatung GmbH (Partner)	
Robin Bell-Jones	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Permira Advisers LLP (Principal)	<i>Mandate:</i> ALL3Media Holdings Ltd. (non-executive)
Gregory Dyke	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. Mai 2004 Company Director	<i>Mandate:</i> World Film Collective (non-executive) UK Film Council (non-executive) Brentford FC (Lionel Road) Ltd. (non-executive) Brentford Football Club (non-executive) Ducks Walk Management Company Ltd. (non-executive) Sunshine Holdings 3 Ltd. (non-executive) Powder Creek Limited (non-executive) DGCC Limited (non-executive) Vine Leisure Ltd. (non-executive) Vine Developments Ltd. (non-executive) Dummer Golf Ltd. (non-executive) Ambassador Theatre Group (non-executive)
Philipp Freise	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (Director)	<i>Mandate:</i> Demag Group S. à r.l. (non-executive) A.T.U Auto-Teile Unger GmbH (non-executive) Duales System Deutschland GmbH (non-executive) BMG Rights Management GmbH (non-executive)
Lord Clive Hollick	Mitglied des Aufsichtsrats seit 4. Juni 2009 Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (Senior Advisor)	<i>Mandate:</i> Diageo PLC (non-executive) Honeywell Inc. (non-executive) BMG Music Rights Management (non-executive)
Dr. Jörg Rockenhäuser	Mitglied des Aufsichtsrats seit 4. Juni 2009 Permira Beteiligungsberatung GmbH (Managing Partner)	
Adrianus Johannes Swartjes	Mitglied des Aufsichtsrats seit 17. Juli 2007 Telegraaf Media Groep N.V. (Vorstandsvorsitzender)	
Prof. Dr. Harald Wiedmann	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Gleiss Lutz Hootz Hirsch Partnerschaftsgesellschaft von Rechtsanwälten und Steuerberatern (Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Rechtsanwalt)	<i>Mandate:</i> Berenberg Gossler & Co. KG (non-executive) Wincor Nixdorf AG (non-executive) Praktiker Baumärkte Holding AG (non-executive) Prime Office AG (non-executive) Merz KGaA (non-executive)

Im Geschäftsjahr 2009 ausgeschiedene Mitglieder des Aufsichtsrats

Stefan Dziarski	Ausgeschieden zum 4. Juni 2009 Permira Beteiligungsberatung GmbH (Investment Professional)	
Reinhard Gorenflos	Ausgeschieden zum 30. April 2009 Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (Manager)	<i>Mandate:</i> A.T.U GmbH & Co. KG (non-executive) Pages Jaunes SA (non-executive) Duales System Deutschland GmbH (non-executive) Van Gansewinkel BV (non-executive)
Thomas Krenz	Ausgeschieden zum 4. Juni 2009 Permira Beteiligungsberatung GmbH (Managing Director)	
Christoph Röttele	Ausgeschieden zum 4. Juni 2009 Permira Beteiligungsberatung GmbH (Consultant)	<i>Mandate:</i> Provimi Holding BV (non-executive)
Silke Scheiber	Ausgeschieden zum 4. Juni 2009 Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (Director)	<i>Mandate:</i> Torkett SA (non-executive) KKR International Flooring 1 S. à r.l. (non-executive) KKR International Flooring 2 S. à r.l. (non-executive) A.T.U Auto-Teile Unger Holding GmbH (non-executive) KION Group GmbH (non-executive) KION Holding 1 GmbH (non-executive)
Harry Evans Sloan	Ausgeschieden zum 4. Juni 2009 MGM Holdings, Inc. (Chairman des Board of Directors und CEO)	<i>Mandate:</i> MGM Holdings Inc. (executive bis August 2009) MGM Holdings Inc. (non-executive ab August 2009) ZeniMax Media Inc. (non-executive)
Marinus Maria Petrus van Lent	Ausgeschieden zum 1. März 2009 Telegraaf Media Groep NV (President)	<i>Mandate:</i> Telegraaf Media International BV (executive)

Anlagenpiegel	Anschaffungs- oder Herstellungskosten				
	€				
	Stand	Zugänge	Umbuchungen	Abgänge	Stand
	01.01.2009				31.12.2009
Immaterielle Vermögensgegenstände					
1. Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	6.096.206,25	467.321,79	30.000,00	37.859,20	6.555.668,84
2. Geleistete Anzahlungen	186.248,00	234.717,99	-30.000,00	0,00	390.965,99
	6.282.454,25	702.039,78	0,00	37.859,20	6.946.634,83
Sachanlagen					
1. Bauten auf fremden Grundstücken	66.420.609,08	8.900.581,13	408.219,48	3.620.809,97	72.108.599,72
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	8.296.802,32	2.570.850,19	0,00	374.415,94	10.493.236,57
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	408.219,48	23.524,80	-408.219,48	0,00	23.524,80
	75.125.630,88	11.494.956,12	0,00	3.995.225,91	82.625.361,09
Finanzanlagen					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	6.022.207.558,92	1.220.500,00	0,00	0,00	6.023.428.058,92
2. Beteiligungen	619.860,56	0,00	0,00	3.067,75	616.792,81
3. Wertpapiere des Anlagevermögens	7.531.960,53	476.046,01	0,00	0,00	8.008.006,54
4. Sonstige Ausleihungen	9.900.899,97	730.312,80	0,00	1.200,00	10.630.012,77
	6.040.260.279,98	2.426.858,81	0,00	4.267,75	6.042.682.871,04
	6.121.668.365,11	14.623.854,71	0,00	4.037.352,86	6.132.254.866,96

kumulierte Abschreibungen €					Restbuchwerte €	
Stand	Zugänge	Zuschreibung	Abgänge	Stand	Stand	Stand
01.01.2009				31.12.2009	31.12.2009	31.12.2008
5.249.249,25	504.541,79	0,00	13.250,20	5.740.540,84	815.128,00	846.957,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	390.965,99	186.248,00
5.249.249,25	504.541,79	0,00	13.250,20	5.740.540,84	1.206.093,99	1.033.205,00
40.365.805,57	2.995.331,61	0,00	3.268.340,97	40.092.796,21	32.015.803,51	26.054.803,51
7.055.149,32	628.568,19	0,00	367.763,94	7.315.953,57	3.177.283,00	1.241.653,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	23.524,80	408.219,48
47.420.954,89	3.623.899,80	0,00	3.636.104,91	47.408.749,78	35.216.611,31	27.704.675,99
300.000.000,00	20.000.000,00	0,00	0,00	320.000.000,00	5.703.428.058,92	5.722.207.558,92
420.021,01	0,00	0,00	0,00	420.021,01	196.771,80	199.839,55
1.473.071,59	0,00	-340.626,80	0,00	1.132.444,79	6.875.561,75	6.058.888,94
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10.630.012,77	9.900.899,97
301.893.092,60	20.000.000,00	-340.626,80	0,00	321.552.465,80	5.721.130.405,24	5.738.367.187,38
354.563.296,74	24.128.441,59	-340.626,80	3.649.355,11	374.701.756,42	5.757.553.110,54	5.767.105.068,37



Erklärung des Vorstandes

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

Unterföhring, 11. März 2010

Thomas Ebeling (CEO)

Axel Salzmänn (CFO)

Dr. Marcus Englert (New Media)

Andreas Bartl (German Free-TV)



Bestätigungsvermerk

Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang – unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media Aktiengesellschaft, Unterföhring, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung auf Grund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss den gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

München, den 12. März 2010

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Kozykowski

Wirtschaftsprüfer

Dr. Dauner

Wirtschaftsprüfer



Impressum

KONTAKTE

Presse

ProSiebenSat.1 Media AG
Konzernkommunikation
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 – 11 64
Fax +49 [89] 95 07 – 11 59

Investor Relations

ProSiebenSat.1 Media AG
Investor Relations
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 – 15 02
Fax +49 [89] 95 07 – 15 21
E-Mail: aktie@ProSiebenSat1.com

Herausgeber

ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 - 10
Fax +49 [89] 95 07 – 11 21
www.ProSiebenSat1.com
HRB 124 169 AG München

Die ProSiebenSat.1 Group im Internet

Diese und andere Veröffentlichungen sowie Informationen über die ProSiebenSat.1 Group erhalten Sie im Internet unter der Adresse <http://www.prosiebensat1.com/>.

Zukunftsgerichtete Aussagen. Dieser Bericht beinhaltet zukunftsgerichtete Aussagen über die ProSiebenSat.1 Media AG 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 AG liegen, beeinflusst die Geschäftsaktivitäten, den Erfolg, die Geschäftsstrategie und die Ergebnisse der ProSiebenSat.1 Media AG. Zukunftsorientierte Aussagen sind keine historischen Fakten und beinhalten daher bekannte und unbekannt Risiken, Unsicherheiten und andere wichtige Faktoren, die dazu führen könnten, dass die tatsächlichen Ergebnisse von den erwarteten Ergebnissen abweichen. Diese in die Zukunft gerichteten Aussagen beruhen auf gegenwärtigen Plänen, Zielen, Schätzungen und Prognosen und berücksichtigen Erkenntnisse nur bis einschließlich des Datums der Erstellung dieses Berichts. In Anbetracht dieser Risiken, Ungewissheiten sowie anderer wichtiger Faktoren übernimmt die ProSiebenSat.1 Media AG keine Verpflichtung und beabsichtigt auch nicht, derartige zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen. Obwohl mit größtmöglicher Sorgfalt sichergestellt wird, dass die hierin bereitgestellten Informationen und Fakten zutreffend und dass die Meinungen und Erwartungen angemessen sind, wird keine Haftung oder Garantie auf Vollständigkeit, Richtigkeit, Angemessenheit und/oder Genauigkeit jeglicher hier enthaltener Informationen und Meinungen übernommen.



Finanzkalender

04.03.2010 Pressekonferenz/IR-Konferenz anlässlich der vorläufigen Zahlen 2009

30.03.2010 Geschäftsbericht 2009

06.05.2010 Quartalsbericht Q1 2010

29.06.2010 Ordentliche Hauptversammlung 2010

05.08.2010 Halbjahresfinanzbericht 2010

11.11.2010 Quartalsbericht Q3 2010
