

ProSiebenSat.1 Media AG
The power of television



ProSiebenSat.1 Media AG

Jahresabschluss und Lagebericht 2011



Inhalt

Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG	Seite	3
I. Geschäft und Rahmenbedingungen (inkl. Vergütungsbericht)	Seite	3
II. Geschäftsverlauf im Jahr 2011	Seite	19
III. Die ProSiebenSat.1 Aktie	Seite	28
IV. Mitarbeiter	Seite	32
V. Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren	Seite	33
VI. Nachtragsbericht	Seite	41
VII. Risikobericht	Seite	43
VIII. Prognosebericht	Seite	63
Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG	Seite	71
Bilanz der ProSiebenSat.1 Media AG	Seite	71
Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Media AG	Seite	73
Anhang der ProSiebenSat.1 Media AG	Seite	74
Erklärung des Vorstands	Seite	107
Bestätigungsvermerk	Seite	108
Impressum und Finanzkalender	Seite	110



Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2011

I. Geschäft und Rahmenbedingungen

Gesamtaussage zu Geschäft und Rahmenbedingungen aus Sicht der Unternehmensleitung

Nach der raschen Konjunkturerholung der Weltwirtschaft im Jahr 2010 haben Sonderfaktoren wie die Staatsschuldenkrise das Expansionstempo der Weltkonjunktur im Jahr 2011 gedrosselt. Ungeachtet der im Jahresverlauf aufgekommenen gesamtwirtschaftlichen Risiken konnten die Werbeerlöse in nahezu allen Märkten gesteigert werden. Dies hat sich ebenfalls positiv auf die operativen Gewinne der Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG ausgewirkt, die über Beherrschungs- und Gewinnabführungsverträgen an diese abgeführt wurden. Das Vorjahr war geprägt von Einmaleffekten, die in erster Linie aus Wertaufholungen auf Wertansätzen bei Unternehmen des ProSiebenSat.1 Konzerns entstanden sind. Durch diese hohen positiven Sondereffekte im Geschäftsjahr 2010 hat sich der Jahresüberschuss der ProSiebenSat.1 Media AG im Vorjahresvergleich deutlich reduziert.

Unternehmensstruktur und Geschäftsfelder

Die ProSiebenSat.1 Media AG ist eine geschäftsleitende Holding, die in geringfügigem Umfang eigene operative Geschäfte tätigt. Ihr obliegen Leitungsfunktionen für den ProSiebenSat.1-Konzern sowie Aufgaben der Beteiligungsverwaltung und der zentralen Finanzierung. Hinzu kommen Dienstleistungsfunktionen wie die Unternehmensstrategie und das Risikomanagement. Darüber hinaus ist die ProSiebenSat.1 Media AG die steuerliche Organträgerin für die Mehrheit der inländischen Tochtergesellschaften. Die wesentlichen Einnahmepositionen sind die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen von Tochtergesellschaften sowie die Erlöse aus interner Leistungsverrechnung. Daneben werden Umsatzerlöse insbesondere aus dem Verkauf von Programmnebenrechten erzielt. Die interne Steuerung erfolgt nach den drei Segmenten Free-TV Deutschsprachig, Free-TV International und Diversifikation. Der vorliegende Lagebericht betrifft primär die ProSiebenSat.1 Media AG als Muttergesellschaft des ProSiebenSat.1-Konzerns. Eine Darstellung des Geschäftsverlaufs der in den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG einbezogenen Unternehmen und Segmente enthält der ProSiebenSat.1-Geschäftsbericht.

Die ProSiebenSat.1 Media AG wurde im Jahr 2000 als größtes Fernsehunternehmen in Deutschland gegründet. Heute zählt ProSiebenSat.1 mit 28 TV-Sendern und einer Reichweite von rund 62 Mio TV-Haushalten zu den führenden Medienkonzernen Europas. Das Unternehmen ist in



zehn europäischen Ländern tätig und unterhält darüber hinaus weltweit Kooperationen im Bereich Programmentwicklung und -produktion.

Der deutschsprachige TV-Werbemarkt der wichtigste Umsatzmarkt der Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Media AG. Dort ist der Medienkonzern mit seinen erfolgreichen Sender- und Programm-Marken, den reichweitenstarken digitalen Plattformen und der breiten Zielgruppenabdeckung der führende Bewegtbildvermarkter. Das Portfolio erstreckt sich von den TV-Sendermarken SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx über die ProSiebenSat.1 Networld bis hin zur Online-Videothek maxdome, digitalen Pay-TV-Angeboten und mobilen Services. Auch in den internationalen Märkten besetzt die ProSiebenSat.1 Gruppe mit ihren TV-Sendern starke Positionen im Wettbewerb. Darüber hinaus diversifiziert die Gruppe ihre Geschäftstätigkeit in verwandte Mediensektoren wie Online und Radio.

Organisation und rechtliche Konzernstruktur

Der Konzern gliedert seine Geschäftstätigkeit in die drei Segmente „Free-TV Deutschsprachig“, „Free-TV International“ und „Diversifikation“:

- Im **Segment Free-TV Deutschsprachig** (Deutschland, Österreich und Schweiz) werden unter anderem die Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx sowie die Vermarktungsunternehmen SevenOneMedia und SevenOne AdFactory ausgewiesen. Auch die Red Arrow Entertainment Group mit ihrem weltweiten Vertriebspartner SevenOne International wird hier abgebildet.
- Die ebenfalls überwiegend werbefinanzierten TV-Sender in Nordeuropa (Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden) und im CEE-Raum (Ungarn, Rumänien) bilden das **Segment Free-TV International**.
- Alle Geschäftsfelder außerhalb des klassischen TV- und Produktionsgeschäfts werden im **Segment Diversifikation** zusammengefasst. Darunter fallen Erlösmodelle wie Online/Games (ProSiebenSat.1 Digital GmbH), Music (starwatch), Licensing/Merchandising (Seven Entertainment) oder Pay-TV und Video-on-Demand (SevenSenses). Auch der Bereich Radio (Nordeuropa, CEE) wird dem Diversifikationssegment zugerechnet.

Die Beteiligungsstruktur des ProSiebenSat.1-Konzerns hat sich im Laufe des Geschäftsjahrs 2011 signifikant verändert. Neben kleineren Veräußerungen von Gesellschaften in Griechenland und



Bulgarien wurden im Geschäftsjahr 2011 die operativ tätigen Gesellschaften des Segments Free-TV International in den Niederlanden und Belgien sowie die Print-Aktivitäten in den Niederlanden durch die jeweilige Holdinggesellschaft verkauft.

Eine der wichtigsten direkten Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Media AG ist die **ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH**. Unter ihrem Dach arbeiten alle deutschen TV-Sender in einer funktionsübergreifenden Matrixorganisation zusammen. Die ProSiebenSat.1 Media AG unterscheidet sich in ihrer Struktur deutlich von anderen TV-Unternehmen in Deutschland: Ihr gehören nicht nur alle Anteile an den TV-Sendern SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx, auch an den Vermarktungsunternehmen ist das Unternehmen zu 100 Prozent beteiligt. Dadurch ergeben sich Vorteile hinsichtlich der Programmierung der Sender und der Vermarktung von Werbezeiten. Durch die gemeinsame Nutzung von Ressourcen und Know-how kann die Gruppe zusätzliche Synergien realisieren und das Kreativpotenzial besser ausschöpfen. Die Vertriebsgesellschaften für den Kernmarkt Deutschland – die **SevenOne Media GmbH** und die **SevenOne AdFactory GmbH** – sowie die Vermarktungstöchter für Österreich und die Schweiz hält die ProSiebenSat.1 Media AG über die **SevenOne Brands GmbH**. Die **Red Arrow Entertainment Group GmbH**, ebenfalls eine direkte 100-Prozent-Beteiligung der ProSiebenSat.1 Media AG, ist für den Vertrieb von Programminhalten sowie die Entwicklung und Produktion von Formaten zuständig.

Bedeutende direkt gehaltene Dachgesellschaften sind darüber hinaus die **P7S1 Erste SBS Holding GmbH** und die **P7S1 Zweite SBS Holding GmbH**, unter denen seit der Übernahme der SBS Broadcasting Group die ausländischen Tochterunternehmen geführt werden. Die Unternehmen im Bereich Online und Games bzw. Pay-TV sind ebenfalls über eigene Tochtergesellschaften mit der ProSiebenSat.1 Media AG verbunden, die unter der **ProSiebenSat.1 Digital GmbH** bzw. **Seven Senses GmbH** zusammengefasst werden.

Leitung und Kontrolle

Die ProSiebenSat.1 Media AG ist in Deutschland börsennotiert und hat ihren Sitz in Unterföhring bei München. Eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht hat drei Organe: Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung. Die Entscheidungsbefugnisse der Organe sind streng voneinander abgegrenzt.

Der **Vorstand** verantwortet das Gesamtergebnis des ProSiebenSat.1 Konzerns und führt die Leiter der Geschäftsbereiche sowie Holdingeinheiten fachlich wie auch disziplinarisch. Aufgrund der wachsenden Bedeutung der Bereiche Diversifikation, Distribution und Medienpolitik wurde der Vorstand im Geschäftsjahr 2011 um zwei Personen erweitert.



Der **Aufsichtsrat** überwacht und berät den Vorstand bei der Führung der Geschäfte und ist so in alle Unternehmensentscheidungen von grundlegender Bedeutung unmittelbar eingebunden. Die Grundordnung dieses dualen Führungssystems ist in der Satzung sowie in der Geschäftsordnung für den Vorstand und den Aufsichtsrat festgelegt. Die Satzung definiert auch den Umfang der Unternehmenstätigkeit. Sie kann gemäß § 179 des deutschen Aktiengesetzes (AktG) nur durch einen mehrheitlichen Beschluss der Hauptversammlung geändert werden.

Die Aktionäre der ProSiebenSat.1 Media AG nehmen ihre Mitverwaltungs- und Kontrollrechte auf der **Hauptversammlung** wahr. Jede Stammaktie gewährt eine Stimme, die Vorzugsaktien sind vorbehaltlich zwingender gesetzlicher Vorschriften nicht mit einem Stimmrecht ausgestattet.

Kennzahlenbasiertes Steuerungssystem

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG steuert den Konzern bzw. die Segmente und operativen Unternehmenseinheiten anhand einer Reihe von Kennzahlen. Diese sogenannten Key Performance Indikatoren werden aus den langfristigen strategischen Zielen des ProSiebenSat.1 Konzerns abgeleitet und umfassen neben finanziellen Steuerungsgrößen operative Kennzahlen. Die eingesetzten finanziellen Steuerungsgrößen orientieren sich an den Interessen und Ansprüchen der Kapitalgeber:

- **Ergebnissteuerung.** Als operative Ergebnisgröße wird auf Konzern- und Segmentebene bzw. für die einzelnen Tochterunternehmen das recurring EBITDA herangezogen. Das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA bzw. Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen spiegelt die operative Ertragskraft wider. Da Steuer- und Abschreibungseinflüsse sowie die Finanzierungsstruktur keine Berücksichtigung finden, ermöglicht das recurring EBITDA auch im internationalen Vergleich eine aussagekräftige Beurteilung der operativen Profitabilität.
- **Finanzplanung.** Der Free Cashflow ist der finanzwirtschaftliche Überschuss. Er wird ermittelt als die Summe der im operativen Geschäft erwirtschafteten liquiden Mittel abzüglich des Saldos der im Rahmen der Investitionstätigkeit verwendeten und erwirtschafteten Mittel. Die Kennzahl ist ein wichtiger Indikator zur Beurteilung des ProSiebenSat.1-Konzerns – sie drückt aus, wie viel Liquidität den Eigen- und Fremdkapitalgebern aus dem Geschäft einer Periode zur Verfügung steht.



- Eine weitere Steuerungsgröße der Kapitalstrukturplanung auf Konzernebene ist der **Verschuldungsgrad**. Er gibt an, wie hoch die Netto-Finanzverschuldung in Relation zum sogenannten LTM recurring EBITDA ist, also dem bereinigten EBITDA, das der ProSiebenSat.1-Konzern in den jeweils letzten zwölf Monaten erwirtschaftet hat (LTM = last twelve months).

Einer der wichtigsten operativen Steuerungsgrößen sind die Zuschauermarktanteile der Free-TV-Sender. Sie sind Indikatoren für die Programmqualität und den Markenwert der TV-Sender und damit ein wichtiger Leistungsnachweis gegenüber der Werbewirtschaft. Abweichungen der Ist-Quoten von den erwarteten Planungswerten werden im Rahmen der Risikofrüherkennung bewertet. Steuerungsgrößen im Diversifikationssegment sind unter anderem die Anzahl der Unique User im Online-Geschäft oder die Anzahl der Abonnenten im Bereich Video On Demand und Pay-TV.

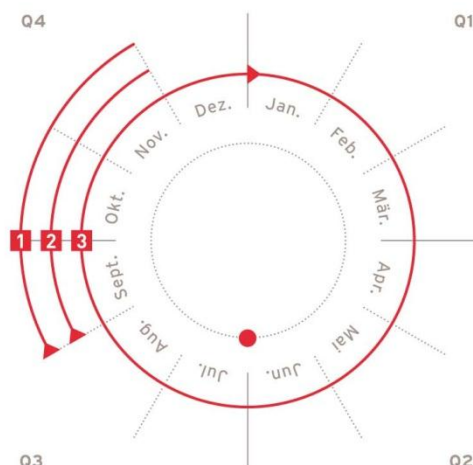
Der konzernweite Steuerungs- und Planungsprozess umfasst zusätzlich zu diesen konzerneigenen Leistungsindikatoren externe Kennzahlen. Aktuelle Konjunkturdaten wie die Entwicklung des privaten Konsums oder des Brutto-Inlandsproduktes dienen beispielsweise als wichtige Indikatoren für die Investitionsbereitschaft der Werbeindustrie.

Integriertes Budget- und Planungssystem

Die Planung basiert auf den strategischen und operativen Unternehmenszielen. Hierfür definiert der ProSiebenSat.1 Konzern für die zuvor erläuterten Kennzahlen interne Zielgrößen – jeweils für die einzelnen Tochterunternehmen der Gruppe, für die entsprechenden Segmente sowie für den Konzern. Die einzelnen Planungsprozesse - das Budget sowie die Mehrjahresplanung - werden systematisch aufeinander abgestimmt. Dies ist von grundlegender Bedeutung, um die Zielgrößen bzw. die Bewertung von Chancen und Risiken wirksam zu steuern.



PLANUNGSUHR



1

Budget

(Operative Jahresplanung auf Monatsbasis)

Die operative Jahresplanung erfolgt im sogenannten Gegenstromverfahren. Dieses Verfahren stellt eine zeitlich versetzte Kombination aus Top-Down- und Bottom-Up-Planung dar. In einem ersten Schritt definiert die oberste Führungsebene die übergeordneten Ziele der Gruppe (Top-Down). Grundlage hierfür sind fundierte Unternehmens- und Umfeldanalysen. Die Detailplanung, wie diese Ziele erreicht werden sollen, erfolgt dann in einem zweiten Schritt auf operativer Ebene (Bottom-Up). Dazu werden unternehmensspezifische Daten über die Gewinn- und Verlustrechnung bzw. die Bilanzstellung und Kapitalflussrechnung der einzelnen Tochterunternehmen auf Segment- und Konzernebene verdichtet. Insbesondere die Volumen- und Preisplanung, die Programmplanung, die Kosten- und Investitionsplanung sowie die Personalplanung werden dabei berücksichtigt. Das Budget erstellt das Unternehmen jeweils zum Ende eines Geschäftsjahres für das nächstfolgende Berichtsjahr. Es weist Zielgrößen auf Monatsbasis aus und wird von Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedet.

2

Mehrjahresplanung

(langfristige Unternehmensplanung auf Quartalsbasis)

Das Budget bildet die Grundlage für den Mehrjahresplan: Auf Quartalsbasis werden Planungsgrößen für die finanziellen und operativen Steuerungskennzahlen festgelegt. Die Planungsgrößen basieren dabei auf der Konzernstrategie und berücksichtigen Erkenntnisse und Einschätzungen des Managements. Diese für die kommenden fünf Jahre geplanten Soll-Werte werden wie das Budget Bottom-Up kalkuliert.

3

Monatsberichtsweisen

(Trendprognosen)

Das Monatsberichtsweisen ist ein Element der kurzfristigen Steuerung. Mithilfe unterjähriger Trendprognosen gleicht das Unternehmen kontinuierlich Ist-Zahlen mit dem Budget ab und leitet bei Bedarf Maßnahmen zur Gegensteuerung ein. Dazu wird auf Basis der Ist-Zahlen die voraussichtliche Umsatz-, Ergebnis- und Liquiditätsentwicklung des aktuellen Geschäftsjahres berechnet und mit dem Budget verglichen. Neben dieser monatlichen Berichterstattung an Vorstand und Aufsichtsrat werden potenzielle Risiken im Rahmen des vierteljährlichen Reportings an den Group Risk and Compliance Officer gemeldet. Hier wird insbesondere analysiert, wie sich die zuvor genannten Frühwarnindikatoren im Zeitablauf verändert haben. So wird sichergestellt, dass geeignete Steuerungsmaßnahmen rechtzeitig eingeleitet werden können.

●

Strategieklausur

Im Rahmen der Strategieklausur werden die strategischen Ziele festgelegt.



Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht erläutert die Grundlagen für die Festlegung der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG sowie die Höhe der Vergütung der einzelnen Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder entsprechend den anwendbaren gesetzlichen Vorschriften und Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 26. Mai 2010.

Vergütungssystem für den Vorstand

Die Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG stehen zusätzlich zu ihrer Organfunktion auch in vertraglicher Beziehung zu der Gesellschaft. Für den Abschluss der Dienstverträge mit den Mitgliedern des Vorstands ist der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG zuständig. Die Dienstverträge mit den Vorstandsmitgliedern haben eine maximale Laufzeit von fünf Jahren und regeln auch die Vergütung.

Struktur und Höhe der Vorstandsvergütung werden auf Vorschlag des Personalausschusses vom Aufsichtsrat festgelegt und regelmäßig überprüft. Kriterien für die Angemessenheit der Vergütung bilden einerseits die persönliche Leistung sowie der Tätigkeits- und Verantwortungsbereich der einzelnen Vorstandsmitglieder, andererseits die Höhe und Struktur der Vorstandsvergütung in vergleichbaren Unternehmen, die wirtschaftliche Lage der Gesellschaft sowie die ProSiebenSat.1 Media AG Vergütungsstruktur. Das Vergütungssystem für den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG ist auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet und setzt sich aus fixen und erfolgsbezogenen Komponenten zusammen. Im Geschäftsjahr 2011 bestand die Vorstandsvergütung aus folgenden Komponenten:

- Sämtliche Vorstandsmitglieder erhielten jeweils ein **fixes Basisgehalt**, das sich am Tätigkeits- und Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds orientiert und monatlich ausgezahlt wird.
- Zusätzlich zu diesem fixen Basisgehalt erhielten die Vorstandsmitglieder eine **erfolgsabhängige, variable Jahresvergütung** in Form eines Jahresbonus. Die konkrete Ausgestaltung dieses Jahresbonus ist einheitlich in den jeweiligen Vorstandsmitgliederverträgen geregelt: Die Höhe hängt von dem Erreichen vorab definierter Erfolgsziele ab, die sich aus dem EBITDA und der Netto-Finanzverschuldung des Konzerns sowie persönlichen Zielvereinbarungen zusammensetzen. Dabei kann der Bonus maximal 200 Prozent des vertraglich festgelegten Zielbetrages entsprechen; im Falle von Zielverfehlungen kann die variable Vergütung auch vollständig entfallen. Bei den 2011 neu bestellten Vorstandsmitgliedern kann der Aufsichtsrat Anteile der



erfolgsabhängigen, variablen Jahresvergütung in eine **mehrjährige erfolgsabhängige, variable Vergütung** umwandeln: Die Auszahlungshöhe ist dann nicht mehr ausschließlich von der Erreichung der Erfolgsziele eines Jahres, sondern von der durchschnittlichen Zielerreichung über drei Jahre hinweg abhängig.

- Ferner nehmen die Mitglieder des Vorstands an dem **Aktienoptionsprogramm** der ProSiebenSat.1 Media AG (Long Term Incentive Plan, LTIP) teil, das im Jahr 2005 eingeführt wurde. Seit der letzten Überarbeitung des Aktienoptionsplans im Jahr 2010 sind die Vorstände nicht mehr bezugsberechtigt bei der Ausgabe neuer Optionen. Jede Aktienoption ist erfolgsabhängig und berechtigt zum Erwerb einer ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie bei Erfüllung der Ausübungsvoraussetzungen. Die Ausübung ist insbesondere an die Erreichung der Erfolgsziele und den Ablauf einer mehrjährigen Wartezeit gebunden.
- Für alle Mitglieder des Vorstands wurden **Versorgungsverträge** abgeschlossen: Die Gesellschaft zahlt für die Dauer des Dienstverhältnisses einen monatlichen Beitrag auf ein von der Gesellschaft geführtes persönliches Versorgungskonto ein. Der von der Gesellschaft getragene Beitrag entspricht 20 Prozent des jeweiligen fixen Monatsbruttogehalts. Jedes Vorstandsmitglied hat das Recht, im Rahmen der Entgeltumwandlung zusätzliche Beiträge in beliebiger Höhe auf das Versorgungskonto einzuzahlen. Nach Beendigung des Dienstverhältnisses erfolgen keine weiteren Einzahlungen. Die Gesellschaft garantiert das eingezahlte Kapital sowie eine jährliche Verzinsung in Höhe von zwei Prozent. Die eingezahlten Beträge werden am Geld- und Kapitalmarkt angelegt. Wenn das Vorstandsmitglied das 60. Lebensjahr vollendet hat und es mindestens für volle drei Jahre als Vorstand bestellt war, wird ein Ruhegehalt gezahlt. Dieser Anspruch besteht auch im Falle einer dauerhaften Arbeitsunfähigkeit. Das monatliche Ruhegehalt ergibt sich aus einer zum Zeitpunkt der Anspruchsberechtigung versicherungsmathematisch errechneten lebenslangen Altersrente. Anstelle einer lebenslangen Altersrente können die Vorstandsmitglieder bei Eintritt der Anspruchsvoraussetzungen die Auszahlung des Garantiekapitals verlangen.
- Schließlich erhalten die Mitglieder des Vorstands durch die Bereitstellung von Dienstwägen, Teilnahme an der Gruppenunfallversicherung sowie durch den Abschluss einer Vermögensschaden-Haftpflicht-Gruppenversicherung (D&O-Versicherung) **sonstige nicht erfolgsabhängige Nebenleistungen** in Form geldwerter Vorteile.



- Für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Dienstverhältnisses beinhalten die Vorstandsverträge keine Abfindungszusagen.

Vergütung der Mitglieder des Vorstands für das Geschäftsjahr 2011

Für die zum Ablauf des Geschäftsjahres 2011 von der Gesellschaft bestellten Vorstandsmitglieder wurde die folgende Gesamtvergütung festgesetzt:

VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES VORSTANDS

in Tsd. Euro

		Jahreseinkommen			Insgesamt	Mehrjährige variable Jahresvergütung	Pensionen	
		Fixes Basisgehalt	Variable Jahresvergütung	Fixe Nebenleistungen ²			Dienstzeitaufwand ³	Leistungsorientierte Verpflichtung
Thomas Ebeling	2011	1.000,0	947,6	10,9	1.958,5	-	160,5	432,7
	2010	1.000,0	916,7	10,9	1.927,6	-	157,1	275,5
Conrad Albert ¹	2011	125,0	42,2	2,2	169,4	51,6	56,0	13,3
	2010	-	-	-	-	-	-	-
Andreas Bartl	2011	650,0	364,4	16,1	1.030,5	-	91,8	305,9
	2010	650,0	425,0	16,1	1.091,1	-	92,7	221,8
Axel Salzmann	2011	650,0	419,6	19,2	1.088,8	-	96,8	323,3
	2010	650,0	470,0	19,2	1.139,2	-	98,3	235,6
Dr. Christian Wegner ¹	2011	125,0	42,2	2,4	169,6	51,6	44,3	10,5
	2010	-	-	-	-	-	-	-

¹ 3-Monats Basis: Mitglied des Vorstands seit 1.10.2011

² enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungen (exkl. D&O)

³ Dienstzeitaufwand nach IFRS für die in dem jeweiligen Geschäftsjahr verdienten Versorgungsansprüche. Ohne Berücksichtigung von Ansprüchen aus eigenen Zahlungen (Stand: 31.12.2011 und 31.12.2010).

Im Geschäftsjahr 2011 sind den Pensionsrückstellungen für aktive und ehemalige Mitglieder des Vorstands insgesamt 1,3 Mio Euro (Vorjahr: 1,4 Mio Euro) zugeführt worden. Hiervon entfallen 0,9 Mio Euro auf Personalaufwendungen (Vorjahr: 1,0 Mio Euro) und 0,4 Mio Euro (Vorjahr: 0,4 Mio Euro) auf Zinsaufwendungen. Zum 31. Dezember 2011 belaufen sich die Pensionsrückstellungen für aktive und ehemalige Mitglieder des Vorstands damit in Summe auf 10,1 Mio Euro (Vorjahr: 9,1 Mio Euro). Diese Werte basieren auf den Berechnungsmethoden nach IFRS, die Abweichungen zu den handelsrechtlichen Werten sind unwesentlich.

Zusätzliche Angaben zu aktienbasierten Vergütungsinstrumenten

Der Bestand der von den aktiven Vorständen gehaltenen Aktienoptionen hat sich im Geschäftsjahr 2011 wie folgt entwickelt:



BESTANDSENTWICKLUNG DER VON AKTIVEN VORSTÄNDEN GEHALTENEN AKTIENOPTIONEN IM GESCHÄFTSJAHR 2011

		Bestand am 1.1		Im Geschäftsjahr ausgeübt/ zurückgekauft			Bestand am 31.12.			Aufwand aus aktienbasierter Vergütung im Geschäfts- jahr [in Tsd. €]	
		Anzahl	Gewichteter Durch- schnitt der Ausübungs- preise	Anzahl	Gewichteter Durch- schnitt Aktienkurs	Gewichteter Durch- schnitt der Ausübungs- preise	Anzahl	Gewichteter Durchschnitt der Ausübungs- preise	Band- breite an Ausübungs- preisen		gewichteter Durchschnitt der restlichen Vertrags- laufzeit
Thomas Ebeling	2011	525.000	1,58 €	210.000	15,39 €	1,58 €	315.000	1,58 €	1,58 €	4,00	183,2
	2010	525.000	1,58 €	0	-	-	525.000	1,58 €	1,58 €	5,00	314,5
Andreas Bartl	2011	425.000	8,24 €	110.000	15,39 €	1,58 €	315.000	8,45 €	1,58 € - 16,00 €	3,52	98,4
	2010	454.500	8,71 €	29.500	22,17 €	13,99 €	425.000	6,67 €	1,58 € - 16,00 €	4,65	168,9
Axel Salzmann	2011	450.000	6,39 €	210.000	17,90 €	7,76 €	240.000	5,19 €	1,58 € - 16,00 €	3,75	107,1
	2010	450.000	6,39 €	0	-	-	450.000	6,39 €	1,58 € - 16,00 €	4,67	183,9

Im Geschäftsjahr 2010 und 2011 wurden an die Mitglieder des Vorstands keine Aktienoptionen gewährt.

Nebenleistungen und sonstige Zusagen im Geschäftsjahr 2011

Die ProSiebenSat.1 Media AG unterhält eine Vermögensschaden-Haftpflicht-Gruppenversicherung für Organmitglieder des Konzerns. Diese D&O-Versicherung deckt das persönliche Haftungsrisiko für den Fall ab, dass Vorstandsmitglieder bei der Ausübung ihrer Tätigkeit für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. Die Versicherung enthält eine Selbstbehaltsregelung, wonach die in Anspruch genommenen Vorstandsmitglieder in jedem Versicherungsfall insgesamt 10 Prozent des Schadens selbst, maximal pro Person für alle Versicherungsfälle in einem Versicherungsjahr 150 Prozent ihrer jeweiligen festen jährlichen Vergütung tragen. Maßgeblich für die Berechnung des Selbstbehalts ist die feste Vergütung in dem Kalenderjahr, in dem die Pflichtverletzung begangen wurde.

Die Gesellschaft hat den Mitgliedern des Vorstands weder Darlehen gewährt noch Bürgschaften oder Gewährleistungen übernommen.

Gesamtbezüge der früheren Mitglieder des Vorstands

An frühere Mitglieder des Vorstands wurden im Geschäftsjahr 2011 Gesamtbezüge (Versorgungsleistungen) in Höhe von 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,3 Mio Euro) ausbezahlt. Die Pensionsrückstellungen nach IFRS für frühere Vorstandsmitglieder betragen zum 31. Dezember 2011 7,8 Mio Euro (Vorjahr: 8,3 Mio Euro.)

Im Geschäftsjahr 2011 wurden 62.000 Aktienoptionen von früheren Mitgliedern des Vorstands zurückerworben bzw. ausgeübt. Der gewichtete durchschnittliche Ausübungspreises betrug 16,00



Euro je Option, der gewichtete durchschnittliche Ausübungskurs belief sich je Option auf 20,48 Euro.

Die 2010 ausgeschiedenen Vorstände haben im Geschäftsjahr 2010 folgende Vergütung erhalten:

VERGÜTUNG DER 2010 AUSGESCHIEDENEN VORSTANDSMITGLIEDER FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2010

in Tsd. Euro

	Jahreseinkommen			Insgesamt	Mehrjährige variable Jahresvergütung	Pensionen	
	Fixes Basisgehalt ²	Variable Jahresvergütung	Fixe Nebenleistungen ³			Dienstzeit-aufwand ⁴	Leistungsorientierte Verpflichtung
Dr. Marcus Englert ¹	495,8	116,7	3,3	615,8	-	-	240,1
Dan Marks ¹	1.353,3	-	17,6	1.370,9	-	-	-

1 Dr. Marcus Englert war in 2010 bis zum 31.7.2010 und Dan Marks vom 1.5. bis 30.9.2010 zum Vorstand bestellt.

2 Das Fixum von Marcus Englert enthält eine Kompensationszahlung für ein Wettbewerbsverbot in Höhe von 233.333 €, das Fixum von Dan Marks eine Abfindungszahlung in Höhe von 1.178.300 €.

3 enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungen (exkl. D&O). Die Nebenleistung von Dan Marks enthält Zahlungen von Übergangsgeldern im Umzugsfall in Höhe von 10.000 €.

4 Dienstzeitaufwand nach IFRS für die in dem jeweiligen Geschäftsjahr verdienten Versorgungsansprüche. Ohne Berücksichtigung von Ansprüchen aus eigenen Zahlungen (Stand:31.12.2010).

Vergütung des Aufsichtsrats

Vergütungssystem für den Aufsichtsrat

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG festgelegt: Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten eine **feste jährliche Vergütung**. Sie beträgt für die ordentlichen Aufsichtsratsmitglieder 50.000 Euro und für den Aufsichtsratsvorsitzenden bzw. den stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden jeweils 100.000 Euro. Zudem werden **Sitzungsgelder** für die Mitarbeit in den Ausschüssen gezahlt. Dabei erhalten die Ausschussvorsitzenden den doppelten Betrag des Sitzungsgeldes. Eine erfolgsorientierte, variable Vergütung wird nicht gewährt.



Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2011

Die Aufsichtsratsmitglieder bezogen für das Geschäftsjahr 2011 folgende Vergütung:

VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES AUSICHTSRATS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011

in Tsd. Euro

		Fixe Grundvergütung	Sitzungsgelder Präsidialausschuss	Sitzungsgelder Prüfungsausschuss	Sitzungsgelder Personalausschuss	Gesamt
Götz Mäuser	2011	100,0	6,0	12,0	6,0	124,0
	2010	100,0	12,0	15,0	6,0	133,0
Johannes Peter Huth	2011	100,0	6,0	12,0	7,5	125,5
	2010	100,0	12,0	6,0	9,0	127,0
Robin Bell-Jones	2011	50,0	3,0	15,0	-	68,0
	2010	50,0	6,0	12,0	-	68,0
Herman M.P. van Campenhout ¹	2011	25,0	-	-	-	25,0
	2010	-	-	-	-	-
Gregory Dyke	2011	50,0	-	-	4,5	54,5
	2010	50,0	-	-	4,5	54,5
Philipp Freise	2011	50,0	3,0	12,0	-	65,0
	2010	50,0	4,5	15,0	-	69,5
Lord Clive Hollick	2011	50,0	3,0	-	-	53,0
	2010	50,0	4,5	-	-	54,5
Dr. Jörg Rockenhäuser	2011	50,0	3,0	-	-	53,0
	2010	50,0	4,5	-	-	54,5
Adrianus Johannes Swartjes ²	2011	25,0	-	-	1,5	26,5
	2010	50,0	-	-	6,0	56,0
Prof. Dr. Harald Wiedmann	2011	50,0	-	30,0	-	80,0
	2010	50,0	-	30,0	-	80,0
Summe	2011	550,0	24,0	81,0	19,5	674,5
	2010	550,0	43,5	78,0	25,5	697,0

1 6-Monats Basis: Mitglied des Aufsichtsrats seit 1. Juli 2011

2 6-Monats Basis: Mitglied des Aufsichtsrats bis 30. Juni 2011

Zusätzlich zu dieser fixen Jahresvergütung bzw. den Sitzungsgeldern erhielten die Mitglieder des Aufsichtsrats einen Ersatz aller Auslagen sowie eine Ausgleichszahlung für die auf ihre Vergütung und Auslagen zu entrichtende Umsatzsteuer. Eine D&O-Versicherung deckt das persönliche Haftungsrisiko für den Fall ab, dass Organmitglieder bei der Ausübung ihrer Tätigkeit für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. Ein Selbstbehalt für Aufsichtsratsmitglieder ist in der Versicherung nicht vereinbart.

Vergütungen und Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Geschäftsjahr 2011 und in der Vorperiode nicht gewährt. Mitglieder des Aufsichtsrats beziehen vom Unternehmen keine Kredite.



Rechtliche Rahmenbedingungen

Die ProSiebenSat.1 Media AG muss eine Vielzahl an Rechtsvorschriften beachten. Als deutsche Aktiengesellschaft unterliegt sie insbesondere dem deutschen Aktien-, Mitbestimmungs- und Kapitalmarktrecht und ist an den Deutschen Corporate Governance Kodex gebunden. Wichtige Berichtspflichten, die sich aus den rechtlichen Rahmenbedingungen für den vorliegenden Lagebericht ergeben, werden nachfolgend erfüllt:

- **Übernahmerechtliche Angaben gemäß § 289 Abs. 4 des Handelsgesetzbuchs (HGB) und deren Erläuterungen gemäß §§ 124 a Satz 1 Nr. 3, 176 Abs. 1 Satz 1 AktG.** Die auf den Inhaber lautenden, stimmrechtslosen Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Teilbereich des regulierten Markts der Frankfurter Wertpapierbörse mit weiteren Zulassungsfolgepflichten (Prime Standard) zum Börsenhandel zugelassen.

Für die auf den Namen lautenden, stimmberechtigten Stammaktien der Gesellschaft wird hingegen kein organisierter Markt im Sinne des § 2 Abs. 7 WpÜG in Anspruch genommen. Sie sind nicht zum Börsenhandel zugelassen und gemäß der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG nur mit Zustimmung der Gesellschaft übertragbar. Vor diesem Hintergrund entfallen übernahmerechtliche Angaben gemäß § 289 Abs. 4 HGB im Lagebericht. Auch ein erläuternder Bericht des Vorstands zu diesen Angaben gemäß §§ 124 a Satz 1 Nr. 3, 176 Abs. 1 Satz 1 AktG ist daher nicht erforderlich.

- **Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen und Schlusserklärung des Vorstands nach § 312 Abs. 3 AktG:** Gemäß § 312 AktG hat der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2011 einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgestellt. Bei den im Berichtsjahr vorgenommenen Rechtsgeschäften zwischen der ProSiebenSat.1 Media AG und der Lavena 1 S.à r.l. sowie den mit ihr verbundenen Unternehmen hat die ProSiebenSat.1 Media AG in jedem Einzelfall eine angemessene Gegenleistung im Sinne des § 312 AktG vereinbart und – soweit diese im Berichtsjahr zu erfüllen war – eine entsprechende Leistung erhalten.
- **Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB.** Die Erklärung der Gesellschaft zur Unternehmensführung ist auf der Homepage der Gesellschaft veröffentlicht. Zudem berichten Vorstand und Aufsichtsrat jährlich im



Geschäftsbericht über die Corporate Governance des ProSiebenSat.1 Konzerns. Der Abschlussprüfer hat den Corporate Governance Bericht gemäß IDW-Prüfungsstandard kritisch gelesen. Teil der Durchsicht durch den Abschlussprüfer waren auch die Erklärung zur Unternehmensführung bzw. die jährliche Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG.

- **Beschreibung der wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess gemäß § 289 Abs. 5 HGB.** Der Risikobericht umfasst die gemäß § 289 Abs. 5 HGB erforderlichen Angaben zum internen Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess.

Wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

Die ProSiebenSat.1 Media AG bündelt alle zentralen Verwaltungsdienste für den gesamten Konzern. Deswegen gelten für die AG im Wesentlichen die gleichen Rahmenbedingungen wie für den gesamten Konzern. Infolgedessen werden die weiteren Ausführungen auf Konzernebene erläutert.

Konjunkturelle Rahmenbedingungen

Die Weltwirtschaft zeigte 2011 ein reales Wachstum von 3,8 Prozent gegenüber 2010, wenngleich die Wachstumsdynamik laut Internationalem Währungsfonds zum Jahresende deutlich nachließ. Maßgebliche Impulse kamen aus den rasch expandierenden Schwellenländern, insbesondere Asien. Die etablierten Industrienationen entwickelten sich deutlich verhaltener. Die US-Konjunktur expandierte mit weniger als zwei Prozent, Japan fiel in die Rezession.

Auch die Expansion der Eurozone (EU 17) schwächte sich nach gutem erstem Quartal deutlich ab. Nachgebende Weltkonjunktur, Konsolidierungsbemühungen in einigen Mitgliedsländern sowie die Euro-Schuldenkrise ließen das Wachstum im dritten Quartal auf plus 0,1 Prozent gegenüber dem Vorquartal zurückgehen. Für das vierte Quartal erwartet das ifo-Institut ein Minus von 0,3 Prozent, für das Gesamtjahr liegt die Prognose bei plus 1,5 Prozent.

Trotz des schwachen europäischen Umfeldes konnte die deutsche Wirtschaft 2011 mit real plus 3,0 Prozent erneut kräftig zulegen. Durch die positive Arbeitsmarkt- und Einkommensentwicklung stiegen die privaten Konsumausgaben mit plus 1,5 Prozent so stark wie seit fünf Jahren nicht mehr. Die Investitionstätigkeit war ebenfalls lebhaft. Allerdings konnte sich die exportorientierte deutsche Wirtschaft der globalen Abschwächung und der Schuldenproblematik im Euroraum nicht völlig



entziehen, insbesondere gegen Jahresende: Die Wachstumsrate lag im dritten Quartal noch bei plus 0,6 Prozent gegenüber dem Vorquartal, im Schlussquartal bei minus 0,2 Prozent.

Entwicklung des Werbemarktes

Getragen von der guten Entwicklung der deutschen Wirtschaft legten die Investitionen in TV-Werbung 2011 um 1,8 Prozent auf 11,11 Mrd Euro (Vorjahr: 10,91 Mrd Euro) zu. Im vierten Quartal konnte das hervorragende Vorjahresergebnis nochmals leicht gesteigert werden, die Bruttowerbeinvestitionen kletterten um 1,0 Prozent auf 3,66 Mrd Euro (Vorjahr: 3,62 Mrd Euro).

In diesem Umfeld hat die SevenOne Media GmbH ihre führende Position weiter ausgebaut. Der Marktanteil stieg um 0,7 Prozentpunkte auf 42,3 Prozent brutto – der stärkste Zuwachs unter allen TV-Vermarktern. Besonders erfolgreich war das vierte Quartal mit einem Plus von 6,6 Prozent auf 1,58 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 1,48 Mrd Euro). Die Brutto-Werbeinnahmen stiegen 2011 auf 4,70 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 4,54 Mrd Euro). Das Plus von 3,5 Prozent gegenüber 2010 lag deutlich über Marktschnitt. Auf Basis der Netto-Zahlen entwickelte sich der deutsche TV-Werbemarkt ebenfalls positiv, auch hier übertraf ProSiebenSat.1 das Marktwachstum, unter anderem durch moderate Preissteigerungen sowie ein starkes Neukundengeschäft.

Im deutschen Online-Werbemarkt stärkte SevenOne Media ihre führende Position bei der Vermarktung von Bewegtbild-Inhalten und verzeichnete ein signifikantes Umsatzplus von 103,5 Prozent auf 82 Mio Euro brutto (Vorjahr: 40,3 Mio Euro) und baute seinen Vorsprung mit einem Marktanteil von 40 Prozent (IP: 27,5%) weiter aus. Insgesamt verzeichnete der deutsche Online-Werbemarkt 2011 – wozu neben Bewegtbild-Werbung auch klassisches Bannermarketing zählt – ein Plus von 34,2 Prozent auf 3,2 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 2,4 Mrd Euro). SevenOne Media steigerte ihre Online-Werbegesamtumsätze um 28,3 Prozent auf brutto 161,8 Mio Euro (Vorjahr: 125 Mio Euro).

In den nordeuropäischen Märkten entwickelte sich der TV-Werbemarkt aufgrund der guten Konjunkturlage dynamisch. Das stärkste Wachstum verzeichnete Norwegen mit plus 12,1 Prozent netto (Vorjahr: 9,1%). Aber auch Schweden (+11,1% netto) und Dänemark (+10,9% netto) wiesen starke Steigerungsraten auf. Ungarn und Rumänien lagen aufgrund der schwachen Konjunktur unter Vorjahr.

Entwicklung des Zuschauermarktes

In Deutschland bauten SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx ihren Gruppenmarktanteil 2011 um 0,4 Prozentpunkte auf 28,9 Prozent (Vorjahr: 28,5%) aus. Die vier Sender steigerten ihre Leistung



im Verlauf des Fernsehjahres kontinuierlich. So lag der Wert im vierten Quartal 2011 mit 29,6 Prozent und einem Plus von 2,1 Prozentpunkten signifikant über dem ersten Quartal. Besonders beliebt waren bei den Zuschauern Formate wie „Danni Lowinski“ (bis zu 18,2%), „Der letzte Bulle“ (bis zu 19,6%) oder „The Voice of Germany“. Die überaus erfolgreiche Musikshow erzielte auf SAT.1 und auf ProSieben Marktanteile von bis zu 30,9 Prozent. Der Frauensender sixx leistete mit einem Jahresmarktanteil von 0,5 Prozent ebenfalls einen wichtigen Wachstumsbeitrag, im Oktober und Dezember lag der Quotenwert sogar bei 0,8 Prozent.

Die österreichischen Sender SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins Austria sowie Puls 4 steigerten ihren Gruppenmarktanteil 2011 um 0,9 Prozentpunkte auf 20,2 Prozent (Vorjahr: 19,3%) und bauten den Abstand gegenüber den privaten Mitbewerbern weiter aus. Vor allem Puls 4 trug mit einem deutlichen Plus von 0,5 Prozentpunkten sowie einem Marktanteil von 3,3 Prozent (Vorjahr: 2,8%) zu einem Anstieg der Quoten bei. Der Sender weist unter allen Vollprogrammen Österreichs das stärkste Wachstum auf.

Darüber hinaus verzeichneten die Sender der ProSiebenSat.1 Group vor allem in Skandinavien hohe Steigerungsraten. In Norwegen erzielten TVNorge, FEM, MAX und The Voice einen Jahresmarktanteil von 17,4 Prozent (Vorjahr: 14,4%), dies entspricht einem Plus von 3,0 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Das starke Wachstum ist vornehmlich auf die erfolgreiche Entwicklung des Männersenders MAX zurückzuführen, der seine Quoten seit Start im November 2010 beständig steigert und 2011 bei einem Marktanteil von 2,6 Prozent lag.

Auch in Finnland konnte die ProSiebenSat.1 Group mit ihren Sendern TV5 und The Voice deutlich zulegen. Die beiden Sender verzeichneten 2011 mit einem Marktanteil von 5,1 Prozentpunkten (Vorjahr: 3,3%) einen Zuwachs von 1,8 Prozentpunkten. Das signifikante Plus ist vor allem auf den Ausbau von TV5 zu einem 24-Stunden-Programm zurück zu führen. Zuvor teilten sich TV5 sowie The Voice eine Sendelizenz.



II. Geschäftsverlauf im Jahr 2011

Wesentliche Ereignisse im Geschäftsjahr 2011

Mit Vertrag vom 10. August 2011 hat die ProSiebenSat.1 Media AG mit ihren Kreditgebern die teilweise Rückzahlung und Laufzeitverlängerung ihrer endfälligen Darlehen vereinbart. In diesem Zusammenhang wurden insgesamt 716,8 Mio Euro der Term Loans B und C und damit rund ein Drittel der ursprünglichen Darlehen im August 2011 zurückgeführt. Gleichzeitig wurde mit 1.198,7 Mio Euro der Großteil der verbleibenden Darlehen bis zum 3. Juli 2016 verlängert und als neuer Term Loan D aufgelegt. Die restlichen Darlehen der Term Loans B und C haben zum 31. Dezember 2011 Nominalvolumina in Höhe von 47,7 Mio Euro bzw. 93,4 Mio Euro sowie Laufzeiten bis zum 3. Juli 2014 bzw. 3. Juli 2015.

Die finanziellen Mittel für die teilweise Rückzahlung der endfälligen Darlehen wurden der ProSiebenSat.1 Media AG durch die veräußernde Gesellschaft der belgischen und niederländischen Tochtergesellschaften über das konzernweite Cash-Pooling zur Verfügung gestellt.

Aufgrund der Einstellung des Sendebetriebs im August 2011 wurde der Beteiligungsbuchwert der 9Live Fernsehen GmbH komplett außerplanmäßig in Höhe von 84,6 Mio Euro abgeschrieben.

Ertragslage

Der **Umsatz** der ProSiebenSat.1 Media AG stieg im Geschäftsjahr 2011 um 1,7 Mio Euro oder 8,5 Prozent auf 21,2 Mio Euro. Der Umsatzzanstieg gegenüber dem Vorjahr ist hauptsächlich auf höhere Erlöse aus dem Verkauf von Programmnebenrechten zurückzuführen.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** verzeichneten gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang um 153,4 Mio Euro auf 105,4 Mio Euro im Jahr 2011. Diese Abnahme resultiert im Wesentlichen aus nicht steuerwirksamen Zuschreibungen auf Unternehmen der deutschen Sendergruppe in Höhe von 160,0 Mio Euro im Jahr 2010. Im Berichtsjahr erfolgte keine Zuschreibung auf das Finanzanlagevermögen.

Die **Betriebsaufwendungen** betragen 219,0 Mio Euro (Vorjahr: 195,3 Mio Euro). Während rückläufige Aufwendungen in den Bereichen Programm- und Materialaufwendungen und Abschreibungen die gestiegenen Personalaufwendungen nahezu kompensierten, führte vor allem der Anstieg der Rechts- und Beratungskosten um 9,8 Mio Euro im Zusammenhang mit der



Veräußerung von Gesellschaften im Ausland sowie um 9,8 Mio Euro gestiegene Währungsverluste zu der Erhöhung der Betriebsaufwendungen.

Das **Finanzergebnis** verringerte sich im Geschäftsjahr 2011 auf 362,6 Mio Euro (Vorjahr: 1.306,0 Mio Euro). Der Rückgang des Finanzergebnisses ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen:

- Das Beteiligungsergebnis als Saldo der Erträge aus Gewinnabführungsverträgen abzüglich der Aufwendungen aus Verlustübernahmen, verringerte sich um 838,5 Mio Euro auf 604,2 Mio Euro. Insgesamt verzeichneten die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen im Geschäftsjahr 2011 einen Rückgang um 818,3 Mio Euro auf 640,3 Mio Euro, der in erster Linie durch nicht steuerwirksame Zuschreibungen auf den Beteiligungsbuchwert der P7S1 Broadcasting S.à r.l. und den dadurch höheren Erträgen aus Gewinnabführung in Höhe von 862,0 Mio Euro im Vorjahr resultierte. Die Aufwendungen aus Verlustübernahmen sind hingegen gestiegen und betragen 36,0 Mio Euro (Vorjahr: 15,8 Mio Euro). Ursächlich hierfür waren der Jahresfehlbetrag bei der 9Live GmbH aufgrund der Einstellung des Sendebetriebs sowie außerplanmäßige Abschreibungen des Finanzanlagevermögens bei der ProSiebenSat.1 Digital GmbH.
- Die Abschreibungen auf Finanzanlagen und Wertpapiere des Umlaufvermögens erhöhten sich im Geschäftsjahr 2011 um 84,3 Mio Euro auf 84,8 Mio Euro. Aufgrund der Einstellung des Senderbetriebs wurde der Beteiligungsbuchwert der 9Live Fernsehen GmbH in Höhe von 84,6 Mio Euro komplett außerplanmäßig abgeschrieben.
- Das Zinsergebnis als Saldo der Zinserträge und Zinsaufwendungen verschlechterte sich im Geschäftsjahr 2011 um 20,7 Mio Euro auf minus 156,9 Mio Euro. Diese Entwicklung ist auf mehrere, teilweise gegenläufige Effekte zurückzuführen. Da die zur Absicherung der variablen Darlehen abgeschlossenen Zinsswaps nicht in selber Höhe aufgelöst wurden wie die Darlehen, wurde für den ineffektiven Teil der Zinsswaps ein Aufwand in Höhe des negativen Marktwerts (22,8 Mio Euro) erfasst. Der gesunkene Zinsaufwand aus Zinsswaps konnte diesen Effekt nur teilweise ausgleichen. Positiven Effekten aufgrund höherer Zinserträge aus Darlehensforderungen gegen verbundene Unternehmen sowie niedrigerem Zinsaufwand aufgrund der Tilgung der revolving Kreditlinie standen Aufwendungen aus der Anpassung der Kreditvereinbarung gegenüber. Darüber hinaus musste die ProSiebenSat.1



Media AG höhere Zinsaufwendungen im Rahmen des konzernweiten Cash-Poolings erfassen.

Das **Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit** verzeichnete vor diesem Hintergrund einen deutlichen Rückgang um insgesamt 1.118,9 Mio Euro auf 270,2 Mio Euro. Nach Abzug des Aufwands für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag in Höhe von 69,4 Mio Euro (Vorjahr: 106,6 Mio Euro) sowie sonstiger Steuern weist die ProSiebenSat.1 Media AG im Geschäftsjahr 2011 einen **Jahresüberschuss** in Höhe von 200,6 Mio Euro (Vorjahr: 1.280,5 Mio Euro) aus.

Finanzlage

Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

Risikokontrolle und zentrale Steuerung sind Grundsätze des Finanzmanagements der ProSiebenSat.1 Media AG. Das Finanzmanagement erfolgt zentral durch den Bereich Group Finance & Treasury der ProSiebenSat.1 Media AG. Dieser Bereich steuert das konzernweite Finanzmanagement und ist zentraler Ansprechpartner der für Finanzen zuständigen Geschäftsführer und Mitarbeiter auf Ebene der internationalen Tochtergesellschaften. Die übergeordneten Ziele unseres Finanzmanagements sind:

- Sicherung der konzernweiten Zahlungsfähigkeit durch gruppenweit effiziente Steuerung der Liquidität
- Sicherung der finanziellen Flexibilität und Stabilität, d.h. Erhaltung und Optimierung der Finanzierungsfähigkeit des Konzerns
- Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken durch den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten

Das gruppenweite Finanzmanagement umfasst das Kapitalstrukturmanagement bzw. die Konzernfinanzierung, das Cash- und Liquiditätsmanagement, das Management von Marktpreisrisiken sowie von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken:

- Ziel des **Kapitalstrukturmanagements** ist es, die Ausgestaltung der Kapitalstruktur bzw. der Finanzierung des Konzerns über den Einsatz unterschiedlicher Finanzierungsinstrumente zu optimieren. Hierzu gehören Eigenkapital oder eigenkapitalähnliche Instrumente wie auch Fremdfinanzierungsinstrumente. Bei der Auswahl von Finanzierungsinstrumenten werden Marktaufnahmefähigkeit, Refinanzierungsbedingungen, Flexibilität bzw. Auflagen, Investorendiversifikation und Laufzeit- bzw. Fälligkeitsprofile



berücksichtigt. Fremdfinanzierungsmittel im Konzern werden zentral aufgenommen bzw. gesteuert. Auf diese Weise können Größenvorteile genutzt und Kapitalkosten optimiert werden. Im Rahmen des Kapitalstrukturmanagements des ProSiebenSat.1 Konzerns kommt der Steuerung des Verschuldungsgrades ein besonderer Stellenwert zu.

- Die Optimierung und Zentralisierung der Zahlungsströme innerhalb des Konzerns sowie die Sicherung der konzernweiten Liquidität erfolgt im Rahmen des **Cash- und Liquiditätsmanagements**. Ein wichtiges Instrument ist dabei das Cash-Pooling-Verfahren. Beim Liquiditätsmanagement werden im Rahmen einer rollierenden konzernweiten Liquiditätsplanung die operativen Cashflows sowie die Cashflows aus nicht operativen Geschäften erfasst bzw. prognostiziert und hieraus gegebenenfalls Liquiditätsüberschüsse oder Liquiditätsbedarfe abgeleitet. Ein Liquiditätsbedarf wird über die bestehenden Cashpositionen oder die revolvingierende Betriebsmittellinie (RCF) abgedeckt.
- Das **Management von Marktpreisrisiken** umfasst das Zins- und Währungsmanagement. Es wird zentral vorgenommen bzw. gesteuert. Ziel ist es, die Auswirkungen von Zins- und Währungskursschwankungen auf das Konzernergebnis und den Cashflow zu begrenzen. Zum Einsatz kommen neben Kassageschäften auch derivative Finanzinstrumente in Form von bedingter und unbedingter Termingeschäfte. Diese Instrumente werden nur zu Sicherungszwecken eingesetzt.
- Im Mittelpunkt des **Managements von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken** stehen Handelsbeziehungen und Gläubigerposition gegenüber Finanzinstituten. Bei Handelsgeschäften wird auf eine breite Streuung der Volumina mit Kontrahenten ausreichend guter Bonität geachtet. Hierzu werden unter anderem externe Ratings der internationalen Agenturen herangezogen. Risiken gegenüber Finanzinstituten entstehen vor allem durch die Anlage liquider Mittel und den Abschluss von derivativen Finanzinstrumenten im Rahmen des Zins- und Währungsmanagements.



Fremdkapitalausstattung

Syndizierte Kreditvereinbarung

Zum 31. Dezember 2011 betragen die Darlehensverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Media AG 1.339,8 Mio Euro (Vorjahr: 2.286,7 Mio Euro). Wesentlicher Bestandteil der Unternehmensfinanzierung sind verschiedene besicherte endfällige Darlehen in Höhe von ursprünglich insgesamt 2.064,7 Mio Euro mit einer Laufzeit bis Juli 2014 (Term Loan B) bzw. Juli 2015 (Term Loan C). Mit Vertrag vom 10. August 2011 hat die ProSiebenSat.1 Media AG mit ihren Kreditgebern die teilweise Rückzahlung und Laufzeitverlängerung ihrer endfälligen Darlehen vereinbart. In diesem Zusammenhang wurden insgesamt 716,8 Mio Euro der Term Loans B und C und damit rund ein Drittel der ursprünglichen Darlehen im August 2011 zurückgeführt. Gleichzeitig wurde mit 1.198,7 Mio Euro der Großteil der verbleibenden Darlehen bis zum 3. Juli 2016 verlängert und als neuer Term Loan D aufgelegt. Die restlichen Darlehen der Term Loans B und C haben zum 31. Dezember 2011 Nominalvolumina in Höhe von 47,7 Mio Euro bzw. 93,4 Mio Euro sowie Laufzeiten bis zum 3. Juli 2014 bzw. 3. Juli 2015. Im Geschäftsjahr 2010 erfolgte eine Rückzahlung der endfälligen Darlehen in Höhe von 10,9 Mio Euro. Sämtliche Term Loans sind in Euro in Anspruch genommen.

Darüber hinaus beinhaltet die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung der ProSiebenSat.1 Media AG eine revolvingende Kreditlinie (RCF) mit einer Laufzeit bis Juli 2014 und einem ursprünglichen Rahmenvolumen von 600,0 Mio Euro. Eine Inanspruchnahme kann in verschiedenen Währungen variabel für allgemeine betriebliche Zwecke erfolgen. Dazu zählen neben Barinanspruchnahmen für notwendige Investitionen und Betriebsmittel beispielsweise auch Bürgschaften für Anzahlungen und Gewährleistungen (Avale). Infolge der globalen Finanzkrise können seit Herbst 2008 zwei RCF-Kreditgeber ihren vertraglichen Verpflichtungen nicht mehr nachkommen, so dass der aktuell verfügbare Kreditrahmen nunmehr 568,4 Mio Euro (Vorjahr: 581,8 Mio Euro) beträgt. Die Kreditlinie war zum 31. Dezember 2011 nicht in bar in Anspruch genommen (Vorjahr: 230,0 Mio Euro). Zum Bilanzstichtag war die Kreditlinie durch Avale in Höhe von 20,0 Mio Euro (Vorjahr: 26,5 Mio Euro) genutzt.

Der bei der ProSiebenSat.1 Media AG ausgewiesenen Barinanspruchnahme der revolvingenden Kreditlinie zum 31. Dezember 2011 in Höhe von 0,0 Mio Euro (Vorjahr: 230,0 Mio Euro) stehen liquide Mittel in Höhe von 427,3 Mio Euro gegenüber (Vorjahr: 629,1 Mio Euro).

Die Risiken aus der Änderung von variablen Zinssätzen werden durch derivative Finanzgeschäfte in Form von Zinsswaps abgesichert. Die Absicherungsquote auf Ebene der ProSiebenSat.1 Media AG liegt bei 100,0 Prozent (Vorjahr: 76,5 %).



Der durchschnittliche, festverzinsliche Swapsatz beträgt rund 4,60 Prozent (Vorjahr: 4,57 %). Die Verzinsung der Inanspruchnahme aus dem RCF erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen.

KONZERNWEITE UNTERNEHMENSFINANZIERUNG

Die ProSiebenSat.1 Group hat die Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von ursprünglich 4,2 Mrd Euro im Zuge der Akquisition der SBS Broadcasting Group im Jahr 2007 aufgenommen. Im Zusammenhang mit der teilweisen Rückführung der Term Loans B und C in Höhe von insgesamt 1,2 Mrd Euro sowie der Laufzeitverlängerung in Höhe von 2,1 Mrd Euro (neues Term Loan D) hat die ProSiebenSat.1 Group verschiedene Anpassungen der syndizierten Kreditvereinbarung mit den Kreditgebern vereinbart. Die Änderungen dienen in erster Linie einer besseren Flexibilität bei zukünftigen Refinanzierungen der ProSiebenSat.1 Group.

Die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung über die endfälligen Darlehen (Term Loan B, C und D) und die revolvingende Kreditfazilität beinhaltet Bestimmungen, die die ProSiebenSat.1 Group unter anderem zur Einhaltung vorgegebener Finanzkennzahlen verpflichten. So hat die ProSiebenSat.1 Group ein bestimmtes Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum EBITDA einzuhalten. Auch das Verhältnis des konsolidierten EBITDA (LTM recurring EBITDA) zum konsolidierten Zinsergebnis ist im Vertrag definiert. Die Einhaltung der Finanzkennzahlen wird quartalsweise jeweils für den zurückliegenden Zwölfmonatszeitraum überprüft.

Die ProSiebenSat.1 Group hat die vertraglichen Vorgaben im Berichtszeitraum erfüllt. Eine Nichteinhaltung der vereinbarten Finanzkennzahlen würde einen Kündigungsgrund darstellen.

Für den Fall einer drohenden bzw. einer bereits eingetretenen Verletzung der Finanzkennzahlen ermöglicht die Kreditvereinbarung der ProSiebenSat.1 Group innerhalb bestimmter Fristen die Zuführung von Eigenkapital oder eigenkapitalähnlicher Mittel in Form nachrangiger Darlehen. Eine solche Zuführung von Eigenkapital oder eigenkapitalähnlichen Mitteln – eine sogenannte Equity Cure – wird für die Zwecke der Berechnung der Einhaltung der Financial Covenants als Erhöhung des konsolidierten EBITDA behandelt. Für die Zwecke einer Equity Cure der Finanzkennzahlen haben die Mehrheitsgesellschafter über eine verbundene Gesellschaft der ProSiebenSat.1 Media AG mit Datum vom 1. April 2010 zugesagt, eine gegenüber der syndizierten Kreditvereinbarung nachrangige Kreditlinie zur Verfügung zu stellen, wenn dies für Zwecke einer „Equity Cure“ erforderlich werden sollte. In einem solchen Fall hätte die ProSiebenSat.1 Group bis September 2011 Nachrangdarlehen von bis zu 150 Mio Euro abrufen können. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat das Angebot über die nachrangige Kreditlinie nicht in Anspruch angenommen und im Februar 2011 gekündigt.

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

Leasing

Die ProSiebenSat.1 AG hat Mietverträge für am Standort Unterföhring genutzte Immobilien abgeschlossen, die als operatives Leasing eingeordnet wurden. Die Verträge enden frühestens im Jahre 2019.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente

Im Berichtsjahr bestanden im ProSiebenSat.1 Konzern keine wesentlichen außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente.



Liquidität und Cashflow

Das Cash-Management wird zentral vorgenommen, die konzernweiten Zahlungsmittelströme fließen durch das implementierte Cash-Pooling-System zum großen Teil in der ProSiebenSat.1 Media AG als Dachgesellschaft zusammen.

Die ProSiebenSat.1 Media AG fungiert für die Konzernunternehmen, insbesondere für die deutschen Sender, als Einkaufskommissionär für das Programmvermögen. Im Geschäftsjahr 2011 flossen 492,6 Mio Euro (Vorjahr: 450,1 Mio Euro) für Investitionen in das Programmvermögen ab. Die gesamten künftigen finanziellen Verpflichtungen aus bereits abgeschlossenen Programmeinkaufsverträgen belaufen sich zum 31. Dezember 2011 auf 1.884,9 Mio Euro (Vorjahr: 1.745,0 Mio Euro).

Die Zahlungsmittelabflüsse für Investitionen in das Anlagevermögen auf Ebene der ProSiebenSat.1 Media AG betragen im Berichtsjahr 8,6 Mio Euro (Vorjahr: 8,7 Mio Euro).

Die folgende Darstellung des Cashflows bezieht sich auf den gesamten ProSiebenSat.1 Konzern, da dieser die Liquidität der ProSiebenSat.1 Media AG in hohem Maße beeinflusst. Sofern im Folgenden von „nicht fortgeführten Aktivitäten“ die Rede ist, handelt es sich um die Cashflows der veräußerten Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden.

Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit

Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit erhöhte sich im Jahr 2011 auf 1,490 Mrd Euro und lag damit um 9,1 Prozent bzw. 124,1 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr ist von gegenläufigen Effekten geprägt: Die gute Geschäftsentwicklung führte im Vergleich zum Vorjahr zu einem verbesserten Konzernergebnis, das den Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit positiv beeinflusste. Diese Entwicklung wurde durch Veränderungen im Working Capital teilweise kompensiert, die sich zum 31. Dezember 2011 auf minus 13,0 Mio Euro beliefen (Vorjahr: 35,6 Mio Euro).

Cashflow aus Investitionstätigkeit

2011 flossen dem Unternehmen im Rahmen der Investitionstätigkeit aus nicht-fortgeführten Aktivitäten 1,378 Mrd Euro zu (Vorjahr: minus 138,7 Mio Euro) zu. Dieser hohe Mittelzufluss spiegelt die Kaufpreiszahlung für die niederländischen und belgischen Gesellschaften in Höhe von insgesamt 1,459 Mrd Euro wider.

Aus dem fortgeführten Geschäft ergab sich im Jahr 2011 ein Mittelabfluss von 1,229 Mrd Euro gegenüber 1,186 Mrd Euro in der Vergleichsperiode (+3,6% ggü. Vorjahr). Schwerpunkt der



Investitionstätigkeit des ProSiebenSat.1 Konzerns war der Erwerb von Programmrechten. Neben Investitionen in das Programmvermögen flossen 57,0 Mio Euro der Investitionen in immaterielle Vermögenswerte (+33,8% ggü. Vorjahr) und 31,5 Mio Euro in Sachanlagen (+9,4% ggü. Vorjahr).

Free Cashflow

Der Free Cashflow ist eine der wichtigsten Kennzahlen zur Beurteilung der Finanzkraft des ProSiebenSat.1 Konzerns. Im Jahr 2011 erhöhte sich dieser Wert inklusive der nicht-fortgeführten Aktivitäten signifikant auf 1,506 Mrd Euro (Vorjahr: 282,2 Mio Euro). Der deutliche Anstieg des Free Cashflows spiegelt neben der guten Ertragslage des Konzerns vor allem die Mittelzuflüsse aus der Veräußerung der niederländischen und belgischen Aktivitäten wider. Der Free Cashflow aus den fortgeführten Aktivitäten stieg auf 260,8 Mio Euro (Vorjahr: 179,0 Mio Euro).

Cashflow aus Finanzierungstätigkeit

Aus der Finanzierungstätigkeit flossen im Berichtsjahr 1,725 Mrd Euro ab, im Vorjahr waren es 290,4 Mio Euro. Der hohe Mittelabfluss ist im Wesentlichen auf die anteilige Tilgung der Darlehen des Konzerns in Höhe von 1,2 Mrd Euro sowie der vollständigen Rückführung der revolving Kreditfazilität um 230,0 Mio Euro zurückzuführen. Für die Zahlung der Dividende am 4. Juli 2011 flossen 241,2 Mio Euro ab. Zudem hat die ProSiebenSat.1 Media AG im Jahr 2011 eigene Vorzugsaktien zurückgekauft (32,6 Mio Euro inklusive Gebühren).

Vermögenslage und Kapitalstruktur

Die **Bilanzsumme** der ProSiebenSat.1 Media AG verringerte sich zum 31. Dezember 2011 um 175,4 Mio Euro auf 8.362,7 Mio Euro (-2,1%).

Das **Anlagevermögen** reduzierte sich zum 31. Dezember 2011 im Vergleich zum Vorjahresstichtag um 80,9 Mio Euro auf 5.836,7 Mio Euro (-1,4%). Die in den Finanzanlagen ausgewiesenen Anteile an verbundenen Unternehmen sanken um 84,6 Mio Euro auf 5.778,3 Mio Euro (-1,4%). Der Rückgang resultierte aus der vollständigen Abschreibung des Buchwerts der Anteile an der 9Live Fernsehen GmbH.

Das **Umlaufvermögen** verringerte sich gegenüber dem 31. Dezember 2010 um 88,9 Mio Euro auf 2.508,9 Mio Euro (-3,4%). Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen erhöhten sich aufgrund höherer Darlehensforderungen an Konzerngesellschaften zum 31. Dezember 2011 um 124,5 Mio Euro auf 1.981,1 Mio Euro. Die **liquiden Mittel** gingen gegenüber dem Vorjahr um 201,7 Mio Euro auf 427,3 Mio Euro (-32,1%) zurück.



Die aktiven **Rechnungsabgrenzungsposten** reduzierten sich zum 31. Dezember 2011 gegenüber dem Vorjahr um 5,6 Mio Euro auf 17,1 Mio Euro (-24,7%).

Das **Eigenkapital** der ProSiebenSat.1 Media AG verringerte sich zum 31. Dezember 2011 um 65,3 Mio Euro auf 3.843,0 Mio Euro (-1,7%). Dem im Geschäftsjahr 2011 erzielten Jahresüberschuss in Höhe von 200,6 Mio Euro standen die Auszahlung der Dividende in Höhe von 241,2 Mio Euro sowie der Erwerb eigener Anteile in Höhe von 32,5 Mio Euro (exklusive Anschaffungsnebenkosten) gegenüber. Die Veräußerung von eigenen Anteilen im Rahmen der Ausübung von Aktienoptionen sowie die Abbildung des Aufwands aus der Gewährung von Aktienoptionen erhöhte das Eigenkapital um 5,6 Mio Euro bzw. 2,2 Mio Euro.

Zum 31. Dezember 2011 verbesserte sich die **Eigenkapitalquote** geringfügig auf 46,0 Prozent gegenüber 45,8 Prozent zum Bilanzstichtag des Vorjahres.

Die **Rückstellungen** verringerten sich nur geringfügig um 3,9 Mio Euro auf 98,2 Mio Euro zum 31. Dezember 2011. Der Rückgang der Steuerrückstellungen um 25,0 Mio Euro hatte seine Ursachen in einem geringeren Ergebnis vor Steuern im Geschäftsjahr 2011 sowie niedriger Vorauszahlungen im Geschäftsjahr 2010. Dagegen stiegen die sonstigen Rückstellungen um 19,6 Mio Euro aufgrund der Drohverlustrückstellung für den ineffektiven Teil der Zinsswaps an.

Mit 4.405,9 Mio Euro liegen die **Verbindlichkeiten** am 31. Dezember 2011 um 121,4 Mio Euro deutlich unter dem Vorjahresniveau von 4.527,5 Mio Euro. Diese Entwicklung reflektiert den Rückgang der Darlehensverbindlichkeiten um 946,8 Mio Euro, der jedoch durch um 808,8 Mio gestiegene Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen zu einem überwiegenden Teil neutralisiert wurde. Der Anstieg dieser Verbindlichkeiten resultiert primär aus dem von der SBS Nederland B.V. weitergereichten Erlösen aus dem Verkauf der holländischen und belgischen Tochtergesellschaften. Darüber hinaus erhöhten sich die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 23,3 Mio Euro auf 203,0 Mio Euro zum 31. Dezember 2011.

Weitere Informationen zur Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung sind dem Anhang zum Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG zu entnehmen.



III. Die ProSiebenSat.1 Aktie

Das Jahr 2011 war von einer hohen Volatilität an den Börsen geprägt. Nach einem guten Jahresauftakt mit steigenden Unternehmensgewinnen und positiven Konjunkturdaten traten die Aktienmärkte in der zweiten Jahreshälfte in eine deutliche Abwärtsbewegung ein. Die Abschwächung der weltweiten Wachstumsdynamik, die Herabstufung der Kreditwürdigkeit der USA sowie die Staatsschuldenkrise mehrerer Euro-Länder lösten Vertrauensverluste bei den Kapitalmarktteilnehmern aus.

Vor diesem Hintergrund verlor der DAX 14,7 Prozent im Vergleich zum Ende des Vorjahres und notierte am letzten Handelstag 2011 bei 5.898 Punkten. Auch der MDAX beendete das Jahr 2011 mit einem Minus gegenüber dem letzten Handelstag 2010 und schloss mit 8.898 Punkten (-12,1%). In diesem Handelsumfeld hatten insbesondere die Aktienkurse von konjunkturabhängigen Titeln, zu denen auch Medienwerte zählen, hohe Wertverluste zu verzeichnen.

KENNZAHLEN ZUR PROSIEBENSAT.1-AKTIE

		2011	2010	2009	2008	2007
Grundkapital	Stück	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200
Anzahl Vorzugsaktien ¹ zum Bilanzstichtag	Stück	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600
Anzahl Stammaktien zum Bilanzstichtag (nicht notiert)	Stück	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600
Börsenwert zum Geschäftsjahresende	Mio Euro	3.089	4.923	1.764	525	3.586
Börsenkurs zum Ende des Geschäftsjahres (XETRA)	Euro	14,12	22,50	8,06	2,40	16,39
Höchster Börsenschlusskurs (XETRA)	Euro	24,80	23,88	8,98	16,62	30,10
Tiefster Börsenschlusskurs (XETRA)	Euro	11,49	8,13	0,90	1,26	16,00
Dividende je dividendenberechtigte Vorzugsaktie	Euro	²	1,14	0,02	0,02	1,25
Dividendensumme	Mio Euro	²	241,2	2,07	2,08	269,9
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	Euro	3,23	1,69	0,88	0,79	1,26
Dividendenrendite auf Basis Börsenschlusskurs	Prozent	²	5,1	0,25	0,83	7,60
Handelsvolumen XETRA insgesamt	Mio Stück	233,4	196,5	278,7	313,8	180,6
Handelsvolumen XETRA (durchschnittliches Handelsvolumen je Tag)	Stück	908.214	767.439	1.097.195	1.235.341	716.821

1 Inkl. eigener Aktien.

2 Dividendenvorschlag.

Der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex Euro Stoxx Media beendete das Jahr 2011 bei 135,13 Punkten und damit um 16,5 Prozent schwächer als zu Jahresbeginn. Trotz der guten Unternehmensentwicklung und positiver Analystenbewertungen verlor die ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie 37,2 Prozent im Vergleich zum Jahresende 2010 und schloss am letzten Handelstag 2011 bei 14,12 Euro. Den höchsten Schlusskurs im Jahr 2011 erreichte die ProSiebenSat.1-Aktie am 10. Februar bei 24,80 Euro. Den tiefsten Schlusskurs markierte das Papier am 23. August bei 11,49 Euro. Insgesamt wurden im Berichtsjahr 233.415.983 Aktien (Vorjahr: 196.464.510) über das Handelssystem Xetra gehandelt. Das entspricht einem durchschnittlichen täglichen Handelsvolumen von 908.214 Stück (Vorjahr: 767.439).



Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analysten lag am Ende des Berichtszeitraums bei 19,70 Euro, 77,0 Prozent der Analysten empfahlen die ProSiebenSat.1-Aktie 2011 zum Kauf. Empfehlungen von Finanzanalysten sind eine wichtige Entscheidungsgrundlage für den Anleger. Insgesamt haben im Berichtsjahr 28 Brokerhäuser und Finanzinstitute Studien zur ProSiebenSat.1 Media AG veröffentlicht.

Im Jahr 2011 hat die ProSiebenSat.1 Media AG weitere 2.500.000 stimmrechtslose Vorzugsaktien bzw. 1,15 Prozent des Grundkapitals zu einem Durchschnittskurs von 13,01 Euro über die Deutsche Börse erworben. Der Rückkauf eigener Aktien dient der Absicherung von Aktienoptionsprogrammen und fand im Zeitraum vom 29. August bis 14. September 2011 statt. Damit hält die ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2011 insgesamt 7.640.000 eigene Vorzugsaktien. Das entspricht 7,0 Prozent der Vorzugsaktien bzw. 3,5 Prozent des Grundkapitals.

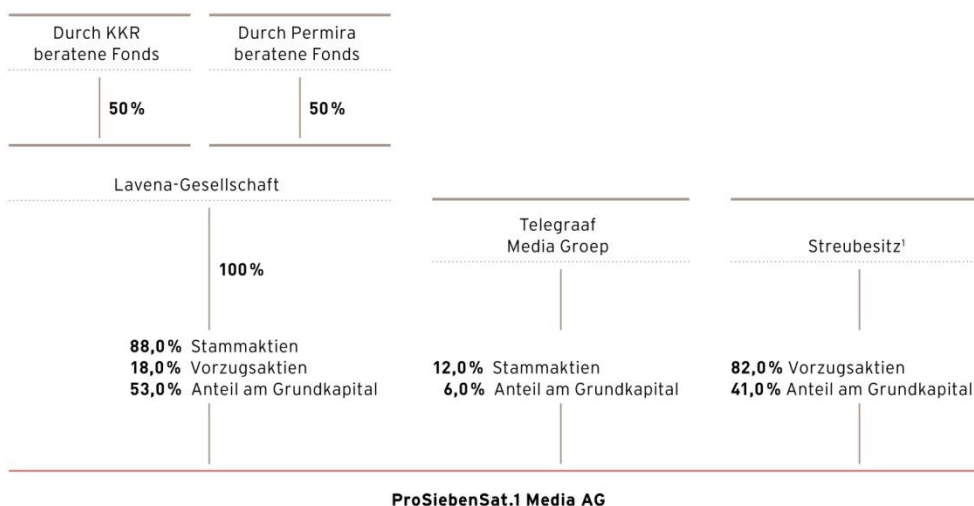
Der ProSiebenSat.1 Media AG stehen aus diesen eigenen Aktien gemäß § 71b AktG keine Rechte zu, von der Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar gehaltene eigene Aktien sind nicht dividendenberechtigt. Das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt 218.797.200 Euro und setzt sich aus 109.398.600 stimmberechtigten Stamm- und 109.398.600 nicht stimmberechtigten, börsennotierten Vorzugsaktien zusammen. Eigene Aktien werden dem Streubesitz (Free Float) zugerechnet.

Hauptgesellschafter der ProSiebenSat.1 Media AG sind die Lavena-Holdinggesellschaften mit einem Aktienbesitz von 53,0 Prozent am Grundkapital. Am 13. Januar 2011 haben die Lavena-Holdinggesellschaften acht Millionen bzw. 7,3 Prozent der stimmrechtslosen Vorzugsaktien veräußert. Damit halten die Lavena-Holdinggesellschaften 88,0 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien und 18,0 Prozent der nicht stimmberechtigten Vorzugsaktien. Die Lavena-Holdinggesellschaften werden von durch Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. (KKR) bzw. Permira Beteiligungsberatung GmbH (Permira) beratene Fonds kontrolliert.

Der niederländische Medienkonzern Telegraaf Media Groep N.V. (TMG) besitzt unverändert 12,0 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien bzw. 6,0 Prozent des Grundkapitals. Die verbleibenden 82,0 Prozent der Vorzugsaktien, rund 41,0 Prozent des Grundkapitals, befinden sich im Streubesitz. Große Teile des börsennotierten Vorzugskapitals werden von institutionellen Anlegern gehalten, vor allem aus den USA und Großbritannien. Damit hat sich der Anteilsbesitz im Jahr 2011 strukturell nicht verändert.



GESELLSCHAFTERSTRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG ZUM 31. DEZEMBER 2011



¹ Stand: 31.12.2011 inklusive 7.640.000 eigene Aktien.

Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2010 fand am 1. Juli 2011 im Internationalen Congress Center München (ICM) statt. An der Aktionärsversammlung nahmen rund 300 Anteilseigner und Gäste teil, die Präsenz lag bei 60 Prozent des gesamten Grundkapitals.

Alle Beschlussvorschläge, für die eine Zustimmung der Stammaktionäre erforderlich war, wurden einstimmig angenommen. Unter anderem wählte die Hauptversammlung Herman M.P. van Campenhout, Vorstandsvorsitzender der Telegraaf Media Groep N.V., in den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG. Er folgt auf Adrianus Johannes Swartjes, ehemaliger CEO der Telegraaf Media Groep. Auch der Gewinnverwendungsvorschlag für das Geschäftsjahr 2010 wurde einstimmig angenommen und die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,14 Euro (Vorjahr: 0,02 Euro) je dividendenberechtigter Inhaber-Vorzugsaktie bzw. 1,12 Euro (Vorjahr: 0,00 Euro) je dividendenberechtigter Namens-Stammaktie beschlossen. Die Ausschüttungssumme betrug rund 241,2 Mio Euro (Vorjahr: 2,1 Mio Euro). Die Dividende wurde am 4. Juli 2011 ausgezahlt.

Der Aufsichtsrat trat unmittelbar nach der Hauptversammlung zu einer Sitzung zusammen und wählte Götz Mäuser, Partner bei Permira Beteiligungsberatung GmbH (Permira), zum Aufsichtsratsvorsitzenden. Götz Mäuser folgt auf Johannes Peter Huth, Partner und Europa-Chef von Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (KKR), der die Rolle des stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden übernimmt.



Es ist unser Anspruch, alle Kapitalmarktteilnehmer transparent, zeitnah und umfassend über die Geschäftslage und Zukunftsperspektiven des Unternehmens zu informieren. Das Investor Relations-Team stellte sich im Jahr 2011 in über 400 Einzelgesprächen und Conference Calls der Diskussion mit Analysten, Investoren und Bankenvertreter. Das Unternehmen präsentierte sich auf zahlreichen Roadshows und nahm an zehn Analysten- und Investorenkonferenzen teil.

Am 5. Oktober 2011 führte die ProSiebenSat.1 Media AG erstmals einen Capital Markets Day durch. Vorstand und Leiter der Geschäftsbereiche stellten auf der Konferenz die Wachstumsstrategie der Gruppe vor und gaben einen Ausblick auf die Unternehmensentwicklung bis 2015. An der Veranstaltung nahmen knapp 100 Analysten, Investoren und Bankenvertreter teil. Zusätzlich haben zahlreiche Analysten, Investoren und Bankenvertreter den Capital Markets Day live über Webcast verfolgt. Der Kapitalmarkttag trägt dazu bei, den Dialog mit den Analysten und Investoren zu intensivieren.

Für ihre Kapitalmarktkommunikation erhielt die ProSiebenSat.1 Media AG 2011 erneut Auszeichnungen: Beim „Deutschen Investor Relations Preis 2011“, erhoben von Thomson Reuters Extel, platzierte sich die ProSiebenSat.1 Media AG in diesem Jahr auf Rang 1 im MDAX (2010: Rang 4). Über 800 Fondsmanager und Analysten bewerteten die Investor Relations-Abteilungen anhand von Kriterien wie Klarheit der Berichterstattung, Fach- und Branchenwissen sowie Reaktionsschnelligkeit.

Im Wettbewerb um den besten Geschäftsbericht überzeugte die ProSiebenSat.1 Media AG mit einem vierten Platz unter den MDAX-Unternehmen. In der Gesamtwertung aller Börsen-Indizes belegte die ProSiebenSat.1 Media AG Platz 15 von rund 160 Unternehmen und verbesserte ihr Ranking damit um weitere sieben Plätze gegenüber dem Vorjahr. Der Wettbewerb wird jährlich vom Manager Magazin und dem Münsteraner Universitätsprofessor Prof. Dr. Dr. h. c. Jörg Baetge veranstaltet. Die Jury bewertet die Geschäftsberichte nach den Kriterien Inhalt, Gestaltung und Sprache.



IV. Mitarbeiter

Im Geschäftsjahr 2011 waren durchschnittlich 417 Personen bei der ProSiebenSat.1 Media AG beschäftigt, darunter 374 Mitarbeiter sowie 43 Auszubildende, Volontäre und Praktikanten. Im Vorjahr beschäftigte die ProSiebenSat.1 Media AG durchschnittlich 385 Personen (353 Mitarbeiter, 32 Auszubildende, Volontäre und Praktikanten).

Wir schätzen die Vielfalt, die unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an persönlichen Eigenschaften, Talenten und Fähigkeiten mitbringen. Unsere Zukunftsfähigkeit wird maßgeblich davon bestimmt, wie wir diese Vielfalt fördern und nutzen. Ein wichtiges Thema hierbei ist der Anteil von Frauen und Männern im Unternehmen sowie in Führungspositionen. In dem ProSiebenSat.1 Konzern ist das Verhältnis von Frauen und Männern bereits heute sehr ausgeglichen. Im Jahr 2011 waren 48,1 Prozent der Angestellten weiblich (Vorjahr: 47,6%) und 51,9 Prozent der ProSiebenSat.1 Angestellten männlich (Vorjahr: 52,4%).

Im Kernmarkt Deutschland lag der Frauenanteil bei 48,2 Prozent (Vorjahr: 49,3%). Damit liegt der ProSiebenSat.1 Konzern über dem Schnitt der deutschen Wirtschaftsunternehmen mit einem Frauenanteil von 46,2 Prozent.

Auch in Führungspositionen weist der ProSiebenSat.1 Konzern mit 29,4 Prozent (Vorjahr: 30,8%) einen hohen Frauenanteil auf. In Deutschland lag die Frauenquote auf Führungsebene im Jahr 2011 bei 27,3 Prozent (Vorjahr: 29,3%). In deutschen Unternehmen liegt der Frauenanteil im Management laut Eurostat bei 30,0 Prozent.



V. Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Verschiedene wichtige Vermögenswerte sind nicht in der Bilanz enthalten. Dabei handelt es sich vor allem um immaterielle Vermögenswerte wie Markenwerte und weitere nicht-finanzielle Leistungsindikatoren, die eine große Bedeutung für den Unternehmenserfolg haben. Auch das Mitarbeiterpotenzial ist ein wichtiges Kriterium, das nicht finanziell bewertet wird.

Alle Free-TV-Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group sowie die meisten Unternehmen im Geschäftsbereich Diversifikation sind hundertprozentige Tochtergesellschaften. Dies eröffnet dem Konzern operative Wettbewerbsvorteile bei der Werbezeitenvermarktung, der Verwertung von Programmrechten oder der Zielgruppenausrichtung der Sender. ProSiebenSat.1 betreibt in den meisten Märkten mehrere Kanäle mit komplementärer Programmierung, um die Reichweite kontinuierlich auszubauen und Werbekunden ein diversifiziertes Zuschauerportfolio bieten zu können. Die im Rahmen der SBS-Akquisition 2007 erworbenen Markenwerte werden in der Konzernbilanz als immaterielle Vermögenswerte ausgewiesen. Als „eigene Marken“ werden SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx hingegen bilanziell nicht erfasst. Sie zählen zu den besonders wichtigen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren der ProSiebenSat.1 Group. Diese Marken gehören seit Jahren zu den beliebtesten und erfolgreichsten Fernsehsendern in Deutschland – obwohl hier durchschnittlich 78 Fernsehsender pro Haushalt empfangen werden können. Doch nur wenige Kanäle fallen ins so genannte „Relevant Set“ der Zuschauer. Die zehn stärksten Sender, darunter SAT.1, ProSieben und kabel eins, vereinen mit 81,0 Prozent den größten Anteil der Zuschauermarktanteile auf sich. Umfragen aus dem Jahr 2011 belegen, dass die Bekanntheit und Beliebtheit der ProSiebenSat.1-Sender weiterhin sehr hoch ist.

ProSieben

ProSieben ist der beliebteste und sympathischste TV-Sender bei den 14-49-Jährigen in Deutschland, noch vor Marktführer RTL. ProSieben erhält unter allen Sendern die meisten positiven Nennungen bei der Frage nach der Wahrscheinlichkeit, ob man im Programm etwas findet, das einem gefällt. Der Sender verfügt zudem über ein starkes Image: ProSieben wird als besonders cool und sympathisch, das Programm als unterhaltsam, spannend und modern eingestuft. In den Genres Spielfilme, Serien am Abend, Mysteryserien, Kultserien für Frauen sowie amerikanische und englische Comedyserien rangiert ProSieben auf Platz 1.

SAT.1

SAT.1 wird als unterhaltsamer, moderner, vielseitiger Familiensender wahrgenommen. Das Programmangebot gilt als informativ und emotional. SAT.1 ist Spitzenreiter in den Genres



Ermittlerdokus und Frühstücksfernsehen; bei amerikanischen Krimiserien, Telenovelas und Daily Soaps rangiert SAT.1 auf Platz 2.

kabel eins

Unter den Sendern der zweiten Generation stufen die Teilnehmer der Umfrage kabel eins am unterhaltsamsten, spannendsten, verlässlichsten sowie als Sender mit dem meisten Gefühl ein. Die Umfrage bescheinigt dem Sender ein breites Publikum, die meisten Befragten beschreiben kabel eins als Sender für die ganze Familie. kabel eins werden die besten Klassiker allgemein sowie die besten Spielfilm-Klassiker zugeschrieben.

sixx

Die Bekanntheit von sixx, gestartet im Jahr 2010, ist stark gestiegen: 2010 kannten den Frauensender lediglich 12 Prozent, im August 2011 lag der Bekanntheitsgrad bereits bei 57 Prozent. sixx punktet vor allem in seinen Kompetenzbereichen: Bei Kultserien für Frauen landet sixx auf Platz 4 hinter ProSieben, RTL und SAT.1. Auch bei Telenovelas und Daily Soaps wird der Sender genannt.

Für die Qualität und Beliebtheit der ProSiebenSat.1-Programme stehen auch Fansseiten in sozialen Netzwerken. Die Erfolgsshow „The Voice of Germany“ konnte allein bei Facebook innerhalb weniger Wochen 400.000 Fans gewinnen. Für die Show entwickelte die ProSiebenSat.1 Group die interaktive Digitalplattform „The Voice Connect“, auf der neben einem Livestream zur Show die sozialen Netzwerke Facebook und Twitter eingebunden sind. So können sich Zuschauer zur Sendung erstmals live austauschen, ohne die Online-Applikationen der ProSiebenSat.1 Group verlassen zu müssen. Interaktive Angebote dieser Art erhöhen die Bindung zwischen Publikum sowie Show- und Sendermarke. Neben „The Voice of Germany“ haben viele andere Sendungen der ProSiebenSat.1 Group eine starke Fanbasis in sozialen Netzwerken. Die Sender nutzen die Portale als Marketinginstrument und informieren Zuschauer tagesaktuell über TV-Programme. Zugleich sind Zuschauerkommentare aus den Netzwerken für unsere Redaktionen ein wichtiges Instrument, um qualitatives Feedback von Zuschauern zu gewinnen.

Um Bekanntheit für neue Programme aufzubauen und die starken Imagewerte der Sender weiter auszubauen, spielen Marketingmaßnahmen eine wichtige Rolle. Im Jahr 2011 betrug die Marketingaufwendungen des Konzerns 57,2 Mio Euro (Vorjahr: 58,3 Mio Euro). Die Angaben umfassen alle Aufwendungen im Rahmen der Programm- und Imagekommunikation mit Ausnahme der Marktforschung und der Kommunikationsaktivitäten. Im Jahr 2011 entfielen auf den deutschsprachigen Raum 58,7 Prozent der Marketingaufwendungen (Vorjahr: 64,9%).



Langjährige Lieferantenbeziehungen

Voraussetzung für den Erfolg der ProSiebenSat.1-Sender bei den Zuschauern sind attraktive Programme. Aus diesem Grund pflegt das Unternehmen ein enges Netzwerk zu nationalen und internationalen Filmstudios sowie Film- und TV-Produzenten. Die ProSiebenSat.1 Group hat langfristige Verträge mit nahezu allen großen Hollywood-Studios, darunter CBS, Paramount, Sony Pictures International, Twentieth Century Fox und Warner Brothers. Diese Verträge sichern die langfristige Programmversorgung der Fernsehgruppe. Große und länderübergreifende Content-Pakete verhandelt ProSiebenSat.1 zentral, Lizenzverträge werden von den europäischen Sendertöchtern selbst geschlossen. Zusätzlich arbeitet die ProSiebenSat.1 Group in den jeweiligen Märkten mit Kreativpartnern zusammen. 2011 ist es der Gruppe unter anderem gelungen, eine exklusive Zusammenarbeit mit dem holländischen Formatentwickler John de Mol für den deutschen Markt zu vereinbaren. Von ihm stammt beispielsweise „The Voice of Germany“, eine der erfolgreichsten Shows des TV-Jahres 2011.

Solide Kundenbeziehungen

Stabile Beziehungen zu Werbekunden sind notwendig, um die Kurzfristigkeit und Fluktuation in der Werbezeitenvermarktung abzufedern. Daher haben Maßnahmen zur Kundenbindung einen hohen Stellenwert bei ProSiebenSat.1. Mit ihren regionalen Verkaufsstrukturen können die Vermarktungstöchter im deutschen Kernmarkt eine intensive Beratung vor Ort bieten und damit gezielt auf die Anforderungen der Kunden eingehen. In den vergangenen Jahren hat SevenOne Media zudem sein Kreativportfolio kontinuierlich ausgebaut. 2009 gründete das Unternehmen die Schwesteragentur SevenOne AdFactory, die individuelle Kampagnen für Werbekunden entwickelt und umsetzt. Bei so genannten 360-Grad-Konzepten binden die Vermarkter alle medialen Plattformen der ProSiebenSat.1 Group von TV über Online bis zu Games ein. Sie können auf diese Weise alle Vorteile an Werbekunden weiter geben, die ihnen ProSiebenSat.1 als vollintegriertes Medienhaus bietet und effiziente Kommunikationslösungen zur Verfügung stellen. Dieses Konzept erwies sich 2011 als doppelt erfolgreich: Jede zweite Kampagne, die die SevenOne AdFactory entwickelte, wurde realisiert. Zudem trug das Unternehmen maßgeblich dazu bei, dass der ProSiebenSat.1-Vermarkter SevenOne Media den bisher höchsten Neukundenumsatz in der Unternehmensgeschichte erzielte.

Um die Beziehung zu den Zuschauern zu stärken, bietet die ProSiebenSat.1 Group einen umfangreichen Informations- und Auskunftsservice. Die Zuschauerredaktionen in den verschiedenen Märkten nehmen Fragen und Anregungen entgegen. In Deutschland verzeichnete die zentrale Zuschauerredaktion für die Free- und Pay-TV-Sender der ProSiebenSat.1 Group 2011 knapp 120.000



Kontakte. Jeder Kontakt wurde einzeln bearbeitet. Am häufigsten wurden Fragen zum Programm gestellt. Die Kommentare und Anregungen der Zuschauer unterstützen bei der Optimierung des Programms, den Programmverantwortlichen werden regelmäßig Berichte vorgelegt. Hinzu kommen themenbezogene Sonderauswertungen, die die Redaktionen in Auftrag geben.

Forschung und Entwicklung

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

Marktforschung

Marktanalysen werden als Steuerungsgrößen für die operative und strategische Planung herangezogen. Gleichzeitig sind Marktdaten und Analysen eine wichtige Grundlage für die kompetente Beratung unserer Werbekunden. Die Ausgaben für die konzernweiten Marktforschungsaktivitäten beliefen sich 2011 auf 13,2 Mio Euro (Vorjahr: 17,5 Mio Euro), davon entfallen 58,5 Prozent auf den deutschsprachigen Raum (Vorjahr: 52,4%).

Bei ProSiebenSat.1 arbeiten rund 25 Mitarbeiter in verschiedenen Research Units und erstellen Untersuchungen und Analysen zur Werbewirkung, zu Trends im Werbemarkt, zur Mediennutzung und werten Konjunktur- und Werbemarktprognosen aus. Die Studienergebnisse stellen für Werbekunden eine wichtige Basis für Investitionsentscheidungen dar.

Neue, erfolgsversprechende Formate schnell on Air zu bringen, ist für die ProSiebenSat.1 Group enorm wichtig. Deshalb kommt der Programmforschung eine entscheidende Rolle zu – und zwar bereits in der Phase der Formatentwicklung. Das Team erstellt quantitative sowie qualitative Auswertungen zu den Programmen der ProSiebenSat.1-Sender. Zudem testet die Unit Eigenproduktionen mithilfe von Umfragen und Publikumsvorführungen und spielt die Ergebnisse an die Redaktionen zurück. Durch die Marktforschungsergebnisse können Formate bereits in der Entstehungsphase justiert und die Anzahl erfolgreicher Formate erhöht werden.

2011 hat die ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH für ihre vier Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx zudem den Kreativprozess optimiert. Ziel war es, die ideale Abstimmung von Prozess-Struktur und Organisation zu finden. Dies wurde mit einer für alle Sender und Redaktionen einheitlichen Logik erreicht - dem „Format Management“. Dabei werden Eigenformate ab dem frühestmöglichen Zeitpunkt über alle Gewerke hinweg in ihrer Entwicklung, Vorbereitung und Herstellung sowie Analyse zentral



durch den Formatprozess gesteuert. Ohne den kreativen Spielraum einzuengen, schafft er Struktur und Planbarkeit. So wird durch Meilensteine, fixe Prozess-Elemente und Review-Termine die Qualitätssicherung gewährleistet. Zusätzlich findet nach Ausstrahlung jedes Formats eine umfassende Evaluation mit inhaltlicher und organisatorischer Perspektive statt. Dadurch wird ein kontinuierliches Lernen und Entwickeln der einzelnen Abteilungen und auch der gesamten Organisation ermöglicht. Das „Format Management“ wurde im Juni 2011 eingeführt und wirkte sich bereits spürbar auf die Top-Rate bei den Eigenproduktionen der ProSiebenSat.1 Group aus.

Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Für Unternehmen wie die ProSiebenSat.1 Group wirkt sich das gesellschaftliche Engagement immer stärker auch auf den Unternehmenserfolg aus. In der Öffentlichkeit ist das Interesse an Themen aus den Bereichen Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen, auch unter den Zuschauern der ProSiebenSat.1-Sender. So zeigte etwa 2011 eine Umfrage zum „Tolerance Day“ (ProSieben), dass gerade junge Zuschauer Programme mit gesellschaftspolitischen Inhalten – unterhaltsam aufbereitet – schätzen und weitere Projekte dieser Art auf den Sendern der Gruppe wünschen. Dies belegt, dass sich Initiativen wie der „Tolerance Day“ unter anderem positiv auf das Markenimage eines Senders auswirken, so dass beide Seiten – Gesellschaft und Unternehmen – vom gesellschaftlichen Einsatz profitieren.

ProSiebenSat.1 baut öffentliches Engagement aus. Die ProSiebenSat.1 Group erreicht als eines der größten Medienunternehmen Europas tagtäglich viele Millionen Menschen. Aufgrund dieser hohen Reichweite, insbesondere bei jungen TV-Zuschauern und Internet-Usern, obliegt dem Unternehmen eine starke Verantwortung in der Berichterstattung sowie seinem gesellschaftlichen Engagement. Die ProSiebenSat.1 Group leistet mit zahlreichen Initiativen seit vielen Jahren einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag und berichtet in ihrem Programm umfangreich über ökologische, gesellschaftliche und politische Themen. Bei vielen Projekten setzt das Unternehmen gezielt auf die Popularität seiner Medien, um gerade junge Menschen für wichtige Themen wie Toleranz oder Umweltschutz zu begeistern und Werte zu vermitteln. Generell verfolgt unser Unternehmen mit seinem Engagement vier Ziele: Wir wollen benachteiligten Menschen Chancen bieten, Kultur fördern, Werte vermitteln und Wissen schaffen.

2011 hat das öffentliche Engagement für die ProSiebenSat.1 Group weiter an Bedeutung gewonnen. Das Unternehmen gründete unter dem Vorsitz von Dr. Edmund Stoiber einen interdisziplinär besetzten Beirat, der die Mediengruppe in gesellschafts- und medienpolitischen sowie ethischen Fragen beraten wird. Er wird zudem Reflexionen und Anregungen zu den Medienangeboten des Konzerns geben. Im Vordergrund stehen dabei die Bereiche, die für die ProSiebenSat.1 Group und die Gesellschaft in



Zukunft entscheidende Bedeutung haben werden: Forschung, Ökologie und Nachhaltigkeit, Jugend und Soziales, Kunst, Kultur und Sport. Neben Dr. Edmund Stoiber sind folgende Personen Mitglieder des interdisziplinär besetzten Gremiums:

- Minu Barati-Fischer, Produzentin und Autorin
- Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang A. Herrmann, Präsident der Technischen Universität München
- Dr. Heike Kahl, Geschäftsführerin der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung
- Prof. Dr. Dieter Kronzucker, Journalist
- Prof. Markus Lüpertz, Maler
- Dr. Christine Theiss, Ärztin, Kickbox-Weltmeisterin
- Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Klaus Töpfer, Exekutivdirektor IASS, Institute for Advanced Sustainability Studies e.V., Bundesminister a.D.

Pilotprojekt für neue Informationssendungen für junge Menschen gestartet. Der Beirat findet sich vier Mal pro Jahr zusammen, jedes Treffen ist von Schwerpunktthemen geprägt. Am 22. November 2011 versammelte sich der Beirat zu einer konstituierenden Sitzung und führte ein erstes beratendes Gespräch mit dem Vorstand der ProSiebenSat.1 Group. Schwerpunkt war unter anderem das Thema „Politikvermittlung“. Auf Anregung des Beirats hat der ProSiebenSat.1-Vorstand danach beschlossen, gemeinsam mit einer großen deutschen Journalistenschule und einem Online-Medium ein auf drei Jahre angelegtes Pilotprojekt zur Entwicklung neuer politischer und wirtschaftlicher Informationsformate für junge Menschen zu starten. Ziel ist es, im aktiven Dialog mit der Politik zeitgemäße Formen der Präsentation komplexer Zusammenhänge zu finden, die insbesondere die Vernetzung von TV-, Online- und mobilen Medien berücksichtigen. Das Projekt wird zunächst mit 500.000 Euro finanziert. Mit dieser Initiative führt die ProSiebenSat.1 Media AG ihr Bestreben fort, besonders junge Menschen an wichtige gesellschaftliche, politische und ökologische Themen heranzuführen.

ProSiebenSat.1 stellt Energieversorgung auf regenerative Quellen um. Unternehmen agieren in einem Marktumfeld, das von knapper werdenden Ressourcen und steigendem Kostendruck geprägt ist. Auch für einen Medienkonzern ist nachhaltiges Wirtschaften sowie der schonende Einsatz von Ressourcen ein wichtiger Garant für den künftigen Unternehmenserfolg. Die ProSiebenSat.1 Group hat deshalb beschlossen, ihre Energieversorgung am Standort München/Unterföhring auf regenerative Quellen umzustellen und dafür jährliche Mehrkosten in Höhe rund 40.000 Euro in Kauf zu nehmen. Im April 2011 hat ProSiebenSat.1 einen Vertrag mit einem Anbieter geschlossen, der umweltfreundliche



Energie aus Wasserkraft erzeugt. Damit wird die Fernsehgruppe ihren CO₂-Fußabdruck deutlich verringern: Zuvor verbrauchte das Unternehmen an seinem Hauptstandort jährlich über 16 GWh Strom. Durch die Umstellung auf regenerative Energiequellen vermindert die Gruppe den CO₂-Ausstoß jährlich um 8.100 Tonnen CO₂ und 11 Kilogramm radioaktiven Abfall. Damit leistet die ProSiebenSat.1 Group einen wichtigen Beitrag zum Schutz der Umwelt. Des Weiteren informiert das Unternehmen seine Angestellten im Intranet unter dem Motto „Green World“ regelmäßig darüber, wie Mitarbeiter im Büroalltag einen Beitrag zum Umweltschutz leisten können, etwa durch bewussten Strom- und Papierverbrauch.

Unabhängigkeit und Transparenz

Unabhängigkeit und Transparenz sind nicht nur für unsere Unternehmensführung wichtige Werte, sondern stellen für uns als publizierendes Unternehmen ebenfalls einen hohen Stellenwert dar.

Transparenz

Vertrauensvolle Beziehungen zu Journalisten und Finanzanalysten sind von erheblichem Wert: Unsere Medienpräsenz fördert die Bekanntheit unserer Marke und prägt die gesellschaftliche Reputation. Unsere Public- und Investor-Relations-Arbeit ist nach den Transparenzrichtlinien des Deutschen Corporate Governance Kodex ausgerichtet. Wir verfolgen demnach eine umfassende, zeitnahe und offene Kommunikation mit Journalisten, Investoren und Analysten. Die Gleichbehandlung aller Marktakteure ist dabei von großer Bedeutung. Auf unserer Unternehmenswebsite www.ProSiebenSat1.com stellen wir ausführliche Informationen rund um unsere Geschäftsaktivitäten, die ProSiebenSat.1-Aktie und Finanzergebnisse in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung.

Journalistische Unabhängigkeit

Zur Wahrung der journalistischen Unabhängigkeit sowie grundlegender publizistischer Bestimmungen hat die ProSiebenSat.1 Group bereits 2005 einen Leitkatalog formuliert, dem alle Programmschaffenden des Unternehmens in Deutschland verpflichtet sind. „Die Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit“ sind auf der Unternehmenswebsite unter Unternehmen/Rechtlicher Rahmen einsehbar. Die Journalisten der Mediengruppe sind in der Gestaltung ihrer Beiträge grundsätzlich frei und berichten unabhängig von gesellschaftlichen, wirtschaftlichen oder politischen Interessensgruppen.

In den besonderen Verantwortungsbereich des Unternehmens fällt auch das Thema Jugendschutz. Unabhängige Jugendschutzbeauftragte sorgen in der ProSiebenSat.1 Group für jugendgerechte Angebote und die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen. Die Jugendschützer bei ProSiebenSat.1



werden frühzeitig in die Produktion und den Einkauf von Programmen eingebunden. Sie beurteilen schon im Vorfeld Drehbücher, Produktionen und Formate und erstellen Gutachten.



VI. Nachtragsbericht

Andreas Bartl, Vorstand TV Deutschland, hat die ProSiebenSat.1 Media AG auf eigenen Wunsch zum 1. März 2012 verlassen, um sich als Medienunternehmer selbständig zu machen. Den Vorstandsbereich von Andreas Bartl übernimmt kommissarisch Thomas Ebeling, CEO der ProSiebenSat.1-Gruppe. Vorsitzender der Geschäftsführung der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH wird kommissarisch ProSieben-Geschäftsführer Jürgen Hörner. Die im Anhang und Lagebericht gemachten Angaben zu vorstandsrelevanten Sachverhalten im Geschäftsjahr 2011 bleiben hiervon unberührt.

Im Februar 2012 wurden im Rahmen der weiteren Vereinfachung der Fremdkapitalstruktur langfristige Darlehen gegenüber Kreditinstituten in Höhe von 716,2 Mio Euro, die von den verbliebenen niederländischen Tochtergesellschaften gehalten wurden, auf die ProSiebenSat.1 Media AG übertragen.

Im Februar 2012 wurden Zinsswaps in Höhe von insgesamt 1,05 Mrd Euro bis 2016 verlängert. Damit sichert die ProSiebenSat.1 Media AG das Zinsrisiko aus dem neu aufgelegten variabel verzinslichen Term Loan D ab. Der durchschnittliche festverzinsliche Swapsatz verringert sich mit dieser Maßnahme von rund 4,6 Prozent auf rund 3,9 Prozent.

Directors' Dealings-Meldungen nach § 15a WpHG sowie Beteiligungsmeldungen gemäß den §§ 21ff. WpHG veröffentlicht die ProSiebenSat.1 Media AG unverzüglich auf ihrer Homepage unter www.prosiebensat1.com in der Rubrik Investor Relations. Im März 2012 erhielt die ProSiebenSat.1 Media AG von ihren Vorständen Thomas Ebeling (CEO), Axel Salzmann (CFO), Conrad Albert (Legal, Distribution & Regulatory Affairs) und Dr. Christian Wegner (New Media & Diversification) die Mitteilung über den Verkauf von ProSiebenSat.1-Aktien.

**DIRECTORS' DEALINGS-MELDUNGEN ZWISCHEN DEM 31. DEZEMBER 2011 UND DEM 8. MÄRZ 2012**

Vorname, Name	Grund der Mitteilung	Bezeichnung des Finanzinstruments	Kauf/Verkauf	Datum/Ort	Stückzahl	Kurs/Preis in Euro	Geschäftsvolumen in Euro
Thomas Ebeling	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	02.03.2012, außerbörslich	105.000	19,35	2.031.750
Axel Salzmann	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	02.03.2012, außerbörslich	60.000	19,35	1.161.000
Conrad Albert	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	02.03.2012, außerbörslich	42.000	19,35	812.700
Dr. Christian Wegner	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	02.03.2012, außerbörslich	42.000	19,35	812.700
Thomas Ebeling	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	05.03.2012, XETRA / Frankfurt/M	418	19,56	8.176
Thomas Ebeling	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	08.03.2012, XETRA / Frankfurt/M	100.000	19,30	1.930.000
Thomas Ebeling	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	08.03.2012, XETRA / Frankfurt/M	40.804	19,50	795.679

Darüber hinaus sind zwischen dem 31. Dezember 2011 und dem 8. März 2012, dem Datum der Freigabe dieses Jahresabschlusses zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Media AG haben.



VII. Risikobericht

Als Holdingunternehmen ist die ProSiebenSat.1 Media AG selbst sowie über die von ihr direkt und indirekt gehaltenen operativen Beteiligungen mit breit gefächelter Geschäftstätigkeit verschiedenster Risiken ausgesetzt. Aufgrund der wahrgenommenen Holdingfunktion sind die Risiken und Chancen des Konzerns im Wesentlichen deckungsgleich mit den Chancen und Risiken der ProSiebenSat.1 Media AG.

Das unternehmerische Handeln von ProSiebenSat.1 ist darauf ausgerichtet, mögliche Risiken zu erfassen und aktiv zu steuern. Gegenüber dem 31. Dezember 2010 hat sich keine grundlegende Änderung der Gesamtrisikolage ergeben. Die Gesamtrisikosituation wird durch Bewertung der Einzelrisiken aller Risikokategorien in den verschiedenen Geschäftsfeldern und Segmenten ermittelt. Dabei sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group führen könnten. Diese drohen auch in absehbarer Zukunft nicht. Die finanzwirtschaftlichen Risiken sind im Jahr 2011 spürbar gesunken. Die ProSiebenSat.1 Group hat einen wesentlichen Teil ihrer Kredite zurückgeführt und durch die Verlängerung des Großteils der verbleibenden Verbindlichkeiten ihre Kapitalstruktur nachhaltig verbessert. Nach der weltweiten Konjunkturerholung 2010 haben sich die Risiken aus dem gesamtwirtschaftlichen Umfeld im Jahresverlauf 2011 hingegen erhöht. Auswirkungen auf unser Geschäft spüren wir in unseren Kernmärkten derzeit jedoch nicht. Mit unserer Strategie 2015 haben wir die Weichen für künftiges Umsatzwachstum gestellt und werden durch Diversifikation die Abhängigkeit unseres Geschäfts von den zyklischen Schwankungen einzelner Märkte weiter reduzieren. Wir bewerten die Gesamtrisikolage zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts vor diesem Hintergrund weiterhin als begrenzt und beherrschbar.

Risikomanagementsystem der ProSiebenSat.1 Group

Als international tätiger Medienkonzern ist ProSiebenSat.1 einer Reihe von Veränderungen und Unsicherheiten ausgesetzt. Das Unternehmen setzt wirksame Steuerungs- und Kontrollsysteme ein, um die sich daraus ergebenden Risiken zu erkennen, zu bewerten und möglichst zu minimieren. Diese haben wir zu einem konzernweit einheitlichen Risikomanagementsystem zusammengefasst.

Unternehmerisches Handeln heißt auch, Chancen frühzeitig zu erkennen und konsequent zu nutzen. Unternehmerische Chancen werden bei ProSiebenSat.1 nicht innerhalb des Risikomanagements erfasst, sondern in der Budgetplanung berücksichtigt und im Zuge der periodischen Berichterstattung verfolgt. Im Rahmen der Strategieklausur werden die längerfristigen



Wachstumspotentiale ermittelt und festgelegt, mit welchen Maßnahmen diese zu steuern sind. Klare Entscheidungsstrukturen, methodisches Vorgehen sowie eine standardisierte Steuerung sind für den konzernweit sicheren Umgang mit Risiken unerlässlich. Die Risikosteuerungsparameter werden bei ProSiebenSat.1 durch einheitliche Richtlinien, interne Organisationsanweisungen sowie die eindeutige Zuordnung von Aufgaben und Verantwortungsbereichen vorgegeben. Auf diese Weise werden alle relevanten Geschäftseinheiten bzw. Tochtergesellschaften in den Prozess einbezogen. Vereinfacht stellt sich das gruppenweit implementierte System zur Handhabung von Risiken wie folgt dar:

Dezentrale Risikomanager sind für das Erfassen und Melden der Risiken aus den verschiedenen Unternehmenseinheiten verantwortlich. Für jedes Risiko wurde ein Risikomanager definiert, der die Eintrittswahrscheinlichkeit und die mögliche Auswirkung auf den Unternehmenserfolg überwacht und regelmäßig bewertet. Risiko wird als potenzielle Abweichung von einem geplanten Ergebnis definiert, wodurch die Erreichung unserer Unternehmensziele bzw. die Umsetzung unserer Strategie nachhaltig oder signifikant negativ beeinflusst werden könnte. Die Ergebnisse werden in einer IT -Datenbank dokumentiert.

Der „**Group Risk and Compliance Officer**“ verantwortet die quartalsweise sowie gegebenenfalls bedarfsgesteuerte Berichterstattung der gemeldeten Risiken an den Vorstand. Das von ihm geführte Ressort entwickelt konzernweite Standards und unterstützt die verschiedenen Unternehmensbereiche bei der Risikofrüherkennung. Das Risikomanagementsystem wird fortwährend überprüft, damit alle Bereiche und somit auch neue Geschäftsmodelle einbezogen werden. Dieses Ziel unterstützen regelmäßige Schulungen der dezentralen Risikomanager.

Der Bereich „**Internal Audit**“ prüft regelmäßig die Qualität des Risikomanagementsystems. Er berichtet seine Ergebnisse direkt an den Finanzvorstand des Konzerns. Grundlage für die Prüfung ist das Risikomanagementhandbuch, das neben unternehmensspezifischen Grundsätzen auch die Organisation und die Prozesse des Risikomanagements zusammenfasst.

Der Risikomanagementprozess besteht aus folgenden aufeinander abgestimmten Schritten:



RISIKOMANAGEMENTPROZESS



Risikoidentifizierung und -kategorisierung:

Grundlage für die Identifizierung und Kategorisierung der Risiken sind Risikomanagement-Reviews, die von allen wesentlichen Tochtergesellschaften bzw. Geschäftsbereichen regelmäßig und zeitnah zum Planungsprozess durchgeführt werden. Die identifizierten Risiken werden definierten Risikokategorien zugeordnet, um eine logische Zusammenfassung und Verdichtung der Einzelrisiken zu ermöglichen. Die Risikoidentifizierung unterliegt infolge sich ständig ändernder Rahmenbedingungen einem kontinuierlichen Aktualisierungsprozess; sie fließt im Rahmen der vierteljährlichen Risikoberichterstattung in den Entscheidungsprozess ein.

Risikobewertung:

Für jedes identifizierte Risiko werden die potenziellen Eintrittswahrscheinlichkeiten sowie mögliche Auswirkungen auf die operative Geschäftsentwicklung und strategische Planung der ProSiebenSat.1 Group beurteilt. Die Bewertung der Auswirkungen erfolgt grundsätzlich mit Blick auf den Einfluss der Risiken auf das recurring EBITDA und die Liquidität bzw. die Netto-Finanzverschuldung. Teil der Risikobewertung ist auch die Analyse von Ursachen und Wechselwirkungen mit sonstigen Risiken. Neben quantitativen Methoden, unter anderem auf Basis der Frühwarnindikatoren, werden die Risiken durch qualitative Einschätzungen bewertet. Dabei werden kompensierende Faktoren und Maßnahmen berücksichtigt; Chancen fließen in die Bewertung nicht mit ein.

Risikosteuerung und Risikoüberwachung:

Das Risikomanagement basiert auf einem einheitlichen Prozess der Früherkennung. Frühwarnindikatoren wurden für alle bedeutenden Risikokategorien ermittelt. Dazu zählen Daten zur aktuellen Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group im Zuschauer- und Werbemarkt, der Werthaltigkeit des Programmbestands und der Personalentwicklung. Bei den finanzwirtschaftlichen Risiken wurden vor allem für die Liquidität und die Netto-Finanzverschuldung Frühwarnindikatoren definiert. Ein besonderer Fokus liegt zudem auf der Einhaltung der in Finanzierungsverträgen definierten Finanzkennzahlen.

Die Monatsberichte des Konzerncontrollings bieten eine regelmäßige Informationsgrundlage für die Überwachung der Gesamtrisikolage. Ob ein Risiko vorliegt, wird anhand eines Soll-Ist-Vergleichs bewertet. Die maßgeblichen Wertgrenzen werden vom Konzernvorstand festgelegt. Für jedes identifizierte und als relevant eingestufte Risiko leitet das jeweils verantwortliche Management Gegenmaßnahmen ein, die im Rahmen des Reportingsystems dokumentiert und überwacht werden. Der Vorstand erörtert und beschließt die erforderlichen Maßnahmen zur Risikominimierung und berichtet dem zuständigen Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats. Sofern neue Risiken auftreten oder sich einzelne Indikatoren signifikant verändern, werden Vorstand und Aufsichtsrat auch außerhalb der vierteljährlichen Risikoberichterstattung informiert.

Entwicklung der Einzelrisiken

Die Gesamtrisikolage ist das Resultat aus der Bewertung der wichtigsten Einzelrisiken bzw. der konsolidierten Betrachtung der drei Hauptrisikogruppen des Konzerns: Operative Risiken, Finanzielle Risiken, Compliance-Risiken. Eine Übersicht der Entwicklungen wesentlicher Einzelrisiken gegenüber dem Jahresende 2010 zeigt nachstehendes Schaubild.



ENTWICKLUNG DER EINZELRISIKEN ZUM 31. DEZEMBER 2011

Veränderung 2011 vs. 2010

↗	→	↗	↘	→	↓	↘	→
Externe Risiken	Vertriebsrisiken	Content Risiken	Technologische Risiken	Organisatorische Risiken	Finanzwirtschaftliche Risiken	Compliance Risiken	Gesamtrisikolage

↗ leicht gestiegen → unverändert ↘ leicht gesunken ↓ gesunken

Im Folgenden werden die Risiken dargestellt, die aus heutiger Sicht unsere Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage wesentlich beeinflussen könnten und wie hoch wir derzeit ihre Eintrittswahrscheinlichkeit beurteilen. Weitere Risiken, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen könnten, sind uns derzeit nicht bekannt oder wir schätzen diese als nicht wesentlich ein.

OPERATIVE RISIKEN

<p>Wesentliche Steuerungsmaßnahmen</p>	<p>Externe Risiken: Fortlaufende Analyse von Konjunktur- und Branchentrends und kontinuierliche Investitionen in Programm- und Marktforschung, effizientes Kostenmanagement</p> <p>Vertriebsrisiken: Regelmäßige und systematische Bewertung des Auftragsbestands</p> <p>Content-Risiken: Langfristige Beziehungen mit Lizenzgebern und enger Kontakt zu Produzenten, Aufbau einer Inhouse-Produktionseinheit</p> <p>Technologische Risiken: Regelmäßige Investitionen in technologische Infrastruktur und IT-Updates, Back-up-Systeme zur Risikominimierung möglicher Ausfälle der Studio- und Sendetechnik</p> <p>Organisatorische Risiken: Überwachung der Personalkennzahlen, Strategische Personalrekrutierungs- und Entwicklungsprogramme, Mitarbeitermotivation durch variable Vergütungssysteme</p>
<p>Eintrittswahrscheinlichkeit insgesamt: Mittel</p> <p>Auswirkung (Stärke): Hoch</p>	<p>Ein effektives Risikomanagement ist nicht zuletzt aufgrund der branchentypisch geringen Visibilität des Werbemarktes und der Kurzfristigkeit der Buchung von TV-Werbung von großer Bedeutung für die ProSiebenSat.1 Group. Unsere Erfahrungen im TV-Werbemarkt, unser Know-how im Mediensektor, klare Organisationsstrukturen und hochqualifizierte Mitarbeiter ermöglichen den angemessenen Umgang mit operativen Risiken und die Umsetzung von wirksamen Maßnahmen zu ihrer Reduzierung. Den konjunkturellen Herausforderungen - der potenziell größte externe Risikofaktor - begegnen wir mit systematischem Kosten- und Effizienzmanagement. Zudem optimieren wir unser Chancen- und Risikoprofil, indem wir durch sukzessive Diversifikation unsere Abhängigkeit von einzelnen Märkten reduzieren und durch innovative Geschäftsmodelle wie Media for Revenue Share zusätzliche Wachstumspotenziale nutzen. Diesem Ziel folgt auch der internationale Ausbau unseres Programm-Produktionsgeschäfts.</p>

Externe Risiken

Konjunkturlage und Werbemarkt

Die Weltwirtschaft hat sich 2010 erstaunlich rasch von der schweren Rezession des vorausgegangenen Jahres erholt. Nach einem sehr guten Start ins Jahr 2011 hat sich die Dynamik der Weltwirtschaft zwischenzeitlich jedoch verlangsamt. Die Konjunkturrisiken sind auch für Europa gestiegen. Während die Wirtschaftsleistung einiger Länder wie in den skandinavischen Märkten weiter steigen dürfte, sind die Wachstumserwartungen für Volkswirtschaften mit



Schuldenproblemen sehr gedämpft. Auch für die deutsche Wirtschaft haben sich die Aussichten aufgrund ihrer starken Exportorientierung zuletzt eingetrübt. Zugleich belegen aber verschiedene Indikatoren einen nach wie vor soliden Zustand der deutschen Wirtschaft. Der Arbeitsmarkt entwickelt sich weiterhin robust, das Verbrauchervertrauen ist stabil. Der voraussichtlich nachlassende Inflationsdruck sowie das weiterhin niedrige Zinsniveau dürften ebenfalls positive Wirkung entfalten. Ob und wie stark die deutsche Wirtschaft nachgeben wird, hängt letztendlich vor allem von der Effektivität der europäischen Finanzpolitik ab.

Die Konjunktur beeinflusst wie kaum ein anderer Faktor unser Werbegeschäft: Bei positiven Konjunkturaussichten steigen neben einer erhöhten Investitionsbereitschaft der Unternehmen auch die Werbeausgaben. Im Nachkrisenjahr 2010, in dem das deutsche Wirtschaftswachstum bei sehr kräftigen 3,7 Prozent lag, profitierte das Fernsehen laut ZAW mit einem Plus der Netto-Werbeeinnahmen von 8,6 Prozent überproportional von der positiven Wirtschaftsentwicklung. Umgekehrt reagieren Unternehmen in Krisenzeiten relativ kurzfristig mit einer Kürzung ihrer Werbebudgets. Eine deutliche Abschwächung der Konjunktur stellt daher ein erhebliches Risiko für die ProSiebenSat.1 Group dar. Eine Beeinträchtigung unseres Werbegeschäfts kann angesichts der aktuellen Konjunkturlage daher nicht vollständig ausgeschlossen werden, nach heutigem Kenntnisstand bewerten wir das Risiko jedoch insgesamt als begrenzt. Auswirkungen auf das Werbegeschäft spüren wir derzeit lediglich in den osteuropäischen Märkten. Der Konzern hat durch den Ausbau neuer Geschäftsmodelle jenseits von TV-Werbung sein Risikoprofil optimiert und wird diese Diversifikationsstrategie in den kommenden Jahren konsequent weiterverfolgen. Bis 2015 sollen 50 Prozent des Gesamtumsatzes außerhalb des deutschen TV-Werbegeschäfts generiert werden. Zudem hat sich der Konzern im Jahr 2011 von seinen osteuropäischen Tochtergesellschaften in Bulgarien und Griechenland getrennt.

Mediennutzungsverhalten

Schon seit einigen Jahren werden Bewegtbild-Inhalte nicht nur über den TV-Bildschirm, sondern auch durch Desktops, Laptops, Smartphones oder Tablets verbreitet. Zusätzlich zu neuen Bildschirmmedien zieht Social Media immer stärker in unser Alltagsleben ein und ändert den Umgang mit den traditionellen Medien, insbesondere dem Fernsehen. Das Risiko einer strukturellen Veränderung der TV-Nutzung schätzt der Konzern dennoch als gering ein. Fernsehen ist trotz zahlreicher neuer Angebote unangefochtenes Leitmedium. Dies dürfte in erster Linie damit zusammenhängen, dass Menschen über neue Bildschirmmedien ebenfalls Inhalte suchen, die sie aus dem Fernsehen kennen: Information und Unterhaltung in bewegten Bildern. Eine Abwanderung der Zuschauer zu konkurrierenden Mediengattungen zeichnet sich daher nicht ab – vielmehr ist eine additive Nutzung von TV und Internet zu beobachten. Die ProSiebenSat.1 Group reagiert mit crossmedialen Angeboten von TV über Online, Mobile und Video-on-Demand auf die neuen



Gewohnheiten der Mediennutzung wie der Forderungen nach zeitunabhängigem Medienkonsum oder dem Wunsch, sich auf Social Media-Plattformen mit anderen Nutzern auszutauschen. Damit stärkt das Unternehmen seine Wettbewerbsfähigkeit als TV-Unternehmen und sichert seinen Wettbewerbsvorsprung auch gegenüber neuen Anbietern wie Google, die im Internet vermehrt Bewegtbild-Inhalte anbieten. Wesentlicher Erfolgsfaktor – ob im TV oder auf mobilen Endgeräten – ist die Qualität der Inhalte. Um auch in Zukunft für den Wettbewerb gerüstet zu sein, betreibt ProSiebenSat.1 kontinuierliche Marktforschung.

Zuschauermarkt

Neben volkswirtschaftlichen und branchenspezifischen Rahmenbedingungen bestimmt die Resonanz der Zuschauer auf unser TV-Programm wesentlich den Geschäftserfolg. Die Zuschauermarktanteile spiegeln wider, ob ein Programmangebot dem Publikumsgeschmack entspricht und wie hoch die Reichweite der Werbespots ist. Damit sind die Zuschauerquoten ein wichtiger Leistungsnachweis für unsere Werbekunden und können die Preispolitik wesentlich beeinflussen. Sie werden daher in den einzelnen Märkten stetig analysiert und sind ein wichtiger Indikator zur Risikofrüherkennung. Für die tägliche Erfolgskontrolle der deutschsprachigen Sender nutzt die ProSiebenSat.1 Group die Daten der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF). Neben diesen quantitativen Daten sind qualitative Studien ein wichtiges Instrument, die Performance im Zuschauermarkt zu steuern. Deshalb hat die ProSiebenSat.1-Programmforschung auch im Jahr 2011 eng mit einer ganzen Reihe von Instituten zusammengearbeitet. Die Forschungsinstitute haben im Auftrag von ProSiebenSat.1 beispielsweise zahlreiche Telefon-, Onlineinterviews oder auch Gruppendiskussionen mit Zuschauern in Deutschland geführt. So erhalten die Sender ein unmittelbares Feedback von ihrem Publikum und können ihre Programme kontinuierlich optimieren und weiterentwickeln. Mit innovativen TV-Formaten wie „The Voice of Germany“ hat die deutsche Senderfamilie ihren Zuschauermarktanteil 2011 auf 28,9 Prozent gesteigert und damit den Vorjahreswert um 0,4 Prozentpunkte übertroffen. Auch international konnte der Konzern seine Marktstellung ausbauen und beispielsweise in Norwegen mit dem erfolgreichen Ausbau des TV-Senders MAX bei seinen Zuschauern punkten.

Vertriebsrisiken

Die ProSiebenSat.1 Group erzielt den Großteil ihrer Erlöse aus der Vermarktung von TV Werbezeiten. Vertriebsrisiken für das Kerngeschäft TV können sich unter anderem aus möglichen negativen Veränderungen der zuvor beschriebenen externen Voraussetzungen ergeben. Auch rückläufige Preisentwicklungen von TV-Werbespots können die Erreichung der angestrebten Umsatzziele beeinträchtigen. Risiken aus dem Vertrieb von Werbezeiten stehen aufgrund ihrer potenziell hohen Auswirkung auf den kommerziellen Erfolg des ProSiebenSat.1-Konzerns im Fokus des Risikomanagements. Im Zuge der Risikokontrolle werden die Ist- und Planwerte der



Werbeerlöse und Werbemarktanteile den entsprechenden Vorjahreswerten regelmäßig gegenübergestellt und bewertet. Auf diese Weise können Budgetabweichungen schon früh erkannt und Gegenmaßnahmen wie Kostenanpassungen oder Änderungen in der Programmplanung sehr kurzfristig ergriffen werden.

Der Konzern hat in den vergangenen Monaten sowohl in Deutschland als auch in seinen nordeuropäischen Märkten moderate Preissteigerungen durchgesetzt. Dabei ist es uns auch gelungen, freie Werbezeiten nach dem Prinzip „Werbezeiten gegen Umsatz- oder Unternehmensbeteiligung“ zu vermarkten. Damit nutzt der Konzern seine Programmkapazität jedoch nicht nur besser aus, er gewinnt auch neue Kunden für das Medium TV. Ziel ist es, den Anteil von TV-Werbung am Gesamtwerbemarkt mittelfristig zu steigern.

SevenOne Media, der Werbezeitenvermarkter der ProSiebenSat.1 Group für den deutschen Markt, verfügt seit vielen Jahren über einen stabilen Kundenstamm. Der größte Anteil an den TV-Werbeinvestitionen stammt aus den Sektoren Ernährung, Körperpflege, Dienstleistungen und Handel. Es ist uns 2011 gelungen, den Zuschauermarktanteil an den kommerziell wichtigsten Zeitschienen stärker als die privaten Mitbewerber zu steigern. Zwischen 17.00 Uhr und 23.00 Uhr werden knapp 65 Prozent des TV-Werbeumsatzes kapitalisiert. Unser künftiger Erfolg hängt davon ab, das bestehende TV-Geschäft kontinuierlich zu verbessern und die Serviceleistung für Kunden auszubauen. Das Unternehmen arbeitet daher mit Nachdruck daran, individuelle sowie crossmediale Werbekonzepte zu entwickeln und damit die Wirksamkeit von TV-Werbung weiter zu steigern.

Content-Risiken

Ein attraktives und vielfältiges Programmangebot ist das entscheidende Kriterium für den Erfolg der ProSiebenSat.1 Group bei seinen Zuschauern und Internetnutzern. Während die finanziellen Auswirkungen einer mangelhaften Programmversorgung potenziell hoch sind, bewerten wir die Wahrscheinlichkeit einer Gefährdung unserer Wettbewerbsposition durch Content-Risiken als gering. Unser Programm setzt sich aus Lizenzprogrammen sowie Auftrags- und Eigenproduktionen zusammen, die Versorgung ist langfristig gesichert.

Programmbestand

Der wirtschaftliche Erfolg der Programmplanung hängt von der Attraktivität und Rentabilität der Programminhalte ab. Programmverträge werden in der Regel bereits einige Jahre vor der Ausstrahlung abgeschlossen. Die Aktivierung von Programmrechten erfolgt in Höhe des vertraglich vereinbarten Kaufpreises und der Anschaffungsnebenkosten. Die vertraglich gesicherten Senderechte werden regelmäßig und systematisch auf potenzielle Risiken, die zu einem



verminderten Erlöspotenzial führen könnten, geprüft. Auf diese Weise werden Bestandsrisiken minimiert.

Lizenzkauf

Die ProSiebenSat.1 Group bezieht einen großen Teil ihrer Spielfilme, Fernsehfilme und Serien als Lizenzprogramme von Dritten, mit starkem Fokus auf die großen US-Studios. Neben Währungsrisiken ist der Konzern dem Risiko möglicher Preissteigerungen ausgesetzt. Im letzten Jahr standen vor allem in Deutschland die Preise für Lizenzen unter Druck. Neben der privaten Konkurrenz sind hierfür die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten maßgeblich, die in keinem anderen Markt Europas über ähnlich hohe Budgets verfügen. Aufgrund unserer starken Position als Lizenznehmer sind wir jedoch in der Lage, das Preisrisiko begrenzt zu halten. Unsere Verhandlungsposition sichern neben dem großen Einkaufsvolumen unsere engen und langjährigen Geschäftsbeziehungen mit den Lizenzgebern.

Aufgrund des ständigen Austausches unseres zentralen Lizenzkaufs mit internationalen und nationalen Programm-Anbietern ist der Konzern stets frühzeitig über neue Produktionen und Trends informiert. Um die Exklusivität unseres Programms zu gewährleisten, nutzen wir jedoch nicht nur unsere Kontakte, sondern sichern diese auch rechtlich gegenüber dem Wettbewerb. Vertragliche Sperrfristen, sogenannte Hold-Back-Klauseln, schützen unsere Rechte gegenüber anderen Lizenznehmern und Programmverwertungsformen. Darüber hinaus garantieren „Qualifiers“ die Qualität der erworbenen Programminhalte. Je nach Vertragsvereinbarung hat die ProSiebenSat.1 Group dabei die Möglichkeit, die erworbenen Programme nicht nur auf ihren Free-TV-Sendern, sondern auch auf digitalen Plattformen auszustrahlen.

Auftrags- und Eigenproduktionen

Die ProSiebenSat.1 Group achtet bei ihren Sendern auf ein individuelles, insgesamt aber ausgewogenes Verhältnis von Lizenzprogramm einerseits, Auftrags- und Eigenproduktionen andererseits. Lokale Produktionen und Formate schärfen den Wiedererkennungswert eines TV-Senders und können teilweise kostengünstiger hergestellt werden. Die Erfolgchancen von Auftrags- und Eigenproduktionen sind aufgrund von zum Teil fehlenden Referenzwerten und eingeschränkten Möglichkeiten zur Vorabkommunikation jedoch tendenziell ungewisser als bei gekauften Format- oder Programmlizenzen, die bereits in anderen Ländern oder im Kino erfolgreich liefen.

Durch den Aufbau eines eigenen Produktionsarms, der Red Arrow Entertainment Group, ist die Programmversorgung der ProSiebenSat.1 Group noch besser gesichert. Neben wirtschaftlichen Vorteilen, die sich aus der konzernweiten Bündelung der Content-Expertise in einer zentralen



Einheit ergeben, ist die Gründung der neuen Dachgesellschaft ein strategisch wichtiger Schritt des Konzerns zur Erweiterung seiner Wertschöpfungskette. Red Arrow entwickelt und produziert TV-Inhalte nicht nur für die eigenen Sender, sondern bietet sein Know-how auch externen Kunden an.

ProSiebenSat.1 betreibt intensive Marktforschung, um die Attraktivität von eigenproduzierten Formaten so zuverlässig wie möglich einschätzen zu können. Die Arbeit der Programmforschung beginnt, lange bevor ein Format auf Sendung geht. Forscher begleiten mit unterschiedlichsten Methoden die Entwicklung neuer Programme für die ProSiebenSat.1-Sender, zum Teil bereits in der Drehbuch- oder Konzeptphase. Ein häufig angewendetes Instrument sind sogenannte Real-Time-Response-Tests (RTR). Sie kommen dann zum Einsatz, wenn es bereits erste Sequenzen oder eine Pilotfolge zu neuen TV-Formaten gibt. Bei Programmvorfürungen dokumentieren Testpersonen mithilfe einer Art Fernbedienung ihre Stimmungen und Empfindungen sekundengenau und in Echtzeit. Dadurch ist es möglich, intuitive und spontane Reaktionen zu messen, ohne dass die Teilnehmer ihre Eindrücke bereits verbalisieren müssen. Die Verbalisierung erfolgt im Rahmen intensiver Gespräche mit einem professionellen Interviewer in einem zweiten Schritt.

Eine weitere Maßnahme zur Risikobegrenzung wurde im Jahr 2011 mit der Einführung eines „Format Management“ für die deutsche Senderfamilie umgesetzt. Diese Optimierung des Programmzulassungsprozesses verfolgt zwei Hauptziele: maßgeschneiderte Programmideen für spezielle Sendeplätze zu konzipieren, und einheitliche Entwicklungs- und Herstellungsprozesse durch klare Meeting- und Entscheidungsstrukturen zu etablieren ohne den kreativen Spielraum einzuengen. Die ergriffene Maßnahme zur Prozessoptimierung wirkte sich bereits spürbar auf die Erfolgsquote von Eigenproduktionen der ProSiebenSat.1 Group aus.

Technologische Risiken

Die Attraktivität des Werbeumfeldes hat einen wesentlichen Einfluss auf die Entscheidung des Kunden bei der Buchung von Werbezeiten. Grundvoraussetzung, unseren Kunden eine hohe Reichweite zu bieten, ist ein störfreier Sendebetrieb. Zur Minimierung von Risiken, die sich aus einer fehlerhaften technologischen Infrastruktur ergeben könnten, führt ProSiebenSat.1 eine systematische Risikoprüfung durch und nutzt Backup-Systeme sowie eine Infrastruktur auf dem neuesten Stand der Technik. Ein Restrisiko mit niedrigen bis mittleren finanziellen Folgen lässt sich nie vollständig ausschließen, aufgrund verschiedener Vorkehrungen wie die Errichtung von Sicherungssystemen schätzen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit als gering ein.



Sendetechnik und Studiobetrieb

Eine Beeinträchtigung der Studio- und Sendetechnik könnte kurzfristige Programmänderungen bzw. einen Ausfall einzelner oder gar aller Sender zur Folge haben. Derartige technische Probleme können zu Garantie- und Kulanzansprüchen seitens unserer Werbekunden führen. Auch eine unzureichende Anpassung der Infrastruktur an aktuelle Markt- und Sicherheitsanforderungen könnte das Erreichen unserer Unternehmensziele gefährden. Ein hoher Sicherheitsstandard unserer Systeme ist daher von ebenso großer Bedeutung wie die permanente Wartung und, sofern erforderlich, Aufrüstung der Infrastruktur. Aus diesem Grund wurden Back-up-Systeme für alle relevanten Geschäftsprozesse installiert, die den reibungslosen Ablauf der Sendeabwicklung und aller wesentlichen Teile der Studio- und Postproduktionstechnik auch in einem Störfall gewährleisten. Diese Redundanz-Systeme sind räumlich getrennt; ihre Funktionsfähigkeit wurde 2011 weiter optimiert. Die Wirksamkeit dieser Systeme wurde 2011 unter Beweis gestellt. Trotz eines Brandes konnte der Sendebetrieb aufrecht erhalten werden.

Bereits seit 2009 hat ProSiebenSat.1 den Sendebetrieb vollständig digitalisiert und die Inhalte aller deutschsprachigen Sender und Online-Plattformen auf eine gemeinsame Plattform transferiert. Die neue Infrastruktur stellt die technologische Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns sicher indem sie die parallele Verwertung der Inhalte in allen Medien erlaubt. Mit diesem digitalen Materialpool hat der Konzern nicht nur Standards in der Medienbranche gesetzt, sondern auch Zeit und Qualitätsvorteile gehoben. Die Einführung eines effizienten Medienmanagements mit standardisierten Prozessen verringert die Abhängigkeit von manuellen Abläufen. Das Playout-Center wurde im April 2009 in Betrieb genommen. 2011 wurde die Umstellung der Produktion und des Playouts auf den file-basierten HD-Betrieb abgeschlossen.

IT-Risiken

Durch die zunehmende Komplexität der Systemlandschaft des Konzerns kann sich eine fehlerhafte IT-Infrastruktur erheblich auf die Geschäftsprozesse auswirken und im ungünstigsten Fall direkte finanzielle Folgen für den Konzern haben. Mögliche Risiken sind Ausfälle von Systemen, Applikationen oder von Netzwerken, aber auch Verletzungen von Datenintegrität und – vertraulichkeit. Die ProSiebenSat.1 Group investiert daher kontinuierlich in Hard- und Software, Firewall-Systeme, Virens Scanner sowie Zugangs- und Zugriffskontrolle. Der Konzern verfügt über mehrere räumlich voneinander getrennte Rechenzentren, deren Aufgaben bei Systemausfällen vom jeweils anderen Rechenzentrum übernommen werden können. Die Sicherheitsstandards werden von der Internen Revision auf ihre Wirksamkeit bzw. mögliche Verbesserungspotentiale geprüft. IT - Security, Zugriffskontrollen, die Sicherheit des Materialpools und der Firewalls sind regelmäßig Gegenstand dieser Untersuchung zur nachhaltigen Risikominimierung. Sofern nötig, wird die IT



entsprechend den Prüfergebnissen angepasst und die Umsetzung der Maßnahmen im Zuge der Risikoberichterstattung kontrolliert.

Organisatorische Risiken

Der Erfolg eines Unternehmens wird maßgeblich von den Fähigkeiten und dem Engagement seiner Mitarbeiter gestaltet. Der Verlust von Fach- und Führungskräften auf Schlüsselpositionen oder Engpässe bei der Rekrutierung von Mitarbeitern stellen auch für ProSiebenSat.1 potenzielle Risiken dar. Ein Schwerpunkt unseres Personalmanagements liegt daher in der zielgerichteten Personalentwicklung unserer Belegschaft. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter profitieren dabei unter anderem von den Angeboten der ProSiebenSat.1 Academy. Um unseren Mitarbeitern ein motivierendes Arbeitsumfeld bieten zu können, spielt neben Weiterbildungsmaßnahmen das Thema Work-Life-Balance eine wichtige Rolle. Deshalb investiert ProSiebenSat.1 schon seit vielen Jahren in Angebote, die Mitarbeitern Flexibilität im Berufs- und Privatleben ermöglichen. Unsere unternehmenseigene Kinderkrippe oder flexible Arbeitszeitmodelle sowie Home Office und Teleworking sind Beispiele hierfür. Im Oktober 2011 hat ProSiebenSat.1 dieses Angebot aufgestockt: Das Unternehmen unterstützt nun auch Mitarbeiter bei der Suche nach Kinderkrippen, Schulen oder Babysittern und vermittelt Services für kranke und pflegebedürftige Angehörige.

Attraktive und leistungsgerechte Vergütungsstrukturen sind weitere Kriterien im Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter und Führungskräfte. Im Rahmen unseres Prämienmodells „TOP Ziele“ definieren Mitarbeiter gemeinsam mit ihren Vorgesetzten individuelle Ziele. Dieses Anreizsystem wurde 2011 ausgebaut: Während zuvor die maximale Zielerreichung bei 100 Prozent lag, können Spitzenleistungen nun mit einer Ausschüttung von bis zu 200 Prozent eines Monatsgehalts honoriert werden. Für Führungskräfte gibt es mit dem Performance Development ein Bonusprogramm, in dem neben fachlicher Leistung auch die individuelle Führungskompetenz bewertet wird. Um eine leistungsgerechte Vergütung im Branchenvergleich zu garantieren, wurden in den vergangenen zwei Jahren alle Führungskräftepositionen einer Neubewertung unterzogen; die Vergütung wurde gegebenenfalls angehoben.

Auch im Bereich Rekrutierung wurden 2011 weitere wichtige Maßnahmen angestoßen: Zur Stärkung der ProSiebenSat.1-Arbeitgeberattraktivität wurde eine Arbeitgebermarke entwickelt, die Anfang 2011 mit dem Start der neuen Karrierewebsite unter www.ProSiebenSat1.com umgesetzt wurde. Unter dem Motto „Fascinating people“ stellen wir uns dem Arbeitsmarkt vor. Um einem Fachkräftemangel vorzubeugen, bildet das Unternehmen Nachwuchs in kaufmännischen und technischen Berufen selbst aus und bietet Praktika in fast allen Unternehmensbereichen. Volontären bieten wir eine crossmediale Ausbildung in TV, Online und PR, die speziell auf die Anforderungen eines modernen Medienkonzerns zugeschnitten ist. Unser künftiger Erfolg hängt



ebenso davon ab, inwiefern es uns dauerhaft gelingt, Mitarbeiter und Führungskräfte an das Unternehmen zu binden und eine Nachfolgeplanung für Schlüsselpositionen frühzeitig umzusetzen. Deshalb hat ProSiebenSat.1 ein Performance- und Potenzialmanagementsystem (OTR) für Führungs- und potenzielle Nachwuchskräfte aufgelegt und 2011 konzernweit ausgerollt.

Die finanziellen Auswirkungen von Risiken aus dem Personalbereich schätzen wir in einem mittleren Ausmaß ein. Das Risiko ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit haben wir durch die getroffenen Maßnahmen 2011 weiter verringert. Interessante Aufgaben, zahlreiche Sonderleistungen und eine attraktive Vergütung machen ProSiebenSat.1 zu einem bevorzugten Arbeitgeber. Dies spiegeln wichtige Personalkennzahlen wider. So ist die aktuelle durchschnittliche Dauer der Unternehmenszugehörigkeit auf 6,4 Jahre gestiegen (Vorjahr: 5,6 Jahre).

Finanzwirtschaftliche Risiken

ProSiebenSat.1 ist aus der laufenden Geschäftstätigkeit und durch die Finanzierung über Kredite verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Die einzelnen finanzwirtschaftlichen Risiken werden im Folgenden vorgestellt, ihre Eintrittswahrscheinlichkeit wird insgesamt als gering eingestuft. Im August 2011 hat der ProSiebenSat.1-Konzern einen signifikanten Teil seiner Darlehen vorzeitig zurückgeführt und die Laufzeiten der verbleibenden Darlehen größtenteils verlängert. Damit hat der Konzern das Finanzierungsrisiko, das potenziell höchste finanzielle Risiko für die ProSiebenSat.1 Group, signifikant reduziert. Auch das Zinsrisiko ist vor diesem Hintergrund dauerhaft gesunken. Die ProSiebenSat.1 Group steht finanziell und operativ auf einem soliden Fundament. Aufgrund der anhaltenden Staatsschuldenkrise in Europa hat die ProSiebenSat.1 Group das Monitoring ihrer finanzwirtschaftlichen Risikopositionen dennoch intensiviert. Sie werden im Rahmen des Finanzrisikomanagements regelmäßig beurteilt, indem Marktinformationen und Veränderungen ökonomischer Indikatoren bewertet werden.

FINANZWIRTSCHAFTLICHE RISIKEN

Wesentliche Steuerungsmaßnahmen	Finanzierungsrisiken: Laufende Überwachung der Financial Covenants Zins- und Währungsrisiken: Gezielter Einsatz derivativer Finanzinstrumente Liquiditätsrisiken: Sicherung der Zahlungsfähigkeit durch ein zentrales Cash-Management-System, laufende Überwachung des Liquiditätsspielraums Ausfallrisiken: Breite Basis an Kapitalgebern und strenge Bonitätsprüfungen
Eintrittswahrscheinlichkeit insgesamt: Niedrig	Zins- und Wechselkursschwankungen oder der Ausfall von Kreditgebern könnten die Finanzierungssituation bzw. Liquidität des Konzerns erheblich belasten. Wir begegnen diesen Risiken mit umfangreichen Maßnahmen, so dass wir deren Eintrittswahrscheinlichkeit insgesamt als begrenzt einstufen. Das Finanzierungsrisiko - das potenziell höchste finanzwirtschaftliche Risiko für die ProSiebenSat.1 Group - beurteilen wir vor dem Hintergrund unserer aktuellen Geschäftsentwicklung als gering. Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre Verschuldung im Jahr 2011 durch die vorzeitige Rückführung eines Großteils der Kredite deutlich verringert und das Fälligkeitsprofil der verbleibenden Darlehen verbessert.
Potenzielle Auswirkung (Stärke): Hoch	



Für die Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken ist zentral der Bereich Group Finance & Treasury verantwortlich. Die Steuerungsmaßnahmen werden in enger Zusammenarbeit mit dem Konzernvorstand definiert. Richtlinien mit konzernweiter Gültigkeit regeln Grundsätze, Aufgaben und Zuständigkeiten des Finanzrisikomanagements einheitlich für alle Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Media AG. Die Bereiche Finanzen und Treasury werden im Rahmen des Risikomanagements jährlich von der Internen Revision systematisch geprüft. Auch die letzte Prüfung hat zu einem positiven Ergebnis geführt. Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem für den Rechnungslegungsprozess unterliegt ebenfalls einer strengen Prüfung.

Finanzierungsrisiko

Eine mangelnde Verfügbarkeit von Finanzierungsmitteln oder ein erschwerter Zugang zu den Geld- und Kapitalmärkten können hohe finanzielle Auswirkungen für ProSiebenSat.1 haben. Die Verfügbarkeit der bestehenden Kreditmittel hängt insbesondere von der Einhaltung bestimmter vertraglicher Bestimmungen ab, die einer strengen und fortlaufenden Prüfung unterliegen. Die Bestimmungen der Kreditverträge wurden im Geschäftsjahr 2011, wie in den vergangenen Jahren, eingehalten. Ein Verstoß gegen die Financial Covenants ist auf Basis unserer derzeitigen Unternehmensplanung auch für die folgenden Jahre auszuschließen. Der Konzern hat im Jahr 2011 seine Kapitalstruktur nachhaltig verbessert und damit seine finanzwirtschaftlichen Risiken reduziert. So hat die ProSiebenSat.1 Group die Erlöse aus dem Verkauf der TV-Aktivitäten in Belgien und der TV- und Printaktivitäten in den Niederlanden zur vorzeitigen Rückführung von rund einem Drittel ihrer Darlehen genutzt. Gleichzeitig hat das Unternehmen einen signifikanten Teil der verbleibenden Term Loans bis Juli 2016 verlängert. Der Konzern beobachtet Änderungen an den Geld- und Kapitalmärkten kontinuierlich, um Risiken frühzeitig zu identifizieren und die Verfügbarkeit bzw. Kapitaleffizienz der eingesetzten Finanzierungsinstrumente auch in Zukunft zu gewährleisten.

Ausfallrisiken

Die Risiken aus der Finanzierung sind beherrschbar, die Eintrittswahrscheinlichkeit schätzen wir als gering ein. Doch je größer und globaler ein Unternehmen ausgerichtet ist, umso eher ist es in einem ungünstigen Fall dem Zahlungsausfall eines externen Geschäftspartners ausgesetzt. Finanz- und Treasury-Geschäfte dürfen daher nur mit Geschäftspartnern abgeschlossen werden, die strikte Bonitätsanforderungen erfüllen. Der Abschluss von Finanz- und Treasury-Geschäften ist in internen Kontrahentenrichtlinien geregelt. Neben einer eingehenden Bonitätsprüfung begrenzt ProSiebenSat.1 die Eintrittswahrscheinlichkeit von Ausfallrisiken durch eine breite Streuung der Kapitalgeber.



Zinsrisiken

Zinsrisiken entstehen durch Veränderung von Marktzinsen. Belastungen die sich hieraus für künftige Zinszahlungen ergeben können, kompensieren wir durch den Einsatz von Zinssicherungsinstrumenten. Zum Jahresende hat ProSiebenSat.1 nahezu 100 Prozent der variabel verzinslichen Term Loans über Zinsswaps abgesichert, wobei ein Teilvolumen in Höhe von 750 Mio Euro in 2012 auslaufen wird. Ein verbleibendes Zinsrisiko ergibt sich über den nicht abgesicherten Teil des endfälligen Kredits hinaus auch im Fall von Barinanspruchnahmen aus der revolving Kreditfazilität. Zum 31. Dezember 2011 wurden vom Konsortialkredit allerdings keine Ziehungen in bar in Anspruch genommen.

Währungsrisiken

Aufgrund der globalen Ausrichtung der Geschäftsaktivitäten ist unser operatives Geschäft Risiken aus Wechselkursschwankungen ausgesetzt. Wechselkursrisiken entstehen vor allem dann, wenn Umsatzerlöse in einer anderen Währung anfallen als die damit verbundenen Kosten (Transaktionsrisiko). Insbesondere der Einkauf von Lizenzprogrammen ist mit Währungsrisiken verbunden, da die ProSiebenSat.1 Group einen wesentlichen Teil ihrer Lizenzverträge mit Produktionsstudios in den USA abschließt. Während der Konzern die finanziellen Verpflichtungen aus dem Erwerb von Programmrechten in der Regel in US-Dollar erfüllt, generiert das Unternehmen den Großteil seiner Umsätze in der Euro-Zone. ProSiebenSat.1 steuert dieses Risiko durch den gezielten Einsatz derivativer Finanzinstrumente, insbesondere Devisentermingeschäfte und Devisenoptionen. Aufgrund der hohen Absicherungsquote in den folgenden Jahren werden die Auswirkungen von Wechselkursschwankungen als gering eingeschätzt. Weitere Informationen zu der Absicherung der Währungsrisiken enthält der Anhang des Einzelabschlusses der ProSiebenSat.1 Media AG.

Die Berichtswährung des ProSiebenSat.1-Konzerns ist Euro; die Abschlüsse der Gesellschaften, die ihren Sitz außerhalb der Euro-Währungszone haben, werden für den Konzernabschluss in Euro umgerechnet. Da der ProSiebenSat.1-Konzern einen vergleichsweise geringen Teil der Umsätze außerhalb der Euro-Zone erwirtschaftet, ist das damit verbundene Translationsrisiko per se gering. Auch im Jahr 2011 haben sich Wechselkursänderungen nicht wesentlich auf die Umsatz- bzw. Kostenentwicklung des Konzerns und seiner Segmente ausgewirkt. Das Unternehmen sichert Risiken aus der Umrechnung von Fremdwährungen in die „Konzern-Währung“ Euro daher bisher nicht ab.

Liquiditätsrisiken

Wir beurteilen die Liquidität des Konzerns nach wie vor als gut und gehen davon aus, auch in den kommenden Jahren ausreichend Liquiditätsspielraum zu haben. Das Liquiditätsrisiko wird auf Basis



eines Cash-Management-Systems zentral gesteuert. Der wichtigste Frühwarnindikator ist dabei der zu erwartende freie Liquiditätsspielraum. Dieser wird durch die Gegenüberstellung tatsächlich verfügbarer Mittel und Planwerten unter Berücksichtigung saisonaler Einflussfaktoren ermittelt und regelmäßig bewertet.



ANGABEN ZUM INTERNEN KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM IM HINBLICK AUF DEN (KONZERN-) RECHNUNGSLEGUNGSPROZESS (§ 315 ABS. 2 NR. 5 HGB) MIT ERLÄUTERUNGEN

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess soll sicherstellen, dass Geschäftsvorfälle im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG (aufgestellt nach den International Financial Reporting Standards IFRS) bilanziell richtig abgebildet und die Vermögenswerte und Schulden damit hinsichtlich Ansatz, Bewertung und Ausweis zutreffend erfasst sind. Die konzernweite Einhaltung gesetzlicher und unternehmensinterner Vorschriften ist Voraussetzung hierfür. Umfang und Ausrichtung der implementierten Systeme wurden vom Vorstand anhand der für den ProSiebenSat.1 Konzern spezifischen Anforderungen ausgestaltet. Diese werden regelmäßig überprüft und gegebenenfalls aktualisiert. Trotz angemessener und funktionsfähiger Systeme kann eine absolute Sicherheit zur vollständigen Identifizierung und Steuerung der Risiken nicht gewährleistet werden. Die unternehmensspezifischen Grundsätze und Verfahren zur Sicherung der Wirksamkeit und Ordnungsmäßigkeit der (Konzern-)Rechnungslegung werden im Folgenden erläutert.

Ziele des Risikomanagementsystems in Bezug auf Rechnungslegungsprozesse

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

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

Des Weiteren haben wir im vergangenen Jahr unsere Prozessbeschreibungen sowie unsere Risikokontrollmatrizen aktualisiert. Dabei standen die Vereinheitlichung der Beschreibungen und das Etablieren wirksamer Kontrollmechanismen im Vordergrund. Diese Updatevorgänge sowie regelmäßigen Tests der Kontrollen auf Basis von Stichproben waren Teil des Projekts PRIME und sind seitdem integraler Bestandteil des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess. Basierend auf den Testergebnissen erfolgt eine Einschätzung, ob die Kontrollen angemessen ausgestaltet und wirksam sind. Erkannte Kontrollschwächen werden unter Beachtung ihrer potenziellen Auswirkungen behoben.

Aufbauorganisation

- > Die wesentlichen in den Konzernabschluss einbezogenen Abschlüsse der Einzelgesellschaften werden unter Zuhilfenahme von Standardsoftware erstellt.
- > Die Konsolidierung der Einzelabschlüsse zum Konzernabschluss erfolgt mithilfe einer modernen, hocheffizienten Standardsoftware.
- > Die Abschlüsse der wesentlichen Einzelgesellschaften werden sowohl nach lokalen Rechnungslegungsvorschriften als auch nach dem auf IFRS (International Financial Reporting Standards) basierten Bilanzierungshandbuch aufgestellt, das allen in den Rechnungslegungsprozess eingebundenen Mitarbeitern über das konzernweite Intranet verfügbar gemacht wird. Die in den Konzernabschluss einbezogenen Einzelgesellschaften übermitteln ihre Abschlüsse in einem vorgegebenen Format an das Konzernrechnungswesen.
- > Die eingesetzten Finanzsysteme sind durch entsprechende Zugangs- und Zugriffskontrollen (Berechtigungskonzepte) geschützt.
- > Es existiert für den gesamten Konzern ein einheitlicher Positionsplan, nach dem die betreffenden Geschäftsvorfälle zu buchen sind.
- > Die Ermittlung bestimmter rechnungslegungsrelevanter Sachverhalte (z.B. Gutachten zur Pensionsrückstellung, Bewertung des Aktienoptionsplans, Werthaltigkeitstest bei immateriellen Vermögenswerten) wird unter Mitwirkung externer Experten vorgenommen.
- > Die wesentlichen Funktionen im Rechnungslegungsprozess - Accounting & Taxes, Controlling sowie Finance & Treasury - sind klar getrennt. Die Verantwortungsbereiche sind eindeutig zugeordnet.
- > Die am Rechnungslegungsprozess beteiligten Abteilungen und Bereiche werden in quantitativer und qualitativer Hinsicht angemessen ausgestattet. Es finden regelmäßig fachliche Schulungen statt, um eine Abschlusserstellung auf verlässlichem Niveau zu gewährleisten.
- > Ein angemessenes Richtlinienwesen (z.B. Bilanzierungshandbuch, Verrechnungspreisrichtlinie, Einkaufsrichtlinie, Reisekostenrichtlinie etc.) ist eingerichtet und wird bei Bedarf aktualisiert.
- > Die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems in Bezug auf die rechnungslegungsrelevanten Prozesse wird (in Stichproben) durch den prozessunabhängigen Bereich Internal Audit überprüft.



Ablauforganisation	<ul style="list-style-type: none">> Für die Planung, Überwachung und Optimierung des Prozesses zur Erstellung des Konzernabschlusses existiert ein benutzerfreundliches, webbasiertes Tool, das einen detaillierten Abschlusskalender sowie alle wichtigen Aktivitäten, Meilensteine und Verantwortlichkeiten beinhaltet. Allen Aktivitäten und Meilensteinen sind konkrete Zeitvorgaben zugeordnet. Die Einhaltung der Berichtspflichten und -fristen wird zentral durch das Konzernrechnungswesen überwacht.> Bei allen rechnungslegungsbezogenen Prozessen werden Kontrollen wie Funktionstrennung, Vier-Augen-Prinzip, Genehmigungs- und Freigabeverfahren sowie Plausibilisierungen vorgenommen.> Es besteht eine klare Zuordnung der Aufgaben bei der Erstellung des Konzernabschlusses (z.B. Abstimmung konzerninterner Salden, Kapitalkonsolidierung, Überwachung der Berichtsfristen und Berichtsqualität in Bezug auf die Daten der einbezogenen Unternehmen etc.). Für spezielle fachliche Fragestellungen und komplexe Bilanzierungssachverhalte fungiert das Konzernrechnungswesen als zentraler Ansprechpartner.> Alle wesentlichen in den Konzernabschluss einbezogenen Informationen werden umfangreichen systemtechnischen Validierungen unterzogen, um die Vollständigkeit und Verlässlichkeit der Daten zu gewährleisten.> Risiken, die sich auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess beziehen, werden kontinuierlich im Rahmen des im Risikobericht beschriebenen Risikomanagementprozesses erfasst und überwacht.
---------------------------	--

Compliance-Risiken

Aus unserer internationalen Geschäftstätigkeit ergeben sich neben operativen und finanzwirtschaftlichen Risiken vielfältige rechtliche Risiken. Ergebnisse von Rechtsstreitigkeiten und Verfahren können unserem Geschäft, unserer Reputation oder unserer Marke erheblichen Schaden zufügen und hohe Kosten verursachen. Rechtliche Risiken begrenzen wir unter anderem durch die Zusammenarbeit mit hochqualifizierten Rechtsexperten und die gezielte Schulung unserer Mitarbeiter. Der Konzern bildet Rückstellungen für Rechtsstreitigkeiten, wenn eine gegenwärtige Verpflichtung aufgrund eines Ereignisses der Vergangenheit besteht, es wahrscheinlich ist, dass deren Erfüllung einen Abfluss von Ressourcen erfordert, die wirtschaftlichen Nutzen hat, und die Verpflichtung verlässlich geschätzt werden kann.

COMPLIANCE RISIKEN

Wesentliche Steuerungsmaßnahmen	Allgemeine Compliancerisiken: Konzernweite Compliance-Strukturen und gezielte Schulungen von Mitarbeitern Sonstige rechtliche Risiken: Enge Zusammenarbeit mit Rechtsexperten
Eintrittswahrscheinlichkeit insgesamt: Niedrig bis mittel	Die potenziellen finanziellen Folgen einzelner rechtlicher bzw. medienpolitischer Änderungen bzw. gesetzlicher Verstöße stufen wir unterschiedlich hoch ein. Aufgrund der teilweise großen Unterschiede der Compliance-Risiken setzen wir das Auswirkungsintervall insgesamt auf niedrig bis hoch. Dasselbe gilt aus den zuvor genannten Gründen für ihre Eintrittswahrscheinlichkeit. Vor allem Bußgelder aufgrund von Kartellrechtsverstößen könnten hohe finanzielle Folgen für die ProSiebenSat.1 Group haben.
Potenzielle Auswirkung (Stärke): Niedrig bis hoch	

Allgemeine Compliance

Ziel von Compliance ist die Gewährleistung einer jederzeit und in jeder Hinsicht einwandfreien Geschäftsführung. Mögliche Verletzung von gesetzlichen Vorschriften und Meldepflichten, Verstöße



gegen den Corporate Governance Kodex oder mangelnde Transparenz der Unternehmensführung können die Regelkonformität gefährden. Aus diesem Grund hat die ProSiebenSat.1 Group einen konzernweit gültigen Code of Compliance etabliert, der den Mitarbeitern konkrete Verhaltensregeln für verschiedene berufliche Situationen gibt. Eine effektive zusätzliche Maßnahme zur Vorbeugung möglicher Compliance-Verstöße sind individuelle Mitarbeiterschulungen zu speziellen Themen wie kartellrechtlichen Fragen oder dem richtigen Umgang mit Insiderinformationen.

Zur Prävention möglicher Verstöße hat die ProSiebenSat.1 Group ein Compliance Board implementiert, das sich aus Rechtsexperten, Mitarbeitern der internen Revision und operativen Bereichen zusammensetzt. Das Compliance Board hat die Aufgabe, mögliche widerrechtliche Handlungen frühzeitig zu erkennen und entsprechende Gegenmaßnahmen einzuleiten. Eine weitere Aufgabe des Compliance Board besteht darin, Sicherheitsvorkehrungen gegen mögliche externe Bedrohungen wie Sabotageakte zu treffen. Das Thema Betriebsschutz hat gerade für einen TV-Konzern mit einer hohen Öffentlichkeitswirksamkeit eine große Bedeutung. Die ProSiebenSat.1 Group hat daher verschiedene Maßnahmen ergriffen, um eine umfassende Sicherung der Betriebseinrichtungen zu realisieren. Dazu zählen eine moderne Zutrittskontrolltechnik und qualifiziertes Sicherheitspersonal.

Die Arbeit des Compliance Boards wird zentral vom Group Risk and Compliance Officer des Konzerns koordiniert. Seine Aufgabe ist es auch, sich über rechtliche Entwicklungen und mögliche internationale Gesetzesänderungen zu informieren, um geeignete Maßnahmen frühzeitig anzustoßen. Zur Stärkung der Compliance-Organisation wurden 2011 ergänzende dezentrale Strukturen implementiert und für die wichtigsten Standorte lokale Compliance Manager bestimmt. Der regelmäßige Erfahrungsaustausch und die gegenseitige Information über aktuelle Entwicklungen in den verschiedenen Unternehmensbereichen haben das Risikoniveau reduziert. Die Prozesse wurden von einem unabhängigen Berater analysiert. Das Ergebnis dieser Risikobewertung von außen belegt, dass die existierenden Compliance-Prozesse effektiv sind. In Bezug auf die Umsetzung des geltenden Kartellrechts wurde ProSiebenSat.1 als „best in class“ zertifiziert.

Sonstige rechtliche Risiken

Angebliche Verstöße gegen Kartellvorschriften. Im Mai 2010 wurden die Räumlichkeiten der ProSiebenSat.1 Media AG durch das Bundeskartellamt durchsucht. Grund für die Durchsuchungen war der Verdacht, dass die ProSiebenSat.1 Media AG angeblich Absprachen mit der RTL-Gruppe getroffen habe, nach denen bisher kostenlos empfangbare Programme der konkurrierenden Sendergruppen künftig nur noch verschlüsselt, gebündelt und gegen Entgelt zugänglich sein sollen. Zwischenzeitlich haben mehrere Gesprächsrunden mit Vertretern des Bundeskartellamts zu diesem



Themenkomplex stattgefunden. Aufgrund der noch unklaren Verfahrenssituation gehen wir derzeit nicht von einer wahrscheinlichen Inanspruchnahme aus. Eine Rückstellung wurde zum Bilanzstichtag daher nicht gebildet. Das potenzielle Risiko lässt sich auf bis zu 30 Millionen Euro beziffern.

Verwaltungsverfahren (Verfahren B 22/07). Am 2. Februar 2007 leitete das Bundeskartellamt ein Verwaltungsverfahren ein, in welchem es die Signalverschlüsselungspraxis von ProSiebenSat.1 einer Überprüfung unterzieht. Es ist derzeit noch nicht abzusehen, wann ein Verfahrensabschluss erfolgt. Mit Zahlungsverpflichtungen ist in diesem Verfahren derzeit nicht zu rechnen.

Auskunfts- und Schadensersatzklage. Seit dem 10. November 2008 ist eine Auskunfts- und Schadensersatzklage der RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG und El Cartel Media GmbH & Co. KG gegen die ProSiebenSat.1 Media AG, die SevenOne Media GmbH und die Sender Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH, ProSieben Television GmbH, kabel eins Fernsehen GmbH und die (mittlerweile aus dem Konzern ausgeschiedene) N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH vor dem Landgericht Düsseldorf anhängig. Die Klägerin macht Auskunfts- und Schadensersatzansprüche im Zusammenhang mit der Vermarktung von Werbezeiten durch die SevenOne Media GmbH geltend. Im Jahre 2011 fanden zwei mündliche Verhandlungen statt. Mit weiteren Verhandlungen ist im Laufe des Jahres 2012 zu rechnen. Der Ausgang des Verfahrens ist derzeit noch nicht prognostizierbar. Eine Rückstellung wurde zum Bilanzstichtag daher nicht gebildet.

Des Weiteren haben die TM-TV GmbH sowie die MTV Networks Germany GmbH mit demselben Ziel entsprechende Klagen angestrengt. Allerdings hat das Landgericht München mit Urteil vom 22. November 2011 die Klage der TM-TV GmbH vollumfänglich abgewiesen. Die Klägerin hat gegen dieses Urteil Berufung beim Oberlandesgericht München eingelegt. Der Ausgang des Verfahrens in der Berufungsinstanz ist derzeit noch nicht prognostizierbar. Termine zur mündlichen Verhandlung haben noch nicht stattgefunden. Eine Rückstellung wurde zum Bilanzstichtag daher nicht gebildet. Betreffend das Verfahren der MTV Networks Germany GmbH hat im Januar 2012 eine mündliche Verhandlung stattgefunden, wobei der Ausgang dieses Verfahrens derzeit ebenfalls nicht prognostizierbar ist. Eine Rückstellung zum Bilanzstichtag wurde deshalb ebenfalls nicht gebildet.

§ 32a UrhG („Bestseller“). Das LG Berlin hat SAT.1 am 19. Juli 2011 zur Zahlung einer weiteren Vergütung an einen Drehbuchautoren einer TV-Serie auf Basis von § 32a UrhG („Bestseller“) verurteilt. Über die Berufung von SAT.1 wird Ende Oktober 2012 verhandelt. Nach unserer Überzeugung wird das Urteil mit größter Wahrscheinlichkeit keinen Bestand haben. Es wurden deshalb keine Rückstellungen gebildet. Auf gleicher Rechtsgrundlage machen andere Urheber von



TV-Sendungen gerichtlich und außergerichtlich Ansprüche geltend. Für einzelne dieser Vorgänge sind Rückstellungen gebildet worden.



VIII. Prognosebericht

Die ProSiebenSat.1 Media AG hängt in ihrer weiteren Geschäftsentwicklung wesentlich von den Tochtergesellschaften ab, denn das Ergebnis der ProSiebenSat.1 Media AG wird zu einem wesentlichen Anteil vom Beteiligungsergebnis und damit von den möglichen Ausschüttungen der Tochtergesellschaften bestimmt. Daher wird im Folgenden auf die Entwicklung wesentlicher Kenngrößen im Konzern eingegangen.

Die ProSiebenSat.1 Group hat das Jahr 2011 mit Rekordwerten abgeschlossen. Diese Entwicklung wollen wir 2012 fortführen und streben eine weitere Steigerung von Umsatz und Ergebnis an. Bis 2015 rechnen wir mit einem zusätzlichen Umsatzpotenzial von mindestens 750 Mio Euro im Vergleich zu 2010. TV wird auch in Zukunft das wichtigste und beliebteste Medium sein. Unser Wachstum basiert daher auch künftig auf dem Ausbau des Kerngeschäfts werbefinanziertes Free-TV im deutschsprachigen Raum und in unseren europäischen Märkten. Gleichzeitig werden wir unsere Strategie zur Umsatzdiversifizierung forcieren, um bis 2015 nahezu 50 Prozent jenseits der klassischen TV-Werbung in Deutschland zu erwirtschaften. Auf diese Weise soll die ProSiebenSat.1 Group unabhängiger von zyklischen Schwankungen des Werbemarkts werden. Daher blicken wir – trotz immer geringerer Marktvisibilität – optimistisch auf die kommenden Jahre und rechnen mit einer positiven Geschäftsentwicklung.

Chancenbericht

Unternehmerisches Handeln besteht neben einem bewussten Umgang mit Risiken auch in der konsequenten Nutzung von Chancen auf zusätzliche Umsatz- und Ertragspotenziale. Das frühzeitige und kontinuierliche Identifizieren, Analysieren und Steuern zukünftiger Wachstumsquellen ist eine zentrale Managementaufgabe bei ProSiebenSat.1.

Chancenpotenziale ergeben sich aus unserer führenden Stellung im TV-Geschäft und bei digitalen Medien. Die Erschließung neuer Märkte, eine angemessene Preispolitik sowie die fortlaufende Optimierung unserer Kostenpositionen eröffnen zusätzliche Wachstumsmöglichkeiten. Das Management von Chancen ist bei ProSiebenSat.1 zentral organisiert und wird von der Abteilung Unternehmensentwicklung und strategische Planung gesteuert: Die Abteilung identifiziert Wachstumspotenziale auf Basis detaillierter Markt- und Wettbewerbsanalysen und steht in engem Austausch mit den operativen Geschäftsführern. Die identifizierten Erfolgsfaktoren werden im Strategieplan zusammengefasst und fließen im Rahmen der jährlichen Strategieklausur in den Entscheidungsprozess ein. Dabei werden die relevanten Chancen priorisiert und die strategischen Ziele hieraus abgeleitet. Das Management von Chancen ist Bestandteil des unternehmensinternen



Steuerungssystems. Es erfolgt im Rahmen der Budgeterstellung für die kommenden zwölf Monate sowie innerhalb der Mehrjahresplanung.

ÜBERSICHT UNTERNEHMENSCHANCEN

Chancen aus der Entwicklung der Rahmenbedingungen	> Konjunkturelle oder branchenspezifische Markttrends
	> Trends im Mediennutzungsverhalten
	> Neue technologische Entwicklungen/Innovationen
	> Gesetzesänderungen und medienpolitische Entscheidungen
Unternehmensstrategische Chancen	> Ausbau unserer Wertschöpfungskette
	> Launch neuer Produkte, Erschließung neuer Märkte
Leistungswirtschaftliche Chancen	> Entwicklung und Kapitalisierung der Zuschauermarktanteile
	> Kosteneffizienz
	> Preispolitik

Die digitale Entwicklung eröffnet einem klassischen TV-Anbieter wie der ProSiebenSat.1 Group umfangreiche Wachstumschancen. Während die Printbranche in den vergangenen Jahren Verluste hinnehmen musste, ist das Fernsehen nach wie vor das beliebteste Massenmedium. Mit mehr als drei Stunden täglich liegt Fernsehen vor der Nutzung sämtlicher anderer Unterhaltungsmedien. Branchenexperten gehen davon aus, dass sich dieser Trend fortsetzen wird. Da die Bedeutung des Fernsehens gleichzeitig steigt, sieht ProSiebenSat.1 die Möglichkeit, Werbemarktanteile vom Print-ins TV-Segment zu verlagern.

Zugleich entstehen Wachstumschancen durch die Diversifizierung der Bildschirmmedien. Die steigende Zahl an Flatscreen-TVs, PCs, Tablets und Smartphones wird zu einem weiter stark steigenden Bedarf an professionellen Bewegtbild-Inhalten führen. Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über ein umfangreiches Rechteportfolio, mit dem sich auch in den digitalen Bildschirmmedien neue Zielgruppen erschließen lassen. Dies ist ein Vorteil gegenüber Marktteilnehmern wie Google, die über Distributionswege, nicht aber über eigene Inhalte verfügen. Zugleich besteht der ProSiebenSat.1-Programmstock ausschließlich aus legalem Content. Dies trifft auf Plattformen wie YouTube etwa nicht zu, sie enthalten zu großen Teilen Inhalte mit ungeklärter Rechtesituation. Die weltweit zweitgrößte Kommunikationsholding WPP hat 2011 bekannt gegeben, nur noch in legale, professionell produzierte Werbeumfelder zu investieren, da Werbekunden zur Inszenierung ihrer Marken auf ein hochwertiges Content-Umfeld setzen. Sollte sich dieser Branchentrend fortsetzen, verfügt die ProSiebenSat.1 Group über einen klaren Wettbewerbsvorteil.

Wachstumspotenzial birgt zudem der stark wachsende HD-Markt. Nach Angaben der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik gab es Ende 2011 rund 31 Millionen HD-fähige



Fernsehgeräte in den deutschen Haushalten. Zugleich verzeichnen die deutschen Kabelnetzbetreiber, die die HD-Sender in einem gebührenpflichtigen Zusatzpaket anbieten, einen signifikanten Anstieg bei den Abonentenzahlen. Zwischen Dezember 2010 und Dezember 2011 verzehnfachte sich die Anzahl der HD-Haushalte beinahe auf insgesamt 2,9 Millionen. Bis 2015 wird es voraussichtlich knapp 11 Millionen HD-Haushalte in Deutschland geben. Die ProSiebenSat.1 Group ist mit ihren vier HD-Sendern im Paket aller großen Kabelnetzbetreiber vertreten und partizipiert seit 2011 an den technischen Zugangsgebühren, die die Kabelanbieter für die Bereitstellung der Sender von ihren Kunden verlangen. Dies eröffnet der ProSiebenSat.1 Group neue Erlösquellen. Ein weiterer wichtiger Trend ist die steigende Verbreitung so genannter hybrider TV-Geräte, bis Ende 2012 soll es laut Screen Digest in jedem fünften deutschen TV-Haushalt ein hybrides Empfangsgerät geben. Dadurch wird auch der Nutzerkreis von Onlinevideotheken deutlich wachsen. ProSiebenSat.1 hat mit maxdome in den vergangenen Jahren Deutschlands führende Video-on-Demand-Plattform aufgebaut. Damit hat ProSiebenSat.1 frühzeitig ein adäquates und attraktives Nutzerangebot etabliert, um von dieser technischen Innovation sowie neuen Mediennutzungsformen zu profitieren.

Weitere Wachstumschancen ergeben sich auch durch neue medienrechtliche Rahmenbedingungen. Ab 2013 tritt im öffentlich-rechtlichen Fernsehen nach 20.00 Uhr sowie an Sonn- und Feiertagen ein Sponsoringverbot in Kraft. Dies eröffnet der ProSiebenSat.1 Group die Chance auf zusätzliche Umsätze im deutschen TV-Werbemarkt.

Die ProSiebenSat.1 Group ist führend im deutschen Werbemarkt bei der Adaption neuer Technologien sowie der Umsetzung innovativer Werbeformen. Das Unternehmen geht davon aus, durch den Einstieg in dezentrale Werbung seinen Umsatz im Werbemarkt weiter steigern zu können. ProSiebenSat.1 hat dazu Ende 2011 einen Testlauf mit dem Kabelanbieter Kabel Baden-Württemberg abgeschlossen. Eine neue Technologie ermöglicht es, das deutschlandweite Signal zu überblenden und in Kooperation mit regionalen Kabelnetzbetreibern dezentrale Werbefenster einzuspielen. Hier besteht die Chance, vor allem Neukunden zu gewinnen, die bisher nicht im Fernsehen oder auf den Sendern der ProSiebenSat.1 Group geworben haben.

Darüber hinaus bestehen Wachstumschancen durch die Expansion in neue Branchen und Märkte. 2011 hat das Unternehmen mit burda:ic und Covus Games wichtige Beteiligungen im Games-Bereich erworben. Die Games-Sparte zählt zu den weltweit am schnellsten wachsenden Segmenten der Entertainment-Branche, schon heute hat der europäische Markt ein Umsatzvolumen von jährlich 2,0 Mrd Euro und ist damit größer als der nordamerikanische Online-Games-Markt. Wachstumspotenzial birgt zudem die internationale Expansion. SevenOne International eröffnet 2012 ein Vertriebsbüro in China. Das Unternehmen hat zahlreiche TV-



Formate erfolgreich im asiatischen Fernsehen platziert und will seinen Asienumsatz durch eine Präsenz vor Ort weiter steigern.

Unsere größte leistungswirtschaftliche Chance ist es, die Zuschauermarktanteile unserer Fernsehsender weiter zu steigern und auch in Zukunft angemessene Preise für unsere hochwertige und effektive Medialeistung zu realisieren. Wachstumsmöglichkeiten bieten zudem innovative Vermarktungsmodelle wie „Media for Revenue Share“, über die wir freie Werbeflächen kapitalisieren und zugleich neue Kundengruppen erschließen, die bisher nicht im Fernsehen geworben haben.

Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Im Jahr 2012 wird die Weltwirtschaft voraussichtlich auf Expansionskurs bleiben, allerdings mit etwas nachlassender Dynamik. Der Internationale Währungsfonds prognostiziert derzeit ein reales Wachstum von 3,3 Prozent – nach plus 3,8 Prozent in 2011. Im Vergleich zur vorhergehenden Septemberprognose wurden die Erwartungen um 0,7 Prozentpunkte deutlich nach unten korrigiert, vor allem aufgrund der Verschärfung der europäischen Schuldenkrise im letzten Quartal 2011. Für die Eurozone wurde die Einschätzung noch stärker abwärts revidiert – von ursprünglich plus 1,1 Prozent auf minus 0,5 Prozent. Als wichtigste Gründe nennt der Währungsfonds hohe Zinsen auf Staatsanleihen, den Schuldenabbau der Banken und Sparanstrengungen in vielen Mitgliedsländern. Von den großen europäischen Volkswirtschaften werden vor allem Spanien und Italien betroffen sein. Auch das Wachstum in den aufstrebenden Schwellenländern wird sich voraussichtlich etwas abkühlen, unter anderem durch die Verschlechterung des Exportklimas.

Im Vergleich zu den europäischen Nachbarn sind die Aussichten für die deutsche Wirtschaft vergleichsweise positiv. Die Wachstumserwartungen schwanken für Deutschland derzeit zwischen 0,3 Prozent (IWF) und optimistischeren 0,8 Prozent (Eurostat). Eine akute Rezessionsgefahr besteht derzeit nicht – trotz globaler Konjunkturertrübung und entsprechend abkühlender Exportdynamik. Die gute Arbeitsmarktlage gepaart mit voraussichtlich steigenden Haushaltseinkommen sollte weiterhin für stabile Konsumlaune und entsprechende Unterstützung für die inländische Konjunktur sorgen. Auch die Stimmungsindikatoren für Konsumenten und Unternehmen, GfK-Konsumklima und ifo-Geschäftsklima, waren in den letzten Monaten tendenziell aufwärts gerichtet. Beide Werte gelten als wichtige Frühindikatoren für die künftige Werbemarktentwicklung. Zu beachten ist allerdings, dass alle Prognosen aufgrund der aktuellen weltwirtschaftlichen Lage Abwärtsrisiken bergen.



Die Werbemärkte dürften sich vor diesem Hintergrund größtenteils stabil entwickeln. Die Prognosen liegen für die kommenden beiden Jahre durchweg im positiven Bereich - von Abwärtstrends in den osteuropäischen Ländern abgesehen. Dies trifft auch für die Entwicklung der TV-Werbemärkte zu.

Unternehmensausblick

Grundlagen für unsere Prognose

Planungsprämissen: Die Weltwirtschaft ist im Jahr 2011 weiter gewachsen, gleichzeitig hat sich jedoch die Visibilität verringert. Unsere Prognose basiert auf unserer aktuellen Einschätzung, dass sich die Konjunktur in Europa und insbesondere im deutschen Kernmarkt nicht deutlich abschwächen wird. Damit sollten bisherige Preisniveaus zumindest gehalten werden können. Auch große TV-Events wie die Olympischen Spiele und die Fußball-Europameisterschaft 2012, deren Übertragungsrechte nicht bei ProSiebenSat.1 liegen, dürften unsere Performance nicht nachhaltig schwächen. Es ist weiter unser Ziel, unsere Ertragskraft primär durch Umsatzwachstum zu stärken. Hohes Wachstumspotenzial sehen wir vor allem im Segment Diversifikation, unter anderem in unserer Games-Sparte, im Bereich Ventures sowie der Content-Produktion.

Die Werbemärkte reagieren sehr sensibel auf konjunkturelle Veränderungen. Politische Rahmenbedingungen und rechtliche Neuerungen beeinflussen die Werbemärkte ebenfalls, so dass Vorhersagen stets mit Unsicherheiten behaftet sind. TV-Werbung wird branchenüblich sehr oft äußerst kurzfristig gebucht, was die Planungssicherheit zusätzlich einschränkt. ProSiebenSat.1 hat zwar mit einem Großteil der Werbekunden Rahmenvereinbarungen über Abnahmemengen und Konditionen abgeschlossen, das endgültige Budgetvolumen wird allerdings teilweise erst auf Monatssicht bestätigt. Dabei richtet sich das Preisniveau unter anderem nach den aktuellen Zuschauerquoten oder Sendezeiten. Zusätzliche Werbebudgets werden oft erst gegen Jahresende vergeben. Aus den genannten Gründen ist eine präzise Quantifizierung einer Jahresprognose zum derzeitigen Zeitpunkt noch nicht möglich. Im vorliegenden Unternehmensausblick wird eine qualitative Prognose für alle relevanten Finanzkennzahlen in den Jahren 2012 und 2013 gegeben. Den qualitativen Ausprägungen „deutlicher Anstieg“, „Anstieg“, „stabile Entwicklung“, „Rückgang“, „deutlicher Rückgang“ liegen interne Klassifizierungen zu Grunde, basierend auf prozentualen Abweichungen gegenüber dem jeweiligen Vorjahr.

Strategische Ausrichtung: Attraktive TV- und Diversifikationsmarken zeichnen die ProSiebenSat.1 Group als einen der führenden Medienkonzerne Europas aus. Doch nicht nur strategisch, auch finanziell nimmt ProSiebenSat.1 eine starke Position ein. Mit einer recurring EBITDA-Gewinnmarge von rund 30 Prozent sind wir eines der profitabelsten Medienhäuser in Europa. Zum weiteren Ausbau unserer Marktposition haben wir drei strategische Handlungsfelder

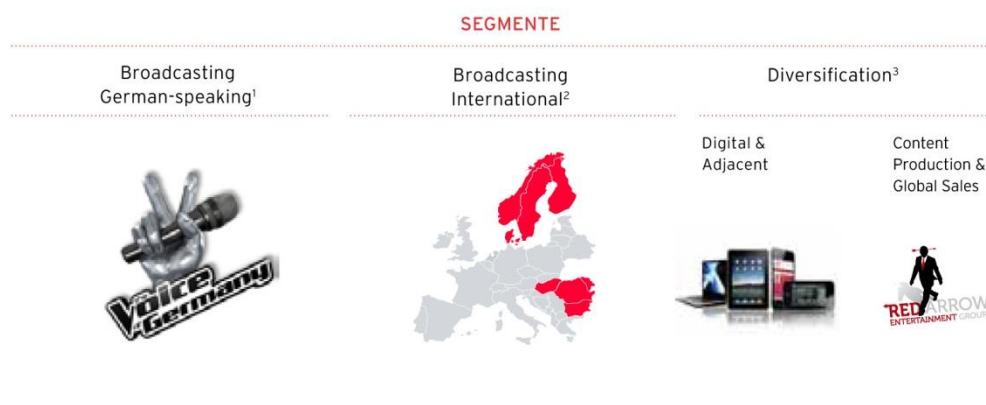


definiert, die wir auch in Zukunft mit Nachdruck verfolgen werden: Wir wollen das Kerngeschäft werbefinanziertes Fernsehen stärken, neue Geschäftsmodelle in verwandten Bereichen entwickeln und Effizienz durch herausragende Umsetzung sicherstellen.

Unsere Vier-Säulen-Strategie wird uns dabei helfen, unsere Chancen noch konsequenter zu nutzen und die Abhängigkeit vom deutschen TV-Werbemarkt systematisch zu reduzieren. Den Erfolg unserer Strategie messen wir an den Fortschritten auf dem Weg zu unseren Umsatzzielen 2015. Wichtige Etappenziele haben wir 2011 in allen vier Wachstumsefeldern erreicht und bereits rund 25 Prozent unseres Umsatzzieles 2015 erwirtschaftet.

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre Wachstumsziele für das Jahr 2015 dem Kapitalmarkt im Herbst 2011 vorgestellt. Die Segmentberichterstattung haben wir zu Beginn des Geschäftsjahres 2012 auf Basis unserer Vier-Säulen-Strategie entsprechend angepasst. Der nachfolgende Ausblick für die einzelnen Segmente wird deshalb bereits nach der neuen Struktur dargestellt, wobei neben den segmentspezifischen Prognosen für den Planungszeitraum 2012 bis 2013 auch die Ziele 2015 erläutert werden.

VIER SÄULEN DER WACHSTUMSTRATEGIE 2015 (Abb. XX)



¹ Zum Segment „Broadcasting German-speaking“ zählen die TV-Aktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz, jedoch künftig nicht mehr die Produktions- und Vertriebstochter Red Arrow Entertainment.

² Radio wird in das Segment „Broadcasting International“ integriert.

³ Die Wachstumssäulen „Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“ werden im Segment Diversifikation zusammengefasst.



Die ProSiebenSat.1 Group rechnet damit, ihr profitables Wachstum im Planungszeitraum 2012 und 2013 fortzuschreiben. Das Unternehmen ist gut in das erste Quartal 2012 gestartet und strebt auf Jahressicht ein Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Die operativen Kosten werden 2012 zwar aufgrund verschiedener Wachstumsinitiativen vor allem im Segment „Diversifikation“ steigen. Unser straffes Kostenmanagement und höhere Umsätze dürften dies allerdings kompensieren. In unserem Kerngeschäft TV rechnen wir mit stabilen bis leicht steigenden Kosten. Insgesamt gehen wir davon aus, dass sich der Kostenanstieg proportional zum Umsatzwachstum entwickeln wird. Das Umsatzwachstum wird erwartungsgemäß zu einem Anstieg des recurring EBITDA und einem anhaltend hohen Margenniveau führen. In Kombination mit einer Verringerung der Zins- und Finanzierungsaufwendungen um mehr als 50 Mio Euro, die zu einer Verbesserung des Finanzergebnisses führen werden, soll der Umsatzanstieg außerdem zu einer weiteren Steigerung des bereinigten Jahresüberschusses gegenüber dem Jahreswert 2011 beitragen. Aufgrund unserer momentanen Einschätzung der Rahmenbedingungen streben wir für 2013 ein weiteres Umsatz- und Ergebniswachstum an. Dazu sollen alle Segmente beitragen.

Insgesamt haben wir bis 2015 in Bezug auf den Konzernumsatz ein zusätzliches Wachstumspotenzial von über 750 Mio Euro im Vergleich zum Jahr 2010 identifiziert. Es ist unser Ziel, nahezu 50 Prozent des Gesamtumsatzes jenseits der klassischen TV-Werbung in Deutschland zu generieren. In allen Bereichen jenseits des klassischen TV- und Radio-Werbegegeschäfts will ProSiebenSat.1 insgesamt zweistellig wachsen.

Künftige Finanz- und Vermögenslage

Die Verwendung des Erlöses aus dem Verkauf der Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden zur Darlehensrückzahlung war ein wichtiger Schritt, um unsere Kapitalstruktur zu stärken. Mit einer Eigenkapitalquote von 28,6 Prozent zum 31. Dezember 2011 verfügt der Konzern über eine solide Bilanz. Auch für den Planungszeitraum 2012 und 2013 rechnen wir mit einer Eigenkapitalquote auf ähnlich hohem Niveau wie im Jahr 2011.

Für unseren Verschuldungsgrad haben wir uns einen Zielkorridor von 1,5 bis 2,5 gesetzt, an dem wir festhalten. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die ProSiebenSat.1 Group nicht nur einen signifikanten Teil ihrer Darlehen zurückgeführt und damit ihren Verschuldungsgrad auf 2,1 reduziert. Das Unternehmen hat auch die Laufzeiten der verbleibenden Darlehen größtenteils verlängert. Die Finanzierung ist damit langfristig zu attraktiven Konditionen gesichert. Dennoch beobachten wir die Finanzmärkte sehr genau und prüfen regelmäßig bestehende Optionen zur Refinanzierung oder Laufzeitverlängerung unserer Verbindlichkeiten, um unsere Kapitaleffizienz weiter zu erhöhen.



Zum Bilanzstichtag verfügt die ProSiebenSat.1 Gruppe über hohe liquide Mittel. Positive Effekte wird zukünftig weiterhin das Ergebniswachstum haben. Damit ist aus heutiger Sicht für 2012 und 2013 ausreichend Liquidität und Finanzierungsspielraum gegeben. Der Großteil unserer Investitionen wird auch künftig in das Programmvermögen fließen – und damit in die Segmente „Broadcasting German-speaking“ und „Broadcasting International“. Die ProSiebenSat.1 Group geht davon aus, dass sie ihren Free Cashflow weiter steigern und künftige Unternehmensakquisitionen daraus decken kann.

Dividendenpolitik

Der Konzern hält an seiner grundsätzlichen Dividendenpolitik fest, circa 80 bis 90 Prozent des um Sondereffekte bereinigten Konzernjahresüberschusses der fortgeführten Aktivitäten auszuschütten. Der Vorstand wird daher dem Aufsichtsrat für das Jahr 2011 eine Dividende in Höhe von 1,17 Euro je Vorzugsaktie (Vorjahr: 1,14 Euro) bzw. 1,15 Euro je Stammaktie (Vorjahr: 1,12 Euro) vorschlagen. Insgesamt würde das Unternehmen 244,9 Mio Euro (Vorjahr: 241,2 Mio Euro) ausschütten, was einer Ausschüttungsquote von 79,2 Prozent bezogen auf den bereinigten Jahresüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten entspricht.



Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG

ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring

Bilanz zum 31. Dezember 2011

Aktiva

	31.12.2011		31.12.2010	
	EUR	EUR	EUR	EUR
A. Anlagevermögen				
I. Immaterielle Vermögensgegenstände				
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	1.672.634,00		840.012,00	
2. Geleistete Anzahlungen	621.052,78	2.293.686,78	965.474,32	1.805.486,32
II. Sachanlagen				
1. Bauten auf fremden Grundstücken	26.261.643,51		29.084.745,51	
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.029.784,01		3.217.347,50	
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	5.045.330,92	34.336.758,44	1.313.021,46	33.615.114,47
III. Finanzanlagen				
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	5.778.300.060,92		5.862.876.059,92	
2. Beteiligungen	196.771,80		196.771,80	
3. Wertpapiere des Anlagevermögens	9.181.636,86		7.680.606,24	
4. Sonstige Ausleihungen	12.417.503,52	5.800.095.973,10	11.460.896,87	5.882.214.334,83
		5.836.726.418,32		5.917.634.935,62
B. Umlaufvermögen				
I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	17.722.315,45		21.532.822,59	
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	1.981.069.546,99		1.856.599.001,30	
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	0,00		3.885.532,38	
4. Sonstige Vermögensgegenstände	82.758.882,97	2.081.550.745,41	86.728.603,27	1.968.745.959,54
II. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten		427.345.513,15		629.060.906,12
		2.508.896.258,56		2.597.806.865,66
C. Rechnungsabgrenzungsposten		17.109.575,07		22.707.835,63
		8.362.732.251,95		8.538.149.636,91



Passiva

	31.12.2011	31.12.2010
	EUR	EUR
A. Eigenkapital		
I. Gezeichnetes Kapital	218.797.200,00	218.797.200,00
./ Nennbetrag eigener Anteile	-7.640.000,00	-5.661.834,00
Ausgegebenes Kapital	211.157.200,00	213.135.366,00
II. Kapitalrücklage	584.421.285,72	580.187.621,96
III. Gewinnrücklage	0,00	16.800.338,84
IV. Bilanzgewinn	3.047.374.419,26	3.098.173.842,03
	3.842.952.904,98	3.908.297.168,83
B. Rückstellungen		
1. Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	10.050.872,00	8.545.450,00
2. Steuerrückstellungen	18.962.853,68	43.984.578,46
3. Sonstige Rückstellungen	69.169.791,49	49.600.000,00
	98.183.517,17	102.130.028,46
C. Verbindlichkeiten		
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		
a. Darlehensverbindlichkeiten	1.339.846.478,44	2.286.658.391,54
b. Zinsverbindlichkeiten	10.772.753,39	12.478.478,13
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	134.166,70	400.968,43
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	202.979.519,26	179.688.710,19
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.816.142.289,51	2.007.396.646,14
5. Sonstige Verbindlichkeiten	36.115.100,24	40.920.411,87
--davon aus Steuern EUR 33.653.200,64 (Vorjahr: EUR 38.579.183,27)--		
--davon im Rahmen der sozialen Sicherheit EUR 264,00		
(Vorjahr: EUR 26.891,19)--		
	4.405.990.307,54	4.527.543.606,30
D. Rechnungsabgrenzungsposten	160.333,28	178.833,32
E. Passive latente Steuern	15.445.188,98	0,00
	8.362.732.251,95	8.538.149.636,91



ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2011

	2011		2010	
	EUR	EUR	EUR	EUR
1. Umsatzerlöse		21.240.314,10		19.572.339,41
2. Sonstige betriebliche Erträge		105.383.998,77		258.739.361,75
--davon aus der Währungsumrechnung				
EUR 12.792.536,41 (Vorjahr: EUR 25.889.134,84)--				
3. Programm- und Materialaufwand				
a) Aufwendungen für Lizenzen, Sendegebühren und Materialien	24.822.627,78		30.871.228,49	
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	393.665,33	25.216.293,11	191.735,42	31.062.963,91
4. Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter	46.881.992,31		39.279.521,22	
b) Soziale Abgaben	4.152.515,45	51.034.507,76	4.098.222,67	43.377.743,89
--davon für Altersversorgung				
EUR 292.003,00 (Vorjahr: EUR 480.710,00)--				
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		4.706.897,91		5.093.122,02
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		138.041.272,60		115.781.630,54
--davon aus der Währungsumrechnung				
EUR 28.162.065,45 (Vorjahr: EUR 18.368.776,54)--				
7. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen		640.267.449,14		1.458.561.885,40
8. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlagevermögens		0,00		8,25
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		25.664.939,66		14.375.475,66
--davon aus verbundenen Unternehmen				
EUR 19.484.788,33 (Vorjahr: EUR 11.409.836,15)--				
10. Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens		84.785.601,13		526.999,00
11. Aufwendungen aus Verlustübernahme		36.034.469,15		15.786.410,69
12. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		182.556.627,18		150.582.218,07
--davon an verbundene Unternehmen				
EUR 20.578.730,42 (Vorjahr: EUR 5.845.183,72)--				
--davon aus Aufzinsung EUR 728.204,98 (Vorjahr: EUR 771.600,00)--				
13. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		270.181.032,83		1.389.037.982,35
14. Außerordentliche Erträge		2.233.491,77		1.990.241,51
15. Außerordentliche Aufwendungen		2.377.123,77		916.200,00
16. Außerordentliches Ergebnis		-143.632,00		1.074.041,51
17. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		69.350.962,12		106.595.195,45
18. Sonstige Steuern		60.071,42		2.983.999,66
19. Jahresüberschuss		200.626.367,29		1.280.532.828,75
20. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr		2.846.748.051,97		1.817.641.013,28
21. Bilanzgewinn		3.047.374.419,26		3.098.173.842,03



ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring

Anhang für das Geschäftsjahr 2011

Grundlagen und Methoden

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

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

Die im Vorjahr angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden werden unverändert beibehalten. Die ProSiebenSat.1 Media AG erstellt und veröffentlicht den Jahresabschluss in Euro.

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG haben im März 2011 gemeinsam die nach § 161 AktG vorgeschriebene jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex abgegeben und den Aktionären der ProSiebenSat.1 Media AG auf der Internetseite der ProSiebenSat.1 Media AG (www.prosiebensat1.com) dauerhaft zugänglich gemacht.

Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

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

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um nutzungsbedingte lineare Abschreibungen, bewertet. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit mit einer voraussichtlich dauernden Wertminderung gerechnet wird.



Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten bis 150 Euro werden im Jahr der Anschaffung in voller Höhe als Aufwand berücksichtigt. Für Wirtschaftsgüter, die einen Wert zwischen 150 Euro und 1.000 Euro haben, wird ein Sammelposten gebildet, der linear über fünf Jahre abgeschrieben wird.

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

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

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

Die Guthaben bei Kreditinstituten werden zu Nominalwerten ausgewiesen. Kurzfristige Fremdwährungsguthaben und -verbindlichkeiten sind mit Stichtagskursen umgerechnet.

Eigene Anteile werden gemäß § 272 Abs. 1a HGB vom Eigenkapital abgesetzt.

Aufwendungen für den Aktienoptionsplan werden gemäß § 272 Abs. 2 Nr. 2 HGB in voller Höhe in die Kapitalrücklage eingestellt. Die Kapitalrücklage wird rätierlich über den Zeitraum, in dem die Mitarbeiter Arbeitsleistung erbringen, aufgebaut. Die ausgegebenen Aktienoptionen werden im Zusagezeitpunkt nach dem Binominalmodell von Cox/Ross/Rubinstein bewertet.

Die Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrages angesetzt. Dieser



Erfüllungsbetrag wird unter Zuhilfenahme von versicherungsmathematischen Methoden nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method) ermittelt. Die Berechnung beruht auf den biometrischen Rechnungsgrundlagen gemäß den Richttafeln 2005G von Prof. Dr. Klaus Heubeck und einem verwendeten Rechnungszins von 5,14 Prozent unter Zugrundelegung einer pauschalen Restlaufzeit von 15 Jahren und einem Rententrend von jährlich 0,0 Prozent bis 1,0 Prozent. Der im Pensionsaufwand enthaltene Zinsanteil wird in den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen ausgewiesen.

Die Steuerrückstellungen und Sonstige Rückstellungen werden in Höhe des voraussichtlichen Erfüllungsbetrages gebildet, der nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist. Dabei werden auch Preis- und Kostensteigerungen einbezogen. Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr werden mit dem laufzeitadäquaten durchschnittlichen Marktzins der vergangenen sieben Jahre, der von der Deutschen Bundesbank ermittelt und bekannt gegeben wird, abgezinst.

Verbindlichkeiten werden mit ihren Erfüllungsbeträgen am Bilanzstichtag angesetzt.

Die ProSiebenSat.1 Media AG setzt zur Absicherung gegen Zinsänderungs- und Währungsrisiken aus dem operativen Geschäft bzw. den daraus resultierenden Finanzierungserfordernissen derivative Finanzinstrumente ein. Sofern ein unmittelbarer Sicherungszusammenhang besteht, werden die derivativen Finanzinstrumente als Bewertungseinheit gemäß § 254 HGB mit dem entsprechenden Grundgeschäft zusammengefasst. Besteht kein oder kein ausreichender Sicherungszusammenhang, erfolgt die Bewertung der Sicherungsgeschäfte imparitätisch, das heißt, für negative Marktwerte werden Rückstellungen gebildet, positive Marktwerte werden nicht angesetzt.

Bestehen zwischen den handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schuldposten und Rechnungsabgrenzungsposten Differenzen, die sich in künftigen Geschäftsjahren voraussichtlich abbauen, so wird unter Berücksichtigung von werthaltigen vorhandenen Verlust- und Zinsvorträgen ein sich nach Verrechnung insgesamt ergebender Überhang an passiven latenten Steuern in der Bilanz angesetzt. Ein sich nach Verrechnung insgesamt ergebender Überhang an aktiven latenten Steuern wird in Ausübung des Wahlrechts des § 274 Abs. 1 HGB nicht angesetzt. Aktive latente Steuern werden, soweit



sie den am Bilanzstichtag vorhandenen passiven latenten Steuern entsprechen, saldiert ausgewiesen.

Eine Berücksichtigung von Verlust- und Zinsvorträgen sowie von Steuergutschriften erfolgt in dem Ausmaß, in welchem innerhalb der nächsten fünf Jahre eine Verrechnung bzw. Nutzung erwartet wird. Temporäre Differenzen zwischen den handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schuldposten und Rechnungsabgrenzungsposten von Organgesellschaften werden insoweit einbezogen, als von künftigen Steuerbe- und Steuerentlastungen aus dem Abbau der betreffenden temporären Unterschiedsbeträge beim ertragsteuerlichen Organträger, der ProSiebenSat.1 Media AG, ausgegangen wird.

Die Bewertung von latenten Steuern erfolgt auf der Grundlage des geltenden Körperschaftsteuersatzes sowie entsprechend den gewerbesteuerlichen Hebesätzen des ertragsteuerlichen Organkreises der ProSiebenSat.1 Media AG. Unter Berücksichtigung von Körperschaftsteuer, Solidaritätszuschlag sowie Gewerbeertragsteuer ergab sich im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Steuersatz von 28 Prozent.

Fremdwährungsforderungen und Fremdwährungsverpflichtungen mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr werden mit dem Stichtagskurs am Bilanzstichtag bewertet. Fremdwährungsforderungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr werden mit dem Stichtagskurs am Buchungstag oder dem höheren Kurs am Bilanzstichtag, Fremdwährungsverpflichtungen mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr mit dem Stichtagskurs am Buchungstag oder dem niedrigeren Kurs am Bilanzstichtag umgerechnet.



Erläuterungen zur Bilanz

Anlagevermögen

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

Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden keine (Vorjahr: 467 Tsd. Euro) außerplanmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen vorgenommen.

Finanzanlagen

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

Aufgrund der Einstellung des Senderbetriebs wurde im Geschäftsjahr 2011 bei den Anteilen an verbundenen Unternehmen der Beteiligungsbuchwert der 9Live Fernsehen GmbH, Unterföhring, in Höhe von 84.550 Tsd. Euro komplett außerplanmäßig abgeschrieben. Im Vorjahr betrafen die außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 527 Tsd. Euro die Anteile an der ProSiebenSat.1 Welt GmbH, Unterföhring.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde keine Wertaufholungen vorgenommen. Im Vorjahr wurden Wertaufholungen auf den Beteiligungsbuchwert der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH (vormals German Free TV Holding GmbH), Unterföhring, nach § 253 Abs. 5 HGB in Höhe von 160.000 Tsd. Euro vorgenommen.

Die Wertpapiere des Anlagevermögens enthalten Anteile an Investmentfonds, die der Deckung der Pensionsverbindlichkeiten dienen. Die Voraussetzungen für eine Saldierung mit den Pensionsrückstellungen nach § 246 Abs. 2 S. 2 HGB sind zum Bilanzstichtag nicht gegeben.

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



Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

in Tsd. Euro	31.12.2011			31.12.2010		
	Restlaufzeit		Gesamt 31.12.2011	Restlaufzeit		Gesamt 31.12.2010
	bis 1 Jahr	über 1 Jahr		bis 1 Jahr	über 1 Jahr	
Forderungen aus						
Lieferungen und Leistungen	17.410	312	17.722	21.533	- / -	21.533
Forderungen gegen						
verbundene Unternehmen	1.948.570	32.500	1.981.070	1.856.599	- / -	1.856.599
Forderungen gegen Unternehmen mit denen						
ein Beteiligungsverhältnis besteht	- / -	- / -	- / -	3.885	- / -	3.885
Sonstige Vermögensgegenstände	69.400	13.359	82.759	73.407	13.322	86.729
Summe	2.035.380	46.171	2.081.551	1.955.424	13.322	1.968.746

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten Forderungen aus Ergebnisabführungsverträgen (640.268 Tsd. Euro; Vorjahr: 1.458.562 Tsd. Euro), aus kurz- und langfristiger Darlehensgewährung (360.495 Tsd. Euro; Vorjahr: 114.937 Tsd. Euro), aus Cash Pooling (863.353 Tsd. Euro; Vorjahr: 57.278 Tsd. Euro) sowie aus dem internen Leistungsverkehr (116.954 Tsd. Euro; Vorjahr: 225.822 Tsd. Euro).

In den Sonstigen Vermögensgegenständen sind im Wesentlichen geleistete Anzahlungen auf Lizenzen in Höhe von 48.792 Tsd. Euro (Vorjahr: 49.872 Tsd. Euro) und Körperschaftsteuerguthaben mit einer Laufzeit über einem Jahr in Höhe von 13.359 Tsd. Euro (Vorjahr: 13.322 Tsd. Euro) enthalten.

Rechnungsabgrenzungsposten

Die Rechnungsabgrenzungsposten enthalten im Wesentlichen Bankgebühren aus den Darlehensverbindlichkeiten, die über die Kreditlaufzeiten abgegrenzt wurden.



Latente Steuern

Der nachfolgenden Übersicht ist zu entnehmen, auf welche Bilanzposten im ertragsteuerlichen Organkreis der ProSiebenSat.1 Media AG latente Steuerforderungen bzw. –verbindlichkeiten entfallen:

in Tsd. Euro	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Immaterielle Vermögensgegenstände	16	- / -
Finanzanlagen	- / -	39.644
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	122	203
Rückstellungen	11.436	- / -
Verbindlichkeiten	16	220
Zinsvortrag	13.032	- / -
Summe	24.622	40.067
Saldierung	-24.622	-24.622
Saldo	- / -	15.445

Die latenten Steueransprüche und Steuerschulden werden mit einem kombinierten Steuersatz aus Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer von 28 Prozent ermittelt, der sich als gewichteter Durchschnitt der Steuersätze der Organgesellschaften ergibt. Temporäre Differenzen auf Finanzanlagen werden mit einem Effektivsteuersatz von 1,4 Prozent bewertet.

Der sich rechnerisch ergebende passive Überhang an latenten Steuern wird gemäß § 274 HGB passiviert. Auf Zinsvorträge ergaben sich zum 31. Dezember 2011 aktive latente Steuern in Höhe von 13.032 Tsd. Euro.



Eigenkapitalentwicklung im Geschäftsjahr 2011

in Tsd. Euro	Gezeichnetes Kapital		Kapital- rücklage	Gew inn- rücklage	Bilanz- gew inn	Summe Eigenkapital
	Stammaktien	Vorzugsaktien				
31. Dezember 2010	109.398,6	103.736,8	580.187,6	16.800,4	3.098.173,8	3.908.297,2
Umgliederung	- / -	- / -	2.074,9	-2.074,9	- / -	0,0
Gezahlte Dividenden	- / -	- / -	- / -	- / -	-241.166,9	-241.166,9
Jahresüberschuss	- / -	- / -	- / -	- / -	200.626,4	200.626,4
Erwerb eigene Anteile	- / -	-2.500,0	- / -	-19.771,0	-10.258,9	-32.529,9
Ausübung Optionen	- / -	521,8	- / -	5.045,5	- / -	5.567,3
Aufw and Ausgabe Optionen	- / -	- / -	2.158,8	- / -	- / -	2.158,8
31. Dezember 2011	109.398,6	101.758,6	584.421,3	0,0	3.047.374,4	3.842.952,9

Gezeichnetes Kapital

Das Gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt zum Bilanzstichtag 218.797.200 Euro. Es ist eingeteilt in 109.398.600 auf den Namen lautende Stammaktien als Stückaktien und 109.398.600 auf den Inhaber lautende Vorzugsaktien ohne Stimmrecht als Stückaktien, jeweils mit einem auf die einzelne Aktie entfallenden anteiligen Betrag des Grundkapitals von 1,00 Euro. Zum 31. Dezember 2011 betrug die Zahl der ausgegebenen Aktien somit 218.797.200, von denen die Gesellschaft 7.640.000 (Vorjahr: 5.661.834) Vorzugsaktien im Eigenbestand hält.

Die börsennotierten Vorzugsaktien gewähren vorbehaltlich zwingender gesetzlicher Vorschriften kein Stimmrecht und berechtigen zum Erhalt eines um 0,02 Euro höheren Gewinnanteils als die Stammaktie, mindestens jedoch einen Gewinnanteil von 0,02 Euro je Vorzugsaktie. Reicht der Bilanzgewinn eines oder mehrerer Geschäftsjahre nicht zur Zahlung des Mindestvorzugbetrages aus, so werden die fehlenden Beträge ohne Zinsen aus dem Bilanzgewinn des folgenden Geschäftsjahres nachgezahlt, und zwar vor Verteilung des Gewinnanteils auf die Vorzugsaktien für dieses Geschäftsjahr und vor Verteilung eines Gewinnanteils auf die Stammaktien.



Genehmigtes Kapital

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

Bedingtes Kapital

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

Eigene Anteile

Die Hauptversammlung vom 4. Juni 2009 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs.1 Nr. 8 AktG zum Erwerb eigener Aktien in Höhe von bis zu 10 Prozent des Grundkapitals ermächtigt. Diese Ermächtigung wäre am 3. Dezember 2010 ausgelaufen und wurde durch die Hauptversammlung vom 29. Juni 2010 durch eine neue Ermächtigung ersetzt. Die Gesellschaft ist nun ermächtigt, bis zum 28. Juni 2015 Stammaktien und/oder Vorzugsaktien der Gesellschaft mit einem rechnerischen Anteil von insgesamt bis zu 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft zu erwerben.

Die Ermächtigung vom 29. Juni 2010 sieht vor, dass der Vorstand sie zu jedem gesetzlich zulässigen Zweck ausüben kann, insbesondere zur Bedienung von Aktienoptionen mit Bezugsrechten auf Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG, die im Rahmen des Aktienoptionsprogramms ausgegeben werden.



Die Gesellschaft hat im Geschäftsjahr 2011 zur Absicherung der Aktienoptionsprogramme 2.500.000 (Vorjahr: keine) Vorzugsaktien zu einem durchschnittlichen Kurs von 13,01 Euro erworben. Im Geschäftsjahr 2009 wurden 4.900.000 Vorzugsaktien zu einem durchschnittlichen Kurs von 3,14 Euro erworben. Im Geschäftsjahr 2008 wurden 1.127.500 Vorzugsaktien zu einem durchschnittlichen Kurs von 13,40 Euro erworben.

Im Geschäftsjahr 2011 hat die ProSiebenSat.1 Media AG aufgrund der Ausübung von Aktienoptionen durch die Optionsberechtigten 521.834 eigene Vorzugsaktien zum Optionspreis in Höhe von durchschnittlich 10,67 Euro veräußert. Im Rahmen der Ausübung von Aktienoptionen wurden im Vorjahr 365.666 eigene Vorzugsaktien an die Optionsberechtigte nach Vereinnahmung des Optionspreises in Höhe von 13,99 Euro veräußert.

Somit hält die ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2011 insgesamt 7.640.000 (Vorjahr: 5.661.834) eigene Vorzugsaktien. Dies entspricht einem Anteil in Höhe von 6,98 Prozent der Vorzugsaktien bzw. 3,49 Prozent des Grundkapitals.

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage beträgt 584.421 Tsd. Euro (Vorjahr: 580.188 Tsd. Euro). Die Kapitalrücklage beinhaltet das Agio aus der Ausgabe von Aktien im Geschäftsjahr 1997 und der Kapitalerhöhung in 2004 sowie die Ergebniseffekte, die im Zusammenhang mit der Gewährung von Aktienoptionen der entsprechenden Long Term Incentive Pläne (LTIPs) entstehen.

Gewinnrücklage

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat die durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) geänderten Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften des HGB gemäß Art. 66 Abs. 3 S. 1 EGHGB erstmalig im Geschäftsjahr 2010 angewendet. Die Anpassung der Wertansätze erfolgte unter Beachtung der Übergangsvorschriften zum 1. Januar 2010. Gemäß den Übergangsvorschriften des EGHGB wurden aufgrund der Umstellung zum 1. Januar 2010 9.975 Tsd. Euro in der Gewinnrücklage erfasst.



Im Geschäftsjahr 2010 wurden darüber hinaus 4.750 Tsd. Euro durch die Ausübung von Aktienoptionen sowie 2.075 Tsd. Euro aufgrund der Gewährung von Aktienoptionen in der Gewinnrücklage erfasst. Somit belief sich die Gewinnrücklage zum 31. Dezember 2010 auf 16.800 Tsd. Euro.

Im Geschäftsjahr 2011 wurden aufgrund einer Änderung des Ausweises 2.075 Tsd. Euro aus der Gewährung von Aktienoptionen von der Gewinnrücklage in die Kapitalrücklage umgegliedert. Durch die Ausübung von Aktienoptionen erhöhte sich die Gewinnrücklage um weitere 5.046 Tsd. Euro. Der Erwerb von 2,5 Mio eigenen Anteilen führte zu einer Verminderung der Gewinnrücklage um 19.771 Tsd. Euro auf 0 Tsd. Euro. Die aus diesem Erwerb resultierenden darüber hinausgehenden Anschaffungskosten in Höhe von 10.259 Tsd. Euro vermindern den Bilanzgewinn.

Gewinnverwendung

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde auf Grund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 1. Juli 2011 aus dem Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media AG des Geschäftsjahres 2010 in Höhe von 3.098.174 Tsd. Euro eine Ausschüttung in Höhe von 241.167 Tsd. Euro an die Aktionäre vorgenommen. Dies entspricht einer Ausschüttung von 1,14 Euro je Vorzugsaktie und 1,12 Euro je Stammaktie.

Der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstandes der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2011 sieht vor, den Bilanzgewinn in Höhe von 3.047.374 Tsd. Euro wie folgt zu verwenden:

in Euro

Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,17 Euro je dividendenberechtigter Inhaber-Vorzugsaktie	119.057.562,00
Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,15 Euro je dividendenberechtigter Namens-Stammaktie	125.808.390,00
Vortrag auf neue Rechnung	2.802.508.467,26
Bilanzgewinn 31. Dezember 2011	3.047.374.419,26



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

Die Ausschüttung ist abhängig von der Zustimmung der Hauptversammlung am 15. Mai 2012.

Rückstellungen

in Tsd. Euro	31.12.2011	31.12.2010
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	10.051	8.545
Steuerrückstellungen	18.963	43.985
Rückstellungen für drohende Verluste aus schw ebenden Geschäften	27.109	13.205
Rückstellungen für ausstehende Eingangsrechnungen	15.971	11.115
Personalarückstellungen	9.183	7.614
Zinsen aus Steuerschuldverhältnissen	7.893	9.167
Übrige sonstige Rückstellungen	9.014	8.499
Summe	98.184	102.130

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

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

Die Rückstellung für drohende Verluste beinhaltet in erster Linie den negativen Marktwert der Zinsswaps, für die zum 31. Dezember 2011 keine Bewertungseinheit mehr existiert.



Verbindlichkeiten

in Mio Euro	31.12.2011				31.12.2010			
	Restlaufzeit			Gesamt	Restlaufzeit			Gesamt
	bis 1 Jahr	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre		bis 1 Jahr	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	
			31.12.2011				31.12.2010	
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten								
a) Darlehensverbindlichkeiten	- / -	1.339,8	- / -	1.339,8	230,0	2.056,6	- / -	2.286,6
b) Zinsverbindlichkeiten	10,8	- / -	- / -	10,8	12,5	- / -	- / -	12,5
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	0,1	- / -	- / -	0,1	0,4	- / -	- / -	0,4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	203,0	- / -	- / -	203,0	179,7	- / -	- / -	179,7
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.816,1	- / -	- / -	2.816,1	2.007,4	- / -	- / -	2.007,4
Sonstige Verbindlichkeiten	36,1	- / -	- / -	36,1	40,9	- / -	- / -	40,9
Summe	3.066,1	1.339,8	- / -	4.405,9	2.470,9	2.056,6	- / -	4.527,5

Die unter den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ausgewiesenen Darlehensverbindlichkeiten umfassten zum 31. Dezember 2010 verschiedene endfällige Darlehen mit einer Laufzeit bis zum 3. Juli 2014 (Term Loan B: 1.239.062 Tsd. Euro) bzw. bis zum 3. Juli 2015 (Term Loan C: 817.596 Tsd. Euro) sowie eine revolvingende Kreditfazilität mit einer Laufzeit bis zum 3. Juli 2014 (230.000 Tsd. Euro). Mit Vertrag vom 10. August 2011 hat die ProSiebenSat.1 Media AG mit ihren Kreditgebern die teilweise Rückzahlung und Laufzeitverlängerung ihrer endfälligen Darlehen vereinbart. In diesem Zusammenhang wurden insgesamt 716.812 Tsd. Euro der Term Loans B und C und damit rund ein Drittel der ursprünglichen Darlehen im August 2011 zurückgeführt. Gleichzeitig wurde mit 1.198.740 Tsd. Euro der Großteil der verbleibenden Darlehen bis zum 3. Juli 2016 verlängert und als neues Term Loan D aufgelegt. Die Darlehen Term Loan B und Term Loan C haben zum 31. Dezember 2011 Nominalvolumina in Höhe von 47.729 Tsd. Euro bzw. 93.378 Tsd. Euro sowie Laufzeiten bis zum 3. Juli 2014 bzw. 3. Juli 2015. Die Kredite werden durch ein internationales Bankenkonsortium und institutionelle Investoren zur Verfügung gestellt.

Ein Teil der Darlehen kann auch in anderen Währungen als Euro in Anspruch genommen werden. Zum 31. Dezember 2011 waren alle Darlehen in Euro in Anspruch genommen. Im



Rahmen der Kreditvereinbarung hat die Gesellschaft Geschäftsanteile an verschiedenen, als wesentlich eingestuftes Tochtergesellschaften als Sicherheit verpfändet.

Die zum 31. Dezember 2011 verfügbare revolvingende Kreditlinie mit einem ursprünglichen Rahmenvolumen von 600 Mio Euro, die variabel für allgemeine betriebliche Zwecke in Anspruch genommen werden kann, beträgt 568,4 Mio Euro (Vorjahr: 581,8 Mio Euro). Die Kreditlinie war zum 31. Dezember 2011 nicht in bar in Anspruch genommen (Vorjahr: 230,0 Mio Euro). Zum Bilanzstichtag war die Kreditlinie durch Avale in Höhe von 20,0 Mio Euro (Vorjahr: 26,5 Mio Euro) genutzt.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen enthalten insbesondere Verbindlichkeiten aus dem Cash Pooling (2.752.481 Tsd. Euro; Vorjahr: 1.932.513 Tsd. Euro), Verbindlichkeiten aus dem internen Leistungsverkehr (27.627 Tsd. Euro; Vorjahr: 59.098 Tsd. Euro) sowie Verbindlichkeiten aus Ergebnisübernahmeverpflichtungen (36.034 Tsd. Euro; Vorjahr: 15.786 Tsd. Euro). Der starke Anstieg der Verbindlichkeiten aus dem Cash Pooling resultiert aus der Weitergabe der Veräußerungserlöse aus dem Verkauf der operativ tätigen belgischen und niederländischen Gesellschaften durch eine niederländische Holdinggesellschaft an die ProSiebenSat.1 Media AG.



Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Umsatzerlöse

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

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

Sonstige betriebliche Erträge

Die in den Sonstigen betrieblichen Erträgen enthaltenen periodenfremden Erträge in Höhe von 6.490 Tsd. Euro (Vorjahr: 162.698 Tsd. Euro) betreffen im Wesentlichen die Auflösung von Rückstellungen. In Vorjahr wurden dort insbesondere Erträge aus der Zuschreibung auf den Beteiligungsbuchwert der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH (vormals German Free TV Holding GmbH), Unterföhring, nach § 253 Abs. 5 HGB in Höhe von 160.000 Tsd. Euro sowie Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen in Höhe von 2.313 Tsd. Euro ausgewiesen.

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

Programm- und Materialaufwand

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

Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den Sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind neben periodenfremden Aufwendungen in Höhe von 31 Tsd. Euro (Vorjahr: 2.158 Tsd. Euro) insbesondere Weiterbelastungen von Konzernunternehmen, Rechts- und Beratungskosten sowie Miet- und sonstige Raumaufwendungen enthalten.



Erträge aus Gewinnabführungsverträgen

Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen in Höhe von 640.267 Tsd. Euro (Vorjahr: 1.458.562 Tsd. Euro) enthalten vor allem die abgeführten Gewinne der deutschen Senderfamilie in Höhe von 572.970 Tsd. Euro (Vorjahr: 541.985 Tsd. Euro). Im Geschäftsjahr 2010 wurden darüber hinaus Gewinne aus Zuschreibungen auf Beteiligungen, die die internationalen Geschäftstätigkeiten betreffen, bei der P7S1 Erste SBS Holding GmbH, Unterföhring und P7S1 Zweite SBS Holding GmbH, Unterföhring, in Höhe von 862.000 Tsd. Euro an die ProSiebenSat.1 Media AG abgeführt.

Aufwendungen aus Verlustübernahme

Die Aufwendungen aus Verlustübernahme betragen 36.034 Tsd. Euro im Vergleich zu 15.786 Tsd. Euro im Vorjahr.

Zinsen und ähnliche Aufwendungen

In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Zinsen aus der Zuführung zu den Pensionsrückstellungen in Höhe von 404 Tsd. Euro (Vorjahr: 405 Tsd. Euro) enthalten.

Außerordentliches Ergebnis

Das außerordentliche Ergebnis für 2011 beinhaltet ausschließlich Effekte aus dem Brandschaden in den Räumlichkeiten der ProSiebenSat.1 Media AG im August 2011.

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Neben dem von der Gesellschaft selbst erwirtschafteten steuerlichen Ergebnis ist die ProSiebenSat.1 Media AG Steuerschuldnerin hinsichtlich der ihr über Ergebnisabführungsverträge verbundener Organgesellschaften zuzurechnenden Bemessungsgrundlagen.

In den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind periodenfremde Erträge von 10.818 Tsd. Euro (Vorjahr: periodenfremde Aufwendungen in Höhe von 11.235 Tsd. Euro) enthalten.



Sonstige Angaben

Haftungsverhältnisse

in Tsd. Euro	31.12.2011	31.12.2010
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften (davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	4.297 (4.297)	7.157 (7.111)
Haftung aus der Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten	1.019.863	1.503.351

Die Verbindlichkeiten aus Bürgschaften betreffen im Wesentlichen Kreditbürgschaften für verbundene Unternehmen.

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

Auf Basis einer kontinuierlichen Risikoeinschätzung der eingegangenen Haftungsverhältnisse und unter Berücksichtigung aller bis zur Aufstellung des Jahresabschlusses gewonnenen Erkenntnisse geht die ProSiebenSat.1 Media AG davon aus, dass die den Haftungsverhältnissen zugrunde liegenden Verpflichtungen von den jeweiligen Hauptschuldnern erfüllt werden können. Daher wird das Risiko einer Inanspruchnahme aus den Haftungsverhältnissen als gering eingeschätzt.



Sonstige finanzielle Verpflichtungen

in Tsd. Euro	fällig im Folgejahr	fällig im 2. bis 5. Jahr	fällig nach dem 5. Jahr	Summe 31.12.2011	Summe 31.12.2010
Programmvermögen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	316.484 (0)	1.286.253 (0)	282.153 (0)	1.884.889 (0)	1.744.975 (0)
Distribution (davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	30.370 (0)	132.048 (0)	57.767 (0)	220.185 (0)	196.115 (0)
Leasing- und Mietverpflichtungen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	13.710 (0)	51.757 (0)	43.987 (0)	109.454 (0)	110.324 (0)
Sonstige Verpflichtungen (davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	27.538 (19.013)	9.915 (0)	0 (0)	37.454 (19.013)	30.803 (18.579)
Summe	388.102	1.479.973	383.907	2.251.982	2.082.217

Das Einkaufsobligo aus Programmvermögen resultiert aus vor dem 31. Dezember 2011 abgeschlossenen Verträgen für den Erwerb von Film- und Serienlizenzen sowie Auftragsproduktionen. Ein Großteil der Verträge ist in US-Dollar abgeschlossen.

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

Die Leasing- und Mietverpflichtungen beinhalten insbesondere Gebäudemietverträge über Büro- und Redaktionsräume am Standort Unterföhring. Die Laufzeit der wesentlichen Verträge endet zwischen 2012 und 2023.

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

Entsprechend der Regelungen des Handelsgesetzbuches und der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung gibt es Geschäfte, die nicht in der Bilanz abzubilden sind. Hierunter fallen bei der ProSiebenSat.1 Media AG im Wesentlichen Leasing-Verträge und Verträge zur Auslagerung betrieblicher Funktionen. Bei letztgenannten Verträgen handelt es



sich vor allem um Funktionen aus dem Bereich Informationstechnologie. Eine wesentliche finanzielle Auswirkung dieser Geschäfte auf die ProSiebenSat.1 Media AG ergibt sich nicht. Wesentliche Risiken und Vorteile dieser Geschäfte auf die Finanzlage der ProSiebenSat.1 Media AG sind nicht erkennbar.

Zahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt	2011	2010
Angestellte	374	353
Auszubildende, Volontäre und Praktikanten	43	32
Summe	417	385

Aktienoptionspläne

Zum 31. Dezember 2011 existieren bei der ProSiebenSat.1 Media AG drei Aktienoptionspläne. Der Long Term Incentive Plan 2005 (LTIP 2005) wurde durch Zustimmung der Hauptversammlung vom 13. Mai 2005, der Long Term Incentive Plan 2008 (LTIP 2008) durch Zustimmung der Hauptversammlung vom 10. Juni 2008 sowie der Long Term Incentive Plan 2010 (LTIP 2010) durch Zustimmung der Hauptversammlung vom 29. Juni 2010 eingeführt.

	LTIP 2005	LTIP 2008	LTIP 2008	LTIP 2010	LTIP 2010
	Cycle 2006	Cycle 2008	Cycle 2009	Cycle 2010	Cycle 2011
Stand 1.1.2011	96.834	1.204.500	2.584.000	587.500	- / -
Gewährte Optionen im Geschäftsjahr 2011	- / -	- / -	- / -	- / -	1.145.000
Ausgeübte Optionen im Geschäftsjahr 2011	35.334	298.500	628.000	- / -	- / -
Verfallene Optionen im Geschäftsjahr 2011	61.500	51.000	166.500	58.500	24.000
Stand 31.12.2011	- / -	855.000	1.789.500	529.000	1.121.000
Davon ausübbar am 31.12.2011	- / -	542.000	469.650	n.n.a*	n.n.a*
Ausübungspreis in Euro	13,99	16,00	1,58	17,50	21,84
Absolute Ausübungshürde in Euro	18,19	22,40	2,05	22,75	28,39
Maximaler Ausübungsgewinn in Euro	27,98	32,00	20,00	35,00	43,68
Unverfallbarkeit **	06.03.2007	31.12.2008	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2011
Ende Ausübungszeitraum	31.12.2011	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016	31.12.2017

* noch nicht ausübbar

** LTIP 2008 und LTIP 2010: Frühestes Ende der Unverfallbarkeit für das erste Fünftel ausgegebener Optionen (jedes weitere Fünftel ein Jahr später)



Bei den Aktienoptionsplänen handelt es sich um eine anteilsbasierte Vergütung, wobei das Wahlrecht hinsichtlich der Erfüllungsart bei der ProSiebenSat.1 Media AG liegt. Da keine gegenwärtige Verpflichtung seitens der ProSiebenSat.1 Media AG zur Erfüllung durch Barausgleich besteht, erfolgt die Bilanzierung nach Maßgabe der Vergütung durch Einsatz von Eigenkapitalinstrumenten („Equity-Settlement“). Jede Aktienoption berechtigt zum Bezug einer Vorzugsaktie der ProSiebenSat.1 Media AG gegen Zahlung eines Ausübungspreises.

Im Geschäftsjahr 2011 wurden 1.145.000 Aktienoptionen im Rahmen des LTIP 2010 (Cycle 2011) zugeteilt und dadurch Personalaufwand in Höhe von 2.159 Tsd. Euro erfasst. 361.500 Aktienoptionen sind im Geschäftsjahr 2011 verfallen und 521.834 Aktienoptionen wurden von den Optionsberechtigten durch Zahlung des jeweiligen Basispreises ausgeübt. Weitere 440.000 Aktienoptionen wurden den Bezugsberechtigten gegen Zahlung des inneren Wertes abgekauft.

Honorare des Abschlussprüfers

Die Angaben gem. § 285 Nr. 17 HGB über das von unserem Abschlussprüfer KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Geschäftsjahr 2011 berechnete Gesamthonorar sind im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG enthalten.

Derivative Finanzinstrumente

Die ProSiebenSat.1 Media AG ist aufgrund ihrer operativen Tätigkeit und ihres Finanzierungsbedarfs verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Diese Risiken werden im Rahmen des Finanzrisikomanagements vom Zentralbereich Group Finance & Treasury gesteuert. Ziele des Finanzrisikomanagements sind die Sicherung der Zahlungsfähigkeit und die risikoadäquate Steuerung der Marktpreisrisiken. Die hierbei eingesetzten derivativen Finanzinstrumente dienen ausschließlich der Absicherung bestehender Risiken und werden nicht zu Spekulationszwecken verwendet.

Der Marktwert von Zinsswaps wird durch Abzinsung der erwarteten, zukünftigen Zahlungsströme ermittelt. Bei der Verwendung anderer Methoden kann es zu Abweichungen kommen. Die Marktwerte der Devisentermingeschäfte ergeben sich aus am Markt gestellten Devisenterminkursen. Die Berechnung der Marktwerte der Devisenoptionen basiert auf Grundlage eines marktgängigen Optionspreismodells nach Black und Scholes.



Die Nominal- und Marktwerte der von der ProSiebenSat.1 Media zum 31. Dezember 2011 gehaltenen derivativen Finanzinstrumente sind in der folgenden Übersicht dargestellt:

in Tsd.	Jahr der Fälligkeit			Nominalbetrag	Marktwert
	2012	2013 - 2016	ab 2017	zum 31.12.2011	zum 31.12.2011
Währungssicherung	USD	USD	USD	USD	Euro
Devisentermingeschäfte	526.228	922.000	- / -	1.448.228	42.918
Zinssicherung	Euro	Euro	Euro	Euro	Euro
Zinsswaps	- / -	1.600.000	- / -	1.600.000	-140.234

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

in Tsd. Euro	Sonstige Vermögensgegenstände		Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		Sonstige Verbindlichkeiten		Sonstige Rückstellungen	
	31.12.2011	31.12.2010	31.12.2011	31.12.2010	31.12.2011	31.12.2010	31.12.2011	31.12.2010
Devisentermingeschäfte	- / -	- / -	- / -	- / -	476	770	423	513
Devisenoptionen	- / -	2.662	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -
Zinsswaps	- / -	- / -	5.299	6.576	- / -	- / -	22.801	- / -
Summe	- / -	2.662	5.299	6.576	476	770	23.224	513

Bewertungseinheiten zur Absicherung des Fremdwährungsrisikos

Die ProSiebenSat.1 Media AG schließt einen wesentlichen Teil ihrer Lizenzverträge mit Produktionsstudios in den USA ab. Die finanziellen Verpflichtungen aus diesem Programmrechteerwerb erfüllt die ProSiebenSat.1 Media AG in der Regel in US-Dollar. Aus diesem Grund können Wechselkursschwankungen zwischen Euro und US-Dollar die Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Media AG beeinträchtigen. Das Währungsrisiko aus



Forderungen und Verbindlichkeiten in anderen Fremdwährungen bzw. für andere Zwecke ist aufgrund seines geringen Volumens vernachlässigbar.

Seit dem Geschäftsjahr 2010 verfolgt die ProSiebenSat.1 Media AG einen konzernweiten Portfolioansatz. Als Fremdwährungs-Exposure wird dabei das Gesamtvolumen aller zukünftigen US-Dollar-Zahlungen verstanden, die aus bestehenden Lizenzverträgen resultieren und innerhalb eines Zeitraums von fünf Jahren fällig werden. Im Rahmen des Fremdwährungsmanagements setzt die ProSiebenSat.1 Media AG verschiedene derivative und originäre Finanzinstrumente zur Absicherung gegen Währungsschwankungen ein. Hierzu zählen Devisentermingeschäfte, Devisenoptionen und Währungsbestände (Devisenkassaposition) in US-Dollar.

Derivative Finanzinstrumente, die die Voraussetzungen für die Bilanzierung einer Sicherungsbeziehung erfüllen, werden im Rahmen des Hedge-Accounting nach § 254 HGB bilanziert. Das Brutto-Fremdwährungs-Exposure der ProSiebenSat.1 Media AG wird mit den gegenläufigen Devisensicherungsgeschäften zu einer Portfolio-Bewertungseinheit zusammengefasst. Grund- und Sicherungsgeschäft werden für diesen Zweck jeweils mit den zugrundeliegenden Zahlungsströmen bewertet.

Die nachfolgende Tabelle zeigt das Netto - Fremdwährungsexposure der Gesellschaft:

Währungsrisikoanalyse

in Mio USD	31.12.2011	31.12.2010
Brutto-Fremdw ährungsexposure	-1.887,1	-1.741,7
Devisensicherungsgeschäfte (Hedge-Accounting)	1.226,2	1.100,6
Devisensicherungsgeschäfte (Non Hedge-Accounting)	222,0	178,1
Devisenkasseposition	16,0	146,7
Netto-Exposure	-422,9	-316,3
Hedge ratio	78%	82%



Bewertungseinheiten zur Absicherung des Zinsrisikos

Unter Zinsrisiko versteht die ProSiebenSat.1 Media AG das Risiko steigender Finanzierungskosten durch einen Anstieg des Zinsniveaus. Die ProSiebenSat.1 Media AG ist durch ihre variabel verzinslichen finanziellen Darlehen einem Zinsrisiko ausgesetzt. Daher hat die ProSiebenSat.1 Media AG ihre Kredite über Zinsswaps abgesichert. Bei Zinsswaps werden variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen getauscht. Dadurch werden die zukünftigen, variabel verzinslichen und somit unsicheren Zinszahlungen des oben beschriebenen Kredits kompensiert und durch festverzinsliche Zinszahlungen ersetzt.

Die Zinsswaps haben ein Gesamtvolumen in Höhe von 1.600 Mio Euro (Vorjahr: 1.750 Mio Euro) und einen durchschnittlichen Festzinssatz von 4,60 Prozent (Vorjahr: 4,57 %) bei einer Laufzeit bis 3. Juli 2014. Da die Zinsswaps die Voraussetzung für die Bilanzierung einer Sicherungsbeziehung erfüllen, werden diese nach § 254 HGB zusammen mit dem Grundgeschäft als Portfolio-Bewertungseinheit bilanziert. Für einen Teilbetrag der Zinsswaps in Höhe von 260,2 Mio Euro besteht zum 31. Dezember 2011 keine Bewertungseinheit mehr, da aufgrund der teilweisen Tilgung im August 2011 keine entsprechenden variabel verzinslichen Darlehen mehr existieren. Entsprechend wurde in Höhe des negativen Marktwerts der Zinsswaps eine Rückstellung aus drohenden Verlusten in Höhe von 22,8 Mio Euro gebildet.

Die Darlehensverbindlichkeiten betragen zum 31. Dezember 2011 1.339,8 Mio Euro (Vorjahr: 2.286,7 Mio. Euro). Damit sind 100 Prozent (Vorjahr: 77%) der Darlehensverbindlichkeiten durch Zinsswaps abgesichert.

Vorstand und Aufsichtsrat

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG einschließlich ihrer Mitgliedschaft in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien sind am Ende dieses Anhangs aufgeführt.

Hinsichtlich der Angaben zur individuellen Vergütung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats gemäß § 285 Abs. 1 Nr. 9 Buchstabe a Satz 5 bis 8 HGB wird auf die Ausführungen im Vergütungsbericht verwiesen, der Bestandteil des Lageberichts ist.



Die Mitglieder des Vorstands nehmen an einem Aktienoptionsprogramm der ProSiebenSat.1 Media AG (Long Term Incentive Plan – LTIP) teil, das erstmals im Jahr 2005 eingeführt und zuletzt im Jahr 2010 erneuert wurde. Am LTIP 2010 sind die Mitglieder des Vorstands erstmals nicht bezugsberechtigt. Aus diesem Grund wurden in den Geschäftsjahren 2010 und 2011 keine Aktienoptionen an aktive Vorstände ausgegeben. Im Geschäftsjahr 2011 wurden insgesamt 90.000 (Vorjahr: 29.500) Aktienoptionen von den aktiven Mitgliedern des Vorstands ausgeübt. Weitere 440.000 Aktienoptionen wurden den aktiven Mitgliedern des Vorstands im Jahr 2011 gegen Zahlung des inneren Wertes der Aktienoptionen abgekauft. Die im Jahr 2008 ausgegebenen Aktienoptionen können unter Berücksichtigung der jeweiligen Unverfallbarkeit frühestens teilweise seit Juli 2010, die im Jahr 2009 ausgegebenen Aktienoptionen unter Berücksichtigung der jeweiligen Unverfallbarkeit frühestens teilweise seit Juli 2011 ausgeübt werden.

Die Gesellschaft hat den Mitgliedern des Vorstands weder Darlehen gewährt noch für diese Bürgschaften oder Gewährleistungen übernommen.

Die Vergütung der zum 31. Dezember 2011 amtierenden Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt im Berichtsjahr 4.417 Tsd. Euro (Vorjahr: 4.158 Tsd. Euro). In diesen Vergütungen sind variable Bestandteile in Höhe von 1.816 Tsd. Euro (Vorjahr: 1.812 Tsd. Euro) und Nebenleistungen in Höhe von 51 Tsd. Euro (Vorjahr: 46 Tsd. Euro) enthalten.

Im Laufe des Geschäftsjahrs 2011 schieden keine Vorstandsmitglieder aus der Gesellschaft aus. Für im Geschäftsjahr 2010 ausgeschiedene Vorstandsmitglieder fielen im Vorjahr insgesamt Aufwendungen in Höhe von 1.987 Tsd. Euro an.

Für Pensionszusagen an zum 31. Dezember 2011 amtierenden Mitgliedern des Vorstands hat die ProSiebenSat.1 Media AG insgesamt Pensionsrückstellungen in Höhe von 2.235 Tsd. Euro (Vorjahr: 824 Tsd. Euro) gebildet. Für Pensionsverpflichtungen gegenüber ehemaligen Mitgliedern des Vorstands waren zum 31. Dezember 2011 insgesamt 7.816 Tsd. Euro (Vorjahr: 7.722 Tsd. Euro) zurückgestellt.

Der zum 31. Dezember 2011 aufgelaufene Pensionsanspruch beträgt für amtierende Vorstandsmitglieder 128 Tsd. Euro (Vorjahr: 87 Tsd. Euro) pro Jahr. Im Geschäftsjahr 2011



wurden an ausgeschiedene Vorstandsmitglieder 329 Tsd. Euro (Vorjahr: 326 Tsd. Euro) an Pensionszahlungen geleistet. Zur Absicherung dieser Pensionsrückstellungen wurden Fonds dotiert, die nicht als Planvermögen zu klassifizieren sind, weil die Voraussetzungen hierfür nicht erfüllt sind.

Die Leistungen an den Vorstand sind – bis auf die Pensionsansprüche – alle kurzfristig fällig.

Für den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Berichtsjahr Aufwendungen in Höhe von 675 Tsd. Euro (Vorjahr: 697 Tsd. Euro) angefallen. Die Aufsichtsratsmitglieder erhalten eine fixe Vergütung, wobei der Vorsitzende des Aufsichtsrats und sein Stellvertreter jeweils den doppelten Betrag dieser festen Grundvergütung erhalten. Die Mitarbeit in Ausschüssen des Aufsichtsrats wird durch ein gesondertes Sitzungsgeld vergütet, das für jede Teilnahme an einer Ausschusssitzung zu zahlen ist. Ausschussvorsitzende erhalten den doppelten Betrag des Sitzungsgeldes. Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG festgelegt.

Vergütungen und Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Geschäftsjahr 2011 und im Vorjahr nicht gewährt.

Die aktuellen Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten zum Stichtag 31. Dezember 2011 insgesamt unmittelbar 1.189.258 (Vorjahr: 1.098.078) Stück Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Grundkapital von 0,5 Prozent (Vorjahr: 0,5 %).

Nach § 15a Wertpapierhandelsgesetz und nach Abschnitt 6.6 des Deutschen Corporate Governance Kodex müssen die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG Wertpapiergeschäfte mit Bezug auf die ProSiebenSat.1 Aktie melden. Meldepflichtig sind ferner Wertpapiergeschäfte naher Angehöriger. Im Geschäftsjahr 2011 wurden der ProSiebenSat.1 Media AG insgesamt ein Geschäft gemeldet, bei dem ein Mitglied des Vorstands insgesamt 90.000 Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG im Rahmen der Ausübung von Aktienoptionen verkauft hat sowie zwei Geschäfte, bei denen Mitglieder des Aufsichtsrats insgesamt 85.000 Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG gekauft haben.



Diese Geschäfte hat die ProSiebenSat.1 Media AG unverzüglich nach § 15a WpHG auf ihrer Internetseite (www.prosiebensat1.com) bekannt gemacht. Im Vorjahr verkaufte ein Mitglied des damaligen Vorstands 229.500 Vorzugsaktien.

Konzernzugehörigkeit

Unmittelbares Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG ist die Lavena Holding 1 GmbH, München. Oberstes Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG ist die Lavena 1 S.à r.l., Luxemburg, in deren Konzernabschluss sie einbezogen wird. Der Konzernabschluss der Lavena 1 S.à r.l. wird beim elektronischen Bundesanzeiger eingereicht und bekannt gemacht.

Im Geschäftsjahr 2011 erfolgte keine Beteiligungsmeldung.

Unterföhring, 8. März 2012

Der Vorstand



Anteilsbesitzliste nach § 285 Nr.11 HGB der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2011

Name und Sitz der Gesellschaft	Anteils- beziehung	Beteiligung *	Währung **	Eigenkapital in Tausend	Jahresergebnis in Tausend
ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring			EUR	3.908.297,2	1.280.532,8
Deutschland					
9Live Fernsehen GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	520,5	0,0 ¹⁾
ArtMerchandising & Media AG, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	7.245,5	0,0 ¹⁾
Autoplenum GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	255,1	78,7
Covus Games GmbH, Potsdam	indirekt	51,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Fem Media GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	399,8	0,0 ¹⁾
kabel eins Fernsehen GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	82.358,9	0,0 ¹⁾
lokalisten media GmbH, München	indirekt	100,00	EUR	385,8	-627,3
Magic Flight Film GmbH, München	indirekt	100,00	EUR	25,0	0,0 ¹⁾
MAGIC Internet GmbH, Berlin	indirekt	100,00	EUR	-1.558,6	167,9
MAGIC Internet Holding GmbH, Berlin	indirekt	100,00	EUR	2.825,4	0,0 ¹⁾
maxdome GmbH & Co. KG, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	-27.909,7	-13.523,1
maxdome Verwaltungs GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	39,5	4,4
Meteos TV Holding GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	51,8	0,0 ¹⁾
P7S1 Erste SBS Holding GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	1.516.394,4	0,0 ¹⁾
P7S1 Zweite SBS Holding GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	379.055,6	0,0 ¹⁾
Producers at work GmbH, Potsdam	indirekt	74,90	EUR	2.454,5	1.804,5
ProSieben Digital Media GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	6.138,9	0,0 ¹⁾
ProSieben Television GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	450.485,7	0,0 ¹⁾
ProSiebenSat.1 Achte Verwaltungsgesellschaft mbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	26,3	0,0 ¹⁾
ProSiebenSat.1 Applications GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	2.025,0	0,0 ¹⁾
ProSiebenSat.1 Digital GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	50.853,9	0,0 ¹⁾
ProSiebenSat.1 Elfte Verwaltungsgesellschaft mbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	25,0	0,0 ¹⁾
ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	25,0	0,0 ¹⁾
ProSiebenSat.1 Fünfzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	25,0	0,0 ¹⁾
ProSiebenSat.1 Games GmbH, München	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
ProSiebenSat.1 Produktion GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	8.977,7	0,0 ¹⁾
Sugar Ray GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	25,0	0,0 ¹⁾
ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	976.835,3	0,0 ¹⁾
ProSiebenSat.1 Vierzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	25,0	0,0 ¹⁾
ProSiebenSat.1 Welt GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	-233,2	137,6
ProSiebenSat.1 Zehnte Verwaltungsgesellschaft mbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	25,0	0,0 ¹⁾
ProSiebenSat.1 Zwölfte Verwaltungsgesellschaft mbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	25,0	0,0 ¹⁾
PS Event GmbH, Köln	indirekt	67,00	EUR	466,8	281,8
PSH Entertainment GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	2.925,2	0,0 ¹⁾
Red Arrow Entertainment Group GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	1.367,0	0,0 ¹⁾
Redseven Artists & Events GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	192,4	0,0 ¹⁾
RedSeven Entertainment GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	25,0	0,0 ¹⁾
Sat.1 Norddeutschland GmbH, Hannover	indirekt	100,00	EUR	24,9	0,0 ¹⁾
Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	443.610,2	0,0 ¹⁾
Seven Scores Musikverlag GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	26,0	0,0 ¹⁾
SevenEntertainment GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	45,0	0,0 ¹⁾
SevenEntertainment Holding GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	22.144,2	0,0 ¹⁾
SevenOne AdFactory GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	30,0	0,0 ¹⁾
SevenOne Brands GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	5.168,3	0,0 ¹⁾
SevenOne International GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	125,0	0,0 ¹⁾
SevenOne Media GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	5.771,7	0,0 ¹⁾
SevenPictures Film GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	2.268,3	0,0 ¹⁾
SevenSenses GmbH, Unterföhring	direkt	100,00	EUR	25,0	0,0 ¹⁾
SevenVentures GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	25,0	0,0 ¹⁾
Sixx GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	25,0	0,0 ¹⁾
Starwatch Entertainment GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	29,3	0,0 ¹⁾
tv weiss-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH, Unterföhring	indirekt	100,00	EUR	1.027,0	0,0 ¹⁾
wer-weiss-was GmbH, Hamburg	indirekt	100,00	EUR	6.580,7	672,7
Wetter Fernsehen - Meteos GmbH, Singen	indirekt	100,00	EUR	1.377,8	572,1
wetter.com AG, Singen	indirekt	72,97	EUR	3.555,4	2.041,1
Beteiligungen					
AdAudience GmbH, Düsseldorf	indirekt	25,00	EUR	26,9	-748,1
Deutscher Fernsehpreis GmbH, Köln	direkt	25,00	EUR	191,0	26,7
FIRST STEPS - der Deutsche Nachwuchspreis Gesellschaft bürgerlichen Rechts, Berlin	indirekt	25,00	EUR	n/a	n/a ²⁾
Internet Business Cluster GbR, München	indirekt	25,00	EUR	n/a	n/a ²⁾
meetOne GmbH, Hamburg	indirekt	29,00	EUR	n/a	n/a ²⁾
VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH, Berlin	direkt	50,00	EUR	378,3	0,0



Belgien					
Sultan Sushi CVBA, Mechelen	indirekt	98,25	EUR	-187,7	-55,4
Dänemark					
Kommunikationsanpartsselskabet af 2/4 1990, Kopenhagen	indirekt	100,00	DKK	218,7	-24,5
Radio Nova A/S, Kopenhagen	indirekt	80,00	DKK	-39.482,7	-39.557,9
Radioreklame A/S, Kopenhagen	indirekt	100,00	DKK	-16.603,5	933,7
SBS Media A/S, Kopenhagen	indirekt	100,00	DKK	400,0	87.451,0
SBS Radio A/S, Kopenhagen	indirekt	80,00	DKK	-180.786,1	-17.919,0
SBS TV A/S, Kopenhagen	indirekt	100,00	DKK	36.095,0	127.233,0
SNOWMAN PRODUCTIONS ApS, Kopenhagen	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
VOICE TV ApS, Kopenhagen	indirekt	100,00	DKK	6.295,2	466,8
Beteiligung					
FM 6 A/S, Kopenhagen	indirekt	40,00	DKK	500,6	0,6 ³⁾
Finnland					
Miracle Sound Oulu Oy, Oulu	indirekt	100,00	EUR	100,4	47,9
Miracle Sound Oy, Helsinki	indirekt	60,23	EUR	125,6	95,6
Miracle Sound Tampere Oy, Helsinki	indirekt	100,00	EUR	42,3	-34,9
Pro Radio Oy, Helsinki	indirekt	100,00	EUR	-4.214,0	2.161,3
SBS Finland Oy, Helsinki	indirekt	100,00	EUR	-1.289,9	39,2
TV5 Finland Oy, Helsinki	indirekt	100,00	EUR	-20.038,6	-2.397,9
Luxemburg					
European Broadcasting System S.à r.l., Luxemburg	indirekt	100,00	USD	-16.228,2	-24,8
P7S1 Broadcasting S.à r.l., Luxemburg	indirekt	100,00	EUR	1.895.328,3	-39,6
Niederlande					
P7S1 Broadcasting Europe B.V., Amsterdam	indirekt	100,00	EUR	1.210.632,0	-3.224,0
P7S1 Broadcasting Holding I B.V., Amsterdam	indirekt	100,00	EUR	803.263,0	-12.665,0
P7S1 Broadcasting Holding II B.V., Amsterdam	indirekt	100,00	EUR	978.310,0	13.176,0
P7S1 Finance B.V., Amsterdam	indirekt	100,00	EUR	960.314,0	95.305,0
P7S1 Nederland B.V., Amsterdam	indirekt	100,00	EUR	191.602,0	666,0
Stichting Administratiekantoor Melida (in Liquidation), Amsterdam	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Sultan Sushi B.V., Amsterdam	indirekt	100,00	EUR	10,5	-7,5 ⁴⁾
Norwegen					
SBS Norge AS, Oslo	indirekt	100,00	NOK	472.856,0	720,3
SBS Radio Norge AS, Oslo	indirekt	100,00	NOK	64.891,8	-11.229,3
THE VOICE TV NORGE AS, Oslo	indirekt	100,00	NOK	416,4	-476,9
TV Norge AS, Oslo	indirekt	100,00	NOK	204.927,7	90.810,0
Österreich					
ProSieben Austria GmbH, Wien	indirekt	100,00	EUR	24,3	2,7
Puls 4 TV GmbH, Wien	indirekt	100,00	EUR	17,3	-0,9
PULS 4 TV GmbH & Co. KG, Wien	indirekt	100,00	EUR	2.606,2	0,0 ¹⁾
SAT.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H, Wien	indirekt	51,00	EUR	7.621,6	7.292,5
SevenOne Media Austria GmbH, Wien	indirekt	100,00	EUR	19.463,3	18.447,8
Republik Moldau					
ICS SBS Broadcasting S.R.L., Kischinau	indirekt	100,00	MDL	671,2	2,6



Rumänien					
MyVideo Broadband S.R.L., Bukarest	indirekt	100,00	RON	1.079,1	6.023,9
S.C. Media Group Services International S.R.L., Bukarest	indirekt	100,00	RON	50.228,8	4.687,0
S.C. Prime Time Productions S.R.L., Bukarest	indirekt	100,00	RON	471,3	78,2
S.C. SBS Broadcasting Media S.R.L., Bukarest	indirekt	100,00	RON	-173.180,7	-61.680,1
Beteiligung					
S.C. Canet Radio S.R.L., Bukarest	indirekt	20,00	RON	1.369,5	790,1
Schweden					
E-FM Sverige AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	2.100,0	53,1
Eskilstuna SBS Radio AB, Stockholm	indirekt	70,00	SEK	1.247,8	1.147,8 ⁵⁾
Euradio i Sverige AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	151,0	-0,6
Hard Hat AB, Stockholm	indirekt	90,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
LOVESEARCH DP AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	1.527,8	910,0
Mix Megapol.se AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	479,3	-0,6
Radio City AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	5.100,3	129,8
Radio Daltid SBS AB, Stockholm	indirekt	51,00	SEK	3.873,7	3.613,9
Radio Match AB, Jönköping	indirekt	100,00	SEK	22.370,2	680,2
Radioutveckling i Sverige KB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	798,1	-17,0
RIS Vinyl Skåne AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	88,3	-0,2
Rockklassiker Sverige AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	2.100,0	53,1
SBS Broadcasting (Sweden) AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	573.466,0	52.415,0
SBS Media Group Sweden Filial, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	-3.699.852,0	223.531,0
SBS Radio AB, Stockholm	indirekt	79,98	SEK	349.989,0	38.258,7
SBS Radio HNV AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	3.428,2	-3.709,3
SBS Radio Sweden AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	21.197,8	253,8
SBS Radio Sweden Holding AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	486,7	-12,0
SBS TV AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	7.235,0	248.449,0
SBS TV Sweden Holding AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	1.308.031,0	22.940,0
Snowman Productions AB, Stockholm	indirekt	67,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
SRU Svensk Radioutveckling AB, Stockholm	indirekt	77,60	SEK	188,9	4,9
Svensk Radioutveckling KB, Stockholm	indirekt	88,00	SEK	802,0	-12,0
Vinyl AB, Stockholm	indirekt	100,00	SEK	15.500,3	805,9
Beteiligungen					
Mediamätning i Skandinavien MMS AB, Stockholm	indirekt	24,02	SEK	21.011,4	-221,7
Ostersjöns Reklamradio AB, Visby	indirekt	40,00	SEK	59,0	-118,0
Schweiz					
ProSieben (Schweiz) AG, Küsnacht (ZH)	indirekt	100,00	CHF	283,1	122,7
Sat.1 (Schweiz) AG, Zürich	indirekt	60,00	CHF	4.122,3	2.913,7
SevenOne Media (Schweiz) AG, Küsnacht (ZH)	indirekt	100,00	CHF	8.451,9	7.614,0
Beteiligung					
Goldbach Media (Switzerland) AG, Küsnacht	indirekt	22,96	CHF	18.266,3	17.641,6
Tschechische Republik					
Merchandising Prague s.p., Prag	indirekt	100,00	CZK	2.175,0	40,7
Türkei					
Anadolu Televizyon Ve Radyo Yayincilik Ve Ticaret Anonim Sirketi, Istanbul	indirekt	99,50	TRY	-15,7	-7,5
Ungarn					
INTERAKTIV Televiziós Műsorkészítő Kft., Budapest	indirekt	100,00	HUF	306.931,0	83.474,0
INTERAKTIV-FICTION Műsorkészítő és Filmgyártó Kft., Budapest	indirekt	100,00	HUF	7.027,0	-1.385,0
MTM Produkció Műsorgyártó és Filmforgalmazó Kft., Budapest	indirekt	100,00	HUF	37.041,0	23.403,0
MTM-SBS Televízió Zrt., Budapest	indirekt	97,51	HUF	12.468.038,0	-2.263.860,0



Vereinigtes Königreich

European Radio Investments Ltd., London	indirekt	100,00	EUR	36.954,7	-13,1 ⁶⁾
Kanal 5 Ltd. (in Liquidation), London	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Mob Film Holdings Ltd., Beckenham	indirekt	51,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Mob Towers Ltd., Beckenham	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Pet Assassin Ltd., Beckenham	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Red Arrow Entertainment Ltd., London	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Romanian Broadcasting Corporation Ltd., London	indirekt	100,00	EUR	3.416,3	13,3 ⁶⁾
SBS Broadcasting (UK) Ltd., London	indirekt	100,00	EUR	34.375,9	-15.723,0
SBS Broadcasting Networks Ltd., London	indirekt	100,00	GBP	30.586,4	8.451,0
SBS Danish Television Ltd. (in Liquidation), London	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Scandinavian Broadcasting System (Jersey) Ltd., Jersey - Channel Islands	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a
The London Clacks Company Ltd., Beckenham	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
The Mob Film Company (Alloway) Ltd., Glasgow	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
The Mob Film Company (Liverpool) Ltd., Beckenham	indirekt	75,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
The Mob Film Company (North) Ltd., Beckenham	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
The Mob Film Company (TV) Ltd., Beckenham	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
The Mob Film Company Ltd., Beckenham	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
VT4 Ltd., London	indirekt	100,00	EUR	0,1	0,0

Vereinigte Staaten von Amerika

Digital Demand LLC, Santa Monica	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Kinetic Content LLC, Santa Monica	indirekt	51,00	USD	3.971,0	-2.181,5
Kinetic Content Publishing LLC, Santa Monica	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Kinetic Music Publishing LLC, Santa Monica	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Kinetic Operations LLC, Santa Monica	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Kinpro LLC, Santa Monica	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Moving TV LLC, Santa Monica	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
Production Connection LLC, Santa Monica	indirekt	100,00	n/a	n/a	n/a ²⁾
SevenOne International, Inc., Santa Monica	indirekt	100,00	USD	598,7	-1.401,3
Fuse Entertainment 2.0, LLC, Los Angeles	indirekt	51,00	n/a	n/a	n/a ²⁾

Beteiligung

ZeniMax Media Inc., Rockville	indirekt	6,90	USD	438.661,6	-5.134,1
-------------------------------	----------	------	-----	-----------	----------

Soweit nicht anders angegeben sind die Werte zu Eigenkapital und Jahresergebnis dem letzten vorliegenden, festgestellten Jahresabschluss (Geschäftsjahr 1. Januar bis zum 31. Dezember 2010) entnommen.

* Die Höhe des Anteilsbesitzes gibt die direkte Beteiligungshöhe des unmittelbaren Anteilseigners bzw. der unmittelbaren Anteilseigner an.

** Folgende Umrechnungskurse sind für die angegebenen Werte zu Eigenkapital und Jahresergebnis maßgeblich:

1 Euro entspricht	Stichtagskurs 31.12.2010	Durchschnittskurs 2010	
BGN	1,96	1,96	Bulgarien
CHF	1,25	1,38	Schweiz
CZK	25,25	25,27	Tschechien
DKK	7,45	7,45	Dänemark
GBP	0,86	0,86	Vereinigtes Königreich
HUF	277,84	275,53	Ungarn
MDL	15,81	16,16	Moldawien (Republik Moldau)
NOK	7,81	8,01	Norwegen
RON	4,28	4,21	Rumänien
SEK	8,98	9,54	Schweden
TRY	2,06	2,00	Türkei
USD	1,34	1,33	Vereinigte Staaten von Amerika

Erläuterungen zu den Fußnoten

- ¹⁾ Ergebnis nach Ergebnisabführungsvertrag
- ²⁾ Keine Angaben verfügbar, Unternehmen erst 2010 gegründet oder erworben bzw. in Liquidation
- ³⁾ Geschäftsjahr vom 7. Mai 2010 bis 31. Dezember 2010
- ⁴⁾ Geschäftsjahr vom 23. Juni 2010 bis 31. Dezember 2010
- ⁵⁾ Geschäftsjahr vom 16. Dezember 2009 bis 31. Dezember 2010
- ⁶⁾ Geschäftsjahr vom 1. Januar 2010 bis zum 31. März 2011



Mitglieder des Vorstands

Thomas Ebeling CEO	Vorstandsvorsitzender (CEO) seit 1. März 2009	Vorstandsbereiche: Group Content, International Free TV, Radio, Sales & Marketing, Human Resources, Corporate Communications
Axel Salzmann CFO	Vorstandsmitglied seit 1. Mai 2008, CFO seit Juli 2008	Vorstandsbereiche: Group Operations & IT, Group Controlling, Group Finance & Investor Relations, Accounting & Taxes, Internal Audit und Administration
Andreas Bartl	Vorstandsmitglied bis 29. Februar 2012	Vorstandsbereich: Fernsehen Deutschland (SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx)
Conrad Albert	Vorstandsmitglied seit Oktober 2011	Vorstandsbereiche: Legal, Distribution & Regulatory Affairs, Legal Affairs Operational Business, Corporate Law, Mergers & Acquisitions und Shareholder & Boards Management
Dr. Christian Wegner	Vorstandsmitglied seit Oktober 2011	Vorstandsbereiche: Digital & Diversification, New Media, Pay-TV, Music & Commerce und Strategy & Operations

Mitglieder des Aufsichtsrats

Götz Mauser, Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Permira Beteiligungsberatung GmbH (Partner)	Mandate: keine
Johannes Peter Huth, Stellvertretender Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (Partner)	Mandate: KION Holding 1 GmbH (non-executive) KKR & Co. Ltd. (executive) KKR & Co. SAS (executive) NXP BV (non-executive) Bertelsmann Music Group (non-executive) Versatel AG (non-executive) Wild Flavours GmbH (non-executive)
Robin Bell-Jones	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Permira Advisers LLP (Partner)	Mandate: All3Media Holdings Ltd. (non-executive)
Gregory Dyke	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. Mai 2004 Ambassador Theatre Group (Company Chairman)	Mandate: World Film Collective (non-executive) Brentford FC (Lionel Road) Ltd. (non-executive) Brentford Football Club (non-executive) Ducks Walk Management Company Ltd. (non-executive) Sunshine Holdings 3 Ltd. (non-executive) DGCC Ltd. (non-executive) Vine Leisure Ltd. (non-executive) Vine Developments Ltd. (non-executive) Dummer Golf Ltd. (non-executive) The Ambassador Entertainment Group Ltd. (non-executive) Ford Reisinger Developments Ltd. (non-executive)
Philipp Freise	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (Director)	Mandate: BMG Rights Management GmbH (non-executive)
Lord Clive Hollick	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Company Director	Mandate: Honeywell Inc. (non-executive) BMG Music Rights Management AG (non-executive)
Dr. Jörg Rockenhäuser	Mitglied des Aufsichtsrats seit 4. Juni 2009 Permira Beteiligungsberatung GmbH (Managing Partner)	Mandate: Member of Permira Investment Committee (executive) Executive Group of Permira (executive) Board member of Permira Holdings Limited (executive), Permira Holdings Limited, Guernsey Board member of Permira Asesores (non-executive), Permira Asesores, S.L. AmCham Board of Directors (non-executive), American Chamber of Commerce in Germany e.V. Netafim Board of Directors (non-executive), Netafim Limited
Herman M.P. van Campenhout	Mitglied des Aufsichtsrats seit 1. Juli 2011 Telegraaf Media Group N.V. (Vorstandsvorsitzender)	Mandate: keine
Adrianus Johannes Swartjes	Mitglied des Aufsichtsrats bis 1. Juli 2011 Telegraaf Media Group N.V. (ehem. Vorstandsvorsitzender)	Mandate: Koninklijke Boom-Uitgevers B.V. (non-executive)
Prof. Dr. Harald Wiedmann	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Gleiss Lutz Hootz Hirsch Partnerschaftsgesellschaft von Rechtsanwälten und Steuerberatern (Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Rechtsanwalt)	Mandate: Joh. Berenberg Gossler & Co. KG (non-executive) Praktiker Baumärkte Holding AG (non-executive) Prime Office REIT-AG (non-executive) Merz GmbH & Co. KGaA (non-executive) FMS Wertmanagement AG (non-executive)



ProSiebenSat.1 Media Aktiengesellschaft, Unterföhring

Anlagenpiegel in Euro	Anschaffungskosten				
	Stand	Zugänge	Umbuchungen	Abgänge	Stand
	01.01.2011				31.12.2011
Immaterielle Vermögensgegenstände					
1. Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	7.172.361,77	861.404,04	596.909,83	0,00	8.630.675,64
2. Geleistete Anzahlungen	965.474,32	252.488,29	-596.909,83	0,00	621.052,78
	8.137.836,09	1.113.892,33	0,00	0,00	9.251.728,42
Sachanlagen					
1. Bauten auf fremden Grundstücken	72.185.990,06	422.156,46	0,00	3.567.074,60	69.041.071,92
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	10.722.682,34	679.179,09	0,00	17.492,69	11.384.368,74
3. Geleistete Anzahlungen	1.313.021,46	3.732.309,46	0,00	0,00	5.045.330,92
	84.221.693,86	4.833.645,01	0,00	3.584.567,29	85.470.771,58
Finanzanlagen					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	6.023.403.058,92	0,00	0,00	26.000,00	6.023.377.058,92
2. Beteiligungen	616.792,81	0,00	0,00	0,00	616.792,81
3. Wertpapiere des Anlagevermögens	8.692.070,21	1.736.733,35	0,00	0,00	10.428.803,56
4. Sonstige Ausleihungen	11.460.896,87	956.606,65	0,00	0,00	12.417.503,52
	6.044.172.818,81	2.693.340,00	0,00	26.000,00	6.046.840.158,81
Gesamt	6.136.532.348,76	8.640.877,34	0,00	3.610.567,29	6.141.562.658,81



ProSiebenSat.1 Media Aktiengesellschaft, Unterföhring

Anlagenpiegel in Euro	kumulierte Abschreibungen				Restbuchwerte	
	Stand	Zugänge	Abgänge	Stand	Stand	Stand
	01.01.2011			31.12.2011	31.12.2011	31.12.2010
Immaterielle Vermögensgegenstände						
1. Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	6.332.349,77	625.691,87	0,00	6.958.041,64	1.672.634,00	840.012,00
2. Geleistete Anzahlungen	0,00	0,00	0,00	0,00	621.052,78	965.474,32
	6.332.349,77	625.691,87	0,00	6.958.041,64	2.293.686,78	1.805.486,32
Sachanlagen						
1. Bauten auf fremden Grundstücken	43.101.244,55	3.216.578,46	3.538.394,60	42.779.428,41	26.261.643,51	29.084.745,51
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	7.505.334,84	864.627,58	15.377,69	8.354.584,73	3.029.784,01	3.217.347,50
3. Geleistete Anzahlungen	0,00	0,00	0,00	0,00	5.045.330,92	1.313.021,46
	50.606.579,39	4.081.206,04	3.553.772,29	51.134.013,14	34.336.758,44	33.615.114,47
Finanzanlagen						
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	160.526.999,00	84.549.999,00	0,00	245.076.998,00	5.778.300.060,92	5.862.876.059,92
2. Beteiligungen	420.021,01	0,00	0,00	420.021,01	196.771,80	196.771,80
3. Wertpapiere des Anlagevermögens	1.011.463,97	235.702,73	0,00	1.247.166,70	9.181.636,86	7.680.606,24
4. Sonstige Ausleihungen	0,00	0,00	0,00	0,00	12.417.503,52	11.460.896,87
	161.958.483,98	84.785.701,73	0,00	246.744.185,71	5.800.095.973,10	5.882.214.334,83
Gesamt	218.897.413,14	89.492.599,64	3.553.772,29	304.836.240,49	5.836.726.418,32	5.917.634.935,62



Erklärung des Vorstands

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

Unterföhring, den 8. März 2012

Thomas Ebeling (CEO)

Axel Salzmann (CFO)

Conrad Albert (Legal, Distribution & Regulatory Affairs)

Dr. Christian Wegner (New Media & Diversification)



Bestätigungsvermerk

Wir haben den Jahresabschluss --bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang-- unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2011 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

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

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.



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

München, den 08. März 2012

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Pastor
Wirtschaftsprüfer

Dr. Dauner
Wirtschaftsprüfer



Impressum

Kontakte

Presse

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

Investor Relations

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

Herausgeber

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

Inhalt und Gestaltung

ProSiebenSat.1 Media AG
Corporate Communications

häfelinger+wagner
design gmbh

DIE PROSIEBENSAT.1 GROUP IM INTERNET

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

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



FINANZKALENDER

01.03.2012	Pressekonferenz/IR -Konferenz anlässlich der vorläufigen Zahlen 2011 Pressemitteilung, Pressekonferenz in München, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren
30.03.2012	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2011
10.05.2012	Veröffentlichung des Quartalsberichts Q1 2012 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten, Webcast
15.05.2012	Ordentliche Hauptversammlung 2012
16.05.2012	Dividendenzahlung
02.08.2012	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2012 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten, Webcast
08.11.2012	Veröffentlichung des Quartalsberichts Q3 2012 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten, Webcast
