
Pressemitteilung



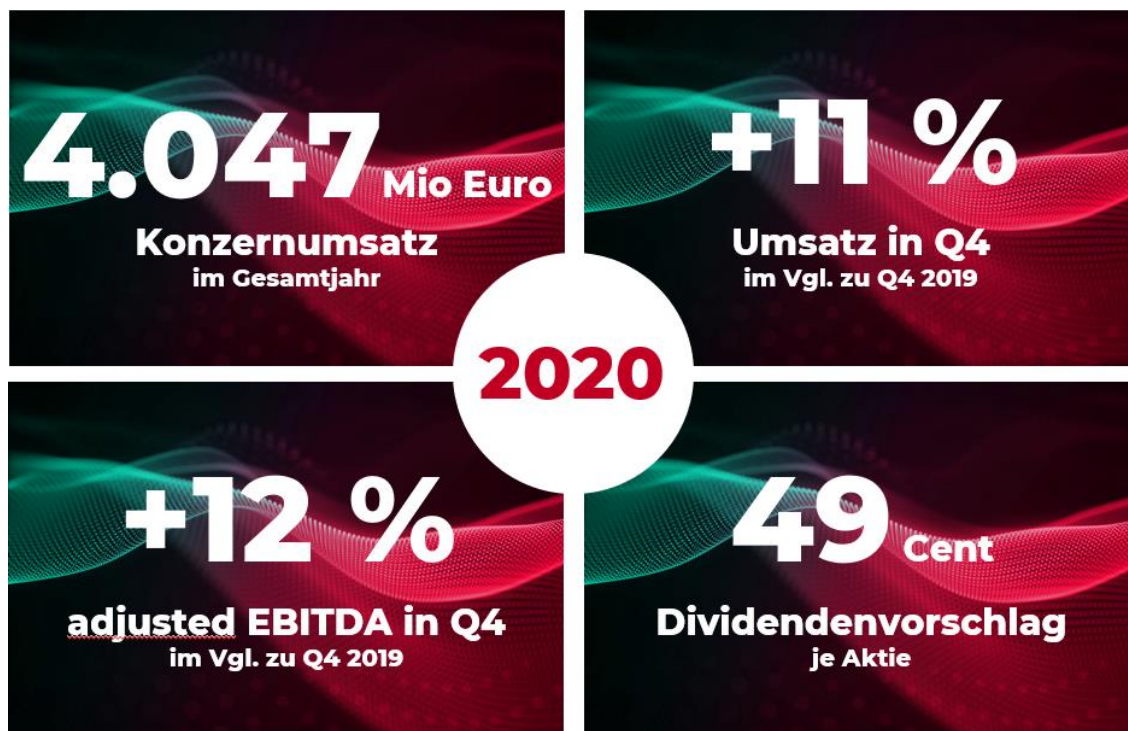
ProSiebenSat.1 Group beendet 2020 mit starkem vierten Quartal: Wachstum von 11 % bei Umsatz und von 12 % bei adjusted EBITDA

Geschäftszahlen 2020

- Umsatzanstieg im vierten Quartal von Wachstum in allen Segmenten getragen
- Konzernumsatz im Gesamtjahr mit 4,047 Mrd Euro nur leicht unter Vorjahr; Konzern beendet 2020 mit 706 Mio Euro beim adjusted EBITDA und mit 221 Mio Euro beim adjusted net income
- Netto-Finanzverschuldung sinkt von 2,245 Mrd Euro auf 1,968 Mrd Euro
- Vorstand und Aufsichtsrat schlagen Dividende von 0,49 Euro je Aktie vor

Ausblick 2021

- ProSiebenSat.1 setzt Fokus noch stärker auf Synergien sowie profitables Wachstum und berichtet fortan in den Segmenten Entertainment, Dating und Commerce & Ventures
- Gesamtjahresausblick: ProSiebenSat.1 strebt Umsatzwachstum auf 4,150 Mrd Euro bis 4,350 Mrd Euro sowie Anstieg des adjusted EBITDA auf 720 Mio Euro bis 780 Mio Euro an, insbesondere abhängig von der Entwicklung der Werbeerlöse in der DACH-Region im Rahmen des weiteren Verlaufs der COVID-19-Pandemie



Unterföhring, 4. März 2021. Die ProSiebenSat.1 Group hat das Jahr 2020 mit einem starken vierten Quartal abgeschlossen: Der Umsatz des Konzerns stieg in diesem Zeitraum um 11 Prozent auf 1.492 Mio Euro (Vorjahr: 1.349 Mio Euro). Zu diesem Wachstum trugen alle Segmente bei. Insbesondere der Anstieg der Entertainment-Werbeerlöse um 3 Prozent, eine fortgesetzt dynamische Umsatzentwicklung des Online-

Beauty-Anbieters Flaconi sowie die positiven Effekte aus der Akquisition des US-Online-Dating-Unternehmens The Meet Group waren die Treiber im vierten Quartal. Auch die Red Arrow Studios konnten im Vorjahresvergleich ein deutliches Wachstum erzielen. Insgesamt erreichte der Konzern 2020 damit einen Umsatz von 4.047 Mio Euro (Vorjahr: 4.135 Mio Euro) und lag so trotz der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, die das Geschäft der Gruppe insbesondere im zweiten Quartal stark geprägt hatten, nur 2 Prozent unter Vorjahr. Der Konzern bestätigt somit auch seine am 21. Januar 2021 veröffentlichten vorläufigen Gesamtjahresergebnisse.

Rainer Beaujean, Vorstandssprecher & Finanzvorstand der ProSiebenSat.1 Media SE: „Wir sind 2020 schnell und stark aus der COVID-19-Krise gekommen. Das haben wir mit einer starken Leistung und Wachstum in allen Segmenten im vierten Quartal gezeigt. In diesem traditionell für uns wichtigen letzten Quartal haben sich unser Werbegeschäft und internationaler Programmproduktionsbereich weiter erholt. Und auch mit der Entwicklung der ParshipMeet Group sind wir weiterhin sehr zufrieden: Diese ist neben den Konsolidierungseffekten der The Meet Group auch organisch kontinuierlich und ertragsstark gewachsen. So ist es uns gelungen, unsere zuletzt veröffentlichte Jahresprognose bei Umsatz und Ergebnis deutlich zu übertreffen. Wir starten optimistisch in das neue Jahr: Auch wenn das erste Quartal durch die COVID-19-Beschränkungen zunächst belastet sein wird, sind wir von der robusten Aufstellung unseres Geschäfts überzeugt und erwarten einen deutlichen Aufschwung im weiteren Jahresverlauf, sobald sich das Umfeld wieder normalisiert.“

Operative Entwicklung

Der Außenumsatz der **Seven.One Entertainment Group** konnte im vierten Quartal 2020 um 2 Prozent auf 826 Mio Euro (Vorjahr: 813 Mio Euro) zulegen. Ausschlaggebend war hierfür die weitere Erholung der Werbeerlöse, die in diesem Zeitraum um 3 Prozent anstiegen. Dies unterstreicht, wie sich der Konzern im Verlauf der COVID-19-Pandemie im wichtigen Werbegeschäft kontinuierlich verbessert hat (Werbeerlöse Q2: -37 %; Q3: -6 %). Zu dieser positiven Entwicklung hat auch das insbesondere in der Prime Time starke Entertainment- und Infotainment-Angebot der Gruppe beigetragen. Im Gesamtjahr war der Außenumsatz in diesem Segment aufgrund der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie mit 2.286 Mio Euro (Vorjahr: 2.518 Mio Euro) um 9 Prozent rückläufig.

Das Segment der **ParshipMeet Group** erwirtschaftete im vierten Quartal 2020 einen Außenumsatz von 132 Mio Euro nach 53 Mio Euro im Vorjahr. Neben der Erstkonsolidierung der The Meet Group, die seit September 2020 Teil der Gruppe ist, entwickelten sich die Parship Group und dabei besonders die US-Dating-Plattform eharmony sowohl im vierten Quartal als auch im Gesamtjahr organisch weiterhin sehr positiv. Die ParshipMeet Group erzielte im Gesamtjahr einen Außenumsatz von 333 Mio Euro (Vorjahr: 209 Mio Euro), was einem Anstieg von 59 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Organisch⁽¹⁾ betrug das Wachstum 11 Prozent.

Der Außenumsatz im Segment der **NuCom Group** erhöhte sich im vierten Quartal 2020 um 8 Prozent auf 315 Mio Euro (Vorjahr: 293 Mio Euro). Insbesondere das Beauty- und Lifestyle-Geschäft mit dem Online-Beauty-Anbieter Flaconi konnte sein dynamisches Umsatzwachstum mit deutlichen Zuwächsen fortsetzen und die Rückgänge bei den weiterhin von den Folgen der COVID-19-Pandemie betroffenen Portfolio-Unternehmen wie billiger-mietwagen.de (SilverTours) und Jochen Schweizer mydays mehr als kompensieren. Leicht gegenläufig wirkte sich im vierten Quartal zudem die Entkonsolidierung des OTC-Anbieters WindStar Medical im Dezember aus. Im Gesamtjahr verzeichnete die NuCom Group ein Wachstum von 7 Prozent auf 807 Mio Euro (Vorjahr: 756 Mio Euro).

Während im Segment **Red Arrow Studios** insbesondere im zweiten Quartal die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie deutlich spürbar waren, erholte sich das internationale Programmproduktionsgeschäft im vierten Quartal 2020 weiter und verzeichnete ebenso wie der Programmvertrieb und das Digital-Studio Studio71 ein klares Wachstum. So lag der Außenumsatz des Segments in den letzten drei Monaten des Jahres 2020, auch aufgrund von Nachholeffekten, mit 218 Mio Euro (Vorjahr: 191 Mio Euro) und einem

Plus von 14 Prozent wieder über dem Vorjahr, konnte jedoch den Rückgang der ersten neun Monate 2020 nicht vollständig ausgleichen. Im Gesamtjahr verringerte sich der Außenumsatz um 5 Prozent auf 620 Mio Euro (Vorjahr: 652 Mio Euro).

Das **adjusted EBITDA** der Gruppe verzeichnete aufgrund der positiven Entwicklung im vierten Quartal des Jahres ein Wachstum von 12 Prozent auf 377 Mio Euro (Vorjahr: 338 Mio Euro). Entsprechend lag das adjusted EBITDA im Gesamtjahr über der zuletzt veröffentlichten Prognose des Konzerns: ProSiebenSat.1 schloss 2020 mit einem adjusted EBITDA von 706 Mio Euro und damit 19 Prozent unter dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 872 Mio Euro) ab. Auch der **Konzernüberschuss** legte im vierten Quartal 2020 deutlich zu und verbesserte sich um 30 Prozent auf 213 Mio Euro (Q4-Vorjahr: 164 Mio Euro; Gesamtjahr: 252 Mio Euro, GJ-Vorjahr: 412 Mio Euro). Das **adjusted net income** (bereinigter Konzernüberschuss) folgte ebenfalls dieser Entwicklung und stieg im vierten Quartal 2020 um 14 Prozent auf 185 Mio Euro (Vorjahr: 162 Mio Euro). Im Gesamtjahr belief sich das adjusted net income auf 221 Mio Euro (Vorjahr: 387 Mio Euro), wobei diese Entwicklung im Wesentlichen auf die starke COVID-19-Beeinflussung im zweiten Quartal zurückzuführen ist.

Die ProSiebenSat.1 Media SE verfolgt seit dem Geschäftsjahr 2018 eine Dividendenpolitik, die eine Ausschüttung an die Aktionäre von circa 50 Prozent des adjusted net income als **Dividende** vorsieht. Der Ausschüttungspolitik entsprechend schlugen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2020 eine Dividende in Höhe von 50 Prozent des adjusted net income bzw. von 0,49 Euro je Aktie vor. Dies entspricht einer Dividendenrendite von 3,6 Prozent bezogen auf den Schlusskurs der ProSiebenSat.1-Aktie zum Jahresende 2020.

Die **Netto-Finanzverschuldung** des Konzerns hat sich zum Jahresende 2020 aufgrund einer guten Cashflow-Entwicklung auf 1,968 Mrd Euro (Vorjahr: 2,245 Mrd Euro) verringert. Entsprechend ist der **Verschuldungsgrad** zum 31. Dezember 2020 im Vergleich zum Ende des dritten Quartals 2020 auf den Faktor 2,8x gesunken (Ende Q3 2020: 3,7x; Vorjahr: 2,6x). Der Konzern hat in diesem Zusammenhang auch von seinem Wahlrecht auf vorzeitige Rückzahlung der im April 2021 fälligen Anleihe über 600 Mio Euro Gebrauch gemacht und die Anleihe bereits am 15. Januar 2021 zum Nominalwert zurückgezahlt.

Strategie & Prioritäten 2021

Die ProSiebenSat.1 Group berichtet seit 1. Januar 2021 in den drei Segmenten Entertainment, Dating sowie Commerce & Ventures, um den Fokus noch stärker auf Synergien und profitables Wachstum zu setzen. In diesem Zusammenhang wird das Produktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios sowie das Digital-Studio Studio71 in das Segment Entertainment integriert. Damit trägt ProSiebenSat.1 der strategischen Nähe dieser Geschäfte Rechnung, da sich die Red Arrow Studios insbesondere darauf fokussieren, vermehrt Inhalte für die Entertainment-Plattformen des Konzerns zu produzieren. Nachdem damit in einem Segment die Kernkompetenzen sowie die komplette Wertschöpfungskette des Entertainment-Geschäfts abgebildet sind, bündeln wir im neu geschaffenen Segment Commerce & Ventures die Minderheits- und Mehrheitsinvestitionsbereiche des Konzerns. Dazu gehören neben dem Investitionsarm SevenVentures auch die Unternehmen der NuCom Group. ProSiebenSat.1 baut diese Unternehmen insbesondere über Medialeistung und -unterstützung auf, was die Wachstumsstrategie des Konzerns weiter fördert. Das Segment Dating, das die ParshipMeet Group beinhaltet, bleibt im Vergleich zum Jahresende 2020 unverändert und soll die Diversifizierung des Konzerns erheblich vorantreiben und sein künftiges Wachstum deutlich unterstützen.

Rainer Beaujean, Vorstandssprecher & Finanzvorstand der ProSiebenSat.1 Media SE: „Mit unserer neuen Struktur setzen wir noch mehr darauf, Synergien innerhalb und zwischen unseren Geschäftsbereichen zu heben und damit als Gruppe zusätzlichen Wert zu schaffen. Im Entertainment-Geschäft legen wir mit einem Fokus auf lokale Inhalte und verbesserte Monetarisierung über alle Plattformen die profitable Grundlage für unsere Diversifizierung. Während wir die ParshipMeet Group nun fit für ihren Börsengang machen, wollen wir im Bereich Commerce & Ventures zeigen, wie wir mit der Kraft

von Werbung Digital-Unternehmen über Minderheits- und Mehrheitsinvestitionen zu führenden Consumer-Marken aufbauen können. Auf diese Weise wollen wir mit einer klaren Ergebnisorientierung profitabel wachsen und mittelfristig unseren P7S1-Return-on-Capital-Employed-Zielwert auf über 15 Prozent verbessern.“

Ausblick

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt eine klare Strategie, die auf nachhaltiges und profitables Wachstum ausgerichtet ist. Da die makroökonomische Entwicklung in den Kernmärkten der ProSiebenSat.1 Group auch im Geschäftsjahr 2021 aufgrund der andauernden COVID-19-Pandemie unsicher bleibt, hat sich der Konzern entschieden, Bandbreiten für seine Umsatz- und adjusted EBITDA-Prognose zugrunde zu legen, die diesen Rahmenbedingungen Rechnung tragen. Beeinträchtigungen des Geschäfts, die aufgrund der zu Jahresbeginn 2021 bestehenden COVID-19-bedingten Einschränkungen absehbar sind, hat der Konzern entsprechend der bis zur Aufstellung des Geschäftsberichts 2020 am 25. Februar 2021 bekannten staatlichen Maßnahmen in den Kernmärkten Deutschland, Österreich und der Schweiz in seinem Ausblick berücksichtigt. Einschränkungen, die darüber hinausgehen und die das Geschäft der ProSiebenSat.1 Group zusätzlich beeinflussen könnten, sind in dieser Prognose nicht reflektiert.

Der US-Dollar bleibt für die ProSiebenSat.1 Group auch insbesondere nach dem Erwerb der The Meet Group die wesentliche Währung neben dem Euro. Der Konzern erwartet 2021 einen Anteil des US-Dollars am Konzernumsatz von ca. 20 Prozent bzw. am adjusted EBITDA von ca. 15 Prozent. Eine über das gesamte Geschäftsjahr durchschnittliche Stärkung oder Schwächung des US-Dollars im Verhältnis zum Euro um 1 Cent beeinflusst entsprechend die Umsatzerlöse des Konzerns um ca. 7 Mio Euro und das adjusted EBITDA um ca. 1 Mio Euro. Für die Prognose aller folgenden Kennzahlen legt der Konzern einen US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von rund 1,22 US-Dollar im Geschäftsjahr 2021 zugrunde.

Insgesamt strebt der Konzern auf dieser Grundlage im Gesamtjahr 2021 – ohne weitere Portfolioveränderungen – einen Umsatz in Höhe von 4,150 Mrd Euro als unteres Ende der Zielbandbreite an sowie einen Umsatz von 4,350 Mrd Euro als oberes Ende der Zielbandbreite nach einem währungs- und portfoliobereinigten Vorjahreswert von 4,055 Mrd Euro⁽²⁾. Damit würde sich das Konzernumsatzwachstum im Geschäftsjahr 2021 in einer Bandbreite zwischen 2 Prozent und 7 Prozent bewegen. Die Bandbreite der Zielwerte hängt insbesondere von der Entwicklung der Werbeerlöse in der DACH-Region im Rahmen des weiteren Verlaufs der COVID-19-Pandemie ab: Für den unteren Wert der Umsatz-Zielbandbreite nimmt der Konzern einen Rückgang der Werbeerlöse in der DACH-Region von 2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr an, für den oberen Wert der Umsatz-Zielbandbreite ist ein Wachstum der Werbeerlöse in der DACH-Region von 4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zugrunde gelegt. In allen Szenarien geht der Konzern davon aus, dass insbesondere das erste Quartal von Lockdown-bedingten Einschränkungen betroffen sein wird und im Anschluss mit einer schnellen Erholung des Werbemarkts zu rechnen ist.

Basierend auf den oben genannten Umsatzannahmen erwartet ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA der Gruppe im Gesamtjahr 2021 – ohne weitere Portfolioveränderungen – 720 Mio Euro als unteren Wert der Zielbandbreite sowie 780 Mio Euro als oberen Wert der Zielbandbreite nach einem währungs- und portfoliobereinigten Vorjahreswert von 708 Mio Euro⁽³⁾. Die Kosten für Programminhalte sollen sich dabei im Gesamtjahr insgesamt auf etwa 1 Mrd Euro belaufen, wobei über die Hälfte auf lokale Inhalte entfallen wird und abhängig von der Werbemarktentwicklung in Höhe von rund 50 Mio Euro gesteuert werden kann.

Das adjusted net income des Konzerns wird maßgeblich durch die Entwicklung des adjusted EBITDA bestimmt. Daneben wird diese Kenngröße durch das Finanzergebnis, in dem unter anderem die at-Equity-Beteiligung der Streaming-Plattform Joyn erfasst wird, sowie durch die Ertragsteuern beeinflusst. Für das Gesamtjahr 2021 erwartet der Konzern auf dieser Basis und ohne weitere Portfolioveränderungen, dass das adjusted net income über dem Vorjahreswert von 221 Mio Euro liegen sollte.

Ab 2021 ersetzt der adjusted Operating Free Cashflow den Free Cashflow vor M&A als relevante Cashflow-Steuerungsgröße des Konzerns. Der adjusted Operating Free Cashflow orientiert sich an der Entwicklung des adjusted EBITDA. Der Konzern geht beim Erreichen eines mittleren Werts der angestrebten adjusted-EBITDA-Zielbandbreite davon aus, dass sich der adjusted Operating Free Cashflow für das Gesamtjahr 2021 – aus Vergleichbarkeitsgründen korrigiert um die Veränderung der IFRS-16-Investitionen für den Bau des neuen Campus am Standort Unterföhring – in einer Bandbreite im mittleren zweistelligen Mio-Euro-Bereich um den Vorjahreswert von 424 Mio Euro bewegen sollte.

Die ProSiebenSat.1 Group misst den mittelfristigen finanziellen Erfolg des Unternehmens anhand der Kennzahl P7S1 ROCE (Return on Capital Employed). Diese Kennzahl hat der Konzern im Jahr 2020 als Kenngröße für die gesamte Gruppe eingeführt. Im Geschäftsjahr 2021 streben wir einen Wert von über 10 Prozent an (Vorjahr: 10 %). Mittelfristig soll diese Kennzahl über den Gesamtkonzern bei über 15 Prozent liegen.

Für den Verschuldungsgrad (Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum LTM adjusted EBITDA des Konzerns) strebt ProSiebenSat.1 grundsätzlich eine Bandbreite von 1,5x bis 2,5x an. Zum Jahresende 2021 rechnet der Konzern – abhängig von der Geschäftsentwicklung und ohne Berücksichtigung eventueller Portfolioveränderungen – mit einem Verschuldungsgrad voraussichtlich leicht über oder am oberen Ende des Zielkorridors (Vorjahr: 2,8x).

(1) Organisch = Bereinigt um Portfolio- und Währungseffekte.

(2) Basierend auf den Umsatzerlösen des Geschäftsjahres 2020 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2021 abzüglich der Umsatzerlöse der in 2020 entkonsolidierten Gesellschaften WindStar Medical in Höhe von 114 Mio Euro und myLoc in Höhe von 10 Mio Euro sowie zuzüglich der proforma Umsatzerlöse der The Meet Group von Januar bis August 2020 in Höhe von 173 Mio Euro, ebenfalls umgerechnet mit dem Plankurs des Geschäftsjahres 2021.

(3) Basierend auf dem adjusted EBITDA des Geschäftsjahres 2020 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2021 abzüglich des adjusted EBITDA der in 2020 entkonsolidierten Gesellschaften WindStar Medical in Höhe von 23 Mio Euro und myLoc in Höhe von 3 Mio Euro sowie zuzüglich der proforma adjusted EBITDA-Beiträge der The Meet Group von Januar bis August 2020 in Höhe von 33 Mio Euro, ebenfalls umgerechnet mit dem Plankurs des Geschäftsjahres 2021.

Weitere Kennzahlen erhalten Sie auf unserer Konzernwebsite www.ProSiebenSat1.com. Dort finden Sie ab 4. März 2021, 7:30 Uhr, auch die Präsentation sowie den Geschäftsbericht 2020.

Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group in Mio Euro

	Q4 2020	Q4 2019	Abweichung in %	2020	2019	Abweichung in %
Umsatzerlöse	1.492	1.349	11 %	4.047	4.135	-2 %
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	377	338	12 %	706	872	-19 %
Adjusted EBITDA-Marge (in %)	25,3 %	25,1 %	0,2 %-Pkte.	17,4 %	21,1 %	-3,7 %-Pkte.
EBITDA	461	332	39 %	801	838	-4 %
Betriebsergebnis (EBIT)	394	242	63 %	553	578	-4 %
Finanzergebnis	-99	-26	~	-183	-6	~
Konzernergebnis	213	164	30 %	252	412	-39 %
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	214	164	31 %	267	413	-35 %
Anteil anderer Gesellschafter	-1	0	~	-15	-1	~
Adjusted net income ⁽²⁾	185	162	14 %	221	387	-43 %
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	0,82	0,72		0,98	1,71	
Free Cashflow ⁽³⁾	548	357	54 %	120	207	-42 %
Free Cashflow vor M&A ⁽⁴⁾	290	376	-23 %	235	339	-31 %
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	687	709	-3 %	1.511	1.603	-6 %

Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group in Mio Euro

	31. Dez 2020	31. Dez 2019
Eigenkapital	1.687	1.288
Eigenkapitalquote (in %)	23,8 %	19,5 %
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.224	950
Netto-Finanzverbindlichkeiten ⁽⁵⁾	1.968	2.245
Verschuldungsgrad ⁽⁶⁾	2,8x	2,6x

Segment-Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group in Mio Euro

	Q4 2020	Q4 2019	Abweichung %	2020	2019	Abweichung %
Seven.One Entertainment Group						
Umsatzerlöse	867	850	2 %	2.374	2.604	-9 %
Außenumsatzerlöse	826	813	2 %	2.286	2.518	-9 %
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	302	291	4 %	571	787	-28 %
ParshipMeet Group						
Umsatzerlöse	132	53	>100 %	333	209	59 %
Außenumsatzerlöse	132	53	>100 %	333	209	59 %
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	29	14	>100 %	80	44	81 %
NuCom Group						
Umsatzerlöse	320	299	7 %	823	775	6 %
Außenumsatzerlöse	315	293	8 %	807	756	7 %
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	31	33	-6 %	32	54	-41 %
Red Arrow Studios						
Umsatzerlöse	235	222	6 %	684	730	-6 %
Außenumsatzerlöse	218	191	14 %	620	652	-5 %
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	18	22	-20 %	42	48	-13 %
Überleitung (Holding & Sonstiges)						
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	-3	-22	-85 %	-19	-62	-69 %

(1) Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA. (2) Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen und bereinigt um Sondereffekte. Dazu zählen im sonstigen Finanzergebnis erfasste Bewertungseffekte, Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten, Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften sowie sonstige wesentliche Einmaleffekte. (3) Nach M&A; Summe der im operativen Geschäft erwirtschafteten Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente abzüglich des Saldos der im Rahmen der Investitionstätigkeit verwendeten und erwirtschafteten Mittel. (4) Free Cashflow bereinigt um verwendete und erwirtschaftete Mittel aus M&A-Transaktionen (exkl. Transaktionskosten) im Rahmen von durchgeführten und geplanten Mehrheitserwerben sowie dem Erwerb und Verkauf von at-Equity bewerteten Anteilen. (5) In der Definition der Netto-Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group zum 31. Dezember 2020 sind keine Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 in Höhe von 228 Mio Euro (Vorjahr: 171 Mio Euro) enthalten. Ebenfalls nicht enthalten sind Immobilienverbindlichkeiten in Höhe von 71 Mio Euro (Vorjahr: 48 Mio Euro). (6) Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate.

Ansprechpartner:

Stefanie Rupp-Menedetter
Head of Group Communications & Events
Tel. +49 [0] 89 95 07-2598
E-Mail: Stefanie.Rupp@ProSiebenSat1.com

Susanne Brieu
Head of Corporate Communications Strategy & Finance
Tel. +49 [0] 89 95 07-1137
E-Mail: Susanne.Brieu@ProSiebenSat1.com

ProSiebenSat.1 Media SE
Medienallee 7 / D-85774 Unterföhring

Pressemitteilung online: www.ProSiebenSat1.com
Twitter: [@P7S1Group](https://twitter.com/P7S1Group)