

**WE
LOVE
TO
ENTERTAIN
CREATE
WIN**

KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Umsatzerlöse	947	912	1.860	1.794
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	13,8	20,2	16,6	12,8
Gesamtkosten	812	742	1.605	1.550
Operative Kosten ¹	743	661	1.475	1.350
Werteverzehr des Programmvermögens	217	207	449	452
Adjusted EBITDA ²	213	259	403	459
Adjusted EBITDA-Marge (in %)	22,5	28,4	21,7	25,6
EBITDA	204	230	384	363
Sondereffekte ³	- 9	- 28	- 19	- 96
Betriebsergebnis (EBIT)	144	178	273	260
Finanzergebnis	- 13	6	36	- 30
Ergebnis vor Steuern	131	184	309	230
Adjusted net income ⁴	85	136	179	230
Konzernergebnis	94	125	215	155
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	93	126	215	153
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	1	- 1	- 1	2
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	0,37	0,60	0,79	1,00
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	275	236	578	463
Free Cashflow	- 25	- 199	- 79	- 143
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 429	- 466	- 766	- 751
Free Cashflow vor M&A	76	- 3	15	83
	30.06.2019	31.12.2018	30.06.2018	
Mitarbeiter ⁵	7.318	6.583	6.512	
Programmvermögen	1.212	1.113	1.208	
Eigenkapital	1.080	1.070	1.041	
Eigenkapitalquote (in %)	17,2	16,5	16,8	
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	685	1.031	990	
Finanzverbindlichkeiten	3.200	3.194	3.189	
Verschuldungsgrad ⁶	2,6	2,1	2,1 ⁷	
Netto-Finanzverbindlichkeiten	2.514	2.163	2.199 ⁷	

¹ Gesamtkosten abzüglich zu bereinigende EBITDA Aufwendungen sowie Abschreibungen und Wertminderungen.

² Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.

³ Saldo aus zu bereinigenden EBITDA Aufwendungen und Erträgen.

⁴ Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen, bereinigt um Sondereffekte. Dazu zählen im sonstigen Finanzergebnis erfasste Bewertungseffekte, Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten sowie Bewertungseffekte aus Zinnsicherungsgeschäften. Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte ebenfalls bereinigt. Siehe Geschäftsbericht 2018, Seite 85.

⁵ Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag.

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

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

2 _ Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group

4 ___ KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

4 _ Auf einen Blick

5 _ Wesentliche Ereignisse

6 _ Geschäftsverlauf der ProSiebenSat.1 Group

6 _ Rahmenbedingungen des Konzerns

9 _ Ertragslage des Konzerns

12 _ Geschäftsentwicklung der Segmente

14 _ Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

20 _ Die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie

21 _ Risiko- und Chancenbericht

22 _ Prognosebericht

24 ___ KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

24 _ Gewinn- und Verlustrechnung

25 _ Gesamtergebnisrechnung

26 _ Bilanz

27 _ Kapitalflussrechnung

28 _ Eigenkapitalveränderungsrechnung

29 _ Anhang

44 ___ INFORMATIONEN

44 _ Versicherung der gesetzlichen Vertreter

45 _ Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

46 _ Finanzkalender

46 _ Impressum

KONZERN- ZWISCHENLAGEBERICHT

AUF EINEN BLICK

- Konzernumsatz steigt im zweiten Quartal um 4 % auf 947 Mio Euro – Wachstum bei Red Arrow Studios von 28 %, Commerce von 18 % sowie des digitalen und smarten Werbegeschäfts von 26 % überkompensiert Rückgang der gesamten TV-Werbeerlöse von 3 %
- Adjusted EBITDA und adjusted net income aufgrund von aufwandswirksamen Investitionen in die Zukunft des Entertainment-Geschäfts wie erwartet rückläufig
- Fokus auf lokale Inhalte beginnt sich auszuzahlen: bester Q2-TV-Zuschauermarktanteil seit vier Jahren mit 28,4 % (+1,2 Ppkt.)
- Erfolgreiche Markteinführung unserer Streaming-Plattform Joyn
- Im ersten Halbjahr Wachstum bei Umsatz (+ 4 %), EBITDA (+ 6 %) sowie Konzernergebnis (+ 38 %)
- Konzern bestätigt Finanzziele für Gesamtjahr 2019

Die ProSiebenSat.1 Group treibt die digitale Transformation mit Nachdruck voran und vereint führende Entertainment-Marken mit einem weltweit erfolgreichen Produktions- und Vertriebsgeschäft sowie einem stark wachsenden Commerce-Geschäft unter einem Dach. Die ProSiebenSat.1 Group nutzt verstärkt Synergien innerhalb des Konzerns, indem die Geschäftsbereiche konsequent miteinander vernetzt werden. So werden vermehrt Programme für das Entertainment-Geschäft aus dem Segment Content Production & Global Sales produziert, während die Segmente Entertainment und Commerce von der Reichweite, dem attraktiven Programm- und Werbeumfeld bzw. dem Datenportfolio des jeweils anderen Geschäftsbereichs profitieren. Die Umsatzbasis der Gruppe ist damit breit diversifiziert. In den nächsten rund fünf Jahren beabsichtigt die ProSiebenSat.1 Group den Umsatzanteil des Digitalgeschäfts auf 50 Prozent weiter auszubauen (Q2 2018: 27 %; Q2 2019: 31%; H1 2018: 26 %; H1 2019: 31%).

Die ProSiebenSat.1 Group setzt ihr Umsatzwachstum fort: Der Konzernumsatz stieg im zweiten Quartal 2019 um 4 Prozent auf 947 Mio Euro (Vorjahr: 912 Mio Euro). Im ersten Halbjahr 2019 verzeichnete der Umsatz ebenfalls ein Wachstum um 4 Prozent und stieg auf 1.860 Mio Euro (Vorjahr: 1.794 Mio Euro). Sowohl im zweiten Quartal als auch in der ersten Jahreshälfte wuchs der Umsatz der Segmente Content Production & Global Sales und Commerce im jeweils zweistelligen Prozentbereich und konnte damit die jeweils rückläufige Umsatzentwicklung im Entertainment-Segment mehr als ausgleichen. Das adjusted EBITDA des Konzerns verzeichnete in beiden Zeiträumen hingegen wie erwartet einen Rückgang, der insbesondere im zweiten Quartal die aufwandswirksamen Investitionen in das Entertainment-Geschäft, vor allem in lokale Programminhalte, digitale Plattformen und eine verbesserte Monetarisierung der Reichweite, sowie niedrigere Werbeeinnahmen reflektiert. Das EBITDA und das Konzernergebnis verzeichneten im ersten Halbjahr jeweils ein Wachstum. Für das Gesamtjahr 2019 bestätigt der Konzern seine Finanzziele.

Im Kern der Aktivitäten stehen auch in Zukunft bestes Entertainment, das Menschen lieben, und Commerce-Angebote, die Menschen brauchen. Bei allem was die ProSiebenSat.1 Group tut, will der Konzern maximale Nähe zum Konsumenten erreichen und Menschen begeistern – mit den passenden Angeboten zur richtigen Zeit und unabhängig vom Ort. Diesen Erfolg prägen maßgeblich die Mitarbeiter der Gruppe. Zum 30. Juni 2019 waren umgerechnet auf vollzeitäquivalente Stellen 7.318 Mitarbeiter (Vorjahr: 6.512) bei der ProSiebenSat.1 Group beschäftigt. Die höhere Mitarbeiterzahl ergibt sich hauptsächlich aus Akquisitionen und dem Ausbau des Digitalportfolios.

WESENTLICHE EREIGNISSE

Die ProSiebenSat.1 Group analysiert regelmäßig ihr Portfolio und bewertet mögliche Wachstums- und Synergiepotenziale. Teil dieser Strategie sind Portfolioerweiterungen, Unternehmensverkäufe sowie Investitionen in zukunftssträchtige Wachstumsfelder. In diesem Zusammenhang waren im ersten Halbjahr 2019 folgende Ereignisse wesentlich:

- Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 21. Februar 2019 hat die General Atlantic PD GmbH, München („General Atlantic“) ihre 41,6-prozentige Beteiligung an der Marketplace GmbH, Berlin („Marketplace“) im Zuge einer Kapitalerhöhung in die NCG - NUCOM GROUP SE, Unterföhring („NuCom Group“) eingebracht. General Atlantic ist seit 2018 als Wachstumsinvestor an der NuCom Group beteiligt; zum Bilanzstichtag am 31. Dezember 2018 war die NuCom Group ebenfalls mit 41,6 Prozent an Marketplace beteiligt. Gleichzeitig hat die NuCom Group im ersten Quartal 2019 10,5 Prozent der Anteile von übrigen Gesellschaftern der Marketplace erworben. Der sich daraus neu ergebende Gesamtanteil der NuCom Group sowie die von den verbliebenen Minderheitsgesellschaftern gehaltenen Anteile wurden mit wirtschaftlicher Wirkung zum 21. Februar 2019 in die neu gegründete be Around Holding GmbH, Berlin („be Around“) eingebracht. Nach dieser Einbringung werden der NuCom Group 94,0 Prozent der Stimmrechte und 80,0 Prozent des Kapitals von be Around zugerechnet. Der Gesamttransaktion liegt ein Kaufpreis von rund 130 Mio Euro zugrunde. Der Kapitalanteil von General Atlantic an der NuCom Group erhöhte sich in diesem Zusammenhang von bisher 25,1 Prozent auf 28,4 Prozent. be Around betreibt mit der Marke Aroundhome (vormals Käuferportal) Deutschlands größte Online-Vermittlung für Produkte und Dienstleistungen rund ums Haus. Weiterführende Informationen zu den Ereignissen im ersten Halbjahr finden sich im [→ Anhang, Ziffer 3 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“, Seite 34](#).
- Im zweiten Quartal 2019 hat der Konzern die Laufzeiten für die überwiegenden Teile des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) bis April 2024 verlängert. Darüber hinaus sind in diesem Zeitraum keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die einen wesentlichen Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group haben. [→ Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur, Seite 14](#)

Im ersten Halbjahr 2019 hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Vorstands- und Holdingstruktur weiterentwickelt mit dem Ziel, den Transformationsprozess des Konzerns zu beschleunigen. Weitere Informationen hierzu finden sich im [→ Geschäftsbericht 2018 ab Seite 31](#).

GESCHÄFTSVERLAUF DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

RAHMENBEDINGUNGEN DES KONZERNS

Konjunkturelle Entwicklung

Die deutsche Wirtschaft wuchs im ersten Quartal 2019 im Vergleich zum Vorquartal real um 0,4 Prozent. Dieser Anstieg war allerdings durch verschiedene Sonderfaktoren wie beispielsweise die günstige Entwicklung der Baubranche und konsumfreundliche Fiskalmaßnahmen überzeichnet.

Die exportabhängige deutsche Wirtschaft leidet nach wie vor unter zahlreichen politischen Unsicherheiten und Handelskonflikten, der abkühlenden Weltkonjunktur und Risiken innerhalb der Europäischen Union. Die Dynamik des Bruttoinlandsprodukts (BIP) dürfte demnach insgesamt begrenzt bleiben. Im zweiten Quartal ist laut dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) entsprechend ein schwaches Quartalswachstum zu erwarten.

Positive Impulse kommen derzeit vor allem aus dem Binnenraum. Die Baubranche befindet sich in einer Phase der Hochkonjunktur, der private Konsum expandiert aufgrund der günstigen Arbeitsmarktsituation und kräftig steigender Einkommen. Der Umsatz im Einzelhandel, der rund ein Drittel des privaten Konsums ausmacht, stieg laut vorläufiger Angaben des Statistischen Bundesamtes von Januar bis Mai 2019 real um 2,8 Prozent. Besonders dynamisch entwickelte sich dabei der Internet- und Versandhandel (real: +7,1%). → [Abb. 01](#)

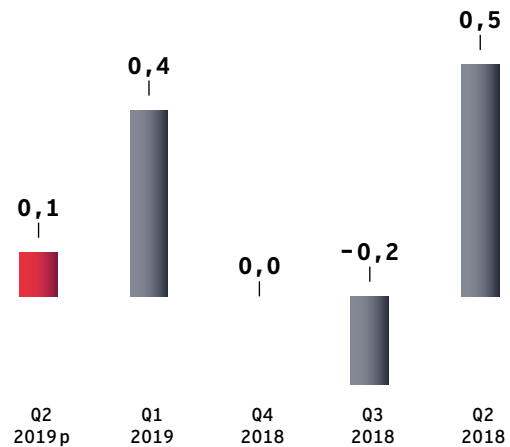
→ [Risiko- und Chancenbericht, Seite 21](#)

Branchenspezifische Entwicklung

Die ProSiebenSat.1 Group vernetzt ihr Fernsehgeschäft konsequent mit digitalen Unterhaltungsmedien und baut so ihre Gesamtreichweite („Total Reach“) aus. Gemeinsam mit der AGF Videoforschung arbeitet die ProSiebenSat.1 Group aktuell an der Markteinführung einer konvergenten Gesamtreichweitenmetrik für TV und Digital mit täglichen Daten. Diese neuen Indikatoren tragen der veränderten Mediennutzung Rechnung: Das Spektrum der Mediennutzung hat sich in den vergangenen Jahren durch die Digitalisierung erweitert, die Gattungsgrenzen zwischen den Medien nähern sich zunehmend an. Gleiche Inhalte werden über verschiedene Kanäle auf unterschiedlichen Geräten konsumiert. Die damit verbundenen Überschneidungen der verschiedenen Nutzungsformen werden sich mit der Reichweitenmetrik „Total Reach“ ausweisen lassen. Im nächsten Schritt soll diese Reichweite adressierbar und somit Werbung optimal auf die jeweiligen Zuschauer zugeschnitten werden („Smart Reach“). Vor diesem Hintergrund hat die ProSiebenSat.1 Group im Juni 2019 angekündigt, das Joint-Venture „d-force“ gemeinsam mit der Mediengruppe

RTL Deutschland GmbH („Mediengruppe RTL Deutschland“) zu gründen - mit dem Ziel, eine vermarkterübergreifende Plattform zur Buchung von Addressable TV und Online-Video zu schaffen, um zusätzliche Wachstumschancen in diesem Bereich zu generieren. Das Vorhaben steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung durch das Bundeskartellamt. → [Geschäftsbericht 2018, Seite 99ff und Seite 126ff](#)

01 / ENTWICKLUNG DES BRUTTOINLANDSPRODUKTS IN DEUTSCHLAND in Prozent, Veränderung gegenüber Vorquartal



Verkettet, preis-, saison- und kalenderbereinigt.

Quelle: Destatis, DIW-Konjunkturbarometer vom 26.06.2019. / p: Prognose

Entwicklung des Werbemarkts

Die Brutto-TV-Werbeinvestitionen in Deutschland sind laut Nielsen Media Research im zweiten Quartal 2019 um 0,5 Prozent auf 3,70 Mrd Euro leicht gestiegen (Vorjahr: 3,68 Mrd Euro). Von Januar bis Juni 2019 verringerten sich diese um 0,8 Prozent auf 7,29 Mrd Euro (Vorjahr: 7,34 Mrd Euro). Dabei hat Fernsehen im intermedialen Vergleich weiterhin die höchste Relevanz: 47,4 Prozent der Brutto-Werbeinvestitionen flossen im zweiten Quartal in TV-Werbung (Vorjahr: 47,2%), von Januar bis Juni waren es 47,9 Prozent (Vorjahr: 48,1%). Auf Online-Werbung entfielen im zweiten Quartal 11,4 Prozent (Vorjahr: 11,2%), im ersten Halbjahr waren es ebenfalls 11,4 Prozent (Vorjahr: 11,0%). → [Abb. 02](#)

Die ProSiebenSat.1 Group ist Marktführer im deutschen TV-Werbemarkt. Laut Nielsen Media Research erreichte der Konzern im zweiten Quartal 2019 einen Marktanteil von 38,4 Prozent (Vorjahr: 38,1%). Dies entsprach TV-Werbeerlösen von brutto 1,42 Mrd Euro (Vorjahr:

1,40 Mrd Euro). Von Januar bis Juni 2019 lagen diese Erlöse bei 2,77 Mrd Euro (Vorjahr: 2,83 Mrd Euro). Die ProSiebenSat.1 Group erzielte damit einen Marktanteil von 38,1 Prozent (Vorjahr: 38,5%).

→ [Abb. 03](#) → [Abb. 04](#) → [Abb. 05](#)

Nielsen Media Research liefert wichtige Indikatoren für die Bewertung der Werbemarktentwicklung. Die Daten werden jedoch auf Brutto-Basis erhoben, das heißt es werden weder Rabatte und Eigenwerbung noch Agenturprovisionen berücksichtigt. Zudem beinhalten die Daten TV-Spots aus Media-for-Revenue-Share- und Media-for-Equity-Geschäften. Die Werbeumsätze der großen US-Digitalkonzerne wie zum Beispiel Google LLC („Google“) und Facebook Inc. („Facebook“) sind in den Nielsen-Zahlen ebenfalls nicht reflektiert, sie bilden daher nicht den gesamten Brutto-Markt ab.

Aus Sicht der ProSiebenSat.1 Group hat sich der TV-Werbemarkt auf Netto-Basis im zweiten Quartal 2019 merklich unter dem Vorjahresniveau entwickelt. Neben strukturellen Veränderungen dürften auch die eingetrübten Konjunkturaussichten die TV-Werbeinvestitionen beeinflusst haben. → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 22](#)

02 / MEDIA-MIX DEUTSCHER BRUTTO-WERBEMARKT

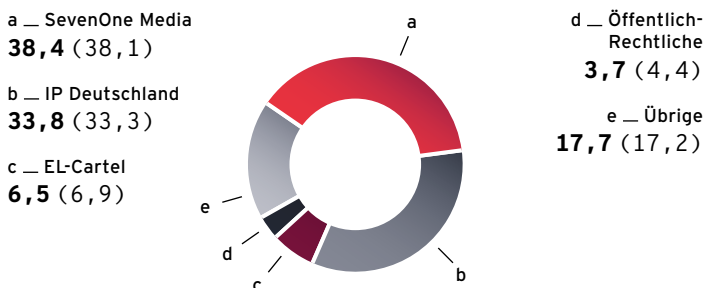
in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2018 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research.

03 / MARKTANTEILE DEUTSCHER BRUTTO-WERBEMARKT

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2018 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research.

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

in Prozent

	Entwicklung des TV-Werbemarkts Q2 2019 (Abweichung vs. Vorjahr)	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q2 2019	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q2 2018
Deutschland	0,5	38,4	38,1
Österreich	3,3	44,5	43,3
Schweiz	-7,2	29,0	28,5

Deutschland: Brutto, Nielsen Media. / Österreich: Brutto, Media Focus, April - Mai. Schweiz: Die Marktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz, brutto, Media Focus.

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

in Prozent

	Entwicklung des TV-Werbemarkts H1 2019 (Abweichung vs. Vorjahr)	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group H1 2019	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group H1 2018
Deutschland	-0,8	38,1	38,5
Österreich	-0,1	44,9	43,3
Schweiz	-2,4	27,8	29,0

Deutschland: Brutto, Nielsen Media. / Österreich: Brutto, Media Focus, Januar - Mai. Schweiz: Die Marktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz, brutto, Media Focus.

Die Werbebudgets für InStream-Videoanzeigen entwickelten sich dynamisch: Im zweiten Quartal 2019 stieg das Marktvolumen in Deutschland um 31,3 Prozent auf 183,8 Mio Euro brutto (Vorjahr: 140,0 Mio Euro); im ersten Halbjahr belief es sich auf 337,9 Mio Euro (Vorjahr: 261,7 Mio Euro). Aus der Vermarktung von InStream-Videoanzeigen, die online vor, nach oder während eines Bewegtbild-Streams gezeigt werden, erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group im zweiten Quartal 2019 Brutto-Erlöse in Höhe von 92,0 Mio Euro (Vorjahr: 66,3 Mio Euro). Dies entspricht einem Anstieg von 38,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Marktanteil erhöhte sich damit von 47,4 Prozent auf 50,1 Prozent. Im Sechsmonatszeitraum stiegen die Brutto-Erlöse der ProSiebenSat.1 Group um 37,2 Prozent auf 165,2 Mio Euro (Vorjahr: 120,4 Mio Euro). Daraus resultiert ein Marktanteil von 48,9 Prozent (Vorjahr: 46,0%).

Insgesamt verzeichneten die Investitionen in Online-Werbeformen im zweiten Quartal einen Anstieg um 2,2 Prozent auf 890,6 Mio Euro (Vorjahr: 871,8 Mio Euro), wodurch der Konzern seine erwirtschafteten Brutto-Erlöse um 21,9 Prozent auf 110,7 Mio Euro erhöhte (Vorjahr: 90,8 Mio Euro). Im Sechsmonatszeitraum betrug die Investition 1,73 Mrd Euro (Vorjahr: 1,67 Mrd Euro). Damit erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group im ersten Halbjahr Brutto-Erlöse in Höhe von 199,1 Mio Euro (+19,9%). Der Online-Werbemarkt umfasst neben InStream-Videos auch Display-Ads wie klassische Banner und Buttons. Die offizielle Nielsen Media Research Online-Werbestatistik beinhaltet dabei nur Werbung, die auf Webseiten des Online-Vermarkterkreises (OVK) ausgespielt wird. Für Werbung auf Digitalplattformen wie Google/YouTube, Facebook oder Amazon Inc. („Amazon“) liegen

keine Werte vor, da diese Anbieter ihre Brutto-Erlöse nicht an Nielsen Media Research melden.

Aus Sicht der ProSiebenSat.1 Group hat sich der Online-Werbemarkt auf Netto-Basis im zweiten Quartal 2019 über dem Vorjahresniveau entwickelt. Dies ist vor allem auf den wachsenden InStream-Markt zurückzuführen.

Entwicklung der Zuschauermarktanteile und Nutzerzahlen

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihren Zuschauermarktanteil in Deutschland weiter gesteigert: Die sieben deutschen Free-TV-Sender der Gruppe erzielten im zweiten Quartal 2019 einen gemeinsamen Marktanteil von 28,4 Prozent (Vorjahr: 27,1%) bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Dies ist das beste Ergebnis in einem zweiten Quartal seit vier Jahren und entspricht einer Steigerung von 1,2 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahresquartal. Auch auf Halbjahres-sicht zeigt sich eine positive Entwicklung: Der Konzern verzeichnete in den ersten sechs Monaten einen Marktanteil von 28,1 Prozent (Vorjahr: 26,9%) und damit den höchsten Wert für die erste Jahreshälfte seit dem Jahr 2016. Die Steigerung des Zuschauermarktanteils der ProSiebenSat.1 Group ist insbesondere auf das Wachstum der Sender ProSieben, kabel eins und ProSieben MAXX zurückzuführen. Letztgenannter Sender verzeichnete das beste Halbjahr seit seiner Gründung im Jahr 2013. Die von der IP Deutschland vermarkteten Sender kamen im zweiten Quartal 2019 auf einen Marktanteil von 25,2 Prozent (Vorjahr: 23,0%). Auf Halbjahressicht lag dieser bei 25,8 Prozent (Vorjahr: 24,5%). → [Abb. 06](#)

06 / ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Prozent

	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Deutschland	28,4	27,1	28,1	26,9
Österreich	28,2	27,9	27,5	28,1
Schweiz	17,7	16,7	17,9	17,1

Deutschland: ProSiebenSat.1 Group: SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX, kabel eins Doku; AGF in Zusammenarbeit mit GfK | videoSCOPE 1.2 | Marktstandard: TV | erstellt am 04.07.2019; Zielgruppe 14-49.

Österreich: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting; 01.01.2019-30.06.2019; personengewichtet; inklusive VOSDAL/Timeshift; Standard, Zielgruppe: 12-49.

Schweiz: Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo-So). SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, kabel eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, Puls 8; werberelevante Zielgruppe 15-49; Marktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz; Totalsignal; Quelle: Mediapulse TV Panel.

Mit sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX und kabel eins Doku hat der Konzern in den vergangenen Jahren vier neue Special-Interest-Sender in Deutschland gestartet und so seine führende Rolle im Zuschauermarkt ausgebaut. Heute verfügt die ProSiebenSat.1 Group in ihrem Hauptumsatzmarkt Deutschland über sieben TV-Marken, die sich synergetisch ergänzen und unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Zudem bietet die ProSiebenSat.1 Group in Österreich und der Schweiz ein komplementäres Profil aus verschiedenen werbefinanzierten Free-TV-Sendern.

Zugleich eröffnen sich durch die fortschreitende Digitalisierung neben der immer zielgruppenspezifischeren Zuschaueransprache und Vermarktung von Werbespots neue Umsatzmodelle für das TV-Geschäft. So partizipiert die ProSiebenSat.1 Group im Free-TV-Geschäft beispielsweise an technischen Freischaltentgelten, die Endkunden für die Programme in HD-Qualität an die jeweiligen Anbieter entrichten. Im zweiten Quartal 2019 konnten die ProSiebenSat.1-HD-Sender in Deutschland ihre Nutzeranzahl auf 9,8 Mio (Vorjahr: 9,1 Mio)¹ steigern. Auch in Österreich und der Schweiz strahlt der Konzern seine Programme in HD-Qualität aus.

Des Weiteren konzipiert das Unternehmen Angebote, die ausgehend vom Leitmedium TV verschiedene Plattformen einbeziehen. Im Juni 2019 hat die ProSiebenSat.1 Group in Kooperation mit Discovery Inc. („Discovery“) ihre Streaming-Plattform Joyn GmbH („Joyn“) gelauncht. In der ersten Woche nach dem Start am 18. Juni 2019 hatte Joyn bereits über eine Million Nutzer in Deutschland.

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil des Portfolios der ProSiebenSat.1 Group ist das Digital-Studio Studio71. Es konzentriert die Angebote an digitalen Inhalten der Gruppe und distribuiert sie über digitale Plattformen. Das Digital-Studio Studio71 erzielte im zweiten Quartal 2019 weltweit über 9,7 Mrd Video Views pro Monat (Vorjahr: 8,9 Mrd Video Views). Im ersten Halbjahr 2019 konnten 9,9 Mrd Video Views pro Monat (Vorjahr: 8,6 Mrd Video Views) erreicht werden.

Durch das Wachstum der digitalen Viewtime im zweiten Quartal 2019 um 26 Prozent sowie die steigenden Zuschauermarktanteile konnte die ProSiebenSat.1 Group im zweiten Quartal eine „Total Video Viewtime“, also die Gesamtsumme der gesehenen Minuten auf den linearen Kanälen und digitalen Entertainment-Plattformen des Konzerns, von 257.043 Mio Minuten (Vorjahr: 256.400 Mio Minuten) verzeichnen. Das ist ein Wachstum von 0,3 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

¹ Stand: 31.05.2019 (bzw. 31.05.2018)

ERTRAGSLAGE DES KONZERNES

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2019

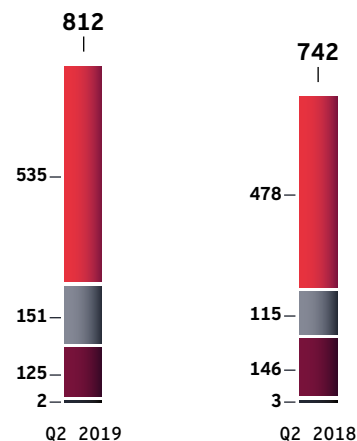
07 / AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018
Umsatzerlöse	947	912
Gesamtkosten	- 812	- 742
Operative Kosten	- 743	- 661
Betriebsergebnis (EBIT)	144	178
Adjusted EBITDA	213	259
Sondereffekte	- 9	- 28
EBITDA	204	230
Finanzergebnis	- 13	6
Ergebnis vor Steuern	131	184
Ertragsteuern	- 37	- 59
Konzernergebnis	94	125
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	93	126
Adjusted net income	85	136

Die **Umsatzerlöse** der ProSiebenSat.1 Group beliefen sich im zweiten Quartal 2019 auf 947 Mio Euro und lagen damit 4 Prozent oder 35 Mio Euro über dem Vorjahr (Vorjahr: 912 Mio Euro); bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte betrug der Umsatzanstieg ebenfalls 4 Prozent. Die Segmente Content Production & Global Sales und Commerce verzeichneten jeweils ein Umsatzwachstum und konnten somit den Rückgang im Entertainment-Segment überkompensieren. → [Geschäftsentwicklung der Segmente, Seite 12](#)

Hauptursache für den Umsatzrückgang im Segment Entertainment ist neben der Entkonsolidierung des Video-on-Demand-Portals (VoD) maxdome und des Betreibers von Online-Sportprogrammen 7NXT die Entwicklung der gesamten TV-Werbeerlöse, die unter dem Vorjahr lagen. Gleichzeitig stieg der Anteil des Nicht-Werbeengeschäfts auf Konzernebene im zweiten Quartal 2019 auf 45 Prozent (Vorjahr: 42%). Dabei ist die ProSiebenSat.1 Group sowohl organisch als auch im Zuge von Akquisitionen zur Erweiterung des Digitalportfolios gewachsen. Ziel der ProSiebenSat.1 Group ist es, zusätzliche Umsätze jenseits des klassischen TV-Werbeengeschäfts zu generieren und vor allem den Anteil des Digitalgeschäfts sukzessive zu steigern.

08 / GESAMTKOSTEN in Mio Euro



■ Umsatzkosten ■ Vertriebskosten ■ Verwaltungskosten
■ Sonstige betriebliche Aufwendungen

Die **Gesamtkosten** sind um 9 Prozent auf 812 Mio Euro (Vorjahr: 742 Mio Euro) gestiegen. Der Anstieg der Umsatzkosten resultiert zum einem aus dem Umsatzanstieg insbesondere in den Segmenten Content Production & Global Sales und Commerce sowie einem höheren Werteverzehr auf das Programmvermögen von 217 Mio Euro (Vorjahr: 207 Mio Euro). Der Anstieg der Vertriebskosten ist insbesondere auf Konsolidierungseffekte zurückzuführen. Demgegenüber steht ein Rückgang der Verwaltungskosten von 15 Prozent. Der hohe Vorjahreswert war primär von Kosten im Zusammenhang mit M&A-Transaktionen geprägt.

Das **adjusted EBITDA** ging um 18 Prozent oder 46 Mio Euro auf 213 Mio Euro zurück. Ursache hierfür sind höhere operative Kosten, die sich auf 743 Mio Euro beliefen (+12% oder 82 Mio Euro). Dieser Anstieg gegenüber dem Vorjahr ist wie angekündigt neben einer umsatzgetriebenen Kostensteigerung in den Segmenten Content Production & Global Sales und Commerce unter anderem auch auf aufwandswirksame Investitionen, insbesondere im Segment Entertainment, zurückzuführen. Zu diesen aufwandswirksamen Investitionen zählten Investitionen in lokale Programminhalte, der Ausbau digitaler Plattformen und eine verbesserte Monetarisierung der Reichweite. Die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 22,5 Prozent (Vorjahr: 28,4%). Die Entwicklung der adjusted EBITDA-Marge ist von unterschiedlichen Kosten- und Ertragsstrukturen der einzelnen Segmente geprägt.

09 / ÜBERLEITUNGSRECHNUNG OPERATIVE KOSTEN

in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018
Gesamtkosten	812	742
Zu bereinigende EBITDA Aufwendungen	10	29
Abschreibungen und Wertminderungen ¹	59	52
Operative Kosten	743	661

¹ Auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Das **EBITDA** verzeichnete im zweiten Quartal 2019 einen Rückgang und sank um 12 Prozent oder 27 Mio Euro auf 204 Mio Euro. Dieser Wert ist geprägt durch Sondereffekte von minus 9 Mio Euro (Vorjahr: -28 Mio Euro), die sich wie folgt zusammensetzen: Die Aufwendungen im Zuge von Reorganisationen erhöhten sich um 6 Mio Euro auf 8 Mio Euro. Aus M&A-Projekten resultierten im zweiten Quartal 2019 Aufwendungen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro), die primär auf das Segment Entertainment entfielen. Die sonstigen EBITDA-Effekte betrugen 0 Mio Euro (Vorjahr: -6 Mio Euro). Diese Position beinhaltet die Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro). Gegenläufig wirkten sich materielle EBITDA-wirksame Einmaleffekte in Höhe von minus 2 Mio Euro (Vorjahr: -10 Mio Euro) aus.

10 / ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED EBITDA

in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018
Ergebnis vor Steuern	131	184
Finanzergebnis	-13	6
Betriebsergebnis (EBIT)	144	178
Abschreibungen und Wertminderungen ¹	-59	-52
davon Kaufpreisallokationen	-13	-12
EBITDA	204	230
Sondereffekte ²	-9	-28
Adjusted EBITDA	213	259

¹ Auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

² Differenz aus zu bereinigenden EBITDA Aufwendungen in Höhe von minus 10 Mio Euro (Vorjahr: -29 Mio Euro) und Erträgen von 0 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

Das **Finanzergebnis** betrug minus 13 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro). Dies ist vor allem auf die negative Entwicklung des Ergebnisses aus at-Equity bewerteten Anteilen zurückzuführen, das sich auf minus 12 Mio Euro (Vorjahr: -2 Mio Euro) belief. Ursache hierfür sind wie erwartet die Investitionen in das Joint Venture mit Discovery, das die Streaming-Plattform Joyn betreibt. Joyn ging am 18. Juni 2019 erfolgreich an den Start. Weniger als 24 Stunden nach Launch war die App bereits auf Platz 1 der Download-Charts in Deutschland. Joyn bietet Livestreams von über 50 TV-Sendern sowie ein umfangreiches On-Demand-Angebot an eigenproduzierten Serien, Shows und exklusiven Previews. Das **sonstige Finanzergebnis** betrug 13 Mio Euro (Vorjahr: 25 Mio Euro) und setzt sich wie folgt zusammen: Die Wertberichtigungen und Wertaufholungen auf finanzielle Vermögenswerte beliefen sich im zweiten Quartal 2019 auf 24 Mio Euro (Vorjahr: 29 Mio Euro). Davon entfielen 23 Mio Euro auf die Neubewertung von Put-Options (Vorjahr: 33 Mio Euro) und 7 Mio Euro auf Earn-Out-Verbindlichkeiten (Vorjahr: 0 Mio Euro). Die beiden größten Positionen waren die Bewertung von Anteilen am US-amerikanischen Filmvertrieb Gravitas Ventures, LLC („Gravitas Ventures“) infolge der veränderten Erwartung bezüglich der künftigen Zahlungsmittelzuflüsse sowie die Bewertung von Anteilen am Digital-Studio Studio71. Gegenläufig wirkten sich die sonstigen Finanzierungskosten in Höhe von minus 5 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) und das Ergebnis aus Währungsumrechnung in Höhe von minus 6 Mio Euro (Vorjahr: -5 Mio Euro) aus. Das **Zinsergebnis** betrug minus 14 Mio Euro (Vorjahr: -17 Mio Euro).

Aus den beschriebenen Entwicklungen folgt ein Rückgang des **Ergebnisses vor Steuern** auf 131 Mio Euro (Vorjahr: 184 Mio Euro). Die **Ertragsteuern** betrugen 37 Mio Euro (Vorjahr: 59 Mio Euro), bei einer Steuerquote von 28,5 Prozent (Vorjahr: 32,0%).

Das **Konzernergebnis** verringerte sich um 32 Mio Euro und betrug 94 Mio Euro (Vorjahr: 125 Mio Euro). Das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende Konzernergebnis ging um 33 Mio Euro auf 93 Mio Euro zurück.

11 / ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED NET INCOME in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	93	126
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	-1	-/-
Sonstige EBITDA Bereinigungen	10	28
Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen ¹	13	13
Wertberichtigungen auf sonstige Finanzanlagen	11	5
Zuschreibung, Neubewertung und Erträge aus dem Verkauf von at-Equity Anteilen	-4	-/-
Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	-30	-28
Folgebewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units im Finanzergebnis	5	-/-
Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften	-1	-/-
Neueinschätzung steuerlicher Risiken	-/-	-1
Sonstige Effekte	-2	-2
Steuereffekte	-6	-1
Minderheiten	-5	-4
Adjusted net income	85	136

¹ Inkl. Effekte auf assoziierte Unternehmen, die nach der at-Equity-Methode konsolidiert werden.

Das **adjusted net income** lag um 38 Prozent unter dem Vorjahr und betrug 85 Mio Euro (Vorjahr: 136 Mio Euro). Dieser Posten ist bereinigt um die benannten Sondereffekte und wird in der Überleitungsrechnung dargestellt. Dazu zählen neben den im sonstigen Finanzergebnis erfassten Effekten auch die erwähnten Aufwendungen im Zuge von Restrukturierungen und Portfoliomaßnahmen. Das unverwässerte bereinigte Ergebnis je Aktie betrug 0,37 Euro (Vorjahr: 0,60 Euro).

12 / ÜBERLEITUNGSRECHNUNG GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG in Mio Euro

	Q2 2019 IFRS	Adjust- ments	Q2 2019 Adjusted
Umsatzerlöse	947	-/-	947
Gesamtkosten	-812	-24	-788
davon operative Kosten	-743	-/-	-743
davon Abschreibungen und Wertminderungen	-59	-14	-46
Sonstige betriebliche Erträge	9	0	9
Betriebsergebnis (EBIT)	144	-23	168
Finanzergebnis	-13	21	-35
Ergebnis vor Steuern	131	-2	133
Ertragsteuern	-37	6	-43
KONZERNERGEBNIS	94	4	90
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	93	9	85
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	1	-5	5
Ergebnis vor Steuern	131	-2	133
Finanzergebnis	-13	21	-35
Betriebsergebnis (EBIT)	144	-23	168
Abschreibungen und Wertminderungen	-59	-14	-46
davon aus Kaufpreisallokationen	-13	-13	-/-
EBITDA	204	-9	213

Die ProSiebenSat.1 Group verwendet mit dem adjusted net income (1) und dem adjusted EBITDA (2) auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Diese Veröffentlichung berücksichtigt die Entwicklung in der Berichtspraxis zu Non-IFRS-Kennzahlen sowie die erhöhten regulatorischen Transparenzanforderungen in diesem Bereich.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2019

13 / AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	H1 2019	H1 2018
Umsatzerlöse	1.860	1.794
Gesamtkosten	-1.605	-1.550
Operative Kosten	-1.475	-1.350
Betriebsergebnis (EBIT)	273	260
Adjusted EBITDA	403	459
Sondereffekte	-19	-96
EBITDA	384	363
Finanzergebnis	36	-30
Ergebnis vor Steuern	309	230
Ertragsteuern	-94	-75
Konzernergebnis	215	155
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	215	153
Adjusted net income	179	230

Die **Umsatzerlöse** der ProSiebenSat.1 Group stiegen um 4 Prozent oder 66 Mio Euro auf 1.860 Mio Euro. Bereinigt um Konsolidierungs- und

Währungseffekte betrug der Umsatzanstieg ebenfalls 4 Prozent.
→ [Geschäftsentwicklung der Segmente, Seite 12](#)

Die operativen Kosten sind um 9 Prozent oder 125 Mio Euro auf 1.475 Mio Euro gestiegen. Dies führte zu einem **adjusted EBITDA** von 403 Mio Euro, nach 459 Mio Euro im Vorjahr. Die korrespondierende **adjusted EBITDA-Marge** betrug 21,7 Prozent (Vorjahr: 25,6%). Der Margenrückgang ergibt sich infolge der unterschiedlichen Kosten- und Ertragsstrukturen der einzelnen Segmente.

Das **EBITDA** ist um 6 Prozent oder 21 Mio Euro gestiegen und belief sich im ersten Halbjahr 2019 auf 384 Mio Euro. Das EBITDA beinhaltet Sondereffekte von minus 19 Mio Euro (Vorjahr: -96 Mio Euro), die mit minus 16 Mio Euro größtenteils aus der Reorganisation im Segment Entertainment resultieren (Vorjahr: -63 Mio Euro). Der Konzern hat sein Portfolio zu Vorjahresbeginn auf Basis einer Drei-Säulen-Strategie neu strukturiert. Ziel dieser neuen Struktur ist es, Wachstum und Effizienz in den Segmenten Entertainment, Content Production & Global Sales sowie Commerce zu stärken. Aus M&A-Projekten ergaben sich im ersten Halbjahr Kosten in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr: 24 Mio Euro). Die sonstigen EBITDA-Effekte betragen 1 Mio Euro (Vorjahr: -9 Mio Euro); darin enthalten sind materielle EBITDA-wirksame Einmaleffekte von minus 2 Mio Euro (Vorjahr: -11 Mio Euro). Der Vorjahreswert ist geprägt durch periodenfremde Aufwendungen in den Segmenten Entertainment und Commerce. Gegenläufig wirkten sich Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen in Höhe von 3 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) aus.

14 / ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED EBITDA in Mio Euro

	H1 2019	H1 2018
Ergebnis vor Steuern	309	230
Finanzergebnis	36	-30
Betriebsergebnis (EBIT)	273	260
Abschreibungen und Wertminderungen ¹	-110	-103
davon Kaufpreisallokationen	-25	-24
EBITDA	384	363
Sondereffekte ²	-19	-96
Adjusted EBITDA	403	459

¹ Auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

² Differenz aus zu bereinigenden EBITDA Aufwendungen in Höhe von 20 Mio Euro (Vorjahr: 97 Mio Euro) und Erträgen von 0 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich auf 36 Mio Euro gegenüber minus 30 Mio Euro im Vorjahr. Dies ist vor allem auf die positive Entwicklung des **sonstigen Finanzergebnisses** zurückzuführen, das sich auf 80 Mio Euro (Vorjahr: 15 Mio Euro) belief. Darin enthalten sind Wertberichtigungen/-aufholungen sowie Neubewertungen von finanziellen Vermögenswerten, die im ersten Halbjahr 2019 um 81 Mio Euro auf 101 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro) anstiegen. Sie resultieren insbesondere aus dem Verkauf der Anteile am globalen Videodienst Pluto Inc. („Pluto“) in Höhe von 22 Mio Euro sowie aus der Neubewertung der Altanteile an Marketplace (27 Mio Euro) im Rahmen der Anteilsaufstockung und Vollkonsolidierung der neu gegründeten be Around. Auf die Neubewertung von Put-Options entfallen 39 Mio Euro (Vorjahr: 24 Mio Euro). Ebenfalls erhöhten sich die

Bewertungseffekte von Earn-Out-Verbindlichkeiten auf 20 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro). Gegenläufig wirkten sich auch im Halbjahr das Ergebnis aus Währungsumrechnung in Höhe von minus 14 Mio Euro (Vorjahr: -3 Mio Euro) sowie die sonstigen Finanzierungskosten in Höhe von minus 7 Mio Euro (Vorjahr: -2 Mio Euro) aus. Weiterführende Informationen finden sich im Anhang, → Ziffer 3 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“, Seite 34 → Ziffer 7 „Finanzinstrumente“, Seite 39.

Aus den beschriebenen Entwicklungen folgt ein Anstieg des **Ergebnisses von Steuern** um 34 Prozent oder 79 Mio Euro auf 309 Mio Euro. Das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende **Konzernergebnis** erhöhte sich auf 215 Mio Euro (Vorjahr: 153 Mio Euro).

15 / ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED NET INCOME in Mio Euro

	H1 2019	H1 2018
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	215	153
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	-1	-/-
Sonstige EBITDA Bereinigungen	20	96
Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen ¹	26	24
Wertberichtigungen auf sonstige Finanzanlagen	14	11
Zuschreibung, Neubewertung und Erträge aus dem Verkauf von at-Equity Anteilen	-53	0
Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	-56	-22
Folgebewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units im Finanzergebnis	5	-/-
Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften	-1	0
Neueinschätzung steuerlicher Risiken	-/-	5
Sonstige Effekte	2	-4
Steuereffekte	8	-27
Minderheiten	0	-6
Adjusted net income	179	230

¹ Inkl. Effekte auf assoziierte Unternehmen, die nach der at-Equity-Methode konsolidiert werden.

Das **adjusted net income** betrug 179 Mio Euro (Vorjahr: 230 Mio Euro). Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern; daher bieten um derartige Effekte bereinigte Kennzahlen Zusatzinformationen zur Beurteilung der operativen Leistungsfähigkeit des Unternehmens.

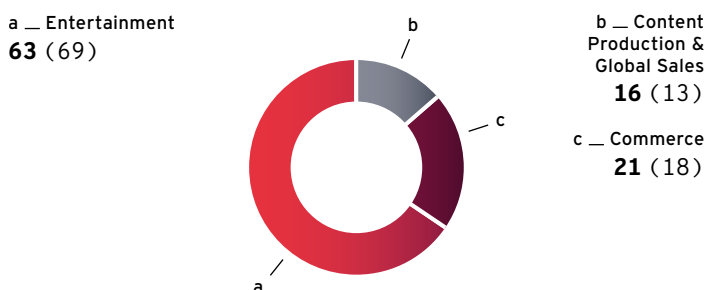
16 / ÜBERLEITUNGSRECHNUNG GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG in Mio Euro

	H1 2019 IFRS	Adjustments	H1 2019 Adjusted
Umsatzerlöse	1.860	-/-	1.860
Gesamtkosten	-1.605	-46	-1.559
davon operative Kosten	-1.475	-/-	-1.475
davon Abschreibungen und Wertminderungen	-110	-26	-84
Sonstige betriebliche Erträge	18	0	17
Betriebsergebnis (EBIT)	273	-45	319
Finanzergebnis	36	90	-54
Ergebnis vor Steuern	309	45	264
Ertragsteuern	-94	-8	-86
KONZERNERGEBNIS	215	36	178
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	215	37	179
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	-1	0	0
Ergebnis vor Steuern	309	45	264
Finanzergebnis	36	90	-54
Betriebsergebnis (EBIT)	273	-45	319
Abschreibungen und Wertminderungen	-110	-26	-84
davon aus Kaufpreisallokationen	-25	-25	-/-
EBITDA	384	-19	403

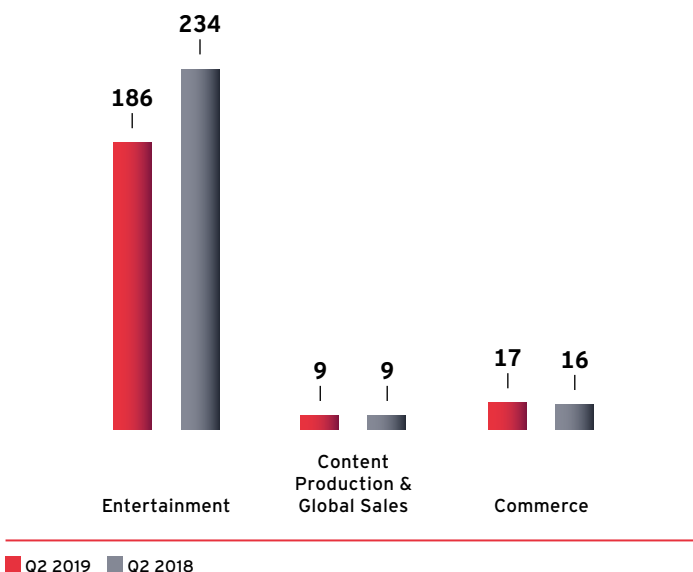
Die ProSiebenSat.1 Group verwendet mit dem adjusted net income (1) und dem adjusted EBITDA (2) auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Diese Veröffentlichung berücksichtigt die Entwicklung in der Berichtspraxis zu Non-IFRS-Kennzahlen sowie die erhöhten regulatorischen Transparenzanforderungen in diesem Bereich.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DER SEGMENTE

17 / ANTEIL DER UMSATZERLÖSE NACH SEGMENTEN Q2 2019 in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2018 in Klammern



18 / ADJUSTED EBITDA NACH SEGMENTEN in Mio Euro



Segment Entertainment

UMSATZ- UND ERGEBNISENTWICKLUNG IM ZWEITEN QUARTAL 2019

Der **Außenumsatz** des Segments Entertainment belief sich im zweiten Quartal 2019 auf 601 Mio Euro. Dieser Rückgang von 4 Prozent oder 27 Mio Euro ist neben der Entkonsolidierung von maxdome und 7NXT im Juli 2018 primär auf die schwächere Entwicklung des Werbegeschäfts zurückzuführen. Konsolidierungs- und währungsbereinigt lag der Rückgang bei 1 Prozent. Das dynamische Wachstum des digitalen und smarten Werbegeschäfts in Höhe von 26 Prozent konnte den Rückgang der gesamten TV-Werbeerlöse nicht vollständig kompensieren, sodass die gesamten Werbeerlöse im zweiten Quartal 2019 mit 2 Prozent leicht gesunken sind, was vor allem die allgemeine Marktentwicklung widerspiegelt. Die Distributionserlöse entwickelten sich hingegen weiterhin positiv. → [Konjunkturelle Entwicklung, Seite 6](#) → [Entwicklung des Werbemarkts, Seite 6](#)

Das **adjusted EBITDA** sank gegenüber dem Vorjahr um 20 Prozent bzw. 47 Mio Euro auf 186 Mio Euro. Die Ergebnisentwicklung ist zum einen auf die rückläufigen Umsatzerlöse und zum anderen auf aufwandswirksame Investitionen, insbesondere in lokale Programminhalte zurückzuführen. Die **adjusted EBITDA-Marge** belief sich auf 30,5 Prozent (Vorjahr: 36,2%). Das **EBITDA** verzeichnete einen Rückgang von 16 Prozent und betrug 180 Mio Euro (Vorjahr: 215 Mio Euro). → [Ertragslage des Konzerns, Seite 9](#)

UMSATZ- UND ERGEBNISENTWICKLUNG IM ERSTEN HALBJAHR 2019

Auch auf Halbjahressicht sind die zuvor genannten Entkonsolidierungseffekte sowie die schwächere Entwicklung des Werbemarkts die

Hauptursachen für die Umsatz- und Ergebnisentwicklung: Der **Außenumsatz** lag mit 6 Prozent bzw. 72 Mio Euro unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 1.252 Mio Euro). Konsolidierungs- und währungsbereinigt betrug der Rückgang 2 Prozent. Neben der beschriebenen Umsatzentwicklung führten insbesondere aufwandswirksame Investitionen in lokale Programminhalte, in den Ausbau digitaler Plattformen sowie Kosten im Zusammenhang mit einer verbesserten Monetarisierung der Reichweite zu einem Rückgang des **adjusted EBITDA** um 16 Prozent bzw. 68 Mio Euro auf 349 Mio Euro. Die **adjusted EBITDA-Marge** verringerte sich auf 29,0 Prozent (Vorjahr: 32,4%). Das **EBITDA** verzeichnete einen Anstieg um 2 Prozent auf 339 Mio Euro (Vorjahr: 332 Mio Euro). Der Vorjahreswert ist insbesondere geprägt von Aufwendungen im Zuge von Reorganisationsmaßnahmen.

19 / KENNZAHLEN SEGMENT ENTERTAINMENT

in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Segment-Umsatzerlöse	612	646	1.204	1.288
Außenumsatzerlöse	601	628	1.180	1.252
Innenumsatzerlöse	12	18	24	36
EBITDA	180	215	339	332
Adjusted EBITDA	186	234	349	417
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	30,5	36,2	29,0	32,4

¹ Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

Segment Content Production & Global Sales

UMSATZ- UND ERGEBNISENTWICKLUNG IM ZWEITEN QUARTAL 2019

Der **Außenumsatz** im Segment Content Production & Global Sales stieg im zweiten Quartal 2019 deutlich um 28 Prozent auf 148 Mio Euro (Vorjahr: 116 Mio Euro) an. Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte wuchsen die Umsatzerlöse um 21 Prozent. Sowohl das Digital-Studio Studio71 als auch das Produktionsgeschäft verzeichneten ein anhaltend dynamisches Wachstum.

Das **adjusted EBITDA** lag mit 9 Mio Euro auf Vorjahresniveau; die korrespondierende **adjusted EBITDA-Marge** betrug 5,3 Prozent (Vorjahr: 7,3%) und spiegelt die unterschiedliche Margenstruktur der einzelnen Geschäftsmodelle wider. Das **EBITDA** verzeichnete einen Anstieg um 2 Mio Euro auf 10 Mio Euro.

UMSATZ- UND ERGEBNISENTWICKLUNG IM ERSTEN HALBJAHR 2019

Im ersten Halbjahr stieg der **Außenumsatz** im Segment Content Production & Global Sales aufgrund der oben beschriebenen Entwicklungen deutlich um 33 Prozent auf 283 Mio Euro (Vorjahr: 214 Mio Euro) an. Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte betrug der Umsatzanstieg 26 Prozent. Das **adjusted EBITDA** erhöhte sich um 28 Prozent auf 17 Mio Euro (Vorjahr: 13 Mio Euro), die adjusted EBITDA-Marge betrug 5,4 Prozent (Vorjahr: 5,6%). Das

EBITDA verzeichnete einen Anstieg um 48 Prozent und belief sich auf 18 Mio Euro (Vorjahr: 12 Mio Euro).

20 / KENNZAHLEN SEGMENT CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Segment-Umsatzerlöse	171	130	319	239
Außenumsatzerlöse	148	116	283	214
Innenumsatzerlöse	23	14	36	26
EBITDA	10	8	18	12
Adjusted EBITDA	9	9	17	13
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	5,3	7,3	5,4	5,6

¹ Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

Segment Commerce

UMSATZ- UND ERGEBNISENTWICKLUNG IM ZWEITEN QUARTAL 2019

Der **Außenumsatz** im Segment Commerce ist um 18 Prozent gestiegen und belief sich im zweiten Quartal 2019 auf 198 Mio Euro (Vorjahr: 168 Mio Euro). Das Wachstum wurde positiv beeinflusst von den Erstkonsolidierungen der eHarmony Inc. („eHarmony Group“) im November 2018 sowie von be Around im März 2019. Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte betrug der Umsatzanstieg 7 Prozent. Vor allem die Flaconi GmbH („Flaconi“) sowie die WindStar Medical GmbH („WindStar Medical“) konnten deutliche Zuwächse erzielen, während die Verivox Holding GmbH („Verivox Holding“) und die SilverTours GmbH („SilverTours“) im zweiten Quartal 2019 von einem herausfordernden Markt- und Wettbewerbsumfeld geprägt waren.

Das **adjusted EBITDA** erhöhte sich um 8 Prozent auf 17 Mio Euro (Vorjahr: 16 Mio Euro); die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 8,7 Prozent (Vorjahr: 9,5%). Das **EBITDA** verzeichnete einen Anstieg um 66 Prozent auf 13 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro). Das EBITDA beinhaltet Sondereffekte von 4 Mio Euro, nach 8 Mio Euro im Vorjahr. Sondereffekte ergaben sich im zweiten Quartal 2019 insbesondere aus Aufwendungen im Zuge von Reorganisationen, vor allem im Zusammenhang mit der Integration der eHarmony Group in die PARSHIP Group GmbH („Parship Group“).

UMSATZ- UND ERGEBNISENTWICKLUNG IM ERSTEN HALBJAHR 2019

Die Effekte des zweiten Quartals kennzeichnen auch die Umsatz- und Ergebnisentwicklung auf Halbjahressicht: Der **Außenumsatz** stieg um 21 Prozent auf 397 Mio Euro (Vorjahr: 328 Mio Euro). Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte betrug der Umsatzanstieg 11 Prozent. Das **adjusted EBITDA** erhöhte sich um 24 Prozent auf 36 Mio Euro (Vorjahr: 29 Mio Euro), die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 9,1 Prozent (Vorjahr: 8,9%). Das **EBITDA** verzeichnete einen Anstieg um 36 Prozent bzw. 7 Mio Euro auf 28 Mio Euro.

21 / KENNZAHLEN SEGMENT COMMERCE in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Segment-Umsatzerlöse	198	168	397	328
Außenumsatzerlöse	198	168	397	328
Innenumsatzerlöse	0	0	0	0
EBITDA	13	8	28	20
Adjusted EBITDA	17	16	36	29
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	8,7	9,5	9,1	8,9

¹ Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

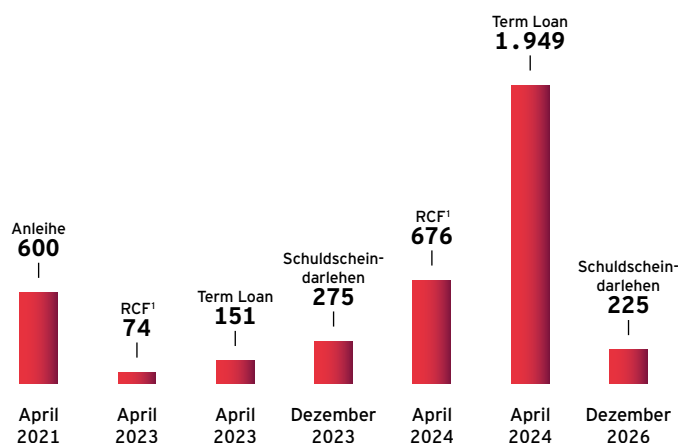
FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES KONZERNS

Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Die ProSiebenSat.1 Group nutzt verschiedene Finanzierungsinstrumente und verfolgt ein aktives Finanzmanagement. Das Fremdkapital hatte zum 30. Juni 2019 einen Anteil von 83 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2018 bzw. 30. Juni 2018: 83%). Der Großteil entfiel mit 3.200 Mio Euro bzw. 61 Prozent (31. Dezember 2018: 59%; 30. Juni 2018: 62%) auf lang- und kurzfristige Finanzverbindlichkeiten.

Der Konzern beobachtet und bewertet laufend die Entwicklungen an den Geld- und Kapitalmärkten. Im April 2019 hat die ProSiebenSat.1 Group die Laufzeiten für die überwiegenden Teile des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolving Kreditfazilität (RCF) bis April 2024 verlängert. Weiterführende Informationen zu den Finanzierungsinstrumenten finden sich im [Geschäftsbericht 2018, Seite 113 und 114](#).

22 / FREMDFINANZIERUNGSM INSTRUMENTE UND LAUFZEITEN ZUM 30. JUNI 2019 in Mio Euro



¹ Nicht in Anspruch genommen.

! Die Kreditvereinbarung, die Anleihe und die Schuldscheine der ProSiebenSat.1 Group werden von den Rating-Agenturen nicht zur Bonitätsbeurteilung herangezogen. Daher entfallen Aussagen an dieser Stelle hierzu.

Die Verzinsung des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolving Kreditfazilität (RCF) erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge. Um sich gegen marktbedingte Zinssatzveränderungen abzusichern, setzt der Konzern derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ein. Zum 30. Juni 2019 lag der Festzinsanteil bei ca. 98 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio (31. Dezember 2018 bzw. 30. Juni 2018: ca. 98 %). Der durchschnittliche Festzinssatz der Zinsswaps belief sich auf 0,5 Prozent per annum, die durchschnittliche Zinsobergrenze betrug 1,0 Prozent. → [Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse, Seite 18](#)

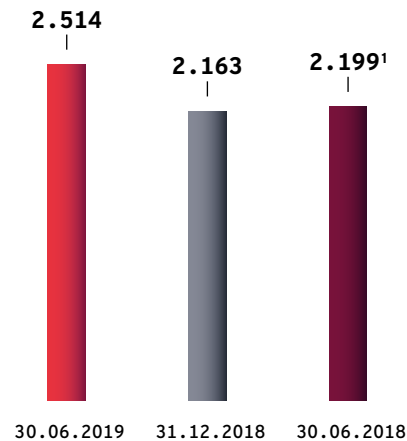
Finanzierungsanalyse

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

Der Verschuldungsgrad belief sich zum 30. Juni 2019 auf den Faktor 2,6 (31. Dezember 2018: 2,1; 30. Juni 2018: 2,1) bei Netto-Finanzverbindlichkeiten von 2.514 Mio Euro (31. Dezember 2018: 2.163 Mio Euro; 30. Juni 2018: 2.199 Mio Euro). Die höheren Netto-Finanzverbindlichkeiten reflektieren die Entwicklung der Cashflows. → [Liquiditäts- und Investitionsanalyse, Seite 16](#)

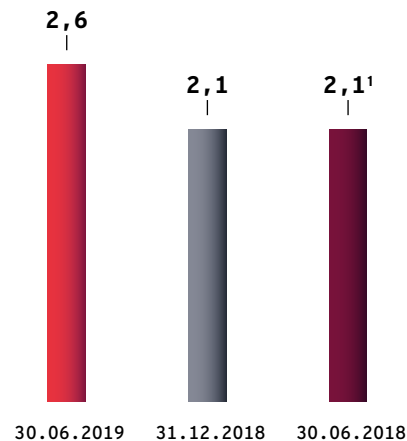
! In der Definition der Netto-Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group sind zum 30. Juni 2019 Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 nicht enthalten; diese betragen 164 Mio Euro (31. Dezember 2018: 155 Mio Euro; 30. Juni 2018: 165 Mio Euro). Ebenfalls nicht beinhaltet sind Immobilienverbindlichkeiten in Höhe von 42 Mio Euro (31. Dezember 2018: 22 Mio Euro; 30. Juni 2018: 0 Mio Euro).

23 / NETTO-FINANZVERBINDLICHKEITEN in Mio Euro



¹ Nach Umgliederung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von den zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften. Die Netto-Finanzverbindlichkeiten sind definiert als Saldo aus Finanzverbindlichkeiten abzüglich der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente und bestimmter kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte. Aus ihr leitet sich der Verschuldungsgrad ab; dazu werden die Netto-Finanzverbindlichkeiten in Relation zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM adjusted EBITDA) gesetzt.

24 / VERSCHULDUNGSGRAD



¹ Nach Umgliederung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von den zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften. Die Netto-Finanzverbindlichkeiten sind definiert als Saldo aus Finanzverbindlichkeiten abzüglich der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente und bestimmter kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte. Aus ihr leitet sich der Verschuldungsgrad ab; dazu werden die Netto-Finanzverbindlichkeiten in Relation zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM adjusted EBITDA) gesetzt.

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

25 / KAPITALFLUSSRECHNUNG in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Konzernergebnis	94	125	215	155
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	404	266	687	607
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 429	- 466	- 766	- 751
Free Cashflow	- 25	- 199	- 79	- 143
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 277	- 382	- 269	- 414
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes	- 2	20	3	12
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	- 304	- 562	- 346	- 545
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	989	1.576 ¹	1.031	1.559 ¹
Zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-/-	24	-/-	24
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende²	685	990	685	990

¹ Enthält die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente von den zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften.

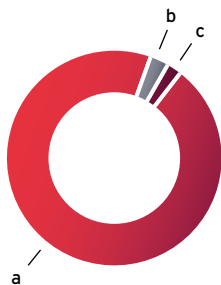
² Die in der Kapitalflussrechnung betrachteten Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente entsprechen den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten der Bilanz zum jeweiligen Bilanzstichtag.

Die ProSiebenSat.1 Group erzielte im zweiten Quartal 2019 einen **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** von 404 Mio Euro (Vorjahr: 266 Mio Euro). Der Anstieg reflektiert vor allem die Veränderung des Working Capital. Hauptursache hierfür ist ein Aufbau der Verbindlichkeiten; leicht gegenläufig wirkten sich höhere Forderungsbestände aus. Zudem führte eine Steuererstattung zu einem positiven Effekt. Im ersten Halbjahr 2019 betrug der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit 687 Mio Euro (Vorjahr: 607 Mio Euro). Die Erhöhung ist auch hier vor allem auf die Veränderung des Working Capital und die genannte Steuererstattung zurückzuführen.

26 / INVESTITIONEN NACH SEGMENTEN Q2 2019¹

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2018 in Klammern

a – Entertainment
95 (98)



b – Content
Production &
Global Sales
3 (1)

c – Commerce
2 (1)

¹ Investitionen nach Segmenten vor M&A-Aktivitäten.

Der Konzern weist für das zweite Quartal 2019 einen **Cashflow aus Investitionstätigkeit** von minus 429 Mio Euro aus. Dies entspricht einem Rückgang des Mittelabflusses um 8 Prozent bzw. 36 Mio Euro. Dies reflektiert zum einen eine geringere Auszahlung für Zugänge zum Konsolidierungskreis, zum anderen ergeben sich gegenläufige Effekte aus höheren Auszahlungen für Programminvestitionen sowie gestiegenen Investitionen in Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte. Im ersten Halbjahr 2019 betrug der Mittelabfluss 766 Mio Euro (Vorjahr: 751 Mio Euro). Der Anstieg resultiert aus höheren Auszahlungen für Programminvestitionen sowie höheren Investitionen in Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte. Gegenläufig wirkten sich geringere Auszahlungen für Zugänge zum Konsolidierungskreis aus.

– Der Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis belief sich im zweiten Quartal 2019 auf 85 Mio Euro (Vorjahr: 205 Mio Euro) und spiegelt im Wesentlichen nachgelagerte Kaufpreiszahlungen für die Virtual Minds AG („Virtual Minds“), das Digital-Studio Studio71 und für die US-Produktionsgesellschaft Kinetic Content, LLC („Kinetic Content“) wider. Der vergleichsweise hohe Vorjahreswert enthält Kaufpreiszahlungen für die Gesundheitsmarke Zirkulin und den Social-Advertising-Anbieter esome advertising technologies GmbH („esome“) sowie nachgelagerte Kaufpreiszahlungen für die Verivox Holding und Virtual Minds. Im ersten Halbjahr 2019 betrug der Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis 94 Mio Euro (Vorjahr: 230 Mio Euro). Hier ist für das erste Halbjahr 2019 zusätzlich die Kaufpreiszahlung für den Erwerb von be Around enthalten. Im ersten Halbjahr 2018 sind zusätzlich Kaufpreiszahlungen für den Online-Kündigungsservice Aboalarm GmbH („Aboalarm“) und den E-Commerce-Vermarkter Kairion GmbH („Kairion“) sowie nachgelagerte Kaufpreiszahlungen für die US-Produktionsgesellschaften Kinetic Content und Fabrik Entertainment, LLC („Fabrik Entertainment“) enthalten. → [Wesentliche Ereignisse, Seite 5](#)

i Vermögenswerte, die aus Erstkonsolidierungen stammen, werden nicht als segmentspezifische Investitionen erfasst. In der Position „Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis“ werden die für den Erwerb der erstkonsolidierten Unternehmen aufgewendeten Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente abgebildet.

– Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmrechten betrug 275 Mio Euro. Dies ist ein Anstieg von 17 Prozent oder 39 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Die Programminvestitionen entfielen wie im Vorjahr nahezu ausschließlich auf das Entertainment-Segment. Sie verteilten sich zu 55 Prozent auf Lizenzprogramme (Q2 2018: 60%) und zu 44 Prozent auf Auftragsproduktionen (Q2 2018: 39%). Auf Halbjahressicht erhöhten sich die Mittelabflüsse um 25 Prozent auf 578 Mio Euro (Vorjahr: 463 Mio Euro). Sie verteilten sich zu 53 Prozent auf Lizenzprogramme (H1 2018: 58%) und zu 46 Prozent auf Auftragsproduktionen (H1 2018: 41%).

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

aufwandswirksam in den Umsatzkosten erfasst und stellen keine Investition dar.

– Die Investitionen in Sachanlagen sind ebenfalls gestiegen und betragen 13 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro) im zweiten Quartal 2019 bzw. 22 Mio Euro (Vorjahr: 19 Mio Euro) im ersten Halbjahr 2019. Im zweiten Quartal 2019 entfiel auch hier der Großteil auf das Entertainment-Segment mit 71 Prozent sowie im ersten Halbjahr 2019 mit 68 Prozent (Q2 2018: 84 %; H1 2018 85 %) und betraf neben technischen Anlagen sowie Mietereinbauten den Campus-Neubau am Standort Unterföhring. Für sonstige immaterielle Vermögenswerte flossen zudem 46 Mio Euro (Vorjahr: 23 Mio Euro) im zweiten Quartal 2019 bzw. 79 Mio Euro (Vorjahr: 48 Mio Euro) im ersten Halbjahr 2019 ab. Der Konzern investierte mit 73 Prozent sowohl im zweiten Quartal 2019 als auch auf Halbjahressicht in sonstige immaterielle Vermögenswerte vor allem im Entertainment-Segment (Q2 2018: 82 %; H1 2018: 74 %).

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultiert ein **Free Cashflow** von minus 25 Mio Euro für das zweite Quartal 2019 (Vorjahr: -199 Mio Euro) bzw. minus 79 Mio Euro für das erste Halbjahr 2019 (Vorjahr: -143 Mio Euro). → [Abb. 27](#) → [Abb. 28](#)

Der **M&A-Cashflow** belief sich im zweiten Quartal 2019 auf minus 101 Mio Euro, nach minus 196 Mio Euro im Vorjahr (H1 2019: -94 Mio Euro; H1 2018: -226 Mio Euro). Im zweiten Quartal 2019 als auch im ersten Halbjahr 2019 ergaben sich geringere Mittelabflüsse für Zugänge zum Konsolidierungskreis.

Der **Free Cashflow vor M&A** betrug 76 Mio Euro (Vorjahr: -3 Mio Euro) im zweiten Quartal 2019. Dies entspricht einem Anstieg von 80 Mio Euro, der sowohl auf der Veränderung des Working Capital als auch einer Steuerrückzahlung basiert. Gegenläufig wirkte sich ein höherer Mittelabfluss für den Erwerb von Programmrechten aus. Auf Halbjahressicht betrug der Free Cashflow vor M&A-Maßnahmen 15 Mio Euro nach 83 Mio Euro im Vorjahr.

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

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** belief sich im zweiten Quartal 2019 auf minus 277 Mio Euro (Vorjahr: -382 Mio Euro). Die Auszahlung der Dividende in Höhe von 269 Mio Euro (Vorjahr: 442 Mio Euro) erfolgte im Juni. Im Vorjahr ergab sich im zweiten Quartal ein Mittelzufluss aus dem Verkauf von Anteilen an der NuCom Group an General Atlantic in Höhe von 286 Mio Euro. Zudem ist im Vorjahr ein Mittelabfluss von 200 Mio Euro enthalten für die Kaufpreiszahlung weiterer Anteile an der bereits beherrschten Parship Group sowie der Erwerb weiterer Anteile an SilverTours. Auf Halbjahressicht betrug der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit minus

269 Mio Euro, nach minus 414 Mio Euro im Vorjahr. Zum Mittelzufluss im ersten Halbjahr 2019 führten Kapitaleinzahlungen von anderen Gesellschaftern in Höhe von 7 Mio Euro. Zusätzlich zu den genannten Änderungen resultierte im ersten Halbjahr 2018 die Kaufpreiszahlung für weitere Anteile an der bereits beherrschten Sonoma Internet GmbH („Sonoma Internet“) in einem Mittelabfluss.

Der Konzern verfügt über eine komfortable Liquiditätsausstattung, wengleich sich aus den beschriebenen Zahlungsströmen ein Rückgang der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente gegenüber dem 31. Dezember 2018 um 346 Mio Euro auf 685 Mio Euro ergab. → [Abb. 29](#)

27 / ÜBERLEITUNG FREE CASHFLOW VOR M&A MASSNAHMEN Q2 2019 in Mio Euro

	Cashflow gesamt	M&A Cashflow	Cashflow vor M&A
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	404	-/-	404
Einzahlungen aus dem Verkauf von sonstigen immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen und finanziellen Vermögenswerten	2	2	0
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-59	-/-	-59
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-19	-19	0
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	6	-/-	6
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-275	-/-	-275
Auszahlungen von Darlehen an externe Parteien	-1	-1	-/-
Einzahlungen aus der Rückzahlung von Darlehen an externe Parteien	0	0	-/-
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	-85	-85	-/-
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente)	2	2	-/-
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-429	-101	-328
Free Cashflow	-25	-101	76

28 / ÜBERLEITUNG FREE CASHFLOW VOR M&A MASSNAHMEN H1 2019 in Mio Euro

	Cashflow gesamt	M&A Cashflow	Cashflow vor M&A
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	687	-/-	687
Einzahlungen aus dem Verkauf von sonstigen immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen und finanziellen Vermögenswerten	34	32	2
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-101	-/-	-101
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-35	-33	-2
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	7	-/-	7
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-578	-/-	-578
Auszahlungen von Darlehen an externe Parteien	-2	-2	-/-
Einzahlungen aus der Rückzahlung von Darlehen an externe Parteien	0	0	-/-
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	-94	-94	-/-
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente)	2	2	-/-
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-766	-94	-672
Free Cashflow	-79	-94	15

Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

Die **Bilanzsumme** reduzierte sich um 3 Prozent und belief sich zum 30. Juni 2019 auf 6.286 Mio Euro (31. Dezember 2018: 6.468 Mio Euro). Die wichtigsten Bilanzpositionen werden nachfolgend näher erläutert.
→ [Abb. 30](#)

- **Kurz- und langfristige Aktiva:** Die Geschäfts- oder Firmenwerte verzeichneten zum 30. Juni 2019 einen Anstieg um 7 Prozent auf 2.101 Mio Euro (31. Dezember 2018: 1.962 Mio Euro); ihr Anteil an der Bilanzsumme lag bei 33 Prozent (31. Dezember 2018: 30%). Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte erhöhten sich um 4 Prozent auf 854 Mio Euro (31. Dezember 2018: 824 Mio Euro). Diese Entwicklungen sind vor allem geprägt durch die Erstkonsolidierung von be Around. Die Sachanlagen stiegen um 3 Prozent auf 337 Mio Euro (31. Dezember 2018: 327 Mio Euro). → [Wesentliche Ereignisse, Seite 5](#)

Die langfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte erhöhten sich um 25 Prozent auf 310 Mio Euro (31. Dezember 2018: 249 Mio Euro). Der Anstieg ist primär auf neue Media-for-Equity-Beteiligungen sowie die positive Entwicklung der langfristigen Fremdwährungssicherungsgeschäfte zurückzuführen. Die kurzfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen

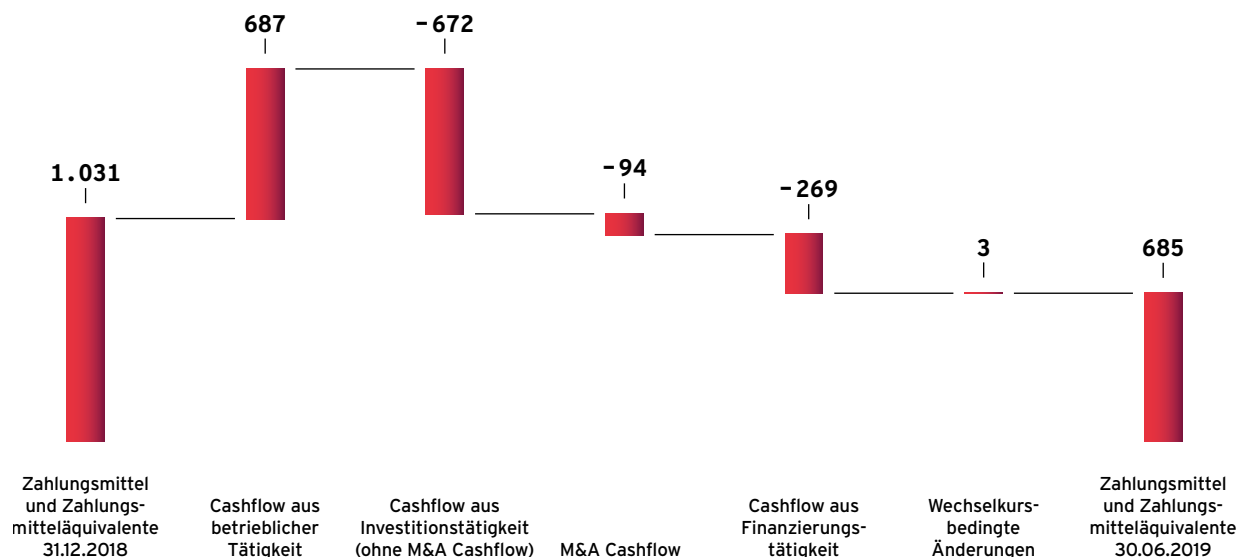
Vermögenswerte reduzierten sich um 14 Prozent auf 105 Mio Euro (31. Dezember 2018: 122 Mio Euro) vor allem aufgrund der negativen Entwicklung der kurzfristigen Fremdwährungssicherungsgeschäfte. Darüber hinaus verringerten sich die kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 14 Prozent auf 452 Mio Euro (31. Dezember 2018: 529 Mio Euro).

Das Programmvermögen hat sich gegenüber dem Vorjahr um 9 Prozent erhöht und betrug 1.212 Mio Euro (31. Dezember 2018: 1.113 Mio Euro). Das Programmvermögen wies - bezogen auf die Bilanzsumme - einen Anteil von 19 Prozent auf (31. Dezember 2018: 17%) und setzt sich aus lang- und kurzfristigem Programmvermögen zusammen.

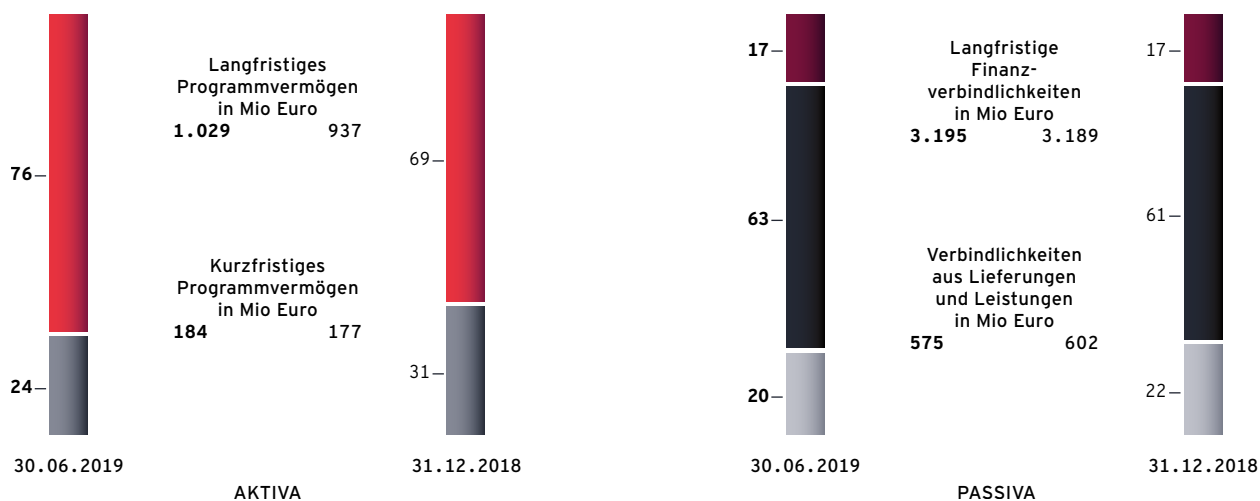
Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente lagen bei 685 Mio Euro. Dies entspricht einem Rückgang gegenüber dem 31. Dezember 2018 von 34 Prozent oder 346 Mio Euro und spiegelt die Entwicklung der Cashflows wider. → [Liquiditäts- und Investitionsanalyse, Seite 16](#)

- **Eigenkapital:** Das Eigenkapital erhöhte sich leicht um 1 Prozent oder 10 Mio Euro auf 1.080 Mio Euro. Diese Entwicklung beruht auf dem positiven Konzernergebnis und der Einlage der Anteile an Marketplace durch General Atlantic, was zum Anstieg der Anteile anderer Gesellschafter geführt hat. Demgegenüber steht die Auszahlung der Dividende für das Jahr 2018 in Höhe von 269 Mio Euro (Vorjahr: 442 Mio Euro). Die korrespondierende Eigenkapitalquote betrug unverändert 17 Prozent. → [Die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie, Seite 20](#)
- **Kurz- und langfristige Passiva:** Das Fremdkapital hat sich im Vergleich zum Bilanzstichtag 2018 verringert; insgesamt sanken die Verbindlichkeiten und Rückstellungen gegenüber dem 31. Dezember 2018 um 4 Prozent auf 5.206 Mio Euro (31. Dezember 2018: 5.398 Mio Euro). Gründe hierfür sind vor allem die Zahlung von Put-Optionsverbindlichkeiten sowie positive Bewertungseffekte derselben, der Rückgang der Drohverlustrückstellungen sowie der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen. Gegenläufig wirkten sich neue Media-for-Equity-Verbindlichkeiten aus. Die Summe der im Fremdkapital ausgewiesenen lang- und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten betrug nahezu unverändert 3.200 Mio Euro (31. Dezember 2018: 3.194 Mio Euro).

29 / VERÄNDERUNG DER ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE in Mio Euro



30 / BILANZSTRUKTUR in Prozent



■ Langfristige Aktiva ■ Kurzfristige Aktiva

■ Eigenkapital ■ Langfristige Passiva ■ Kurzfristige Passiva

DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE

PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AM KAPITALMARKT

Getrieben von einer expansiveren Geldpolitik der Notenbanken entwickelten sich die Aktienmärkte im ersten Halbjahr 2019 trotz des andauernden Handelskonflikts zwischen den USA und China, der Diskussionen um den Brexit sowie der teilweise schwachen Konjunktur- und Unternehmensdaten positiv.

So beendete der deutsche Leitindex DAX die ersten sechs Monate des Jahres 2019 mit einem Plus von 17,4 Prozent, der MDAX schloss mit einem Plus von 18,7 Prozent. Der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex EURO STOXX Media, in dem neben TV-Unternehmen noch andere Medienwerte enthalten sind, stieg mit 7,3 Prozent im Vergleich dazu unterdurchschnittlich. Hier wirkte sich die schwache Performance der zugehörigen TV-Unternehmen aus - der für die ProSiebenSat.1 Group relevanten Bezugsgruppe.

In diesem Umfeld verzeichnete die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie - bereinigt um den Dividendenabschlag von 1,19 Euro am 13. Juni 2019 - eine annähernd stabile Wertentwicklung. Auf Basis des Schlusskurses in Höhe von 15,54 Euro am 12. Juni 2019, dem Tag der Hauptversammlung, ergibt sich eine Dividendenrendite von 7,7 Prozent. Am Ende des ersten Halbjahres 2019 schloss die Aktie bei 13,82 Euro (31. Dezember 2018: 15,55 Euro).

Positiv auf die Kursentwicklung wirkte sich unter anderem die Veröffentlichung der Geschäftszahlen für das erste Quartal am 9. Mai 2019 aus. Der Kapitalmarkt honorierte die Bestätigung des Ausblicks für das Jahr 2019, die mittelfristigen Wachstumsziele sowie Fortschritte bei der Umsetzung der Konzernstrategie. Neben den genannten positiven Einflussfaktoren wurde die Kursentwicklung der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie auch im ersten Halbjahr 2019 durch eine Abwertung des gesamten europäischen Broadcasting-Sektors aufgrund einer sich verändernden Mediennutzung und eines damit einhergehenden intensiveren Wettbewerbs mit US-Digitalunternehmen beeinflusst. So bewerten einige Analysten die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie sowie Medienwerte allgemein nun zurückhaltender als im Vorjahr.

Insgesamt haben am Ende des Berichtshalbjahres 23 Brokerhäuser und Finanzinstitute die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie aktiv bewertet und Research-Berichte veröffentlicht. 31,0 Prozent der Analysten empfahlen die Aktie am Ende des ersten Halbjahres 2019 zum Kauf, 52,0 Prozent sprachen sich dafür aus, sie zu halten und 17,0 Prozent gaben eine Verkaufsempfehlung. Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analysten lag bei 16,00 Euro.

HAUPTVERSAMMLUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2018

Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2018 fand am 12. Juni 2019 in München statt. Auf der Hauptversammlung waren rund 1.000 Teilnehmer anwesend. Die Präsenz lag bei ca. 51,4 Prozent des Grundkapitals. Die Aktionäre haben die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,19 Euro je dividendenberechtigter Aktie für das Geschäftsjahr 2018 beschlossen (Vorjahr: 1,93 Euro). Die Ausschüttungssumme beläuft sich auf rund 269 Mio Euro. Daraus ergibt sich eine Ausschüttungsquote von rund 50 Prozent bezogen auf das adjusted net income. Die Dividende wurde am 17. Juni 2019 ausbezahlt.

Darüber hinaus hat die Hauptversammlung die Wiederwahl des gesamten Aufsichtsrats beschlossen. Die Aktionäre haben alle neun Aufsichtsratsmitglieder mit einer deutlichen Mehrheit (durchschnittlich 93 %) in ihrem Amt bestätigt. Die Hauptversammlung hat zudem die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2018 entlastet. Zudem wurden auch alle sonstigen zustimmungspflichtigen Beschlussvorschläge mit deutlicher Mehrheit angenommen.

AKTIONÄRSSTRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die Aktien werden größtenteils von institutionellen Investoren aus den USA, Großbritannien und Deutschland gehalten. Am 29. Mai 2019 hat der Konzern Kenntnis erhalten, dass die Mediaset S.p.A. mit Sitz in Mailand 9,6 Prozent der Anteile und 9,9 Prozent der Stimmrechte an der ProSiebenSat.1 Group erworben hat.

Zum 30. Juni 2019 befanden sich insgesamt 97,0 Prozent der Aktien im Streubesitz (31. Dezember 2018: 97,0 %). Die restlichen 3,0 Prozent sind im eigenen Bestand (31. Dezember 2018: 3,0 %).

RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Die Chancensituation der ProSiebenSat.1 Group hat sich gegenüber dem Jahresende 2018 nicht grundlegend verändert. Nach unserer Einschätzung sind zudem derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Finanz- und Vermögenslage führen könnten. Die identifizierten Risiken haben keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch in die Zukunft gerichtet. Dennoch hat sich die Gesamtrisikolage des Konzerns gegenüber dem Jahresende 2018 aufgrund makroökonomischer Entwicklungen und der Risiken im Zusammenhang mit Eigen- und Auftragsproduktionen im ersten Quartal 2019 sowie der Vertriebsrisiken im Segment Commerce im zweiten Quartal 2019 erhöht. Risiken, die im Vergleich zum Jahresende 2018 gestiegen sind, werden nachfolgend näher erläutert.

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

MAKROÖKONOMISCHE RISIKEN

Zu Jahresbeginn 2019 hat sich die Abschwächung der Weltwirtschaft fortgesetzt. Laut aktueller Prognose der Europäischen Kommission wird das globale Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von real plus 3,6 Prozent im Jahr 2018 auf plus 3,2 Prozent im Jahr 2019 zurückgehen. Die deutsche Wirtschaft startete mit einem guten ersten Quartal (+0,4% vs. Vorquartal). Allerdings war diese Entwicklung durch Sondereffekte wie beispielsweise durch die günstige Entwicklung der Baubranche, konsumfreundliche Fiskalmaßnahmen oder nachgeholte Automobilkäufe überzeichnet, sodass im zweiten Quartal mit gegenläufigen Effekten zu rechnen ist. Insgesamt dürfte sich die leichte Wachstumstendenz im ersten Halbjahr aber fortgesetzt haben.

Aufgrund der robusten Binnenkonjunktur und eines soliden privaten Konsums ist in Deutschland derzeit keine länger andauernde Rezession zu erwarten. Dennoch steigen die Belastungen für die exportorientierte deutsche Wirtschaft und damit auch das Risiko, dass die ungünstigen außenwirtschaftlichen Bedingungen mittelfristig auf den Binnenraum übergreifen. Während die Gemeinschaftsdiagnose im Frühjahr 2019, nach plus 1,9 Prozent im Herbst 2018, noch ein reales Plus von 0,8 Prozent prognostizierte, erwartet das Institut für Wirtschaftsforschung (ifo) zur Jahresmitte ein Plus von 0,6 Prozent.

Auch wir erachten die Konjunkturrisiken gegenüber dem Jahresende 2018 als erhöht. Da die Werbeausgaben von Unternehmen ebenso wie andere Investitionsentscheidungen von der allgemeinen Konjunkturlage und -stimmung beeinflusst werden, sehen wir dieses externe Risiko als hohes Risiko (vorher: mittel) mit einer wesentlichen Auswirkung auf die Ergebnisentwicklung (vorher: erheblich). Die Eintrittswahrscheinlichkeit stufen wir weiterhin als möglich ein.

ERFOLG VON EIGEN- UND AUFTRAGS-PRODUKTIONEN UND LOCAL-CONTENT-STRATEGIE

Programme mit lokalem Bezug werden immer häufiger zu einem Wettbewerbsvorteil gegenüber globalen Streamingdiensten. Deshalb hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Programmstrategie weiterentwickelt und fokussiert sich neben digitalen Verwertungsmöglichkeiten verstärkt auf die Ausstrahlung von Live- und Local-Formaten. Aufgrund der damit einhergehenden Ausweitung des Anteils an Eigen- und Auftragsproduktionen im Gesamtprogramm ist die Auswirkung des Risikos nun von gering auf moderat angestiegen. Die Eintrittswahrscheinlichkeit liegt weiterhin bei möglich. Somit hat sich das daraus resultierende Risiko erhöht und wir kategorisieren dieses nun in seiner Bedeutung insgesamt als mittel.

VERTRIEBSRISIKEN IM SEGMENT COMMERCE

Die Portfolio-Unternehmen im Commerce-Segment sind in vier Kernbereiche strukturiert. Entwicklungen in der Marktstruktur und verstärkte Aktivitäten von Wettbewerbern wirken sich zunehmend auf den Vertrieb im Segment Commerce aus. Um diesen Entwicklungen entgegenzutreten, arbeitet die ProSiebenSat.1 Group stetig an der Verbesserung ihrer Produkte und Dienstleistungen und treibt infolgedessen die Digitalisierung und Wachstumsstrategie ihres Portfolios konsequent voran, auch durch notwendige Investitionen. Wir erachten den Eintritt des Risikos nun als möglich. Wir kategorisieren das Risiko aufgrund einer hohen Auswirkung in seiner Bedeutung insgesamt als mittel (vorher: Auswirkung: mittel; Eintrittswahrscheinlichkeit: unwahrscheinlich).

Die als mittel oder hoch eingestuften Risiken und wesentliche Chancen werden im Geschäftsbericht 2018 ab Seite 123 beschrieben; dort werden auch die organisatorischen Voraussetzungen für das Risiko- und Chancenmanagement erläutert. Der Geschäftsbericht wurde am 21. März 2019 veröffentlicht und ist unter → <https://www.prosiebensat1.com/investor-relations/publikationen/geschaeftsbericht> abrufbar.

PROGNOSEBERICHT

KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Noch im Herbst 2018 hatten die führenden deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute in ihrer Gemeinschaftsdiagnose für das Jahr 2019 einen realen Anstieg des Bruttoinlandsprodukts um solide 1,9 Prozent prognostiziert. Im Frühjahr 2019 musste diese Vorhersage aufgrund der deutlichen Konjunkturabkühlung auf plus 0,8 Prozent nach unten korrigiert werden. Das Institut für Wirtschaftsforschung (ifo) prognostizierte im Juni 2019 ein Plus von 0,6 Prozent für das laufende Geschäftsjahr. Belastet wird die deutsche Wirtschaft in erster Linie von der globalen Konjunkturentwicklung, den Handelsauseinandersetzungen - vor allem zwischen den USA und China - sowie den diversen Risiken innerhalb Europas bzw. der Eurozone wie beispielsweise dem Brexit und der Haushaltssituation in Italien.

Gestützt wird die deutsche Konjunktur derzeit vor allem von der inländischen Bauwirtschaft und dem privaten Konsum. Auch im Jahr 2019 ist mit einer robusten Arbeitsmarktentwicklung und deutlich

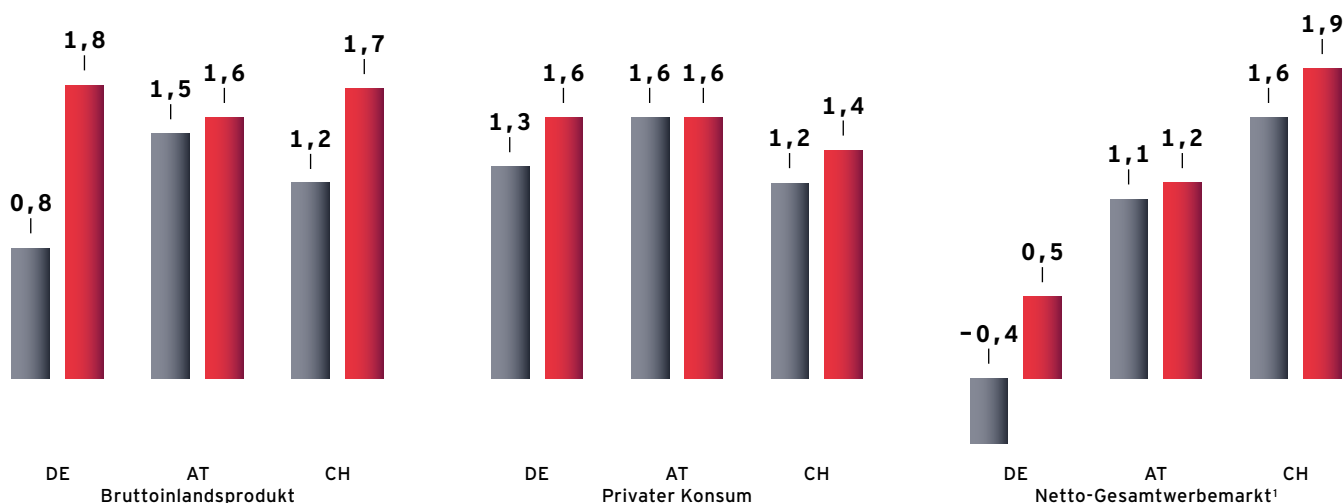
steigenden Einkommen bzw. Transferleistungen zu rechnen. Vor diesem Hintergrund liegen die aktuellen Prognosen für den privaten Konsum bei einem Zuwachs real zwischen 1,4 (ifo) und 1,9 Prozent (RWI) und somit über den Erwartungen der Gemeinschaftsdiagnose aus dem Frühjahr 2019. → [Konjunkturelle Entwicklung, Seite 6](#) → [Risiko- und Chancenbericht, Seite 21](#)

Angesichts der abgeschwächten Konjunkturentwicklung und anhaltender Strukturveränderungen im Werbemarkt sehen aktuelle Prognosen den TV-Werbemarkt 2019 netto erneut leicht im Minus. Die Erwartungen variieren zwischen minus 1,8 Prozent (ZenithOptimedia) und minus 2,1 Prozent (Magna Global). Das erste Halbjahr lag nach Ansicht der ProSiebenSat.1 Group unter der Prognose von Magna Global.

InStream-Videowerbung dürfte sich hingegen weiter dynamisch entwickeln und das Wachstum des Online-Werbemarkts treiben. Die Erwartungen reichen hier von plus 6,9 Prozent (ZenithOptimedia) bis plus 10,0 Prozent netto (Magna Global). Für den deutschen Gesamtwerbemarkt geht Magna Global von einem Netto-Wachstum von plus

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

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



■ 2019p ■ 2020p

Quellen: D: Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2019. / AT: European Commission, European Economic Forecast Frühjahr 2019. / CH: Schweizer Bundesamt für Statistik (BFS), Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO), Pressemitteilung vom 16.06.2019.

¹ ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecast Juni 2019, Zahlen auf Netto-Basis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den Ländern und Quellen.
p: Prognose

2,1 Prozent aus; ZenithOptimedia prognostiziert für 2019 dagegen ein Minus von 0,4 Prozent. Es bleibt abzuwarten, ob und welche Auswirkungen die zunehmenden makroökonomischen Risiken auf die Werbeindustrie und insbesondere auf den TV-Werbemarkt haben werden.

→ [Abb. 31](#) → [Entwicklung des Werbemarkts, Seite 6](#)

UNTERNEHMENSAUSBLICK

Der Geschäftsverlauf im ersten Halbjahr liegt trotz des schwächer als erwarteten TV-Werbemarkts im Rahmen der Gesamtjahresziele für Umsatz und Ergebnis, die der Konzern bei der Bilanzpressekonferenz im März für das Jahr 2019 vorgestellt hat.

Wie im Rahmen der Bilanzpressekonferenz ebenfalls angekündigt, hat die ProSiebenSat.1 Group entschieden, konsequent in die Zukunft des Entertainment-Geschäfts, insbesondere in lokale Inhalte, zu investieren. Der Fokus auf lokale Inhalte beginnt bereits sich auszuzahlen, da der Konzern durch das Wachstum der Zuschauermarktanteile und der digitalen Viewtime eine steigende Total Video Viewtime verzeichnet. Der Schwerpunkt dieser aufwandswirksamen Investitionen liegt im zweiten und dritten Quartal. Deren Auswirkungen auf das Ergebnis im Gesamtjahr hat der Konzern bereits in seiner Gesamtjahresprognose berücksichtigt. Die ProSiebenSat.1 Group baut auch das Geschäft der NuCom Group kontinuierlich aus. In diesem Zusammenhang hat der Konzern beschlossen, die Wettbewerbsposition im Online-Beauty-Geschäft über zusätzliche aufwandswirksame Wachstumsinvestitionen in das Portfolio-Unternehmen Flaconi weiter zu beschleunigen und zu stärken. Daneben arbeitet der Konzern auch in der zweiten Jahreshälfte weiterhin an Kostenverbesserungen im Kerngeschäft.

Im TV-Werbemarkt bleibt die Visibilität voraussichtlich auch im zweiten Halbjahr gering. Unabhängig von den genannten Wachstumsinvestitionen und vorbehaltlich der Entwicklung des makroökonomischen Umfelds und des TV-Werbemarkts im zweiten Halbjahr strebt die ProSiebenSat.1 Group für das Gesamtjahr 2019 weiterhin einen Anstieg des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich sowie eine adjusted EBITDA-Marge zwischen 22 und 25 Prozent an und bestätigt somit ihre Gesamtjahresziele.

i Ausführliche Erläuterungen zur Prognose sowie die erwarteten Konzern- und Segment-Kennzahlen hat das Unternehmen im → [Geschäftsbericht 2018 auf den Seiten 137 und 138 veröffentlicht](#).

32 / VORAUSSCHAUENDE AUSSAGEN

Prognosen basieren auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Wir stützen uns dabei auf unsere Budgetplanung sowie umfassende Markt- und Wettbewerbsanalysen. Die prognostizierten Werte werden in Übereinstimmung mit den im Abschluss angewendeten Rechnungslegungsgrundsätzen und in Konsistenz mit den im Lagebericht beschriebenen Bereinigungen ermittelt. Prognosen sind naturgemäß jedoch mit gewissen Unsicherheiten verbunden, die zu positiven oder negativen Planabweichungen führen können. Sollten Unwägbarkeiten eintreten oder die den vorausschauenden Aussagen zugrundeliegenden Prämissen nicht weiter zutreffen, könnten die

tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Entwicklungen, die diese Prognose belasten könnten, sind zum Beispiel eine geringere Konjunkturdynamik als zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts erwartet. Diese und weitere Faktoren werden ausführlich im Risiko- und Chancenbericht erläutert. Dort berichten wir auch über zusätzliche Wachstumspotenziale; Chancen, die wir bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert haben, könnten sich etwa aus unternehmensstrategischen Entscheidungen ergeben. Risikopotenziale werden systematisch und regelmäßig im Rahmen des konzernweiten Risikomanagementprozesses erfasst. Wesentliche Ereignisse nach dem Ende der Berichtsperiode werden im → [Anhang, Ziffer 10 „Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode“](#), Seite 43 erläutert.

Veröffentlichungstermin des Halbjahresfinanzberichts 2019 ist der 07. August 2019.

KONZERN- ZWISCHENABSCHLUSS

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

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

	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
1. Umsatzerlöse	947	912	1.860	1.794
2. Umsatzkosten	- 535	- 478	- 1.057	- 968
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	413	434	803	826
4. Vertriebskosten	- 151	- 115	- 292	- 234
5. Verwaltungskosten	- 125	- 146	- 252	- 342
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	- 2	- 3	- 4	- 6
7. Sonstige betriebliche Erträge	9	8	18	16
8. Betriebsergebnis	144	178	273	260
9. Zinsen und ähnliche Erträge	0	3	1	3
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 15	- 20	- 25	- 43
11. Zinsergebnis	- 14	- 17	- 24	- 40
12. Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	- 12	- 2	- 20	- 5
13. Sonstiges Finanzergebnis	13	25	80	15
14. Finanzergebnis	- 13	6	36	- 30
15. Ergebnis vor Steuern	131	184	309	230
16. Ertragsteuern	- 37	- 59	- 94	- 75
KONZERNERGEBNIS	94	125	215	155
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	93	126	215	153
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	1	- 1	- 1	2
in Euro				
Ergebnis je Aktie				
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	0,41	0,55	0,95	0,67
Verwässertes Ergebnis je Aktie	0,41	0,54	0,94	0,67

GESAMTERGEBNISRECHNUNG

34 / GESAMTERGEBNISRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Konzernergebnis	94	125	215	155
Zukünftig erfolgswirksam umzugliedernde Posten				
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	- 5	23	4	11
Bewertung von Cashflow Hedges	- 12	87	- 1	31
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	3	- 24	0	- 9
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- 14	85	4	34
Konzern-Gesamtergebnis	80	210	218	189
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzern-Gesamtergebnis	79	211	219	187
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzern-Gesamtergebnis	1	- 1	0	2

BILANZ

35 / BILANZ DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	30.06.2019	31.12.2018 angepasst ¹
A. Langfristige Vermögenswerte		
I. Geschäfts- oder Firmenwerte	2.101	1.962
II. Sonstige immaterielle Vermögenswerte	854	824
III. Sachanlagen	337	327
IV. At-Equity bewertete Anteile	39	77
V. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	305	244
VI. Programmvermögen	1.029	937
VII. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	5	4
VIII. Latente Ertragsteueransprüche	100	95
	4.769	4.470
B. Kurzfristige Vermögenswerte		
I. Programmvermögen	184	177
II. Vorräte	51	42
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	48	69
IV. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	452	529
V. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	40	98
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	56	53
VII. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	685	1.031
	1.517	1.998
Bilanzsumme	6.286	6.468

	30.06.2019	31.12.2018 angepasst ¹
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	233	233
II. Kapitalrücklage	1.044	1.043
III. Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital	-173	-119
IV. Eigene Anteile	-64	-64
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	39	36
VI. Sonstiges Eigenkapital	-233	-246
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	848	883
VII. Anteile anderer Gesellschafter	232	187
	1.080	1.070
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen		
I. Finanzverbindlichkeiten	3.195	3.189
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	310	349
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	45	53
IV. Übrige Verbindlichkeiten	26	6
V. Rückstellungen für Pensionen	26	28
VI. Sonstige Rückstellungen	81	111
VII. Latente Ertragsteuerschulden	254	239
	3.938	3.974
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen		
I. Finanzverbindlichkeiten	5	5
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	136	200
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	530	550
IV. Übrige Verbindlichkeiten	326	362
V. Steuerrückstellungen	86	109
VI. Sonstige Rückstellungen	186	198
	1.268	1.424
Bilanzsumme	6.286	6.468

¹ Anpassung Vorjahr siehe Anhang, Ziffer 1 „Allgemeine Angaben“

KAPITALFLUSSRECHNUNG

36 / KAPITALFLUSSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Konzernergebnis	94	125	215	155
Ertragsteuern	37	59	94	75
Finanzergebnis	13	-6	-36	30
Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	59	52	110	103
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	217	206	449	446
Veränderung der Pensionsrückstellungen und sonstigen Rückstellungen	-17	-31	-20	33
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	-1	-1	-1	-3
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-2	0	-3	1
Veränderung des Working Capital	30	-53	-47	-97
Erhaltene Dividenden	1	0	7	6
Gezahlte Steuern	-4	-60	-52	-107
Gezahlte Zinsen	-23	-27	-30	-38
Erhaltene Zinsen	0	1	2	2
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	404	266	687	607
Einzahlungen aus dem Verkauf von sonstigen immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen und finanziellen Vermögenswerten	2	17	34	28
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-59	-34	-101	-68
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-19	-9	-35	-27
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	6	3	7	8
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-275	-236	-578	-463
Auszahlungen von Darlehen an externe Parteien	-1	-/-	-2	-/-
Einzahlungen aus der Rückzahlung von Darlehen an externe Parteien	0	-/-	0	-/-
Auszahlungen von Darlehen an finanzielle Vermögenswerte	-/-	-3	-/-	-3
Einzahlungen aus der Rückzahlung von Darlehen an finanzielle Vermögenswerte	-/-	1	-/-	1
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	-85	-205	-94	-230
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	2	-/-	2	2
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-429	-466	-766	-751
Free Cashflow	-25	-199	-79	-143
Auszahlung der Dividende	-269	-442	-269	-442
Auszahlungen zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	-2	0	-5	-1
Einzahlungen aus der Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	6	5	21	6
Auszahlungen zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	-11	-10	-20	-20
Einzahlungen aus dem Verkauf von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	-/-	286	-/-	286
Auszahlungen für den Erwerb von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	-1	-200	-1	-221
Einzahlungen in das Kapital von anderen Gesellschaftern	-/-	1	7	1
Auszahlungen von Dividenden an andere Gesellschafter	-1	-23	-2	-23
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-277	-382	-269	-414
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-2	20	3	12
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-304	-562	-346	-545
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	989	1.576 ¹	1.031	1.559 ¹
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	685	1.014¹	685	1.014¹
Abzüglich zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	-/-	24	-/-	24
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende (Konzernbilanz)	685	990	685	990

¹ Enthält die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente der zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften.

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

37 / EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP H1 2018 in Mio Euro

	Kumuliertes übriges Eigenkapital											
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Eigene Anteile	Unterschiedsbetrag aus Währungsrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Bewertungseffekte aus Pensionsverpflichtungen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesellschafter	Konzern-eigenkapital
31. Dezember 2017	233	1.055	79	-13	-14	7	-9	1	-113	1.225	26	1.252
Änderung Rechnungslegungsstandards	-/-	-/-	-5	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-5	-/-	-5
01. Januar 2018	233	1.055	74	-13	-14	7	-9	1	-113	1.221	26	1.247
Konzernergebnis	-/-	-/-	153	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	153	2	155
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	11	31	-/-	-9	-/-	34	0	34
Konzern-Gesamtergebnis	-/-	-/-	153	-/-	11	31	-/-	-9	-/-	187	2	189
Dividenden	-/-	-/-	-442	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-442	-23	-465
Anteilsbasierte Vergütungen	-/-	-17	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-17	-/-	-17
Sonstige Veränderungen	-/-	0	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-99	-99	186	88
30. Juni 2018¹ angepasst	233	1.038	-214	-13	-2	37	-9	-8	-212	850	192	1.041

38 / EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP H1 2019 in Mio Euro

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

¹ Anpassung Vorjahr siehe Anhang, Ziffer 1 „Allgemeine Angaben“

KONZERNANHANG FÜR DEN ZWISCHENABSCHLUSS ZUM 30. JUNI 2019 DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

1 / Allgemeine Angaben

Der Konzernzwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE und ihrer Tochtergesellschaften (zusammen „das Unternehmen“, „der Konzern“ oder „ProSiebenSat.1 Group“) zum 30. Juni 2019 wurde in Übereinstimmung mit den für die Zwischenberichterstattung anzuwendenden IFRS, wie sie vom IASB veröffentlicht wurden und in der EU anzuwenden sind, aufgestellt und sollte im Zusammenhang mit dem Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018 gelesen werden.

Seit dem 1. Januar 2019 wendet die ProSiebenSat.1 Group die folgenden vom IASB verabschiedeten und in europäisches Recht umgesetzten Standards und Interpretationen erstmalig an:

- IAS 19 „Planänderungen, -kürzungen oder -abgeltungen“
- IAS 28 „Langfristige Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures“
- IFRS 9 „Vorfälligkeitsregelungen mit negativer Ausgleichsleistung“
- Jährliches Verbesserungsprojekt 2015-2017: „Änderungen an IFRS 3, IFRS 11, IAS 12, IAS 23“
- IFRIC 23 „Unsicherheit bezüglich der ertragsteuerlichen Behandlung“

Darüber hinaus hat der Konzern die Agenda-Entscheidung des IFRS Interpretations Committee (IFRS IC) „Recht des Kunden auf Zugriff auf die in der Cloud gehostete Software des Lieferanten“ vom März 2019 umgesetzt. Diese Agenda-Entscheidung regelt, dass Software-as-a-Service-Verträge, soweit sie ausschließlich Zugang zu einer vom Software-Anbieter in der Cloud betriebenen Software gewähren, nicht als immaterielle Vermögenswerte zu aktivieren sind. Die Klarstellung hat dazu geführt, dass bestimmte Software-as-a-Service-Verträge bzw. einzelne Vertragskomponenten künftig als Serviceverträge behandelt werden.

Die Anwendung der genannten Verlautbarungen hatte keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns.

Ansonsten sind die Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, die für den Konzernzwischenabschluss zum 30. Juni 2019 angewendet wurden, dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2018 zugrunde lagen.

Das Kerngeschäft des Konzerns unterliegt starken saisonalen Schwankungen. Die in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2019 erzielten Ergebnisse lassen deshalb nicht notwendigerweise Vorhersagen über die Entwicklung des weiteren Geschäftsverlaufes zu.

Im Eigenkapital wurden zum 30. Juni 2018 und 31. Dezember 2018 in den Positionen Sonstiges Eigenkapital sowie Anteile anderer Gesellschafter aufgrund einer im ersten Quartal 2019 identifizierten erforderlichen Anpassung der Effekte aus dem Einstieg von General Atlantic in 2018 Umgliederungen vorgenommen. Die Höhe der Umgliederung beträgt zum 30. Juni 2018 19 Mio Euro. Somit werden die Anteile anderer Gesellschafter zum 30. Juni 2018 um 19 Mio Euro höher und das Sonstige Eigenkapital wiederum um 19 Mio Euro niedriger als bislang berichtet ausgewiesen. Zum 31. Dezember 2018 beträgt die Umgliederung 116 Mio Euro, wobei dabei die Anteile anderer Gesellschafter nach Anpassung um 116 Mio Euro niedriger und das Sonstige Eigenkapital um 116 Mio Euro höher berichtet werden.

Auf der ordentlichen Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE am 12. Juni 2019 wurde zur Verwendung des Bilanzgewinns die Einstellung in die Gewinnrücklage in Höhe von 200 Mio Euro sowie die Ausschüttung einer

Dividende für das Geschäftsjahr 2018 in Höhe von 1,19 Euro je Aktie beschlossen. Die Gesamtsumme der Dividendenzahlung betrug 269 Mio Euro und wurde am 17. Juni 2019 ausgezahlt.

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in diesem Konzernzwischenabschluss nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

2 / Segmentberichterstattung

Gemäß IFRS 8 ist eine Abgrenzung von operativen Segmenten, basierend auf der unternehmensinternen Steuerung und Berichterstattung, vorzunehmen. Die Organisations- und Berichtsstruktur der ProSiebenSat.1 Group orientiert sich an einer Steuerung nach Geschäftsfeldern. Auf Basis des von ihm eingerichteten Berichtswesens beurteilt der Vorstand als Hauptentscheidungsträger (Chief Operating Decision Maker) den Erfolg der verschiedenen Segmente und die Zuteilung der Ressourcen.

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

39 / SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP Q2 2019 in Mio Euro

	Segment Entertainment	Segment Content Production & Global Sales	Segment Commerce	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierungen	Summe Konzern- zwischen- abschluss
Umsatzerlöse	612	171	198	982	-34	947
Außenumsatzerlöse	601	148	198	947	-/-	947
Innenumsatzerlöse	12	23	0	34	-34	-/-
EBITDA ¹	180	10	13	203	0	204
Adjusted EBITDA	186	9	17	213	0	213

¹ Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

40 / SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP Q2 2018 in Mio Euro

	Segment Entertainment	Segment Content Production & Global Sales	Segment Commerce	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierungen	Summe Konzern- zwischen- abschluss
Umsatzerlöse	646	130	168	944	-32	912
Außenumsatzerlöse	628	116	168	912	-/-	912
Innenumsatzerlöse	18	14	0	32	-32	-/-
EBITDA ¹	215	8	8	231	0	230
Adjusted EBITDA	234	9	16	259	0	259

¹ Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

41 / SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP H1 2019 in Mio Euro

	Segment Entertainment	Segment Content Production & Global Sales	Segment Commerce	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierungen	Summe Konzern- zwischen- abschluss
Umsatzerlöse	1.204	319	397	1.920	-60	1.860
Außenumsatzerlöse	1.180	283	397	1.860	-/-	1.860
Innenumsatzerlöse	24	36	0	60	-60	-/-
EBITDA ¹	339	18	28	384	0	384
Adjusted EBITDA	349	17	36	403	0	403

¹ Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

42 / SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP H1 2018 in Mio Euro

	Segment Entertainment	Segment Content Production & Global Sales	Segment Commerce	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierungen	Summe Konzern- zwischen- abschluss
Umsatzerlöse	1.288	239	328	1.855	-62	1.794
Außenumsatzerlöse	1.252	214	328	1.794	-/-	1.794
Innenumsatzerlöse	36	26	0	62	-62	-/-
EBITDA ¹	332	12	20	364	-1	363
Adjusted EBITDA	417	13	29	460	-1	459

¹ Diese Segmentinformation wird im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

Der Vorstand als Hauptentscheidungsträger misst den Erfolg der Segmente anhand einer Segmentergebnisgröße, die in der internen Steuerung und Berichterstattung als „adjusted EBITDA“ bezeichnet wird.

Nachfolgend wird die Überleitungsrechnung von den Segmentwerten auf die entsprechenden Konzernwerte dargestellt:

43 / ÜBERLEITUNG AUF DIE KONZERNWERTE in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
ADJUSTED EBITDA				
Adjusted EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	213	259	403	460
Sonstige/Eliminierungen	0	0	0	-1
Adjusted EBITDA des Konzerns	213	259	403	459
Sondereffekte	-9	-28	-19	-96
Finanzergebnis	-13	6	36	-30
Abschreibungen	-58	-52	-108	-101
Wertminderungen	-1	0	-2	-2
Ergebnis vor Steuern	131	184	309	230

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

44 / DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises	0	-/-	0	-/-
Erträge aus sonstigen wesentlichen Einmal-Effekten	-/-	1	-/-	1
Zu bereinigende Erträge	0	1	0	1
M&A-bezogene Aufwendungen	-2	-20	-4	-24
Reorganisations-Aufwendungen	-8	-3	-16	-63
Aufwendungen für Rechtsstreitigkeiten	0	1	0	1
Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen	1	2	3	0
Aufwendungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises	0	-/-	0	-/-
Aufwendungen aus sonstigen wesentlichen Einmal-Effekten	-2	-10	-2	-11
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business-Units	1	-/-	1	-/-
Zu bereinigende EBITDA Aufwendungen	-10	-29	-20	-97
Sondereffekte	-9	-28	-19	-96

Nachstehend sind die Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group zu finden:

45 / ANGABEN AUF UNTERNEHMENSEBENE Q2 in Mio Euro

Geografische Aufteilung	D		USA		AT/CH		UK		Sonstige		Summe Konzernzwischenabschluss	
	Q2 2019	Q2 2018	Q2 2019	Q2 2018	Q2 2019	Q2 2018	Q2 2019	Q2 2018	Q2 2019	Q2 2018	Q2 2019	Q2 2018
	Außenumsatzerlöse	731	741	122	84	74	73	16	8	5	7	947

46 / ANGABEN AUF UNTERNEHMENSEBENE H1 in Mio Euro

Geografische Aufteilung	D		USA		AT/CH		UK		Sonstige		Summe Konzernzwischenabschluss	
	H1 2019	H1 2018	H1 2019	H1 2018	H1 2019	H1 2018	H1 2019	H1 2018	H1 2019	H1 2018	H1 2019	H1 2018
	Außenumsatzerlöse	1.458	1.483	231	153	135	134	29	13	7	11	1.860

Die Umsatzerlöse gemäß IFRS 15 gliedern sich im zweiten Quartal bzw. in den ersten sechs Monaten wie folgt auf die Segmente auf:

47 / UMSATZERLÖSE Q2 2019 in Mio Euro

	Segment Entertainment	Segment Content Production & Global Sales	Segment Commerce	Summe Konzernzwischenabschluss
Klassische Werbeerlöse	516	-/-	-/-	516
Digital Services ¹	-/-	-/-	121	121
Auftragsproduktionen	-/-	78	-/-	78
Verkauf von Waren	-/-	-/-	68	68
Digital-Studio-Umsätze	-/-	59	-/-	59
TV Distribution	38	-/-	-/-	38
Programmverkäufe	12	12	-/-	24
Sonstige Umsatzerlöse	34	0	9	43
Summe	601	148	198	947
Zeitbezug der Umsatzrealisierung				
Zeitpunktbezogen	563	70	180	812
Zeitraumbezogen	38	78	19	135
Summe	601	148	198	947

¹ Hierin enthalten sind im Wesentlichen Umsätze aus den Bereichen Online-Vermittlungsdienstleistungen und Match-Making sowie Erlebnisgutscheine und sonstigen Online-Marktplätzen.

48 / UMSATZERLÖSE Q2 2018 in Mio Euro

	Segment Entertainment	Segment Content Production & Global Sales	Segment Commerce	Summe Konzern- zwischenabschluss
Klassische Werbeerlöse	525	-/-	-/-	525
Digital Services ¹	-/-	-/-	106	106
Auftragsproduktionen	-/-	60	-/-	60
Verkauf von Waren	-/-	-/-	55	55
Digital-Studio-Umsätze	-/-	39	-/-	39
TV Distribution	35	-/-	-/-	35
Programmverkäufe	9	11	-/-	20
Sonstige Umsatzerlöse	58	6	7	73
Summe	628	116	168	912
Zeitbezug der Umsatzrealisierung				
Zeitpunktbezogen	578	57	149	784
Zeitraumbezogen	50	60	19	128
Summe	628	116	168	912

¹ Hierin enthalten sind im Wesentlichen Umsätze aus den Bereichen Online-Vermittlungsdienstleistungen und Match-Making sowie Erlebnisgutscheine und sonstigen Online-Marktplätzen.

49 / UMSATZERLÖSE H1 2019 in Mio Euro

	Segment Entertainment	Segment Content Production & Global Sales	Segment Commerce	Summe Konzern- zwischenabschluss
Klassische Werbeerlöse	1.024	-/-	-/-	1.024
Digital Services ¹	-/-	-/-	250	250
Auftragsproduktionen	-/-	136	-/-	136
Verkauf von Waren	-/-	-/-	132	132
Digital-Studio-Umsätze	-/-	106	-/-	106
TV Distribution	76	-/-	-/-	76
Programmverkäufe	15	34	-/-	49
Sonstige Umsatzerlöse	65	7	15	87
Summe	1.180	283	397	1.860
Zeitbezug der Umsatzrealisierung				
Zeitpunktbezogen	1.103	147	359	1.609
Zeitraumbezogen	77	136	38	251
Summe	1.180	283	397	1.860

¹ Hierin enthalten sind im Wesentlichen Umsätze aus den Bereichen Online-Vermittlungsdienstleistungen und Match-Making sowie Erlebnisgutscheine und sonstigen Online-Marktplätzen.

50 / UMSATZERLÖSE H1 2018 in Mio Euro

	Segment Entertainment	Segment Content Production & Global Sales	Segment Commerce	Summe Konzern- zwischenabschluss
Klassische Werbeerlöse	1.051	-/-	-/-	1.051
Digital Services ¹	-/-	-/-	211	211
Auftragsproduktionen	-/-	103	-/-	103
Verkauf von Waren	-/-	-/-	103	103
Digital-Studio-Umsätze	-/-	68	-/-	68
TV Distribution	69	-/-	-/-	69
Programmverkäufe	20	32	-/-	52
Sonstige Umsatzerlöse	112	11	14	135
Summe	1.252	214	328	1.794
Zeitbezug der Umsatzrealisierung				
Zeitpunktbezogen	1.154	110	289	1.553
Zeitraumbezogen	98	103	39	241
Summe	1.252	214	328	1.794

¹ Hierin enthalten sind im Wesentlichen Umsätze aus den Bereichen Online-Vermittlungsdienstleistungen und Match-Making sowie Erlebnisgutscheine und sonstigen Online-Marktplätzen.

3 / Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis

A) AKQUISITIONEN

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2019 wurde die folgende für den Konzernabschluss wesentliche Akquisition abgeschlossen:

51 / ÜBERSICHT AKQUISITIONEN

Unternehmensname	Geschäftszweck	Erworbene Stimmrechte	Kontroll- erlangung
Marketplace GmbH	Online-Vermittler von Produkten und Dienstleistungen rund ums Haus	94,0%	21.02.2019

Erhöhung der Stimmrechtsanteile auf 94,0 Prozent an der Marketplace GmbH

Mit Vertrag vom 17. Dezember 2018 und wirtschaftlicher Wirkung zum 21. Februar 2019 hat die ProSiebenSat.1 Group über die neugegründete Tochter der NCG - NUCOM GROUP SE, Unterföhring („NuCom Group“), die be Around Holding GmbH, Berlin, („be Around“), den Stimmrechtsanteil an der Marketplace GmbH, Berlin, („Marketplace“) von 41,6 Prozent auf 94,0 Prozent erhöht und damit die Kontrolle erlangt. Das Eigenkapital ist auf Stamm- und Vorzugsaktien aufgeteilt. Diese verbiefen unterschiedliche Stimmrechte. Daher kommt es zu einer Abweichung zwischen Stimmrechts- und Kapitalanteil. Ersterer betrug vor der Transaktion 41,6 Prozent und danach 94,0 Prozent; letzterer betrug vor der Transaktion 35,0 Prozent und danach 80,0 Prozent. Der Gesamttransaktion liegt ein IFRS-3-Kaufpreis von rund 130 Mio Euro zugrunde. be Around betreibt mit der Marke Aroundhome (vormals Käuferportal) Deutschlands größte Online-Vermittlung für Produkte und Dienstleistungen rund ums Haus. Die Gesellschaft wird dem Segment Commerce, → siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“, zugeordnet.

Der Kaufpreis nach IFRS 3 setzt sich aus der Neubewertung und Sacheinlage der ProSiebenSat.1 Group Altanteile, für 41,6 Prozent der Stimmrechtsanteile respektive 35,0 Prozent am Eigenkapital, in Höhe von 55 Mio Euro sowie einer Sacheinlage in gleicher Höhe von 55 Mio Euro, für 41,6 Prozent der Stimmrechtsanteile respektive 35,0 Prozent am Eigenkapital, von der General Atlantic PD GmbH, München („General Atlantic“) an der Marketplace zusammen. Gleichzeitig wurden 10,0 Prozent der Anteile von übrigen Minderheitsgesellschaftern der Marketplace für einen Barkaufpreis von 12 Mio Euro erworben. Der sich daraus neu ergebende Gesamtanteil der NuCom Group sowie die von den verbliebenen Minderheitsgesellschaftern gehaltenen Anteile in Höhe von 2 Mio Euro wurden

mit wirtschaftlicher Wirkung zum 21. Februar 2019 in die neu gegründete be Around eingebracht. Darüber hinaus wurde mit den Altgesellschaftern eine Put-Option in Höhe von 5 Mio Euro über den Erwerb von weiteren 10,0 Prozent der Anteile mit frühestmöglicher Fälligkeit in 2022 vereinbart. Da die ProSiebenSat.1 Group über die NuCom Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Option bei Ausübung zu erfüllen, resultiert zum 21. Februar 2019 eine Konsolidierungsquote von 90,0 Prozent.

52 / MARKETPLACE - KAUFPREIS NACH IFRS 3 in Mio Euro

Sacheinlage ProSiebenSat.1 Group	55
Sacheinlage General Atlantic	55
Barkaufpreis Minderheitenanteile	12
Sacheinlage Minderheitenanteile	2
Bedingte Kaufpreiskomponente - Put-Option	5
Kaufpreis nach IFRS 3	130

Die nachfolgende Tabelle zeigt die beizulegenden Zeitwerte der identifizierten erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Erwerb jeweils zum Erwerbszeitpunkt:

53 / AKQUISITION MARKETPLACE in Mio Euro

	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	24
davon im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierte Vermögenswerte	24
Sachanlagen	25
Latente Ertragsteueransprüche	4
Langfristige Vermögenswerte	53
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	9
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2
Kurzfristige Vermögenswerte	13
Langfristige Verbindlichkeiten	21
Latente Ertragsteuerschulden	7
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	28
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	8
Sonstige Rückstellungen	1
Sonstige Verbindlichkeiten	20
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	30
Anteile anderer Gesellschafter	1
Netto-Reinvermögen	7
Kaufpreis nach IFRS 3	130
Geschäfts- oder Firmenwert	122

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert repräsentiert fast ausschließlich strategische Synergien sowie Entwicklungspotenziale im Segment Commerce und wird demzufolge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Commerce, → siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“, zugeordnet. Der Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig und wird in der funktionalen Währung Euro geführt.

54 / KAUFPREISALLOKATION MARKETPLACE

Vermögenswert	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt in Mio Euro	Erwartete Nutzungsdauer in Jahren
Marke	3	3
Kundenbeziehungen	18	3 - 11
Technologie	3	5

Im Rahmen der Kaufpreisallokation wurde eine Marke mit einer bestimmten Nutzungsdauer von 3 Jahren und einem beizulegenden Zeitwert von 3 Mio Euro, Kundenbeziehungen mit einer bestimmten Nutzungsdauer zwischen 3 und 11 Jahren und einem beizulegenden Zeitwert von 18 Mio Euro sowie einer Technologie mit einer bestimmten Nutzungsdauer von 5 Jahren und einem beizulegenden Zeitwert von 3 Mio Euro separat vom Geschäfts- oder Firmenwert angesetzt. Es entfallen latente Ertragssteuerschulden in Höhe von 7 Mio Euro auf die aufgedeckten stillen Reserven. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 9 Mio Euro ergeben sich aus einem Brutto-Forderungsbestand in Höhe von 11 Mio Euro abzüglich Wertberichtigungen in Höhe von 2 Mio Euro. Die Neubewertung der at-Equity-Anteile an Marketplace im Rahmen der Anteilsaufstockung und Vollkonsolidierung der neu gegründeten be Around führte zu einem Bewertungseffekt in Höhe von 27 Mio Euro. Dieser wurde im Finanzergebnis des Konzerns erfasst.

Eine Einbeziehung der Gesellschaften von Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung im Februar 2019 hätte folgende Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt: Zusätzliche Umsatzerlöse von 12 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 4 Mio Euro. Seit der Erstkonsolidierung bis zum 30. Juni 2019 hat die Gesellschaft Umsatzerlöse von 24 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 4 Mio Euro zum Konzernergebnis beigetragen.

B) SONSTIGE TRANSAKTIONEN

Erhöhung des Kapitalanteils von General Atlantic an der NuCom Group um 3,3 Prozent

Mit Vertrag vom 17. Dezember 2018 und wirtschaftlicher Wirkung zum 21. Februar 2019 hat die General Atlantic ihre 41,6 prozentige Beteiligung an der Marketplace im Wege einer Kapitalerhöhung in die NuCom Group eingebracht. Der Kapitalanteil der General Atlantic an der NuCom Group erhöhte sich in diesem Zusammenhang um 3,3 Prozent auf 28,4 Prozent.

Media-for-Equity-Transaktion von SevenVentures GmbH mit Friday Insurance S.A.

Mit Vertrag vom 18. Februar 2019 und wirtschaftlicher Wirkung zum 22. Februar 2019 erwarb die dem Segment Entertainment zugeordnete Konzerntochter SevenVentures GmbH, Unterföhring im Rahmen einer „Media-for-Equity“-Transaktion rund 14,0 Prozent der stimmberechtigten Anteile an der Friday Insurance S.A., Luxemburg, Luxemburg, („Friday“) für einen Kaufpreis von insgesamt 30 Mio Euro. Als eigenständiges Unternehmen mit europäischer Versicherungslizenz bietet Friday innovative Versicherungsprodukte in Deutschland an. Im Rahmen der Transaktion erbringt der Konzern Werbeleistungen für Friday über einen Zeitraum bis zum 31. Dezember 2021. Die Anteile werden gemäß IFRS 9 als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzierende finanzielle Vermögenswerte eingestuft.

Erwerb der verbliebenen 25,1 Prozent an der Virtual Minds AG

Mit Ausübungserklärung vom 16. April 2019 und wirtschaftlicher Wirkung vom 31. Mai 2019, hat der verbliebene Minderheitsaktionär von seiner Put-Option Gebrauch gemacht. Die Virtual Minds AG, Freiburg, („Virtual Minds“) ist eine Medienholding, unter deren Dach sich spezialisierte Unternehmen aus den Bereichen Media Technologies, Digital Advertising und Hosting vereinen. Die ProSiebenSat.1 Group hatte sich im Geschäftsjahr 2015 erstmalig an dem Unternehmen beteiligt (51,4 Prozent) und im Juni 2018 durch Ausübung einer Call-Option die Beteiligung auf 74,9 Prozent erhöht. Für einen Barkaufpreis von 36 Mio Euro erhöht die ProSiebenSat.1 Group, ihren Anteil von 74,9 Prozent auf nunmehr 100,0 Prozent. Der Erwerb wurde gemäß IFRS 10 als Eigenkapitaltransaktion bilanziert. Der Mittelabfluss aus der Kaufpreiszahlung für weitere Anteile an der bereits beherrschten Virtual Minds wurde im Investitions-cashflow erfasst.

Erwerb von weiteren 18,2 Prozent an der Digital-Studio Studio71

Mit Vertrag und wirtschaftlicher Wirkung vom 24. Juni 2019 hat die ProSiebenSat.1 Group von einer Call-Option über ausstehende Minderheitenanteile Gebrauch gemacht. Digital-Studio Studio71 ist eines der führenden internationalen Digital Studios. Digital-Studio Studio71 produziert, vertreibt und vermarktet Video-Inhalte über digitale Plattformen. Die ProSiebenSat.1 Group hatte sich im Geschäftsjahr 2015 erstmalig an dem Unternehmen Collective Digital Studios, LLC, Los Angeles, USA („CDS“) beteiligt (75,0 Prozent). Im Zuge der Transaktion wurden Studio71 GmbH, Berlin, („Studio71“), ein von ProSiebenSat.1 gegründetes Unternehmen, und CDS künftig als global agierendes Digital Studio zusammengeführt („Digital-Studio Studio71“). Hierfür wurden 100,0 Prozent der Anteile an der Studio 71 und 100,0 Prozent der Anteile an der CDS in die Holdinggesellschaft ProSiebenSat.1 Digital Content LP, London, Großbritannien, eingebracht und die Verkäuferin Collective Management Holding, LLC, Los Angeles, USA („CMH“), mit 25 Prozent an der Digital-Studio Studio71 beteiligt. Im Januar 2017 wurde durch Kapitalerhöhung und Beteiligung der Medienkonzerne TF1 SA, Boulogne-Billancourt, Frankreich („TF1“) und Reti Televisive Italiane S.p.A., Mailand, Italien („Mediaset“) der ProSiebenSat.1 Group Anteil an der Digital-Studio Studio71 auf 69,4 Prozent verwässert. Für einen Barkaufpreis von 30 Mio Euro (34 Mio USD) für die CMH Anteile erhöht die ProSiebenSat.1 Group, ihren Anteil von 69,4 Prozent auf nunmehr 87,6 Prozent. Der Erwerb wurde gemäß IFRS 10 als Eigenkapitaltransaktion bilanziert. Der Mittelabfluss aus der Kaufpreiszahlung für weitere Anteile an der bereits beherrschten Digital-Studio Studio71 wurde im Investitionscashflow erfasst.

Verkauf von 11,8 Prozent der Anteile an der Pluto Inc.

Mit Vertrag vom 18. Januar 2019 und wirtschaftlicher Wirkung zum 26. März 2019 hat die ProSiebenSat.1 Group 11,8 Prozent der Anteile an der Pluto Inc., Delaware, USA („Pluto“) an die Viacom Inc., New York, USA („Viacom“) veräußert. Dies geschieht aufgrund einer bestehenden vertraglichen Mitverkaufspflicht („Drag-along right“). Pluto betreibt einen globalen Videodienst und kostenlosen OTT-Television-Service in den USA. Die ProSiebenSat.1 Group beteiligte sich an Pluto erstmalig im September 2016. Pluto wurde seit dem Anteilserwerb als assoziiertes Unternehmen nach IAS 28 nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group einbezogen, da neben der finanziellen Beteiligung eine Vertretung des Konzerns im Geschäftsführungsorgan der Pluto und somit ein maßgeblicher Einfluss bestand. Die Beteiligung wurde dem Segment Entertainment zugeordnet. Der Transaktion liegt ein Unternehmenswert von 300 Mio Euro (340 Mio USD) zugrunde. Der Zahlungsmittelzufluss aus dem Verkauf von Vorzugsaktien („Preference Shares“) und Stammaktien („Common Shares“) für die ProSiebenSat.1 Group beträgt umgerechnet 35 Mio Euro (39 Mio USD), was einem realisierten Veräußerungsgewinn von 22 Mio Euro (25 Mio USD) entspricht.

4 / Ertragsteuern

Der für den Konzern maßgebliche nominelle Steuersatz beläuft sich unverändert auf 28,0 Prozent. Im Rahmen der Ermittlung des Konzernsteueraufwands für die ersten sechs Monate 2019 wurde der für das gesamte Geschäftsjahr erwartete, effektive Konzern-Steuersatz von 30,5 Prozent (Vorjahr: 32,5 %) zugrunde gelegt. Der sich ergebende Unterschied zum nominellen Steuersatz ist größtenteils auf nicht abzugsfähige Betriebsausgaben zurückzuführen.

5 / Ergebnis je Aktie

In den folgenden Tabellen werden die der Berechnung des Ergebnisses je Aktie zugrundeliegenden Parameter dargestellt:

55 / IN DAS ERGEBNIS JE AKTIE EINBEZOGENE ERGEBNISGRÖSSEN in Mio Euro

	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis (unverwässert)	93	126	215	153
Bewertungseffekte aus der anteilsbasierten Vergütung nach Steuern	-1	-1	-2	0
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis (verwässert)	92	125	213	153

56 / IN DAS ERGEBNIS JE AKTIE EINBEZOGENE AKTIEN in Stück

	Q2 2019	Q2 2018	H1 2019	H1 2018
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (unverwässert)	226.080.487	228.949.482	226.080.487	228.949.482
Verwässerungseffekt aufgrund von Anrechten auf Aktien	483.404	518.836	483.404	518.836
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (verwässert)	226.563.891	229.468.318	226.563.891	229.468.318

Die Pläne für die anteilsbasierte Vergütung, → siehe Ziffer 8 „Anteilsbasierte Vergütung“, beinhalten hinsichtlich der Erfüllungsart ein Wahlrecht seitens der ProSiebenSat.1 Media SE, diese mittels Aktien oder im Wege des Barausgleichs zu erfüllen. Aufgrund des auftretenden Verwässerungseffekts bezogen auf die ersten sechs Monate 2019 werden die Pläne für die Berechnung des Ergebnisses je Aktie gemäß IAS 33.58 im Gegensatz zu IFRS 2 für diesen Betrachtungszeitraum so behandelt, als würden diese in Aktien erfüllt werden.

6 / Rückstellungen, Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

RÜCKSTELLUNGEN

Die sonstigen Rückstellungen belaufen sich zum Stichtag auf 267 Mio Euro (31. Dezember 2018: 309 Mio Euro). Der Rückgang um 42 Mio Euro geht hauptsächlich auf Auflösungen bzw. Inanspruchnahmen der zum Jahresende 2018 erfassten Rückstellungen für drohende Verluste und Leistungen an Mitarbeiter zurück.

EVENTUALVERBINDLICHKEITEN

Gegenüber den im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018 ausgewiesenen Eventualverbindlichkeiten ergaben sich zum 30. Juni 2019 keine wesentlichen Änderungen.

SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen setzen sich zum Berichtsstichtag bzw. zum 31. Dezember 2018 folgendermaßen zusammen:

57 / SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN in Mio Euro

	30. Juni 2019	31. Dezember 2018
Einkaufsobligo für Programmvermögen	2.794	2.931
Distribution	176	204
Leasing- und Mietverpflichtungen	74	16
Übrige finanzielle Verpflichtungen	337	172
Summe	3.381	3.325

Der Rückgang des Einkaufsobligos für Programmvermögens von 2.931 Mio Euro zum 31. Dezember 2018 um 137 Mio Euro auf 2.794 Mio Euro zum 30. Juni 2019 spiegelt einerseits saisonale Faktoren, andererseits die Anpassung der Programmstruktur aufgrund des strategischen Fokus auf lokale Inhalte wider.

Der Anstieg der Leasing- und Mietverpflichtungen um 58 Mio Euro auf 74 Mio Euro ist im Wesentlichen im Abschluss neuer Leasingverträge begründet, bei denen die Nutzung der vertragsgegenständlichen Mietobjekte zum Stichtag noch nicht begonnen hat.

In den übrigen finanziellen Verpflichtungen ist zum Stichtag 30. Juni 2019 ein Betrag von 115 Mio Euro im Zusammenhang mit Zusagen zur zukünftigen Finanzierung des nach der Equity-Methode bilanzierten Gemeinschaftsunternehmens Joyn GmbH, München (ursprünglich 7TV Joint Venture GmbH) enthalten, an dem die ProSiebenSat.1 Group und Discovery Communications je 50,0 Prozent halten. Von dem genannten Betrag werden 79 Mio Euro innerhalb eines Jahres und 36 Mio Euro zwischen einem und fünf Jahren fällig. Da die Anteile an der Joyn GmbH nicht börsennotiert sind, liegen keine Marktwerte vor. Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die Angaben im [→ Anhang zum Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group zum 31. Dezember 2018, Ziffer 4 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“ und Ziffer 20 „At-Equity bewertete Anteile“](#).

7 / Finanzinstrumente

Die folgende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte aller IFRS-9-Kategorien von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group und ordnet die zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten den Fair-Value-Hierarchiestufen zu.

Die beizulegenden Zeitwerte der verschiedenen Hierarchiestufen wurden anhand von Methoden ermittelt, die in [→ Ziffer 32 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“ des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2018](#) im Einzelnen beschrieben werden.

58 / BUCH- UND MARKTWERTE VON FINANZINSTRUMENTEN PER 30. JUNI 2019 in Mio Euro

	In der Bilanz ausgewiesen in	Buchwert	Kategorie gemäß IFRS 9				Fair Value			Summe
			Erfolgs-wirksam zum Fair Value bewertet	Zu Zwecken des Hedge Accounting	Zu fortge-führten Anschaf-fungskosten bewertete Vermögens-werte	Zu fortge-führten Anschaf-fungskosten bewertete Verbind-lichkeiten	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Finanzielle Vermögenswerte										
Bewertet zum Fair Value										
Fondsanteile zur Absicherung von Pensionsverpflichtungen	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	26	26	-/-	-/-	-/-	26	-/-	-/-	26
Sonstige Eigenkapital-instrumente	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	191	191	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	191	191
Sonstige Level 3 Instru-mente sowie Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	19	19	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	19	19
Hedge Derivate	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	69	-/-	69	-/-	-/-	-/-	69	-/-	69
Nicht zum Fair Value bewertet										
Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente ¹	Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente	685	-/-	-/-	685	-/-				
Darlehen und Forderungen ¹	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	494	-/-	-/-	494	-/-				
Sonstige finanzielle Vermögenswerte zu Anschaffungskosten ¹	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	6	-/-	-/-	6	-/-				
Summe		1.491	236	69	1.185	-/-	26	69	210	306
Finanzielle Verbindlichkeiten										
Bewertet zum Fair Value										
Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	188	188	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	188	188
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	6	6	-/-	-/-	-/-	-/-	6	-/-	6
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	16	-/-	16	-/-	-/-	-/-	16	-/-	16
Nicht zum Fair Value bewertet										
Darlehen und Kredite	Finanzverbindlichkeiten	2.103	-/-	-/-	-/-	2.103	-/-	2.135	-/-	2.135
Anleihen	Finanzverbindlichkeiten	598	-/-	-/-	-/-	598	622	-/-	-/-	622
Schuldscheindarlehen	Finanzverbindlichkeiten	499	-/-	-/-	-/-	499	-/-	522	-/-	522
Immobilienkredite	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	42	-/-	-/-	-/-	42	-/-	48	-/-	48
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten ¹	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	605	-/-	-/-	-/-	605				
Leasing-verbindlichkeiten ²	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	164								
Summe		4.220	194	16	-/-	3.846	622	2.728	188	3.537

¹ Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar.

² Leasingverbindlichkeiten im Sinne des IFRS 16 sind aus dem Anwendungsbereich des IFRS 9 ausgenommen, ebenso sind gemäß IFRS 7 keine Angaben zu Fair Values erforderlich. Die tabellarischen Angaben erfolgen daher auf freiwilliger Basis und dienen der verbesserten Überleitbarkeit auf der aufgeführten Buchwerte.

59 / BUCH- UND MARKTWERTE VON FINANZINSTRUMENTEN PER 31. DEZEMBER 2018 in Mio Euro

	In der Bilanz ausgewiesen in	Buchwert	Kategorie gemäß IFRS 9				Fair Value			Summe
			Erfolgs-wirksam zum Fair Value bewertet	Zu Zwecken des Hedge Accounting	Zu fortge-führten Anschaf-fungs-kosten bewertete Vermögens-werte	Zu fortge-führten Anschaf-fungs-kosten bewertete Verbind-lichkeiten	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Finanzielle Vermögenswerte										
Bewertet zum Fair Value										
Fondsanteile zur Absicherung von Pensionsverpflichtungen	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	25	25	-/-	-/-	-/-	25	-/-	-/-	25
Sonstige Eigenkapital-instrumente	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	156	156	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	156	156
Sonstige Level 3 Instru-mente sowie Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	20	20	-/-	-/-	-/-	-/-	1	19	20
Hedge Derivate	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	69	-/-	69	-/-	-/-	-/-	69	-/-	69
Nicht zum Fair Value bewertet										
Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente ¹	Zahlungsmittel und Zahlungsmittel-äquivalente	1.031	-/-	-/-	1.031	-/-				
Darlehen und Forderungen ¹	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	567	-/-	-/-	567	-/-				
Sonstige finanzielle Vermögenswerte zu Anschaffungskosten ¹	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	6	-/-	-/-	6	-/-				
Summe		1.873	201	69	1.603	-/-	25	70	175	270
Finanzielle Verbindlichkeiten										
Bewertet zum Fair Value										
Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	312	312	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	312	312
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	9	9	-/-	-/-	-/-	-/-	9	-/-	9
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	14	-/-	14	-/-	-/-	-/-	14	-/-	14
Nicht zum Fair Value bewertet										
Darlehen und Kredite	Finanzverbindlichkeiten	2.098	-/-	-/-	-/-	2.098	-/-	2.107	-/-	2.107
Anleihen	Finanzverbindlichkeiten	598	-/-	-/-	-/-	598	625	-/-	-/-	625
Schuldscheindarlehen	Finanzverbindlichkeiten	499	-/-	-/-	-/-	499	-/-	494	-/-	494
Immobilienkredite	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	22	-/-	-/-	-/-	22	-/-	27	-/-	27
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten ¹	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	639	-/-	-/-	-/-	639				
Leasing-verbindlichkeiten ²	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	155								0
Summe		4.345	321	14	-/-	3.856	625	2.651	312	3.587

¹ Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar.

² Leasingverbindlichkeiten im Sinne des IFRS 16 sind aus dem Anwendungsbereich des IFRS 9 ausgenommen, ebenso sind gemäß IFRS 7 keine Angaben zu Fair Values erforderlich. Die tabellarischen Angaben erfolgen daher auf freiwilliger Basis und dienen der verbesserten Überleitbarkeit auf der aufgeführten Buchwerte.

Die folgende Tabelle stellt die Überleitung der regelmäßig zum beizulegenden Zeitwert bewerteten und der Stufe 3 zugeordneten Sachverhalte zum Bilanzstichtag dar:

60 / ÜBERLEITUNG DER FAIR VALUES IM BEREICH STUFE 3 in Mio Euro

	Sonstige Eigenkapitalinstrumente	Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs	Sonstige Level-3-Instrumente und Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen
1. Januar 2019	156	312	19
In der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse ¹	- 13	- 56	0
Zugänge aus Akquisitionen	50	7	-/-
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	- 2	- 75	-/-
Sonstige Veränderungen	0	0	0
30. Juni 2019	191	188	19

¹ Von den in der Berichtsperiode erfassten Gewinnen und Verlusten waren bei den Sonstigen Eigenkapitalinstrumenten Verluste von 13 Mio Euro unrealisiert und bei den Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs Erträge von 42 Mio Euro.

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

Die in der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Erträge in Höhe von 56 Mio Euro ergeben sich im Wesentlichen aus der Neubewertung der Put-Option im Zusammenhang mit Digital-Studio Studio71 und den Earn-Outs im Zusammenhang mit der esome advertising technologies GmbH sowie einem Aufzinsungseffekt in Höhe von 3 Mio Euro. Die Zugänge im Bereich der Sonstigen Eigenkapitalinstrumente betreffen im Wesentlichen den Erwerb von Anteilen im Zusammenhang mit Media-for-Equity-Transaktionen. Die Abgänge bei den Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs resultieren vor allem aus Auszahlungen im Zusammenhang mit den Unternehmenserwerben der Virtual Minds sowie der Digital-Studio Studio71 aus den Vorjahren.

Die Bewertung der Level-3-Instrumente erfolgt transaktionsbezogen unter Verwendung von Verfahren, die in [Ziffer 32 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“ des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr 2018](#) beschrieben sind.

Bei der Bewertung der Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs sind wesentliche nicht am Markt beobachtbare Inputgrößen bei der Bewertung die den jeweiligen Instrumenten zugrundeliegenden Ergebnisgrößen sowie die verwendeten risikoadäquaten Fremdkapitalzinssätze. Eine Verbesserung der zugrundeliegenden Ergebnisgrößen um 5,0 Prozent würde den (negativen) beizulegenden Zeitwert der Put-Options zum Bilanzstichtag um 8 Mio Euro erhöhen, eine Verschlechterung um 5,0 Prozent würde ihn um 8 Mio Euro mindern. Daneben würde eine Zinssatzänderung um plus bzw. minus einen Prozentpunkt dazu führen, dass sich der beizulegende Zeitwert dieser Finanzverbindlichkeiten insgesamt um 10 Mio Euro reduzieren bzw. um 12 Mio Euro erhöhen würde.

Die beizulegenden Zeitwerte der meisten Sonstigen Eigenkapitalinstrumente und Sonstigen Level-3-Instrumente beruhen auf Anteilspreisen, die im Rahmen von Finanzierungsrunden mit externen Investoren erzielt wurden. Bei den Sonstigen Level-3-Instrumente spielen darüber hinaus geographische Umsatzanteile eine Rolle. Ein Anstieg der zugrunde gelegten Umsatzanteile um 1,5 Prozent würde zu Erhöhung des beizulegenden Zeitwerts der Sonstigen Level-3-Instrumente um 2 Mio Euro führen, ein Rückgang um 1,5 Prozent zu einer Minderung von 2 Mio Euro.

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt ein aktives Finanzmanagement und beobachtet die Entwicklungen an den Geld- und Kapitalmärkten laufend. Im April 2019 hat der Konzern die Laufzeiten für die überwiegenden Teile des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) bis April 2024 verlängert.

8 / Anteilsbasierte Vergütung

Der zum Ende des Geschäftsjahres 2018 abgelaufene Group-Share-Plan 2015 wurde im zweiten Quartal 2019 in Höhe von 1,4 Mio Euro vollständig ausgezahlt. Die Planbedingungen für die Group-Share-Pläne und Performance-Share-Pläne sind darüber hinaus unverändert und entsprechen weiterhin den dargestellten Informationen im Konzernanhang und im zusammengefassten Konzernlagebericht zum 31. Dezember 2018.

Von den im Rahmen der anderen Group-Share-Pläne ausgegebenen Performance Share Units verfielen in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2019 6.460 Stück des Group-Share-Plans 2016, 32.080 Stück des Group-Share-Plans 2017, 0 Stück des Performance-Share-Plans 2018 sowie 39.917 Stück des Performance-Share-Plans 2019.

9 / Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Dr. Jan Kemper, Vorstand Finanzen & Commerce, und Sabine Eckhardt, Vorstand Vertrieb & Marketing, haben sich im ersten Quartal 2019 mit dem Aufsichtsrat darauf verständigt ihre Vorstandsverträge aufzuheben. Dr. Jan Kemper verließ das Unternehmen zum 31. März 2019 und erhielt eine Abfindung in Höhe von 3,5 Mio Euro. Sabine Eckhardt verließ das Unternehmen zum 30. April 2019 und erhielt eine Abfindung in Höhe von 2 Mio Euro. Die Abfindungen wurden zum Beendigungstermin ausgezahlt bzw. im Falle der Versorgungsbeiträge für die Restlaufzeit bis zum regulären Vertragsende fortgewährt und im Falle der Regelungen zum Group Share Plan zurückgestellt. Die im Jahr 2018 im Rahmen des Performance Share Plans zugeteilten Performance Share Units sind zu 100,0 Prozent unverfallbar und werden regulär nach Ablauf der vierjährigen Performance Periode abgewickelt.

Erik Huggers, seit dem 21. Mai 2015 Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE, war im ersten Quartal 2019 als Berater für die Joyn GmbH, München (ursprünglich 7TV Joint Venture GmbH) tätig. Die Joyn GmbH hat in diesem Zeitraum Beratungsdienstleistungen auf vertraglicher Grundlage in Höhe von 25 Tsd. Euro von Erik Huggers bezogen. Die vertragliche Vereinbarung wurde im ersten Quartal 2019 abgeschlossen und endete am 8. Februar 2019.

Innerhalb der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres 2019 wurden an nahestehende Unternehmen Lieferungen und Leistungen in Höhe von insgesamt 79 Mio Euro (Vorjahr: 69 Mio Euro) erbracht. Zum 30. Juni 2019 betragen die Forderungen gegen die jeweiligen Unternehmen 32 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro).

Der Konzern empfing in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2019 von seinen nahestehenden Unternehmen Lieferungen und Leistungen und erfasste in diesem Zuge Aufwendungen in Höhe von 15 Mio Euro (Vorjahr: 13 Mio Euro). Die Verbindlichkeiten gegenüber diesen Unternehmen beliefen sich zum 30. Juni 2019 auf 7 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro).

In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2019 erwarben die Mitglieder des Aufsichtsrats 18.550 Aktien und die Mitglieder des Vorstands 73.000 Aktien.

Darüber hinaus haben sich in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres 2019 keine wesentlichen Änderungen oder Transaktionen im Vergleich zu den im Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2018 dargestellten Sachverhalten zu nahestehenden Unternehmen und Personen ergeben.

10 / Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Zwischen dem Ende des zweiten Quartals 2019 und dem 30. Juli 2019, dem Datum der Freigabe dieses Halbjahresfinanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, sind keine weiteren berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group bzw. der ProSiebenSat.1 Media SE haben.

30. Juli 2019

Der Vorstand

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER


Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im zusammengefassten Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich

des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

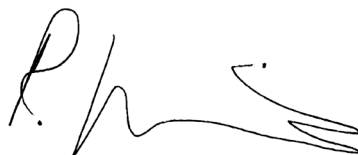
Unterföhring, den 30. Juli 2019



Max Conze
Vorstandsvorsitzender



Conrad Albert
Stellvertretender Vorstandsvorsitzender,
Group General Counsel



Rainer Beaujean
Vorstand Finanzen

BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT

An die ProSiebenSat.1 Media SE

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss – bestehend aus verkürzter Gewinn- und Verlustrechnung, verkürzter Gesamtergebnisrechnung, verkürzter Bilanz, verkürzter Kapitalflussrechnung, verkürzter Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben – und den Konzernzwischenlagebericht der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2019, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 115 WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

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

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

München, den 30. Juli 2019

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Barth
Wirtschaftsprüfer



Mielke
Wirtschaftsprüferin

FINANZKALENDER

Datum	Event
07.08.2019	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2019 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
07.11.2019	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 3. Quartal 2019 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten

IMPRESSUM & KONTAKTE

PRESSE

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

INVESTOR RELATIONS

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

HERAUSGEBER

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

INHALT & GESTALTUNG

**ProSiebenSat.1 Media SE
Konzernkommunikation**

Strichpunkt Design,
Stuttgart/Berlin

Diese und andere Veröffentlichungen sowie Informationen über die ProSiebenSat.1 Group erhalten Sie im Internet unter der Adresse
→ www.ProSiebenSat1.com

ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

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