



Q1
08

Quartalsbericht Q1 2008

1. Januar bis 31. März 2008

ProSiebenSat.1 Group: Kennzahlen Q1 2008

	Q1 2008	Q1 2007	Veränderung
	Mio Euro	Mio Euro	
Umsatz	729,1	501,2	45%
Recurring EBITDA ¹	88,5	82,1	8%
EBITDA	84,8	82,0	3%
EBIT	49,9	71,9	-31%
Finanzergebnis	-58,4	-4,4	- / -
Ergebnis vor Steuern	-8,5	67,5	-113%
Konzernfehlbetrag / -überschuss	-7,9	40,6	-119%
Bereinigter Konzernüberschuss ²	6,1	41,7	-85%
Ergebnis je Vorzugsaktie (in Euro)	-0,04	0,19	-121%
Ergebnis je Vorzugsaktie bereinigt (in Euro)	0,03	0,19	-84%
Cash-flow aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit	265,3	293,0	-9%
Cash-flow aus der Investitionstätigkeit	-338,4	-260,4	30%
Free Cash-flow	-73,1	32,6	- / -
	31.03.2008	31.03.2007	Veränderung
Bilanzsumme	6.034,3	2.030,7	197%
Eigenkapital	984,4	1.293,6	-24%
Eigenkapitalquote	16%	64%	-75%
Programmvermögen	1.290,4	1.066,8	21%
Nettofinanzverschuldung	3.414,8	90,0	- / -
Mitarbeiter ³	5.985	3.062	95%

¹ Bereinigtes EBITDA: EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten

² Bereinigter Konzernüberschuss: Konzernüberschuss vor Effekten aus Kaufpreisallokation

³ Anzahl durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen

The power of television

Die ProSiebenSat.1 Group ist ein führender pan-europäischer Medienkonzern. Wir bieten modernen Menschen erstklassige Unterhaltung und aktuelle Informationen, wann immer sie es wünschen, wo immer sie sind.

Die ProSiebenSat.1 Group ist mit 26 Free-TV, 24 Pay-TV und 22 Radionetzwerken in 13 Ländern in Europa einer der größten und erfolgreichsten pan-europäischen Medienkonzerne. Werbefinanziertes Free-TV ist das Kerngeschäft der Gruppe. Angebote in den Bereichen New Media, Pay-TV und Video-on-Demand sowie Beteiligungen an innovativen Onlineportalen gehören zu den Aktivitäten, mit denen die ProSiebenSat.1 Group ihre Erlösquellen zunehmend diversifiziert.

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Juni 2007 die SBS Broadcasting Group übernommen und beschäftigt europaweit rund 6.000 Mitarbeiter. Hauptsitz des im MDAX-notierten Unternehmens ist Unterföhring bei München.

Inhaltsverzeichnis

Kennzahlen auf einen Blick

2 Kennzahlen Q1 2008

Konzern-Zwischenlagebericht

- 4 Gesamtaussage zum Geschäftsgang
- 4 Wichtige Ereignisse und Rahmenbedingungen
- 5 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
- 11 Geschäftssegmente
- 14 Die ProSiebenSat.1-Aktie
- 16 Nachtragsbericht
- 16 Risikobericht
- 17 Prognosebericht

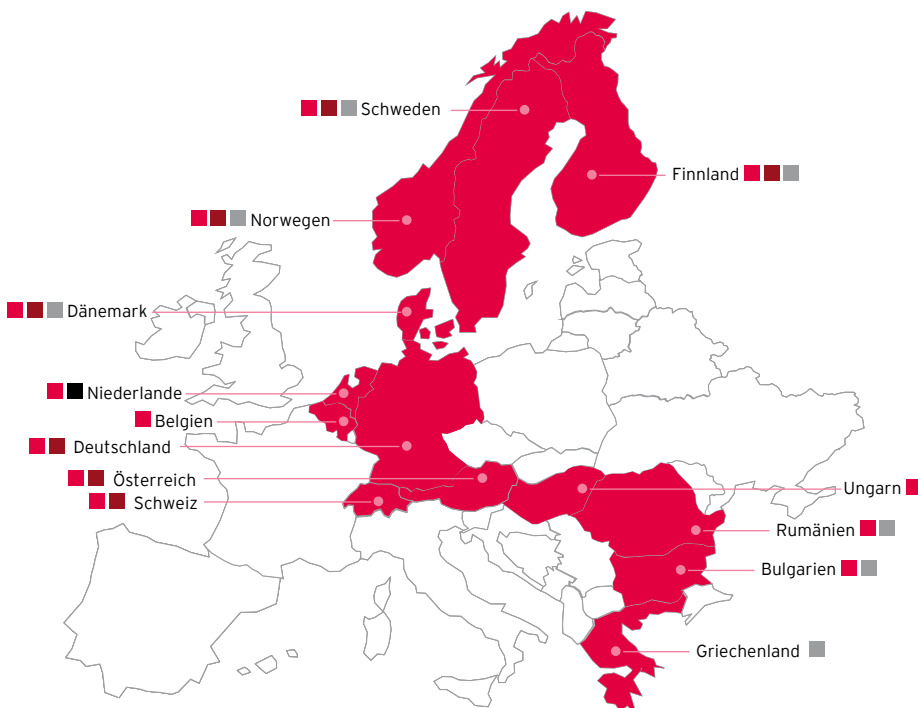
Konzern-Zwischenabschluss

- 21 Gewinn- und Verlustrechnung
- 22 Konzernbilanz
- 23 Kapitalflussrechnung
- 24 Eigenkapitalsveränderungsrechnung
- 25 Anhang

Weitere Informationen

- 29 Finanzkalender
- 29 Kontakte

Europaweit präsent



Geschäftstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group:
 ■ Free-TV ■ Pay-TV ■ Radio ■ Print


Gesamtaussage zum Geschäftsgang


Die ProSiebenSat.1 Group profitierte im ersten Quartal 2008 von der Erstkonsolidierung der SBS Broadcasting Group (SBS) und steigerte ihren Umsatz um 45,5 Prozent auf 729,1 Mio Euro. Das recurring EBITDA stieg um 7,8 Prozent auf 88,5 Mio Euro.

Umsatz- und EBITDA-Steigerung durch SBS-Konsolidierung

Auf Basis eines Proforma-Vergleichs mit der kombinierten Gruppe im ersten Quartal 2007 verzeichneten die Konzernlöhne im ersten Quartal 2008 allerdings einen Rückgang um 2,0 Prozent oder 14,9 Mio Euro auf 729,1 Mio Euro, das recurring EBITDA verringerte sich um 25,1 Prozent auf 88,5 Mio Euro.

Die Quartalsergebnisse wurden im ersten Quartal 2008 insbesondere durch das Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum beeinflusst. Unsicherheiten aufgrund des neuen Vermarktungsmodells für TV-Werbezeiten, das Ende 2007 nach einem Verfahren des Bundeskartellamts in Deutschland eingeführt wurde, führten zu einer rückläufigen Entwicklung der Werbeerlöse in diesem Segment. Zudem wirkte sich zeitverzögert die Quotenschwäche von Sat.1 im vergangenen Jahr auf die Umsatzentwicklung aus.

Aufgrund der Schwierigkeiten im deutschen Markt hat das Unternehmen eine Reihe von Maßnahmen eingeleitet, um seine operative Performance in den kommenden Monaten wieder zu steigern und insbesondere die Vermarktungsorganisation in Deutschland besser auf die Erfordernisse des Marktes auszurichten. 


Maßnahmen zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und Ertragskraft eingeleitet
 Prognosebericht


Wichtige Ereignisse und Rahmenbedingungen

Konjunkturelle Rahmenbedingungen

Branchenspezifische Rahmenbedingungen

Die Entwicklung der TV-Werbeinvestitionen in den Märkten der ProSiebenSat.1 Group in Nord-, Ost- und Mitteleuropa zeigte im ersten Quartal 2008 ein uneinheitliches, insgesamt aber positives Bild: Die Bandbreite reichte von einem Minus in Dänemark (-6,1% netto) über ein leichtes Wachstum der TV-Netto-Werbeerlöse in Schweden (+2,0%) bis hin zu weiterhin rasant wachsenden Märkten in Ungarn (+10,6% brutto) und Rumänien (+18,0% netto). In Belgien lag das Bruttowachstum bei 9,1 Prozent, Finnland wies mit 6,3 Prozent netto ebenfalls ein dynamisches Wachstum auf.

In Deutschland verzeichneten die TV-Brutto-Werbeinvestitionen im ersten Quartal 2008 ein Plus von 5,4 Prozent auf 2,1 Mrd Euro. SevenOne Media, der TV-Vermarkter der ProSiebenSat.1 Group im deutschsprachigen Raum, hat Bruttoumsätze in Höhe von 839,7 Mio Euro erzielt, nach 848,5 Mio Euro im ersten Quartal 2007. Die ProSiebenSat.1 Group konnte ihre führende Position im deutschen TV-Werbemarkt halten, hat mit 40,2 Prozent jedoch Marktanteile verloren (Q1 2007: 42,8%). Die von der IP Deutschland vermarkteten Free-TV-Sender RTL, Vox, Super RTL und n-tv erreichten im Berichtszeitraum 782,0 Mio Euro (Q1 2007: 753,6 Mio Euro). Dies entspricht einem Wachstum des Werbemarktanteils um 0,3 Prozentpunkte auf 37,4 Prozent. Der Anteil von RTL2-Vermarkter El Cartel wuchs gegenüber dem Vorjahr auf 6,1 Prozent (Q1 2007: 5,1 Prozent). Nominal stiegen die Bruttoumsätze von El Cartel um 27,2 Mio Euro auf 128,2 Mio Euro. 

Marktführerschaft im deutschen TV-Werbemarkt trotz schwierigem ersten Quartal behauptet
 Segmentbericht

Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Auswirkungen der Krise auf den Finanzmärkten und der schwachen US-Konjunktur auf die europäische Wirtschaft waren bislang begrenzt. Die Industrieproduktion (ohne Baugewerbe) im **Euro-Raum** und in der **Europäischen Union** entwickelte sich in den ersten beiden Monaten des laufenden Jahres robust. Für das erste Quartal 2008 rechnet das ifo-Institut mit einem realen Wachstum des Brutto-Inlandsprodukts in der Euro-Zone von 0,5 Prozent gegenüber dem vierten Quartal 2007, beziehungsweise von 1,9 Prozent gegenüber dem ersten Quartal 2007. Die anhaltend hohe Inflationsrate, die in der Euro-Zone im März weiter auf 3,6 Prozent anstieg (EU27: 3,8 Prozent), verminderte jedoch die Kaufkraft der privaten Konsumenten.


Auch in **Deutschland** zeigte sich die Konjunktur stabil. Die Gesamtproduktion erhöhte sich im Januar und Februar 2008 gegenüber November und Dezember 2007 um 2,4 Prozent. Der Export stieg im Vergleich zu den beiden Vorjahresmonaten mit einem Plus von 8,9 Prozent kräftig an. Für das erste Quartal 2008 rechnet das DIW (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung) mit einem BIP-Wachstum von 0,5 Prozent gegenüber dem vierten Quartal 2007. Trotz des positiven Jahresbeginns mehren sich jedoch Anzeichen, dass sich die deutsche Wirtschaft dem Einfluss der Konjunkturabkühlung in den USA auf Dauer nicht entziehen kann. Die Auftragseingänge wiesen im Februar gegenüber dem Vorjahresmonat zwar weiterhin klar nach oben, im Vergleich zum Vormonat zeigte sich aber seit Dezember 2007 jeweils ein leichter Rückgang. Die privaten Konsumausgaben, die 2007 mit einem Minus von 0,4 Prozent weit hinter den Erwartungen zurückgeblieben waren, sollten im ersten Quartal 2008 wegen der guten Arbeitsmarktlage und der Lohnabschlüsse ansteigen. Bremsend dürfte allerdings die hohe Inflationsrate wirken, die im März wieder über drei Prozent stieg. Vor allem Energie und Nahrungsmittel verteuerten sich erneut drastisch.

Wichtige Ereignisse im ersten Quartal 2008

ProSiebenSat.1 und IBM bauen erste pan-europäische Digitalplattform auf

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt das Ziel, ihre Inhalte in allen Medien und in allen Ländern zu verwerten. Für diese Strategie ist eine innovative Technologie entscheidend. Ziel ist, eine komplett digitale, bandlose technologische Infrastruktur zu errichten.

Die ProSiebenSat.1 Group wird den Aufbau ihrer pan-europäischen Digitalplattform gemeinsam mit IBM durchführen. Die beiden Unternehmen haben am 31. März 2008 einen Outsourcing-Vertrag über zehn Jahre mit einem Volumen von rund 200 Millionen Euro unterzeichnet. IBM wird alle IT-Business-Applikationen sowie die IT- und Mediensysteme von ProSiebenSat.1 Produktion übernehmen und ausbauen. Im Rahmen dieses Vertrags werden im ersten Quartal 2009 170 Mitarbeiter von ProSiebenSat.1 Produktion zu IBM wechseln. IBM wird im Laufe der nächsten Jahre ein Broadcast Integration Center etablieren und die Standardisierung von Prozessen und Geschäftsanwendungen für Medienunternehmen vorantreiben. Gleichzeitig wird die ProSiebenSat.1 Group ein neues Play-out-Center in München aufbauen. Die TV-Kanäle der Gruppe werden damit künftig über die zentralen europaweiten Playout-Center in München und London-Chiswick ausgestrahlt.

Durch eine digitale technologische Plattform verschafft sich ProSiebenSat.1 einen zusätzlichen Wettbewerbsvorsprung im europäischen TV- und Medienmarkt und nutzt zugleich seine Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung. Durch die Kooperation mit IBM und die Effizienzsteigerung durch eine vollständig digitale Plattform erwartet die ProSiebenSat.1 Group Einsparungen von rund 50 Millionen Euro in den kommenden zehn Jahren. Weitere Informationen zu den wirtschaftlichen und strategischen Chancen finden sich im Prognosebericht.  Ein Verkauf der gesamten ProSiebenSat.1 Produktion wird vor diesem Hintergrund vorerst nicht weiterverfolgt. Aus diesem Grund erfolgt der Ausweis der ProSiebenSat.1 Produktion im vorliegenden Quartalsbericht entgegen der Darstellung im Konzernjahresabschluss zum 31. Dezember 2007 nicht mehr unter als zur Veräußerung gehaltene Gruppen von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten.

Strategische und operative Vorteile durch Umstellung auf neue Technologie

 Prognosebericht

Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Anmerkungen zur Berichtsweise

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat im Juni 2007 alle Anteile an der SBS Broadcasting Group erworben. Im Rahmen der Erstkonsolidierung von SBS im Juli 2007 hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Segmente restrukturiert. Die ProSiebenSat.1 Group berichtet seitdem in den Segmenten Free-TV im deutschsprachigen Raum (D, A, CH), Free-TV International und Diversifikation. Die beiden Segmente Free-TV im deutschsprachigen Raum sowie Free-TV International werden im Geschäftsbereich werbefinanziertes Fernsehen zusammengefasst. Vereinfacht stellt sich die neue Berichtsstruktur wie folgt dar:

- Die vier deutschen Sender Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 werden im **Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum** konsolidiert. Zudem werden die Sat.1-Regionalgesellschaften, der Vermarkter SevenOne Media sowie die Konzerntöchter in Österreich und der Schweiz in diesem Segment ausgewiesen.
- Das **Segment Free-TV International** umfasst die werbefinanzierten TV-Sender in den Niederlanden, Belgien, Dänemark, Norwegen, Schweden, Finnland, Rumänien, Bulgarien und Ungarn.
- Im **Segment Diversifikation** werden alle Tochterunternehmen gebündelt, die ihre Erlöse nicht oder nicht direkt durch klassische TV-Werbeinnahmen generieren. Die Diversifikationsaktivitäten der Gruppe reichen von Transaktions-TV, Pay-TV, Multimedia, Internet, Merchandising und Radio bis zu verwandten Print-Produkten.

Da SBS im ersten Quartal 2007 nicht Teil der ProSiebenSat.1 Group war, sind die Zahlen – sofern nicht anders angegeben – nicht im ProSiebenSat.1-Konzernabschluss berücksichtigt.

Informationen zum Ausweis der PSP im Konzernabschluss finden sich im Kapitel „Wichtige Ereignisse im ersten Quartal 2008“

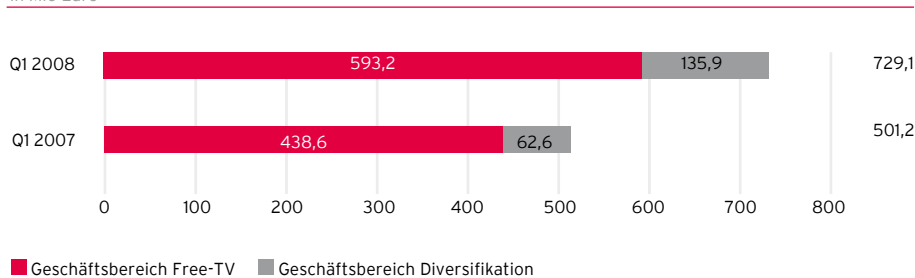
Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Konzernumsatz

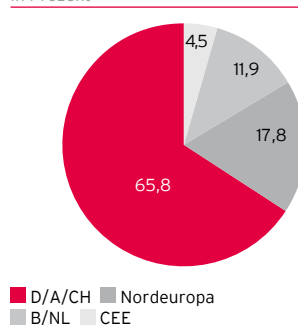
Die ProSiebenSat.1 Group steigerte im ersten Quartal 2008 ihren Konzernumsatz um 45,5 Prozent auf 729,1 Mio Euro (Q1 2007: 501,2 Mio Euro). Der Umsatzanstieg resultierte aus der Konsolidierung der SBS Broadcasting Group, die seit Juli 2007 in den Büchern der Gruppe geführt wird. SBS trug in den Monaten Januar bis März dieses Jahres 250,1 Mio Euro zum Konzernumsatz bei.

Der Umsatz in den beiden Segmenten des Geschäftsbereichs Free-TV stieg infolge der Erstkonsolidierung von SBS auf 593,2 Mio Euro (Q1 2007: 438,6 Mio Euro). Seit der Akquisition von SBS umfasst der Geschäftsbereich werbefinanziertes Fernsehen neben dem Segment Free-TV deutschsprachiger Raum mit den Sendern Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 auch das Segment Free-TV International mit Sendern in Belgien, Bulgarien, Dänemark, Finnland, den Niederlanden, Norwegen, Rumänien, Schweden und Ungarn. Der Umsatz des Geschäftsbereichs Diversifikation erhöhte sich auf 135,9 Mio Euro. Dies entspricht 18,6 Prozent des Konzernumsatzes. Im ersten Quartal 2007 lag der Beitrag bei 12,5 Prozent oder 62,6 Mio Euro.

Erlöse nach Geschäftsbereichen
In Mio Euro



Erlöse Q1 2008 nach Regionen
In Prozent



Größte Umsatzregion des Konzerns ist der deutschsprachige Raum mit 65,8 Prozent, gefolgt von Nordeuropa mit 17,8 Prozent und den Niederlanden/Belgien mit einem Anteil von 11,9 Prozent. Ohne SBS generierte ProSiebenSat.1 im Vorjahr 100 Prozent der Erlöse in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Operative Aufwendungen

Die operativen Aufwendungen, bestehend aus Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten, stiegen im ersten Quartal 2008 um 250,5 Mio Euro auf 682,7 Mio Euro. Der deutliche Anstieg resultiert vor allem aus der erstmaligen Konsolidierung der SBS Broadcasting Group, die 225,8 Mio Euro zum Gesamtaufwand beitrug.

Die in den Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten enthaltenen Abschreibungen verzeichneten in den Monaten Januar bis März 2008 eine Zunahme um 24,8 Mio Euro auf 34,9 Mio Euro. Dies ist neben höheren Abschreibungen auf aktivierte immaterielle Vermögenswerte aufgrund von Kaufpreisallokationen auf einen akquisitionsbedingten Anstieg des Werteverzehrs auf das Programmvermögen zurückzuführen. Die Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen stiegen von 1,7 Mio Euro auf 18,5 Mio Euro. Der Werteverzehr des Programmvermögens nahm im ersten Quartal 2008 um 106,0 Mio Euro auf 354,0 Mio Euro zu.

Die ebenfalls in den Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten ausgewiesenen Personalaufwendungen stiegen um 34,3 Mio Euro auf 100,2 Mio Euro. Darin enthalten sind Personalkosten aus der SBS-Konsolidierung in Höhe von 37,9 Mio Euro.

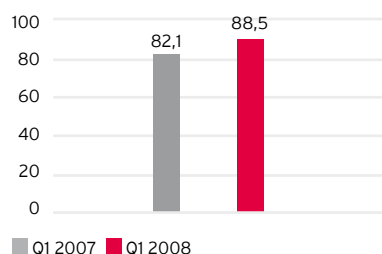
Ergebnis

Das Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen (EBITDA) stieg im ersten Quartal 2008 auf 84,8 Mio Euro. Dies entspricht einer Steigerung um 2,8 Mio Euro oder 3,4 Prozent. Das bereinigte EBITDA nach Sondereinflüssen (recurring EBITDA) lag mit 88,5 Mio Euro 7,8 Prozent über dem Vorjahreswert (Q1 2007: 82,1 Mio Euro). Sondereaufwendungen in Höhe von 3,7 Mio Euro ergaben sich im ersten Quartal 2008 im Rahmen von Restrukturierungsmaßnahmen zur Integration von SBS und ProSiebenSat.1.

Das Zinsergebnis betrug minus 60,3 Mio Euro nach minus 4,2 Mio Euro im ersten Quartal 2007. Die Zinsaufwendungen stiegen infolge der Finanzierung der SBS-Akquisition um 57,7 Mio Euro auf 62,8 Mio Euro. Das **Finanzergebnis** sank aufgrund des akquisitionsbedingten Anstiegs der operativen Kosten sowie der Zinsaufwendungen um 54,0 Mio Euro auf minus 58,4 Mio Euro. Das **Ergebnis vor Steuern** verringerte sich um 76,0 Mio Euro auf minus 8,5 Mio Euro. Nach Minderheitenbeteiligungen wies der Konzern ein negatives **Periodenergebnis** von 7,9 Mio Euro aus (Q1 2007: 40,6 Mio Euro). Hierin enthalten sind Abschreibungen, die im Rahmen von Kaufpreisallokationen vorgenommen wurden, in Höhe von 18,5 Mio Euro (Q1 2007: 1,7 Mio Euro). Das bereinigte Periodenergebnis verringerte sich um 35,6 Mio Euro auf 6,1 Mio Euro (underlying net income).

Beschäftigungslage

Recurring EBITDA
In Mio Euro

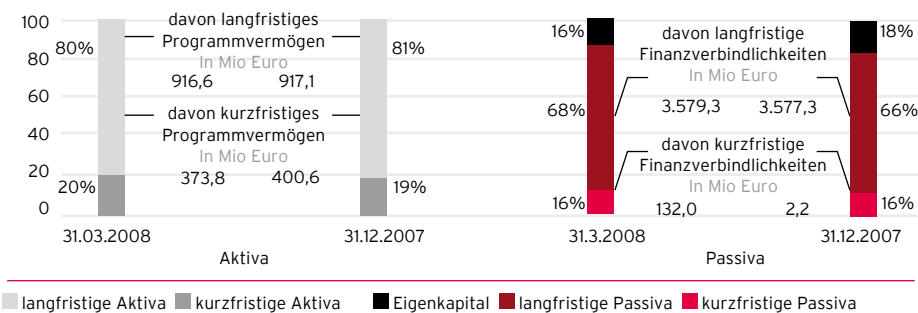


Finanz- und Vermögenslage

Konzernbilanz: Vermögens- und Kapitalstruktur

Die **Bilanzsumme** ist gegenüber dem 31. Dezember 2007 um 35,5 Mio Euro leicht gestiegen und betrug zum 31. März dieses Jahres 6,034 Mrd Euro.

Bilanzstruktur
In Prozent



Die **langfristigen Vermögenswerte** sind zum Stichtag am 31. März 2008 um 8,8 Mio Euro auf 4,856 Mrd Euro gesunken. Die **kurzfristigen Vermögenswerte** sind gegenüber dem 31. Dezember 2007 hingegen um 44,3 Mio Euro auf 1,178 Mrd Euro leicht gestiegen, unter anderem aufgrund eines höheren Zahlungsmittelbestandes. Das Programmvermögen ist einer der wichtigsten Aktivposten in der ProSiebenSat.1-Konzernbilanz.

Erläuterungen zum lang- und kurzfristigen Programmvermögen beinhaltet das Kapitel „Programm“.

Programme

Auf der Passivseite der Bilanz verringerte sich das **Eigenkapital** um 77,9 Mio Euro auf 984,4 Mio Euro. Die Eigenkapitalquote betrug 16,3 Prozent nach 17,7 Prozent zum 31. Dezember 2007. Unter anderem schmälerten der zum 7. März 2008 gestartete Rückkauf eigener Aktien sowie die Ertragslage des Konzerns die Eigenkapitalbasis. Im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms hat die ProSiebenSat.1 Media AG bis zum 31. März 2008 eigene Vorzugsaktien im Wert von rund 12,3 Mio Euro erworben.

ProSiebenSat.1 kauft eigene Aktien zurück

Die ProSiebenSat.1-Aktie

Die **lang- und kurzfristigen Passiva** verzeichneten in Summe einen Anstieg um 113,4 Mio Euro auf 5,050 Mrd Euro. Gründe hierfür waren vor allem höhere kurzfristige Darlehen und Kredite, die um insgesamt 129,8 Mio Euro auf 132,0 Mio Euro stiegen. Die revolvingende Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von 600 Mio Euro, die variabel für allgemeine betriebliche Zwecke oder für Bankgarantien genutzt werden kann, wurde in Höhe von 130,0 Mio Euro in Anspruch genommen. Demgegenüber hat sich die in den kurzfristigen sonstigen Verbindlichkeiten ausgewiesene, aus dem Bundeskartellamtsverfahren resultierende Zahlungsverpflichtung in Höhe von 120,0 Mio Euro um 60,0 Mio Euro reduziert. Im Januar 2008 wurde die erste von zwei Raten angewiesen.

Fremdkapitalausstattung

Im vergangenen Jahr hat die ProSiebenSat.1 Group die SBS Broadcasting Group vollständig erworben und damit die bislang größte Akquisition ihrer Unternehmensgeschichte getätigt. Die Transaktion wurde vollständig fremdfinanziert. Das Unternehmen hat dazu einen neuen, besicherten syndizierten Kredit im Umfang von 3,6 Mrd Euro vereinbart. Der Kredit deckte neben dem Kaufpreis und den angefallenen Transaktionskosten auch die Refinanzierung von Finanzverbindlichkeiten ab. Hierzu gehörten Finanzverbindlichkeiten der SBS Broadcasting Group, die zum Zeitpunkt des Erwerbs bestanden, sowie eine ausstehende Unternehmensanleihe der ProSiebenSat.1 Media AG. Rund 80 Prozent der variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten hat die ProSiebenSat.1 Group über verschiedene Zinsswaps abgesichert. Die Kreditvereinbarung setzt sich zusammen aus verschiedenen endfälligen Darlehen in Höhe von insgesamt 3,6 Mrd Euro mit einer Laufzeit bis 2014 (Term Loan B) beziehungsweise bis 2015 (Term Loan C). Die Kreditvereinbarung beinhaltet zudem eine revolvingende Kreditfazilität mit einer Laufzeit bis 2014 und einem Rahmenvolumen von 600 Mio Euro.

Netto-Finanzverbindlichkeiten

Die Netto-Finanzverschuldung entspricht dem Saldo aus Bankverbindlichkeiten und Anleihen abzüglich der liquiden Mittel und der Wertpapiere des Umlaufvermögens.

Zum 31. März 2008 bestand eine Netto-Finanzverschuldung in Höhe von 3,415 Mrd Euro gegenüber 3,328 Mrd Euro am 31. Dezember 2007. Die Zunahme um 86,4 Mio Euro resultierte im Wesentlichen aus höheren kurzfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten aufgrund der zuvor genannten Inanspruchnahme der revolvingenden Kreditfazilität in Höhe von 130,0 Mio Euro. Die langfristigen Darlehen und Kredite mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr betragen 3,579 Mrd Euro gegenüber 3,577 Mrd Euro am 31. Dezember 2007. Insgesamt wies die ProSiebenSat.1 Group zum 31. März 2008 Darlehens- und Kreditverbindlichkeiten in Höhe von 3,711 Mrd Euro aus, nach 3,579 Mrd Euro am 31. Dezember 2007.

Konzernbilanz

Kreditlinien

Zum 31. März 2008 waren 435,5 Mio Euro aus der revolvingenden Kreditfazilität des Konzerns ungenutzt. Ein Teilbetrag in Höhe von 34,5 Mio Euro aus der revolvingenden Kreditfazilität wurde im Berichtszeitraum für Bankgarantien genutzt. Neben diesen freien Kreditlinien verfügte der ProSiebenSat.1-Konzern über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 296,4 Mio Euro.

Leasing

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat Leasingverträge für am Standort Unterföhring genutzte Immobilien, die nach IAS 17 als Finanzierungsleasing klassifiziert werden. Die betreffenden Immobilien werden im Sachanlagevermögen aktiviert und die daraus resultierenden Leasingvereinbarungen werden als Sonstige Verbindlichkeit ausgewiesen. Die Immobilienleasingverträge enden frühestens im Jahre 2019, wobei die Zinskonversionszeitpunkte (Ende der Zinsbindungsfrist) früher eintreten können.

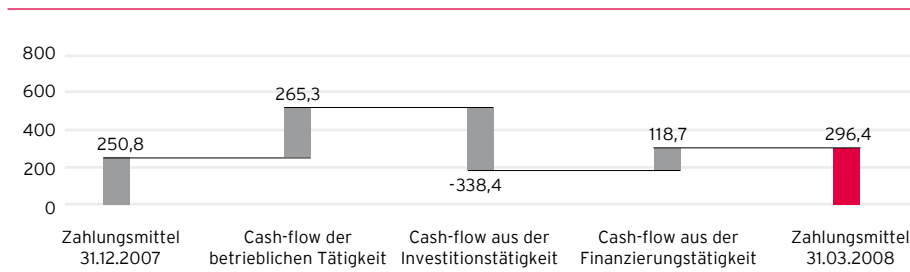
Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente

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

Kapitalflussrechnung: Liquidität und Cash-flow

Veränderung der Zahlungsmittel

In Mio Euro



Die Kapitalflussrechnung des Konzerns zeigt die Herkunft und Verwendung der Zahlungsströme. Dabei wird unterschieden in Cash-flow aus der betrieblichen Tätigkeit, Cash-flow aus der Investitionstätigkeit und Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit. Der Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit wird, ausgehend vom Konzernergebnis, indirekt abgeleitet. Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds entspricht den flüssigen Mitteln der Bilanz zum Stichtag.

Der **Mittelzufluss aus der betrieblichen Tätigkeit** hat sich in den Monaten Januar bis März 2008 gegenüber den ersten drei Monaten des Vorjahres um 27,7 Mio Euro auf 265,3 Mio Euro verringert. Die Minderung ergibt sich in erster Linie aus höheren zahlungswirksamen Zinsaufwendungen, die das Konzernergebnis im ersten Quartal 2008 belasteten. Zudem minderte der höhere Anstieg des Working Capitals (unverzinsliche Forderungen abzüglich unverzinslicher Verbindlichkeiten) in den Monaten Januar bis März 2008 den operativen Cash-flow. Zu einem gegenüber dem ersten Quartal 2007 höheren Mittelabfluss führte insbesondere die Teilzahlung der Kartellamtsstrafe in Höhe von 60,0 Mio Euro. [↗](#)

Der **Cash-flow aus der Investitionstätigkeit** stieg um 78,0 Mio Euro auf 338,4 Mio Euro. Zu einem höheren Zahlungsmittelabfluss haben vor allem die gestiegenen Investitionen in das Programmvermögen geführt. [↗](#)

Aufgrund des dargestellten Zahlungsmittelflusses aus der betrieblichen Tätigkeit und der Investitionstätigkeit reduzierte sich der Free Cash-flow um 105,7 Mio Euro auf minus 73,1 Mio Euro.

Aus dem **Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit** resultierte ein Mittelzufluss von 118,7 Mio Euro, nach einem Mittelabfluss in Höhe von 0,6 Mio Euro in den Monaten Januar bis März 2007. Hierin enthalten sind im Wesentlichen Zugänge aus der Inanspruchnahme der revolvingierenden Kreditfazilität in Höhe von 130,0 Mio Euro. Für den im ersten Quartal 2008 gestarteten Rückkauf eigener Aktien flossen hingegen 12,3 Mio Euro ab. Die genannten Mittelveränderungen führten zu einem Anstieg der flüssigen Mittel gegenüber dem 31. März 2007 um 200,9 Mio Euro. Der Konzern verfügte damit zum Periodenende über **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** in Höhe von 296,4 Mio Euro. [↗](#)

[↗](#) Konzernbilanz

Investitionen in das Programmvermögen gestiegen

[↗](#) Programm

[↗](#) Die ProSiebenSat.1-Aktie

Investitionen und Akquisitionen

In den Monaten Januar bis März 2008 investierte der ProSiebenSat.1-Konzern 10,7 Mio Euro in Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte (Q1 2007: 5,3 Mio Euro). Die für Akquisitionen eingesetzten Mittel beliefen sich auf rund 8 Mio Euro. Die ProSiebenSat.1 Group hat im Februar 2008 den norwegischen Radiosender TV2 vollständig erworben. Die ProSiebenSat.1 Group betreibt eines der größten Radionetzwerke Europas und kann mit der Akquisition von TV2 Saturn AS sein Markenportfolio um einen weiteren führenden Radiosender ergänzen. Die Investitionen des Konzerns in den Erwerb von Programmrechten stiegen um 81,7 Mio Euro auf 351,6 Mio Euro. Weitere Informationen zu den Investitionen in das Programmvermögen finden sich im Programmkapitel.

Erwerb von Radio TV2
Saturn AS

Anhang

Programm

Programm

Attraktive Inhalte sind die Grundlage für das Wachstum im Kerngeschäft Free-TV und für die Erweiterung der Wertschöpfungskette. Die ProSiebenSat.1 Group baut ihr Programmvermögen kontinuierlich aus und investiert in weitere Programmlizenzen. Neben dem Erwerb von Programmrechten sichern Auftrags- und Eigenproduktionen die langfristige Versorgung der Sender mit hochwertigen Inhalten. Seit Jahren ist das Verhältnis zwischen Lizenzprogrammen sowie Eigen- und Auftragsproduktionen ausgewogen. Damit verfügt der Konzern zum einen über ein breitgefächertes Angebot an Programmen, zum anderen schafft ein ausgewogenes Programmprofil auch Unabhängigkeit von Marktunsicherheiten oder Preisschwankungen.

Programmproduktion

Durch den Zusammenschluss von ProSiebenSat.1 und SBS ist ein europäisches Netzwerk mit einem großen Pool an Kreativität und Ideen entstanden. Um die neu gewonnenen Ressourcen effizient zu nutzen und Größenvorteile zu realisieren, hat die ProSiebenSat.1 Group ihre content-getriebenen Bereiche bereits 2007 in der zentralen Unit „Group Content“ gebündelt. Damit wurde eine Plattform zur Identifikation, Entwicklung und Umsetzung von länder- und senderübergreifenden Programmprojekten geschaffen. Anfang des Jahres produzierten der deutsche Sender ProSieben und der niederländische Sender SBS 6 in einem gemeinsamen Studio in Köln die TV-Show „The next Uri Geller“. Bei der Back-to-Back-Produktion konnten durch die gemeinsame Nutzung der räumlichen und technischen Infrastruktur Synergien realisiert werden. Die Show war in beiden Ländern ein großer Erfolg mit durchschnittlichen Marktanteilen von 17,3 Prozent (ProSieben) und 18,8 Prozent (SBS 6). Ende März ist das Format auf TV2 in Ungarn bei einem dritten ProSiebenSat.1-Sender on Air gegangen (1. Show: 30,8%) und konnte stark von der kreativen Vorleistung aus den Niederlanden und Deutschland profitieren. „The next Uri Geller“ ist ein Beispiel dafür, wie sich TV-Formate für mehrere Länder erfolgreich umsetzen lassen. Projekte dieser Art haben für die ProSiebenSat.1 Group auch für die Zukunft hohe Priorität.

Vorteile durch Bündelung aller
Aktivitäten im Programmbereich

Programmoffensive - erste Synergien
durch Back-to-Back-Produktionen realisiert

Prognosebericht

Programmbeschaffung und Investitionen in das Programmvermögen

Die ProSiebenSat.1 Group hat langfristige Verträge mit nahezu allen großen Hollywood-Studios und den wichtigsten europäischen Filmproduktionsgesellschaften. Das Unternehmen hat sein Programmportfolio im ersten Quartal 2008 weiter ausgebaut und sich in einem langfristigen Vertrag mit Sony Pictures Television International exklusiv die Free-TV-Rechte an zahlreichen Hollywood-Blockbustern, Serien und Filmen wie „The Da Vinci Code“, „Das Streben nach Glück“ oder dem dritten Teil von „Spider Man“ gesichert. Zudem ist es gelungen, den ersten länderübergreifenden Lizenzvertrag mit einem Hollywood-Studio zu schließen. Im März 2008 sicherte sich ProSiebenSat.1 die Free-TV-Rechte an dem Blockbuster „Indiana Jones und das Königreich des Kristallschädels“, der im Mai 2008 in die Kinos kommt, für insgesamt sieben Länder. Durch den internationalen Rechteabschluss mit Paramount Pictures können Sender in Norwegen, Schweden, Dänemark, Belgien, den Niederlanden, Deutschland und Ungarn den Blockbuster 2010 ausstrahlen. Insgesamt investierte der pan-europäische Konzern im ersten Quartal 351,6 Mio Euro in den Erwerb von Programmrechten (1. Quartal 2007: 269,9 Mio Euro). Der Programmeinkauf wird aus dem operativen Cash-flow finanziert.

Investitionen in attraktive
Programmrechte

Prognosebericht

Programmvermögen

Die Gruppe verfügte zum 31. März 2008 über ein unverändert hohes Programmvermögen von 1,290 Mrd Euro, gegenüber 1,318 Mrd Euro am 31. Dezember 2007. Mit einem Anteil von 21,4 Prozent an der Bilanzsumme ist das kurz- und langfristige Programmvermögen einer der wichtigsten Aktivposten (31. Dezember 2007: 22,0%). Das bilanzierte Programmvermögen enthält hauptsächlich Spielfilme und Serien sowie Auftragsproduktionen und geleistete Anzahlungen. ↗

Programmvermögen ist eine der wichtigsten Bilanzpositionen

↗ Vermögens- und Kapitalstruktur

Beschäftigung

Der ProSiebenSat.1 Konzern beschäftigte im ersten Quartal dieses Jahres 5.945 Mitarbeiter (durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen). In Deutschland, Österreich und der Schweiz waren davon rund 3.033 (Q1 2007: 3.062) Personen tätig. Der deutliche Anstieg der durchschnittlichen Mitarbeiterzahl des Konzerns um 2.883 ergibt sich hauptsächlich aus der Integration der SBS Broadcasting Group. ↗ Darüber hinaus erhöhte sich die Beschäftigungsquote durch die Vollkonsolidierung von MyVideo und PULS TV seit August 2007. Zum Anstieg trugen außerdem die gestiegenen Mitarbeiterzahlen von 9Live und SevenSenses aufgrund ihrer erweiterten Geschäftstätigkeit bei. Demgegenüber reduzierte sich insbesondere bei den Regionalgesellschaften infolge der Umsetzung von Effizienzsteigerungsprogrammen die Zahl der Beschäftigten.

SBS-Konsolidierung führt zu Anstieg der Mitarbeiterzahl

↗ Vermögens- und Kapitalstruktur

Forschung und Entwicklung

Die ProSiebenSat.1 Group betreibt intensive Marktforschung in allen Bereichen, die sich aus ihrer Geschäftstätigkeit ergeben oder in denen das Unternehmen Wachstumspotential sieht. Marktforschungsaktivitäten entsprechen jedoch nicht der Definition von Forschung und Entwicklung im engeren Sinne. Insofern entfallen diese Angaben im Konzernlagebericht.

Geschäftssegmente

Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum

Die Umsatz- und Ergebnislage des Segments Free-TV im deutschsprachigen Raum war durch die schwächere Entwicklung der TV-Werbeerlöse im ersten Quartal 2008 beeinflusst. Die Umsatzerlöse verringerten sich um 4,9 Prozent auf 417,1 Mio Euro (Q1 2007: 438,6 Mio Euro). Das EBITDA wies einen Rückgang um 22,4 Prozent auf 54,8 Mio Euro aus (Q1 2007: 70,6 Mio Euro). Das um Sondereinflüsse bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) verringerte sich um 18,5 Prozent oder 13,1 Mio Euro auf 57,6 Mio Euro. ↗ Der Umsatz- und Ergebnisrückgang resultierte zum einen aus Unsicherheiten infolge des neuen Verkaufsmodells für TV-Werbezeiten, das Ende 2007 nach einem Verfahren des deutschen Kartellamts eingeführt wurde. Zum anderen ist dies eine Auswirkung der Quotenschwäche von Sat.1 im vergangenen Geschäftsjahr. Der Sender hat im ersten Quartal 2008 seinen durchschnittlichen Zuschauermarktanteil kontinuierlich gesteigert, die schwächere Leistung des Senders im vergangenen Jahr dämpfte zeitverzögert jedoch das Buchungsverhalten der Werbekunden zu Jahresbeginn.

Führende Position im deutschen TV-Werbemarkt trotz schwierigem Start behauptet

↗ Rahmenbedingungen

Highlights im ersten Quartal 2008



Free TV D/A/CH

PULS 4: Neues Vollprogramm für Österreich

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihr Engagement auf dem österreichischen TV-Markt weiter ausgebaut: Aus dem ehemaligen Wiener Stadtsender PULS TV entsteht im Februar 2008 mit PULS 4 das vierte Vollprogramm Österreichs. Der 24-Stunden-Sender wird bundesweit von über einer Million TV-Haushalten empfangen.

Goldene Kamera und Grimme-Preise

Preisregen für Sender der ProSiebenSat.1 Group im ersten Quartal 2008: Stefan Raabs große ProSieben-Show „Schlag den Raab“ gewinnt die Goldene Kamera für das beste Unterhaltungsformat, die ProSieben-Krimi-Komödie „Dr. Psycho“ und das Sat.1-Special „Fröhliche Weihnachten“ werden – als einzige Programme der deutschen Privatsender – mit dem Adolf-Grimme-Preis 2008 in der Kategorie Unterhaltung ausgezeichnet.

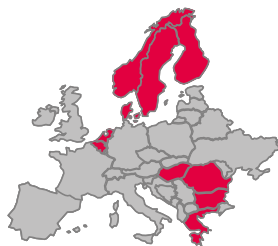
Segment Free-TV International

Die mit der SBS Broadcasting Group erworbenen Free-TV-Sender in Nord- und Osteuropa sowie in den Niederlanden und Belgien werden im Segment Free-TV International zusammengefasst. Da SBS im ersten Quartal 2007 nicht Teil der ProSiebenSat.1 Group war, sind die Vorjahreswerte nicht Bestandteil des ProSiebenSat.1-Konzernabschlusses. Um die operative Geschäftsentwicklung des Segments Free-TV International seit der Konsolidierung der SBS Broadcasting Group im Juli 2007 kommentieren zu können, werden hier die Vorjahreszahlen von SBS verwendet.

Auf Basis einer Pro-forma-Rechnung für das erste Quartal stiegen die Segmenterlöse in den Monaten Januar bis März 2008 insgesamt um 1,3 Prozent auf 176,0 Mio Euro (Q1 2007: 173,7 Mio Euro). Der Umsatzanstieg ist größtenteils auf die positive Entwicklung der Werbeeinnahmen im Segment Free-TV International zurückzuführen. Höhere Programmkosten bremsten das Ergebniswachstum. Zudem führte die Erweiterung unseres Senderportfolios und insbesondere Anlaufkosten für den im vergangenen Jahr gestarteten norwegischen Sender FEM zu höheren Aufwendungen. Das EBITDA verringerte sich um 28,0 Prozent auf 27,2 Mio Euro (Q1 2007: 37,8 Mio Euro). Nach Einmaleffekten wies das recurring EBITDA einen Rückgang um 28,6 Prozent oder 11,0 Mio Euro auf 27,5 Mio Euro auf. Der Ergebnisrückgang gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum resultierte neben höheren Programm- und Start-up-Kosten aus positiven Sondereffekten im ersten Quartal 2007. Dies waren zum einen die Auflösung von Rückstellungen, zum anderen eine Kostenbeteiligung für erworbene Sportrechte.

Internationale TV-Werbemärkte zeigen erneut starke Wachstumsdynamik

Highlights im ersten Quartal 2008



SBS 6 sorgt für Rekordquote in den Niederlanden

Das Crime-Format „Peter R. de Vries: Crime Reporter“ des ProSiebenSat.1-Senders SBS 6 sicherte sich am 3. Februar 2008 nicht nur den Tagessieg auf dem holländischen TV-Markt. Mit einem Marktanteil von 80,6 Prozent in der Zielgruppe der 20- bis 49-Jährigen erzielte der Sender den bislang höchsten Wert in der Geschichte des niederländischen Privatfernsehens, abgesehen von Sportübertragungen.

Auf Erfolgskurs: Uri Geller erobert ProSiebenSat.1-Sender in Europa

Mit der Talentshow „The next Uri Geller“ hat die ProSiebenSat.1 Group erfolgreich erste Synergien durch Back-to-Back-Produktionen umgesetzt. Die Show des weltbekannten Mystifiers startete auf ProSieben und erreichte ein Millionenpublikum. Schwestersender SBS 6 nutzte für die Produktion einer niederländischen Version das Know-how und die Studioinfrastruktur von ProSieben und erzielte mit „De Nieuwe Uri Geller“ ebenfalls Topquoten. Auf dem ungarischen ProSiebenSat.1-Sender TV2 ist die Show Ende März mit 30,8 Prozent Marktanteil gestartet.

Zuschauermarktanteile Free-TV-Sender nach Ländern (In Prozent)

	Q1 2007	Q1 2008
Niederlande (1)	20,6	23,0
Norwegen (2)	13,6	13,3
Schweden (3)	14,4	14,8
Dänemark (4)	7,1	7,6
Belgien (3)	14,9	15,1
Ungarn (4)	23,7	22,2
Rumänien (3)	7,4	6,0
Deutschland (5)	28,7	28,8

Note: Zuschauermarktanteile nach Werbezeiten (inkl. "The Voice" in den relevanten Ländern)
 (1) Einschaltquote der Zielgruppe 20-49. (2) Einschaltquote der Zielgruppe 12-44.
 (3) Einschaltquote der Zielgruppe 15-44. Rumäniens Quartalsdaten basieren auf urbaner Bevölkerung.
 Belgiens Daten beziehen sich auf die Region Flandern. (4) Einschaltquote der Zielgruppe 15-50 exkl. ungarischer Daten, die auf der Zielgruppe 18-49 basieren. (5) Basis: ProSieben, Sat.1, kabel eins und N24. Alle deutschen Fernsehhaushalte (Deutschland + EU), Mo.-Son., 03:00-03:00h, Zuschaueralter 14-49.

Segment Diversifikation

Die Erlöse im Segment Diversifikation legten im ersten Quartal 2008 um 73,3 Mio Euro oder 117,1 Prozent zu und betragen 135,9 Mio Euro. Der deutliche Umsatzanstieg beruhte größtenteils auf Effekten aus der Vollkonsolidierung von SBS. Seit der erstmaligen Konsolidierung der SBS Broadcasting Group im Juli 2007 umfasst das Segment auch Radio, Print- und Premium-Pay-TV-Aktivitäten. Darüber hinaus stärkten die Vollkonsolidierungen von solute, MyVideo und wer-weiss-was.de das Segment. Wichtige Umsatzträger im bestehenden Geschäft waren im ersten Quartal 2008 die Bereiche Games und Musik sowie die digitalen Basic-Pay-TV- und Video-on-Demand-Angebote.

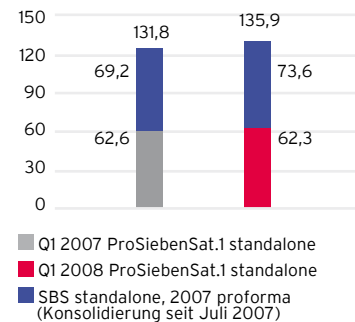
Das EBITDA verringerte sich um 8,1 Mio Euro auf 3,4 Mio Euro (-70,4%), das recurring EBITDA sank um 7,5 Mio Euro auf 4,0 Mio Euro (-65,2%). Der Ergebnismrückgang im ersten Quartal 2008 ergibt sich zum einen aus geringeren Call-TV-Erlösen von 9Live in Deutschland. Zum anderen ist dies eine Folge der deutlichen Zunahme der Gesamtkosten des Segments, größtenteils aufgrund der SBS-Konsolidierung. Neben Konsolidierungseffekten führten insbesondere die erweiterte internationale Geschäftstätigkeit von 9Live sowie der Ausbau der Geschäftstätigkeit in den Bereichen Basic-Pay-TV und Video-on-Demand zu einer Kostensteigerung.

Umsatzwachstum im Segment

Diversifikation durch SBS beeinflusst

Proforma externe Erlöse

In EUR m



Transaktions-TV



9Live erweitert sein Geschäftsmodell

9Live hat im Januar 2008 mit neunTV eine neue Sendermarke etabliert. neunTV ist vornehmlich werbefinanziert und bildet eine weitere Säule neben dem Kerngeschäft Call-TV. Im Kerngeschäft Call-TV generiert 9Live Erlöse überwiegend durch Telefonanrufe. Zudem hat der Sender sein internationales Geschäftsmodell weiter ausgebaut und produziert als Full-Service-Dienstleister Interaktionsshows für die Partnersender in Belgien, Ungarn, Kolumbien und Mexiko.

Musik



Starwatch Music: Sensations-Erfolg mit Udo Lindenberg

Das Musik-Label der ProSiebenSat.1 Group, Starwatch Music, hat sein Künstler-Portfolio im ersten Quartal weiter ausgebaut. Das zweitgrößte deutsche Domestic Label hat nun auch Udo Lindenberg unter Vertrag. Das Comeback-Album „Stark wie Zwei“ von Deutschlands bekanntestem Rockstar erreichte bereits eine Woche nach der Veröffentlichung Goldstatus (100.000 verkaufte Alben). Erfolgreich ins neue Jahr starteten auch andere Starwatch-Künstler wie Marquess, die zu den Nominierten für den Deutschen Musikpreis Echo 2008 in der Kategorie „Gruppe des Jahres“ gehörten.

Online



Online-Erfolgsmodelle ins Ausland exportiert

Die ProSiebenSat.1 Group profitiert von ihrer pan-europäischen Ausrichtung und treibt den internationalen Ausbau ihrer Online-Aktivitäten weiter voran. Unter www.MyVideo.nl, www.MyVideo.be und www.MyVideo.at stehen kreativen Video-Fans in den Niederlanden, Belgien und Österreich jetzt auch eigene Communities des deutschen Erfolgsmodells zur Verfügung. Seit März betreibt das Unternehmen zudem auf www.SevenGames.com die kostenlose Web-TV-Sendung SevenGames TV in englischer Sprache.

TV-Sendungen gratis im Internet

Das deutschsprachige Online-Angebot der ProSiebenSat.1 Group ist in den ersten drei Monaten weiter gewachsen. Aktuelle Folgen ausgewählter TV-Sendungen, darunter „Germany's Next Topmodel - by Heidi Klum“, können jetzt kostenlos und in voller Länge auf den Onlineseiten von Sat.1, ProSieben und kabel eins gesehen werden. Mit dem neuen Angebot im Internet schafft das Unternehmen nicht nur weitere attraktive Plattformen für Werbekunden, sondern spricht insbesondere jüngere Zuschauer formatnah an.

Die ProSiebenSat.1-Aktie

Die ProSiebenSat.1-Aktie an der Börse

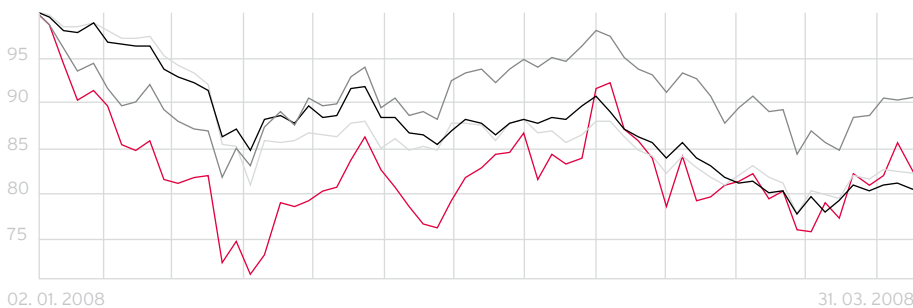
Anhaltende Turbulenzen auf den Finanzmärkten und Rezessionsängste in den USA führten zu Beginn des Jahres zu weiteren Kursverlusten an den nationalen und internationalen Börsen in allen Branchen. Der Kurssturz an den deutschen Aktienmärkten war von ungewöhnlich hohen Handelsumsätzen begleitet.

Die ProSiebenSat.1-Aktie konnte sich von den Auswirkungen der Finanzmarktkrise auf den Aktienmarkt nicht abkoppeln. Das Papier ging mit einem Schlusskurs von 13,70 Euro am letzten Börsentag im ersten Quartal 2008 aus dem Handel und verlor damit gegenüber dem Jahresanfang 17,6 Prozent. Die Vergleichsindizes DAX sowie der Euro Stoxx Media verzeichneten mit einem Minus von 17,8 Prozent beziehungsweise 19,4 Prozent Verluste in ähnlicher Höhe. Insgesamt wurden im Berichtszeitraum 62.987.793 ProSiebenSat.1-Aktien über das Handelssystem Xetra gehandelt. Das entspricht einem durchschnittlichen täglichen Handelsvolumen von 1.015.932 Stück (2007: 787.965 Stück).

Schwieriges Börsenumfeld prägt Kursentwicklung

ProSiebenSat.1-Aktie: Kursentwicklung

Index



■ ProSiebenSat.1 ■ Euro Stoxx Media ■ MDAX ■ DAX
Basis: Xetra-Schlusskurse, Index 100 = 2. Januar 2008; Quelle: Bloomberg

Die ProSiebenSat.1-Aktie im Handel

	02.01. - 31.03.2008
Höchster Börsenschlusskurs XETRA (in Euro)	16,62
Tiefster Börsenschlusskurs XETRA (in Euro)	11,85
Schlusskurs XETRA (in Euro)	13,70
Aktienumsatz XETRA (Durchschnittliches Handelsvolumen je Tag in Stück)	1.032.587

Rückkauf eigener Aktien

ProSiebenSat.1 Media AG hat rund ein Prozent der Vorzugsaktien zurückgekauft

Die ProSiebenSat.1 Media AG hält zum 3. April 2008 1.127.500 eigene Vorzugsaktien. Dies entspricht rund 1,0 Prozent der Gesamtzahl der Vorzugsaktien oder 0,5 Prozent des Grundkapitals der ProSiebenSat.1 Media AG. Die Aktien wurden im Zeitraum vom 7. März bis 3. April 2008 zu einem durchschnittlichen Kurs von 13,36 Euro je Stück erworben.

Periode	Erworbene Aktien in Stück	Gesamtwert in Mio Euro
07. - 31.03.2008	934.003	12,3
01. - 03.04.2008	93.497	2,8
Summe	1.127.500	15,1

Der Rückkauf dient in erster Linie dazu, Aktienoptionen im Rahmen des Long Term Incentive Plans zu bedienen. Die Gesellschaft hat diesen Aktienoptionsplan für Mitglieder des Vorstands und weitere ausgewählte Führungskräfte der ProSiebenSat.1 Group im Jahr 2005 aufgelegt. Grundlage für den Aktienrückkauf ist ein Beschluss der Hauptversammlung vom 17. Juli 2007, der die ProSiebenSat.1 Media AG ermächtigt, eigene Aktien gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG bis zu insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals zu erwerben. Die Ermächtigung gilt bis zum 16. Januar 2009.

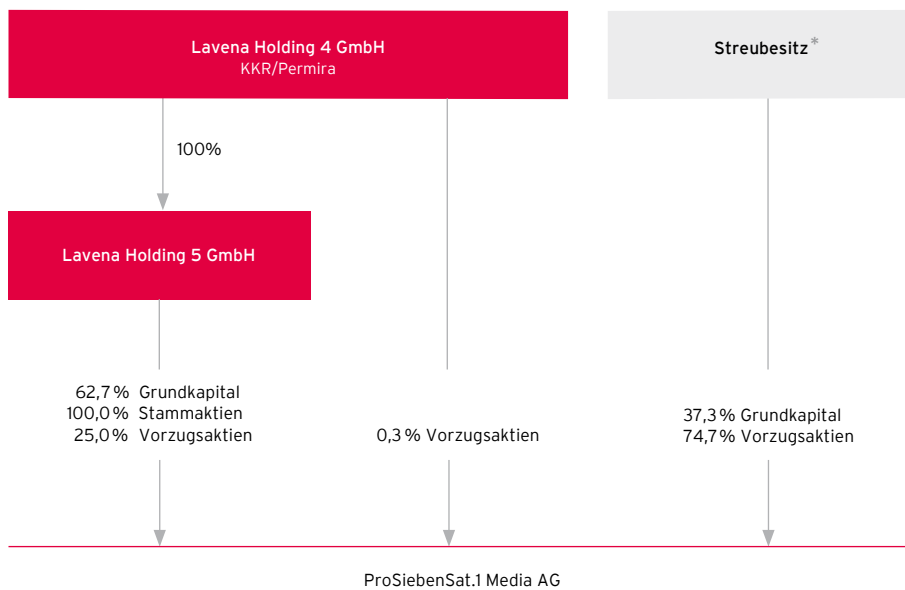
Der ProSiebenSat.1 Media AG stehen aus diesen eigenen Aktien keine Rechte zu. Von der Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar gehaltene eigene Aktien sind gemäß § 71b AktG nicht dividendenberechtigt. Sollte sich die Zahl der von der Gesellschaft gehaltenen eigenen Aktien bis zum Zeitpunkt der Hauptversammlung verändern, wird ein bei unveränderter Höhe der Dividende je dividendenberechtigter Inhaber-Vorzugsaktie beziehungsweise je dividendenberechtigter Namens-Stammaktie angepasster Gewinnverwendungsvorschlag unterbreitet werden. Der Gewinnverwendungsvorschlag für das Geschäftsjahr 2007 sieht vor, aus dem Bilanzgewinn in Höhe von 3,106 Mrd Euro eine Dividende von 1,23 Euro je nennwertloser Stammaktie und von 1,25 Euro je nennwertloser Vorzugsaktie zu zahlen.

Weitere Informationen zum Aktienrückkaufprogramm, zur Aktionärsstruktur sowie zum Dividendenvorschlag für das Geschäftsjahr 2007 finden Sie auf der ProSiebenSat.1-Unternehmenswebsite im Bereich Investor Relations. http://www.prosiebensat1.com/investor_relations

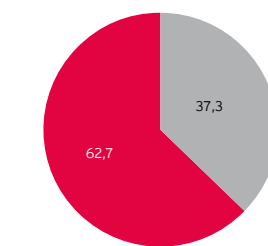
http://www.prosiebensat1.com/investor_relations

Gesellschafterstruktur der ProSiebenSat.1 Media AG

Die Lavena-Gesellschaften hielten zum 31. März 2008 durchgerechnet 100 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien und etwa 25,3 Prozent der nicht stimmberechtigten Vorzugsaktien von ProSiebenSat.1. Dies entspricht einer Beteiligung am Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media AG von durchgerechnet rund 62,7 Prozent. Die verbleibenden rund 37,3 Prozent der Vorzugsaktien, entsprechend rund 37,3 Prozent des Grundkapitals, befinden sich in Streubesitz (Free Float).



Verteilung des Grundkapitals In Prozent



Streubesitz*
Lavena Holding 4 GmbH

* davon eigene Aktien zum 3. April 2008: 1,0 Prozent der Vorzugsaktien bzw. 0,5 Prozent des Grundkapitals

Lavena 5 übernimmt ProSiebenSat.1-Anteile der Axel Springer AG

Zu Beginn des Geschäftsjahres 2008 hat die Axel Springer AG ihre Beteiligung an der ProSiebenSat.1 Media AG an die Lavena Holding 5 GmbH verkauft, eine Holdinggesellschaft, die von durch Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. (KKR) beziehungsweise Permira Beteiligungsberatung GmbH (Permira) beratene Fonds kontrolliert wird. Mit Vollzug des Kaufvertrages im Januar 2008 wurden sämtliche von Axel Springer gehaltene Anteile auf die Lavena Holding 5 GmbH – eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Lavena Holding 4 GmbH – übertragen. Dabei handelte es sich um mittelbar über die SAT.1 Beteiligungs GmbH gehaltene 12,0 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien und 12,0 Prozent der nicht stimmberechtigten Vorzugsaktien. Gleichzeitig ist die Axel Springer AG als Gesellschafter aus der SAT.1 Beteiligungs GmbH ausgeschieden, indem ihre Beteiligung an der SAT.1 Beteiligungs GmbH in Höhe von rund 48,2 Prozent des Stammkapitals von der Lavena Holding 5 GmbH erworben wurde. Durch die Verschmelzung der SAT.1 Beteiligungs GmbH auf die Lavena Holding 5 GmbH im März 2008 werden nun alle ProSiebenSat.1-Stammaktien von der Lavena Holding 5 unmittelbar gehalten.

Die entsprechenden Stimmrechtsmitteilungen sind abrufbar unter http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/dokument/

Veränderungen im Aufsichtsrat

Im Zusammenhang mit dem Verkauf der Anteile von Axel Springer haben Dr. Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender der Axel Springer AG, und Christian Nienhaus, damaliger Verlagsgeschäftsführer der Bild-Gruppe, ihre Mandate im Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG niedergelegt und sind mit Wirkung vom 15. Januar 2008 aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Über eine Neubesetzung der frei gewordenen Aufsichtsratssitze wird im Rahmen der Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG entschieden. Die nächste Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG findet am 10. Juni 2008 statt.

Informationen zur Hauptversammlung unter http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/hauptversammlung/1/

Nachtragsbericht

Wichtige Ereignisse nach Abschluss der Berichtsperiode

Klage gegen Regionalfensterverpflichtung erfolgreich

Das saarländische Mediengesetz fordert gemäß § 47 Abs. 3, dass mindestens in den zwei bundesweiten privaten Fernsehprogrammen mit der größten technischen Reichweite – unabhängig von der Art ihrer Verbreitung und im Rahmen der technischen Möglichkeiten – landesweite Fensterprogramme geschaltet werden müssen, deren Finanzierung durch den Veranstalter der bundesweiten Programme sicherzustellen ist. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat Ende 2006 gegen Bescheide der saarländischen Landesmedienanstalt (LMS), die eine Regionalfensterverpflichtung von Sat.1 im Saarland festgestellt haben, beim zuständigen Verwaltungsgericht Klage eingereicht. In der mündlichen Verhandlung am 18. April 2008 gab das Verwaltungsgericht der Klage statt und hob die belastenden Verwaltungsakte auf. Das Gericht stützte seine Entscheidung dabei auf verfahrensrechtliche Gründe.

Das weitere Vorgehen der Landesmedienanstalt (Berufung, Änderung der Satzung) ist noch offen. Vor diesem Hintergrund beteiligt sich die ProSiebenSat.1 Media AG auch weiterhin aktiv und auf breiter Ebene am gesellschaftlichen, medienpolitischen und rechtlichen Diskurs, um dieser drohenden Restriktion entgegenzuwirken. Die Finanzierung eines neuen Regionalfensters, die Sat.1 oder die ProSiebenSat.1 Media AG gewährleisten müsste, würde sich schätzungsweise auf rund fünf Mio Euro belaufen.

Änderungen im Vorstandsbereich

Axel Salzmann wird zum 11. Juni 2008 neuer Chief Financial Officer der ProSiebenSat.1 Media AG. Er tritt die Nachfolge von Lothar Lanz an und ist als Finanzvorstand künftig verantwortlich für Group Controlling, Finance und Investor Relations, Legal Affairs, Regulatory Affairs sowie Administration.

Peter Christmann, Vorstandsmitglied für Sales und Marketing, legt sein Mandat als Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG zu Ende Juni 2008 nieder. Guillaume de Posch, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG, übernimmt den Vorstandsbereich kommissarisch.

Weitere Ereignisse nach Ablauf des ersten Quartals 2008

Nach dem Ende des ersten Quartals 2008 bis zum 8. Mai 2008, dem Datum der Veröffentlichung dieses Finanzberichtes, sind keine Ereignisse eingetreten, die eine besondere Bedeutung für die Finanz-, Ertrags- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group haben.


Risikobericht

Im Zuge unserer geschäftlichen Aktivitäten sind wir einer Reihe von Risiken ausgesetzt, die untrennbar mit unserem unternehmerischen Handeln verbunden sind. Mit unserem Risikomanagementsystem können wir bestehende und künftige Gefahrenpotentiale frühzeitig identifizieren, analysieren, bewerten und deren effiziente Steuerung unterstützen. Die ProSiebenSat.1 Group betreibt zudem intensive Marktforschung in allen Bereichen, die sich aus ihrer Geschäftstätigkeit ergeben oder in denen das Unterneh-

men Risikopotential oder Chancen sieht. Im Zuge der Integration der SBS Broadcasting Group wurde das Risikomanagementsystem an die spezifischen Rahmenbedingungen der neu erworbenen Töchter angepasst. Die Risikokategorien wurden erweitert und eine Berichterstattung in den sechs Kategorien externe Risiken, Content, technologische Risiken, Sales, organisatorische und finanzwirtschaftliche Risiken sowie Compliance eingeführt.

Gesamtrisiko für das Unternehmen

In den ersten drei Monaten des Jahres 2008 haben sich im Vergleich zu den im Geschäftsbericht für das Jahr 2007 ausführlich dargestellten Risiken keine weiteren wesentlichen Risiken ergeben. Auch nach Ablauf der Berichtsperiode sind keine Ereignisse eingetreten oder Risiken erkennbar, die zu einer veränderten Beurteilung der Risikolage führen könnten. Wichtige Themen im Berichtszeitraum waren unter anderem die Entwicklung allgemeiner externer Faktoren und vor allem des Werbemarktes sowie die Marktakzeptanz des Ende 2007 eingeführten Verkaufsmodells für Werbezeiten in Deutschland.

Diese Faktoren werden im Prognosebericht erläutert.  Eine detaillierte Darstellung der einzelnen Unternehmensrisiken sowie eine Beschreibung des Risikomanagementsystems des Konzerns befinden sich im Geschäftsbericht 2007 ab Seite 50.

 Prognosebericht

Prognosebericht

Chancenbericht

Marktchancen und künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Konjunkturelle Entwicklung in Europa

Bei den folgenden Ausführungen wurde die veröffentlichte Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2008 berücksichtigt.

Laut aktuellem Frühjahrsgutachten dürften die Auswirkungen der schwächelnden US-Wirtschaft auf die Weltwirtschaft und den Euro-Raum weiterhin begrenzt sein. 2008 ist zwar damit zu rechnen, dass Faktoren wie verschlechterte Finanzierungsbedingungen, die angespannte US-Konjunktur und der starke Euro das Wachstum bremsen, den Aufschwung insgesamt aber nicht gefährden. Die Forscher rechnen in ihrem Gemeinschaftsgutachten mit einem realen Wachstum der Weltwirtschaft um 2,7 Prozent. Für die **Europäische Union (EU27)** prognostizieren sie ein Plus von 1,9 Prozent. Das starke Wachstum der mittel- und osteuropäischen Mitgliedsländer dürfte sich bei nur leicht gedämpfter Dynamik fortsetzen. Im Gegensatz zu den anderen osteuropäischen Märkten, deren Konjunktur sich vor allem auf den Import stützt, wurde die Inlandsnachfrage in Ungarn zuletzt durch ein Sparprogramm zur Sanierung der öffentlichen Finanzen stark gedrosselt. Dennoch besteht 2008 auch hier die Aussicht auf ein moderates Wachstum.

Die Wirtschaft in der **Euro-Zone** dürfte sich – obwohl zentrale Indikatoren wie die Industrieproduktion zu Jahresbeginn noch nach oben weisen – im Jahresverlauf abschwächen. Nach einem realen Plus von 2,6 Prozent im vergangenen Jahr, prognostizieren die Wirtschaftsforschungsinstitute für das Brutto-Inlandsprodukt 2008 nur noch einen Anstieg um 1,7 Prozent. Die konjunkturelle Entwicklung innerhalb des Euro-Raums wird nicht nur von der US-Finanzmarktkrise und dem starken Euro-Kurs gedämpft. Belastend wirken auch die stark gestiegenen Energie- und Nahrungsmittelpreise sowie die restriktive Finanzpolitik der Europäischen Zentralbank.

In **Deutschland** dürfte die Konjunktur nach einem schwungvollen Jahresbeginn ebenfalls an Dynamik verlieren. Vor dem Hintergrund der negativen außenwirtschaftlichen Impulse auf die Exportnation Deutschland wird ein Wirtschaftswachstum von 1,8 Prozent prognostiziert und damit ein deutlich geringeres Wachstum als

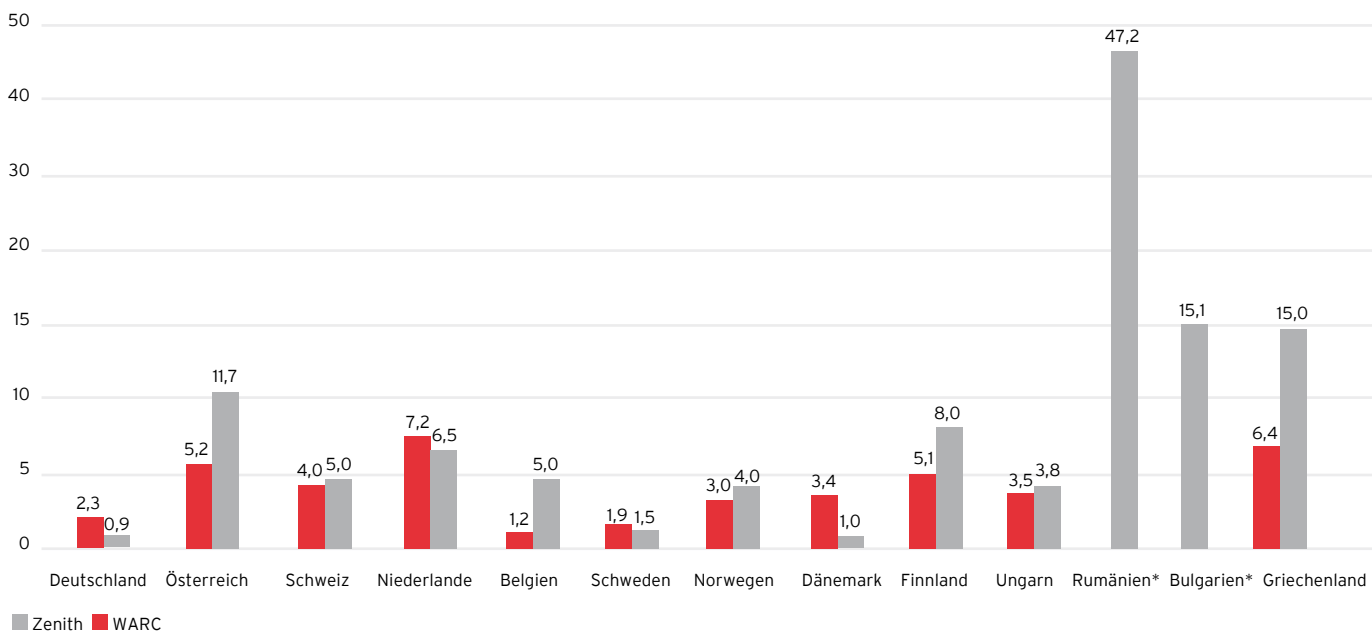
in den beiden vorangegangenen Jahren (2006: +2,9%, 2007: +2,5%). Gleichzeitig könnte es zu einem Wechsel der konjunkturellen Zugpferde kommen: Während Export und Investitionen wahrscheinlich nachlassen, könnte sich der private Konsum wieder spürbar beleben. Argumente dafür sind Einkommenszuwächse und die steigende Beschäftigungsquote. Die Konjunkturrexperten rechnen mit einem realen Zuwachs der privaten Konsumausgaben von 0,8 Prozent. Voraussetzung für die positive Entwicklung des privaten Konsums ist allerdings, dass sich der momentane Preisanstieg im Jahresverlauf abmildert.

Entwicklung des Werbemarkts in den für ProSiebenSat.1 wesentlichen Märkten

Der TV-Werbemarkt weist eine hohe Korrelation zu makroökonomischen Entwicklungen auf. Dementsprechend spiegeln sich die prognostizierten Entwicklungen von Bruttoinlandsprodukt und privatem Konsum zumeist in der jeweils erwarteten Dynamik der Werbemärkte wider: Für Länder mit einem starken Wirtschaftswachstum wie Rumänien und Bulgarien ist daher ein deutlich überdurchschnittliches Wachstum der Werbeinvestitionen zu erwarten. Für Deutschland erwartet ZenithOptimedia für 2008 ein TV-Wachstum von 0,9 Prozent. Das World Advertising Research Center (WARC) geht davon aus, dass der deutsche TV-Werbemarkt 2008 um 2,3 Prozent zulegen wird. Alle anderen Märkte, in denen die ProSiebenSat.1 Group aktiv ist, sollen den Prognosen zufolge stärker wachsen als Deutschland.

Entwicklung des Werbemarkts in den für die ProSiebenSat.1 Group wichtigen Ländern

TV-Werbeausgaben (netto) in Prozent (Veränderung 08 vs. 07 zu aktuellen Preisen)



*WARC Prognose ist für Rumänien und Bulgarien nicht verfügbar.

Quelle: WARC 03/2008, ZenithOptimedia 03/2008. Zahlen auf Nettobasis angepasst. Methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen.

Die weitere Entwicklung des TV-Werbemarktes ist jedoch noch nicht mit endgültiger Sicherheit abzusehen. Konjunkturprognosen stehen immer unter Vorbehalt und unterliegen Unsicherheiten. Insbesondere der TV-Werbemarkt ist von einem kurzfristigen Buchungsverhalten der Werbekunden gekennzeichnet und reagiert auf die zyklischen Schwankungen der Wirtschaft besonders empfindlich.

Geringe Visibilität des Werbemarktes


Unternehmensstrategische Chancen und künftige strategische Ausrichtung

Die Strategie der ProSiebenSat.1 Group ist unverändert auf nachhaltiges profitables Wachstum ausgelegt. Der Erwerb der SBS Broadcasting Group hat unserem Unternehmen neue interessante strategische Wachstumschancen eröffnet. Zum Zeitpunkt der

Akquisition war ProSiebenSat.1 ein führendes TV-Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Durch den Zusammenschluss mit SBS haben wir eine neue Größenordnung erreicht. Die ProSiebenSat.1 Group ist nun die einzig echte TV-Senderfamilie in Europa. SBS passt operativ und strategisch hervorragend zu ProSiebenSat.1. Zudem ergänzen sich die beiden Unternehmensteile durch ihre Organisationsstrukturen: Alle Free-TV-Sender sind hundertprozentige Tochtergesellschaften. Dadurch ergeben sich Wettbewerbsvorteile für die Produktion und Verwertung von Programminhalten. Durch die vollständige Integration der Konzerntöchter und die Zentralisierung von Prozessen können Synergieeffekte und Kosteneinsparungen optimal realisiert werden. Durch den Zusammenschluss mit SBS haben sich jedoch nicht nur zusätzliche Wachstumsperspektiven eröffnet. Aufgrund des breiten Medienportfolios und der Aufstellung in 13 Ländern hat der integrierte Konzern seine Abhängigkeit von den Schwankungen einzelner Märkte deutlich vermindert und damit sein Chancen-Risikenprofil insgesamt optimiert.

Unsere starke Marktposition in Europa werden wir durch Konzentration auf die eigenen Stärken festigen. Im **Kerngeschäft werbefinanziertes Fernsehen** sehen wir durch den hohen Bekanntheitsgrad unserer Programme und die große Bedeutung unserer Free-TV-Marken in den jeweiligen lokalen Märkten unverändert gute Wachstumschancen.

Um wettbewerbsfähig zu bleiben, setzen wir neben dem Ausbau des Kerngeschäfts Fernsehen unsere **Diversifikationsstrategie** fort. Indem wir unsere Programme über alle verfügbaren medialen Plattformen verbreiten, stärken wir unsere Präsenz in der digitalen Medienwelt und erschließen zugleich zusätzliche, vom TV-Werbemarkt unabhängige Erlösquellen.

Mit der **Schaffung einer führenden operativen Plattform** verwirklichen wir unser drittes Unternehmensziel und treten nun in eine neue strategische Phase ein. Die Umstellung auf eine bandlose und damit erstmals volldigitale technologische Infrastruktur ermöglicht uns die europaweite Verwertung von TV-Inhalten auf allen Verbreitungswegen. Dies bedeutet einen weiteren Wettbewerbsvorteil für den pan-europäischen TV-Konzern: Die Transformation ermöglicht es, im europäischen Medien- und Unterhaltungsmarkt schneller und flexibler zu agieren. Gleichzeitig kann der Konzern durch diese technologische Innovation operative Kosten senken und seine Effizienz mittels Standardisierung und Zentralisierung von Prozessen steigern. 

Unternehmensausblick

Erwartungen an den Geschäftsverlauf des Konzerns

Die Gruppe hat entscheidende Schritte unternommen, um die Umsetzung ihrer Strategie durch die Implementierung eines Actionplans zu beschleunigen. Das neue Verkaufsmodell für den deutschen Markt ist angepasst worden, um seine Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern. Das Unternehmen ist zuversichtlich, mit dem angepassten Modell im zweiten Halbjahr Marktanteile zurückzugewinnen. Die Gruppe hat sich darüber hinaus entschlossen, die deutsche Werbeverkaufsorganisation zu restrukturieren, um dem deutschen Markt nach der Veränderung des Verkaufsmodells besser gerecht zu werden und das Unternehmen besser für die Herausforderungen und Chancen der Digitalisierung zu positionieren.

Im Zusammenhang mit den Unsicherheiten aufgrund des Werbezeiten-Verkaufsmodells in Deutschland, die auch noch das zweite Quartal 2008 betreffen werden, hat die Gruppe beschlossen, einen Kostensenkungsplan von 70 Mio Euro im Vergleich zum ursprünglich geplanten Budget für 2008 umzusetzen. Kostenersparnisse resultieren aus einer Reduktion der Vertriebs- und Verwaltungskosten und einer optimierten Nutzung des existierenden Programmvermögens. Die Gruppe wird weiterhin aktiv in die Entwicklung neuer Programme investieren.

Ein besonderer Fokus der Gruppe in den vergangenen Monaten lag bei Sat.1. Der Sender steigerte im Jahrestrend 2008 (Januar bis April) seinen durchschnittlichen Marktanteil in der werberelevanten Zielgruppe auf 11,0 Prozent im Vergleich zu 10,5 Prozent im Vor-


Wachstumschancen für den pan-europäischen Konzern

- **Größenvorteile und Synergiepotentiale**
- **Mehrfachverwertung von Inhalten**
- **Internationalisierung der Geschäftstätigkeiten**

Unser Leitmotiv - The power of television


Zusätzliche Erlösquellen durch crossmediale und geografische Diversifikation


Wettbewerbsvorteil durch volldigitale Technologien

 **Wichtige Ereignisse im ersten Quartal 2008**

jahr. Insgesamt hat die deutsche Senderfamilie aus Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 ihren Zuschauermarktanteil im Jahrestrend auf 29,3 Prozent (Zuschauer 14-49, Januar bis April) gegenüber 28,8 Prozent im Vorjahreszeitraum verbessert.

Schließlich hat die Gruppe erste Schritte für die Digitalisierung der Arbeitsabläufe bei ProSiebenSat.1 Produktion eingeleitet, indem mit IBM ein Outsourcing-Vertrag über IT-Dienstleistungen geschlossen wurde.

Die Gruppe erwartet, im Gesamtjahr 2008 ihr Ergebnis gegenüber dem Vorjahr weiter verbessern zu können. Dazu werden die ganzjährige Konsolidierung von SBS sowie Synergien im Zuge der Integration beitragen. Den bisherigen Verlauf des Integrationsprozesses schätzen wir aufgrund unserer Erfolge, die wir im ersten Quartal insbesondere im Programmbereich realisieren konnten, weiterhin zuversichtlich ein. 

Hohes Synergiepotential  Programm

Blockbuster, Free-TV-Premieren und Filmhighlights



Wir bringen Hollywood-Kino ins Wohnzimmer: In den kommenden Monaten erwarten die Zuschauer auf den Sendern der ProSiebenSat.1 Group wieder zahlreiche Blockbuster, darunter „Into the Blue“ (z.B. ProSieben, D), „Mr. & Mrs. Smith“ (z.B. VT4, B), „Krieg der Welten“ (z.B. TVNORGE, NO) und „Die Geisha“ (z.B. Net 5, NL). Free-TV-Premieren wie „Barfuss“ mit Til Schweiger (Sat.1, D) und „München“ (z.B. Kanal 5, DK) sowie All-Time-Classics wie „American Beauty“ (z.B. kabel eins, D) und die komplette Indiana-Jones-Reihe (z.B. TV2, HUN) sorgen europaweit für perfekte TV-Unterhaltung.

US-Top-Serien und mehr



Ob „Grey’s Anatomy“ (z.B. VIJFtv, B), „Dr. House“ (z.B. SBS 6, NL), „CSI: Miami“ (z.B. Kanal 5, DK) oder „Navy CIS“ (z.B. Sat.1, D): die ProSiebenSat.1 Group bietet ihren Zuschauern die besten US-Serien. Mit attraktiven Neustarts wie „Damages“ (z.B. kabel eins, D) oder Klassikern wie „Desperate Housewives“ (z.B. Net 5, NL) sorgt die europäische Senderfamilie für hochwertige TV-Momente. Zu den nationalen Serien-Highlights der nächsten Monate gehören aufwändig produzierte Eigenproduktionen wie „Unschuldig“ (ProSieben, D) oder „Vermisst“ (VT4, B).

TV-Shows für jeden Geschmack



Wer wird „Germany’s next Topmodel“? Das zweite Quartal hält nicht nur das Finale der großen ProSieben-Show bereit. Mit „Holland’s got Talent“ (SBS 6, NL) und der skandinavischen Gemeinschaftsproduktion „So you think you can dance!“ (z.B. TVNORGE, NOR) starten gleich mehrere Show-Höhepunkte auf den Sendern der ProSiebenSat.1 Group. Weiter im Programm: erfolgreiche Formate wie „The Block“ (z.B. VT4, B), „The Singing Bee“ (TV2, HUN) und „Nur die Liebe zählt“ (Sat.1, D).

Doku-Serien, Infotainment und Comedy



In den kommenden Monaten sorgen neue Formate wie „Tränen am Terminal“ (kabel eins, D), „Teenage Moms“ (SBS 6, NL) und „FC Nerds“ (VT4, B) für unterhaltsames Dokutainment auf den Sendern der ProSiebenSat.1 Group. Richtig komisch wird es freitags zu später Stunde in Sat.1, wenn Late-Night-Talker Niels Ruf on Air geht. Etablierte lokale Produktionen wie „Andenes Makt“ (TVNORGE, NO) oder Reiseshow wie „Where is the Mol?“ (VIJFtv, B) bieten den Zuschauern weiterhin informative Unterhaltungsformate.

Nachrichten und Sport



Aktuelle Nachrichten rund um die Uhr sowie Hintergrundberichte und Reportagen - das bietet N24 seinen Zuschauern. Darüber hinaus übertragen die Sender der ProSiebenSat.1 Group in der ersten Jahreshälfte 2008 jede Menge sportliche Highlights, darunter die Top-Spiele in der UEFA Champions League und im UEFA Cup (z.B. Sat.1, D), die Fußball-Europameisterschaft (exklusiv auf VT4, B) und Tennis vom Feinsten aus Wimbledon (Net 5, NL).

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group

	Q1 2008	Q1 2007	Veränderung	Veränderung in %
Tsd Euro				
1. Umsatzerlöse	729.070	501.183	227.887	45%
2. Herstellungskosten	-501.127	-335.294	165.833	49%
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	227.943	165.889	62.054	37%
4. Vertriebskosten	-114.367	-55.440	58.927	106%
5. Verwaltungskosten	-67.242	-41.515	25.727	62%
6. Sonstige betriebliche Erträge	3.546	2.950	596	20%
7. Betriebsergebnis	49.880	71.884	-22.004	-31%
8. Gewinn- und Verlustanteile an assoziierten Unternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden	2.011	71	1.940	- / -
9. Sonstiges finanzielles Ergebnis	- / -	5	-5	-100%
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.472	912	1.560	171%
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-62.757	-5.136	57.621	- / -
12. Zinsergebnis	-60.285	-4.224	-56.061	- / -
13. Sonstige Finanzierungsaufwendungen	-146	-223	-77	-35%
14. Finanzergebnis	-58.420	-4.371	-54.049	- / -
15. Ergebnis vor Steuern	-8.540	67.513	-76.053	-113%
16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	2.519	-25.687	-28.206	-110%
17. Konzernfehlbetrag / -überschuss	-6.021	41.826	-47.847	-114%
Gewinne die den				
Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG	-7.935	40.630	-48.565	-120%
Minderheitenanteile	1.914	1.196	718	60%
zuzurechnen sind				
Euro				
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Stammaktie nach IAS 33 *	-0,04	0,19	-0,23	-121%
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie nach IAS 33 *	-0,04	0,19	-0,23	-121%

* dabei berücksichtigtes Periodenergebnis: -7,9 Mio Euro [Vgl.periode: 40,6 Mio Euro];
dabei berücksichtigte Anzahl der Stamm- und Vorzugsaktien: 218.664 Tsd Stück [Vgl.periode 218.797 Tsd Stück]

Konzern-Bilanz der ProSiebenSat.1 Group

AKTIVA	31.03.2008	31.03.2007	Veränderung	31.12.2007	Veränderung
Tsd Euro					
A. Langfristige Aktiva					
I. Immaterielle Vermögenswerte	3.526.507	331.867	3.194.640	3.540.371	-13.864
II. Sachanlagen	263.715	225.835	37.880	267.869	-4.154
III. Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen	4.587	6.462	-1.875	4.583	4
IV. Sonstige finanzielle Vermögenswerte	58.377	3.530	54.847	70.508	-12.131
V. Programmvermögen	916.585	686.225	230.360	917.110	-525
VI. Forderungen und Sonstige langfristige Vermögenswerte	14.345	1.547	12.798	14.091	254
VII. Latente Steueransprüche	72.309	- / -	72.309	50.708	21.601
	4.856.425	1.255.466	3.600.959	4.865.240	-8.815
B. Kurzfristige Aktiva					
I. Programmvermögen	373.799	380.564	-6.765	400.575	-26.776
II. Vorräte	6.180	5.209	971	4.849	1.331
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	235	249	-14	264	-29
IV. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuer	61.175	53.305	7.870	34.109	27.066
V. Forderungen und Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	440.174	240.316	199.858	442.962	-2.788
VI. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	296.350	95.545	200.805	250.847	45.503
	1.177.913	775.188	402.725	1.133.606	44.307
Summe der Aktiva	6.034.338	2.030.654	4.003.684	5.998.846	35.492
PASSIVA	31.03.2008	31.03.2007	Veränderung	31.12.2007	Veränderung
Tsd Euro					
A. Eigenkapital					
I. Gezeichnetes Kapital	218.797	218.797	- / -	218.797	- / -
II. Kapitalrücklage	546.987	589.949	-42.962	546.987	- / -
III. Erwirtschaftetes Eigenkapital	334.711	486.373	-151.662	342.646	-7.935
IV. Eigene Anteile	-12.335	- / -	-12.335	- / -	-12.335
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	-120.424	-8.180	-112.244	-56.539	-63.885
VI. Gezeichnetes Kapital und Rücklagen, die den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzuordnen sind	967.736	1.286.939	-319.203	1.051.891	-84.155
VII. Minderheitenanteile am Eigenkapital	16.639	6.679	9.960	10.435	6.204
	984.375	1.293.618	-309.243	1.062.326	-77.951
B. Langfristige Passiva					
I. Langfristige Darlehen und Kredite	3.579.305	183.656	3.395.649	3.577.297	2.008
II. Rückstellungen	10.428	6.183	4.245	11.308	-880
III. Langfristige finanzielle Verbindlichkeiten	303.191	115.132	188.059	201.420	101.771
IV. Latente Steuerschulden	203.100	2.143	200.957	207.272	-4.172
	4.096.024	307.114	3.788.910	3.997.297	98.727
C. Kurzfristige Passiva					
I. Kurzfristige Darlehen und Kredite	132.034	2.160	129.874	2.196	129.838
II. Rückstellungen	154.719	115.503	39.216	177.819	-23.100
III. Kurzfristige finanzielle Verbindlichkeiten	485.319	296.852	188.467	532.706	-47.387
IV. Steuerverbindlichkeiten aus Ertragsteuern	581	1.364	-783	1.706	-1.125
V. Übrige Verbindlichkeiten	181.286	14.043	167.243	224.796	-43.510
	953.939	429.922	524.017	939.223	14.716
Summe der Passiva	6.034.338	2.030.654	4.003.684	5.998.846	35.492

Konzern-Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd Euro	Q1 2008	Q1 2007
Konzernfehlbetrag / -überschuss (nach Minderheitenanteilen)	-7.935	40.630
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Anlage- und Umlaufvermögen	34.933	10.118
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Programmvermögen	353.955	247.989
Veränderung der Steuerrückstellungen [inkl. Veränderung latenter Steuern]	-39.153	24.947
Veränderung der sonstigen Rückstellungen	-6.598	-3.179
Ergebnisse aus der Equity-Bewertung und sonstigen zahlungsunwirksamen Veränderungen aus Finanzanlagen	14	-71
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	-29	- / -
Unrealisierte Währungsdifferenzen	3.850	- / -
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	- / -	5.412
Cash-flow	339.037	325.846
Veränderung der Vorräte	-1.332	-903
Veränderung der unverzinslichen Forderungen und Sonstiger Vermögenswerte	-28.799	-49.237
Veränderung der unverzinslichen Verbindlichkeiten	-43.612	17.246
Cash-flow aus der betrieblichen Tätigkeit	265.294	292.952
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	12.745	1.219
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-10.661	-5.296
Auszahlungen für Finanzanlagen	-327	-506
Einzahlungen aus Abgängen von Programmvermögen	21.032	9.173
Auszahlungen für Investitionen in das Programmvermögen	-351.645	-269.885
Auswirkungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises (Zugang)	-10.381	3.814
Sonstige Änderungen des Eigenkapitals	795	1.089
Cash-flow aus der Investitionstätigkeit	-338.442	-260.392
Free Cash-flow	-73.148	32.560
Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	-860	-810
Zuführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	131.846	255
Erwerb eigener Aktien	-12.335	- / -
Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit	118.651	-555
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	45.503	32.005
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Geschäftsjahresanfang	250.847	63.540
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	296.350	95.545
Im Cash-flow aus der betrieblichen Tätigkeit sind folgende Ein- und Auszahlungen gemäß IAS 7 enthalten:		
Cash-flow aus Ertragsteuern	-36.483	-30.626
Cash-flow aus gezahlten Zinsen	-65.502	-711
Cash-flow aus erhaltenen Zinsen	2.445	460

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group in Q1 2007

Tsd Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Konzerneigenkapital		Anteile Dritter am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital
					Ausgleichs-posten aus der FW-Um-rechnung	Bewertung von Cash-flow-Hedges und Änderung von Zins-Swaps		
31. Dezember 2006	218.797	584.537	445.743	- / -	-458	-9.144	1.049	1.240.524
Veränderung des Konsolidierungskreises	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	4.440	4.440
Aktienoptionsplan	- / -	5.412	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	5.412
Veränderung der direkt im Eigenkapital zu erfassenden Aufwendungen und Erträge	- / -	- / -	- / -	- / -	-101	1.523	-6	1.416
Konzernüberschuss	- / -	- / -	40.630	- / -	- / -	- / -	1.196	41.826
31. März 2007	218.797	589.949	486.373	- / -	-559	-7.621	6.679	1.293.618

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group in Q1 2008

Tsd Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Konzerneigenkapital		Anteile Dritter am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital
					Ausgleichs-posten aus der FW-Um-rechnung	Bewertung von Cash-flow-Hedges und Änderung von Zins-Swaps		
31. Dezember 2007	218.797	546.987	342.646	- / -	-16.073	-40.466	10.435	1.062.326
gezahlte Dividenden	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-3.675	-3.675
Veränderung des Konsolidierungskreises	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	7.843	7.843
Erwerb eigener Aktien	- / -	- / -	- / -	-12.335	- / -	- / -	- / -	-12.335
Veränderung der direkt im Eigenkapital zu erfassenden Aufwendungen und Erträge	- / -	- / -	- / -	- / -	-5.408	-58.477	122	-63.763
Konzernfehlbetrag	- / -	- / -	-7.935	- / -	- / -	- / -	1.914	-6.021
31. März 2008	218.797	546.987	334.711	-12.335	-21.481	-98.943	16.639	984.375

Anhang

Grundlagen und Methode

Als börsennotiertes Unternehmen hat die ProSiebenSat.1 Media AG ihren verkürzten Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2008 in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards [IFRS], wie sie in der EU anzuwenden sind, erstellt.

Der Konzernzwischenabschluss zum 31. März 2008 wurde auf Basis des IAS 34 ‚Zwischenberichterstattung‘ erstellt.

Die Bilanzierung und Bewertung sowie die Erläuterungen und Angaben zum Konzern-Zwischenabschluss für das erste Quartal des Geschäftsjahres 2008 basieren grundsätzlich auf denselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2007 zu Grunde lagen.

Zur Verbesserung der Klarheit der Darstellung in der Gewinn- und Verlustrechnung wurden im Quartalsabschluss die Positionen Erträge aus Beteiligungen und Erträge aus Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens zusammengefasst und im Anhang erläutert.

Für weiter gehende Angaben zu den angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2007, der die Grundlage für den vorliegenden Quartalsabschluss darstellt.

Konsolidierungskreis

Die Anzahl der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2008 wie folgt geändert:

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2007	46	130	176
Neu gegründete/konsolidierte Unternehmen	1	3	4
Fusionierte/endkonsolidierte Unternehmen	- / -	- 4	- 4
Einbezogen zum 31.03.2008	47	129	176

Der ProSiebenSat.1 Media AG steht an diesen Gesellschaften unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte zu. 15 [zum 31. Dezember 2007: 15] assoziierte Unternehmen werden nach der Equity-Methode erfasst.

Erwerb der TV2 Saturn AS

Mit Wirkung zum 1. März 2008 hat die SBS Radio Norge AS 100 Prozent der TV2 Saturn AS mit Sitz in Oslo/Norwegen erworben. Der Kaufpreis für die erworbenen Anteile beträgt insgesamt 7.945 Tsd Euro. Für den gleichen Betrag veräußerte im Gegenzug dazu die SBS Belgium NV 23 % ihrer Anteile an der SBS Radio Norge AS an den bisherigen Anteilseigner der TV2 Saturn AS. Somit ist die ProSiebenSat.1 Gruppe nunmehr mit 77 Prozent an der SBS Radio Norge AS

beteiligt. Zum 1. März 2008 wurde die TV2 Saturn AS erstmals als voll konsolidiertes Unternehmen in den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG einbezogen. Die TV2 Saturn AS ist Betreiberin eines Radiosenders in Norwegen.

Unmittelbar vor Erwerb stellte sich die Vermögenslage der TV2 Saturn AS wie folgt dar:

Tsd Euro	
Immaterielle Vermögenswerte	9.814
Langfristige Aktiva	615
Kurzfristige Aktiva	396
Darlehen und Verbindlichkeiten	-2.880

Weitere Angaben gemäß IFRS 3 können zum jetzigen Zeitpunkt nicht gemacht werden, da mit der Kaufpreisallokation erst mit Vollzug des Kaufvertrags begonnen und bis zum Berichtszeitpunkt noch nicht abgeschlossen wurde.

Steuern vom Einkommen und Ertrag

Die Ermittlung des Ertragsteueraufwandes/-ertrages erfolgt gem. IAS 34.30 auf Grundlage der besten Schätzung des gewichteten durchschnittlichen jährlichen Ertragsteuersatzes (Konzernsteuerquote).

Nicht fortgeführte Geschäftsbereiche

Mit Vertrag vom 31. März 2008 hat die ProSiebenSat.1 Group ein Outsourcing Agreement mit IBM abgeschlossen. In diesem Zusammenhang wird IBM alle IT-Business-Applikationen, die IT- und Mediensysteme der ProSiebenSat.1 Produktion übernehmen und ausbauen. Gleichzeitig wird die ProSiebenSat.1 Group ein neues Playout-Center in München aufbauen. Die TV-Kanäle der Gruppe werden damit künftig über die zentralen europaweiten Playout-Center in München und London-Chiswick ausgestrahlt. Damit wird ein Verkauf der gesamten ProSiebenSat.1 Produktion vorerst nicht weiterverfolgt. Aus diesem Grund erfolgt der Ausweis der ProSiebenSat.1 Produktion entgegen der Darstellung im Konzernjahresabschluss der ProSiebenSat.1 Group nicht mehr unter als zur Veräußerung gehaltene Gruppen von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten.

Im April hat die ProSiebenSat.1 Group verstärkt Aktivitäten begonnen, um einen möglichen Verkauf der C More Group und der Print Aktivitäten um Veronica in den nächsten Monaten zu realisieren. Da die Kriterien nach IFRS 5 zum Berichtstichtag nicht erfüllt waren, werden diese Aktivitäten nicht als zur Veräußerung gehalten klassifiziert.

Vorgesehen ist der Verkauf der gesamten C More Group mit seinen Premium Pay TV-Aktivitäten. C More Entertainment ist der führende Anbieter von Pay-TV Angeboten, wie Premium Spielfilmen und Premium Sportsendungen in

Schweden, Norwegen, Dänemark und Finnland.

Ebenso wird ein Verkauf von Veronica mit seinen Print Aktivitäten angestrebt. Veronica ist mit Veronica Magazine, einer wöchentlich erscheinenden Programmzeitschrift, führend in den Niederlanden.

C More wie auch Veronica sind dem Segment Diversifikation zugeordnet.

Segmentberichterstattung

Entsprechend den Regeln von IFRS 8 [„Operating Segments“] sind einzelne Zwischenabschlusssdaten nach Segmenten und Regionen getrennt darzustellen, wobei sich die Aufgliederung an der internen Berichterstattung orientiert, die eine zuverlässige Einschätzung der Risiken und Erträge des Konzerns ermöglicht. Durch die Segmentierung sollen Ertragskraft und Erfolgsaussichten der einzelnen Aktivitäten des Konzerns transparent gemacht werden. Der ProSiebenSat.1-Konzern grenzt das primäre Segmentberichtsformat in Übereinstimmung mit seiner internen Steuerung nach Geschäftsfeldern ab.

Die ProSiebenSat.1 Group unterteilt ihre Geschäftsbereiche in Free-TV und Diversifikation. Der Bereich Free-TV wird in die Segmente Free-TV im deutschsprachigen Raum und Free-TV International unterteilt.

Dem Bereich Free-TV im deutschsprachigen Raum werden im Wesentlichen die Sender Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 sowie die Sat.1-Regionalgesellschaften, der Vermarkter SevenOne Media, die Tochter ProSiebenSat.1 Produktion sowie die Konzerntöchter in Österreich und der Schweiz zugeordnet. Zum Bereich Free-TV International gehören die werbefinanzierten TV-Sender in den Niederlanden, Belgien, Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden, Rumänien, Bulgarien und Ungarn. Im Segment Diversifikation werden alle Tochterunternehmen gebündelt, die ihre Erlöse nicht direkt durch klassische TV-Werbeeinnahmen generieren, dazu gehören Aktivitäten im Bereich Pay-TV, Call-TV, Multimedia, Merchandising und Radio bis zu verwandten Print-Produkten.

Im Rahmen der sekundären Segmentberichterstattung nach geografischen Märkten wird unterschieden nach deutschsprachigem Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz), NL/B (Niederlande, Belgien), Nordic (Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden) und CEE (Bulgarien, Griechenland, Rumänien, Ungarn). Auf eine Darstellung von Vorjahres- Vergleichszahlen wird verzichtet, da im Vergleichszeitraum 2007 Umsatzerlöse ausschließlich im deutschsprachigen Raum erzielt wurden.

Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Überleitungen	Summe Konzernabschluss Q1 2008
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV*			
Umsatzerlöse	433.022	177.427	610.449	137.641	-19.020	729.070
Außenumsätze	417.135	176.015	593.150	135.920	- / -	729.070
Innenumsätze	15.887	1.412	17.299	1.721	-19.020	- / -
EBITDA Recurring	57.626	27.518	85.144	4.013	-696	88.461

Geografische Aufteilung

	Deutschsprachig	B/NL	Nordic	CEE	Überleitungen	Summe Konzernabschluss Q1 2008
Umsatzerlöse	496.769	86.662	130.589	33.323	-18.273	729.070
Außenumsätze	479.414	86.662	129.671	33.323	- / -	729.070
Innenumsätze	17.355	- / -	918	- / -	-18.273	- / -

Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Überleitungen	Summe Konzernabschluss Q1 2007
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV*			
Umsatzerlöse	456.411	- / -	456.411	64.066	-19.294	501.183
Außenumsätze	438.559	- / -	438.559	62.624	- / -	501.183
Innenumsätze	17.852	- / -	17.852	1.442	-19.294	- / -
EBITDA Recurring	70.709	- / -	70.709	11.544	-129	82.124

* konsolidiert

Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen

Neben den in den Konzern-Zwischenabschluss einbezogenen Tochterunternehmen steht die ProSiebenSat.1 Media AG unmittelbar oder mittelbar in Ausübung der normalen Geschäftstätigkeit mit verbundenen, nicht konsolidierten Unternehmen und assoziierten Unternehmen in Beziehung. Im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit wurden sämtliche Liefer- und Leistungsbeziehungen, die mit den nicht in den Konsolidierungskreis einbezogenen Unternehmen geschlossen wurden, zu marktüblichen Bedingungen und Konditionen durchgeführt, wie sie auch mit konzernfremden Dritten üblich sind. Harry Evans Sloan ist Mitglied des Aufsichtsrates der ProSiebenSat.1 Media AG und Chairman des Board of Directors sowie CEO der Metro-Goldwyn-Mayer Holdings, Inc. (MGM). Zwischen der MGM Holding Inc. und der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Berichtszeitraum verschiedene Lizenzverträge im Rahmen der üblichen Geschäftstätigkeit geschlossen wurden. Die Verträge entsprechen marktüblichen Konditionen.

Es wurden keine weiteren wesentlichen berichtspflichtigen Geschäftsvorfälle nach IAS 24 mit nahestehenden Personen und Unternehmen im Berichtszeitraum geschlossen.

Weitere Informationen

Finanzkalender

Geschäftsbericht 2007	28. März 2008
Quartalsbericht Q1 2008	8. Mai 2008
Ordentliche Hauptversammlung 2008	10. Juni 2008
Halbjahresfinanzbericht Q2 2008	6. August 2008
Quartalsbericht Q3 2008	6. November 2008

Kontakte

Presse

ProSiebenSat.1 Media AG
 Unternehmenskommunikation
 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

Inhalt und Gestaltung

ProSiebenSat.1 Media AG
 Corporate Office
 Katja Pichler
 Julian Geist
 Katrin Schneider
 Michael Benn
 Steffen Schiefer
 Alice Hoffmann
 Heike Nachbaur

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/>.

Vorausschauende Aussagen in diesem Finanzbericht

Der Lagebericht enthält zukunftsbezogene Aussagen über erwartete Entwicklungen. Diese Aussagen basieren auf aktuellen Einschätzungen und sind naturgemäß mit Risiken und Unsicherheiten behaftet. Die tatsächlich eintretenden Ereignisse können von den hier formulierten Aussagen abweichen.