



# ProSiebenSat.1 Media SE

Jahresabschluss zum 31. Dezember 2019 und Lagebericht



## **INHALT**

<b>LAGEBERICHT DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE</b>	<b>3</b>
<b>BILANZ</b>	<b>87</b>
<b>GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG</b>	<b>90</b>
<b>ANHANG</b>	<b>92</b>
<b>VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER</b>	<b>121</b>
<b>BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS</b>	<b>122</b>
<b>IMPRESSUM</b>	<b>128</b>



# Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2019

---

## DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die ProSiebenSat.1 Media SE mit Sitz in Unterföhring ist eine geschäftsleitende Holding mit eigenen operativen Geschäften. Sie erzielt insbesondere Umsatzerlöse aus konzerninternem Leistungsaustausch sowie aus dem Verkauf von Programmnebenrechten. Ihr obliegen Leitungsfunktionen wie die Unternehmensstrategie und das Risikomanagement für den ProSiebenSat.1-Konzern, Aufgaben der Beteiligungsverwaltung, der zentralen Finanzierung sowie andere Dienstleistungsfunktionen.

Die ProSiebenSat.1 Media SE steuert die von ihr direkt gehaltenen wesentlichen operativen Beteiligungen an der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH, Unterföhring, ProSiebenSat.1 Entertainment GmbH, Unterföhring, NCG-NUCOM Group SE, Unterföhring, und Red Arrow Studios GmbH, Unterföhring sowie indirekt die von diesen Gesellschaften gehaltenen Beteiligungen. Von diesen Beteiligungen erhält die ProSiebenSat.1 Media SE Beteiligungsergebnisse in Form von Ergebnisabführungen und Verlustübernahmen oder Ausschüttungen. Die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Media SE ist insbesondere durch dieses Beteiligungsergebnis und damit wesentlich durch die Geschäftsentwicklung des gesamten ProSiebenSat.1 Konzerns geprägt. Daher wird im Folgenden insbesondere auf die Konzern-tätigkeit eingegangen.

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB ist auf der Homepage der Gesellschaft (<https://www.prosiebensat1.de/investor-relations/corporate-governance/erklaerung-zur-unternehmensfuehrung>) veröffentlicht sowie im Geschäftsbericht 2019 (<https://www.prosiebensat1.de/investor-relations/publikationen/geschaeftsbericht>) einsehbar.

## GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND SEGMENTE

Die wirtschaftliche Lage der ProSiebenSat.1 Media SE als oberste Holdinggesellschaft des Konzerns ist maßgeblich durch die nachfolgend beschriebenen Konzernaktivitäten geprägt.

### Unternehmensprofil und Marktposition

Die ProSiebenSat.1 Group vereint im Zuschauer- und Werbemarkt führende Entertainment-Marken mit einem internationalen Produktionsgeschäft sowie einem stark wachsenden Commerce-Portfolio unter einem Dach und zählt so zu einem der diversifiziertesten Medienunternehmen in Europa. Unser Ziel ist es, Zuschauern und Nutzern Unterhaltung auf allen Bildschirmen zu bieten – mit den passenden Angeboten zur richtigen Zeit und ortsunabhängig. Die Digitalisierung beeinflusst und erweitert jedoch nicht nur die Möglichkeiten der Bewegtbild-Nutzung auf unterschiedlichen Endgeräten, sie hat auch das gesamte Konsumverhalten verändert. Deshalb hat die ProSiebenSat.1 Group in den vergangenen Jahren in führende digitale Handelsplattformen investiert, die für die Vermarktung auf unseren TV-Sendern sowie Online-Plattformen geeignet sind und unser Portfolio synergetisch erweitern. Schon heute sind wir in Deutschland sowohl im klassischen TV-Werbegeschäft als auch im Internet der führende Bewegtbild-Vermarkter, die Nummer 1 im TV-Zuschauermarkt und einer der erfolgreichsten Anbieter für digitales Entertainment im deutschsprachigen Europa. Auf dieser Basis investiert die ProSiebenSat.1 Group gezielt in die Zukunft ihres Geschäfts mit dem Ziel, ihre Marktposition nachhaltig und langfristig zu stärken.

Größter Umsatzmarkt der ProSiebenSat.1 Group ist Deutschland, dort ist auch der Hauptsitz. Zudem betreibt der Konzern TV-Sender in Österreich und der Schweiz. Eine Übersicht des Produktions- und Commerce-Geschäfts mit allen relevanten Absatzmärkten und Standorten findet sich im Markenportfolio.



---

## Segmente und Markenportfolio

Die ProSiebenSat.1 Group treibt die digitale Transformation konzernweit voran. Dazu erweitert der Konzern sein TV-Geschäft um digitale Unterhaltungsangebote und diversifiziert sein Portfolio mit Commerce-Unternehmen, die das Entertainment-Geschäft wertsteigernd ergänzen. Teil dieser Strategie ist außerdem die Verzahnung der Geschäftsbereiche innerhalb des Konzerns.

**Segment Entertainment:** Mit unseren 15 Free- und Pay-TV Sendern können wir über 45 Mio TV-Haushalte in Deutschland, Österreich und der Schweiz erreichen. Allein in Deutschland sprechen wir mit unseren TV-Angeboten mehr als 60 Mio Menschen monatlich an. Zugleich verfügt der Konzern mit seinen vermarkteten Online-Angeboten über eine monatliche Reichweite von rund 36 Mio Unique Usern.

Shows wie „Germany's next Topmodel“ und „The Masked Singer“ sind Erfolgsformate, mit denen wir Zuschauer im TV wie auch über digitale Plattformen begeistern. Gleichzeitig investiert das Unternehmen in die Bereiche AdTech und Data, um durch innovative, datengetriebene Angebote zusätzliche Umsätze zu erschließen und Werbung immer passgenauer aussteuern zu können. Damit bietet die ProSiebenSat.1 Group der Werbewirtschaft einen Mehrwert. Die beiden Vermarktungstöchter SevenOne Media GmbH („SevenOne Media“) und SevenOne AdFactory GmbH („SevenOne AdFactory“) begleiten Werbekunden und Agenturen von der Ideenfindung über die Konzeption bis zur plattformübergreifenden Umsetzung im TV, online und über Mobile Devices. In seinem Entertainment-Segment bündelt der Konzern entsprechend die Bereiche Content, digitale Plattform-Geschäfte und Monetarisierung unter einem Dach.

Die Joyn GmbH („Joyn“), vormals 7TV Joint Venture GmbH, ist ein Gemeinschaftsunternehmen der ProSiebenSat.1 Group mit Discovery Communications Europe Ltd., London, Vereinigtes Königreich („Discovery“), an dem der Konzern eine Beteiligung in Höhe von 50,0 Prozent (Vorjahr: 50,0%) hält. Joyn ist eine senderübergreifende Entertainment-Streaming-Plattform, die die Inhalte der Free-TV-Sender von ProSiebenSat.1 und Discovery sowie weiteren Content-Partnern auf einer Plattform sowie einer App bündelt. Insgesamt können die Nutzer über 60 Free-TV-Sender im Live-stream sehen sowie auf eine Mediathek und zahlreiche eigenproduzierte Inhalte zugreifen. Neben dem kostenlosen, werbefinanzierten Angebot, das im Juni 2019 gestartet ist, ist seit November 2019 das Premium-Angebot Joyn PLUS+ verfügbar. Dort finden Abonnenten Live-TV-Sender in HD, zahlreiche exklusive Serien sowie Filme und Serien der Online-Videothek maxdome. Ziel ist es, eine umfassende lokale OTT-Plattform senderübergreifender Inhalte zu schaffen.

**Segment Content Production & Global Sales:** In diesem Segment kombiniert die ProSiebenSat.1 Group das internationale TV-Produktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios GmbH („Red Arrow Studios“) mit dem globalen Digital-Studio Studio71. Über Studio71 hat der Konzern direkten Zugang zu Talenten und Plattformen. Dies ist ein wichtiger Wettbewerbsvorteil im Digitalsektor und kann so die wachsende Nachfrage nach Inhalten für unterschiedlichste digitale Kanäle bedienen. Im Jahr 2019 erzielte Studio71 durchschnittlich 9,9 Mrd Video Views im Monat.

Sendungen wie „Bosch“, „The Weekly“, „Hochzeit auf den ersten Blick“ und „Germany's next Topmodel“ sind Beispiele für erfolgreiche Produktionen aus dem Hause Red Arrow Studios. Besonders wichtig ist die enge Zusammenarbeit zwischen dem lokalen Produktionsgeschäft der Redseven Entertainment GmbH („Redseven“) und dem Entertainment-Segment des Konzerns. Auf diese Weise konnte die ProSiebenSat.1 Group 2019 den lokalen Programmanteil auf den eigenen Sendern bereits deutlich steigern und die Synergien zwischen den Geschäftsbereichen stärken.

2019 hat die ProSiebenSat.1 Group einen strategischen Review für Red Arrow Studios angestoßen und prüft Optionen für Partnerschaften oder einen Verkauf des internationalen Produktionsgeschäfts. Redseven und Studio71 sind von dieser Überprüfung ausgeschlossen.



**Segment Commerce:** Das Commerce-Geschäft bündelt der Konzern in der NCG-NUCOM GROUPSE („NuCom Group“). Dazu gehören marktführende und überwiegend digitale Handelsplattformen aus den Bereichen Consumer Advice (u. a. Verivox, be Around), Matchmaking (Parship Group), Experience (Jochen Schweizer mydays Group) sowie Beauty & Lifestyle (u. a. Flaconi).

**STRATEGISCHES MARKENPORTFOLIO DER PROSIEBENSAT.1 GROUP**





---

Die Commerce-Säule ist ein wichtiger Wachstumstreiber des Konzerns und leistet damit einen wesentlichen Beitrag zum Ausbau der digitalen Erlösquellen. Durch Werbung auf unseren Sendern stärken wir die Commerce-Marken, gleichzeitig generieren die Handelsplattformen Kundeninformationen für zielgruppengenaue Werbeprodukte auf unseren Kanälen.

Ein wichtiger Schritt, die Transformation der gesamten Gruppe weiter voranzutreiben, ist die Implementierung einer eigenständigeren Entertainment-Organisation. Daher wurde im Herbst 2019 entschieden, die bisher mit dem Entertainment-Geschäft eng verbundene operative Holding in eine strategische Holding umzuwandeln und diese ab dem 1. Januar 2020 getrennt vom Entertainment-Segment auszuweisen. Die strategische Holding fokussiert sich verstärkt auf strategische Steuerung und Ausrichtung, Steuerung der strategischen Kernprojekte und -maßnahmen, Governance und Kapitalallokation. Rein operative Bereiche, die bislang noch der Holding zugeordnet waren, gehören seither zu den entsprechenden Segmenten. Support-Funktionen sind im Center of Excellence und Shared Service Center gebündelt und unterliegen der Steuerung der Holding, um Effizienz und Kundennähe zu erhöhen. Insgesamt erwartet das Unternehmen, so flexibler und schneller auf Marktherausforderungen zu reagieren und zukünftiges Wachstum besser vorantreiben zu können.

## **UNTERNEHMENSSTRUKTUR UND BETEILIGUNGEN**

Die wirtschaftliche Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group wird maßgeblich durch die unmittelbar und mittelbar gehaltenen Tochtergesellschaften bestimmt. Konzernobergesellschaft ist die ProSiebenSat.1 Media SE. In dieser Funktion zählen unter anderem die zentrale Finanzierung, das konzernweite Risikomanagement sowie die Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie zu ihren Aufgaben.

Der Konzern hat ein integriertes Portfolio, das sich auch in der Beteiligungsstruktur widerspiegelt. So gehören der ProSiebenSat.1 Media SE unter anderem 100,0 Prozent der Anteile an der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH. Unter ihrem Dach sind die Free-TV-Sender der ProSiebenSat.1 Group sowie die Pay-TV-Kanäle (ProSiebenSat.1 PayTV GmbH) gebündelt. Auch an den Vermarktungsunternehmen SevenOne Media und SevenOne AdFactory ist die ProSiebenSat.1 Media SE mittelbar zu 100,0 Prozent beteiligt. Dadurch ergeben sich Vorteile hinsichtlich der Programmierung der Sender sowie der Vermarktung von Werbezeiten. Zu Red Arrow Studios als 100-prozentigem Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE gehören sowohl die globalen Film- und TV-Vertriebshäuser als auch die internationalen Fernsehproduktionen.

Zum 31. Dezember 2019 war die General Atlantic PD GmbH („General Atlantic“) mit 28,4 Prozent an der NuCom Group beteiligt.



---

# STRATEGIE UND STEUERUNGSSYSTEM

## STRATEGIE UND ZIELE

Unsere Branche zeichnet sich durch permanente Veränderung aus: Die digitale Entwicklung und die wachsende Bedeutung des Internets haben das Konsumverhalten verändert. Geschäftsmodelle stehen auf dem Prüfstand und immer neue Möglichkeiten der Zielgruppenansprache ergeben sich. Dies gilt auch für die Mediennutzung. Um diese Chancen zu nutzen und den digitalen Wandel aktiv voranzutreiben, haben wir unsere Konzernstrategie 2018 weiterentwickelt und ihre Umsetzung 2019 vorangetrieben. Dazu fokussieren wir uns in jedem Segment auf klare Prioritäten:

So stärken wir insbesondere unser Angebot an lokalen Programminhalten, bauen unsere digitale Reichweite sowie unser digitales und smartes Werbegeschäft aus und diversifizieren unser Geschäft weiter durch das Wachstum der NuCom Group. Gleichzeitig nutzt der Konzern verstärkt Synergien innerhalb der Gruppe und vernetzt dafür seine Geschäftsbereiche miteinander. Ziel ist es, durch Investitionen in die Zukunft des Unternehmens die Wettbewerbsfähigkeit weiter zu verbessern und das Umsatz- und Ergebniswachstum mittelfristig zu beschleunigen.

Um die Organisation dabei noch agiler aufzustellen, etabliert der Konzern eine neue und eigenständigere Entertainment-Organisation, in der die Content-Bereiche, die digitalen Plattform-Geschäfte und deren Monetarisierung noch enger miteinander verzahnt werden. Durch die Bündelung unserer Marktexpertise können wir unseren Zuschauern bzw. unseren Nutzern unterhaltsame und relevante Inhalte bieten, die diese plattformunabhängig konsumieren können. Gleiches gilt für Werbekunden, für die wir Vermarktungsinnovationen auf allen Kanälen schaffen und Werbung durch datenbasierte Angebote noch passgenauer adressieren.

## PLANUNG UND STEUERUNG

Steuerungsgröße für die ProSiebenSat.1 Media SE als Konzernobergesellschaft ist der handelsrechtliche Bilanzgewinn. Insbesondere durch das Beteiligungsergebnis in Form von Gewinnabführungen und Ausschüttungen von verbundenen Unternehmen soll die Umsetzung der langfristigen Dividendenpolitik sichergestellt werden. Daher ist die Steuerung des gesamten Konzerns wesentlich für die ProSiebenSat.1 Media SE.

Der Bilanzgewinn und das entsprechende Beteiligungsergebnis hängen im Wesentlichen von der wirtschaftlichen Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group ab. Das kennzahlenbasierte Steuerungssystem der ProSiebenSat.1 Group bildet daher auch die Grundlage für alle wirtschaftlichen und strategischen Entscheidungen der ProSiebenSat.1 Media SE. Die unternehmensspezifischen Leistungsindikatoren ergeben sich aus der Konzernstrategie und umfassen sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Aspekte. Ihre Planung und Steuerung erfolgt zentral über den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Der Planungs- und Steuerungsprozess wird durch die Überwachung der Kennzahlen auf Basis regelmäßig aktualisierter Daten ergänzt. Dazu zählt auch die Beurteilung von Entwicklungen im Rahmen des Chancen- und Risikomanagements.

## Unternehmensinternes Steuerungssystem

Die für die ProSiebenSat.1 Group spezifischen Leistungsindikatoren orientieren sich an den Interessen der Kapitalgeber und umfassen neben Aspekten einer ganzheitlichen Umsatz- und Ergebnissteuerung auch die Finanzplanung.

### ÜBERSICHT BEDEUTSAMSTE LEISTUNGSINDIKATOREN ZUM 31. DEZEMBER 2019

#### BEDEUTSAMSTE NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Segment Entertainment  
– Zuschauermarktanteile

#### BEDEUTSAMSTE FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Konzern  
– Umsatzerlöse  
– Adjusted EBITDA  
– Adjusted net income  
– Verschuldungsgrad  
– Free Cashflow vor M&A

#### Segmente

– Externe Umsatzerlöse  
– Adjusted EBITDA

- **Bedeutksamste nichtfinanzielle Leistungsindikatoren:** Die Entwicklung der Zuschauermarktanteile ist ein wichtiges Kriterium bei der Programm- und Mediaplanung im werbefinanzierten TV-Geschäft. Zudem dienen die Daten als Richtwert für die Kalkulation von Werbezeitenpreisen, da sie aussagen, wie viele potenzielle Kunden eine Sendung erreicht. TV-Nutzungsdaten werden in Deutschland im Auftrag der AGF Videoforschung GmbH („AGF“) von der GfK Fernsehforschung erhoben. Die ProSiebenSat.1 Group wertet die von den Instituten empirisch erhobenen Zuschauerquoten täglich aus. Neben diesen Daten zu linearem TV-Konsum analysieren wir zusätzlich digitale Reichweitenkennzahlen sowie KPIs zu unseren datenbasierten Geschäftsmodellen.
- **Bedeutksamste finanzielle Leistungsindikatoren:** Die zentralen Kennzahlen zur Profitabilitätssteuerung sind die Umsatzerlöse, das adjusted EBITDA und das adjusted net income. Die Ertragskennzahl adjusted EBITDA steht für das bereinigte Betriebsergebnis (Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen). Sondereffekte wie beispielsweise M&A-bezogene Aufwendungen, Reorganisationsaufwendungen und Aufwendungen aus Rechtsstreitigkeiten, werden nicht berücksichtigt, sodass diese Kennzahl für den Vorstand als Hauptentscheidungsträger zur Beurteilung der operativen Ertragskraft des Konzerns bzw. der Segmente dient. Das adjusted net income ist das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende bereinigte Konzernergebnis und bietet einen geeigneten Anhaltspunkt für die Dividendenbemessung. Neben Anpassungen aus dem adjusted EBITDA werden hier insbesondere Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen und weitere Sondereffekte bei der Berechnung bereinigt.



Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern und einen Mehrjahresvergleich erschweren. Daher stellen bereinigte Ergebnisgrößen geeignete Performance-Maße mit Blick auf die nachhaltige Ertragskraft dar. Die Betrachtung unbereinigter Ertragskennzahlen ermöglicht jedoch den ganzheitlichen Blick auf die Aufwands- und Ertragsstruktur. Aus diesem Grund verwendet die ProSiebenSat.1 Group neben den voranstehend genannten bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren zusätzlich das EBITDA als weniger bedeutsamen finanziellen Leistungsindikator. Zudem erleichtert das EBITDA eine Bewertung im internationalen Vergleich, da Steuer- und Abschreibungseinflüsse sowie die Finanzierungsstruktur nicht berücksichtigt werden.

Die ProSiebenSat.1 Group investiert in Märkte mit langfristigen Wachstumschancen und prüft ihre Möglichkeiten für Portfolioerweiterungen. Teil der Investitionsstrategie ist die Akquisition von Unternehmen, die unsere Wertschöpfungskette synergetisch ergänzen. Ein wichtiger bedeutsamster finanzieller Leistungsindikator für die Finanzplanung des Konzerns ist dabei ein kapitaleffizienter Verschuldungsgrad. Der Verschuldungsgrad gibt die Höhe der Netto-Finanzverbindlichkeiten im Verhältnis zum sogenannten LTM adjusted EBITDA an – dem adjusted EBITDA, das die ProSiebenSat.1 Group in den jeweils letzten zwölf Monaten realisiert hat (LTM = last twelve months). Zielwert ist eine Relation zwischen 1,5 und 2,5 zum jeweiligen Jahresende, unterjährige Schwankungen können zu einer kurzfristigen Überschreitung des Zielkorridors führen, wenn unter anderem wichtige strategische Investitionen notwendig sind. Zudem ist der Free Cashflow vor M&A einer der bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren. Die Kennzahl wird definiert als Free Cashflow bereinigt um verwendete und erwirtschaftete Mittel aus M&A-Transaktionen (exkl. Transaktionskosten) im Rahmen von durchgeführten und geplanten Mehrheitserwerben, dem Erwerb und Verkauf von at-Equity bewerteten Anteilen sowie sonstigen Beteiligungen mit der Ausnahme von „Media-for-Equity“-Beteiligungen.

Ein vorrangiges Ziel ist die Steigerung der genannten Ergebnisgrößen durch kontinuierliches Umsatzwachstum in allen Segmenten. Dabei fungieren die Geschäftseinheiten größtenteils als Profit Center: Das bedeutet, sie handeln mit voller Umsatz- und Ergebnisverantwortung. Zugleich ist die damit verbundene Flexibilität eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg der ProSiebenSat.1 Group, da sich das Unternehmen in einem dynamischen Branchenumfeld bewegt. Die Organisationseinheiten treffen innerhalb der zentral verabschiedeten Rahmenvorgaben und abgestimmt auf das Wettbewerbsumfeld eigenständig die operativen Entscheidungen. Die neue strategische Holding stärkt diesen Fokus nochmals und konzentriert sich auf strategische Steuerung und Ausrichtung, Steuerung der strategischen Kernprojekte und -maßnahmen sowie Governance und Kapitalallokation.

Das adjusted EBITDA ist die zentrale Steuerungsgröße des Konzerns und seiner Segmente. Neben dem adjusted EBITDA diente im Geschäftsjahr 2019 erneut das EBITDA aufgrund des ganzheitlichen Blicks auf die Aufwands- und Ertragsstruktur des Unternehmens zusätzlich als weniger bedeutsamer Leistungsindikator und Bemessungsgrundlage für die erfolgsorientierte Mitarbeitervergütung. Ab dem Geschäftsjahr 2020 werden individuelle Ziele der Belegschaft und finanzieller Bonus nicht mehr aneinander gekoppelt. Für Mitarbeiter auf den oberen Management-Ebenen sowie ausgewählte Vertriebsfunktionen gibt es ab dem Geschäftsjahr 2020 einen Performance Bonus, der sich am Unternehmenserfolg bemisst und auf den bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren Umsatz, adjusted EBITDA, Free Cashflow vor M&A (Holding) sowie auf der Finanzgröße Operating Free Cashflow (Segmente) basiert.<sup>1</sup> Als variable Bemessungsgrundlage für die Vergütung des Vorstands dienten im Geschäftsjahr 2019 das adjusted net income, das EBITDA (sofern erforderlich bereinigt um Effekte aus wesentlichen Änderungen in der IFRS-Rechnungslegung, aus nicht in der Planung enthaltenen Auswirkungen von innerhalb der Berichtsperiode durchgeführten M&A-Transaktionen sowie aus Bewertungen der konzernweiten mehrjährigen variablen Vergütungspläne) sowie der Free Cashflow vor M&A und erstmalig auch der relative Total Shareholder Return.

<sup>1</sup> Der Operating Free Cashflow ist die Cashflow-Größe, die für das Performance Management auf Segmentebene verwendet wird und wird definiert als operativer Free Cashflow vor Zinsen und Steuern. Er berechnet sich aus dem EBITDA abzüglich Investitionen (Programm- und sonstige Investitionen) sowie Veränderungen im Net Working Capital

Die ProSiebenSat.1 Group konzentriert sich auf eine kontinuierliche Wertsteigerung. Diese soll sich mittelfristig in einem verbesserten P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) widerspiegeln. Dazu betreibt der Konzern ab 2020 eine noch konsequentere Steuerung von Investitionen und bewertet dafür jedes Projekt in den Segmenten nach gleichen Zielparametern. Dabei spielen die Berechnung gemäß der Internal Rate of Return, also der jeweiligen Projektverzinsung, sowie die Payback-Periode, also die Amortisationsdauer, eine wesentliche Rolle. Investitionen in Transformations- und Wachstumsprojekte sollen entsprechend eine Mindestverzinsung nach Steuern von 18 Prozent und eine Payback-Periode von drei Jahren erzielen. Bei strategischen Projekten sollte die Payback-Periode fünf Jahre nicht überschreiten. Der P7S1 ROCE berechnet sich wie folgt:

<b>P7S1 ROCE</b>	
<b>Gewinn- und Verlustrechnung</b>	
<b>Ergebnis (ROCE) LTM<sup>1</sup></b>	Adj. EBIT <sup>3</sup> ./. Pensionsaufwendungen + Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen
	/
<b>Bilanz</b>	
<b>Eingesetztes Kapital Durchschnitt<sup>2</sup></b>	Immaterielle Vermögenswerte (inkl. Geschäfts- und Firmenwert & Kaufpreisallokation) Sachanlagen At-Equity bewertete Anteile Media-for-Equity Investitionen Programmvermögen Vorräte Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie übrige kurzfristige Vermögenswerte
	./.  Sonstige Rückstellungen Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen Verbindlichkeiten gegenüber at-Equity bewerteten Anteilen Übrige Verbindlichkeiten

<sup>1</sup> LTM = letzte 12 Monate

<sup>2</sup> Durchschnitt der Stichtage der letzten fünf Quartale

<sup>3</sup> Adjusted EBIT steht für adjusted Earnings before Interest and Taxes. Es beschreibt das um bestimmte Einflussfaktoren (Sondereffekte) bereinigte Betriebsergebnis (Ergebnis vor Zinsen und Steuern). Zu diesen zählen die in das adjusted EBITDA fließenden Sondereffekte sowie Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen.

Im Geschäftsjahr 2019 lag der P7S1 ROCE bei 16 Prozent nach 22 Prozent im Geschäftsjahr 2018.

---

## **DEFINITION VON AUSGEWÄHLTEN NON-IFRS-KENNZAHLEN**

### **ADJUSTED EBITDA**

Adjusted EBITDA steht für adjusted Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization. Es beschreibt das um bestimmte Einflussfaktoren (Sondereffekte) bereinigte Betriebsergebnis (Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen). Zu diesen Sondereffekten zählen:

- M&A-bezogene Aufwendungen beinhalten Beratungsaufwendungen und sonstige Aufwendungen für laufende, abgeschlossene oder abgebrochene M&A-Transaktionen.
- Reorganisationsaufwendungen enthalten Sach- und Personalkosten für Reorganisationen und Restrukturierungen. Sie umfassen Aufwendungen wie Abfindungen, Freistellungsgehälter, Beratungskosten Rechtsberatungskosten sowie Wertminderungen langfristiger Vermögenswerte.
- Aufwendungen für Rechtstreitigkeiten enthalten Strafen, Bußgelder sowie Beratungskosten, die im Zusammenhang mit wesentlichen laufenden oder drohenden Rechtstreitigkeiten stehen.
- Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen umfassen den ergebniswirksamen Teil der Änderungen des beizulegenden Zeitwertes von durch Barausgleich erfüllten anteilsbasierten Vergütungsplänen, der aus der Differenz zwischen dem jeweiligen Börsenkurs zum Ausgabezeitpunkt und dem jeweils aktuellen Kurs zum Bilanzstichtag resultiert.
- Ergebnisse aus Änderungen des Konsolidierungskreises beinhalten Erträge und Aufwendungen im Rahmen von Fusionen, Unternehmensabspaltungen, Erwerben oder Verkäufen von Konzernunternehmen.
- Ergebnisse aus sonstigen wesentlichen Einmaleffekten beinhalten vom Group Chief Financial Officer freigegebene, nicht mit der laufenden operativen Performance im Zusammenhang stehende Geschäftsvorfälle. Die ProSiebenSat.1 Group versteht unter wesentlichen Maßnahmen in diesem Zusammenhang Geschäftsvorfälle von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.
- Bewertungseffekte aus der strategischen Neuausrichtung von Business Units enthalten im Wesentlichen Aufwendungen im Rahmen von Veränderungen des zugrundeliegenden Geschäftszwecks bzw. der Strategie der betroffenen Einheiten.

### **ADJUSTED NET INCOME**

Das adjusted net income ist das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende Konzernergebnis, bereinigt um obenstehende, im Rahmen des adjusted EBITDA dargestellten Sondereffekte sowie bereinigt um weitere Sondereffekte. Zu diesen weiteren Sondereffekten zählen:

- Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen.
- Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis enthalten Wertminderungen und Neubewertungseffekte von Beteiligungen, nach der Equity-Methode bilanzierten Unternehmen und sonstigen finanziellen Vermögenswerten, die im sonstigen Finanzergebnis erfasst werden. Darüber hinaus kann die Group im Zuge mehrstufiger Unternehmenserwerbe die Beherrschung über bisher nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungsunternehmen erwerben. Die Effekte aus der Bewertung derartiger ursprünglicher Anteile zum beizulegenden Zeitwert im Rahmen der Erstkonsolidierung fallen auch unter diese Kategorie.
- Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten enthalten Bewertungs-, Währungs- und Zinseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten.
- Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften enthalten Ineffektivitäten und Auflösungen von im sonstigen Gesamtergebnis erfassten Beträgen aus Cashflow-Hedges sowie Effekte aus Zinssicherungsgeschäften, für die kein Hedge-Accounting im Sinne des IAS 39 Anwendung findet.

Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte ebenfalls bereinigt.

## AUSWEIS UND NUTZEN VON NON-IFRS-KENNZAHLEN

Die ProSiebenSat.1 Media SE verwendet für ihre finanziellen, strategischen und operativen Entscheidungen primär Non-IFRS-Kennzahlen als Entscheidungsgrundlage. Diese liefern auch Investoren Zusatzinformationen, die einen Vergleich der Performance im Mehrjahresvergleich erlauben, da sie um bestimmte Einflüsse bereinigt werden. Diese Kennzahlen werden nicht auf Basis der IFRS ermittelt und können sich daher von den Non-IFRS-Kennzahlen anderer Unternehmen unterscheiden. Daher ersetzen diese nicht die IFRS-Kennzahlen oder sind bedeutsamer als IFRS-Kennzahlen, sondern stellen eine Zusatzinformation dar. Wir sind davon überzeugt, dass die Non-IFRS-Kennzahlen aus den folgenden Gründen für Investoren von besonderem Interesse sind:

- Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern; daher bieten um derartige Effekte bereinigte Kennzahlen Zusatzinformationen zur Beurteilung der operativen Leistungsfähigkeit des Unternehmens. Bereinigte Kennzahlen besitzen somit für die Steuerung des Unternehmens eine größere Relevanz.
- Das adjusted net income bildet zudem bei der ProSiebenSat.1 Media SE einen wichtigen Anhaltspunkt zur Ermittlung der Dividendenzahlung, da wir die Aktionäre an der operativen Ertragskraft des Unternehmens beteiligen wollen.
- Der Konzern hat ein ganzheitliches Steuerungssystem implementiert. Non-IFRS-Kennzahlen werden konsequent für die Vergangenheit und die Zukunft ermittelt; sie bilden eine bedeutende Grundlage für die interne Steuerung sowie die Entscheidungsprozesse der Unternehmensleitung.

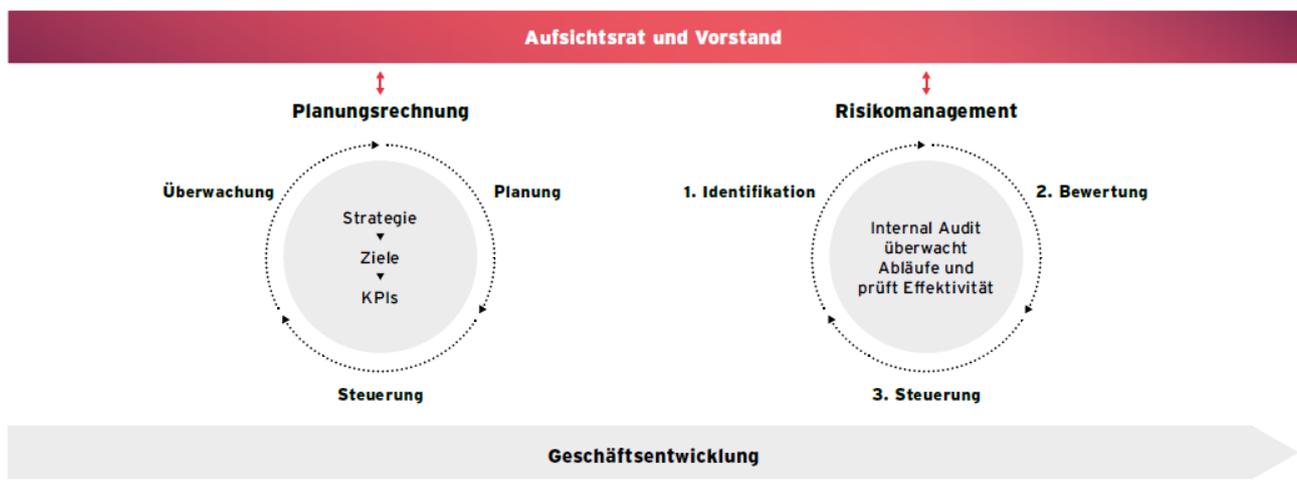
## Operative und strategische Planung

Steuerung und Planung greifen bei der ProSiebenSat.1 Group eng ineinander. So werden im Rahmen der Planung Soll-Größen definiert und für verschiedene zeitliche Perioden festgelegt. Im Fokus stehen die zuvor erläuterten Leistungsindikatoren. Die unterschiedlichen Ebenen des Planungsprozesses bauen aufeinander auf und sind mit unserem Risikomanagement verknüpft. Der Aufsichtsrat wird zudem vom Vorstand – sowohl innerhalb als auch außerhalb der Aufsichtsratssitzungen – regelmäßig über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance unterrichtet.

- **Unternehmensplanung:** Die Unternehmensplanung umfasst die operative Jahresplanung (Budget) sowie die langfristige Unternehmensplanung (Mehrjahresplanung) und stellt die detaillierte, zahlenseitige Abbildung der Strategieplanung dar. Sie erfolgt für das erste Jahr auf Monats- und für weitere vier Jahre auf Jahresbasis. Die strategisch abgeleiteten Zielvorgaben für das erste Planungsjahr werden für die einzelnen bedeutsamsten finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren im Gegenstromverfahren konkretisiert und auf die Mehrjahre fortgeschrieben. Die Finanzkennzahlen aus der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. der Bilanz und Kapitalflussrechnung der einzelnen Tochterunternehmen werden analysiert und auf Segment- und Konzernebene verdichtet.
- **Monatsberichtswesen und Trendprognosen:** Ein wichtiges Werkzeug zur unterjährigen Planung sind Trendprognosen: Dabei wird auf Basis der bisherigen Zielerreichung die auf Jahressicht erwartete Unternehmensentwicklung berechnet und mit den ursprünglich budgetierten Soll-Größen verglichen. Ziel ist es, potenzielle Soll-Ist-Abweichungen unmittelbar festzustellen und erforderliche Maßnahmen zur Gegensteuerung zeitnah umzusetzen.

Auch im Jahr 2019 hat der Vorstand gemeinsam mit dem Aufsichtsratsgremium die kurz- und langfristige Zielerreichung erörtert. Neben der monatlichen Berichterstattung werden Risikopotenziale quartalsweise an den Group Risk Officer gemeldet. Hier wird insbesondere analysiert, wie sich Risikofrühwarnindikatoren unterjährig und im Zeitablauf verändert haben. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist etwa die Entwicklung der Zuschauermarktanteile. Zusätzliche Chancen und damit mögliche positive Abweichungen von prognostizierten Zielen werden parallel zum Risikomanagement analysiert; sie werden in den Planungsrechnungen erfasst, sofern ihre Eintrittswahrscheinlichkeit mehr als 50 Prozent beträgt.

### PLANUNGSRECHNUNG UND RISIKOMANAGEMENT DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

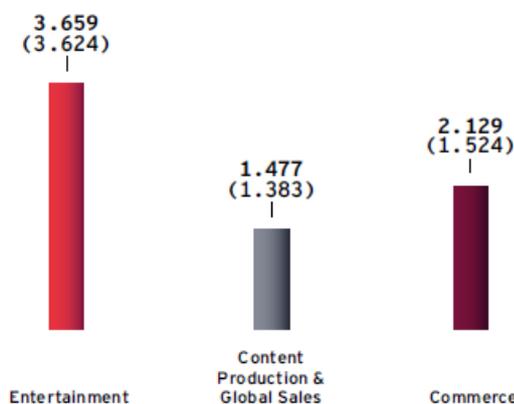


## MITARBEITER\*

Zusätzliche Informationen zu Mitarbeitern und Arbeitnehmerbelange befinden sich im zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht auf der Homepage der Gesellschaft ([www.prosiebensat1.com/nachhaltigkeit/informationen/publikationen](http://www.prosiebensat1.com/nachhaltigkeit/informationen/publikationen)).

Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl des Konzerns (umgerechnet auf vollzeitäquivalente Stellen) stieg im Berichtsjahr um 11 Prozent auf 7.265 Mitarbeitern (Vorjahr: 6.532). Im Jahr 2019 waren durchschnittlich 506 Mitarbeiter (Vorjahr: 609) – und damit deutlich weniger als noch im Vorjahr – in der ProSiebenSat.1 Media SE beschäftigt; davon waren 136 Mitarbeiter in der strategischen Holding tätig. Diese fokussiert sich auf die strategischen Aktivitäten auf Konzernebene sowie die Steuerungsaktivitäten der Gruppe. Konzernübergreifende Support-Funktionen werden seit dem 1. Januar 2020 im Center of Excellence und Shared Service Center gebündelt. Während sich die durchschnittliche Mitarbeiterzahl im Segment Entertainment im Vergleich zum Vorjahr kaum verändert hat (+1% auf 3.659 Mitarbeiter), gab es im Segment Content Production & Global Sales einen Personalaufbau um 7 Prozent auf 1.477 Mitarbeiter sowie insbesondere akquisitionsbedingt einen starken Anstieg der Beschäftigten im Segment Commerce um 40 Prozent auf 2.129 Mitarbeiter. In Deutschland, Österreich und der Schweiz hatte der Konzern im Berichtsjahr durchschnittlich 6.071 vollzeitäquivalente Stellen (Vorjahr: 5.458). Dies entspricht wie im Vorjahr einem Anteil von 84 Prozent am Gesamtkonzern.

### MITARBEITER NACH SEGMENTEN durchschnittlich vollzeitäquivalente Stellen (FTE); Vorjahreswerte 2018 in Klammern



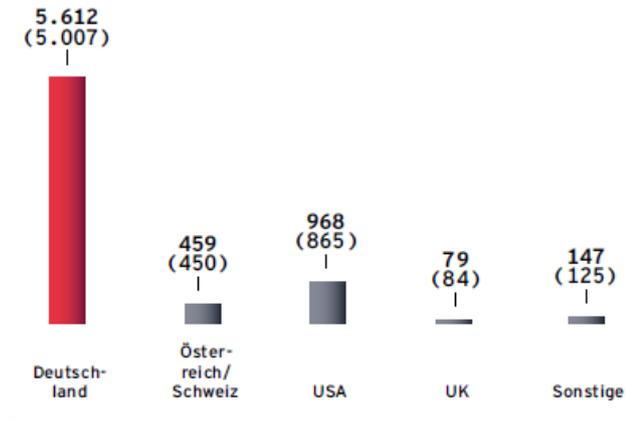
\* Im Lagebericht wird statt „Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen“ die lesefreundlichere Variante „Mitarbeiter“ verwendet. Die gewählte männliche Form steht stellvertretend für alle Geschlechter.



---

**MITARBEITER NACH REGIONEN** durchschnittlich  
vollzeitäquivalente Stellen (FTE); Vorjahreswerte 2018 in Klammern

---



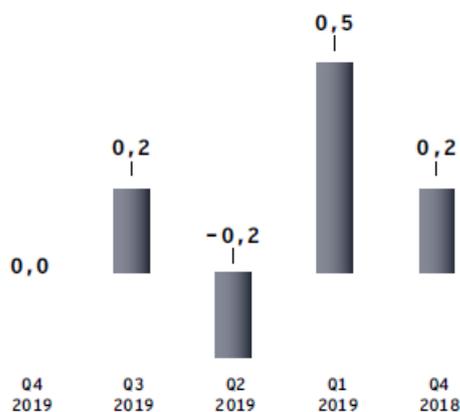
## RAHMENBEDINGUNGEN DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

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

### KONJUNKTURELLE ENTWICKLUNG

Die deutsche Wirtschaft ist im Jahr 2019 im Vergleich zum Vorjahr real um 0,6 Prozent gewachsen (Vorjahr: +1,5%). Nach starkem Jahresbeginn, der beispielsweise von Sondereffekten wie der günstigen Entwicklung der Baubranche getrieben war, bremsen vor allem erhebliche außenwirtschaftliche Belastungen wie der anstehende Brexit oder der Handelskonflikt zwischen den USA und China die Aufwärtsdynamik insbesondere im industriellen Sektor. Im zweiten Quartal verringerte sich das Bruttoinlandsprodukt im Vorquartalsvergleich real um 0,2 Prozent, im dritten Quartal lag es mit 0,2 Prozent leicht im Plus. Im Schlussquartal wurde kein Wachstum gegenüber dem Vorquartal verzeichnet.

#### ENTWICKLUNG DES BRUTTOINLANDSPRODUKTS IN DEUTSCHLAND in Prozent, Veränderung gegenüber Vorquartal



Verkettet, preis-, saison- und kalenderbereinigt.

Quelle: Destatis, Pressemitteilung vom 14. Februar 2020

Das Wachstum wurde 2019 im Wesentlichen von der Binnenwirtschaft getragen. Die privaten Konsumausgaben, gestützt von einem robusten Arbeitsmarkt und kräftigen Lohnsteigerungen, erhöhten sich real um 1,6 Prozent (Vorjahr: +1,3%). Das Kaufverhalten ließ sich auch an der Entwicklung des Einzelhandels ablesen, der rund ein Drittel des privaten Konsums ausmacht. Das Umsatzplus betrug hier nach Schätzung des Statistischen Bundesamtes real zwischen 2,9 und 3,0 Prozent. Besonders dynamisch entwickelte sich erneut der Internet- und Versandhandel (Januar bis November real: +7,4%). Daneben stützten Bauinvestitionen (+3,8%) und staatlicher Konsum (+2,5%) die deutsche Wirtschaft.

## ENTWICKLUNG VON MEDIENKONSUM UND WERBEWIRKUNG

Das Spektrum der Mediennutzung hat sich in den letzten Jahren durch die Digitalisierung erweitert und die Nutzungsgewohnheiten verändert. Die einst festen Verbindungen von Inhalten und Endgeräten lösen sich zunehmend auf, sodass die Gattungsgrenzen zwischen den Medien konvergieren. Dies gilt auch für Fernsehen bzw. die Bewegtbild-Nutzung im Allgemeinen, wobei sich folgende Trends abzeichnen:

- Gleiche Bewegtbild-Inhalte können auf unterschiedlichen Bildschirmen genutzt werden. Zugleich sind mit der Verbreitung mobiler Geräte wie Smartphones und Tablets neben dem klassisch linearen Fernsehen am stationären TV-Gerät neue Nutzungsformen wie zeitversetztes Fernsehen über Apps auf mobilen Endgeräten entstanden. Zusätzlich wird Fernsehen durch leistungsfähige Unterhaltungselektronik und Innovationen am TV-Gerät selbst immer vielfältiger. Digitales Fernsehen in hochauflösender Qualität (HD/UHD) oder Video-on-Demand (VoD) auf großflächigen TV-Screens sind Beispiele hierfür. Breitband-Internetzugänge mit rascher Datenübertragung sowie die hohe Zahl an Satelliten-Haushalten in Deutschland treiben diese Entwicklung voran.
- Trotz der Vielfalt an zusätzlichen Angeboten sind Fernseher, Radio und Smartphone weiterhin die mit Abstand am meisten genutzten Mediengeräte mit Nutzungsquoten von rund 90 Prozent.
- 91 Prozent der Deutschen zwischen 14 und 69 Jahren sehen mindestens selten lineares Fernsehen (Vorjahr: 93 %, 2014: 95 %). Neben der Reichweite spielt die Nutzungsdauer eine wichtige Rolle im intermedialen Vergleich. Auch hier hat Fernsehen laut AGF die höchste Relevanz, die tägliche Nutzungsdauer liegt bei 202 Minuten (E 14–69).

### FERNSEHHAUSHALTE IN DEUTSCHLAND NACH ZUGANGSART Anzahl TV-Haushalte

	2019 <sup>1</sup>	2018 <sup>2</sup>
Potenzial in Mio (Analog + Digital)	38,77	38,80
Terrestrik	1,01	1,30
Kabel	15,39	15,77
Satellit	17,68	17,14
IPTV	4,69	4,59

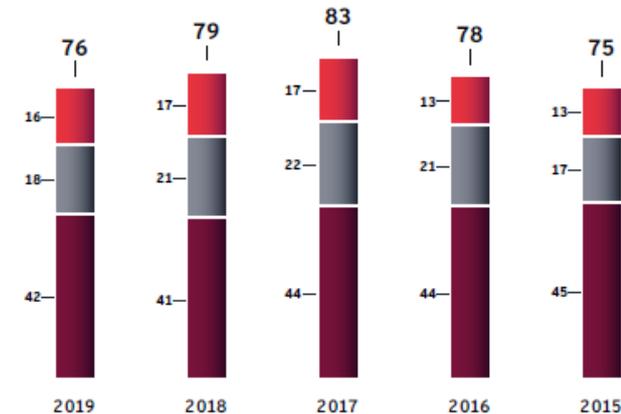
<sup>1</sup> Angaben zum Stichtag 01.12.2019.

<sup>2</sup> Angaben zum Stichtag 01.12.2018.

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK / Marktstandard TV / VideoScope 1.3 / Haushalte.

Die tägliche Fernsehnutzungsdauer in Deutschland wird im Auftrag der AGF gemessen und ausgewiesen. Um dem Markt generelle Daten über die Nutzung von Bewegtbildinhalten zu liefern, wird das entsprechende Instrumentarium kontinuierlich weiterentwickelt, um auch die detaillierte Nutzung von Videoinhalten an PC, Laptop, Tablet oder Smartphone zu umfassen. Das Projekt ist darauf ausgelegt, diese Bewegtbildangebote abzubilden – unabhängig davon, ob es sich um Inhalte eines Fernsehsenders oder eines reinen Online-Anbieters handelt. Dies beinhaltet damit die Nutzung von Mediatheken ebenso wie von Angeboten eines Web-TV-Senders oder eines Bewegtbildangebots auf einer klassischen Internetseite. Zusätzlich weist die ProSiebenSat.1 Group seit 2019 auch die Total Video Viewtime aus, also das gemeinsame Nutzungsvolumen der gesehenen Minuten auf den linearen Kanälen und digitalen Entertainment-Plattformen.

**PARALLELNUTZUNG TV/INTERNET** in Prozent



■ häufig ■ manchmal ■ selten  
Basis: 14-49 Jahre, Nutzung TV/Internet mindestens selten.  
Quelle: SevenOne Media/forsa.

Einen detaillierten Einblick in das Mediennutzungsverhalten in Deutschland geben die Ergebnisse der repräsentativen Studien des „Media Activity Guide 2019“ und „ViewTime Report 2019“:

- Nach jahrelangem Wachstum nimmt die Nutzungsdauer von Medien insgesamt nicht weiter zu: Mit 11 Stunden und 27 Minuten täglich scheint vorerst eine Wachstumsgrenze erreicht. Mit Mediennutzung und Kommunikation verbringen die Deutschen im Schnitt täglich 687 Minuten (Vorjahr: 713 Minuten). Dabei entfallen bei den 14- bis 69-Jährigen 236 Minuten bzw. 42 Prozent der reinen Mediennutzung auf TV (Vorjahr: 248 Minuten bzw. 42%), dies bezieht sich auf lineare wie alternative Übertragungswege. Jeweils 18 Prozent bzw. 100 Minuten entfallen auf das Radio (Vorjahr: 109 Minuten) und auf die inhaltliche Internetnutzung mit 101 Minuten (Vorjahr: 97 Minuten). Die inhaltliche Internetnutzung umfasst beispielsweise Social-Media-Nutzung, den Konsum von Online-Videos oder Online-Banking. Die Lektüre von Zeitungen und Zeitschriften summiert sich auf 22 Minuten pro Tag (Vorjahr: 23 Minuten).
- Die Art und Weise, wie Menschen Bewegtbild-Inhalte konsumieren, verändert sich. Die Nutzung von Online-Videos steigt weiterhin an, jedoch im Vergleich zu den Vorjahren schwächer. Dennoch gibt es eine Verschiebung von linearer zu nichtlinearer Bewegtbildnutzung. Insbesondere die Jüngeren (E 14–29) nutzen intensiv alternative TV-Verbreitungswege: 22 Prozent (25 Minuten täglich) entfallen auf digitale Aufzeichnungen oder Livestreams von Senderwebsites und -Apps,

Dies geht damit einher, dass TV-Geräte zunehmend den Zugriff auf Online-Inhalte ermöglichen. Die Verbreitung von Smart-TVs erreicht inzwischen 58 Prozent der Mediennutzer, von denen mittlerweile 77 Prozent tatsächlich mit dem Internet verbunden sind. Jeder fünfte Verbraucher nutzt Streaming-Sticks, mit denen sich auch herkömmliche TV-Geräte ohne Online-Funktionalität internetfähig aufrüsten lassen.

- Die Parallelnutzung von verschiedenen Bildschirmmedien, sogenannten Second Screens, nimmt leicht ab, ist aber nach wie vor hoch. Der Anteil liegt 2019 bei 76 Prozent (E 14–49), nach 79 Prozent im Vorjahr. 92 Prozent der Second-Screen-Nutzer greifen zum Smartphone, während sie fernsehen; Laptop mit 45 Prozent und Tablet mit 41 Prozent werden von fast jedem Zweiten parallel zum Fernsehen genutzt.

- 
- 16 Prozent der Deutschen nutzen Pay-VoD-Dienste täglich. Mehr als die Hälfte der Pay-VoD-Nutzung findet über das TV-Gerät statt, 13 Prozent auf dem Smartphone. Auch kostenlose Online-Videos über Streamingdienste, auf Videoportalen oder Mediatheken von TV-Sendern haben in den letzten Jahren an Popularität gewonnen. Pro Tag schauen 14- bis 69-Jährige im Durchschnitt 26 Minuten kostenlose Online-Videos. Die beliebteste Plattform dafür ist YouTube LLC („YouTube“): Mit 12 Minuten (47 %) entfällt knapp die Hälfte der täglichen Viewtime auf das Videoportal. Sechs Minuten (23 %) der Nutzungsdauer entfallen auf Mediatheken, die bei den Jüngeren als Ergänzung zum linearen Fernsehen besonders beliebt sind. Drei Viertel (E 14 – 29) nutzen diese (E 14 – 69: 59 %). Bei den 14- bis 69-Jährigen erfolgt über ein Drittel der Mediathek-Nutzung auf dem TV-Gerät (37 %), ein Viertel auf dem Smartphone (24 %).
  - 17 Minuten am Tag nutzen die Deutschen zudem Soziale Netzwerke (E 14 – 69) – inklusive beruflicher Angebote sowie Online-Dating-Portale.

Der „Media Activity Guide“ untersucht jährlich die Mediennutzung in Deutschland. Die Studie wird von forsa im Auftrag des Werbezeitenvermarkters SevenOne Media durchgeführt. Mittels Telefoninterviews wurde vom 6. März 2019 bis 2. April 2019 das Mediennutzungsverhalten der Deutschen abgefragt; die ausgewerteten Daten beziehen sich auf das erste Quartal 2019. Ergänzend zum jährlich erscheinenden Media Activity Guide und ebenfalls in Zusammenarbeit mit forsa untersuchen wir mit dem „ViewTime Report“ quartalsweise fokussiert alle Formen der Bewegtbild- und Social-Media-Nutzung.

Die Studien zeigen, dass die Digitalisierung immer mehr Möglichkeiten eröffnet und sich die Bewegtbildnutzung zunehmend von klassischen zu digitalen Kanälen verschiebt. Das wichtigste Breitenmedium ist nach wie vor Fernsehen, dies gilt sowohl für die Reichweite als auch die Nutzungsdauer. Auch mit Blick auf die Werbewirkung ist Fernsehen Leitmedium:

- Lineares Fernsehen findet heute unabhängig vom TV-Gerät statt, gleiche Inhalte werden über verschiedene Kanäle auf unterschiedlichen Geräten konsumiert, Smartphones und Tablets werden zusätzlich zum TV-Gerät genutzt. Zugleich entstehen neue, crossmediale Werbeflächen, die gepaart mit den Impulsen aus der Parallelnutzung zu einer höheren Zuschauerbindung führen. Dies stärkt die Relevanz von TV in der Vermarktung: So haben 43 Prozent der 14- bis 49-jährigen Parallelnutzer von TV und Internet währenddessen schon einmal ein Produkt im Internet gekauft.
- Fernsehen ist aufgrund seiner hohen Reichweite das wichtigste und effektivste Werbemedium. Zudem wird über Bewegtbild-Werbung im TV eine Marke stärker emotional geprägt als in jedem anderen Medium. Sie bindet Konsumenten an Marken und zahlt sich für Werbetreibende kurz- und langfristig aus. Dies belegt der sogenannte „ROI Analyzer“.

Der ROI Analyzer wurde von SevenOne Media entwickelt und im Markt eingeführt. Seit Anfang 2015 wird er unter dem Dach der Gattunginitiative Screenforce weitergeführt und ausgebaut. Er ermittelt die kurz- und langfristige Abverkaufswirkung von TV-Werbung und quantifiziert den kurz- und langfristigen ROI (Return on Investment). Im Rahmen eines aufwendigen und umfassenden Modelling-Ansatzes werden dafür Daten des GfK Verbraucherpanels mit TV-Nutzungsdaten der AGF zusammengeführt. Das Ergebnis: TV-Werbung arbeitet für Werbekampagnen von FMCG-Produkten sehr effizient und steigert den Abverkauf der beworbenen Marken nicht nur kurzfristig, sondern auch auf längere Sicht. So liegt aktuell der Kurzfrist-ROI nach einem Jahr im Durchschnitt der 70 untersuchten Kampagnen bei 1,13 Euro, nach fünf Jahren sogar bei 2,57 Euro. Damit liegt der ROI in etwa auf dem Niveau der beiden zuvor erfolgten ROI-Erhebungen. Knapp die Hälfte der aktuell analysierten Kampagnen erreicht einen ROI von mindestens 2 Euro, 30 Prozent von mehr als 3 Euro.

---

## ENTWICKLUNG RELEVANTER UNTERNEHMENS- UND MARKTUMFELDER DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

### Entertainment

Im Jahr 2019 betrug laut PricewaterhouseCoopers GmbH („PwC“) das Volumen des Entertainment-Markts in Deutschland insgesamt rund 37 Mrd Euro (Vorjahr: 36 Mrd Euro); davon entfielen 29 Mrd Euro auf den klassischen und 8 Mrd Euro auf den digitalen Entertainment-Markt (Vorjahr: 29 Mrd bzw. 7 Mrd Euro), dabei wuchs der digitale Anteil um 13 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die ProSiebenSat.1 Group erzielte einen Marktanteil von weniger als 1 Prozent.

Um das hohe Marktpotenzial in Wachstum zu übersetzen und zusätzliche Umsätze zu generieren, hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Strategie weiterentwickelt: Ziel ist es, das Angebot an lokalen Inhalten auszubauen, um sich von globalen Internetplattformen zu differenzieren. Gleichzeitig stärkt der Konzern seine digitale Reichweite und verzahnt dazu seine Bewegtbild-Angebote crossmedial.

In diesem Zuge verbindet die ProSiebenSat.1 Group verstärkt ihre linearen und digitalen Angebote und steigert auf diese Weise ihre Gesamtreichweite („Total Reach“). Seit Mai 2019 veröffentlicht die AGF eine tägliche, konvergente Gesamtreichweitenmetrik. Gemeinsam mit der AGF treibt der Konzern die Integration der Plattform von YouTube in die Auswertungssysteme mit voran. Diese neuen Indikatoren tragen der veränderten Mediennutzung Rechnung: Die Gattungsgrenzen zwischen den Medien verschwimmen zunehmend und die gleichen Inhalte werden verstärkt über verschiedene Kanäle auf unterschiedlichen Geräten konsumiert. Die daraus resultierenden Überschneidungen der verschiedenen Nutzungsformen werden sich mit der Reichweitenmetrik „Total Reach“ ausweisen lassen. Im nächsten Schritt soll diese Reichweite adressierbar und somit Werbung optimal auf die jeweiligen Zuschauer zugeschnitten werden („Smart Reach“). Um Werbekunden einfach und über einheitliche Technologien erreichen zu können, hat die ProSiebenSat.1 Group gemeinsam mit der Mediengruppe RTL Deutschland GmbH („Mediengruppe RTL Deutschland“) das Joint-Venture d-force GmbH („d-force“) gegründet. Als vermarkterübergreifende Plattform zur Buchung von Addressable TV- und Online-Video-Inventar sowie durch die technische Standardisierung soll d-force zusätzliche Wachstumschancen in diesem Bereich generieren. Im Dezember 2019 nahm das Joint-Venture den operativen Betrieb auf und setzte bereits erste Kampagnen um.

Deutschland ist der größte Umsatzmarkt der ProSiebenSat.1 Group; hier ist der Konzern führend im TV-Markt und verfügt über ein Senderportfolio aus sieben Free-TV-Marken, die unterschiedliche Zuschauergruppen ansprechen. Seit dem Jahr 2010 hat der Konzern mit sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX und Kabel Eins Doku vier neue Special-Interest-Sender in Deutschland gestartet. Zudem bietet die ProSiebenSat.1 Group in Österreich und der Schweiz verschiedene werbefinanzierte Free-TV-Sender, die sich komplementär ergänzen.

In Deutschland steigerte der Konzern 2019 den gemeinsamen Zuschauermarktanteil seiner Sender zum zweiten Mal in Folge und verzeichnete ein Plus zum Vorjahr von 0,4 Prozentpunkten. Die Gruppe erzielte auf Ganzjahressicht einen Marktanteil von 28,2 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern und damit den besten Jahresmarktanteil seit 2015. Insbesondere der Sender ProSieben überzeugte im Jahr 2019 die Zuschauer mit neuen lokalen Entertainment-Formaten wie „The Masked Singer“ oder „Joko und Klaas gegen ProSieben“. So erzielte etwa das Finale von „The Masked Singer“ 38,1 Prozent Marktanteil bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Zudem verzeichnete ProSieben MAXX unter anderem dank Sportübertragungen in den Bereichen American Football, Rugby und Fußball mit 1,7 Prozent Marktanteil das erfolgreichste Jahr seit Senderbestehen. Kabel Eins steigerte unter anderem mit neuen lokalen Live-Factual-Produktionen 2019 seinen Marktanteil um 0,2 Prozentpunkte auf 5,2 Prozent und zählt damit zu den erfolgreichsten fünf deutschen Privatsendern. Im vierten Quartal lag der Marktanteil der ProSiebenSat.1-Sender bei 27,9 Prozent (Vorjahr: 28,8 %).

Die von IP Deutschland vermarkteten Sender (RTL, VOX, n-tv, Super RTL, NITRO, RTLplus sowie VOXup seit dem 1. Dezember 2019) kamen auf Jahressicht auf einen Marktanteil von 25,7 Prozent (Vorjahr: 24,3 %) bzw. 25,2 Prozent im vierten Quartal (Vorjahr: 24,7 %).

Die österreichische Sendergruppe ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH („ProSiebenSat.1 PULS 4“) erreichte im Jahr 2019 einen gemeinsamen Marktanteil von 28,4 Prozent bei den 12- bis 49-jährigen Zuschauern (Vorjahr: 28,6 %) und ist somit der mit Abstand führende private TV-Anbieter. Insbesondere die österreichischen Sender ATV, ATV2 und PULS 4 erzielten mit einem gemeinsamen Marktanteil von 11,1 Prozent bei den 12- bis 49-jährigen Zuschauern einen neuen Bestwert. Im September 2019 startete mit PULS 24 zudem der vierte rein österreichische TV-Sender der Gruppe sowie eine gleichnamige App. Der Fokus der Angebote liegt auf News, Wirtschaft, Live-Events sowie österreichischen Inhalten. Damit baut die ProSiebenSat.1 Group ihre Informationskompetenz weiter aus. In der Schweiz lag der Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1-Sender bei den 15- bis 49-Jährigen auf Jahressicht mit 17,7 Prozent auf dem Niveau des Vorjahres.

**ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN DEUTSCHLAND** in Prozent

Zielgruppe 14-49 Jahre	Q4 2019	Q4 2018	2019	2018
ProSiebenSat.1 Group	<b>27,9</b>	28,8	<b>28,2</b>	27,8
SAT.1	<b>7,9</b>	8,0	<b>7,8</b>	8,1
ProSieben	<b>9,3</b>	10,0	<b>9,6</b>	9,5
Kabel Eins	<b>5,0</b>	5,2	<b>5,2</b>	5,0
sixx	<b>1,5</b>	1,3	<b>1,4</b>	1,4
SAT.1 Gold	<b>1,6</b>	1,5	<b>1,6</b>	1,6
ProSieben MAXX	<b>1,7</b>	1,8	<b>1,7</b>	1,6
Kabel Eins Doku	<b>0,9</b>	0,9	<b>0,9</b>	0,7

Relevanzzielgruppen <sup>1</sup>	Q4 2019	Q4 2018	2019	2018
SAT.1	<b>7,6</b>	7,8	<b>7,6</b>	8,0
ProSieben	<b>11,8</b>	13,4	<b>12,6</b>	12,5
Kabel Eins	<b>5,0</b>	5,2	<b>5,2</b>	5,0
sixx	<b>2,1</b>	1,7	<b>1,8</b>	1,9
SAT.1 Gold	<b>3,0</b>	2,7	<b>3,0</b>	2,8
ProSieben MAXX	<b>3,3</b>	3,1	<b>2,8</b>	2,7
Kabel Eins Doku	<b>1,0</b>	0,7	<b>0,9</b>	0,6

<sup>1</sup> Relevanzzielgruppen: SAT.1: Erwachsene 14-59 Jahre/ProSieben: Erwachsene 14-39 Jahre/ Kabel Eins: Erwachsene 14-49 Jahre/sixx: Frauen 14-39 Jahre/ SAT.1 GOLD: Frauen 40-64 Jahre/ProSieben MAXX: Männer 14-39 Jahre/ Kabel Eins Doku: Männer 40-64 Jahre./Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo-So). SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 GOLD, ProSieben MAXX, Kabel Eins Doku; Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK/video-SCOPE1.3/01.01.2018-31.12.2019/Marktstandard: TV.



### ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN ÖSTERREICH in Prozent

Zielgruppe 12-49 Jahre	Q4 2019	Q4 2018	2019	2018
ProSiebenSat.1 PULS 4	29,0	29,5	28,4	28,6
SAT.1 Österreich	3,9	5,0	3,8	4,6
ProSieben Austria	6,6	7,7	6,6	7,5
Kabel Eins Austria	2,9	2,9	2,8	2,8
PULS 4	4,9	4,7	4,9	4,5
sixx Austria	1,3	1,1	1,2	1,2
SAT.1 Gold Österreich	1,0	0,7	0,9	0,8
ProSieben MAXX Austria	1,2	1,0	1,1	1,0
Kabel Eins Doku Austria	0,9	0,8	0,9	0,7
ATV	4,9	4,7	4,8	4,3
ATV2	1,5	1,1	1,4	1,1

Österreich: E 12-49; SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, Kabel Eins Austria, PULS 4, sixx Austria, ProSieben MAXX Austria, SAT.1 Gold Österreich, Kabel Eins Doku Österreich, ATV + ATV 2 (seit 07.04.2017 bei ProSiebenSat.1 PULS 4, davor eigenständige Gruppe); Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting; 01.01.2018-31.12.2019; personengewichtet; inklusive VOSDAL/Timeshift; Standard.

### ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN DER SCHWEIZ in Prozent

Zielgruppe 15-49 Jahre	Q4 2019	Q4 2018	2019	2018
ProSiebenSat.1 Group	17,2	19,2	17,7	17,7
SAT.1 Schweiz	5,3	5,8	5,2	5,1
ProSieben Schweiz	5,3	6,7	5,8	6,2
Kabel Eins Schweiz	2,1	2,7	2,5	2,5
sixx Schweiz	1,3	1,1	1,2	1,1
SAT.1 Gold Schweiz	1,2	0,9	0,9	1,0
ProSieben MAXX Schweiz	1,2	1,0	1,1	0,8
Puls 8	0,9	1,1	1,0	1,0

Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo-So), alle Plattformen, overnight +7. SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, Kabel Eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, Puls 8 (seit 08.10.2015); werberelevante Zielgruppe 15-49 Jahre; Marktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz; D-CH; Totalsignal; Quelle: Mediapulse TV Data/ 01.01.2018-31.12.2019

Die fortschreitende Digitalisierung eröffnet der ProSiebenSat.1 Group neben immer zielgruppenspezifischeren Zuschaueransprachen neue Umsatzmodelle für das TV-Geschäft. Ein Beispiel hierfür ist die Distribution von Programmen in HD-Qualität. Hier partizipiert der Konzern an den technischen Freischaltentgelten, die Endkunden für Programme in HD-Qualität an die jeweiligen Anbieter entrichten.

Im Jahr 2019 verzeichneten die ProSiebenSat.1 HD-Sender in Deutschland 10,0 Mio Nutzer, das sind 6 Prozent mehr als im Vorjahr. Dabei hat der Konzern im Jahr 2019 auch seine technische Reichweite ausgebaut und neue Distributionsvereinbarungen getroffen, unter anderem mit HD PLUS, Zattoo, Telecolumbus/Primacom und der Deutschen Telekom. Zusätzlich wurden vermehrt Sendungen im neuen Standard Ultra High Definition (UHD) ausgestrahlt. Auch in Österreich und der Schweiz bietet der Konzern seine Programme in HD-Qualität an.

---

Kooperationen unterstreichen die strategische Zielsetzung des Konzerns, Programme über möglichst viele Verbreitungswege anzubieten und Reichweiten crossmedial auszubauen. Im Rahmen dieser Entertainment-Strategie hat die ProSiebenSat.1 Group gemeinsam mit Discovery die Streaming-Plattform Joyn als Joint Venture gegründet und im Juni 2019 gelauncht. Der Streaming-Dienst bietet Zuschauern über 60 Sender im Livestream sowie ein umfangreiches On-Demand-Angebot mit eigenproduzierten lokalen Serien, Shows und exklusiven Previews. Seit November 2019 ergänzt der kostenpflichtige Service Joyn PLUS+ mit exklusiven Inhalten, Originals, Pay-TV-Sendern sowie Inhalten in HD das Angebot. Zum Jahresende 2019 verzeichnete Joyn sieben Monate nach Launch bereits über 7 Mio Nutzer über alle Geräte; laut AGOF-Messung (Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e.V.) erreichte der kostenfreie Streaming-Dienst im Dezember 2019 in Deutschland 3,46 Mio Unique User.

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil des Portfolios der ProSiebenSat.1 Group ist Studio71. Es konzentriert die Angebote an digitalen Inhalten der Sendergruppe und distribuiert sie über digitale Plattformen. Zudem arbeitet das Studio71 mit einigen der reichweitenstärksten Social Influencern in Deutschland zusammen. Im Jahr 2019 erzielte Studio71 über 9,9 Mrd Video Views im Monat (Vorjahr: 9,2 Mrd Video Views).

Im Jahr 2019 verzeichnete die ProSiebenSat.1 Group eine Total Video Viewtime von 1.075.839 Mio Minuten (Vorjahr: 1.092.515 Mio Minuten). Dies entspricht der Gesamtsumme der gesehenen Minuten über die linearen und digitalen Plattformen der ProSiebenSat.1 Group hinweg. Die digitale Viewtime der Angebote weist dabei ein Wachstum von 30,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf. Mit dieser Entwicklung konnte das Unternehmen den linearen Reichweitenrückgang nicht komplett kompensieren. Im vierten Quartal lag die Total Video Viewtime bei 282.795 Mio Minuten (Vorjahr: 291.318 Mio Minuten).

## **Produktionsmarkt**

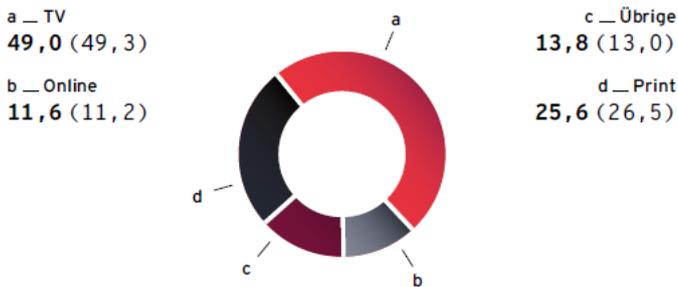
Der Anteil lokaler Programminhalte auf den eigenen Kanälen ist in besonderem Maße in den Fokus der Unternehmensstrategie gerückt. Ziel der ProSiebenSat.1 Group ist es, sich mit lokal produzierten Formaten von Wettbewerbern abzuheben und Markenprofile der Sender durch eigene Produktionen weiter zu schärfen. So steuerte im Jahr 2019 die deutsche Produktionstochter Redseven 17,6 Prozent der lokalen Primetime-Inhalte für die Sender SAT.1, ProSieben und Kabel Eins bei. Das ist eine Steigerung von 4,3 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr. Ebenso entwickelte und produzierte Studio71 vermehrt neue Formate für den deutschen Markt wie beispielsweise die Web-Serie „Klass Klassenfahrt“ für die Streaming-Plattform Joyn.

## **Werbemarkt**

Im Berichtszeitraum 2019 sind die Brutto-TV-Werbeinvestitionen in Deutschland laut Nielsen Media Research um 0,8 Prozent auf 16,31 Mrd Euro gestiegen (Vorjahr: 16,18 Mrd Euro). Im vierten Quartal 2019 ergab sich eine Steigerung um 0,6 Prozent auf 5,50 Mrd Euro (Vorjahr: 5,46 Mrd Euro). Dabei hat Fernsehen im intermedialen Vergleich die höchste Relevanz: Im Gesamtjahr 2019 flossen 49,0 Prozent der Brutto-Werbeinvestitionen in TV-Werbung (Vorjahr: 49,3 %). Im vierten Quartal 2019 betrug der Wert 51,9 Prozent (Vorjahr: 52,6 %).

### **MEDIA-MIX DEUTSCHER BRUTTO-WERBEMARKT**

in Prozent, Vorjahreswerte 2018 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research.

Die Daten von Nielsen Media Research sind wichtige Indikatoren für die Bewertung der Werbemarktentwicklung. Sie werden jedoch auf Brutto-Umsatzbasis erhoben, sodass weder Rabatte und Eigenwerbung noch Agenturprovisionen berücksichtigt sind. Zudem beinhalten die Zahlen TV-Spots aus Media-for-Revenue-Share- und Media-for-Equity-Geschäften. Die Werbeumsätze der großen US-Digitalkonzerne wie zum Beispiel Google LLC („Google“) und Facebook Inc. („Facebook“) sind in den Nielsen-Zahlen ebenfalls nicht reflektiert, sie bilden daher nicht den gesamten Brutto-Markt ab. Dadurch ergeben sich auch die Unterschiede zu der Netto-Entwicklung des TV-Werbemarktes.

Schon 2018 konnte der deutsche Netto-TV-Werbemarkt, anders als in Vorjahren, nur begrenzt von der insgesamt soliden makroökonomischen Entwicklung profitieren und entwickelte sich mit -1,2 Prozent leicht rückläufig. Ursache waren vor allem branchenspezifische Effekte. 2019 haben sich die Rahmenbedingungen weiter verschlechtert. Vor allem im außenwirtschaftlichen Bereich kühlte die Konjunktur dynamik deutlich ab. Dies beeinträchtigte beispielsweise das Werbeverhalten der stark exportorientierten deutschen Automobilbranche. Aus Sicht der ProSiebenSat.1 Group hat sich der TV-Werbemarkt auf Netto-Basis im Berichtsjahr 2019 daher merklich unter Vorjahresniveau entwickelt; ähnliche Einschätzungen gibt es von Experten des Branchenverbands Organisation Werbetreibende im Markenverband („OWM“). Offizielle Daten zum Netto-TV-Werbemarkt für das Jahr 2019 werden im Mai 2020 vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft („ZAW“) veröffentlicht.

Vor dem Hintergrund der oben beschriebenen Entwicklungen divergieren die Prognosen für das Gesamtjahr 2019 deutlich: Die Prognosen für den deutschen TV-Werbemarkt liegen zwischen minus 0,5 Prozent (GroupM) und minus 3,1 Prozent (Magna Global). Wie oben beschrieben lag die Entwicklung aus Sicht der ProSiebenSat.1 Group merklich unter dem Vorjahr. Für den deutschen Gesamtwerbemarkt liegen die Netto-Prognosen zwischen plus 1,8 Prozent (Magna Global) und minus 0,7 Prozent (ZenithOptimedia). InStream-Videowerbung dürfte sich weiter dynamisch entwickelt haben und das Wachstum des Online-Werbemarkts treiben. Die Agenturgruppen rechnen für den gesamten Online-Werbemarkt mit einem Plus zwischen 6,0 Prozent (GroupM) und 10,0 Prozent netto (Magna Global).

Die ProSiebenSat.1 Group ist Marktführer im deutschen TV-Werbemarkt und erwirtschaftete laut Nielsen Media Research 2019 TV-Werbeinnahmen von 6,36 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 6,42 Mrd Euro). Im vierten Quartal 2019 sanken die Erlöse um 3,5 Prozent auf 2,17 Mrd Euro (Vorjahr: 2,25 Mrd Euro). Daraus resultiert für das Gesamtjahr 2019 ein Marktanteil von 39,0 Prozent; im vierten Quartal erzielte die ProSiebenSat.1 Group einen Marktanteil von 39,5 Prozent (Vorjahreszeiträume: 39,7 % bzw. 41,2 %).

**MARKTANTEILE DEUTSCHER BRUTTO-TV-WERBEMARKT** in Prozent, Vorjahreswerte 2018 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research.

Aus der Vermarktung von InStream-Videoanzeigen, die online vor, nach oder während eines Bewegtbild-Streams gezeigt werden, erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group im Gesamtjahr 2019 einen Brutto-Umsatz von 390,1 Mio Euro (Vorjahr: 293,5 Mio Euro). Dies entspricht einem Plus von 32,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dabei erhöhte sich der Marktanteil von 46,3 Prozent auf 47,9 Prozent. Im vierten Quartal generierte der Konzern hier 138,7 Mio Euro (Vorjahr: 107,0 Mio Euro); daraus resultiert ein Werbemarktanteil von 49,6 Prozent (Vorjahr: 47,5 %). Das Marktvolumen für Werbebudgets in InStream-Videoanzeigen stieg 2019 in Deutschland um 28,6 Prozent auf 814,5 Mio Euro brutto (Vorjahr: 633,5 Mio Euro), im vierten Quartal um 24,0 Prozent auf 279,7 Mio Euro (Vorjahr: 225,6 Mio Euro).

Insgesamt stiegen die Investitionen in Online-Werbeformen 2019 um 4,6 Prozent auf 3,85 Mrd Euro (Vorjahr: 3,68 Mrd Euro); im vierten Quartal betrugen sie 1,19 Mrd Euro (Vorjahr: 1,17 Mrd Euro). Daraus erwirtschaftete der Konzern im Gesamtjahr einen Umsatz von 478,3 Mio Euro (+26,5 %) und von 171,2 Mio Euro im vierten Quartal (+36,8 %). Der Online-Werbemarkt umfasst neben InStream-Videos auch Display Ads wie klassische Banner und Buttons.

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

Nielsen Media Research weist auch für den Online-Werbemarkt in Deutschland Brutto-Zahlen aus. Diese enthalten jedoch u. a. nicht Google/YouTube, Facebook und bilden daher nicht den gesamten Markt ab. Für den Gesamt-Online-Videomarkt ist davon auszugehen, dass dieser gewachsen ist.

**TV-WERBEMÄRKTE IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ AUF BRUTTO-BASIS** in Prozent

	Entwicklung TV-Werbemarkt Q4 2019 (Abweichung vs. Vorjahr)		Entwicklung TV-Werbemarkt 2019 (Abweichung vs. Vorjahr)	
Deutschland		+0,6		+0,8
Österreich		+9,1		+2,4
Schweiz		+16,3		+3,4

	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q4 2019	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q4 2018	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group 2019	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group 2018
Deutschland	39,5	41,2	39,0	39,7
Österreich	44,2	43,8	44,5	43,4
Schweiz	27,1	26,4	27,6	26,4

**Deutschland:** Januar-Dezember, brutto, Nielsen Media.

**Österreich:** Januar-Dezember, brutto, Media Focus.

**Schweiz:** Januar-Dezember, die Werbemarktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz, brutto, Media Focus.

---

## Commerce

2019 dürfte der Online-Handel in Deutschland auf allen digitalen Endgeräten insgesamt um rund 8,6 Prozent auf ein Marktvolumen von 68,3 Mrd Euro gewachsen sein. Damit machte der Online-Handel voraussichtlich 11 Prozent des gesamten Einzelhandels im Jahr 2019 aus. Das ergab eine aktuelle Studie des Instituts für Handelsforschung Köln. Von großer Bedeutung für das deutsche E-Commerce-Wachstum im Berichtszeitraum dürfte dabei der mobile Handel mit einem Volumen von 36,6 Mrd Euro gewesen sein (Vorjahr: 30,7 Mrd Euro). Das sind insgesamt 53,6 Prozent des Online-Umsatzes in Deutschland. Die einzelnen E-Commerce-Bereiche kennzeichnen unterschiedliche Dynamiken; nachfolgend werden für die ProSiebenSat.1 Group relevante Märkte beschrieben:

- **Beauty und Lifestyle:** Das Marktvolumen im Bereich Beauty und Personal Care in Deutschland belief sich im Jahr 2019 auf 15 Mrd Euro (Vorjahr: 14,7 Mrd Euro). 2019 machte der Umsatzanteil des E-Commerce im Beauty-Bereich bereits rund 27 Prozent aus und soll bis 2023 auf bis zu 40 Prozent steigen.
- **Matchmaking:** Nach Angaben des Digital Market Outlooks der Statista GmbH („Statista“) ist der Umsatz im Matchmaking-Markt in Deutschland im Jahr 2019 auf 204 Mio Euro gestiegen (Vorjahr: 195 Mio Euro). Der Markt umfasst die Segmente Partnervermittlung, Singlebörsen und Casual Dating. Die Partnervermittlung, zu der auch unsere Portale Parship und ElitePartner zählen, ist das umsatzstärkste Segment im Matchmaking-Markt und macht rund 43 Prozent des Gesamtumsatzes aus.
- **Consumer Advice:** Das Marktvolumen von Online-Vergleichsportalen in Deutschland für die Bereiche Energie, Telekommunikation, Autoversicherungen und Konsumentenkredite dürfte sich im Jahr 2019 auf rund 760 Mio Euro belaufen (Vorjahr: 721 Mio Euro).
- **Experiences:** Das Marktvolumen für Erlebnisse (darunter Erlebnisgeschenke, erlebnisorientierte Kurzreisen sowie Freizeiterlebnisse) dürfte sich im Jahr 2019 in Deutschland auf rund 4,5 Mrd Euro belaufen. In einer gemeinsamen Studie der mydays GmbH („mydays“) und Statista wurden gemeinsame Erlebnisse und Erfahrungen als präferiertes Geschenk unter dem Weihnachtsbaum ermittelt. Knapp die Hälfte der befragten Männer sowie rund zwei Drittel der befragten Frauen gaben an, sich an Weihnachten am meisten über das Geschenk eines gemeinsamen Erlebnisses zu freuen.

---

## **Forschung und Entwicklung**

Die ProSiebenSat.1 Group betreibt Forschung und Entwicklung (F&E) nicht im herkömmlichen Sinne eines Industrieunternehmens. Beide Bereiche haben bei der ProSiebenSat.1 Group dennoch einen hohen Stellenwert.

Wir betreiben intensive Marktforschung in allen Bereichen, die für die Geschäftstätigkeit relevant sind oder in denen das Unternehmen Wachstumspotenzial sieht. Die Ausgaben für die konzernweiten Marktforschungsaktivitäten beliefen sich 2019 auf rund 9 Mio Euro (Vorjahr: 9 Mio Euro). Die verschiedenen Research-Abteilungen des Konzerns erstellen Untersuchungen und Analysen zur Werbewirkung, zu Trends im Werbemarkt und digitalen Branchen sowie zur Mediennutzung und werten außerdem Konjunktur- und Marktprognosen aus. Die Verantwortlichen im Konzern ziehen die Ergebnisse der Marktanalysen für die operative und strategische Planung heran. Gleichzeitig sind Marktdaten und Analysen eine wichtige Grundlage für die erfolgreiche Beratung unserer Werbekunden. Mit seinen Studien liefert das Unternehmen Werbetreibenden wertvolle Erkenntnisse für die Marketing- und Werbeplanung, die eine wichtige Basis für Investitionsentscheidungen darstellen.

In der Programmentwicklungsphase spielt zudem die Programmforschung eine entscheidende Rolle. Eine wichtige Aufgabe ist die Bewertung von internationalen TV-Trends hinsichtlich ihres Potenzials für den deutschen Fernsehmarkt. Darüber hinaus erstellt das entsprechende Research-Team regelmäßig quantitative sowie qualitative Studien und Analysen zu den Programmen der ProSiebenSat.1-Sender. Dabei werden unter anderem TV-Piloten mithilfe von Umfragen und Publikumsvorführungen getestet. Dieses Research-Team führt außerdem Ad-hoc-Tests zu bereits ausgestrahlten Sendungen durch. Auf Basis der Ergebnisse können wir TV-Formate sowohl in der Entstehungsphase anpassen als auch bereits ausgestrahlte Programme optimieren und damit die Erfolgsquote erhöhen.

Im Bereich der Entwicklung arbeiten wir insbesondere daran, unsere Werbeprodukte intelligenter zu machen. Das bedeutet, dass wir Angebote entwickeln, um TV- und Video-Werbung zielgruppengenau auszuspielen. Dies geschieht beispielsweise auf Basis von anonymisierten Nutzerdaten bezüglich Alter, Geschlecht, Haushaltseinkommen oder Wetter. Im Jahr 2019 hat der Vermarkter SevenOne Media zusätzlich zu den bestehenden Angeboten im Bereich zielgerichteter Werbung den Addressable TV Spot im Werbemarkt eingeführt. Dieser ermöglicht, dass Eigenwerbespots in allen Werbeblöcken mit adressierbaren Spots überblendet werden und Zuschauer so interessenbasiert ansprechen. Das Angebot basiert auf einer Werbetechnologie, die SevenOne Media entwickelt und europaweit zum Patent angemeldet hat. Darüber hinaus entwickeln wir unsere eigenen digitalen Plattformen wie beispielsweise im Commerce-Geschäft kontinuierlich weiter.

---

## **WESENTLICHE EREIGNISSE IM GESCHÄFTSJAHR 2019**

Die ProSiebenSat.1 Media SE analysiert regelmäßig ihr Portfolio und bewertet mögliche Wachstums- und Synergiepotenziale. Teil dieser Strategie sind Portfolioerweiterungen, Unternehmensverkäufe sowie Investitionen in zukunfts-trächtige Wachstumsfelder. In diesem Zusammenhang waren im Geschäftsjahr 2019 nachfolgende Ereignisse wesentlich.

- Im Geschäftsjahr 2019 wurde aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 12. Juni 2019 eine Dividende in Höhe von 1,19 Euro je Aktie ausgeschüttet. Die gesamte Dividendenzahlung belief sich auf 269 Mio Euro. Darüber hinaus wurde beschlossen, einen Betrag in Höhe von 200 Mio Euro vom Bilanzgewinn in die anderen Gewinnrücklagen einzustellen. Durch diese Beschlüsse verringerte sich der Bilanzgewinn um 469 Mio Euro.
- Im zweiten Quartal 2019 hat die ProSiebenSat.1 Media SE die Laufzeiten für die überwiegenden Teile des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolving Kreditfazilität (RCF) bis April 2024 verlängert.
- Im dritten Quartal 2019 hat die ProSiebenSat.1 Group die Transformation des Entertainment-Geschäfts weiter vorangetrieben und entschieden, für diesen Geschäftsbereich eine neue und eigenständigere Organisation zu etablieren. Zugleich wird die bisher mit dem Entertainment-Geschäft eng verzahnte operative Holding in eine strategische Holding umgewandelt.

### **GESAMTAUSSAGE DES VORSTANDS ZUM GESCHÄFTSVERLAUF DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE**

Die ProSiebenSat.1 Media SE schließt das Geschäftsjahr 2019 mit einem Jahresüberschuss in Höhe von 302 Mio Euro (Vorjahr: 122 Mio Euro) ab. Das Beteiligungsergebnis in Höhe von 525 Mio Euro konnte im Vergleich zum Vorjahr leicht gesteigert werden (Vorjahr: 521 Mio Euro). Darüber hinaus war das Vorjahr von wesentlichen Sondereffekten geprägt. Zum einen führte die Bildung einer Drohverlustrückstellung im Zusammenhang mit Programmvermögen im Vorjahr zu einem Aufwand in Höhe von 176 Mio Euro. Zum anderen wurde ebenfalls im Vorjahr ein Gewinn in Höhe von 108 Mio Euro aus der Veräußerung von Anteilen an der NUCOM GROUP SE, Unterföhring, an die General Atlantic PD GmbH, München, erzielt. Der Wegfall dieser Sondereffekte sowie signifikante Kostenreduktionen in den GuV-Positionen sonstige betriebliche Aufwendungen, Personalaufwand und Zinsaufwand führten zu einer deutlichen Ergebnisverbesserung. Unter Berücksichtigung eines gesunkenen Steueraufwands ergab sich ein Jahresüberschuss in Höhe von 302 Mio Euro (Vorjahr: 122 Mio Euro). Das Eigenkapital erhöhte sich um 35 Mio Euro auf 2.963 Mio Euro.



## ERTRAGSLAGE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

### GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG NACH HGB (KURZFASSUNG) in Mio Euro

	2019	2018
Umsatzerlöse	107	102
Sonstige betriebliche Erträge	73	181
Programm- und Materialaufwand	54	226
Personalaufwand	76	97
Abschreibungen	11	14
Sonstige betriebliche Aufwendungen	105	151
Betriebsaufwendungen	246	488
Beteiligungsergebnis	525	521
Finanzergebnis	-44	-56
Steuern	112	138
<b>Ergebnis nach Steuern</b>	<b>302</b>	<b>122</b>
Sonstige Steuern	0	0
<b>Jahresüberschuss</b>	<b>302</b>	<b>122</b>

Die Umsatzerlöse der ProSiebenSat.1 Media SE erhöhten sich im Geschäftsjahr 2019 um 5 Mio Euro auf 107 Mio Euro. Diese Entwicklung ist insbesondere auf eine Erhöhung der Miete an Konzerngesellschaften zurückzuführen, die zu einem Anstieg der Vermietungserlöse um 4 Mio Euro führte. Die Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Programmvermögen und -nebenrechte blieb mit 36 Mio Euro stabil, ebenso die Erlöse aus Verwaltungsdienstleistungen in Höhe von 42 Mio Euro (Vorjahr: 43 Mio Euro).

Die sonstigen betrieblichen Erträge sind gegenüber dem Vorjahr um 108 Mio Euro auf 73 Mio Euro gesunken. Ursache hierfür war insbesondere der im Geschäftsjahr 2018 erzielte Ertrag in Höhe von 108 Mio Euro aus der Veräußerung von Anteilen an der NCG-NUCOM Group SE an die General Atlantic PD GmbH.

Die Betriebsaufwendungen beliefen sich auf 246 Mio Euro (Vorjahr: 488 Mio Euro). Der hohe Wert des Programm- und Materialaufwands im Vorjahr wurde insbesondere durch die Bildung von Drohverlustrückstellungen im Rahmen des Strategiewechsels für das Programmvermögen in Höhe von 176 Mio Euro verursacht. Der Personalaufwand reduzierte sich aufgrund einer rückläufigen Mitarbeiterzahl um durchschnittlich 122 auf 575 Mitarbeiter und gesunkenen Sonderzahlungen in Höhe von 12 Mio Euro (Vorjahr: 18 Mio Euro) deutlich. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen verringerten sich um 46 Mio Euro auf 105 Mio Euro. Dies resultiert insbesondere aus einem Rückgang der Rechts- und Beratungskosten um 21 Mio Euro sowie einer Abnahme der konzerninternen Aufwendungen um 9 Mio Euro.

Das Beteiligungsergebnis als Saldo der Erträge aus Gewinnabführungsverträgen und Beteiligungserträgen abzüglich der Aufwendungen aus Verlustübernahmen belief sich auf 525 Mio Euro (Vorjahr: 521 Mio Euro). Den fast ausschließlich von der P7S1 TV Deutschland GmbH stammenden Erträgen aus Gewinnabführungsverträgen in Höhe von 551 Mio Euro (Vorjahr: 530 Mio Euro) und Beteiligungserträgen von der NCG-NUCOM Group SE in Höhe von 25 Mio Euro (Vorjahr: 14 Mio Euro) standen Aufwendungen aus Verlustübernahme in Höhe von 51 Mio Euro (Vorjahr: 23 Mio Euro) gegenüber.

Das Finanzergebnis als Saldo der Zinserträge und Zinsaufwendungen (inkl. Abschreibungen auf Finanzanlagen) verbesserte sich im Geschäftsjahr 2019 um 12 Mio Euro auf minus 44 Mio Euro (Vorjahr: -56 Mio Euro). Ursächlich hierfür war insbesondere ein deutlicher Rückgang des Zinsaufwands für Steuern.

Der Steueraufwand betrug 112 Mio Euro gegenüber 138 Mio Euro im Vorjahr. Die vorher beschriebene Bildung von Drohverlustrückstellungen konnte im Geschäftsjahr 2018 nicht steuermindernd in Ansatz gebracht werden.

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultiert für das Geschäftsjahr 2019 ein Jahresüberschuss in Höhe von 302 Mio Euro. Dies ist ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 148 Prozent bzw. 180 Mio Euro.

Die ProSiebenSat.1 SE hat langfristige Mietverträge für am Standort Unterföhring genutzte Immobilien abgeschlossen, die nach HGB als operatives Leasing eingeordnet wurden. Die Mietaufwendungen inklusive Nebenkosten beliefen sich im Geschäftsjahr 2019 auf 25 Mio Euro (Vorjahr: 22 Mio Euro).

## **VERMÖGENS-, FINANZ- UND LIQUIDITÄTSLAGE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE**

### **BILANZ NACH HGB (KURZFASSUNG) in Mio Euro**

	<b>31.12.2019</b>	31.12.2018
<b>AKTIVA</b>		
Immaterielle Vermögensgegenstände	3	3
Sachanlagen	52	50
Finanzanlagen	7.676	7.578
<b>Anlagevermögen</b>	<b>7.731</b>	<b>7.631</b>
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	927	946
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	704	731
<b>Umlaufvermögen</b>	<b>1.631</b>	<b>1.677</b>
Rechnungsabgrenzungsposten	2	3
Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung	0	1
<b>BILANZSUMME</b>	<b>9.364</b>	<b>9.311</b>
<b>PASSIVA</b>		
Eigenkapital	2.963	2.928
Rückstellungen	297	365
Verbindlichkeiten und sonstige Passiva	6.103	6.018
Rechnungsabgrenzungsposten	1	0
<b>BILANZSUMME</b>	<b>9.364</b>	<b>9.311</b>

## **VERMÖGENSLAGE**

Die Bilanzsumme der ProSiebenSat.1 Media SE erhöhte sich zum 31. Dezember 2019 um 1 Prozent oder 53 Mio Euro auf 9.364 Mio Euro.

Das Anlagevermögen verzeichnete im Vergleich zum Vorjahresstichtag einen Anstieg um 1 Prozent bzw. 100 Mio Euro auf 7.731 Mio Euro. Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus den im Berichtsjahr durchgeführten Einzahlungen in Kapitalrücklagen bei den unmittelbaren Tochtergesellschaften ProSiebenSat.1 Entertainment GmbH, NCG-NUCOM GROUP SE und Red Arrow Studios GmbH sowie konzerninternen Darlehensausreichungen, deren Rückzahlungen nicht vor Ende 2020 erwartet wird.

---

Das Umlaufvermögen verringerte sich um 3 Prozent bzw. 46 Mio Euro auf 1.631 Mio Euro. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf den Rückgang der Steuerforderungen in Höhe von 44 Mio Euro aufgrund einer Anpassung der nachträglichen Vorauszahlungen für 2018 zurückzuführen. Wesentliche Positionen im Umlaufvermögen sind darüber hinaus konzerninterne Forderungen in Höhe von 785 Mio Euro (Vorjahr: 752 Mio Euro), Bankguthaben in Höhe von 704 Mio Euro (Vorjahr: 731 Mio Euro) und Anzahlungen für Programmvermögen in Höhe von 88 Mio Euro (Vorjahr: 86 Mio Euro).

Das Eigenkapital der ProSiebenSat.1 Media SE verzeichnete zum 31. Dezember 2019 einen Anstieg um 1 Prozent oder 35 Mio Euro auf 2.963 Mio Euro. Die Eigenkapitalquote betrug damit 32 Prozent (Vorjahr: 31%).

Die Rückstellungen verringerten sich um 67 Mio Euro auf 298 Mio Euro. Ursächlich hierfür war im Wesentlichen der Rückgang der Drohverlustrückstellungen für den zukünftigen Erwerb von Programmvermögen.

Mit 6.103 Mio Euro lagen die Verbindlichkeiten und sonstigen Passiva am 31. Dezember 2019 um 85 Mio Euro über dem Vorjahresniveau von 6.018 Mio Euro. Diese Entwicklung reflektiert vor allem gestiegene Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen im Bereich Programmvermögen

## **FINANZ- UND LIQUIDITÄTSLAGE**

Das Cash Management des ProSiebenSat.1 Konzerns wird zentral vorgenommen, die konzernweiten Zahlungsmittelströme fließen durch das implementierte Cash-Pooling-System zum überwiegenden Teil in der ProSiebenSat.1 Media SE als Dachgesellschaft zusammen. Insofern beeinflussen die Cashflows des gesamten ProSiebenSat.1-Konzerns die Liquidität der ProSiebenSat.1 Media SE in sehr hohem Maße.

Die ProSiebenSat.1 Media SE hat eine unbesicherte Anleihe im Volumen von 600 Mio Euro mit einem Kupon von 2,625% und einer Fälligkeit im April 2021 ausgegeben.

Zudem besteht eine unbesicherte Konsortialkreditvereinbarung aus einem endfälligen Darlehen mit einem Nominalvolumen von 2.100 Mio Euro sowie einer revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro. Die revolvingierende Kreditfazilität wurde im Geschäftsjahr 2019 nicht in Anspruch genommen. Die Laufzeiten des Darlehens und des RCF wurden im Geschäftsjahr größtenteils bis April 2024 verlängert. Der nicht verlängerte Anteil des Darlehens in Höhe von 151 Mio Euro und des RCF in Höhe von 74 Mio Euro haben weiterhin eine Laufzeit bis April 2023. Die Kreditvereinbarung wurde mit einer internationalen Bankengruppe geschlossen.

Zusätzlich hat die ProSiebenSat.1 Media SE im Geschäftsjahr 2016 drei unbesicherte syndizierte Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro mit Laufzeitbändern von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinst und 50 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (225 Mio Euro fest verzinst) begeben.

Die ProSiebenSat.1 Media SE fungiert für die Konzernunternehmen, insbesondere für die deutschen Sender, als Einkaufskommissionär für das Programmvermögen. Im Geschäftsjahr 2019 flossen 524 Mio Euro (Vorjahr: 564 Mio Euro) für Investitionen in das Programmvermögen (inklusive geleisteter Anzahlungen) ab. Der Zufluss aus der internen Weitergabe von Programmvermögen mit Lizenzbeginn an Konzerngesellschaften betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 544 Mio Euro (Vorjahr: 561 Mio Euro). Die gesamten künftigen finanziellen Verpflichtungen aus bereits abgeschlossenen Programmeinkaufsverträgen verringerten sich zum 31. Dezember 2019 aufgrund der im Vorjahr geänderten Programmstrategie erwartungsgemäß auf 1.829 Mio Euro (Vorjahr: 2.295 Mio Euro).

Die Zahlungsmittelabflüsse für Investitionen in das Sachanlagevermögen auf Ebene der ProSiebenSat.1 Media SE betragen im Berichtsjahr 14 Mio Euro. Dies ist ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 3 Mio Euro.

---

Für Einzahlungen in die Kapitalrücklagen bei unmittelbaren Tochterunternehmen sowie für Unternehmenserwerbe und -veräußerungen flossen im Geschäftsjahr 2019 saldiert 67 Mio Euro (Vorjahr: 118 Mio Euro) ab.

Die ProSiebenSat.1 Media SE war und ist jederzeit in der Lage, ihre eigenen Zahlungsverpflichtungen zu erfüllen.

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

## **GESAMTAUSSAGE ZUM GESCHÄFTSVERLAUF DES KONZERNS AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG**

Unsere bedeutsamsten finanziellen und nicht-finanziellen Konzern-Leistungsindikatoren entwickelten sich im Geschäftsjahr 2019 weitestgehend im Rahmen der Erwartungen: Die Umsatzerlöse stiegen um 3 Prozent und damit im mittleren einstelligen Prozentbereich auf 4.135 Mio Euro (Vorjahr: 4.009 Mio Euro). Das adjusted net income bewegte sich mit 387 Mio Euro (Vorjahr: 541 Mio Euro) hingegen wie angekündigt unter dem Vorjahreswert und reflektierte die Entwicklung des adjusted EBITDA. Dies ging um 14 Prozent auf 872 Mio Euro zurück (Vorjahr: 1.013 Mio Euro). Die adjusted EBITDA-Marge lag bei 21,1 Prozent, die Konversionsrate des adjusted net income bei 44 Prozent. Beide Größen lagen leicht unterhalb der zu Jahresbeginn prognostizierten Werte, die jedoch neben den Auswirkungen der aufwandswirksamen Investitionen in das Entertainment- und Commerce-Geschäft wie angekündigt unter dem Vorbehalt der Entwicklung der gesamten TV-Werbeerlöse des Unternehmens und des makroökonomischen Umfelds standen. Da die gesamten TV-Werbeerlöse zum Jahresende aufgrund gestiegener makroökonomischer Unsicherheiten sowie einer damit verbundenen schwächer als ursprünglich prognostizierten Entwicklung des TV-Werbegeschäfts um minus 5 Prozent unter Vorjahr lagen, spiegeln die Ergebnisgrößen also das im November 2019 vom Konzern prognostizierte Ergebnisszenario wider. Auch die Entwicklung des Verschuldungsgrads ist in diesem Zusammenhang zu sehen. Das Ergebnis im Commerce-Geschäft lag anders als zu Jahresbeginn prognostiziert leicht unter dem Vorjahreswert, da der Konzern im Jahresverlauf entschieden hatte, die Wettbewerbsposition im Online-Beauty-Geschäft über zusätzliche aufwandswirksame Investitionen in das Portfolio-Unternehmen Flaconi zu stärken und das Wachstum weiter zu beschleunigen. Auch die Entwicklung des Verbraucherportals Verivox spielte hier eine Rolle, da dessen Umsatz und Ergebnis von einem herausfordernden Markt- und Wettbewerbsumfeld insbesondere in Folge der Insolvenz eines Billigstromanbieters Anfang des Jahres 2019 geprägt war. Das adjusted EBITDA dieses Segments lag entsprechend wie im November 2019 angekündigt bei rund 100 Mio Euro.

Die ProSiebenSat.1 Group treibt die digitale Transformation konzernweit voran und erweitert sein TV-Geschäft um digitale Unterhaltungsangebote, um unterschiedliche Mediennutzungsinteressen zu bedienen. Dem veränderten Zuschauerverhalten tragen wir dabei mit einem stärkeren Fokus auf lokale Programminhalte Rechnung. Mit dieser Programmstrategie haben wir einen wichtigen Grundstein für ein modernes und zukunftsgerichtetes Entertainment-Geschäft gelegt und unsere Zuschauerquoten im deutschen Markt um 0,4 Prozentpunkte auf 28,2 Prozent weiter gesteigert. Dies ist der wichtigste bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikator des Konzerns.

Die fortschreitende Digitalisierung und damit einhergehend eine sich verändernde Mediennutzung birgt für uns sowohl große Chancen als auch neue Herausforderungen. Dies spiegelt die Umsatzentwicklung des Konzerns wider: Während die Umsätze in den Segmenten Content Production & Global Sales und Commerce wie erwartet jeweils gewachsen sind, blieben die Erlöse im Entertainment-Segment – auch portfolio-bereinigt – unter Vorjahr. Das digitale und smarte Werbegeschäft entwickelte sich zwar sehr dynamisch, konnte aber den Rückgang der gesamten TV-Werbeerlöse erst teilweise kompensieren. Dieser reflektiert insbesondere die gestiegenen makroökonomischen Unsicherheiten, die damit verbundene allgemein rückläufige Entwicklung des TV-Werbemarkts sowie strukturelle Veränderungen im Medienkonsum.



2019 war ein herausforderndes Jahr, in dem wir unsere Strategie weiterentwickelt und so auf die Veränderung des Medienmarktes reagiert haben. Um die Organisation noch agiler aufzustellen und die digitale Transformation voranzutreiben, etabliert der Konzern eine neue und eigenständigere Entertainment-Organisation, in der die Content-Bereiche, die digitalen Plattform-Geschäfte und deren Monetarisierung noch enger miteinander verzahnt werden. Durch die Bündelung unserer Marktexpertise können wir unseren Zuschauern bzw. unseren Nutzern unterhaltsame und relevante Inhalte bieten, die diese plattformunabhängig konsumieren können. Gleiches gilt für Werbekunden, für die wir Vermarktungsinnovationen auf allen Kanälen schaffen und Werbung durch datenbasierte Angebote noch passgenauer adressieren.

#### VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM ERWARTETEN GESCHÄFTSVERLAUF

	Ergebnisse 2018	Prognose GJ 2019 7. März 2019	2. Quartal 2019 7. August 2019	3. Quartal 2019 7. November 2019	Ergebnisse 2019
<b>Umsatzerlöse</b> (in Mio Euro)	4.009	Anstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich, auf Basis von mindestens stabilen bis nur leicht rückläufigen gesamten TV-Werbeumsätzen im Entertainment-Segment und eines stabilen makroökonomischen Umfelds	Bestätigung der Prognose vom 7. März 2019, vorbehaltlich der Entwicklung des makroökonomischen Umfelds und des TV-Werbemarkts im zweiten Halbjahr 2019	Bestätigung der Prognose vom 7. März 2019, unter dem Vorbehalt der Entwicklung des gesamtwirtschaftlichen Umfelds und des TV-Werbemarkts	4.135 und damit Anstieg von +3,1%
<b>Adjusted EBITDA-Marge</b> (in %)	25,3%	22-25%; auf Basis von mindestens stabilen bis nur leicht rückläufigen gesamten TV-Werbeumsätzen im Entertainment-Segment und eines stabilen makroökonomischen Umfelds. Sollten sich die Rahmenbedingungen über die getroffenen Annahmen hinaus verschlechtern, würde dies die Profitabilität im Entertainment-Segment sowie auf Konzernebene negativ beeinflussen. Bei im Gesamtjahr stabilen bis nur leicht rückläufigen gesamten TV-Werbeerlösen im Entertainment-Segment Annahme, dass sich die Auswirkung der geplanten aufwandswirksamen Investitionen auf das adjusted EBITDA der Gruppe im Gesamtjahr 2019 auf einen mittleren zweistelligen Millionenbeitrag im Vergleich zum Vorjahr beschränken wird	Bestätigung der Prognose vom 7. März 2019, vorbehaltlich der Entwicklung des makroökonomischen Umfelds und des TV-Werbemarkts im zweiten Halbjahr 2019	adjusted EBITDA-Marge am unteren Ende der Zielbandbreite von 22 bis 25% unter dem Vorbehalt der Entwicklung des gesamtwirtschaftlichen Umfelds und des TV-Werbemarkts; im Falle eines Rückgangs der gesamten TV-Werbeerlöse im bis zu hohen einstelligen Prozentbereich in Q4 bei gleichzeitigen geplanten zusätzlichen aufwandswirksamen Investitionen: Rückgang des adjusted EBITDA auf bis zu ca. 850 Mio Euro möglich	21,1%
<b>Adjusted net income</b> (Konversionsrate des adjusted EBITDA zum adjusted net income in %)	53,4%	ca. 50%	-	adjusted net income unter Vorjahreswert	44%
<b>Verschuldungsgrad</b> (Netto-Finanzverbindlichkeiten/LTM adjusted EBITDA)	2,1 x	1,5-2,5x	-	-	2,6 x
<b>Free Cashflow vor M&amp;A</b> (in Mio Euro)	244	Stabil	-	-	339

**VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM ERWARTETEN GESCHÄFTSVERLAUF (FORTSETZUNG)**

	Ergebnisse 2018	Prognose GJ 2019 7. März 2019	2. Quartal 2019 7. August 2019	3. Quartal 2019 7. November 2019	Ergebnisse 2019
<b>Entertainment</b>					
Externe Umsatzerlöse (in Mio Euro)	2.626	Stabil; unter der Voraussetzung stabiler bis nur leicht rückläufiger gesamter TV-Werbeumsätze sowie einer gegenläufigen positiven Entwicklung anderer Entertainment-Umsätze und auf Basis eines stabilen makroökonomischen Umfelds. Sollten sich die Rahmenbedingungen über die getroffenen Annahmen hinaus verschlechtern, würde dies die Profitabilität im Entertainment-Segment sowie auf Konzernebene negativ beeinflussen.	-	-	2.518
Adjusted EBITDA (in Mio Euro)	881	Deutlicher Rückgang; unter der Voraussetzung stabiler bis nur leicht rückläufiger gesamter TV-Werbeumsätze sowie einer gegenläufigen positiven Entwicklung anderer Entertainment-Umsätze und auf Basis eines stabilen makroökonomischen Umfelds. Sollten sich die Rahmenbedingungen über die getroffenen Annahmen hinaus verschlechtern, würde dies die Profitabilität im Entertainment-Segment sowie auf Konzernebene negativ beeinflussen.	-	-	726
<b>Content Production &amp; Global Sales</b>					
Externe Umsatzerlöse (in Mio Euro)	552	Deutlicher Anstieg	-	-	652
Adjusted EBITDA (in Mio Euro)	31	Deutlicher Anstieg	-	-	48
<b>Commerce</b>					
Externe Umsatzerlöse (in Mio Euro)	831	Deutlicher Anstieg	-	-	965
Adjusted EBITDA (in Mio Euro)	103	Deutlicher Anstieg	Ankündigung, die Wettbewerbsposition im Online-Beauty-Geschäft über zusätzliche aufwandswirksame Investitionen in das Portfolio-Unternehmen Flaconi zu stärken und das Wachstum weiter zu beschleunigen	adjusted EBITDA von rund 100 Mio	98
<b>Deutscher TV-Zuschauermarkt</b> (Marktanteil in %)					
	27,8%	Führende Position auf hohem Niveau	-	-	28,2%

---

## RISIKOBERICHT

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

### PROZESSSTEUERUNG

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über ein umfassendes Risikomanagementsystem, das alle Tätigkeiten, Produkte, Prozesse, Abteilungen, Beteiligungen und Tochtergesellschaften berücksichtigt, die nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung unseres Unternehmens haben könnten. Der klassische Risikomanagementprozess ist dabei in vier Phasen strukturiert:

- 1. Identifikation:** Grundlage ist die Identifikation der wesentlichen Risiken über einen Soll-Ist-Vergleich. Verantwortlich hierfür sind die dezentralen Risikomanager. Sie orientieren sich an Frühwarnindikatoren, die für relevante Sachverhalte bzw. Kennzahlen definiert wurden. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist beispielsweise die Entwicklung der Zuschauermarktanteile.
- 2. Bewertung:** Die Bewertung der relevanten Risiken erfolgt auf Basis einer Matrix. Dazu werden die Sachverhalte zum einen nach ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit auf einer Fünf-Stufen-Prozentskala kategorisiert. Zum anderen wird der Grad ihrer möglichen finanziellen Auswirkung beurteilt; die finanziellen Äquivalente gliedern sich ebenfalls in fünf Stufen. Mithilfe der Matrixdarstellung werden die Risikopotenziale nach ihrer relativen Bedeutung als „hoch“, „mittel“ oder „gering“ klassifiziert. Neben der Klassifizierung ist die Analyse von Ursachen und Wechselwirkungen Teil der Risiko-bewertung. Maßnahmen zur Gegensteuerung bzw. Risikominimierung fließen in die Bewertung ein (Netto-Betrachtung). Um ein möglichst präzises Bild der Risikolage zu erhalten, werden Chancen hingegen nicht berücksichtigt.
- 3. Steuerung:** Über entsprechende Maßnahmen kann die ProSiebenSat.1 Group die Eintrittswahrscheinlichkeit von Verlustpotenzialen verringern und mögliche Einbußen begrenzen oder vermindern. Von großer Bedeutung für den sicheren Umgang mit Risiken ist daher, adäquate Gegenmaßnahmen zu ergreifen, sobald ein Indikator eine bestimmte Toleranzgrenze überschreitet.
- 4. Monitoring:** Die Risikoüberwachung und Risikoberichterstattung komplettieren den Risikomanagementprozess. Ziel ist es, die Veränderungen zu überwachen und die Effektivität der ergriffenen Steuerungsmaßnahmen zu prüfen. Teil des Monitorings ist auch die Dokumentation; sie stellt sicher, dass alle entscheidungsrelevanten Hierarchieebenen über adäquate Risikoinformationen verfügen.

Risiko ist im vorliegenden Bericht als mögliche künftige Entwicklung bzw. mögliches künftiges Ereignis definiert, das unsere Geschäftslage wesentlich beeinflussen und zu einer negativen Ziel- bzw. Prognoseabweichung führen könnte. Damit fallen jene Risikoausprägungen, die wir bereits in unserer finanziellen Planung bzw. im Jahresabschluss zum 31. Dezember 2019 berücksichtigt haben, nicht unter diese Definition und werden folglich in vorliegendem Risikobericht nicht erläutert.

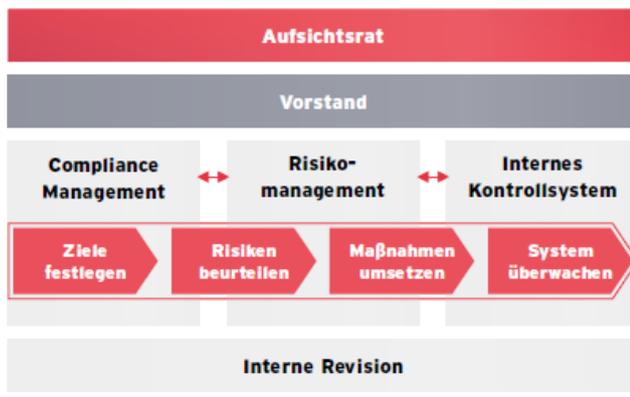
## RISIKOMANAGEMENTPROZESS IM ABLAUF



■ Dezentraler Risikomanager ■ Vorstand/Aufsichtsrat ■ Group Risk Officer

Neben einem strukturierten Prozess sind klare Entscheidungsstrukturen, einheitliche Richtlinien und methodisches Vorgehen der verantwortlichen Instanzen Grundvoraussetzungen für den konzernweit sicheren Umgang mit Risiken. Zugleich müssen Abläufe und Organisationsstrukturen so flexibel gestaltet sein, dass die ProSiebenSat.1 Group jederzeit angemessen auf neue Situationen reagieren kann. Daher erfolgt die regelmäßige Klassifikation der Risiken dezentral und somit direkt in den verschiedenen Unternehmenseinheiten, wie nachfolgend beschrieben:

## RISIKOMANAGEMENTSYSTEM



- **Dezentrale Risikomanager:** Die Risikomanager erfassen die Risiken aus ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich nach der beschriebenen, konzernweit einheitlichen Systematik. Sie dokumentieren ihre Ergebnisse quartalsweise in einer IT-Datenbank.
- **Group Risk Officer:** Der Group Risk Officer berichtet die in der Datenbank gemeldeten Risiken quartalsweise an den Vorstand und den Aufsichtsrat. Kurzfristig auftretende relevante Risiken werden zudem unverzüglich gemeldet. Vorstand bzw. Aufsichtsrat erhalten auf diesem Weg frühzeitig und regelmäßig alle entscheidungsrelevanten Analysen und Daten, um reagieren zu können.

- Das **Risk Office** unterstützt die verschiedenen Unternehmensbereiche bei der Risikofrüherkennung. Durch Schulungen der dezentralen Risikomanager und eine kontinuierliche Prüfung des Risikokonsolidierungskreises stellt das Ressort die Effektivität und Aktualität des Systems sicher. Darüber hinaus prüft der Bereich Internal Audit regelmäßig die Qualität und Ordnungsmäßigkeit des Risikomanagementsystems. Die Ergebnisse werden direkt an den Finanzvorstand des Konzerns berichtet und danach im Vorstand des Konzerns besprochen und auch dem Aufsichtsrat zur Kenntnis gegeben.

Die regelmäßige Prüfung des Risikomanagementsystems von Internal Audit und externen Beauftragten hat zu einem positiven Ergebnis geführt. Grundlage für die Prüfung ist das sogenannte Risikomanagementhandbuch. Dieses Handbuch fasst unternehmensspezifische Grundsätze zusammen und reflektiert den international anerkannten Standard für unternehmensweites Risikomanagement und interne Kontrollsysteme des COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission).

## ENTWICKLUNG DER RISIKO-CLUSTER

Die ProSiebenSat.1 Group unterteilt die Risiken auf Segment- und Gruppenebene in die Kategorien „Operative Risiken“, „Finanzwirtschaftliche Risiken“, „Compliance-Risiken“, „Strategische Risiken“ und „Nichtfinanzielle Risiken“. Aufgrund ihrer thematischen Diversität unterscheidet die ProSiebenSat.1 Group die jeweiligen „Operativen Risiken“ zusätzlich in folgende Risiko-Cluster: „Externe Risiken“, „Vertriebsrisiken“, „Content-Risiken“, „Technologische Risiken“, „Personalrisiken“, „Investitionsrisiken“, „Produktisiken“ und „Sonstige Risiken“. Die Risiko-Cluster setzen sich wiederum aus verschiedenen Risiken zusammen. Dies sind nicht notwendigerweise die einzigen Risiken, denen der Konzern ausgesetzt ist. Weitere Risiken, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen könnten, sind uns derzeit jedoch nicht bekannt oder wir betrachten sie im Kontext dieses Berichts als nicht relevant.

Wir überwachen alle im Rahmen des Risikomanagementprozesses erfassten Risiken; im vorliegenden Risikobericht fokussieren wir jedoch nur jene Risiken, die eine erhebliche oder wesentliche Auswirkung haben könnten und beschreiben die jeweilige Veränderung gegenüber dem Vorjahr. Dies stellt eine Veränderung in der Berichterstattung gegenüber dem Vorjahr dar, in welchem Risiken mit mindestens einer mittleren Gesamteinschätzung berichtet wurden.

Im vorliegenden Lagebericht werden die Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung dargestellt, über Risiken mit potenziell sehr geringer, geringer oder moderater Auswirkung berichten wir hier nicht. Dies stellt eine Veränderung in der Berichterstattung gegenüber dem Vorjahr dar, in welchem Risiken mit mindestens einer mittleren Gesamteinschätzung berichtet wurden. Sollte sich ein Risiko mit derzeit sehr geringer, geringer oder moderater potenzieller Auswirkung jedoch zu einem Risiko mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung entwickeln, werden wir diese Veränderung in unseren künftigen Risikoberichten berücksichtigen. Wenn im Umkehrschluss Risiken, die derzeit mit erheblicher oder wesentlicher Auswirkung eingestuft werden, auf eine sehr geringe, geringe oder moderate Auswirkung herabgestuft werden, werden solche Risiken in diesem Bericht nicht detailliert beschrieben – mit Ausnahme der Veränderung gegenüber der im Geschäftsbericht 2018 veröffentlichten Risikosituation selbst. Die Auswertung der Eintrittswahrscheinlichkeit und der Risikoauswirkung sowie die allgemeinen Konzernschwellenwerte sind im Vergleich zur Vorperiode unverändert geblieben.

Insgesamt hat sich die Gesamtrisikolage im Vergleich zum Vorjahr erhöht. Dies resultiert zum einen daraus, dass sich auf Konzernebene die makroökonomischen Risiken erhöht haben. Weiterhin haben sich die Lizenzrisiken und die mit der Local-Content-Strategie verbundenen Produktionsrisiken im Entertainment-Segment gegenüber dem 31. Dezember 2018 von einer geringen auf eine moderate Auswirkung erhöht. Darüber hinaus haben sich die Vertriebsrisiken (TV-Effektivität und Medienverfügbarkeit) im Segment Commerce gegenüber dem 31. Dezember 2018 erhöht und werden nun als möglich

anstatt unwahrscheinlich eingestuft. Demgegenüber ist das Programmproduktionsrisiko im Segment Content Production & Global Sales gegenüber dem 31. Dezember 2018 von einer hohen auf eine moderate Auswirkung gesunken. Alle übrigen Risiken und Risiko-Cluster haben sich – sofern nicht explizit erwähnt – im Vergleich zum Vorjahr nicht verändert.

Nach unserer Einschätzung sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage führen könnten. Die identifizierten Risiken haben keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch nicht in die Zukunft gerichtet.

Gesamtrisikolage: Zur Beurteilung der Gesamtrisikolage klassifiziert die ProSiebenSat.1 Group zunächst alle Einzelrisiken im Rahmen des vierteljährlichen Bewertungsprozesses, aggregiert sie und ordnet sie den Clustern zu. Die Cluster gewichtet die ProSiebenSat.1 Group bei der Bewertung der Gesamtrisikolage entsprechend ihrer Bedeutung für den Konzern. Die Einschätzung der Gesamtrisikosituation ist somit das Ergebnis der konsolidierten Betrachtung der Hauptrisikokategorien des Konzerns und seiner drei Segmente Entertainment, Content Production & Global Sales sowie Commerce, wobei keine Risiken mit erheblicher oder wesentlicher Auswirkung in den Bereichen Content Production & Global Sales sowie Commerce festgestellt wurden.

**ÜBERBLICK DER RELEVANTEN RISIKEN**

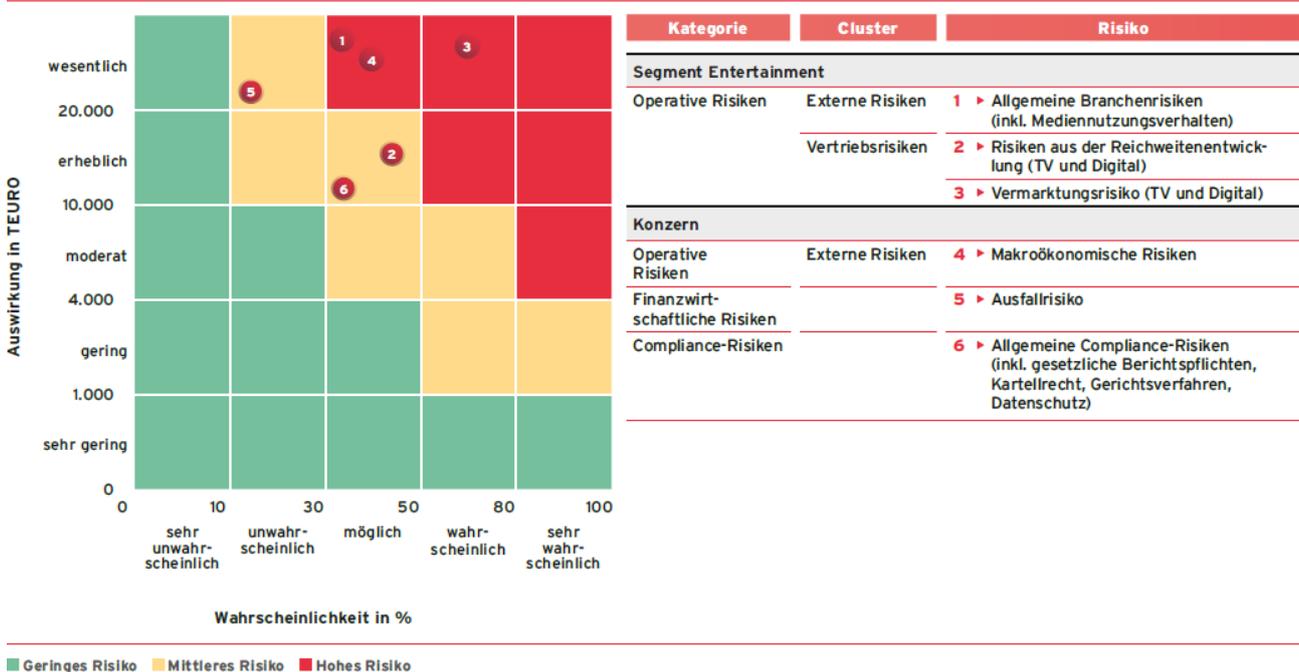
Kategorie	Cluster	Risiko	Veränderung gegenüber dem Vorjahr	Auswirkungsgrad	Eintrittswahrscheinlichkeit	Risiko-bedeutung
<b>Segment Entertainment</b>						
Operative Risiken	Externe Risiken	→ Allgemeine Branchenrisiken (inkl. Mediennutzungsverhalten)	Unverändert	Wesentlich	Möglich	Hoch
	Vertriebsrisiken	→ Risiken aus der Reichweitenentwicklung (TV und Digital)	Unverändert	Erheblich	Möglich	Mittel
		→ Vermarktungsrisiko (TV und Digital)	Unverändert	Wesentlich	Wahrscheinlich	Hoch
<b>Konzern</b>						
Operative Risiken	Externe Risiken	↑ Makroökonomische Risiken	Gestiegen	Wesentlich	Möglich	Hoch
Finanzwirtschaftliche Risiken		→ Ausfallrisiko	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
Compliance-Risiken		→ Allgemeine Compliance-Risiken (inkl. gesetzliche Berichtspflichten, Kartellrecht, Gerichtsverfahren, Datenschutz)	Unverändert	Erheblich	Möglich	Mittel

→ unverändert    ↑ gestiegen

Wie bereits erläutert, werden in diesem Bericht Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung beschrieben, Risiken mit potenziell sehr geringer, geringer oder moderater Auswirkung jedoch nicht. Dies stellt eine Veränderung zum Vorjahresbericht dar, in welchem Risiken mit einer mittleren oder hohen Gesamteinschätzung beschrieben wurden, jedoch keine mit einer geringen Gesamteinschätzung. Aufgrund dieser Umstellung werden folgende Risiken, jeweils mit der Gesamteinschätzung „Mittel“, in diesem Bericht nicht beschrieben:

- § 32a UrhG Bestseller (Non Fiction) im Segment Entertainment
- Lizenzprogramm/Verhandlungsposition mit Major- und Independent-Studios (inkl. Programmqualität) im Segment Entertainment
- Programmproduktionen im Segment Content Production & Global Sales
- Sicherheitsrisiken auf Konzernebene
- Regulatorische Risiken auf Konzernebene
- Auskunfts- und Schadensersatzklagen der RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG und El Cartel Media GmbH & Co. KG.
- Erfolg von Eigen- und Auftragsproduktionen und der Local-Content-Strategie im Segment Entertainment
- Vertriebsrisiken (TV-Effektivität und Medienverfügbarkeit) im Segment Commerce

**RISIKOMATRIX**



■ Geringes Risiko ■ Mittleres Risiko ■ Hohes Risiko

---

## SEGMENT ENTERTAINMENT

### Operative Risiken: Externe Risiken

**Allgemeine Branchenrisiken (inkl. Mediennutzungsverhalten):** Wir erachten die Risiken aus einer Veränderung der Bewegtbildnutzung als unverändert und sehen deren Eintritt weiterhin als möglich an. Im Falle einer grundlegenden Veränderung können wir wesentliche finanzielle Auswirkungen nicht vollständig ausschließen. Wir stufen diesen Sachverhalt daher insgesamt als hohes Risiko ein.

Der digitale Wandel und insbesondere die steigende Internetnutzung haben das Mediennutzungsverhalten verändert. Schon seit Langem werden beispielsweise TV-Inhalte nicht nur linear und am klassisch stationären TV-Gerät genutzt, sondern auch über mobile Endgeräte wie Laptop oder Smartphone. Besonders bei den jüngeren Zuschauern werden diese alternativen Nutzungsformen immer beliebter, 20 Prozent der gesamten TV-Nutzung der 14 bis 29-Jährigen findet heute nicht auf dem TV-Gerät, sondern auf Devices wie Smartphone, Tablet oder PC/Laptop statt.

Seit mehr als 50 Jahren ist TV zusammen mit Radio das reichweitenstärkste Medium in Deutschland. Die von der AGF ermittelte TV-Sehdauer liegt im Jahr 2019 bei 202 Minuten pro Tag (E 14–69 Jahre). Auch in Zukunft wird klassisches Fernsehen die Bewegtbildnutzung in Deutschland dominieren. Die TV-Nutzung an stationären Geräten dürfte zwar weiter leicht zurückgehen, aber dennoch weiterhin an erster Stelle liegen. Gleichzeitig wird die Beliebtheit internetbasierter Bewegtbild-Angebote weiter zunehmen. So gewinnen beispielsweise Streaming-Plattformen mit eigenen Inhalten zunehmend an Bedeutung. Darauf haben wir unsere Strategie und Erwartungen ausgerichtet.

Unser Portfolio aus digitalen Angeboten bauen wir weiter aus. Dazu zählen sowohl eigene Produkte als auch Partnerschaften mit anderen Plattformanbietern. Wichtigstes Beispiel hierfür ist unser Joint Venture Joyn, an dem die ProSiebenSat.1 Group zu 50 Prozent beteiligt ist.

Im Rahmen unserer Strategie fassen wir die verschiedenen Nutzungsformen, also die Nutzung von TV, Catch-Up und weiteren Online-Video-Inhalten, als Bewegtbildnutzung zusammen. Dies spiegelt sich insbesondere durch die geplante Ausweisung einer übergreifenden Gesamtreichweite für all diese Nutzungsformen unter dem Stichwort „Total Reach“ wider.

### Operative Risiken: Vertriebsrisiken

Die Entwicklung der Vertriebsrisiken wird von unterschiedlichen Faktoren beeinflusst. Neben Reichweitenmessungen sind makroökonomische Daten sowie branchenspezifische Trends wie die allgemeine Entwicklung des Werbemarktes sowie die Verteilung der Werbebudgets auf die verschiedenen Mediengattungen (Media-Mix) relevant. Ein erhebliches Risikopotenzial birgt in diesem Kontext die Verschiebung von Budgets zu Online-Medien und damit möglicherweise einhergehend ein sinkender Anteil von TV am Media-Mix bzw. eine rückläufige Entwicklung des Umsatzvolumens des Netto-TV-Werbemarktes.

**Risiken aus der Reichweitenentwicklung (TV und Digital):** Die Risiken aus Reichweitenentwicklungen haben sich nicht verändert: Wir stufen diese Risikokategorie weiterhin als möglich ein, die potenziellen Auswirkungen wären erheblich. Dabei bewerten wir das Risiko insgesamt als mittel.

---

Um kurz-, mittel- und langfristige Entwicklungen von Reichweiten engmaschig zu kontrollieren, hat der Konzern ein Frühwarnsystem implementiert. Wichtiger Indikator sind dabei die Zuschauermarktanteile, die die ProSiebenSat.1 Group täglich auf Grundlage der Daten der AGF analysiert. 2019 ist es gelungen, die Zuschauermarktanteile im wichtigen Umsatzmarkt Deutschland zu steigern und zugleich unsere Reichweite auf digitalen Plattformen auszubauen. Dabei war auch eine Verschiebung der absoluten Reichweite von TV zu Digitalangeboten zu verzeichnen.

Unser Ziel ist es, Entertainment jederzeit, überall und auf jedem Gerät anzubieten. Vor diesem Hintergrund hat der Konzern 2019 seine Entertainment-Aktivitäten im TV- und Digitalsektor noch enger in einem Segment miteinander verzahnt. Dadurch nutzen wir Synergien, kompensieren Reichweiteschwankungen innerhalb des Portfolios und reagieren zugleich auf die Veränderung der Mediennutzungsgewohnheiten infolge der wachsenden Attraktivität internetbasierter Angebote. Diese Zielsetzung reflektiert auch die Weiterentwicklung unseres Frühwarnsystems: 2018 hat die ProSiebenSat.1 Group die Risikodefinition zum Thema Reichweitenentwicklung auf den Digitalbereich erweitert. Mittelfristig soll die Gesamtreichweite aus linearen und digitalen Verbreitungswegen (einschließlich Joyn) durch einheitliche KPIs ausgedrückt („Total Reach“) und zugleich Werbung noch präziser adressierbar werden („Smart Reach“). Mit „Total Reach“ lassen sich Überschneidungen der verschiedenen Nutzungsformen ausweisen wie z.B. gemeinsame Seher der TV-Ausstrahlung einer Sendung und des zugehörigen Catch-Up-Angebots. „Smart Reach“ wird uns zusätzlich die Möglichkeit geben, Werbemittel relevanter und individueller für Nutzer auszuspielen, um damit den Werbekunden ein verbessertes Angebot zur Ansprache ihrer Zielgruppe zu ermöglichen. Diese neuen Indikatoren werden die veränderte Mediennutzung von klassischem TV- bzw. digitalem Entertainment-Angebot adäquat widerspiegeln.

Zusätzlich zu diesen quantitativen Auswertungen stellen qualitative Studien ein wichtiges Kontrollinstrument dar, da die Sender so ein unmittelbares Feedback von ihrem Publikum erhalten. Einzelne Fehlentscheidungen sind dennoch nicht auszuschließen. Bei der Produktion und dem Erwerb von passenden Programmen handelt es sich um einen Prozess, dessen Erfolg in hohem Maße vom subjektiven Empfinden unserer Zuschauer abhängt. Zudem wird der Wettbewerb weiter intensiv geführt, sowohl innerhalb des deutschen Markts als auch mit Blick auf internationale Digitalkonzerne.

**Vermarktungsrisiko (TV und Digital):** Nicht nur mit Blick auf die Reichweitenentwicklung trägt die ProSiebenSat.1 Group der Konvergenz der Medien Rechnung; auch im Bereich Vermarktung hat der Konzern sein Risikomanagementsystem weiterentwickelt. So wurden 2018 die verschiedenen in diesem Kontext identifizierten Risiken in einem Gesamtrisiko für TV- und Digitalvermarktung zusammengefasst.

Der Wettbewerb mit globalen Digital-Anbietern hat sich intensiviert. Dabei vollzieht sich der Wandel vom klassisch linearen Fernsehen hin zu Streaming- und zeitversetzten Bewegtbild-Angeboten immer schneller. Dies birgt für die ProSiebenSat.1 Group das Risiko, dass sich die Investitionsbereitschaft von Werbekunden verringert bzw. das Preisniveau von TV-Werbung sinkt. Wesentliche Auswirkungen auf unsere Umsatzentwicklung im TV-Werbemarkt können wir daher nicht ausschließen, obgleich wir eine digitale Entertainment-Strategie verfolgen.

Der Vermarktungserfolg hängt auch im digitalen Bereich von verschiedenen Faktoren ab, wie zum Beispiel der Attraktivität von Plattformen, über die die Inhalte wiedergegeben werden, aber natürlich von den angebotenen Inhalten selbst, sowie deren Reichweite und Monetarisierung. Darüber hinaus stellen im Bereich der Vermarktung von Online-Werbung Werblocker ein weiteres Vertriebsrisiko dar. Diese sogenannten „Plug-ins“, d.h. Zusatzprogramme, die für Browser oder Apps für mobile Endgeräte angeboten werden, verhindern die Ausspielung von Werbung. Um dieses Risiko zu begrenzen, hat die ProSiebenSat.1 Group technische Mittel eingeführt, die Werblocker wirksam unterbinden können. Parallel dazu gehen wir juristisch vor und haben eine Unterlassungsklage gegen den in Deutschland am weitesten verbreiteten Werblocker (AdBlock Plus) eingereicht.

---

Basierend auf den oben genannten Maßnahmen und Entwicklungen sowie verschiedenen Marktstudien, die auch zur Erstellung des Budgets 2020 genutzt wurden, sehen wir das Vermarktungsrisiko als unverändert gegenüber dem Vorjahr an. Die Eintrittswahrscheinlichkeit ist dabei nach wie vor wahrscheinlich. Die potenziellen Auswirkungen auf die Umsatzperformance wären wesentlich, sodass wir das Risiko insgesamt, wie im Vorjahr, als hoch kategorisieren.

## **RISIKEN AUF EBENE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE**

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist als Holding-Gesellschaft des ProSiebenSat.1 Konzerns aufgrund dessen umfangreichen Geschäftstätigkeiten vielfältigen Risiken ausgesetzt. Soweit die Voraussetzungen für die bilanzielle Berücksichtigung gegeben waren, wurde für alle erkennbaren Risiken eine angemessene Vorsorge getroffen.

In den folgenden Abschnitten werden Risiken beschrieben, die Einfluss auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des ProSiebenSat.1 Konzerns haben können.

### **Operative Risiken: Externe Risiken**

#### **Makroökonomische Risiken**

Im Jahresverlauf 2019 hat sich die globale Wachstumsdynamik deutlich verringert. Dies beeinträchtigte die stark exportorientierte deutsche Wirtschaft, die mit real plus 0,6 Prozent deutlich schwächer wuchs als im Jahr 2018 mit plus 1,5 Prozent. Während die Industrie dabei eine ausgeprägte Schwäche zeigte, entwickelten sich dagegen die Binnenkonjunktur robust und der private Konsum solide.

Für die Weltwirtschaft erwartet der Internationale Währungsfonds 2020 zwar eine leichte Erholung. Diese wird aber bestenfalls verhalten bleiben und ist zudem mit beträchtlichen Risiken behaftet. Die ungünstigen und zunehmend unsicheren außenwirtschaftlichen Bedingungen könnten dementsprechend auf die bislang robuste deutsche Binnenkonjunktur übergreifen. Daher erachten wir die Konjunkturrisiken gegenüber dem Jahresende 2018 als erhöht. Da die Werbeausgaben von Unternehmen ebenso wie andere Investitionsentscheidungen von der allgemeinen Konjunkturlage und -stimmung beeinflusst werden, sehen wir dieses externe Risiko als hohes Risiko, mit einer wesentlichen Auswirkung auf die Ergebnisentwicklung. Zuvor erachteten wir das Risiko als mittel mit einer erheblichen Auswirkung auf die Ergebnisentwicklung. Die Eintrittswahrscheinlichkeit stufen wir weiterhin als möglich ein. Die Visibilität im Werbemarkt ist weiterhin begrenzt. Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt daher das Ziel, die Unabhängigkeit vom hochprofitablen, aber konjunktursensitiven Free-TV-Geschäft zu steigern und so das Risikoprofil weiter zu diversifizieren.

#### **Finanzwirtschaftliche Risiken**

Im Rahmen unserer Geschäfts- und Finanzierungstätigkeit ist der Konzern verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Dazu zählen das Finanzierungsrisiko, Ausfallrisiko, Zinsrisiko, Währungsrisiko und Liquiditätsrisiko; mit Ausnahme des Ausfallrisikos stufen wir die finanzwirtschaftlichen Risiken in ihrer Bedeutung als gering ein. Wir begegnen diesen Risiken mit umfangreichen Maßnahmen und nutzen Derivate als Sicherungsinstrumente.

---

Die Bewertung und Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken wird zentral koordiniert. Dazu analysiert der Konzernbereich Group Finance & Treasury die Entwicklung an den Märkten, leitet daraus Chancen- und Verlustpotenziale für die ProSiebenSat.1 Group ab und beurteilt regelmäßig die Risikosituation. Die erforderlichen Maßnahmen werden in enger Zusammenarbeit mit dem Konzernvorstand definiert. Grundsätze, Aufgaben und Zuständigkeiten sind konzernweit festgelegt und über Richtlinien für alle Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Group verbindlich geregelt.

**Ausfallrisiko:** Der Konzern schließt Finanz- und Treasury-Geschäfte ausschließlich mit Geschäftspartnern ab, die hohe Bonitätsanforderungen erfüllen. Das Profil der Kontrahenten wird in diesem Zusammenhang systematisch und kontinuierlich überwacht. Neben der Bonitätskontrolle begrenzt die ProSiebenSat.1 Group die Eintrittswahrscheinlichkeit eines Ausfallrisikos durch eine breite Streuung der Kontrahenten. Die Bedingungen für den Abschluss von Finanz- und Treasury-Geschäften sind konzernweit einheitlich in einer Richtlinie geregelt. Wir bewerten den Eintritt eines Ausfallrisikos unverändert als unwahrscheinlich. Da sich der Ausfall von Kreditgebern jedoch wesentlich auf unsere Ergebnisentwicklung und die Finanzlage auswirken könnte, stufen wir die Risikobedeutung insgesamt als mittel ein.

## Compliance-Risiken

**Allgemeine Compliance-Risiken (inkl. gesetzliche Berichtspflichten, Kartellrecht, Gerichtsverfahren):** Seit Mai 2018 ist die Datenschutz-Grundverordnung in Kraft. Die ProSiebenSat.1 Group hatte frühzeitig Maßnahmen ergriffen und konzernweit umgesetzt. Der Tätigkeitsschwerpunkt liegt für die Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group derzeit bei der Erfüllung von Betroffenenrechten, insbesondere der Beantwortung von datenschutzrechtlichen Betroffenenanfragen.

Die Auswirkungen der Datenschutzgrundverordnung auf die Werbewirtschaft sind noch nicht vollumfänglich abzuschätzen. Dazu zählt insbesondere die Verarbeitung von Daten für zielgruppenspezifische Werbung im Netz, die umso genauer zugeschnitten werden kann, je besser die Interessen der User bekannt sind. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund der kontrovers diskutierten Orientierungshilfe der deutschen Datenschutzaufsichtsbehörden für Telemediendienste vom März 2019. Ob für die Bildung von Profilen ab einem künftigen Zeitpunkt eine stillschweigende oder gar explizite Einwilligung des Nutzers eingeholt werden muss, ist unklar, auch vor dem Hintergrund ausstehender Entscheidungen des Bundesgerichtshofes und laufender Gesetzgebungsinitiativen.

Im Rahmen der Initiative „New Deal for Consumers“ haben am 29. März 2019 das Europäische Parlament, der Rat und die Kommission ferner eine Einigung über den Vorschlag für eine Richtlinie zur „besseren Durchsetzung und Modernisierung der EU-Verbraucherschutzvorschriften“ erzielt. Kernstück dieser auch als Omnibusrichtlinie bekannten Regulierung sind eine EU-weite Sammelklage, Änderungen am Widerrufsrecht und neue Transparenzregelungen für Online-Marktplätze: Konsumenten werden sich europaweit zusammenschließen und über Verbraucherschutzorganisationen Klagen gegen Unternehmen einreichen können. Das Widerrufsrecht wird künftig auch für digitale Inhalte gelten. Online-Marktplätze müssen erhöhten Transparenzanforderungen gerecht werden. Bei weit verbreiteten Verstößen, von denen Verbraucher in mehreren EU-Mitgliedstaaten betroffen sind, beträgt die verfügbare Höchststrafe 4 Prozent des Jahresumsatzes des Anbieters in dem jeweiligen Mitgliedstaat. Wir rechnen Ende 2021 mit einem Inkrafttreten in den jeweiligen Mitgliedstaaten.

Wir beobachten die aktuellen Entwicklungen insbesondere zur Datenschutzgrundverordnung und zum digitalen Verbraucherschutz genau, um auf erwartete und unerwartete Rahmenbedingungen adäquat reagieren zu können und damit das finanzielle Risiko zu minimieren.

Dabei bewerten wir die Allgemeinen Compliance-Risiken als unverändert. Wir können jedoch erhebliche negative Auswirkungen auf die Ergebnisentwicklung des Konzerns in diesem Zusammenhang nicht vollständig ausschließen und erachten deren Eintritt weiterhin als möglich. Das Gesamtrisiko bewerten wir weiterhin als ein mittleres Risiko.

---

## **ANGABEN ZUM INTERNEN KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM IM HINBLICK AUF DEN (KONZERN-) RECHNUNGSLEGUNGSPROZESS (§ 289 Abs. 4 HGB) mit Erläuterungen**

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess soll sicherstellen, dass Geschäftsvorfälle im handelsrechtlichen Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE und im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE (aufgestellt nach den in der EU übernommenen 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 die ProSiebenSat.1 Group 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 SE 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 und des (Konzern-) Lageberichts 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 unterliegen unsere Prozessbeschreibungen sowie unsere Risikokontrollmatrizen einer jährlichen Überprüfung. Hierdurch wird die Aktualität der Beschreibung sichergestellt und damit auch die Etablierung kontinuierlich wirksamer Kontrollmechanismen erreicht. Die Ergebnisse dieser Überprüfungen sowie die Ergebnisse regelmäßiger Kontrolltests werden im Rahmen von Aktualisierungen 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 in den Konzern einbezogenen Abschlüsse der Einzelgesellschaften werden unter Zuhilfenahme von Standardsoftware erstellt.
- Die Abschlüsse der Einzelgesellschaften werden nach lokalen Rechnungslegungsvorschriften, die Meldedaten nach dem auf IFRS basierten Bilanzierungshandbuch aufgestellt, das allen in den Rechnungslegungsprozess eingebundenen Mitarbeitern verfügbar gemacht wird. Die in den Konzernabschluss einbezogenen Einzelgesellschaften übermitteln ihre Meldedaten in einem vorgegebenen Format an die Abteilung „Group Accounting & Reporting“.
- Die eingesetzten Finanzsysteme sind durch entsprechende Zugangs- und Zugriffskontrollen (Berechtigungskonzepte) geschützt.

- 
- Die Ermittlung bestimmter rechnungslegungsrelevanter Sachverhalte (z.B. Gutachten zur Pensionsrückstellung) wird unter Mitwirkung externer Experten vorgenommen.
  - Die wesentlichen Funktionen im Rechnungslegungsprozess – Accounting, Taxes, Controlling sowie 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. auf HGB und IFRS basierende Bilanzierungshandbücher, 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**

- Bei allen rechnungslegungsbezogenen Prozessen werden Kontrollen wie Funktionstrennung, Vier-Augen-Prinzip, Genehmigungs- und Freigabeverfahren sowie Plausibilisierungen vorgenommen.
- Es besteht eine klare Zuordnung der Aufgaben bei der Erstellung des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses. Für spezielle fachliche Fragestellungen und komplexe Bilanzierungssachverhalte fungieren die Abteilungen „Group Accounting & Reporting“ (IFRS) und „Corporate Accounting“ (HGB) als zentrale Ansprechpartner.
- Risiken, die sich auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess beziehen, werden kontinuierlich im Rahmen des im Risikobericht beschriebenen Risikomanagementprozesses erfasst und überwacht.

Im Rahmen der Abschlussprüfung 2019 hat der Abschlussprüfer das Risikofrüherkennungssystem gemäß § 317 Absatz 4 HGB in Verbindung mit § 91 Absatz 2 AktG geprüft und dessen Ordnungsmäßigkeit bestätigt.

---

## CHANCENBERICHT

### CHANCENMANAGEMENT

Wachstumsoptionen werden über das Chancenmanagement der Gruppe identifiziert und im Rahmen von Planungsprozessen konkretisiert. Unser Chancenmanagement ist Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems. Ziel ist es, Chancen möglichst frühzeitig zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen zu nutzen. Das Management von Chancen ist bei der ProSiebenSat.1 Group dezentral in den Geschäftsbereichen organisiert. Die definierten Chancen werden im Rahmen der Strategieplanung erfasst.

### ERLÄUTERUNG WESENTLICHER CHANCEN

Chancen, deren Eintrittswahrscheinlichkeit wir als hoch einstufen, haben wir bereits in unsere Prognose für 2020 sowie unsere Planung bis 2024 aufgenommen. Daneben sind auch leistungswirtschaftliche Faktoren wie Kostenbewusstsein und effizientes Prozessmanagement zentrale Voraussetzungen, um die Marktposition der ProSiebenSat.1 Group weiter zu stärken. Über diese Wachstumsmöglichkeiten berichten wir im Unternehmensausblick. Daneben existieren Potenziale, die bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert sind. Diese könnten sich insbesondere infolge strategischer Maßnahmen ergeben. Nachfolgend berichten wir über diese Chancen, sofern sie für den Planungszeitraum bis 2024 relevant und wesentlich sind.

Die Medienbranche steht ganz im Zeichen des digitalen Wandels. Neue Wettbewerber und Technologien sind entstanden und haben sowohl Erlösmodelle als auch die Mediennutzung selbst verändert. Wir machen weiter Fortschritte und setzen die Transformation von einem klassischen TV-Unternehmen zu einem Digitalkonzern mit einem diversifizierten Geschäftsportfolio konsequent fort. Dazu vernetzt die Gruppe ihre Segmente und Geschäftsfelder immer enger, nutzt digitale Technologien und erschließt durch Akquisitionen oder strategische Partnerschaften zusätzliche Märkte. Trotz konjunktureller Unsicherheiten agieren wir weiterhin nachhaltig und langfristig und haben uns bewusst entschieden, durch Investitionen insbesondere unser Angebot an lokalen Programminhalten zu stärken, unsere digitale Reichweite sowie unser digitales und smartes Werbegeschäft auszubauen und unser Geschäft weiter durch das Wachstum der NuCom Group zu diversifizieren.

**Synergien durch Vernetzung von Geschäftsfeldern.** Um auch künftig wettbewerbsfähig zu sein und ertragsstark zu wachsen, ist das Portfolio der ProSiebenSat.1 Group seit 2018 in drei Segmente gegliedert. Ein wichtiger Schritt war dabei die Zusammenlegung des linearen TV-Geschäfts mit digitalem Entertainment. Indem der Konzern seine Beteiligungen verzahnt und Erfolgsformate für die Nutzung auf verschiedenen Plattformen produziert oder gebündelt aus einer Hand anbietet, erhöht er die Effizienz seiner Investments und schafft zusätzliche Wachstumschancen durch Synergien. Um die Konzernorganisation noch agiler aufzustellen, etabliert die ProSiebenSat.1 Group seit 2019 zudem eine neue und eigenständigere Entertainment-Organisation, in der die Content-Bereiche, die digitalen Plattform-Geschäfte und deren Monetarisierung noch enger miteinander verbunden werden. Dies ist der nächste Schritt, die digitale Transformation voranzutreiben und unsere Wettbewerbschancen zu erhöhen.

Fernseh- bzw. Bewegtbild-Inhalte werden heute unabhängig von Zeit und Ort abgerufen und finden neben dem TV-Bildschirm auf weiteren Geräten wie Smartphones oder Tablets statt. Ein Beispiel hierfür ist das ProSieben-Format „The Voice of Germany“: Die Musikshow erreichte 2019 mehr als 266 Mio Video Views über alle digitalen Plattformen.



---

Indem der Konzern Inhalte über möglichst viele Kanäle verbreitet, bedient er zusätzliche Mediennutzungsinteressen und insbesondere die wachsende Beliebtheit digitaler Medien bei jungen Zielgruppen. Ein wichtiger Schritt war in diesem Zusammenhang der Launch von Joyn als senderübergreifende Entertainment-Streaming-Plattform, die die Inhalte der Free-TV-Sender der ProSiebenSat.1 Group und Discovery sowie weiterer Content-Partner auf einer Plattform sowie einer App bündelt. Kontinuierlich werden hier weitere Features und Inhalte hinzugefügt. Zudem kann die ProSiebenSat.1 Group durch crossmediale Vermarktungsangebote Reichweiten noch besser monetarisieren. Breitband-Internetzugänge mit einer schnellen Datenübertragung treiben diese Entwicklung voran.

**Datenbasierte Geschäftsmodelle und Digitalisierung von TV-Werbung.** Die ProSiebenSat.1 Group vernetzt ihr Fernsehgeschäft konsequent mit digitalen Unterhaltungsmedien und baut so ihre Gesamtreichweite aus („Total Reach“). Im nächsten Schritt soll diese Reichweite adressierbar und somit Werbung optimal auf die jeweiligen Zuschauer zugeschnitten werden (Smart Reach). Dabei setzt die ProSiebenSat.1 Group auch auf neue Technologien. Wir haben beispielsweise als erster TV-Konzern in Deutschland Addressable-TV-Spots über den technologischen Standard „Hybrid Broadcast Broadband TV“ (HbbTV) realisiert. 2019 wurden insgesamt über 800 Addressable-TV-Kampagnen gebucht, davon mehr als 100 Spot-Kampagnen. Diese Werbespots kombinieren die hohe Reichweite des klassischen Fernsehens mit den Möglichkeiten digitaler Werbung: dem zielgruppenorientierten bis hin zum geräteindividuellen Einblenden von Werbung.

Einen wichtigen Schritt zur besseren Monetarisierung von Online-Videos haben wir mit der Gründung des Unternehmens d-force gemacht, ein Joint Venture mit der Mediengruppe RTL Deutschland. Das Joint Venture macht die Addressable-TV- und Online-Video-Inventare der beiden Medienhäuser über eine von beiden Partnern genutzte Buchungsplattform für den programmatischen Mediaeinkauf zugänglich. Die Initiative ist für weitere Partner offen und will zukünftig von Deutschland und der DACH-Region ausgehend auch in das europäische Ausland expandieren.

**Wachstumsstarke Geschäftsfelder und Portfoliofokussierungen.** Im Bereich Entertainment erweiterte der Konzern sein Portfolio mit dem Launch der Streaming-Plattform Joyn im Juni 2019. Bereits mehr als 6,5 Mio Mal wurde die werbefinanzierte App bereits bis zum Jahresende 2019 heruntergeladen. Eine Erweiterung durch ein Premium-Angebot inklusive Pay-TV-Integration erfolgte im November 2019 unter der Marke Joyn PLUS+. Joyn bietet neben exklusiven Inhalten, einer Mediathek und TV-Previews auch den Livestream von über 60 TV-Sendern, darunter auch ARD und ZDF. Zudem führen wir Gespräche mit führenden europäischen Medienunternehmen über einen Launch auch in anderen Ländern Europas.

Die M&A-Strategie der Vergangenheit hat das Wachstum des Konzerns nachhaltig gestärkt. Einer unserer strategischen Prioritäten sind Investitionen in den dynamisch wachsenden Commerce-Sektor mit der NuCom Group. Strategisch relevant sind für die ProSiebenSat.1 Group dabei vor allem Produkte und Dienstleistungen, die sich wertsteigernd über das Breitenmedium TV vermarkten lassen. Durch TV-Werbung kann der Konzern die Umsätze seiner Beteiligungen ohne hohe Cash-Investitionen schnell und effektiv steigern. Dies sind wichtige Grundpfeiler unserer M&A-Strategie, wodurch sich Umsatz- und Kostensynergien ergeben. Die NuCom Group fokussiert ihr Portfolio auf die Bereiche Verbraucherberatung, Partnervermittlung, Erlebnisse sowie Beauty & Lifestyle und strebt in diesen Bereichen jeweils marktführende Positionen an.



---

## **GESAMTAUSSAGE ZUR RISIKO- UND CHANCENLAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG**

Unsere Branche zeichnet sich durch permanente Veränderung aus – deshalb haben wir die Organisation des Konzerns agiler und effizienter aufgestellt, um diesen Wandel aktiv in Wachstumspotenziale zu übersetzen. Die ProSiebenSat.1 Group ist bereits heute ein breit aufgestelltes Entertainment- und Commerce-Haus mit starken Marken, einer führenden Position im Zuschauer- und TV-Werbemarkt, innovativen Vermarktungsangeboten, einem internationalen Produktionsnetzwerk sowie profitablen Commerce-Portfolio. Die digitale Entwicklung eröffnet uns für alle Segmente neue Wachstumsmärkte. Sie birgt jedoch auch Risiken. Soziale, technologische und wirtschaftliche Bereiche haben sich infolge der Digitalisierung signifikant verändert. Diese Entwicklung wird sich in den kommenden Jahren fortsetzen und beschleunigen. Ebenso wichtig wie das Erkennen und Nutzen von Chancen ist für unser Unternehmen daher die Identifizierung und Steuerung von potenziellen Risiken. Wir verfügen über ein umfassendes Risikomanagementsystem, das alle relevanten Unternehmenseinheiten integriert. Nach unserer Einschätzung sind keine Risiken erkennbar, die einzeln – oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken – zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Media SE oder der ProSiebenSat.1 Group führen könnten. Wenn gleich sich das Gesamtrisiko im Vergleich zum Vorjahr erhöht hat, haben die identifizierten Risiken keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch nicht in die Zukunft gerichtet. Die Chancensituation hat sich im Vergleich zum Vorjahr nicht verändert.

---

## PROGNOSEBERICHT

Die ProSiebenSat.1 Media SE hängt in ihrer weiteren Geschäftsentwicklung wesentlich von den Tochtergesellschaften des Konzerns ab, denn das Ergebnis der ProSiebenSat.1 Media SE wird zu einem wesentlichen Teil vom Beteiligungsergebnis und damit von den möglichen Ausschüttungen der Tochtergesellschaften bestimmt. Somit dienen die Prognose zu den wirtschaftlichen Entwicklungen des Konzerns als Annahmen der Prognose der ProSiebenSat.1 Media SE. Daher wird im Folgenden neben den zukünftigen Rahmenbedingungen auch auf die Entwicklung wesentlicher Kenngrößen im Konzern eingegangen

### **KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN**

Im Jahresverlauf 2019 und zu Beginn des Jahres 2020 hat der Internationale Währungsfonds (IWF) seine Wachstumsprognosen für die Weltwirtschaft bzw. die Eurozone mehrmals nach unten korrigiert: Grund für die Abwärtskorrekturen waren vor allem zunehmende Handelsbarrieren und geopolitische Unsicherheiten in Schwellenländern. Dennoch soll die Weltwirtschaft nach plus 2,9 Prozent im Jahr 2019 (Vorjahr: +3,6%) im Jahr 2020 mit plus 3,3 Prozent wieder etwas dynamischer expandieren. Gründe für diese Entwicklung sind unter anderem eine mögliche Entspannung im Handelskonflikt zwischen den USA und China sowie potenzielle Handelsabkommen nach dem Brexit. So soll das Wachstum in der Eurozone sich etwas beschleunigen; in den USA hingegen wird eine Konjunkturabschwächung erwartet. Zudem bleiben die Prognoserisiken weiterhin hoch.

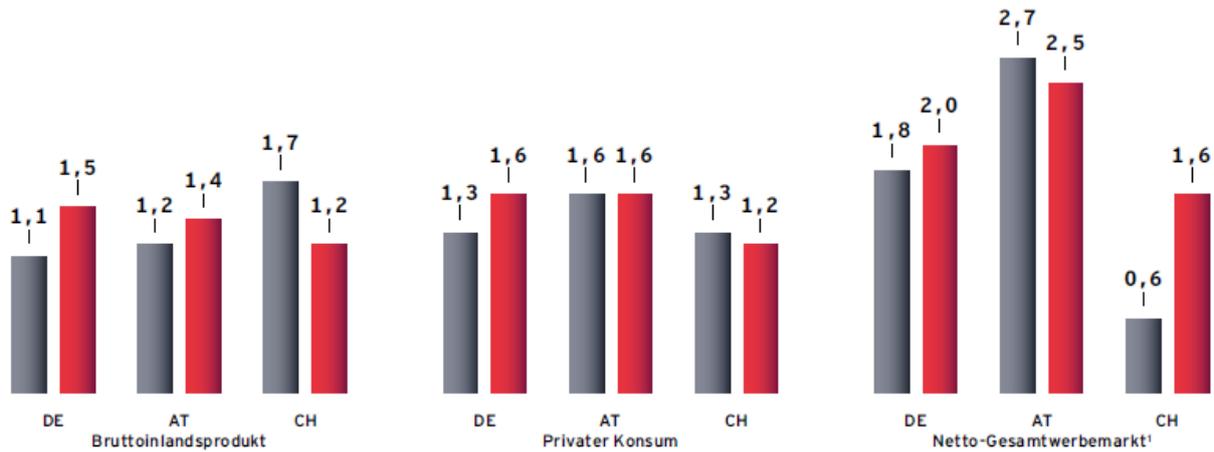
Die Wachstumserwartungen für das deutsche Bruttoinlandsprodukt im Jahr 2020 liegen mit 1,1 Prozent (ifo; Institut für Wirtschaftsforschung) bis 1,2 Prozent (DIW; Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V.) über dem Jahreswert 2019. Davon sind jedoch 0,4 Prozentpunkte allein auf zusätzliche Arbeitstage infolge von Kalendereffekten zurückzuführen. Trotz möglicher Entspannungen sollte sich an der konjunkturellen Grundtendenz aber zunächst wenig ändern; die Unsicherheiten in Bezug auf Handelsbeschränkungen und -konflikte sowie geopolitische Spannungen und die damit verbundenen Abwärtsrisiken bleiben weiterhin bestehen: Die stark exportorientierte deutsche Industrie wird ihre Schwächephase aufgrund der außenwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und technologischer Herausforderungen vorerst fortsetzen, der Konsum und die Bauwirtschaft werden die Konjunktur weiterhin stützen. Die Erwartungen für den Anstieg des privaten Konsums liegen zwischen 1,2 Prozent (RWI; Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung e.V.), 1,3 Prozent (ifo) und 1,7 Prozent (DIW).

Im Jahr 2019 hat sich der deutsche Netto-TV-Werbemarkt in einem abkühlenden konjunkturellen Umfeld laut aktueller Prognosen rückläufig entwickelt. Unterjährig dominierten große Unsicherheiten, die Erwartungen divergieren entsprechend deutlich. Auch für das Jahr 2020 weichen die Einschätzungen der Agenturgruppen stark voneinander ab. Dies hängt damit zusammen, dass die Werbebranche kurzfristig und häufig prozyklisch auf die allgemeine Konjunkturlage reagiert. Ein wichtiger Indikator ist hier der private Konsum. Konjunkturprognosen sind jedoch naturgemäß mit Unsicherheiten verbunden. Es bleibt daher abzuwarten, ob und welche Implikationen die makroökonomischen Risiken für den TV-Werbemarkt haben. Hinzu kommen branchenspezifische Entwicklungen, die die Visibilität erschweren. Für den deutschen TV-Werbemarkt im Jahr 2020 geht Magna Global derzeit von einem Rückgang um 2,1 Prozent aus, ZenithOptimedia prognostiziert minus 1,5 Prozent. GroupM rechnet mit einem Wachstum von 1,0 Prozent. In der Vergangenheit sind die Prognosen allerdings oftmals von der tatsächlichen Marktentwicklung negativ abgewichen.

InStream-Videowerbung dürfte sich hingegen weiter dynamisch entwickeln und das Wachstum des Online-Werbemarkts treiben. Die Agenturgruppen rechnen für den gesamten Online-Werbemarkt in 2020 mit einem Plus zwischen 5,0 Prozent (GroupM) und 8,2 Prozent (Magna Global). Für den deutschen Gesamtwerbemarkt geht Magna Global von einem Netto-Wachstum von plus 1,8 Prozent aus.

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

In Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



■ 2020 p ■ 2021 p

Quellen: DE: ifo-Konjunkturprognose Winter 2019. / AT: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WiFo): Prognose Winter 2019/2020 vom 19.12.2019.

CH: Expertengruppe Konjunkturprognose des Bundes: Winter 2019/2020.

<sup>1</sup> Quelle: Magna Global, Ad Forecasts Dezember 2019, Zahlen auf Netto-Basis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den Ländern und Quellen.

PwC rechnet für das Jahr 2020 mit einem Volumen des Entertainment-Markts in Höhe von 38 Mrd Euro; dabei sollen 29 Mrd Euro auf den klassischen und 9 Mrd Euro auf den digitalen Entertainment-Markt entfallen. Das Wachstum des digitalen Entertainment-Markts beträgt dabei 11 Prozent. Der traditionelle Entertainment-Markt soll dagegen bis 2023 jährlich um minus 1 Prozent zurückgehen.

Der deutsche E-Commerce-Markt soll bis zum Jahr 2023 ein Marktvolumen von 89,8 Mrd Euro haben. Das durchschnittliche jährliche Wachstum zwischen den Jahren 2018 und 2023 dürfte laut Institut für Handelsforschung (IFH) Köln 7,4 Prozent betragen. Der Anteil des Online-Handels am Einzelhandel soll auf 13,6 Prozent im Jahr 2023 steigen. Dabei soll sich der Anteil des Mobile-Shoppings auf 69,5 Prozent des Online-Umsatzes erhöhen; dies würde einem Online-Mobile-Umsatz von 62,3 Mrd Euro bis 2023 entsprechen.

Die für die ProSiebenSat.1 Group relevanten Branchen entwickeln sich hier wie folgt: Laut Statista wird bis 2023 ein durchschnittliches jährliches Wachstum des Beauty- und Personal Care-Gesamtmarktes von 2,0 Prozent auf 16,3 Mrd Euro erwartet, wobei sich die Anteile des Online-Handels weiter deutlich erhöhen. Der Markt für Consumer Advice der Bereiche Energie, Telko, Autoversicherungen und Konsumentenkredite dürfte bis 2021 auf ein Volumen von rund 922 Mio Euro anwachsen. Dies entspricht einer Steigerung von 22 Prozent seit 2019. Der Matchmaking-Markt dürfte laut des Statista Digital Market Outlook bis 2021 um 8 Prozent steigen. Für das Segment Experiences prognostiziert OC&C Strategy Consultants bis 2022 jährliche Wachstumsraten von ca. 5 bis 7 Prozent; im Markt für Freizeiterlebnisse von rund 3 Prozent.

---

## UNTERNEHMENSAUSBLICK

### PROGNOSE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt eine klare Strategie, die auf nachhaltiges und profitables Wachstum ausgerichtet ist. Da die makroökonomische Entwicklung in Deutschland auch im Geschäftsjahr 2020 unsicher bleibt, hat sich der Konzern entschieden, Bandbreiten für seine Umsatz- und adjusted EBITDA-Prognose zugrunde zu legen, die diesen Rahmenbedingungen Rechnung tragen. Insgesamt strebt der Konzern an, im Gesamtjahr 2020 – auf Basis von konstanten Wechselkursen<sup>1</sup> sowie ohne Portfolioveränderungen – weiter zu wachsen und den Konzernumsatz auf 4,2 Mrd Euro bis 4,4 Mrd Euro zu steigern. Im Basis-Szenario rechnet der Konzern mit einem Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahr auf rund 4,3 Mrd Euro (Vorjahr: 4,13 Mrd Euro). Wesentlich für die Entwicklung der Umsatzerlöse des Konzerns ist das Entertainment-Segment, in dem die ProSiebenSat.1 Group im Gesamtjahr im Basis-Szenario mit einem Umsatz auf Vorjahresniveau rechnet. Diese Erwartung basiert auf einer Annahme von leicht rückläufigen gesamten Entertainment-Werbeerlösen, wobei das Unternehmen von einem Rückgang der gesamten TV-Werbeerlöse ausgeht, der vom wachsenden digitalen und smarten Werbegeschäft teilweise kompensiert werden soll, sowie u. a. steigenden Distributionserlösen. Basierend auf Gesprächen, die der Konzern mit Werbekunden über deren Investitionsbereitschaft geführt hat, rechnet das Unternehmen im TV-Werbegeschäft zudem mit einem schwachen Jahresstart und einer besseren Entwicklung in der zweiten Jahreshälfte. In den Segmenten Content Production & Global Sales (Red Arrow Studios) sowie Commerce (NuCom Group) strebt der Konzern weiteres Umsatzwachstum im jeweils niedrigen zweistelligen Prozentbereich an.

Für das adjusted EBITDA strebt der Konzern im Gesamtjahr 2020 – auf Basis konstanter Wechselkurse sowie ohne Portfolioveränderungen – einen Wert von rund 870 Mio Euro im Basis-Szenario (Bandbreite: 800 Mio Euro bis 900 Mio Euro) an (Vorjahr: 872 Mio Euro). Dieser Annahme von rund 870 Mio Euro liegt ebenfalls ein im Vergleich zum Vorjahr 2019 stabiler Entertainment-Umsatz zugrunde. Das obere bzw. untere Ende der aufgezeigten Bandbreite hängt insbesondere von der Entwicklung der gesamten Entertainment-Werbeerlöse – einer Kombination aus rückläufigen gesamten TV-Werbeerlösen und einem wachsenden digitalen und smarten Werbegeschäft – ab. Darüber hinaus reflektiert die prognostizierte adjusted EBITDA-Bandbreite unterschiedliche Annahmen hinsichtlich der Zusammensetzung der Konzernumsatzerlöse sowie die Entscheidung des Unternehmens, auch im Jahr 2020 noch einmal zusätzlich in lokale Programminhalte in Höhe von bis zu rund 50 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahr 2019 zu investieren. Für die obere und untere Bandbreite der gesamten Entertainment-Werbeerlöse rechnet der Konzern hierbei im Vergleich zum Basis-Szenario mit einer Variabilität von -3 Prozent bzw. +2 Prozent im Jahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr. Im Geschäftsjahr 2019 hatte sich der Fokus auf lokale Inhalte bereits mit steigenden Zuschauermarktanteilen und einer wachsenden digitalen Viewtime ausgezahlt. Diese Entwicklung soll sich 2020 fortsetzen. Im Commerce-Segment soll eine deutliche Ergebnissteigerung erreicht werden, wohingegen im Segment Content Production & Global Sales das Unternehmen eine stabile Entwicklung anstrebt.

Das adjusted net income des Konzerns wird im Gesamtjahr zum einen die Entwicklung des adjusted EBITDA widerspiegeln. Zum anderen kann das adjusted net income des Konzerns durch höhere Abschreibungen und möglicherweise leicht steigende Investitionen in Joyn, die gemeinsame Streaming-Plattform mit Discovery, die im at-Equity-Ergebnis des Konzerns erfasst werden, gegebenenfalls im zweistelligen Mio-Euro-Bereich rückläufig sein. Der Konzern geht zudem davon aus, dass der Free Cashflow vor M&A im Gesamtjahr wesentlich bestimmt wird von der Entwicklung des adjusted EBITDA sowie verstärkten Ausgaben für den Bau des neuen Campus am Standort Unterföhring. Da Steuerrückzahlungen für 2019 als wesentlicher Einmaleffekt im Jahr 2020 entfallen, rechnet der Konzern insgesamt mit einem Rückgang des Free Cashflow vor M&A im mindestens zweistelligen Mio-Euro-Bereich im Vergleich zum Vorjahr (Vorjahr: 339 Mio Euro).

<sup>1</sup> Die wesentliche Währung neben dem Euro bleibt dabei der US-Dollar, der im vergangenen Jahr einen Umsatz- und Kostenanteil von 13 bzw. 16 Prozent hatte. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um Translationseffekte. 2019 lag ein US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von rund 1,1196 US-Dollar zugrunde.



---

Am Jahresende 2019 standen einer stabilen Brutto-Finanzverschuldung in Höhe von 3,2 Mrd Euro Barmittel in Höhe von 950 Mio Euro gegenüber. Der Konzern hat das Jahresende 2019 entsprechend mit einem Verschuldungsgrad (Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum LTM adjusted EBITDA des Konzerns) von 2,6 und damit leicht über dem oberen Ende der grundsätzlich angestrebten Bandbreite von 1,5 bis 2,5 abgeschlossen. Zum Jahresende 2020 kann der Verschuldungsgrad – abhängig von der Geschäftsentwicklung und ohne Berücksichtigung eventueller Portfolioveränderungen – ebenfalls leicht über dem oberen Ende dieser Zielbandbreite liegen.

Die Entwicklung der Zuschauermarktanteile ist der bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikator der ProSiebenSat.1 Group. Für das Geschäftsjahr 2020 geht der Konzern davon aus, seine führende Position bei den Zuschauermarktanteilen in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen auf hohem Niveau halten zu können.

Der Konzern hat zudem entschieden, den mittelfristigen finanziellen Erfolg der Gruppe deutlich konsequenter zu messen. Deshalb wurde die Kennzahl P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) als neue Kenngröße für die gesamte Gruppe ab dem Geschäftsjahr 2020 eingeführt. Im Geschäftsjahr 2020 streben wir einen Wert von über 10 Prozent an (Vorjahr: 16 %).

**Zusammenfassend streben wir als langfristige Zielvorgaben für den gesamten Konzern Folgendes an:**

- Die ProSiebenSat.1 Group hat sich zum Ziel gesetzt, ihren Umsatz weiter zu diversifizieren. So soll der Umsatzanteil des digitalen und smarten Werbegeschäfts am Entertainment-Umsatz mittelfristig bei 25 Prozent liegen (2019: 9 %) und der Anteil des Digitalgeschäfts am Konzernumsatz (vor Portfolioveränderungen) auf über 50 Prozent steigen (2019: 34 %).
- ProSiebenSat.1 strebt zudem auch weiterhin einen Verschuldungsgrad in einer Bandbreite zwischen 1,5 und 2,5 an. Da M&A-Aktivitäten nicht exakt vorhersehbar sind, können auch diese den Verschuldungsgrad temporär sowohl positiv als auch negativ beeinflussen.
- Der Konzern konzentriert sich verstärkt auf eine kontinuierliche Wertsteigerung, die sich in einem verbesserten P7S1 ROCE widerspiegeln soll. Mittelfristig soll diese Kennzahl über den Gesamtkonzern wie in der Vergangenheit bei über 15 Prozent liegen. Kurzfristig kann der P7S1 ROCE wie beispielsweise auch im Jahr 2020 aufgrund strategischer Investitionen unter diesem Wert liegen.
- All diese Ziele reflektieren die Strategie der Gruppe, ProSiebenSat.1 zu einem diversifizierten Digitalkonzern auszubauen.
- Die Dividendenpolitik des Konzerns, 50 Prozent des adjusted net income als Dividende auszuschütten, soll weiterhin Bestand haben, um die Aktionäre am nachhaltigen Erfolg der Unternehmensstrategie auch jährlich partizipieren zu lassen.

**PROGNOSE 2020**

Als Obergesellschaft des Konzerns vereinnahmt die ProSiebenSat.1 Media SE die Ergebnisse der wesentlichen deutschen Tochterunternehmen über Ergebnisabführungsverträge und Ausschüttungen. Die wirtschaftliche Lage der ProSiebenSat.1 Media SE ist insbesondere durch dieses Beteiligungsergebnis und damit wesentlich durch die Geschäftsentwicklung des gesamten ProSiebenSat.1 Konzerns geprägt. Basierend auf der dargestellten Prognose zur Entwicklung des Konzerns gehen wir im Geschäftsjahr 2020 von einem Beteiligungsergebnis und einem Jahresüberschuss auf Vorjahreshöhe aus. Der Bilanzgewinn wird sich dementsprechend entwickeln und die Beibehaltung der kommunizierten Dividendenpolitik ermöglichen.

Insgesamt ist die ProSiebenSat.1 Media SE somit gut aufgestellt und wird sich im nächsten Jahr voraussichtlich gleichbleibend entwickeln.



---

## DIVIDENDENVORSCHLAG

Die ProSiebenSat.1 Media SE verfolgt seit dem Geschäftsjahr 2018 eine Dividendenpolitik, die eine Ausschüttung an die Aktionäre in Höhe von rund 50 Prozent des adjusted net income als Dividende vorsieht. Mittelzuflüsse, die über die Dividendenausschüttung hinausgehen, verwendet der Konzern vorrangig für Investitionen in organisches und anorganisches Wachstum. Der Ausschüttungspolitik entsprechend empfiehlt der Vorstand dem Aufsichtsrat, der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2019 eine Dividende in Höhe von (rund) 50 Prozent des adjusted net income bzw. von 0,85 Euro je Aktie vorzuschlagen (Vorjahr: 1,19 Euro). Dies entspricht einer Dividendenrendite von rund 6 Prozent (Vorjahr: 8 %) bezogen auf den Schlusskurs der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie zum Jahresende 2019.

### DIVIDENDENVORSCHLAG

Adjusted net income in Mio Euro	387
Anzahl ausstehender Aktien <sup>1</sup>	233.000.000
Anzahl eigener Aktien <sup>1</sup>	6.859.180
Anzahl dividendenberechtigter Aktien <sup>1</sup>	226.140.820
Dividendenvorschlag in Euro	0,85
Ausschüttung in Mio Euro	192
Ausschüttungsquote in Prozent	50

<sup>1</sup> zum Stichtag 31.12.2019

---

## **ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN (GEMÄSS § 289A ABS. 1 HGB)**

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist als börsennotierte Gesellschaft, deren stimmberechtigte Aktien an einem organisierten Markt im Sinne des § 2 Abs. 7 WpÜG notiert sind, verpflichtet, in den Lagebericht die in § 289a Abs. 1 HGB näher bezeichneten Angaben aufzunehmen. Sie sollen einen Dritten, der an der Übernahme einer börsennotierten Gesellschaft interessiert ist, in die Lage versetzen, sich ein Bild von der Gesellschaft, ihrer Struktur und etwaigen Übernahmehindernissen zu machen. Der nachfolgende Abschnitt enthält neben diesen gesetzlich vorgeschriebenen Angaben zugleich die hierauf bezogenen Erläuterungen gemäß § 176 Abs. 1 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO.

### **ZUSAMMENSETZUNG DES GEZEICHNETEN KAPITALS**

Zum 31. Dezember 2019 betrug das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE 233.000.000 Euro. Es ist eingeteilt in 233.000.000 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie. Mit allen Aktien sind die gleichen Rechte und Pflichten verbunden. Jede Aktie an der ProSiebenSat.1 Media SE gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme und den gleichen Anteil am Gewinn.

Zum 31. Dezember 2019 betrug die Gesamtzahl eigener Aktien der Gesellschaft 6.859.180 Stück; dies entspricht einem Anteil von 2,94 Prozent am Grundkapital.

### **BESCHRÄNKUNGEN, DIE STIMMRECHTE ODER DIE ÜBERTRAGUNG VON AKTIEN BETREFFEN, UND BETEILIGUNGEN AM KAPITAL, DIE 10 PROZENT DER STIMMRECHTE ÜBERSCHREITEN**

Dem Vorstand liegen keine Informationen über etwaige Beschränkungen der Stimmrechtsausübung oder hinsichtlich der Übertragbarkeit der Aktien vor, die über die gesetzlichen Bestimmungen des Kapitalmarktrechts und des Rundfunkstaatsvertrags hinausgehen.

Auf Grundlage der der Gesellschaft bis zum 31. Dezember 2019 zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 33, 34 WpHG bestehen keine Beteiligungen am Kapital der Gesellschaft, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten. Mediaset S.p.A., Mailand, Italien („Mediaset“) hält Anteile in Höhe von 15,11 Prozent, die sich ausweislich der Stimmrechtsmitteilung vom 11. November 2019 zu 7,40 Prozent aus Aktien mit Stimmrechten und zu 7,71 Prozent aus Instrumenten i.S. des § 38 Abs. 1 Nr. 1 WpHG zusammensetzen.

### **AKTIEN MIT SONDERRECHTEN, DIE KONTROLLBEFUGNISSE VERLEIHEN, UND STIMMRECHTSKONTROLLE, WENN ARBEITNEHMER AM KAPITAL BETEILIGT SIND**

Es wurden keine Aktien mit Sonderrechten ausgegeben, die Kontrollbefugnisse verleihen.

Es besteht keine Stimmrechtskontrolle für den Fall, dass Arbeitnehmer am Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beteiligt sind und ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben.

---

## **ERNENNUNG UND ABERUFUNG VON VORSTANDSMITGLIEDERN**

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE besteht gemäß § 7 Abs. 1 Satz 1 der Satzung der Gesellschaft aus mehreren Personen; die genaue Zahl wird gemäß § 7 Abs. 1 Satz 2 der Satzung durch den Aufsichtsrat bestimmt. Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands erfolgt gemäß Art. 39 Abs. 2 SE-VO grundsätzlich durch den Aufsichtsrat als Aufsichtsorgan. Gemäß § 7 Abs. 2 Satz 1 der Satzung i. V. m. Art. 46 SE-VO werden Vorstandsmitglieder für einen Zeitraum von höchstens fünf Jahren bestellt; Wiederbestellungen, jeweils für höchstens fünf Jahre, sind zulässig. Vorstandsmitglieder können vom Aufsichtsrat vorzeitig abberufen werden, wenn hierfür ein wichtiger Grund vorliegt. Für die Bestellung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern ist die einfache Mehrheit der abgegebenen Stimmen im Aufsichtsrat erforderlich; bei Stimmgleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden des Aufsichtsrats (§ 12 Abs. 1 Satz 3 der Satzung der Gesellschaft). Fehlt ein erforderliches Vorstandsmitglied, so hat in dringenden Fällen das Gericht auf Antrag eines Beteiligten ein Mitglied zu bestellen (§ 85 Abs. 1 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO).

## **ÄNDERUNGEN DER SATZUNG**

Über Änderungen der Satzung hat grundsätzlich die Hauptversammlung zu beschließen (Art. 59 Abs. 1 SE-VO). Ein satzungsändernder Beschluss der Hauptversammlung bedarf im Fall der ProSiebenSat.1 Media SE der einfachen Mehrheit der abgegebenen Stimmen, sofern mindestens die Hälfte des stimmberechtigten Grundkapitals bei der Beschlussfassung vertreten ist (Art. 59 Abs. 2 SE-VO, § 51 Satz 1 SEAG), andernfalls einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen Stimmen (Art. 59 Abs. 1 SE-VO), soweit nicht die Satzung oder das Gesetz zwingend eine größere Mehrheit vorschreibt. Dies ist zum Beispiel bei der Änderung des Gegenstands des Unternehmens (§ 179 Abs. 2 Satz 1 AktG i. V. m. Art. 59 Abs. 1 und 2 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) sowie der Schaffung bedingten Kapitals (§ 193 Abs. 1 Satz 1 und 2 AktG i. V. m. Art. 57 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) oder genehmigten Kapitals (§ 202 Abs. 2 Satz 2 und 3 AktG i. V. m. Art. 57 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) der Fall, wofür jeweils eine Mehrheit von mindestens drei Vierteln der gültig abgegebenen Stimmen erforderlich ist. Der Aufsichtsrat ist berechtigt, Änderungen der Satzung, die nur die Fassung betreffen, zu beschließen (§ 179 Abs. 1 Satz 2 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO, § 13 der Satzung der Gesellschaft).

## **BEFUGNISSE DES VORSTANDS, AKTIEN AUSZUGEBEN ODER ZURÜCKZUKAUFEN**

Die Hauptversammlung vom 12. Juni 2019 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 11. Juni 2024 (einschließlich) eigene Aktien der Gesellschaft im Umfang von insgesamt bis zu 10,0 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung zu erwerben und diese, in den in der Ermächtigung näher bezeichneten Fällen auch unter Ausschluss des Bezugsrechts, zu verwenden. Der Erwerb eigener Aktien kann dabei im Umfang von insgesamt bis zu 5,0 Prozent des im Zeitpunkt der Erteilung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auch unter Einsatz von Derivaten erfolgen. Im Hinblick auf den Erwerb eigener Aktien ersetzt diese Ermächtigung die bisherige Ermächtigung der Hauptversammlung vom 21. Mai 2015, die am 20. Mai 2020 ausgelaufen wäre („Ermächtigung 2015“).

Auf Grundlage der Ermächtigung 2015 wurden im Zeitraum vom 9. November 2018 bis einschließlich 11. Dezember 2018 insgesamt 2.906.226 Stück eigener Aktien der Gesellschaft ohne Verwendungsbeschränkung erworben; darüber hinaus wurden im Geschäftsjahr 2018 keine eigenen Aktien der Gesellschaft erworben. Die angefallenen Anschaffungsnebenkosten beliefen sich auf 0,4 Mio Euro und wurden als Abzug vom Eigenkapital bilanziert. Im Geschäftsjahr 2019 wurden keine eigenen Aktien erworben.

---

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE bis zum 30. Juni 2021 (einschließlich) gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 87.518.880 Euro durch Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2016). Nach der im November 2016 durch teilweise Ausnutzung des Genehmigten Kapitals in Höhe von EUR 14.202.800 erfolgten Kapitalerhöhung besteht das Genehmigte Kapital 2016 derzeit noch in Höhe von 73.316.080 Euro. Der Vorstand ist weiterhin ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats den weiteren Inhalt der Aktienrechte und die Bedingungen der Aktienausgabe festzulegen. Bei der Ausgabe neuer Aktien steht den Aktionären grundsätzlich das gesetzliche Bezugsrecht zu.

Der Vorstand ist aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 zudem ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 29. Juni 2021 (einschließlich) einmalig oder mehrmals auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 1,5 Mrd Euro mit einer befristeten oder unbefristeten Laufzeit zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern von Schuldverschreibungen Wandlungs- oder Optionsrechte zum Bezug von insgesamt bis zu 21.879.720 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 21.879.720 Euro nach näherer Maßgabe der Wandel- bzw. Optionsanleihebedingungen zu gewähren und/oder für die Gesellschaft entsprechende Wandlungsrechte vorzusehen.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 wurde das Grundkapital um insgesamt bis zu 21.879.720 Euro durch Ausgabe von insgesamt bis zu 21.879.720 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2016). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen sowie an Inhaber von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 bis zum 29. Juni 2021 (einschließlich) von der Gesellschaft oder einem in- oder ausländischen Unternehmen, an dem die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mit der Mehrheit der Stimmen und des Kapitals beteiligt ist, ausgegeben werden.

## **WESENTLICHE VEREINBARUNGEN DER GESELLSCHAFT, DIE UNTER DER BEDINGUNG EINES KONTROLLWECHSELS INFOLGE EINES ÜBERNAHMEANGEBOTS STEHEN**

Die ProSiebenSat.1 Media SE hat die im Folgenden aufgeführten wesentlichen Vereinbarungen abgeschlossen, die Regelungen für den Fall eines Kontrollwechsels etwa infolge eines Übernahmeangebots beinhalten:

- Es besteht eine syndizierte Kreditvereinbarung der ProSiebenSat.1 Media SE, die zum 31. Dezember 2019 ein endfälliges Darlehen in Höhe von 2,1 Mrd Euro sowie eine revolvingierende Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro umfasst. Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control“) haben die Kreditgeber das Recht, ihre Beteiligung an dem Kredit zu kündigen und die Rückzahlung der auf sie entfallenden Kreditinanspruchnahmen innerhalb einer bestimmten Frist nach Eintritt des Kontrollwechsels zu verlangen.
- Ferner hat die ProSiebenSat.1 Media SE eine Anleihe in Höhe von 600 Mio Euro ausstehen. Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control“) und des Eintritts eines negativen Rating-Ereignisses nach einem solchen „Change of Control“ haben die Anleihegläubiger das Recht, ihre Anleihen zu kündigen und Rückzahlung zu verlangen.

- 
- Zusätzlich hat die ProSiebenSat.1 Media SE drei syndizierte Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro mit Laufzeitbändern von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinst und 50 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinst) begeben. Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control“) haben die Darlehensgeber das Recht, ihre Darlehensbeteiligung zu kündigen und Rückzahlung zu verlangen.
  - Darüber hinaus sehen einige Lizenzverträge für Filme, TV-Serien und andere für das Unternehmen wichtige Programme Regelungen vor, die den jeweiligen Anbieter von Programminhalten im Falle eines Kontrollwechsels dazu berechtigen, den entsprechenden Lizenzvertrag vorzeitig zu beenden. Ebenso räumen einzelne Formatlizenzverträge dem Vertragspartner im Falle eines Kontrollwechsels das Recht ein, den betreffenden Vertrag zu kündigen. Ferner räumen auch einzelne Verträge mit Kabelnetzbetreibern dem Vertragspartner im Falle eines Kontrollwechsels das Recht ein, die betreffenden Verträge zu kündigen.

### **ENTSCHÄDIGUNGSVEREINBARUNGEN DER GESELLSCHAFT, DIE FÜR DEN FALL EINES ÜBERNAHMEANGEBOTS MIT DEN MITGLIEDERN DES VORSTANDS ODER ARBEITNEHMERN GETROFFEN SIND**

Die Vorstandsdienstverträge sämtlicher Vorstandsmitglieder sehen jeweils „Change-of-Control-Klauseln“ für den Fall unter anderem eines Kontrollwechsels an der Gesellschaft im Sinne von §§ 29 Abs. 2, 30 WpÜG durch einen oder mehrere Dritte vor. Für weitere Informationen verweisen wir auf den Vergütungsbericht. Die Vorstandsmitglieder haben in diesem Fall das Recht, den Vorstandsdienstvertrag mit einer Frist von drei Monaten zu kündigen und ihr Amt niederzulegen, sofern es im Zusammenhang mit dem Kontrollwechsel zu einer erheblichen Beeinträchtigung der Stellung des Vorstands kommt. Bei wirksamer Ausübung des Kündigungsrechts erhalten die jeweiligen Vorstandsmitglieder eine bare Abfindung, welche drei Jahresvergütungen, höchstens jedoch der Vergütung für die Restlaufzeit des Vorstandsdienstvertrages, entspricht.

Im Übrigen bestehen mit Arbeitnehmern der ProSiebenSat.1 Media SE nur vereinzelt „Change-of-Control-Klauseln“.

## VERGÜTUNGSBERICHT

Der Vergütungsbericht beschreibt die Grundzüge des Vergütungssystems von Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2019. Er erläutert die Struktur und Höhe der Vergütung der einzelnen Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder. Das Vorstandsvergütungssystem für die Geschäftsjahre ab 2018 wurde durch den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE grundlegend überarbeitet und der Hauptversammlung im Mai 2018 zur Billigung vorgelegt, die ihre Zustimmung mit einer breiten Mehrheit von 93 Prozent erteilte. Alle seitdem neu abgeschlossenen Vorstandsdienstverträge sehen bereits das neue Vergütungssystem vor; alle zum damaligen Zeitpunkt bestehenden Vorstandsdienstverträge wurden auf das neue Vorstandsvergütungssystem umgestellt, das damit rückwirkend seit dem 1. Januar 2018 gültig ist.

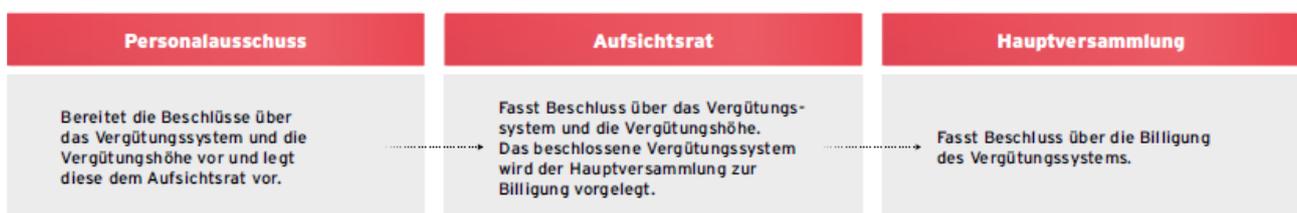
Der vorliegende Vergütungsbericht entspricht den anwendbaren gesetzlichen Vorschriften. Ferner berücksichtigt er die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) in der Fassung vom 7. Februar 2017 (siehe hierzu auch die Entsprechenserklärung vom Dezember 2019).

### VERGÜTUNG DES VORSTANDS

#### Zuständigkeit und Verfahren für die Festlegung der Vorstandsvergütung

Die Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media SE stehen zusätzlich zu ihrer Organfunktion in vertraglicher Beziehung zur Gesellschaft. Für den Abschluss der Dienstverträge mit den Mitgliedern des Vorstands ist der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE zuständig. Die Vorstandsdienstverträge haben eine maximale Laufzeit von fünf Jahren und regeln auch die Vergütung. Struktur und Höhe der Vorstandsvergütung werden auf Vorschlag des Personalausschusses („Compensation Committee“) vom Aufsichtsratsplenium festgelegt und regelmäßig überprüft. Hierbei beachtet der Aufsichtsrat, dass die persönliche Leistung sowie der Tätigkeits- und Verantwortungsbereich der einzelnen Vorstandsmitglieder einerseits und die wirtschaftliche Lage der Gesellschaft andererseits in einem angemessenen Verhältnis zueinanderstehen.

#### FESTLEGUNG DER VORSTANDSVERGÜTUNG



Darüber hinaus wird die Vergütungsstruktur innerhalb der ProSiebenSat.1 Media SE berücksichtigt, wobei der Aufsichtsrat vor allem das Verhältnis der Vorstandsvergütung zur Vergütung des oberen Führungskreises und der Belegschaft insgesamt betrachtet sowie die Höhe und Struktur der Vorstandsvergütung in vergleichbaren Unternehmen berücksichtigt. Als vergleichbare Unternehmen betrachtet der Aufsichtsrat gegenwärtig Unternehmen im DAX, MDAX und im STOXX Europe 600 Media, einem Sub-Index des STOXX Europe 600 Index, zu dem Unternehmen der europäischen Medienindustrie zählen, sowie direkte Wettbewerber. Zu den vergleichbaren Unternehmen zählen somit zum Beispiel ITV plc und Vivendi SA. Soweit der Aufsichtsrat dies für erforderlich bzw. zweckdienlich erachtet, zieht er bei der Festlegung

und Überprüfung der Vorstandsvergütung Sachverständige hinzu. So hat der Aufsichtsrat bisher die Vorstandsvergütung auch in regelmäßigen Abständen insbesondere im Hinblick auf ihre Marktüblichkeit durch unabhängige externe Berater überprüfen lassen. Eine solche Überprüfung erfolgte zuletzt bei der Anpassung des Vergütungssystems für die Geschäftsjahre ab 2018 durch eine international tätige und unabhängige Vergütungsberatungsgesellschaft.

## Grundsätze des Vergütungssystems

Das Vergütungssystem der ProSiebenSat.1 Media SE weist klare und transparente Strukturen auf und steht im Einklang mit unserer Konzernstrategie. Um uns kontinuierlich verbessern zu können, überprüfen wir unser Vergütungssystem regelmäßig. Aus diesem Grund sind wir im letzten Jahr auch verstärkt in den Dialog mit relevanten Kapitalmarktteilnehmern eingetreten. Ziel des Vergütungssystems für den Vorstand ist es, einen Anreiz für eine erfolgreiche und nachhaltige Unternehmensentwicklung zu schaffen. Daher ist das System auf eine transparente, leistungsbezogene und stark am Unternehmenserfolg orientierte Vergütung ausgerichtet, die insbesondere von langfristigen und anspruchsvollen individuellen Zielgrößen sowie der Entwicklung der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie abhängt. Die Mitglieder des Vorstands sollen durch das Vergütungssystem motiviert werden, die in der Geschäftsstrategie der ProSiebenSat.1 Media SE verankerten Ziele zu erreichen und unverhältnismäßige Risiken zu vermeiden.

## Struktur und Bestandteile der Vorstandsvergütung

Das Vorstandsvergütungssystem setzt sich aus drei Bestandteilen zusammen: Einem fixen Basisgehalt, einem einjährigen und einem mehrjährigen variablen Vergütungsbestandteil. Die Gewichtung der einzelnen Vergütungsbestandteile beträgt für den Vorstandsvorsitzenden 35:30:35 (fixes Basisgehalt zu einjähriger variabler Vergütung zu mehrjähriger variabler Vergütung) sowie für die übrigen Vorstandsmitglieder 40:20:40. Die Gewichtung bei Jan David Frouman, der zum Ablauf des 28. Februar 2019 aus dem Vorstand ausgeschieden ist, betrug leicht abweichend 41:20:39, da er zur Abgeltung von Heimreisen ein höheres fixes Basisgehalt erhalten hatte; dieser erhöhte Anteil der festen Vergütung war bereits Bestandteil seiner vor dem Geschäftsjahr 2018 bestehenden Vorstandsvergütung.

### STRUKTUR DES VERGÜTUNGSSYSTEMS

Vorstandsvorsitzender	Übrige Vorstandsmitglieder
Long Term Incentive (35 %)	Long Term Incentive (40 %)
Short Term Incentive (30 %)	Short Term Incentive (20 %)
Fixes Basisgehalt (35 %)	Fixes Basisgehalt (40 %)
Betriebliche Altersversorgung sowie sonstige erfolgsunabhängige Nebenleistungen	Betriebliche Altersversorgung sowie sonstige erfolgsunabhängige Nebenleistungen

Zusätzlich besteht eine betriebliche Altersversorgung für die Vorstandsmitglieder. Der jährliche Beitrag des Unternehmens zur betrieblichen Altersversorgung beläuft sich auf 20 Prozent des fixen Basisgehalts. Ferner erhalten die Vorstandsmitglieder Nebenleistungen.



In nachfolgender Übersicht sind die Elemente des Vorstandsvergütungssystems zusammenfassend dargestellt und werden anschließend im Einzelnen beschrieben:

## Übersicht Vorstandsvergütungssystem

Grundvergütung	
	<b>Fixes Basisgehalt</b>
Umfang	Ausgerichtet am Tätigkeits- und Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds
Auszahlungszeitpunkt	In monatlichen Raten
Erfolgsabhängige Vergütung	
<b>Einjährige variable Vergütung</b>	
	<b>Short Term Incentive (Performance Bonus)</b>
Zielvergütung	Vertraglich festgelegter Zielbetrag.
Cap	Obergrenze: 200 % des Zielbetrags (Cap).
Zielverfehlung	Bei Zielverfehlung ist ein Totalausfall möglich.
Zielparameter	Finanzielle Zielparameter (gleichgewichtet): - EBITDA des Konzerns - Free Cash Flow des Konzerns Modifier (+/- 20 %) als Bonus-Malus abhängig von: - individuellen Zielen - Teamzielen
Auszahlungszeitpunkt	Innerhalb eines Monats nach Vorliegen des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das betreffende Geschäftsjahr.
<b>Mehrjährige variable Vergütung</b>	
	<b>Long Term Incentive (Performance Share Plan)</b> (aktienbasierte Vergütungskomponente)
Laufzeit	Laufzeit jeder Tranche: 4 Jahre (Performancezeitraum).
Zuteilungswert	Vertraglich festgelegter jährlicher Zuteilungswert.
Cap	Obergrenze: 200 % des Zielwerts (Cap).
Zielverfehlung	Bei Zielverfehlung ist ein Totalausfall möglich.
Zielparameter	- Jährliche adjusted net income Ziele des Konzerns während der Laufzeit der jeweiligen Tranche (Gewichtung mit 50 %) - Relative Positionierung des Total Shareholder Return (TSR) gegenüber den Unternehmen des STOXX Europe 600 Media während der Laufzeit der jeweiligen Tranche (Gewichtung mit 50 %).
Zuteilung	Zuteilung sog. Performance Share Units (PSUs) in jährlichen Tranchen.  Bestimmung der Anzahl der PSUs anhand des Zuteilungswerts auf Basis des Volumen-gewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurses der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie der dreißig Börsenhandelstage vor dem Beginn der Laufzeit (1. Januar) der jeweiligen Tranche.
Ermittlung Auszahlungsbetrag	Bestimmung der endgültigen Anzahl an Performance Share Units am Ende der Laufzeit der Tranche durch Multiplikation der PSUs mit einem erfolgsabhängigen Umrechnungsfaktor.  Der Umrechnungsfaktor ist abhängig - zu 50 % von der Erreichung jährlicher adjusted net income Ziele während der Laufzeit der jeweiligen Tranche und - zu 50 % von der relativen Positionierung des Total Shareholder Return (TSR) gegenüber den Unternehmen des STOXX Europe 600 Media während der Laufzeit der jeweiligen Tranche.  Keine Möglichkeit der nachträglichen Anpassung des Umrechnungsfaktors oder einer diskretionären Anpassung der Zielerreichung.  Der Auszahlungsbetrag je Performance Share Unit entspricht dem Volumen-gewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie der dreißig Börsenhandelstage vor dem Ende der Laufzeit der jeweiligen Tranche zuzüglich der kumulierten Dividendenzahlungen auf die Aktie während der Laufzeit der Tranche.  Bei Abwicklung in eigenen Aktien wird der Auszahlungsbetrag anhand des vorstehenden Börsenkurses in eigene Aktien umgerechnet.
Dividendenzahlungen	Berücksichtigung sämtlicher Dividendenzahlungen während der Laufzeit der Tranche durch Einrechnung der kumulierten Dividendenzahlungen je Aktie in den Auszahlungsbetrag.
Vesting	Unverfallbarkeit von je 1/12 der gewährten PSUs zum Ende eines jeden Monats des ersten Jahres der Laufzeit der jeweiligen Tranche. Wenn das Amt als Mitglied des Vorstands von ProSiebenSat.1 erst während des ersten Jahres der Laufzeit beginnt, wird der Zuteilungswert zeitlich anteilig verringert und die entsprechende reduzierte Anzahl an PSUs wird zu gleichen Teilen zum Ende des ersten Jahres der Planlaufzeit unverfallbar.
Auszahlung	Auszahlung grundsätzlich in bar oder nach Wahl der Gesellschaft durch Ausgabe einer entsprechenden Anzahl an eigenen Aktien.
Auszahlungszeitpunkt	Die jeweilige Tranche des Long Term Incentive wird jeweils nach Vorliegen des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das letzte Geschäftsjahr des Performancezeitraums der betreffenden Tranche ausbezahlt bzw. abgewickelt.
Erwerbs- und Halteverpflichtungen	
	Bis zum Erreichen des festgelegten Volumens besteht die Verpflichtung zur Investition von 25 % der jährlichen Brutto-Auszahlung aus einjähriger und neuer mehrjähriger variabler Vergütung in ProSiebenSat.1 Media SE Aktien.  Aktien sind mindestens bis zum Ablauf der Bestellung als Vorstandsmitglied zu halten.  Volumen: - Vorstandsvorsitzender: 200 % des fixen Brutto-Basisgehalts - Übrige Vorstandsmitglieder: 100 % des fixen Brutto-Basisgehalts

## FIXES BASISGEHALT

Das Basisgehalt wird in zwölf gleichen Teilbeträgen jeweils am Monatsende ausbezahlt. Beginnt oder endet der Dienstvertrag im laufenden Geschäftsjahr, wird das Basisgehalt für dieses Geschäftsjahr zeitanteilig gewährt.

## VARIABLE VERGÜTUNG

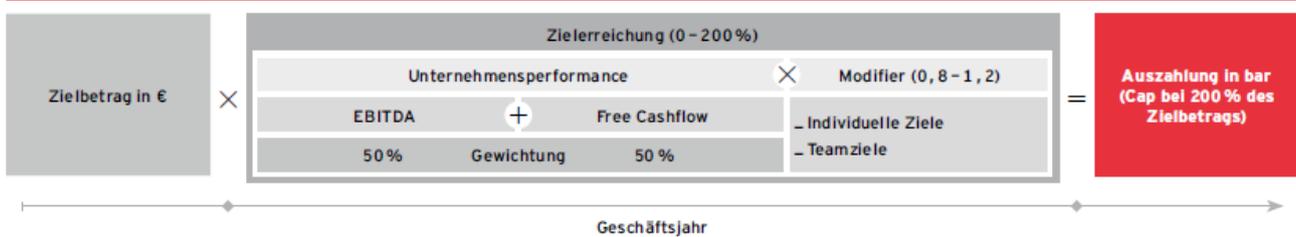
Die variable Vergütung besteht aus zwei Elementen, einer einjährigen variablen Vergütung (Short Term Incentive) in Form einer jährlichen Bonuszahlung (Performance Bonus) sowie einer mehrjährigen variablen Vergütung (Long Term Incentive) in Form virtueller Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE (Performance Share Plan).

### SHORT TERM INCENTIVE (PERFORMANCE BONUS)

Der Short Term Incentive ist vom geschäftlichen Erfolg der ProSiebenSat.1 Group im jeweils abgelaufenen Geschäftsjahr abhängig. Er berechnet sich aus den für das Geschäftsjahr festgestellten Zielerreichungen (0%–200%) des EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) und des FCF (Free Cashflow), jeweils auf Konzernebene, sowie einem Modifier (0,8 bis 1,2) zur Beurteilung der individuellen sowie kollektiven Leistung der Vorstandsmitglieder. Die finale Auszahlung ist auf maximal 200 Prozent des individuellen Zielbetrags, der jeweils im Dienstvertrag vereinbart wird, begrenzt (Cap).

Der Aufsichtsrat hat die beiden Finanzkennzahlen EBITDA sowie FCF als relevante Zielparame- ter festgelegt. Bei der Kennzahl EBITDA handelt es sich um eine branchenübliche und häufig verwendete operative Ergebnis-Messgröße, welche in der Medienindustrie ein hohes Maß an Vergleichbarkeit mit anderen Unternehmen erlaubt und am Kapitalmarkt regelmäßig auch für Unternehmensbewertungen auf Multiplikator-Basis herangezogen wird. Die Kennzahl FCF ist zudem eine für Aktionäre wichtige Messgröße für die aus dem operativen Geschäft und nach Abzug von Investitionen erwirtschafteten liquiden Mittel, die für den Kapitaldienst oder Ausschüttungen an die Aktionäre zur Verfügung stehen. Gleichmaßen ist der FCF ein wichtiger Indikator zur Messung des sog. Cash>Returns auf Investitionen und eine gängige Berechnungsgrundlage im Rahmen von Cashflow-basierten Unternehmensbewertungen. Die ProSiebenSat.1 Media SE berichtet beide Finanzkennzahlen, EBITDA und FCF, im Rahmen der regelmäßigen Finanzberichterstattung für die ProSiebenSat.1 Group.

### FUNKTIONSWEISE SHORT TERM INCENTIVE



## EBITDA AUF KONZERNEBENE

Das EBITDA wird auf Konzernebene im Short Term Incentive für Zwecke der Ermittlung der Zielerreichung mit einer Gewichtung von 50 Prozent berücksichtigt.

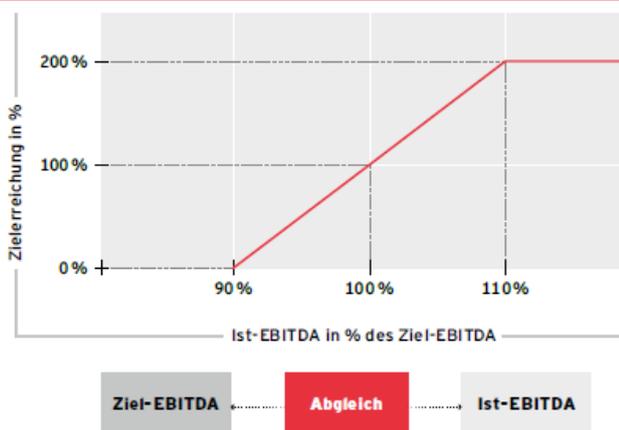
Der Zielwert für das EBITDA-Ziel wird vom Aufsichtsrat jährlich in Euro festgelegt und leitet sich aus der Budgetplanung für die ProSiebenSat.1 Group ab.

Sofern erforderlich, wird das von der ProSiebenSat.1 Media SE berichtete Ist-EBITDA des Konzerns zur Ermittlung der Zielerreichung um Effekte aus wesentlichen Änderungen in der IFRS-Rechnungslegung, aus nicht in der Planung enthaltenen Auswirkungen von innerhalb der Berichtsperiode durchgeführten M&A-Transaktionen sowie aus Bewertungen der konzernweiten mehrjährigen variablen Vergütungspläne bereinigt. Dies erlaubt es dem Aufsichtsrat, möglicherweise verzerrende Effekte bei der Zielerreichung zu korrigieren. Eine weitergehende Anpassung ist nicht vorgesehen.

Zur Messung der Zielerreichung wird das nach dem maßgeblichen geprüften und gebilligten Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE erzielte Ist-EBITDA nach o. g. Bereinigungen mit dem Zielwert für das jeweilige Geschäftsjahr verglichen.

Entspricht das Ist-EBITDA dem Zielwert, beträgt die Zielerreichung 100 Prozent. Bei einer Negativabweichung von 10 Prozent oder mehr vom Ziel-EBITDA beträgt die Zielerreichung 0 Prozent. Für die maximale Zielerreichung von 200 Prozent muss das Ist-EBITDA das Ziel-EBITDA um 10 Prozent oder mehr übersteigen. Zwischenwerte werden linear interpoliert. Die EBITDA-Zielerreichungskurve ist symmetrisch ausgestaltet, einer Zielunter- bzw. -überschreitung wird somit gleichermaßen Rechnung getragen.

### ZIELERREICHUNGSKURVE BERICHTETES EBITDA



## FREE CASHFLOW AUF KONZERNEBENE

Der FCF auf Konzernebene wird im Short Term Incentive für Zwecke der Ermittlung der Zielerreichung ebenfalls mit einer Gewichtung von 50 Prozent berücksichtigt.

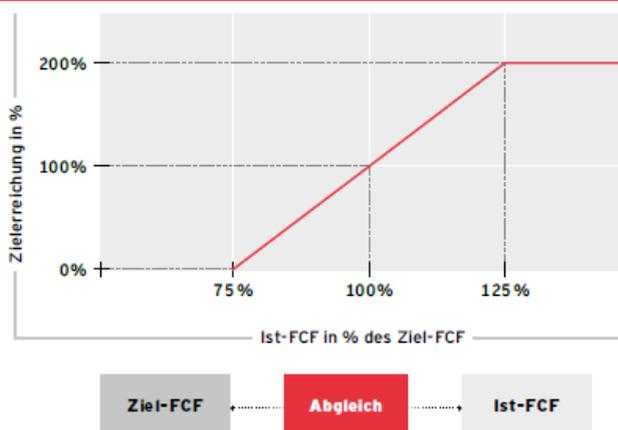
Der Zielwert für das FCF-Ziel wird vom Aufsichtsrat jährlich in Euro festgelegt und leitet sich aus der Budgetplanung für die ProSiebenSat.1 Group ab.

Sofern erforderlich, wird der von der ProSiebenSat.1 Media SE berichtete Ist-FCF des Konzerns zur Ermittlung der Zielerreichung um Effekte aus wesentlichen Änderungen in der IFRS-Rechnungslegung sowie aus M&A-Transaktionen bereinigt. Dies erlaubt es dem Aufsichtsrat, möglicherweise verzerrende Effekte bei der Zielerreichung zu korrigieren. Eine weitergehende Anpassung ist nicht vorgesehen.

Zur Messung der Zielerreichung wird der nach dem maßgeblichen geprüften und gebilligten Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE erzielte Ist-FCF nach o.g. Bereinigungen mit dem Ziel-FCF für das jeweilige Geschäftsjahr verglichen.

Entspricht der Ist-FCF dem Zielwert, beträgt die Zielerreichung 100 Prozent. Bei einer Negativabweichung von 25 Prozent oder mehr vom Ziel-FCF, beträgt die Zielerreichung 0 Prozent. Für die maximale Zielerreichung von 200 Prozent muss der Ist-FCF den Ziel-FCF um 25 Prozent oder mehr übersteigen. Zwischenwerte werden linear interpoliert. Die FCF-Zielerreichungskurve ist symmetrisch ausgestaltet, einer Zielunter- bzw. -überschreitung wird somit gleichermaßen Rechnung getragen.

### ZIELERREICHUNGSKURVE BERICHTETER FREE CASHFLOW (FCF)



---

## **MODIFIER**

Zur Bestimmung der individuellen sowie kollektiven Leistung der Vorstandsmitglieder bewertet der Aufsichtsrat auf Basis im Vorfeld fest definierter Kriterien sowohl die Erreichung individueller Ziele als auch den Beitrag der Vorstandsmitglieder zur Erfüllung kollektiver Ziele. Maßgebliche Kriterien können etwa Kundenzufriedenheit, Corporate Social Responsibility, Corporate Governance und strategische Projekte, aber auch weitere Finanzkennzahlen des Konzerns bzw. von Segmenten sein. Soweit sich Zielvorgaben auf Finanzkennzahlen der ProSiebenSat.1 Group beziehen, erfolgt die Ermittlung der Zielerreichung auf der Basis des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses der ProSiebenSat.1 Media SE für das betreffende Geschäftsjahr. Der hieraus resultierende Modifier zur Anpassung der Höhe des Short Term Incentive kann zwischen 0,8 und 1,2 liegen. Der Modifier hat in seiner Wirkungsweise somit Bonus-Malus-Charakter. Die individuellen und kollektiven Ziele werden in einer Zielvereinbarung zwischen Aufsichtsrat und Vorstand jährlich im Vorfeld vereinbart. Dabei werden in Summe maximal fünf Ziele jährlich festgelegt.

## **AUSZAHLUNGSZEITPUNKT**

Der Short Term Incentive ist jeweils innerhalb eines Monats nach Vorliegen des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das betreffende Geschäftsjahr im Folgejahr zur Zahlung fällig und wird mit dem nächsten Monatsgehalt ausbezahlt.

## **LONG TERM INCENTIVE (PERFORMANCE SHARE PLAN)**

Der Long Term Incentive ist als mehrjährige variable Vergütung in Form virtueller Aktien (Performance Share Units) ausgestaltet. Hierzu erfolgt eine Zuteilung in jährlichen Tranchen mit einem jeweils vierjährigen Performancezeitraum. Die Auszahlung erfolgt jeweils in bar in Jahr fünf, dem Jahr nach Ablauf des Performancezeitraums. Die Gesellschaft hat das Recht, statt der Auszahlung in bar alternativ eine Abwicklung in eigenen Aktien zu wählen und hierzu eine entsprechende Zahl an Aktien der Gesellschaft zu liefern.

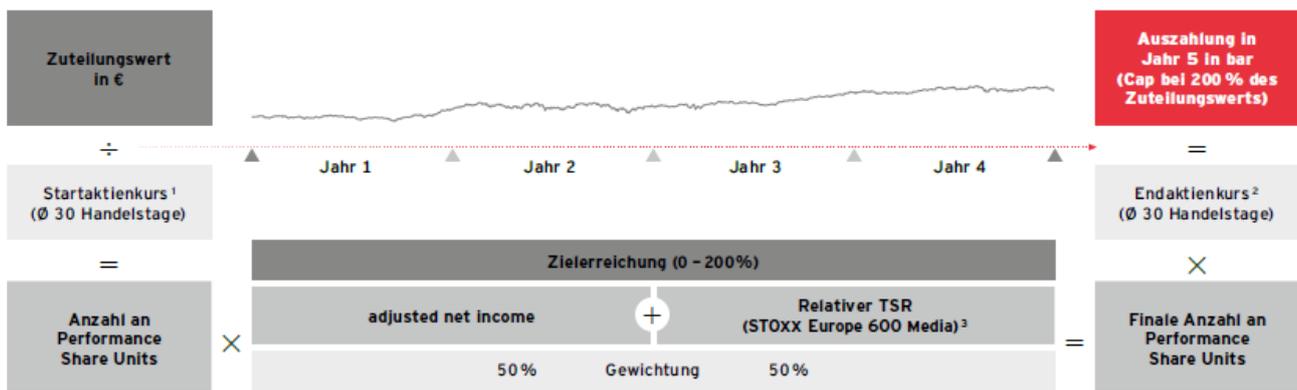
Die Auszahlung ist von der Aktienkursentwicklung der ProSiebenSat.1 Media SE sowie einer Zielerreichung auf Basis der internen sowie externen Unternehmensperformance abhängig. Die Unternehmensperformance bestimmt sich zu je 50 Prozent anhand des adjusted net income auf Konzernebene sowie des relativen Total Shareholder Return (TSR – Aktienrendite der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie relativ zur Aktienrendite der Unternehmen im gewählten Vergleichsindex). Der Performance Share Plan wird in jährlichen Tranchen mit einem Performancezeitraum von jeweils vier Jahren aufgelegt.

Die Ermittlung der Unternehmensperformance basiert zum einen auf der Kennzahl adjusted net income. Diese ist eine wichtige Steuerungsgröße des Konzerns und dient unter anderem als Basiskennzahl für die Dividendenpolitik und daraus resultierender Ausschüttungsbeträge und wird von der ProSiebenSat.1 Media SE im Rahmen der regelmäßigen Finanzberichterstattung für die ProSiebenSat.1 Group berichtet. Zum anderen wird die Unternehmensperformance mit Hilfe des relativen TSR ermittelt, da diese Kennzahl die Aktienrendite der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie der Aktienrendite einer relevanten Gruppe von Vergleichsunternehmen gegenüberstellt und zu dieser in Relation setzt. Der relative TSR berücksichtigt dabei die Aktienkursentwicklung und Dividenden an die Aktionäre über den vierjährigen Performancezeitraum.



Für die Vorstandsmitglieder ist jeweils ein individueller Zuteilungswert im Dienstvertrag festgelegt. Mit Wirkung zum Beginn eines Geschäftsjahres wird auf Basis des Volumen-gewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurses der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie der letzten dreißig Börsenhandelstage vor Beginn des Geschäftsjahres eine dem Zuteilungswert entsprechende Anzahl an Performance Share Units (PSUs) gewährt. Nach Ablauf des vierjährigen Performancezeitraums werden die gewährten Performance Share Units mit einem Umrechnungsfaktor, der sich anhand der gewichteten Zielerreichung des adjusted net income und des relativen TSR bestimmt, in eine endgültige Anzahl von Performance Share Units umgerechnet. Der Auszahlungsbetrag je Performance Share Unit entspricht sodann dem Volumen-gewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie der vorangegangenen dreißig Börsenhandelstage vor Ende des Performancezeitraums zuzüglich der im Performancezeitraum kumulierten Dividendenzahlungen auf die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie. Er ist je Tranche auf maximal 200 Prozent des individuellen Zuteilungswerts begrenzt (Cap). Im Falle einer Abwicklung in eigenen Aktien wird der Auszahlungsbetrag auf Grundlage des vorstehenden Durchschnittskurses in eine entsprechende Anzahl eigener Aktien der Gesellschaft umgerechnet, die an den Berechtigten ausgegeben werden.

#### FUNKTION PERFORMANCE SHARE PLAN



<sup>1</sup> Volumen-gewichteter Durchschnittskurs XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie über die letzten 30 Börsenhandelstage vor Beginn des Leistungszeitraums, kaufmännisch gerundet auf zwei Dezimalstellen.

<sup>2</sup> Volumen-gewichteter Durchschnittskurs XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie über die letzten 30 Börsenhandelstage vor Ende des Leistungszeitraums, kaufmännisch gerundet auf zwei Dezimalstellen, zzgl. kumulierter Dividendenzahlungen auf die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie.

<sup>3</sup> Relativer TSR der Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE über den vierjährigen Performancezeitraum im Vergleich zu den Unternehmen des STOXX Europe 600 Media.

## ADJUSTED NET INCOME AUF KONZERNEBENE

Das adjusted net income auf Konzernebene wird für Zwecke der Ermittlung der Zielerreichung im Performance Share Plan mit einer Gewichtung von 50 Prozent berücksichtigt. Damit sind 50 Prozent der finalen Anzahl an Performance Share Units von der durchschnittlichen Zielerreichung des adjusted net income des Konzerns während des vierjährigen Performancezeitraums abhängig.

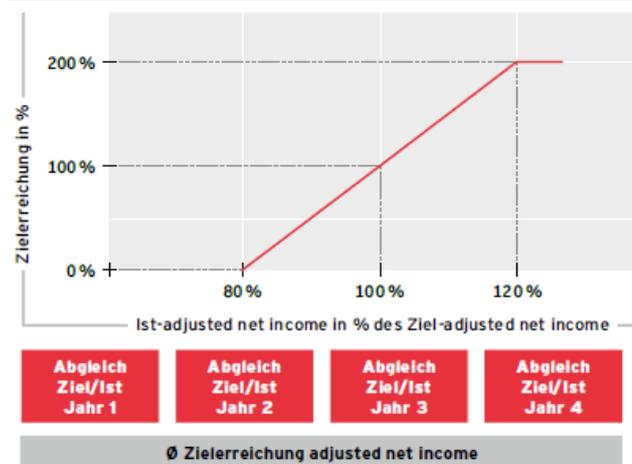
Zur Feststellung der Zielerreichung für das adjusted net income des Konzerns, die sich am Ende der Laufzeit einer Tranche ergibt, wird die durchschnittliche jährliche Zielerreichung des adjusted net income des vierjährigen Performancezeitraums herangezogen. Der Zielwert eines jeden Geschäftsjahres des Performancezeitraums für das adjusted net income wird vom Aufsichtsrat jährlich in Euro festgelegt und leitet sich aus der Budgetplanung der ProSiebenSat.1 Group ab.

Sofern erforderlich, wird das von der ProSiebenSat.1 Media SE berichtete Ist-adjusted net income des Konzerns zur Ermittlung der Zielerreichung um Effekte aus wesentlichen Änderungen in der IFRS-Rechnungslegung sowie aus nicht in der Planung enthaltenen Auswirkungen von innerhalb der Berichtsperiode durchgeführten M&A-Transaktionen (nebst hierauf bezogener Finanzierungseffekte) bereinigt.

Zur Messung der Zielerreichung wird das nach dem maßgeblichen geprüften und gebilligten Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE tatsächlich erzielte Ist-adjusted net income nach der o. g. Bereinigung mit dem Ziel-adjusted net income für das jeweilige Geschäftsjahr verglichen.

Entspricht das Ist-adjusted net income dem Zielwert, beträgt die Zielerreichung 100 Prozent. Bei einer Negativabweichung von 20 Prozent oder mehr vom Ziel-adjusted net income beträgt die Zielerreichung 0 Prozent. Für die maximale Zielerreichung von 200 Prozent muss das Ist-adjusted net income das Ziel-adjusted net income um 20 Prozent oder mehr übersteigen. Zwischenwerte werden linear interpoliert. Die adjusted net income-Zielerreichungskurve ist symmetrisch ausgestaltet, einer Zielunter- bzw. -überschreitung wird somit gleichermaßen Rechnung getragen.

### ZIELERREICHUNGSKURVE ADJUSTED NET INCOME

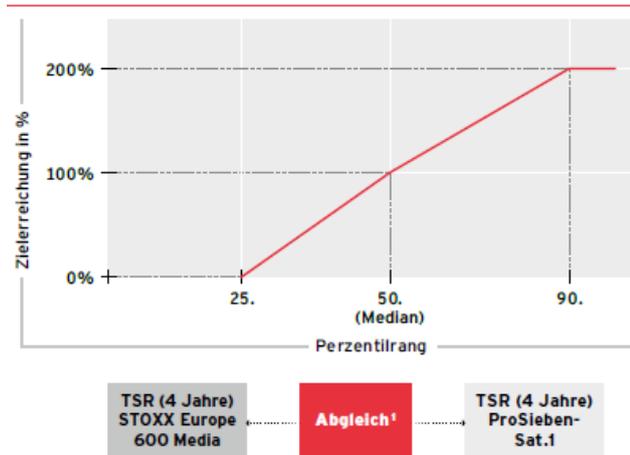


## RELATIVER TOTAL SHAREHOLDER RETURN (TSR)

Zusätzlich sind 50 Prozent der finalen Anzahl an Performance Share Units vom relativen TSR der Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE über den vierjährigen Performancezeitraum im Vergleich zu den Unternehmen des STOXX Europe 600 Media abhängig. Die Unternehmen in diesem Index repräsentieren hinsichtlich der Kenngröße des relativen TSR die relevanten Vergleichswerte zwecks Einordnung der Aktienrendite der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie relativ zur Aktienrendite dieser Unternehmen im gewählten Vergleichsindex. Zur Ermittlung werden der TSR der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie und der Aktien der Vergleichsunternehmen in eine Rangreihe gebracht und die relative Positionierung der ProSiebenSat.1 Media SE anhand des erreichten Perzentilranges ausgedrückt.

Entspricht der erreichte relative TSR der ProSiebenSat.1 Media SE dem Median (50. Perzentil) der Vergleichsgruppe, beträgt die Zielerreichung 100 Prozent. Bei einer Positionierung am 25. Perzentil oder darunter beträgt die Zielerreichung 0 Prozent. Für die maximale Zielerreichung von 200 Prozent muss mindestens das 90. Perzentil erreicht werden. Zwischenwerte werden sowohl im Fall einer positiven als auch einer negativen Abweichung jeweils linear interpoliert.

### ZIELERREICHUNGSKURVE RELATIVER TSR



## AUSZAHLUNGSZEITPUNKT

Die jeweilige Tranche des Long Term Incentive wird jeweils nach Vorliegen des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das letzte Geschäftsjahr des vierjährigen Performancezeitraums der betreffenden Tranche im Folgejahr ausbezahlt bzw. abgewickelt.

## VERPFLICHTUNGEN ZUM ERWERB UND ZUM HALTEN VON AKTIEN DER GESELLSCHAFT (SHARE OWNERSHIP GUIDELINES)

Um die Aktienkultur zu stärken und die Interessen von Vorstand und Aktionären noch stärker anzugleichen, wurden Verpflichtungen zum Erwerb und zum Halten von Aktien der Gesellschaft für die Mitglieder des Vorstands eingeführt. Jedes Vorstandsmitglied ist verpflichtet, insgesamt Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE im Wert von 200 Prozent (Vorstandsvorsitzender) bzw. 100 Prozent (übrige Vorstandsmitglieder) des jährlichen fixen Brutto-Basisgehalts zu erwerben und mindestens bis zum Ende ihrer Bestellung als Vorstandsmitglied zu halten. Bis zum Erreichen der vorgeschriebenen Höhen sind die Vorstandsmitglieder verpflichtet, mindestens 25 Prozent der jährlichen Brutto-Auszahlung aus dem

Short Term Incentive (Performance Bonus) und dem Long Term Incentive (Performance Share Plan) in Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE zu investieren; Auszahlungen aus den variablen Vergütungselementen des bis zum Geschäftsjahr 2017 gültigen Vergütungssystems (vorheriger Performance Bonus, Mid Term Incentive und Group Share Plan) unterliegen nicht der Investitionsverpflichtung.

Nachstehend findet sich eine Übersicht der zum 31. Dezember 2019 getätigten Investitionsbeträge:

#### AKTIENERWERBS- UND HALTEVERPFLICHTUNGEN

Vorstandsmitglied	Anzahl Aktien	Investitionsbetrag zum Erwerbszeitpunkt <sup>2</sup> in Euro	Investitionsverpflichtung in Euro
Max Conze <sup>1</sup>	265.505	4.804.115,66	2.940.000,00
Conrad Albert	16.500	438.081,10	1.100.000,00
Rainer Beaujean <sup>2</sup>	131.102	1.501.567,44	980.000,00

<sup>1</sup> Davon 28.222 in Form von Derivaten

<sup>2</sup> Erwerb von 1.102 Aktien vor Bestellung in den Vorstand

<sup>3</sup> Das Vorstandsmitglied hat in jedem Geschäftsjahr einen Betrag aufzuwenden, der mindestens 25 % des Brutto-Betrags der jährlichen Auszahlungen unter dem Performance Bonus und dem Performance Share Plan entspricht.

#### BETRIEBLICHE ALTERSVERSORGUNG

Für alle Mitglieder des Vorstands wurden Versorgungsverträge abgeschlossen: Die Gesellschaft zahlt für die Dauer des Dienstverhältnisses einen jährlichen Gesamtbeitrag auf ein von der Gesellschaft geführtes persönliches Versorgungskonto ein. Der von der Gesellschaft einzuzahlende jährliche Gesamtbeitrag entspricht 20 Prozent des jeweiligen fixen Jahresbruttogehalts. 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 2 Prozent. Die eingezahlten Beträge werden am Geld- und Kapitalmarkt angelegt. Wenn das jeweilige Vorstandsmitglied das 62. bzw. – im Falle von Conrad Albert – das 60. Lebensjahr vollendet hat und mindestens für volle drei Jahre als Vorstand bestellt war, wird ein monatliches Ruhegehalt oder stattdessen ein einmaliges Ruhegeld 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. Sofern kein monatliches Ruhegehalt gezahlt wird, wird ein Ruhegeld als Einmalzahlung (bzw. in bis zu zehn gleichen Jahresraten) in Höhe des Garantiekapitals ausgezahlt.

#### AUFSCHUB DER AUSZAHLUNG VARIABLER VERGÜTUNGSBESTANDTEILE / SCHADENERSATZ

Sämtliche variable Vergütungsbestandteile für Vorstandsmitglieder sind im Vergütungssystem zukunftsbezogen und werden erst nach Ablauf der Planlaufzeit ausgezahlt. Bis dahin reflektieren sie auch negative Wertveränderungsrisiken zu Lasten der variablen Vergütung.

Im Übrigen stellen die jeweiligen Dienstverträge klar, dass mögliche Ansprüche der Gesellschaft gegen Vorstandsmitglieder aus § 93 Absatz 2 AktG unberührt bleiben. Demnach sind Vorstandsmitglieder, die ihre Pflichten verletzen, der Gesellschaft zum Ersatz des daraus entstehenden Schadens als Gesamtschuldner verpflichtet.

---

## **ERFOLGSUNABHÄNGIGE NEBENLEISTUNGEN**

Zudem erhalten die Mitglieder des Vorstands sonstige erfolgsunabhängige Nebenleistungen (insbesondere Dienstwagenbereitstellung, Gruppenunfallversicherung, Zuschüsse zu Versicherungen sowie vereinzelt Heimflüge und Leistungen für doppelte Haushaltsführung).

## **ZUSAGEN IM ZUSAMMENHANG MIT DER BEENDIGUNG DER VORSTANDSTÄTIGKEIT**

### **Vorzeitige Kündigung ohne wichtigen Grund**

Für den Fall der vorzeitigen Kündigung des Dienstverhältnisses durch die Gesellschaft ohne wichtigen Grund beinhalten die Vorstandsverträge eine Abfindungszusage in Höhe von zwei Jahres-Gesamtvergütungen i. S. v. Ziffer 4.2.3 des DCGK, maximal jedoch in Höhe der Vergütung, die bis zum Vertragslaufzeitende zu zahlen wäre.

### **Vorzeitige Beendigung bei Change of Control**

Für den Fall eines Kontrollwechsels bei der Gesellschaft enthalten die Vorstandsverträge sogenannte Change-of-Control-Klauseln. Ein Kontrollwechsel im Sinne der Vorstandsverträge ist gegeben, (i) wenn ein Kontrollwerb im Sinne des Übernahmerechts vorliegt, d. h. ein Erwerber mindestens 30 Prozent der Stimmrechte der Gesellschaft erwirbt, (ii) bei Vollzug einer Verschmelzung der Gesellschaft mit der Gesellschaft als übertragendem Rechtsträger oder (iii) bei Inkrafttreten eines Beherrschungsvertrags mit der Gesellschaft als abhängigem Unternehmen. Im Falle eines Kontrollwechsels hat das Vorstandsmitglied das Recht, den Vorstandsvertrag mit einer Frist von drei Monaten zum Monatsende zu kündigen und das Vorstandsamt niederzulegen, sofern es im Zusammenhang mit dem Kontrollwechsel zu einer erheblichen Beeinträchtigung der Stellung des Vorstandsmitglieds kommt. Bei wirksamer Ausübung dieses Kündigungsrechts erhält das Vorstandsmitglied eine Barabfindung, die in voller Höhe auf eine etwaige Karenzentschädigung anzurechnen ist. Die Barabfindung entspricht drei Jahresvergütungen, höchstens jedoch der Vergütung für die Restlaufzeit des Dienstvertrages abgezinst auf den Beendigungszeitpunkt. Für Zwecke der Barabfindung ist als Jahresvergütung grundsätzlich die dem Vorstandsmitglied für das letzte abgeschlossene Geschäftsjahr vertraglich zustehende Summe aus der festen Vergütung, dem Performance Bonus, den mehrjährigen Vergütungsbestandteilen und der Zuführung zur Altersversorgung anzusetzen.

## **NACHLAUFENDE VERGÜTUNGSELEMENTE AUS DEM ABGELÖSTEN VERGÜTUNGSSYSTEM BIS 2017**

Das bis Ende 2017 gültige Vergütungssystem für die Vorstände der ProSiebenSat.1 Media SE enthielt zwei mehrjährige variable Vergütungsbestandteile, die über den Performancezeitraum 2017 hinaus wirken.

## **GROUP SHARE PLAN**

Der Group Share Plan wurde letztmalig im Geschäftsjahr 2017 an die Vorstandsmitglieder gewährt. Hierbei handelt es sich um ein mehrjähriges variables Vergütungsinstrument ähnlich dem seit 2018 ausgegebenen Performance Share Plan, bei dem in jährlichen Tranchen mit jeweils vierjährigem Performancezeitraum virtuelle Aktien an die Vorstandmitglieder ausgegeben wurden. Detaillierte Informationen entnehmen Sie bitte dem Vergütungsbericht 2017.

Zum Jahresende 2019 stehen noch die Group Share Pläne aus dem Jahr 2016 (mit der Performance Periode 2016 – 2019) und dem Jahr 2017 (mit der Performance Periode 2017 – 2020) aus. Die erforderlichen Mindestwerte beim Konzernjahresüberschuss und EBITDA des Konzerns wurden bisher für jedes Jahr der jeweiligen vierjährigen Performance Periode der ausstehenden Group Share Pläne erfüllt. Der jeweilige Jährliche Umrechnungsfaktor für das Geschäftsjahr 2016 beträgt 105 Prozent (Group Share Plan 2016), für das Geschäftsjahr 2017 78 Prozent (Group Share Pläne 2016 und 2017) sowie für das Geschäftsjahr 2018 56 Prozent (Group Share Pläne 2016 und 2017). Der Jährliche Umrechnungsfaktor für das Geschäftsjahr 2019 beträgt 97 Prozent (Group Share Pläne 2016 und 2017). Damit beträgt der PSU-Umrechnungsfaktor (gerechnet als Durchschnitt der Jährlichen Umrechnungsfaktoren aller vier Jahre) für die abgeschlossene vierjährige Performance Periode des Group Share Plans 2016 nunmehr 84 Prozent. Der PSU-Umrechnungsfaktor für die vierjährige Performance Periode des Group Share Plans 2017 kann erst nach Abschluss des Geschäftsjahres 2020 ermittelt und berichtet werden. Im Vorjahr betrug der PSU-Umrechnungsfaktor des Group Share Plan 2015 für die abgeschlossene vierjährige Performance Periode 86 Prozent.

## MID TERM INCENTIVE PLAN

Der Mid Term Incentive Plan (MTI) hatte eine dreijährige Planlaufzeit beginnend mit dem Geschäftsjahr 2016 bis zum Ablauf des Geschäftsjahres 2018 (MTI 2016 – 2018). Hierbei handelte es sich um ein bar auszahlabares mittelfristiges Vergütungsinstrument für Mitglieder des Vorstands sowie ausgewählte weitere Führungskräfte. Die Planlaufzeit des Mid Term Incentive Plan betrug drei Jahre, beginnend mit dem Geschäftsjahr 2016. Detaillierte Informationen entnehmen Sie bitte dem Vergütungsbericht 2017.

Der MTI als zweite mehrjährige Vergütungskomponente ist im Rahmen der Neufassung der Vorstandsvergütung ab dem Geschäftsjahr 2018 ersatzlos entfallen und wurde dementsprechend nicht mehr neu aufgelegt. Vor diesem Hintergrund erfolgte eine Barablösung des MTI 2016 – 2018. Hierzu wurde vereinbart, dass das jeweilige Vorstandsmitglied eine Auszahlung in Höhe von 104 Prozent des jeweiligen MTI 2016 – 2018 Zielbonus erhält. Die Auszahlung erfolgte entsprechend der Planbedingungen im Mai 2019.

## VORSTANDSVERGÜTUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2019

### Variable Vergütung-Zielerreichung

Der Aufsichtsrat hat den Wunsch nach Transparenz über die Vergütungsentscheidungen aufgenommen und entschieden, über die Zielerreichung im Überblick zu berichten.

### Performance Bonus

Der Performance Bonus berechnet sich aus den für das Geschäftsjahr festgestellten Zielerreichungen (0% – 200%) des EBITDA und des FCF, jeweils auf Konzernebene, sowie einem Modifier (0,8 bis 1,2) zur Beurteilung der individuellen sowie kollektiven Leistung der Vorstandsmitglieder. Die finale Auszahlung ist auf maximal 200 Prozent des individuellen Zielbetrags, der jeweils im Dienstvertrag vereinbart wird, begrenzt (Cap).

Der Aufsichtsrat hat für das Geschäftsjahr 2019 folgende Zielerreichung im Hinblick auf EBITDA und FCF festgestellt, wobei beide jeweils mit einer Gewichtung von 50 Prozent berücksichtigt wurden:

**ZIELPARAMETER** in Mio Euro

	Gewichtung	100%-Zielwert	IST-Wert GJ 2019 (vor Bereinigung)	IST-Wert GJ 2019 (nach Bereinigung)	Zielerreichung
EBITDA auf Konzernebene	50 %	864,0	838,1	834,8	66,2 %
Free Cashflow (FCF) auf Konzernebene	50 %	178,2	339,4	338,8	200,0 %
<b>Gewichtete Zielerreichung</b>	<b>100 %</b>				<b>133,1 %</b>

Der Aufsichtsrat hat für das Geschäftsjahr 2019 zur Ermittlung der Zielerreichung in den Zielparametern EBITDA auf Konzernebene und FCF auf Konzernebene im Wesentlichen materielle Sondereffekte aus M&A-Aktivitäten bereinigt.

Für den Modifier im Geschäftsjahr 2019 hat der Aufsichtsrat mit den Vorständen die Erreichung des definierten Umsatzzieles auf Konzernebene als ein kollektives Ziel festgelegt. Außerdem wurde die Etablierung einer klaren Führungsstruktur als Ziel vereinbart, insbesondere mit dem Fokus auf die Stärkung des Entertainment-Geschäfts, eine effiziente Holdingstruktur sowie einen positiven kulturellen Wandel in der Organisation. Ein weiteres kollektives Ziel betrifft die Implementierung der konzernweiten Nachhaltigkeitsstrategie. Zu den individuellen Zielen der Vorstände für den Modifier zählten zum einen die erfolgreiche Einführung der Streaming-Plattform Joyn und zum anderen die Erarbeitung und Bewertung von strategischen Optionen für sich verändernde Markt- und Wettbewerbsumfelder.

Nach wertender Gesamtschau der individuellen und kollektiven Leistung der Vorstandsmitglieder hat der Aufsichtsrat den Modifier zur Anpassung des Performance Bonus wie folgt bewertet: Max Conze 1,07, Conrad Albert 1,07 und Rainer Beaujean 1,07.

Unter Berücksichtigung der Zielerreichungen für EBITDA und FCF sowie des jeweiligen Modifiers resultieren folgende Gesamt-Zielerreichungen des Performance Bonus im Geschäftsjahr 2019: Max Conze 142,4 Prozent, Conrad Albert 142,4 Prozent und Rainer Beaujean 142,4 Prozent. Die Vorstandsmitglieder haben sich dazu entschieden, auf 32,4 Prozentpunkte ihrer Zielerreichung zu verzichten und die Gesamt-Zielerreichung von 142,4 Prozent auf 110,0 Prozent zu reduzieren. Im Falle von Max Conze bedeutet dies einen Verzicht auf 0,4 Mio Euro, bei Conrad Albert einen Verzicht auf 0,2 Mio Euro und bei Rainer Beaujean einen Verzicht auf 0,1 Mio Euro (da Rainer Beaujean zum 1. Juli 2019 zum Vorstand bestellt wurde, hat er im Geschäftsjahr 2019 nur Anspruch auf einen pro rata temporis gekürzten Performance Bonus für sechs Monate). Der dadurch frei gewordene Gesamtbetrag in Höhe von 0,7 Mio Euro wird für eine Angleichung der Finanzzielerreichung in der variablen Vergütung von Mitarbeitern und Führungskräften der ProSiebenSat.1 Group verwendet.

Jan David Frouman, der zum Ablauf des 28. Februar 2019 aus dem Vorstand ausgeschieden ist, erhält für das Jahr Geschäftsjahr 2019 erfolgsunabhängig einen zeitanteiligen Betrag in Höhe von 2/12 des Zielbonus für den Performance Bonus; der Zielbonus entspricht einer angenommenen Zielerreichung für den Performance Bonus von 100 Prozent sowie eines Modifiers von 1. Der Anspruch auf den Performance Bonus für das Geschäftsjahr 2019 der zum Ablauf des 31. März 2019 bzw. des 30. April 2019 ausgeschiedenen Vorstandsmitglieder Dr. Jan Kemper und Sabine Eckhardt ist durch Zahlung der in den zugehörigen Aufhebungsvereinbarungen vorgesehenen Abfindung vollständig abgegolten, wobei der Teilbetrag der Abfindung, der auf den Performance Bonus für das Geschäftsjahr 2019 entfiel, jeweils auf Basis einer angenommenen Zielerreichung von 100 Prozent sowie eines Modifiers von 1 berechnet wurde (für weitere Einzelheiten siehe nachstehend im Abschnitt „Erläuterungen zur Vergütung ausgeschiedener Vorstandsmitglieder“).

## PERFORMANCE SHARE PLAN

Der Performance Share Plan wurde erstmalig im Geschäftsjahr 2018 an die Vorstandsmitglieder gewährt und löste den bis einschließlich für das Geschäftsjahr 2017 als Long Term Incentive wirkenden Group Share Plan ab. Die Zielerreichung bestimmt sich zu je 50 Prozent anhand des adjusted net income auf Konzernebene sowie des relativen Total Shareholder Return (TSR).

Die Zielerreichung für das adjusted net income entspricht dem Durchschnitt der jährlichen Zielerreichung für die vier Geschäftsjahre der jeweiligen Planlaufzeit. Zum Jahresende 2019 stehen die Performance Share Pläne aus dem Jahr 2018 (mit der Performance Periode 2018 bis 2021) und aus dem Jahr 2019 (mit der Performance Periode 2019 bis 2022) aus. Die jeweilige Zielerreichung für das Geschäftsjahr 2018 beträgt 88 Prozent (Performance Share Plan 2018) und für das Geschäftsjahr 2019 68 Prozent (Performance Share Pläne 2018 und 2019). Der relative TSR berücksichtigt die Aktienkursentwicklung über den vierjährigen Performancezeitraum und kann erst am Ende des vierjährigen Performancezeitraums gemessen werden.

Die endgültige Zielerreichung im Hinblick auf das adjusted net income auf Konzernebene und den relativen TSR für die vierjährige Performance Periode der Performance Share Pläne 2018 und 2019 kann erst nach Abschluss des letzten Geschäftsjahres des jeweiligen vierjährigen Performancezeitraums ermittelt werden.

## VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES VORSTANDS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2019 NACH DRS 17

Für die im Geschäftsjahr 2019 amtierenden Vorstandsmitglieder wurde folgende Gesamtvergütung nach DRS 17 festgesetzt:

### VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES VORSTANDS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2019 NACH DRS 17 in Tsd Euro

	Max Conze <sup>5</sup> Vorstandsvorsitzender seit 01.06.2018		Conrad Albert Stellvertretender Vorstandsvorsitzender, Group General Counsel seit 01.10.2011		Rainer Beaujean Finanzvorstand seit 01.07.2019		Dr. Jan Kemper <sup>5</sup> Vorstand Finanzen und Commerce bis 31.03.2019		Sabine Eckhardt <sup>7</sup> Vorstand Vertrieb & Marketing bis 30.04.2019	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Festvergütung	1.470,0	857,5	1.100,0	1.100,0	490,0	-	245,0	980,0	270,0	810,0
Nebenleistungen <sup>1</sup>	39,3	47,6	10,3	9,7	16,2	-	9,5	53,0	2,7	8,2
<b>Summe fixe Vergütung</b>	<b>1.509,3</b>	<b>905,1</b>	<b>1.110,3</b>	<b>1.109,7</b>	<b>506,2</b>	-	<b>254,5</b>	<b>1.033,0</b>	<b>272,7</b>	<b>818,2</b>
Einjährige variable Vergütung	1.386,0	735,0	605,0	422,4	269,5	-	-	423,0	-	321,0
Mehrfährige variable Vergütung										
Mid-Term Incentive Plan (2016-2018) <sup>2</sup>	-	-	-	1.040,0	-	-	-	692,6	-	693,3
Performance Share Plan (2018-2021)	-	857,5	-	1.100,0	-	-	-	980,0	-	810,0
Performance Share Plan (2019-2022)	1.470,0	-	1.100,0	-	490,0	-	-	-	-	-
Sonstiges <sup>3</sup>	-	3.000,0	-	73,0	-	-	-	-	-	-
<b>Summe variable Vergütung</b>	<b>2.856,0</b>	<b>4.592,5</b>	<b>1.705,0</b>	<b>2.635,4</b>	<b>759,5</b>	-	<b>0,0</b>	<b>2.095,6</b>	<b>0,0</b>	<b>1.824,3</b>
<b>Gesamtvergütung</b>	<b>4.365,3</b>	<b>5.497,6</b>	<b>2.815,3</b>	<b>3.745,1</b>	<b>1.265,7</b>	-	<b>254,5</b>	<b>3.128,6</b>	<b>272,7</b>	<b>2.642,5</b>
Erhöhung der Pensions- verpflichtung (DBO)	312,2	142,9	555,0	777,4	95,6	-	-	172,6	-	175,2
davon Ansprüche aus Entgeltumwandlungen	-	-	221,2	358,2	-	-	-	-	-	-
Bestand der Pensions- verpflichtung (DBO) <sup>4</sup>	455,1	142,9	2.942,2	2.387,2	95,6	-	-	231,7	-	260,2
davon Ansprüche aus Entgeltumwandlungen	-	-	1.393,9	1.172,6	-	-	-	-	-	-



	Jan David Frouman <sup>8</sup> Vorstand bis 28.02.2019		Thomas Ebeling <sup>9</sup> Group CEO bis 22.02.2018		Christof Wahl <sup>10</sup> COO Entertainment bis 31.07.2018		Summe	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Festvergütung	142,5	855,0	-	166,7	-	297,5	3.717,5	5.066,7
Nebenleistungen <sup>1</sup>	2,1	9,7	-	11,0	-	5,5	80,1	144,7
<b>Summe fixe Vergütung</b>	<b>144,6</b>	<b>864,7</b>	<b>-</b>	<b>177,7</b>	<b>-</b>	<b>303,0</b>	<b>3.797,6</b>	<b>5.211,4</b>
Einjährige variable Vergütung	66,7	215,6	-	-	-	-	2.327,2	2.117,0
Mehrjährige variable Vergütung								
Mid-Term Incentive Plan (2016 - 2018) <sup>2</sup>	-	1.040,0	-	1.500,0	-	1.000,0	-	5.966,0
Performance Share Plan (2018 - 2021)	-	810,0	-	-	-	-	-	4.557,5
Performance Share Plan (2019 - 2022)	810,0	-	-	-	-	-	3.870,0	-
Sonstiges <sup>3</sup>	-	-	-	-	-	-	-	3.073,0
<b>Summe variable Vergütung</b>	<b>876,7</b>	<b>2.065,6</b>	<b>-</b>	<b>1.500,0</b>	<b>-</b>	<b>1.000,0</b>	<b>6.197,2</b>	<b>15.713,5</b>
<b>Gesamtvergütung</b>	<b>1.021,3</b>	<b>2.930,3</b>	<b>-</b>	<b>1.677,7</b>	<b>-</b>	<b>1.303,0</b>	<b>9.994,8</b>	<b>20.924,8</b>
Erhöhung der Pensions- verpflichtung (DBO)	113,8	211,4	-	1.404,1	-	141,7	1.076,5	3.025,3
davon Ansprüche aus Entgeltumwandlungen	41,5	-2,9	-	1.024,1	-	-	262,7	1.379,4
Bestand der Pensions- verpflichtung (DBO) <sup>4</sup>	735,9	622,1	-	11.279,3	-	293,4	4.228,8	15.216,9
davon Ansprüche aus Entgeltumwandlungen	276,8	235,3	-	9.009,0	-	-	1.670,6	10.416,9

<sup>1</sup> Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Thomas Ebeling sind zusätzlich Leistungen für Fahrdienste und Heimflüge enthalten. In den Nebenleistungen bei Max Conze und Rainer Beaujean sind zusätzlich Leistungen für eine doppelte Haushaltsführung und Umzugskosten enthalten. Bei Dr. Jan Kemper sind zusätzlich Leistungen für eine doppelte Haushaltsführung enthalten.

<sup>2</sup> Der Mid Term Incentive Plan wurde in Höhe von 104 Prozent des Zielbonus abgelöst, die Auszahlung erfolgte entsprechend der Planbedingungen im Mai 2019.

<sup>3</sup> Max Conze hat im Geschäftsjahr 2018 einen einmaligen Sign-on-Bonus in Höhe von 3 Mio Euro erhalten und war verpflichtet aus dem um die gesetzlichen Abzüge verringerten Netto-Betrag des Sign-on-Bonus Aktien der Gesellschaft im Volumen von 1,5 Mio Euro zu erwerben. Conrad Albert erhielt eine Einmalvergütung für seine besonderen Verdienste im Rahmen der CEO Übergangsphase im Geschäftsjahr 2018.

<sup>4</sup> Defined Benefit Obligation (DBO) zum 31.12. des Berichtsjahres.

<sup>5</sup> Max Conze erhielt für das Geschäftsjahr 2018 als einjährige variable Vergütung einen zeitanteiligen, erfolgsunabhängigen Betrag in Höhe von 735.000 Euro.

<sup>6</sup> Dr. Jan Kemper ist mit Wirkung zum 31.03.2019 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete ebenfalls mit Wirkung zum 31.03.2019. Zur Abgeltung des Anspruchs auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2018 erhielt Dr. Jan Kemper eine Zahlung in Höhe von 423.000 Euro. Der Anspruch von Dr. Jan Kemper auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2019 ist mit der Abfindung vollständig abgegolten.

<sup>7</sup> Sabine Eckhardt ist mit Wirkung zum 30.04.2019 aus dem Vorstand ausgeschieden, ihr Anstellungsvertrag endete ebenfalls mit Wirkung zum 30.04.2019. Zur Abgeltung des Anspruchs auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2018 erhielt Sabine Eckhardt eine Zahlung in Höhe von 321.000 Euro. Der Anspruch von Sabine Eckhardt auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2019 ist mit der Abfindung vollständig abgegolten.

<sup>8</sup> Jan David Frouman ist mit Wirkung zum 28.02.2019 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete ebenfalls mit Wirkung zum 28.02.2019. Für das Geschäftsjahr 2019 hat Jan David Frouman als einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) einen zeitanteiligen, erfolgsunabhängigen Betrag in Höhe von 66.667 Euro erhalten. Die Zuteilung aus dem Performance Share Plan 2019 war bei Ausscheiden zu 2/12 unverfallbar.

<sup>9</sup> Thomas Ebeling ist mit Wirkung zum 22.02.2018 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 22.02.2018. Die ausgewiesene fixe sowie einjährige variable Vergütung beziehen sich auf die Monate Januar bis Februar 2018, die Pensionsverpflichtungen beziehen sich gemäß Aufhebungsvereinbarung auf den Zeitraum bis einschließlich Juni 2019. Der Anspruch von Thomas Ebeling auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2018 ist mit der Abfindung vollständig abgegolten. Der Mid-Term Incentive Plan wurde für die Planjahre 2016 bis 2018 durch Zahlung in Höhe des Zielwerts, d. h. 1,5 Mio Euro, vorzeitig abgewickelt.

<sup>10</sup> Christof Wahl ist mit Wirkung zum 31.07.2018 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 31.07.2018. Die ausgewiesene fixe sowie einjährige variable Vergütung beziehen sich auf die Monate Januar bis Juli 2018, die Pensionsverpflichtungen beziehen sich gemäß Aufhebungsvereinbarung für den Zeitraum bis einschließlich April 2019. Der Anspruch von Christof Wahl auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2018 ist mit der Abfindung vollständig abgegolten. Der Mid-Term Incentive Plan wurde für die Planjahre 2016 bis 2018 durch Zahlung in Höhe des Zielwerts, d. h. 1,0 Mio Euro, vorzeitig abgewickelt.

---

## ERLÄUTERUNGEN ZUR VERGÜTUNG AUSGESCHIEDENER VORSTANDSMITGLIEDER

Jan David Frouman ist zum 28. Februar 2019 aus dem Vorstand ausgeschieden. Sein Anstellungsvertrag, der eine Laufzeit bis zum 28. Februar 2019 hatte, endete ebenfalls mit Wirkung zum 28. Februar 2019 und wurde nicht verlängert. Jan David Frouman hat keine Abfindung erhalten. Der Performance Bonus für das Jahr 2018 wurde auf Basis der tatsächlichen Zielerreichung gemäß den Regelungen des Dienstvertrags abgerechnet und ausgezahlt. Als Performance Bonus für das Jahr 2019 hat Jan David Frouman erfolgsunabhängig einen zeitanteiligen Betrag in Höhe von 2/12 des Zielbonus für den Performance Bonus (66.667 Euro) erhalten; der Zielbonus entspricht einer angenommenen Zielerreichung für den Performance Bonus von 100 Prozent sowie eines Modifiers von 1. Die in den Jahren 2016 und 2017 an Jan David Frouman zugeteilten PSUs unter dem Group Share Plan (GSP) und die im Jahr 2018 zugeteilten PSUs aus dem Performance Share Plan (PSP) waren bei Ausscheiden zu 75 Prozent (GSP 2016), zu 50 Prozent (GSP 2017) bzw. zu 100 Prozent (PSP 2018) unverfallbar und werden nach Ablauf der jeweiligen vierjährigen Performance Periode planmäßig abgewickelt. Sämtliche PSUs, die bei Ausscheiden noch nicht unverfallbar waren, verfielen entschädigungslos. Gemäß Anstellungsvertrag hat Jan David Frouman im Geschäftsjahr 2019 eine Zuteilung aus dem Performance Share Plan erhalten, die bei Ausscheiden zu 2/12 unverfallbar ist. Sämtliche PSUs, die bei Ausscheiden noch nicht unverfallbar waren, verfielen entschädigungslos. Der Mid Term Incentive Plan wurde in Höhe von 104 Prozent des MTI Zielbonus, d.h. 1,04 Mio Euro, abgelöst. Zudem verzichtete die Gesellschaft auf das nachvertragliche Wettbewerbsverbot, sodass Jan David Frouman eine Karenzentschädigung für die Monate März und April 2019 in Höhe von insgesamt 0,3 Mio Euro zustand.

Dr. Jan Kemper ist zum 31. März 2019 aus dem Vorstand ausgeschieden. Sein Anstellungsvertrag, der noch eine Restlaufzeit bis 31. Mai 2020 gehabt hätte, endete ebenfalls mit Wirkung zum 31. März 2019. Gemäß Aufhebungsvereinbarung hat Dr. Jan Kemper neben der fortlaufenden Zahlung der Festvergütung bis einschließlich März 2019 weitere Zahlungen in einer Gesamthöhe von 3,5 Mio Euro erhalten, die sich wie folgt zusammensetzten: Die Festvergütung für die verbleibende Restlaufzeit des Anstellungsvertrags (April 2019 bis Mai 2020) in Höhe von insgesamt 1,1 Mio Euro wurde als Teil der Abfindung ausgezahlt. Zur Abgeltung des Anspruchs auf den Performance Bonus für das Geschäftsjahr 2018 erhielt Dr. Jan Kemper eine Zahlung in Höhe von 0,4 Mio Euro. Für das volle Jahr 2019 und zeitanteilig für den Zeitraum bis einschließlich Mai 2020 wurde der Performance Bonus auf Basis einer angenommenen Zielerreichung von 100 Prozent sowie eines Modifiers von 1 als Abfindungsbetrag in Höhe von insgesamt 0,7 Mio Euro ausgezahlt. Zudem erhielt Dr. Jan Kemper noch Versorgungsbeiträge in Höhe von 228.667 Euro für April 2019 bis Mai 2020, wobei für Zwecke der Bestimmungen des Versorgungsvertrags im Hinblick auf die Unverfallbarkeit Dr. Jan Kemper so gestellt wurde, als ob das Anstellungsverhältnis erst zum regulären Vertragsende 31. Mai 2020 geendet hätte. Zu den mehrjährigen Vergütungskomponenten von Dr. Jan Kemper wurde Folgendes vereinbart: Zum Group Share Plan ist im Rahmen der Aufhebungsvereinbarung geregelt worden, dass Dr. Jan Kemper mit den bis zum Beendigungszeitpunkt zugeteilten PSUs weiterhin entsprechend den Planbedingungen am Group Share Plan teilnimmt, jedoch mit der Maßgabe, als wäre Unverfallbarkeit bei einem Ausscheiden erst zum 31. Mai 2020 eingetreten. Danach waren die unter dem GSP 2017 zugeteilten PSUs bei Ausscheiden zu 75 Prozent unverfallbar; hierfür wurde bei Ausscheiden eine Rückstellung in Höhe von 97.295 Euro gebildet. Die Rückstellungsbeträge werden sich im weiteren Zeitverlauf der vierjährigen Performance Periode bis zur Auszahlung verändern. Sämtliche PSUs, die bei Ausscheiden noch nicht unverfallbar waren, verfielen entschädigungslos. Unter dem Performance Share Plan stand Dr. Jan Kemper gemäß Anstellungsvertrag eine jährliche Zuteilung von PSUs im Wert von 1,0 Mio Euro mit jeweils vierjähriger Performance Periode zu. Die im Jahr 2018 zugeteilten PSUs waren zu 100 Prozent unverfallbar und werden regulär nach Ablauf der vierjährigen Performance Periode abgewickelt. Anstelle der noch ausstehenden Zuteilungen für das Jahr 2019 und – zeitanteilig bis zum Ablauf des 31. Mai 2020 – für das Jahr 2020 wurde der Zuteilungswert ausgezahlt. Bei der Bewertung der PSUs wurde im Hinblick auf die Regelungen zur Unverfallbarkeit (Vesting), die jeweils ein Vesting im Umfang von 1/12 zum Ende eines jeden Monats des ersten Jahres der vierjährigen Performance Periode vorsehen, ein Fortbestehen des Anstellungsvertrags für die Restlaufzeit bis Mai 2020 unterstellt. Demgemäß wurde eine Ablösung nur gezahlt, soweit bis dahin für die entsprechenden PSUs noch ein Vesting erreicht werden konnte. Hieraus ergab sich für die Zuteilungsansprüche der Jahre 2019 und 2020 ein Ablösungsbetrag



---

in Höhe von insgesamt 1,4 Mio Euro. Die im bisherigen Anstellungsvertrag vereinbarte Ablösung des Anspruchs von Dr. Jan Kemper unter dem Mid Term Incentive Plan mit Planlaufzeit für die Jahre 2016 bis 2018 in Höhe von 104 Prozent des MTI Zielbonus, d.h. 0,7 Mio Euro, blieb von der Aufhebungsvereinbarung unberührt. Weiterhin wurde vereinbart, dass das nachvertragliche Wettbewerbsverbot für ein Jahr für den Zeitraum vom Beendigungszeitpunkt mit Ablauf des 31. März 2019 gilt und die Karenzentschädigung durch die Abfindung abgegolten ist.

Sabine Eckhardt ist zum 30. April 2019 aus dem Vorstand ausgeschieden. Ihr Anstellungsvertrag, der noch eine Restlaufzeit bis 31. Dezember 2019 gehabt hätte, endete ebenfalls mit Wirkung zum 30. April 2019. Gemäß Aufhebungsvereinbarung hat Sabine Eckhardt neben der fortlaufenden Zahlung der Festvergütung bis einschließlich April 2019 weitere Zahlungen in einer Gesamthöhe von 2,0 Mio Euro erhalten, die sich wie folgt zusammensetzten: Die Festvergütung wurde regulär bis einschließlich April 2019 gewährt und für die verbleibende Restlaufzeit des Anstellungsvertrags (Mai 2019 bis Dezember 2019) in Höhe von insgesamt 0,5 Mio Euro als Teil der Abfindung ausgezahlt. Zur Abgeltung des Anspruchs auf den Performance Bonus für das Geschäftsjahr 2018 erhielt Sabine Eckhardt eine Zahlung in Höhe von 0,3 Mio Euro. Für das volle Jahr 2019 wurde der Performance Bonus auf Basis einer angenommenen Zielerreichung von 100 Prozent sowie eines Modifiers von 1 als Abfindungsbetrag in Höhe von insgesamt 0,4 Mio Euro ausgezahlt. Zudem erhielt Sabine Eckhardt noch Versorgungsbeiträge in Höhe von 108.000 Euro für Mai 2019 bis Dezember 2019, wobei für Zwecke der Bestimmungen des Versorgungsvertrags im Hinblick auf die Unverfallbarkeit Sabine Eckhardt so gestellt wurde, als ob das Anstellungsverhältnis erst zum regulären Vertragsende 31. Dezember 2019 geendet hätte. Zu den mehrjährigen Vergütungskomponenten von Sabine Eckhardt wurde Folgendes vereinbart: Zum Group Share Plan wurde im Rahmen der Aufhebungsvereinbarung geregelt, dass Sabine Eckhardt mit den bis zum Beendigungszeitpunkt zugeteilten PSUs weiterhin entsprechend den Planbedingungen am Group Share Plan teilnimmt, jedoch mit der Maßgabe, als wäre Unverfallbarkeit bei einem Ausscheiden erst zum 31. Dezember 2019 eingetreten. Danach waren die unter dem GSP 2015 und 2016 zugeteilten PSUs, über die sie noch aus ihrer Tätigkeit vor ihrer Zugehörigkeit zum Vorstand verfügte, bei Ausscheiden jeweils zu 100 Prozent unverfallbar; hierfür wurde bei Ausscheiden eine Rückstellung in Höhe von 9.464 Euro gebildet. Die unter dem GSP 2017 zugeteilten PSUs, die sie in ihrer Funktion als Vorstandsmitglied erhalten hatte, waren bei Ausscheiden zu 75 Prozent unverfallbar; hierfür wurde bei Ausscheiden eine Rückstellung in Höhe von 97.295 Euro gebildet. Die Rückstellungsbeträge werden sich im weiteren Zeitverlauf der vierjährigen Performance Periode bis zur Auszahlung verändern. Sämtliche PSUs, die bei Ausscheiden noch nicht unverfallbar waren, verfielen entschädigungslos. Unter dem Performance Share Plan stand Sabine Eckhardt gemäß Anstellungsvertrag eine jährliche Zuteilung von PSUs im Wert von 0,8 Mio Euro mit jeweils vierjähriger Performance Periode zu. Die im Jahr 2018 zugeteilten PSUs waren zu 100 Prozent unverfallbar und werden regulär nach Ablauf der vierjährigen Performance Periode abgewickelt. Anstelle der noch ausstehenden Zuteilung für das Jahr 2019 wurde der Zuteilungswert ausgezahlt. Bei der Bewertung der PSUs wurde im Hinblick auf die Regelungen zur Unverfallbarkeit (Vesting), die jeweils ein Vesting im Umfang von 1/12 zum Ende eines jeden Monats des ersten Jahres der vierjährigen Performance Periode vorsehen, ein Fortbestehen des Anstellungsvertrags für die Restlaufzeit bis Dezember 2019 unterstellt. Demgemäß wurde eine Ablösung nur gezahlt, soweit bis dahin für die entsprechenden PSUs noch ein Vesting erreicht werden konnte. Hieraus ergab sich für den Zuteilungsanspruch des Jahres 2019 ein Ablösungsbetrag in Höhe von insgesamt 0,8 Mio Euro. Die im bisherigen Anstellungsvertrag vereinbarte Ablösung des Anspruchs von Sabine Eckhardt unter dem Mid Term Incentive Plan mit der Planlaufzeit für die Jahre 2016 bis 2018 in Höhe von 104 Prozent des MTI Zielbonus, d.h. 0,7 Mio Euro, blieb von der Aufhebungsvereinbarung unberührt. Weiterhin wurde vereinbart, dass das nachvertragliche Wettbewerbsverbot statt für ein Jahr für den Zeitraum vom Beendigungszeitpunkt mit Ablauf des 30. April 2019 bis zum Ablauf des 31. Dezember 2019 gilt und die Karenzentschädigung durch die Abfindung abgegolten ist.

### Zusätzliche Angaben zu aktienbasierten Vergütungsinstrumenten (Group Share Plan und Performance Share Plan)

Der Bestand der den aktiven Vorständen für ihre Tätigkeit als Mitglieder des Vorstands gewährten Performance Share Units (PSUs) hat sich im Geschäftsjahr 2019 wie folgt entwickelt:

#### ZUSÄTZLICHE ANGABEN ZU AKTIENBASIERTEN VERGÜTUNGSTRUMENTEN

		Group Share Plan/Performance Share Plan <sup>3</sup>						
		Zu Beginn des Geschäftsjahres ausstehende Performance Share Units	Im Geschäftsjahr gewährte Performance Share Units	Beizulegender Zeitwert bei Gewährung in Euro	Im Geschäftsjahr verfallene Performance Share Units	Im Geschäftsjahr ausgeübte Performance Share Units	Am Ende des Geschäftsjahres ausstehende Performance Share Units	Gesamtaufwand für aktienbasierte Vergütung <sup>4</sup>
		Anzahl	Anzahl		Anzahl	Anzahl	Anzahl	in Euro
Max Conze	2019	34.438	86.931	1.470.000	0	0	121.369	283.551
	2018	0	34.438	857.500	0	0	34.438	45.623
Conrad Albert	2019	114.158	65.051	1.100.000	0	16.404	162.805	164.000
	2018	95.639	44.177	1.100.000	0	25.658	114.158	-86.591
Rainer Beaujean	2019	0	28.977	490.000	0	0	28.977	41.256
	2018	-	-	-	-	-	-	-
Dr. Jan Kemper <sup>1</sup>	2019	69.377	0	0	7.504	0	61.873	138.536
	2018	30.019	39.358	980.000	0	0	69.377	63.343
Sabine Eckhardt <sup>1</sup>	2019	62.550	0	0	7.504	0	55.046	101.917
	2018	30.019	32.531	810.000	0	0	62.550	49.454
Jan David Frouman <sup>1</sup>	2019	86.108	47.901	810.000	60.814	0	73.195	-33.159
	2018	53.577	32.531	810.000	0	0	86.108	119.065
Thomas Ebeling <sup>2</sup>	2019	-	-	-	-	-	-	-
	2018	82.024	0	0	49.952	32.072	0	86.717
Christof Wahl <sup>2</sup>	2019	-	-	-	-	-	-	-
	2018	77.577	0	0	26.897	0	50.680	-252.937
<b>Gesamt</b>	2019	<b>366.631</b>	<b>228.860</b>	<b>3.870.000</b>	<b>75.822</b>	<b>16.404</b>	<b>503.265</b>	<b>696.101</b>
	2018	368.855	183.035	4.557.500	76.849	57.730	417.311	24.673

<sup>1</sup> Dr. Jan Kemper ist zum 31.03.2019, Sabine Eckhardt zum 30.04.2019 und Jan David Frouman zum 28.02.2019 aus dem Vorstand ausgeschieden. Hinsichtlich der Auswirkungen auf den Group Share Plan bzw. Performance Share verweisen wir auf den Abschnitt „Erläuterungen zur Vergütung ausgeschiedener Vorstandsmitglieder“. Sabine Eckhardt verfügt zudem über PSUs aus ihrer Tätigkeit vor der Zugehörigkeit zum Vorstand, die ihr nicht als Vergütung für ihre Funktion als Vorstand gewährt worden sind und daher auch nicht in der Übersicht aufgeführt werden.

<sup>2</sup> Thomas Ebeling ist zum 22.02.2018 und Christof Wahl zum 31.07.2018 aus dem Vorstand ausgeschieden.

<sup>3</sup> Nominalbeträge der PSUs bei Gewährung. Aus dem Group Share Plan wurden letztmalig im Geschäftsjahr 2017 PSUs zugeteilt; seit dem Geschäftsjahr 2018 erfolgte die Zuteilung unter dem neuen Performance Share Plan.

<sup>4</sup> Der Gesamtaufwand im Geschäftsjahr 2019 beinhaltet für den Group Share Plan 2016 eine Anpassung des Umrechnungsfaktors für die gewährten Performance Share Units (84%) bewertet zum Stichtag 31.12.2019. Es wurden keine Anpassungen aufgrund des Verwässerungsschutzes oder aufgrund einer individuellen Erhöhung durch den Aufsichtsrat vorgenommen. Der Gesamtaufwand im Geschäftsjahr 2018 beinhaltet für den Group Share Plan 2015 eine Anpassung des Umrechnungsfaktors für die gewährten Performance Share Units (86%) bewertet zum Stichtag 31.12.2018. Aufgrund von Aktienkursrückgängen im Geschäftsjahr 2019 ist der Gesamtaufwand bei Jan David Frouman negativ; bei Conrad Albert und Christof Wahl ist der Gesamtaufwand aufgrund von Aktienkursrückgängen im Geschäftsjahr 2018 negativ.

Im Geschäftsjahr 2019 wurden 16.404 Performance Share Units aus dem Group Share Plan ausgeübt und 75.822 Performance Share Units aus dem Group Share Plan bzw. Performance Share Plan sind verfallen. Bezüglich der für das Geschäftsjahr 2019 gewährten Performance Share Units aus dem Performance Share Plan verweisen wir auf den Anhang.

#### Sonstige Vergütungsbestandteile

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

## VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES VORSTANDS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2019 NACH DEM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX (DCGK)

Der DCGK in der Fassung vom 7. Februar 2017 empfiehlt, einzelne Vergütungskomponenten für jedes Vorstandsmitglied nach bestimmten Kriterien individuell offenzulegen. Er empfiehlt weiter, für deren – teils vom DRS 17 abweichende – Darstellung die dem DCGK beigefügten Mustertabellen zu verwenden.

### Gewährte Zuwendungen nach DCGK

In den nachfolgenden Tabellen werden die für das Geschäftsjahr 2019 gewährten Zuwendungen einschließlich der Nebenleistungen sowie die für das Geschäftsjahr 2019 erreichbaren Minimal- und Maximalvergütungen dargestellt, die den aktiven Vorständen für ihre Tätigkeit als Vorstand gewährt wurden. Abweichend zur Darstellung der Gesamtvergütung nach DRS 17 ist die einjährige variable Vergütung den Anforderungen des DCGK entsprechend mit dem Zielwert, das heißt dem Wert, der bei einer Zielerreichung von 100 Prozent an das Vorstandsmitglied gewährt wird, anzugeben. Der Grad der jeweiligen Zielerreichung für ein Geschäftsjahr, d.h. der Umfang, in dem der bei 100 Prozent Zielerreichung zahlbare Betrag über – bzw. unterschritten wurde, ergibt sich aus dem Vergleich der für ein Geschäftsjahr gewährten variablen Vergütung mit den entsprechenden Angaben zu der tatsächlich für das betreffende Geschäftsjahr zugeflossenen variablen Vergütung in der Zuflusstabelle nach DCGK. Des Weiteren ist der Versorgungsaufwand, das heißt der Dienstzeitaufwand nach IAS 19, in die Gesamtvergütung nach DCGK einzurechnen.

### GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

<b>Max Conze</b>				
Vorstandsvorsitzender seit 01.06.2018				
	<b>2019</b>	2019 (Min.)	2019 (Max.)	2018
Festvergütung	1.470,0	1.470,0	1.470,0	857,5
Nebenleistungen <sup>1</sup>	39,3	39,3	39,3	47,6
<b>Summe fixe Vergütung</b>	<b>1.509,3</b>	<b>1.509,3</b>	<b>1.509,3</b>	<b>905,1</b>
Einjährige variable Vergütung <sup>2</sup>	1.260,0	0,0	2.520,0	735,0
Mehrjährige variable Vergütung				
Performance Share Plan (2018-2021)	-	-	-	857,5
Performance Share Plan (2019-2022)	1.470,0	0,0	2.940,0	-
Sonstiges <sup>3</sup>	-	-	-	3.000,0
<b>Summe variable Vergütung</b>	<b>2.730,0</b>	<b>0,0</b>	<b>5.460,0</b>	<b>4.592,5</b>
Versorgungsaufwand <sup>4</sup>	250,5	250,5	250,5	142,9
<b>Gesamtvergütung (DCGK)</b>	<b>4.489,8</b>	<b>1.759,8</b>	<b>7.219,8</b>	<b>5.640,5</b>

<sup>1</sup> Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O).

In den Nebenleistungen bei Max Conze sind zusätzlich Leistungen für eine doppelte Haushaltsführung und Umzugskosten enthalten.

<sup>2</sup> Max Conze hat für das Geschäftsjahr 2018 als einjährige variable Vergütung einen zeitanteiligen, erfolgsunabhängigen Betrag in Höhe von 735.000 Euro erhalten.

<sup>3</sup> Max Conze hat im Geschäftsjahr 2018 einen einmaligen Sign-on-Bonus in Höhe von 3 Mio Euro erhalten und war verpflichtet aus dem um die gesetzlichen Abzüge verringerten Netto-Betrag des Sign-on-Bonus Aktien der Gesellschaft im Volumen von 1,5 Mio Euro zu erwerben.

<sup>4</sup> Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Bei Max Conze handelt es sich für 2018 aufgrund der unterjährigen Gewährung der Pensionszusage um den nachzuverrechnenden Dienstzeitaufwand (Past Service Costs).



**GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN** in Tsd Euro

<b>Conrad Albert</b>				
Stellvertretender Vorstandsvorsitzender, Group General Counsel seit 01.10.2011				
	<b>2019</b>	2019 (Min.)	2019 (Max.)	2018
Festvergütung	1.100,0	1.100,0	1.100,0	1.100,0
Nebenleistungen <sup>1</sup>	10,3	10,3	10,3	9,7
<b>Summe fixe Vergütung</b>	<b>1.110,3</b>	<b>1.110,3</b>	<b>1.110,3</b>	<b>1.109,7</b>
Einjährige variable Vergütung	550,0	0,0	1.100,0	550,0
Mehrfährige variable Vergütung				
Mid Term Incentive Plan (2016-2018) <sup>2</sup>	-	-	-	373,4
Performance Share Plan (2018-2021)	-	-	-	1.100,0
Performance Share Plan (2019-2022)	1.100,0	0,0	2.200,0	-
Sonstiges <sup>3</sup>	-	-	-	73,0
<b>Summe variable Vergütung</b>	<b>1.650,0</b>	<b>0,0</b>	<b>3.300,0</b>	<b>2.096,4</b>
Versorgungsaufwand <sup>4</sup>	171,2	171,2	171,2	129,7
<b>Gesamtvergütung (DCGK)</b>	<b>2.931,5</b>	<b>1.281,5</b>	<b>4.581,5</b>	<b>3.335,8</b>

<sup>1</sup> Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O).

<sup>2</sup> Der Mid Term Incentive Plan wurde in Höhe von 104 Prozent des Zielbonus, d.h. 1,04 Mio Euro abgelöst, die Auszahlung erfolgte entsprechend der Planbedingungen im Mai 2019.

<sup>3</sup> Conrad Albert erhielt eine Einmalvergütung für seine besonderen Verdienste im Rahmen der CEO Übergangsphase im Geschäftsjahr 2018.

<sup>4</sup> Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

**GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN** in Tsd Euro

<b>Rainer Beaujean</b>				
Finanzvorstand seit 01.07.2019				
	<b>2019</b>	2019 (Min.)	2019 (Max.)	2018
Festvergütung	490,0	490,0	490,0	-
Nebenleistungen <sup>1</sup>	16,2	16,2	16,2	-
<b>Summe fixe Vergütung</b>	<b>506,2</b>	<b>506,2</b>	<b>506,2</b>	<b>-</b>
Einjährige variable Vergütung	245,0	0,0	490,0	-
Mehrfährige variable Vergütung				
Performance Share Plan (2019-2022)	490,0	0,0	980,0	-
<b>Summe variable Vergütung</b>	<b>735,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1.470,0</b>	<b>-</b>
Versorgungsaufwand <sup>2</sup>	95,6	95,6	95,6	-
<b>Gesamtvergütung (DCGK)</b>	<b>1.336,8</b>	<b>601,8</b>	<b>2.071,8</b>	<b>-</b>

<sup>1</sup> Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Rainer Beaujean sind zusätzlich Leistungen für eine doppelte Haushaltsführung und Umzugskosten enthalten.

<sup>2</sup> Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Bei Rainer Beaujean handelt es sich aufgrund der unterjährigen Gewährung der Pensionszusage um den nachzuverrechnenden Dienstzeitaufwand (Past Service Costs).

**GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN** in Tsd Euro

<b>Dr. Jan Kemper<sup>1</sup></b>				
Vorstand Finanzen und Commerce bis 31.03.2019				
	<b>2019</b>	2019 (Min.)	2019 (Max.)	2018
Festvergütung	245,0	245,0	245,0	980,0
Nebenleistungen <sup>2</sup>	9,5	9,5	9,5	53,0
<b>Summe fixe Vergütung</b>	<b>254,5</b>	<b>254,5</b>	<b>254,5</b>	<b>1.033,0</b>
Einjährige variable Vergütung	-	-	-	423,0
Mehrjährige variable Vergütung				
Mid Term Incentive Plan (2016-2018) <sup>3</sup>	-	-	-	359,6
Performance Share Plan (2018-2021)	-	-	-	980,0
Performance Share Plan (2019-2022)	-	-	-	-
<b>Summe variable Vergütung</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1.762,6</b>
Versorgungsaufwand <sup>4</sup>	149,6	149,6	149,6	103,4
<b>Gesamtvergütung (DCGK)</b>	<b>404,1</b>	<b>404,1</b>	<b>404,1</b>	<b>2.899,0</b>

<sup>1</sup> Dr. Jan Kemper ist mit Wirkung zum 31.03.2019 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete ebenfalls mit Wirkung zum 31.03.2019. Zur Abgeltung des Anspruchs auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2018 erhielt Dr. Jan Kemper eine Zahlung in Höhe von 423.000 Euro. Der Anspruch von Dr. Jan Kemper auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2019 ist mit der Abfindung vollständig abgegolten. Die ausgewiesene fixe Vergütung und die Nebenleistungen beziehen sich auf die Monate Januar bis März 2019, der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2019.

<sup>2</sup> Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Dr. Jan Kemper sind zusätzlich Leistungen für eine doppelte Haushaltsführung enthalten.

<sup>3</sup> Der Mid Term Incentive Plan wurde in Höhe von 104 Prozent des Zielbonus, d.h. 0,7 Mio Euro, abgelöst, die Auszahlung erfolgte entsprechend der Planbedingungen im Mai 2019.

<sup>4</sup> Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

**GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN** in Tsd Euro

<b>Sabine Eckhardt<sup>1</sup></b>				
Vorstand Vertrieb & Marketing bis 30.04.2019				
	<b>2019</b>	2019 (Min.)	2019 (Max.)	2018
Festvergütung	270,0	270,0	270,0	810,0
Nebenleistungen <sup>2</sup>	2,7	2,7	2,7	8,2
<b>Summe fixe Vergütung</b>	<b>272,7</b>	<b>272,7</b>	<b>272,7</b>	<b>818,2</b>
Einjährige variable Vergütung	-	-	-	321,0
Mehrjährige variable Vergütung				
Mid Term Incentive Plan (2016-2018) <sup>3</sup>	-	-	-	360,0
Performance Share Plan (2018-2021)	-	-	-	810,0
Performance Share Plan (2019-2022)	-	-	-	-
<b>Summe variable Vergütung</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1.491,0</b>
Versorgungsaufwand <sup>4</sup>	133,1	133,1	133,1	86,8
<b>Gesamtvergütung (DCGK)</b>	<b>405,8</b>	<b>405,8</b>	<b>405,8</b>	<b>2.396,0</b>

<sup>1</sup> Sabine Eckhardt ist mit Wirkung zum 30.04.2019 aus dem Vorstand ausgeschieden, ihr Anstellungsvertrag endete ebenfalls mit Wirkung zum 30.04.2019. Zur Abgeltung des Anspruchs auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2018 erhielt Sabine Eckhardt eine Zahlung in Höhe von 321.000 Euro. Der Anspruch von Sabine Eckhardt auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2019 ist mit der Abfindung vollständig abgegolten. Die ausgewiesene fixe Vergütung und die Nebenleistungen beziehen sich auf die Monate Januar bis April 2019, der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2019.

<sup>2</sup> Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O).

<sup>3</sup> Der Mid Term Incentive Plan wurde in Höhe von 104 Prozent des Zielbonus, d.h. 0,7 Mio Euro, abgelöst, die Auszahlung erfolgte entsprechend der Planbedingungen im Mai 2019.

<sup>4</sup> Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.



**GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN** in Tsd Euro

	<b>Jan David Frouman<sup>1</sup></b> Vorstand bis 28.02.2019			
	<b>2019</b>	2019 (Min.)	2019 (Max.)	2018
Festvergütung	142,5	142,5	142,5	855,0
Nebenleistungen <sup>2</sup>	2,1	2,1	2,1	9,7
<b>Summe fixe Vergütung</b>	<b>144,6</b>	<b>144,6</b>	<b>144,6</b>	<b>864,7</b>
Einjährige variable Vergütung	66,7	66,7	66,7	400,0
Mehrjährige variable Vergütung				
Mid Term Incentive Plan (2016-2018) <sup>3</sup>	-	-	-	373,4
Performance Share Plan (2018-2021)	-	-	-	810,0
Performance Share Plan (2019-2022)	810,0	0,0	1.620,0	-
<b>Summe variable Vergütung</b>	<b>876,7</b>	<b>66,7</b>	<b>1.686,7</b>	<b>1.583,4</b>
Versorgungsaufwand <sup>4</sup>	139,1	139,1	139,1	96,0
<b>Gesamtvergütung (DCGK)</b>	<b>1.160,4</b>	<b>350,4</b>	<b>1.970,4</b>	<b>2.544,1</b>

<sup>1</sup> Jan David Frouman ist mit Wirkung zum 28.02.2019 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete ebenfalls mit Wirkung zum 28.02.2019. Für das Geschäftsjahr 2019 hat Jan David Frouman als einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) einen zeitanteiligen, erfolgsunabhängigen Betrag in Höhe von 66.667 Euro erhalten. Die Zuteilung aus dem Performance Share Plan 2019 ist bei Ausscheiden zu 2/12 unverfallbar.

<sup>2</sup> Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O).

<sup>3</sup> Der Mid Term Incentive Plan wurde in Höhe von 104 Prozent des Zielbonus, d.h. 1,04 Mio Euro, abgelöst, die Auszahlung erfolgte entsprechend der Planbedingungen im Mai 2019.

<sup>4</sup> Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

**GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN** in Tsd Euro

	<b>Thomas Ebeling<sup>1</sup></b> Group CEO bis 22.02.2018			
	<b>2019</b>	2019 (Min.)	2019 (Max.)	2018
Festvergütung	-	-	-	166,7
Nebenleistungen <sup>2</sup>	-	-	-	11,0
<b>Summe fixe Vergütung</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>177,7</b>
Einjährige variable Vergütung	-	-	-	-
Mehrjährige variable Vergütung				
Mid Term Incentive Plan (2016-2018)	-	-	-	500,0
Performance Share Plan (2018-2021)	-	-	-	-
Performance Share Plan (2019-2022)	-	-	-	-
<b>Summe variable Vergütung</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>500,0</b>
Versorgungsaufwand <sup>3</sup>	-	-	-	213,0
<b>Gesamtvergütung (DCGK)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>890,7</b>

<sup>1</sup> Thomas Ebeling ist mit Wirkung zum 22.02.2018 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 22.02.2018. Die ausgewiesene fixe sowie einjährige variable Vergütung beziehen sich auf die Monate Januar bis Februar 2018, der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2018. Der Anspruch von Thomas Ebeling auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2018 ist mit der Abfindung vollständig abgegolten. Der Mid-Term Incentive Plan wurde für die Planjahre 2016 bis 2018 durch Zahlung in Höhe des Zielwerts, d.h. 1,5 Mio Euro, vorzeitig abgewickelt.

<sup>2</sup> Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Thomas Ebeling sind zusätzlich Leistungen für Fahrdienste und Heimflüge enthalten.

<sup>3</sup> Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

**GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN** in Tsd Euro

	<b>Christof Wahl<sup>1</sup></b> COO Entertainment bis 31.07.2018			
	<b>2019</b>	2019 (Min.)	2019 (Max.)	2018
Festvergütung	-	-	-	297,5
Nebenleistungen <sup>2</sup>	-	-	-	5,5
<b>Summe fixe Vergütung</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>303,0</b>
Einjährige variable Vergütung	-	-	-	-
Mehrfjährige variable Vergütung				
Mid Term Incentive Plan (2016-2018)	-	-	-	333,3
Performance Share Plan (2018-2021)	-	-	-	-
Performance Share Plan (2019-2022)	-	-	-	-
<b>Summe variable Vergütung</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>333,3</b>
Versorgungsaufwand <sup>3</sup>	-	-	-	92,9
<b>Gesamtvergütung (DCGK)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>729,2</b>

<sup>1</sup> Christof Wahl ist mit Wirkung zum 31.07.2018 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 31.07.2018. Die ausgewiesene fixe sowie einjährige variable Vergütung beziehen sich auf die Monate Januar bis Juli 2018, der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2018. Der Anspruch von Christof Wahl auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2018 ist mit der Abfindung vollständig abgegolten. Der Mid Term Incentive Plan wurde für die Planjahre 2016 bis 2018 durch Zahlung in Höhe des Zielwerts, d.h. 1,0 Mio Euro, vorzeitig abgewickelt.

<sup>2</sup> Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Thomas Ebeling sind zusätzlich Leistungen für Fahrdienste und Heimflüge enthalten.

<sup>3</sup> Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

Bezüglich der Aufhebungsvereinbarungen von Dr. Jan Kemper und Sabine Eckhardt sowie dem Ausscheiden von Jan David Frouman verweisen wir auf den Abschnitt „Erläuterungen zur Vergütung ausgeschiedener Vorstandsmitglieder“.

**Zufluss gemäß DCGK**

Da die den Mitgliedern des Vorstands für das Geschäftsjahr gewährte Vergütung teilweise nicht mit einer Zahlung in dem jeweiligen Geschäftsjahr einhergeht, wird – in Übereinstimmung mit der entsprechenden Empfehlung des DCGKd – in einer gesonderten Tabelle dargestellt, in welcher Höhe ihnen für das Geschäftsjahr für ihre Tätigkeit als Vorstand Mittel zufließen.

Entsprechend den Empfehlungen des DCGK sind die fixe Vergütung und die einjährige variable Vergütung als Zufluss für das jeweilige Geschäftsjahr anzugeben. Aktienbasierte Vergütungen gelten gemäß DCGK zu dem nach deutschem Steuerrecht maßgeblichen Zeitpunkt und Wert als zugeflossen.

Den Empfehlungen des DCGK folgend, entspricht der Versorgungsaufwand im Sinne des Dienstzeitaufwands nach IAS 19 bei den Angaben zum Zufluss den zugeführten Beiträgen, obwohl er keinen tatsächlichen Zufluss im engeren Sinne darstellt.



## NACHVERTRAGLICHES WETTBEWERBSVERBOT

Für alle Vorstandsmitglieder wurde ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot für die Dauer von einem Jahr nach Beendigung des Dienstvertrags vereinbart. Zu den Vereinbarungen für ausgeschiedene Vorstandsmitglieder verweisen wir auf den Abschnitt „Erläuterungen zur Vergütung ausgeschiedener Vorstandsmitglieder“.

Sofern das nachvertragliche Wettbewerbsverbot zur Anwendung kommt, erhalten die Vorstandsmitglieder für die Dauer des nachvertraglichen Wettbewerbsverbots eine monatliche Karenzentschädigung, die jeweils 1/12 von 75 Prozent der von ihnen zuletzt bezogenen Jahresvergütung beträgt. Für Zwecke der Karenzentschädigung ist als Jahresvergütung die Summe aus Festvergütung, Performance Bonus sowie gegebenenfalls zusätzlich gewährte mehrjährige Vergütungsbestandteile anzusetzen. Bei der Berechnung ist für den Performance Bonus eine Zielerreichung von 100 Prozent zu unterstellen und bei mehrjährigen Vergütungsbestandteilen der Wert bei Zuteilung, bzw., sofern keine jährliche Zuteilung erfolgt, der anteilig auf ein Jahr der Planlaufzeit entfallende Wert bei Zuteilung zugrunde zu legen. Ein durch eigene Arbeitskraft während der Dauer des Wettbewerbsverbots erworbenes Einkommen ist auf die Karenzentschädigung insoweit anzurechnen, als es – bezogen auf ein Jahr – 50 Prozent der zuletzt bezogenen Jahresvergütung übersteigt. Die Gesellschaft kann vor Beendigung des Vertrages auf das Wettbewerbsverbot verzichten; in diesem Fall besteht der Anspruch auf Karenzentschädigung nur für den Zeitraum zwischen Beendigung des Vertrages und dem Ablauf von sechs Monaten nach Zugang der Verzichtserklärung. Im Übrigen gelten die §§ 74 ff. HGB entsprechend.

Die folgende Tabelle zeigt die Nettobarwerte der für das nachvertragliche Wettbewerbsverbot zahlbaren Entschädigungen. Es handelt sich hierbei um die Barwerte der Beträge, die in dem angenommenen Fall gezahlt würden, falls Vorstandsmitglieder das Unternehmen zum regulären Ende ihrer jeweiligen aktuellen Vertragslaufzeit verlassen würden und die vertragsgemäßen Leistungen, die sie unmittelbar vor Beendigung des Dienstvertrages beziehen, gleich hoch sind wie die zuletzt bezogene Jahresvergütung. Es ist davon auszugehen, dass die tatsächlichen Entschädigungen für das nachvertragliche Wettbewerbsverbot von den hier dargestellten Beträgen abweichen werden. Dies hängt vom genauen Zeitpunkt der Beendigung des Dienstvertrages sowie von der Vergütungshöhe zu diesem Zeitpunkt ab.

### KARENZENTSCHÄDIGUNG in Tsd Euro

	Vertragslaufzeit	Nettobarwert der Karenzentschädigung <sup>1</sup>
Max Conze	31.05.2021	3.143,7
Conrad Albert	30.04.2021	2.058,9
Rainer Beaujean	30.06.2022	1.825,9
<b>Summe</b>		<b>7.028,6</b>

<sup>1</sup> Für diese Berechnung wurden die folgenden Abzinsungssätze nach IAS 19 verwendet:  
Max Conze 0,14%, Conrad Albert 0,13% und Rainer Beaujean 0,25%.

---

## **GESAMTBZÜGE DER EHEMALIGEN MITGLIEDER DES VORSTANDS**

An ehemalige Mitglieder des Vorstands wurden im Geschäftsjahr 2019 Gesamtbezüge in Höhe von 9,1 Mio Euro (Vorjahr: 14,5 Mio Euro) ausbezahlt. Darin enthalten sind die Auszahlung von 24.606 Performance Share Units aus dem Group Share Plan 2015 in Höhe von 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 2,5 Mio Euro), die Karenzentschädigung für Jan David Frouman in Höhe von 0,3 Mio Euro sowie die mit dem Ausscheiden verbundenen Zahlungen für Dr. Jan Kemper in Höhe von 3,2 Mio Euro und für Sabine Eckhardt in Höhe von 1,8 Mio Euro, die mit Beendigungszeitpunkt zum 31. März 2019 bzw. 30. April 2019 zahlbar waren. Auf Grundlage der Regelung in der jeweiligen Aufhebungsvereinbarung wurde zum Ausscheiden für die Teilnahme von Dr. Jan Kemper und Sabine Eckhardt am Group Share Plan jeweils eine Rückstellung in Höhe von 0,1 Mio Euro gebildet. Zudem hat Dr. Jan Kemper noch Versorgungsbeiträge in Höhe von 0,2 Mio Euro und Sabine Eckhardt in Höhe von 0,1 Mio Euro erhalten. Im Zusammenhang mit dem Ausscheiden wurde mit Dr. Jan Kemper und Sabine Eckhardt vereinbart, dass ihre Versorgungsanwartschaften in Höhe von insgesamt 1,0 Mio Euro abgelöst werden und damit sämtliche Ansprüche aus den entsprechenden Versorgungsverträgen abgegolten sind. Darüber hinaus wurden an ehemalige Mitglieder des Vorstands Versorgungsleistungen in Höhe von 1,9 Mio Euro (Vorjahr: 2,3 Mio Euro) gezahlt. Die Pensionsrückstellungen für frühere Vorstandsmitglieder betragen zum 31. Dezember 2019 nach IFRS 26,6 Mio Euro (Vorjahr: 12,8 Mio Euro). Die Rückstellungen für Jan David Frouman, Dr. Jan Kemper und Sabine Eckhardt sind in der Tabelle Gesamtvergütung des Vorstands nach DRS 17 enthalten.

## **PENSIONS-RÜCKSTELLUNGEN**

Im Geschäftsjahr 2019 haben sich die Pensionsrückstellungen für aktive und ehemalige Mitglieder des Vorstands nach IFRS um insgesamt 2,8 Mio Euro (Vorjahr: 0,8 Mio Euro) erhöht. Hiervon entfallen 0,8 Mio Euro auf den laufenden Dienstzeitaufwand (Vorjahr: 0,7 Mio Euro), 0,4 Mio Euro auf Zinsaufwendungen (Vorjahr: 0,5 Mio Euro), minus 1,9 Mio Euro auf Pensionszahlungen (Vorjahr: minus 2,3 Mio Euro), minus 1,0 Mio Euro auf Abgeltungen von Versorgungsanwartschaften (Vorjahr: 0,0 Mio Euro), 0,2 Mio Euro auf den nachzuverrechnenden Dienstzeitaufwand (Vorjahr: 1,3 Mio Euro), 0,3 Mio Euro auf Auswirkungen der Abgeltungen (Vorjahr: 0,0 Mio Euro) sowie 4,0 Mio Euro auf versicherungsmathematische Verluste (Vorjahr: 0,5 Mio Euro versicherungsmathematische Verluste). Im nachzuverrechnenden Dienstzeitaufwand sind die Versorgungsbeiträge an im Berichtsjahr neu bestellte Vorstandsmitglieder in Höhe von 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro) und Entgeltumwandlungen in Höhe von 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 1,2 Mio Euro) berücksichtigt. Zum 31. Dezember 2019 beliefen sich die Pensionsrückstellungen für aktive und ehemalige Mitglieder des Vorstands in Summe auf 30,8 Mio Euro (Vorjahr: 28,0 Mio Euro).

## **D&O-VERSICHERUNG**

Die Vorstandsmitglieder sind in eine Vermögensschaden-Haftpflicht-Gruppenversicherung (D&O-Versicherung) einbezogen. Diese D&O-Versicherung deckt das persönliche Haftungsrisiko für den Fall ab, dass Vorstandsmitglieder bei der Ausübung ihrer beruflichen Tätigkeit für die Gesellschaft für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. Die Versicherung enthält eine Selbstbehaltsregelung, wonach ein in Anspruch genommenes Vorstandsmitglied in jedem Versicherungsfall insgesamt 10 Prozent des Schadens und für alle Versicherungsfälle in einem Versicherungsjahr maximal 150 Prozent der jeweiligen festen jährlichen Vergütung selbst trägt. Maßgeblich für die Berechnung des Selbstbehalts ist die feste Vergütung in dem Kalenderjahr, in dem die Pflichtverletzung begangen wurde.

---

## VERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATS

### Struktur und Bestandteile der Aufsichtsratsvergütung

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in der Satzung der Gesellschaft festgelegt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine feste jährliche Vergütung. Für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats beträgt die feste Vergütung 250.000 Euro, für seinen Stellvertreter 150.000 Euro sowie für alle sonstigen Mitglieder des Aufsichtsrats 100.000 Euro. Der Vorsitzende eines Ausschusses des Aufsichtsrats erhält zusätzlich eine feste jährliche Vergütung von 30.000 Euro, für den Vorsitzenden des Audit and Finance Committee beträgt die zusätzliche feste Vergütung 50.000 Euro. Für die Mitgliedschaft in einem Ausschuss des Aufsichtsrats erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats ferner eine feste jährliche Vergütung in Höhe von 7.500 Euro. Darüber hinaus erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats für jede persönliche Teilnahme an einer Sitzung des Aufsichtsrats ein Sitzungsgeld in Höhe von 2.000 Euro. Für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats beträgt das Sitzungsgeld 3.000 Euro für jede persönliche Teilnahme an einer Aufsichtsratssitzung. Für mehrere Sitzungen, die an einem Tag stattfinden, wird das Sitzungsgeld nur einmal gezahlt. Eine erfolgsorientierte variable Vergütung wird nicht gewährt.

Die derzeit amtierenden Mitglieder des Aufsichtsrats haben gegenüber dem Aufsichtsrat im Rahmen einer „Selbstverpflichtung“ erklärt, dass sie für jeweils 20 Prozent der gewährten jährlichen festen Vergütung gemäß § 14 Abs. 1 und 2 der Satzung (vor Abzug von Steuern) jährlich Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE kaufen und jeweils für die Dauer von vier Jahren, längstens aber während der Dauer ihrer Mitgliedschaft im Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE, halten werden; im Falle einer Wiederwahl gilt die Halteverpflichtung jeweils für die einzelnen Amtsperioden. Mit dieser Selbstverpflichtung zur Investition in ProSiebenSat.1 Media SE Aktien und zum Halten dieser Aktien wollen die Aufsichtsratsmitglieder ihr Interesse an einem langfristigen, nachhaltigen Unternehmenserfolg unterstreichen.

Die Aufsichtsratsmitglieder bezogen für das Geschäftsjahr 2019 folgende Vergütung:

**VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2019 in Tsd Euro**

		Fixe Grundvergütung	Vergütung Präsidial- ausschuss	Vergütung Prüfungs- ausschuss	Vergütung Personal- ausschuss	Sitzungsgeld persönliche Teilnahme	Gesamt
Dr. Werner Brandt Vorsitzender	2019	250,0	30,0	0,0	30,0	66,0	376,0
	2018	250,0	30,0	0,0	30,0	81,0	391,0
Dr. Marion Helmes Stellvertretende Vorsitzende	2019	150,0	30,0	7,5	7,5	42,0	237,0
	2018	150,0	30,0	7,5	7,5	52,0	247,0
Lawrence A. Aidem	2019	100,0	7,5	0,0	0,0	28,0	135,5
	2018	100,0	7,5	0,0	0,0	36,0	143,5
Antoinette (Annet) P. Aris <sup>1</sup>	2019	-	-	-	-	-	-
	2018	37,7	0,0	2,8	2,8	22,0	65,3
Adam Cahan	2019	100,0	0,0	0,0	0,0	24,0	124,0
	2018	100,0	0,0	0,0	0,0	26,0	126,0
Angelika Gifford <sup>2</sup>	2019	100,0	0,0	7,5	7,5	38,0	153,0
	2018	100,0	0,0	4,7	7,5	44,0	156,2
Erik Adrianus Hubertus Huggers	2019	100,0	0,0	0,0	0,0	24,0	124,0
	2018	100,0	0,0	0,0	0,0	28,0	128,0
Marjorie Kaplan <sup>3</sup>	2019	100,0	4,2	0,0	0,0	26,0	130,2
	2018	62,7	0,0	0,0	0,0	18,0	80,7
Ketan Mehta	2019	100,0	7,5	0,0	0,0	32,0	139,5
	2018	100,0	7,5	0,0	0,0	38,0	145,5
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	2019	100,0	0,0	50,0	7,5	42,0	199,5
	2018	100,0	0,0	50,0	4,7	52,0	206,7
<b>Summe</b>	2019	<b>1.100,0</b>	<b>79,2</b>	<b>65,0</b>	<b>52,5</b>	<b>322,0</b>	<b>1.618,7</b>
	2018	1.100,4	75,0	65,0	52,5	397,0	1.689,9

<sup>1</sup> Mitglied des Aufsichtsrats bis 16. Mai 2018

<sup>2</sup> Mitglied des Aufsichtsrats bis 13. Januar 2020

<sup>3</sup> Mitglied des Aufsichtsrats seit 16. Mai 2018 | Mitglied des Präsidialausschusses seit 12. Juni 2019

Zusätzlich zu dieser fixen Jahresvergütung bzw. den Sitzungsgeldern erhielten die Mitglieder des Aufsichtsrats einen Ersatz aller Auslagen sowie Ersatz der auf ihre Vergütung und Auslagen zu entrichtenden 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 2019 bis auf die nachfolgend erwähnte Ausnahme nicht gewährt. Erik Adrianus Hubertus Huggers war im ersten Quartal 2019 als Berater für die Joyn GmbH, München (vormals 7TV Joint Venture GmbH) tätig. Die Joyn GmbH hat in diesem Zeitraum Beratungsdienstleistungen auf vertraglicher Grundlage in Höhe von 25.000 Euro von Erik Adrianus Hubertus Huggers bezogen. Die vertragliche Vereinbarung wurde im ersten Quartal 2019 abgeschlossen und endete am 8. Februar 2019. Mitgliedern des Aufsichtsrats wurden vom Unternehmen keine Kredite gewährt.



## **Bilanz**



# Bilanz

## BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2019 in Euro

	31.12.2019		31.12.2018	
<b>AKTIVA</b>				
<b>A. Anlagevermögen</b>				
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>				
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	2.182.138,00		2.509.721,00	
2. Geleistete Anzahlungen	1.033.132,15	3.215.270,15	581.514,06	3.091.235,06
<b>II. Sachanlagen</b>				
1. Bauten auf fremden Grundstücken	42.308.877,51		40.699.742,48	
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.886.178,94		4.392.064,25	
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	5.395.279,85	51.590.336,30	4.527.478,16	49.619.284,89
<b>III. Finanzanlagen</b>				
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	7.555.933.143,13		7.495.329.150,30	
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	90.889.410,24		49.336.857,76	
3. Beteiligungen	6.250,00		6.250,00	
4. Wertpapiere des Anlagevermögens	3.651.163,51		1.402.432,68	
5. Sonstige Ausleihungen	25.815.641,24	7.676.295.608,12	32.347.829,32	7.578.422.520,06
		7.731.101.214,57		7.631.133.040,01
<b>B. Umlaufvermögen</b>				
<b>I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	38.276.422,50		39.087.639,86	
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	784.790.059,12		752.415.688,88	
3. Sonstige Vermögensgegenstände	103.812.256,74	926.878.738,36	154.717.402,18	946.220.730,92
<b>II. Kassenbestand und Guthaben bei Kreditinstituten</b>		704.303.203,46		730.678.337,52
		1.631.181.941,82		1.676.899.068,44
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		1.681.167,48		2.737.602,65
<b>D. Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung</b>		140.473,00		545.974,00
		<b>9.364.104.796,87</b>		<b>9.311.315.685,10</b>



**BILANZ ZUM 31. DEZEMBER 2019** in Euro

	<b>31.12.2019</b>	31.12.2018
<b>PASSIVA</b>		
<b>A. Eigenkapital</b>		
<b>I. Gezeichnetes Kapital</b>	233.000.000,00	233.000.000,00
./ Nennbetrag eigener Anteile	-6.859.180,00	-6.919.513,00
Ausgegebenes Kapital	226.140.820,00	226.080.487,00
<i>Bedingtes Kapital EUR 21.879.720,00</i>		
<b>II. Kapitalrücklage</b>	1.129.097.572,58	1.128.204.891,45
<b>III. Andere Gewinnrücklagen</b>	1.152.894.898,49	952.906.271,49
<b>IV. Bilanzgewinn</b>	454.433.208,85	621.371.382,77
	<b>2.962.566.499,92</b>	<b>2.928.563.032,71</b>
<b>B. Rückstellungen</b>		
1. Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.107.316,00	3.629.669,00
2. Steuerrückstellungen	103.134.020,70	86.553.834,00
3. Sonstige Rückstellungen	190.873.210,47	274.886.302,33
	<b>297.114.547,17</b>	<b>365.069.805,33</b>
<b>C. Verbindlichkeiten</b>		
1. Anleihen	600.000.000,00	600.000.000,00
2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		
a. Darlehensverbindlichkeiten	2.600.000.000,00	2.600.000.000,00
b. Zinsverbindlichkeiten	3.860.704,23	2.890.719,32
3. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	1.321.903,99	1.005.880,25
4. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	373.629.589,27	291.772.549,05
5. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.484.890.663,43	2.476.380.861,36
6. Sonstige Verbindlichkeiten	39.712.296,70	45.602.004,11
-- davon aus Steuern EUR 24.446.878,25 (Vorjahr: EUR 32.112.452,79)--		
--davon im Rahmen von sozialer Sicherheit EUR 107,63 (Vorjahr: EUR 1.853,74)--		
	<b>6.103.415.157,62</b>	<b>6.017.652.014,09</b>
<b>D. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	1.008.592,16	30.832,97
	<b>9.364.104.796,87</b>	<b>9.311.315.685,10</b>



## **Gewinn- und Verlustrechnung**



## Gewinn- und Verlustrechnung

### GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG FÜR DIE ZEIT VOM 1. JANUAR BIS 31. DEZEMBER 2019 in Euro

	2019		2018	
1. Umsatzerlöse		107.490.545,28		102.150.143,67
2. Sonstige betriebliche Erträge		72.750.779,17		180.910.946,35
--davon aus der Währungsumrechnung EUR 12.965.759,24 (Vorjahr: EUR 19.039.954,47)--				
3. Programm- und Materialaufwand				
a) Aufwendungen für Lizenzen, Sendegebühren und Materialien	33.609.069,20		206.426.921,74	
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	20.421.556,19	54.030.625,39	19.205.128,61	225.632.050,35
4. Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter	67.992.657,76		86.926.224,72	
b) Soziale Abgaben	8.131.338,71	76.123.996,47	10.151.482,23	97.077.706,95
--davon für Altersversorgung EUR 1.227.805,00 (Vorjahr: EUR 2.007.562,64)--				
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		11.244.747,17		13.845.701,67
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		105.366.310,10		151.389.073,49
--davon aus der Währungsumrechnung EUR 18.921.666,30 (Vorjahr: EUR 21.922.241,61)--				
7. Erträge aus Gewinnabführungen		551.024.169,80		529.850.203,20
8. Erträge aus Beteiligungen		25.000.000,00		13.678.244,18
--davon aus verbundenen Unternehmen EUR 25.000.000,00 (Vorjahr: EUR 13.678.244,18)--				
9. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		11.148.503,81		12.746.197,30
--davon aus verbundenen Unternehmen EUR 9.124.780,61 (Vorjahr: EUR 8.834.247,15)--				
10. Abschreibungen auf Finanzanlagen		6.381.999,00		631.693,91
11. Aufwendungen aus Verlustübernahme		50.627.952,70		22.616.379,33
12. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		49.188.898,27		68.568.602,45
--davon an verbundene Unternehmen EUR 0,00 (Vorjahr: EUR 7.448,80)--				
--davon aus Aufzinsung EUR 1.705.200,35 (Vorjahr: EUR 1.013.831,05)--				
13. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		112.272.165,87		137.579.901,96
--davon aus latenten Steuern EUR 0,00 (Vorjahr: Ertrag EUR 29.001.615,23) --				
14. Ergebnis nach Steuern		302.177.303,09		121.994.624,59
15. Sonstige Steuern		79.697,48		80.401,56
<b>16. Jahresüberschuss</b>		<b>302.097.605,61</b>		<b>121.914.223,03</b>
17. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr		152.335.603,24		499.457.159,74
<b>18. Bilanzgewinn</b>		<b>454.433.208,85</b>		<b>621.371.382,77</b>

# ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring

---

## ANHANG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2019

### ALLGEMEINE ANGABEN

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft nach europäischem Recht und als Konzernobergesellschaft der ProSiebenSat.1 Gruppe unter der Firma ProSiebenSat.1 Media SE beim Amtsgericht München, Deutschland, (HRB 219 439) eingetragen. Die Namens-Stammaktie ist in Deutschland an der Wertpapierbörse in Frankfurt am Main und an der Wertpapierbörse in Luxemburg (Bourse de Luxembourg) notiert. Sitz der Gesellschaft ist Unterföhring. Die Anschrift lautet: ProSiebenSat.1 Media SE, Medienallee 7, 85774 Unterföhring, Deutschland.

### Grundlagen und Methoden

Der Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE wurde nach den Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB) und des Aktiengesetzes (AktG) in Verbindung mit Art. 61 der Verordnung (EG) Nr. 2157/2001 (SE-VO) aufgestellt.

Für die Gewinn- und Verlustrechnung wird das Gesamtkostenverfahren gemäß § 275 Abs. 2 HGB angewendet.

Die ProSiebenSat.1 Media SE erstellt und veröffentlicht ihren Jahresabschluss in Euro. Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in diesem Jahresabschluss nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

### Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Für die Aufstellung des Jahresabschlusses waren im Wesentlichen die nachfolgenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden unverändert maßgebend.

Entgeltlich erworbene immaterielle Vermögensgegenstände werden zu Anschaffungskosten aktiviert und linear über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer und maximal bis zu 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 aktiviert und linear über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer und maximal bis zu 30 Jahren abgeschrieben. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit mit einer voraussichtlich dauernden Wertminderung gerechnet wird. Vermögensgegenstände mit Anschaffungskosten bis 250 Euro werden im Jahr der Anschaffung in voller Höhe als Aufwand berücksichtigt. Für Vermögensgegenstände mit Anschaffungskosten zwischen 250 Euro und 1.000 Euro wird das steuerliche Sammelpostenverfahren aus Vereinfachungsgründen auch in der Handelsbilanz angewendet. Der Sammelposten wird linear über fünf Jahre abgeschrieben.

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

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

---

Die Bilanzierung der Anteile an verbundenen Unternehmen erfolgt grundsätzlich zu Anschaffungskosten bzw. bei voraussichtlich dauernder Wertminderung zum niedrigeren beizulegenden Zeitwert. Die Überprüfung, ob ggf. eine dauerhafte Wertminderung der Anteile an verbundenen Unternehmen eingetreten ist, beurteilt die ProSiebenSat.1 Media SE im Wesentlichen anhand vereinfachter Unternehmensbewertungen sowie beizulegender Zeitwerte und plausibilisiert diese mittels impliziter Multiples. Die beizulegenden Zeitwerte werden dabei mit Hilfe des Discounted Cash Flow Verfahren ermittelt. Es werden Bewertungen nach dem IDW RS HFA 10 „Anwendung der Grundsätze des IDW S 1 bei der Bewertung von Beteiligungen für die Zwecke eines handelsrechtlichen Jahresabschlusses“ durchgeführt. Hierbei beruhen die Zahlungsströme auf beteiligungsindividuellen Planungen in der Regel über einen Zeitraum von fünf Jahren, die mit beteiligungsindividuellen Wachstumsraten fortgeschrieben werden. Der hierbei verwendete Kapitalisierungszinssatz wird durch die Rendite einer risikoadäquaten Alternativanlage ermittelt.

Des Weiteren werden die in der Vergangenheit wertberichtigten Anteile an verbundenen Unternehmen jährlich dahingehend überprüft, ob die Gründe für die außerplanmäßige Abschreibung entfallen sind. Auch für diese Anteile wird der beizulegende Wert der entsprechenden Finanzanlage auf Basis des IDW RS HFA 10 berechnet.

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

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. Übersteigen die Anschaffungskosten für eigene Anteile den Nennbetrag der Anteile wird der übersteigende Betrag mit den Gewinnrücklagen verrechnet.

Für Vermögensgegenstände, die ausschließlich der Erfüllung von Pensionsverpflichtungen dienen und zum Bilanzstichtag dem Zugriff aller übrigen Gläubiger entzogen sind, erfolgt die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert, der dem Markt- bzw. Börsenpreis entspricht. Diese Vermögensgegenstände werden mit der jeweils zugrundeliegenden Verpflichtung verrechnet. Ergibt sich ein Verpflichtungsüberhang, wird dieser als Rückstellung erfasst. Übersteigt der Wert der Vermögensgegenstände die Verpflichtungen, erfolgt der Ausweis als Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung.

Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen werden in Höhe des nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendigen Erfüllungsbetrages angesetzt. Dieser Erfüllungsbetrag wird auf der Grundlage von versicherungsmathematischen Methoden nach dem Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method) ermittelt. Die Berechnung beruht auf den biometrischen Rechnungsgrundlagen gemäß den Richttafeln 2018 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck und einem durchschnittlichen Marktzins der vergangenen zehn Geschäftsjahre für eine Restlaufzeit von 15 Jahren in Höhe von 2,71% (Vorjahr: 3,21%) sowie einem Rententrend von jährlich 0,0% bis 1,0% (Vorjahr: 0,0% bis 1,0%). Die Parameter Fluktuation und Gehaltssteigerung sind in beiden Jahren mit 0,0 Prozent in die Bewertung eingeflossen. Der im Pensionsaufwand enthaltene Zinsanteil wird nach Saldierung mit Zinserträgen aus dem Deckungsvermögen in den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen ausgewiesen.

Steuerrückstellungen und Sonstige Rückstellungen werden in Höhe des voraussichtlichen Erfüllungsbetrages gebildet, der nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung notwendig ist. Die Sonstigen Rückstellungen berücksichtigen alle ungewissen Verbindlichkeiten und drohende Verluste aus schwebenden Geschäften. 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.

Bestehen zwischen den handelsrechtlichen und steuerlichen Wertansätzen von Vermögensgegenständen, Schuldposten und Rechnungsabgrenzungsposten Differenzen, die sich in künftigen Geschäftsjahren voraussichtlich umkehren, 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. Aktive latente Steuern werden, soweit sie den am Bilanzstichtag vorhandenen passiven latenten Steuern entsprechen, saldiert. Das Aktivierungswahlrecht für aktive latente Steuern wird – soweit diese die passiven latenten Steuern übersteigen – nicht ausgeübt.

Eine Berücksichtigung von Verlust- und Zinsvorträgen sowie von Steuergutschriften erfolgt in dem Umfang, 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 Steuerbelastungen und Steuerentlastungen aus dem Abbau der betreffenden temporären Unterschiedsbeträge beim ertragsteuerlichen Organträger, der ProSiebenSat.1 Media SE, 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 SE. Unter Berücksichtigung von Körperschaftsteuer, Solidaritätszuschlag sowie Gewerbebeertragsteuer ergab sich im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Steuersatz für latente Steuern in Höhe von 28 %.

Fremdwährungsforderungen und Fremdwährungsverbindlichkeiten 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 niedrigeren Kurs am Bilanzstichtag, Fremdwährungsverbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr mit dem Stichtagskurs am Buchungstag oder dem höheren Kurs am Bilanzstichtag umgerechnet.

Die ProSiebenSat.1 Media SE 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 unter Verwendung der Einfrierungsmethode mit dem entsprechenden Grundgeschäft zusammengefasst. Besteht kein ausreichender Sicherungszusammenhang, erfolgt die Bewertung der Sicherungsgeschäfte imparitätlich, das heißt, für negative Marktwerte werden Rückstellungen gebildet, positive Marktwerte werden nicht angesetzt.

## ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

### Anlagevermögen

Die Entwicklung des Anlagevermögens ist aus dem am Ende des Anhangs beigefügten Anlagenspiegel ersichtlich.

### Finanzanlagen

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

Im Geschäftsjahr 2019 erhöhten sich die Anteile an verbundenen Unternehmen um 61 Mio Euro auf 7.556 Mio Euro. Dieser Anstieg ist insbesondere auf Kapitalerhöhungen bei den Tochtergesellschaften ProSiebenSat.1 Entertainment GmbH, Unterföhring, und NCG-NUCOM Group SE, Unterföhring, zurückzuführen. Im Geschäftsjahr 2019 wurden außerplanmäßige Abschreibungen auf Finanzanlagen in Höhe von 6 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) vorgenommen.

Die Ausleihungen an verbundene Unternehmen betreffen konzerninterne Darlehen, deren Rückzahlung nicht innerhalb eines Jahres erwartet wird.

Als Sonstige Ausleihungen werden im Wesentlichen Darlehen an den Vermieter der Liegenschaft Medienallee 7 am Standort Unterföhring ausgewiesen.

### Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

#### **FORDERUNGEN UND SONSTIGE VERMÖGENSGEGENSTÄNDE** in Mio Euro

	31.12.2019		Gesamt 31.12.2019	31.12.2018		Gesamt 31.12.2018
	Restlaufzeit			Restlaufzeit		
	bis 1 Jahr	über 1 Jahr		bis 1 Jahr	über 1 Jahr	
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	36	2	38	37	2	39
Forderungen gegen verbundene Unternehmen	785	-	785	752	-	752
Sonstige Vermögensgegenstände	104	-	104	155	-	155
<b>Summe</b>	<b>925</b>	<b>2</b>	<b>927</b>	<b>944</b>	<b>2</b>	<b>946</b>

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten Forderungen aus Ergebnisabführungsverträgen (551 Mio Euro; Vorjahr: 530 Mio Euro), aus kurzfristiger Darlehensgewährung (7 Mio Euro; Vorjahr: 49 Mio Euro), aus Cash Pooling (65 Mio Euro; Vorjahr: 12 Mio Euro) sowie aus dem internen Leistungsverkehr (162 Mio Euro; Vorjahr: 161 Mio Euro).

In den Sonstigen Vermögensgegenständen sind im Wesentlichen geleistete Anzahlungen auf Lizenzen für Programmvermögen in Höhe von 88 Mio Euro (Vorjahr: 86 Mio Euro) sowie Steuerforderungen in Höhe von 6 Mio Euro (Vorjahr: 50 Mio Euro) enthalten. Da die ProSiebenSat.1 Media SE als Generalübernehmer für den Neubau „Campus“ auftritt, sind in dieser Position darüber hinaus Forderungen gegen den Bauherrn in Höhe von 5 Mio Euro (Vorjahr: 17 Mio Euro) enthalten.

## Rechnungsabgrenzungsposten

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten enthält zum 31. Dezember 2019 im Wesentlichen das Disagio aus der im Geschäftsjahr 2014 ausgegebenen Anleihe in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro), das über die Laufzeit der Anleihe abgegrenzt wird.

## Latente Steuern

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

### ENTWICKLUNG DER LATENTEN STEUERN in Mio Euro

	31.12.2019		31.12.2018	
	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
Immaterielle Vermögensgegenstände	0	-/-	0	-/-
Sachanlagen	0	-/-	0	-/-
Finanzanlagen	3	-39	0	-39
Programmvermögen	21	-/-	20	-/-
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	1	0	0	0
Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung	-/-	0	-/-	0
Rückstellungen	17	-4	24	-6
Verbindlichkeiten	0	0	0	0
<b>Summe</b>	<b>43</b>	<b>-43</b>	<b>45</b>	<b>-45</b>
Saldierung	-43	43	-45	45
<b>Ausweis in Bilanz</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

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

## Eigenkapital

### Gezeichnetes Kapital

Das gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt zum 31. Dezember 2019 233.000.000 Euro (Vorjahr: 233.000.000 Euro) mit einem auf die einzelne Aktie entfallenden anteiligen Betrag des Grundkapitals von 1,00 Euro. Zum 31. Dezember 2019 betrug die Zahl der ausgegebenen Stammaktien somit 233.000.000 (Vorjahr: 233.000.000 Stammaktien), von denen die Gesellschaft 6.859.180 Stammaktien (Vorjahr: 6.919.513 Stammaktien) im Eigenbestand hält.

**EIGENKAPITALENTWICKLUNG IM GESCHÄFTSJAHR 2019** in Mio Euro

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklage	Bilanzgewinn	Summe Eigenkapital
<b>31. Dezember 2018</b>	<b>226</b>	<b>1.128</b>	<b>953</b>	<b>621</b>	<b>2.928</b>
Einstellung in die Gew innrücklage	-/-	-/-	200	-200	-/-
Gezahlte Dividenden	-/-	-/-	-/-	-269	-269
Jahresüberschuss	-/-	-/-	-/-	302	302
Effekte aus Mitarbeiteraktienprogramm	0	1	0	-/-	1
<b>31. Dezember 2019</b>	<b>226</b>	<b>1.129</b>	<b>1.153</b>	<b>454</b>	<b>2.963</b>

**Genehmigtes Kapital**

Aufgrund eines Beschlusses der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 wurde ein neues Genehmigtes Kapital mit entsprechender Änderung der Satzung in § 4 (Höhe und Einteilung des Grundkapitals) geschaffen (Genehmigtes Kapital 2016). Der Vorstand ist danach ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 30. Juni 2021 (einschließlich) gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 87.518.880 Euro durch Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien zu erhöhen. Den Aktionären ist dabei grundsätzlich das gesetzliche Bezugsrecht auf die neuen Aktien zu gewähren. Der Vorstand ist allerdings auch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in den im Genehmigten Kapital 2016 näher bezeichneten Fällen ganz oder teilweise auszuschließen.

Der Vorstand hat am 3. November 2016 mit Zustimmung des Aufsichtsrats vom gleichen Tag beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft unter teilweiser Ausnutzung des Genehmigten Kapitals 2016 gemäß § 4 Absatz 4 der Satzung von 218.797.200 Euro um 14.202.800 Euro durch Ausgabe von 14.202.800 neuen, auf den Namen lautenden Stückaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von je 1 Euro auf 233.000.000 Euro zu erhöhen. Das Bezugsrecht der Aktionäre wurde gemäß § 4 Absatz 4 lit. b. der Satzung ausgeschlossen. Nach der teilweisen Ausnutzung beträgt das Genehmigte Kapital 2016 noch 73.316.080 Euro.

**Bedingtes Kapital**

Aufgrund eines Beschlusses der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 wurde ein Bedingtes Kapital mit entsprechender Änderung der Satzung in § 4 (Höhe und Einteilung des Grundkapitals) geschaffen. Dabei wird das Grundkapital um insgesamt bis zu 21.879.720 Euro durch Ausgabe von insgesamt bis zu 21.879.720 neuen, auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2016). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen sowie an Inhaber von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 bis zum 29. Juni 2021 (einschließlich) von der Gesellschaft oder einem in- oder ausländischen Unternehmen, an dem die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mit der Mehrheit der Stimmen und des Kapitals beteiligt ist, ausgegeben werden.

**Eigene Anteile**

Die Hauptversammlung vom 12. Juni 2019 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, bis zum 11. Juni 2024 (einschließlich) eigene Aktien der Gesellschaft in einem Umfang von bis zu 10 % des zum Zeitpunkt der Erteilung der Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft zu erwerben und diese, in den in der Ermächtigung näher bezeichneten Fällen auch unter Ausschluss des Bezugsrechts, zu verwenden. Der Erwerb eigener Aktien kann dabei im Umfang von insgesamt bis zu 5 % des im Zeitpunkt der Erteilung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auch unter Einsatz von Derivaten erfolgen. Auf die aufgrund dieser Ermächtigung erworbenen Aktien dürfen zusammen mit anderen eigenen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach den §§ 71a ff. AktG zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt mehr als 10 % des jeweils bestehenden Grundkapitals entfallen.

---

Die Ermächtigung vom 12. Juni 2019 sieht vor, dass der Vorstand mit Zustimmung des Aufsichtsrats sie zu jedem gesetzlich zulässigen Zweck ausüben kann.

Im Geschäftsjahr 2019 wurden im Rahmen des Mitarbeiteraktienprogramms „myshares“ für das Programm 2019 48.960 eigene Anteile zu einem Kurs von 13,43 Euro an die Teilnehmer abgegeben. Für die erstmalige Ausgabe von sogenannten Matching-Aktien des myshares Programms 2016 wurden nach Ablauf der dreijährigen Haltefrist 11.373 Gratis-Aktien im Geschäftsjahr 2019 ausgegeben.

Insgesamt hält die ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2019 6.859.180 (Vorjahr: 6.919.513) eigene Aktien. Dies entspricht einem Anteil in Höhe von 2,9 % (Vorjahr: 3,0 %) des Grundkapitals.

#### **Kapitalrücklage**

Die Kapitalrücklage beträgt 1.129 Mio Euro (Vorjahr: 1.128 Mio Euro). Die Kapitalrücklage beinhaltet das Agio aus der Ausgabe von Aktien im Geschäftsjahr 1997 und der Kapitalerhöhungen in 2004 und 2016 sowie die kumulierten Ergebniseffekte, die im Zusammenhang mit der Gewährung von Aktienoptionen der ehemaligen Long Term Incentive Pläne (LTIPs) sowie der Aktienzusagen und Mitarbeiter-Aktienprogrammen entstanden sind und die Effekte aus der Ausübung der Aktienoptionen.

#### **Gewinnrücklage**

Die anderen Gewinnrücklagen enthalten Zuführungen in Höhe von 800 Mio Euro des Geschäftsjahres 2017 und in Höhe von 200 Mio Euro jeweils aus dem Geschäftsjahr 2018 und dem abgelaufenen Geschäftsjahr. Die den Nennbetrag der eigenen Anteile übersteigenden Anschaffungskosten in Höhe von 47 Mio Euro wurden im Rahmen des Aktienrückkaufprogramms im Vorjahr mit den Gewinnrücklagen verrechnet.

Zum 31. Dezember 2019 unterlagen Gewinnrücklagen in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) einer Ausschüttungssperre. Diese resultierte in Höhe von 0 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) aus der Zeitwertbilanzierung des Deckungsvermögens und in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) aus der Bewertung des Erfüllungsbetrags der Pensionsverpflichtungen. Daneben führten diesbezüglich berücksichtigte latente Steuern zu einem rechnerischen Überhang aktiver latenter Steuern, der in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) in die Ausschüttungssperre einging.

#### **Bilanzgewinn**

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 12. Juni 2019 aus dem Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media SE des Geschäftsjahres 2018 in Höhe von 621 Mio Euro eine Ausschüttung in Höhe von 269 Mio Euro an die Aktionäre der ProSiebenSat.1 Media SE vorgenommen. Dies entsprach einer Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,19 Euro je dividendenberechtigter Aktie. Darüber hinaus wurde beschlossen, 200 Mio Euro in die Gewinnrücklagen einzustellen.

Nach dem Aktiengesetz bemisst sich die an die Aktionäre ausschüttbare Dividende nach dem im handelsrechtlichen Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE ausgewiesenen Bilanzgewinn. Es ist vorgesehen, den Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media SE des Geschäftsjahres 2019 in Höhe von 454 Mio Euro wie folgt zu verwenden:



## GEWINNVERWENDUNGSVORSCHLAG in Euro

Ausschüttung einer Dividende von 0,85 Euro je auf den Namen lautende Stammaktie	192.219.697,00
Vortrag auf neue Rechnung	262.213.511,85
<b>Bilanzgewinn 31.12.2019</b>	<b>454.433.208,85</b>

## Rückstellungen

### RÜCKSTELLUNGEN in Mio Euro

	31.12.2019	31.12.2018
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3	4
Steuerrückstellungen	103	86
Sonstige Rückstellungen		
Drohverlustrückstellungen	112	176
Personalarückstellungen	25	39
Rückstellungen für ausstehende Eingangsrechnungen	18	19
Übrige sonstige Rückstellungen	36	41
Zwischensumme Sonstige Rückstellungen	191	275
<b>Summe</b>	<b>297</b>	<b>365</b>

### Pensionsrückstellungen

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

### BILANZAUSWEIS DER PENSIONS-RÜCKSTELLUNGEN in Mio Euro

	31.12.2019	31.12.2018
Pensionsverpflichtungen zum Erfüllungsbetrag	25	26
Deckungsvermögen zum beizulegenden Zeitwert	22	23
davon verpflichtungsbezogene Überdeckung	0	1
<b>Bilanzausweis Pensionsrückstellungen</b>	<b>3</b>	<b>4</b>

Die Anschaffungskosten des Deckungsvermögens betragen 23 Mio Euro (Vorjahr: 24 Mio Euro). Im Rahmen der Erfassung von Aufwendungen und Erträgen aus der Abzinsung der Verpflichtungen sowie den Aufwendungen und Erträgen aus dem Deckungsvermögen wurde Zinsaufwand in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) und Ertrag aus der Zuschreibung des Deckungsvermögens in Höhe von 0 Mio Euro (Vorjahr: Aufwand aus der Abschreibung 0 Mio Euro) im sonstigen betrieblichen Ertrag ausgewiesen.

Unter Anwendung des für den Bilanzstichtag prognostizierten durchschnittlichen Marktzinssatzes der vergangenen sieben Geschäftsjahre von 1,97% p.a. würde sich im Geschäftsjahr 2019 ein Erfüllungsbetrag in Höhe von 28 Mio Euro (inklusive des im aktiven Unterschiedsbetrag aus Vermögensverrechnung enthaltenen Erfüllungsbetrags) ergeben. Der Unterschiedsbetrag im Sinne des § 253 Abs. 6 Satz 1 HGB beträgt im Geschäftsjahr 2 Mio Euro der unter Berücksichtigung von latenten Steuern der Ausschüttungssperre unterlag.

### Steuerrückstellungen

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

### Sonstige Rückstellungen

Im Rahmen strategischer Maßnahmen wurde im Vorjahr eine Rückstellung für drohende Verluste im Zusammenhang mit der zukünftigen Abnahme von Programmvermögen in Höhe von 176 Mio EUR gebildet (davon 168 Mio EUR aus der Transaktion mit Joyn GmbH, München (vormals 7TV Joint Venture GmbH, München)). Zum 31. Dezember 2019 beläuft sich die Rückstellung auf 112 Mio Euro.

In den Personalarückstellungen sind insbesondere Rückstellungen für kurzfristige Bonuszahlungen und für mehrjährige variable Anreizsysteme (Group Share Plan und Performance Share Plan) in Höhe von insgesamt 15 Mio Euro (Vorjahr: 17 Mio Euro) enthalten. Der in 2015 eingeführte Mid Term Incentive Plan wurde in 2019 vollständig ausgezahlt.

Die übrigen sonstigen Rückstellungen enthalten zum 31. Dezember 2019 hauptsächlich Rückstellungen für Steuerzinsen und Umsatzsteuer in Höhe von 32 Mio Euro (Vorjahr: 35 Mio Euro) sowie für Bewertungseinheiten aufgrund von Ineffektivitäten in Höhe von 0 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

### Verbindlichkeiten

#### VERBINDLICHKEITEN in Mio Euro

	31.12.2019				31.12.2018			
	Restlaufzeit				Restlaufzeit			
	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt 31.12.2019	davon über 5 Jahre	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt 31.12.2018	davon über 5 Jahre
Anleiheverbindlichkeiten	-/-	600	600	-/-	-/-	600	600	-/-
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten								
a) Darlehensverbindlichkeiten	-/-	2.600	2.600	225	- / -	2.600	2.600	225
b) Zinsverbindlichkeiten	4	-/-	4	-/-	3	-/-	3	-/-
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	1	-/-	1	-/-	1	-/-	1	-/-
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	295	79	374	-/-	241	51	292	-/-
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.485	-/-	2.485	-/-	2.477	-/-	2.477	-/-
Sonstige Verbindlichkeiten	40	-/-	40	-/-	45	-/-	45	-/-
<b>Summe</b>	<b>2.825</b>	<b>3.279</b>	<b>6.103</b>	<b>225</b>	<b>2.767</b>	<b>3.251</b>	<b>6.018</b>	<b>225</b>

Es besteht eine unbesicherte Anleihe im Volumen von 600 Mio Euro mit einem Kupon von 2,625% und einer Fälligkeit im April 2021. Sie ist am regulierten Markt der Luxemburger Börse (ISIN DE000A11QFA7) notiert.

Zudem besteht eine unbesicherte Konsortialkreditvereinbarung aus einem endfälligen Darlehen mit einem Nominalvolumen von 2.100 Mio Euro sowie einer revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro. Die revolvingierende Kreditfazilität wurde im Geschäftsjahr 2019 nicht in Anspruch genommen. Die Laufzeiten des Darlehens und des RCF wurden im Geschäftsjahr größtenteils bis April 2024 verlängert. Der nicht verlängerte Anteil des Darlehens in Höhe von 151 Mio Euro und des RCF in Höhe von 74 Mio Euro haben weiterhin eine Laufzeit bis April 2023. Die Kreditvereinbarung wurde mit einer internationalen Bankengruppe geschlossen.



---

Zusätzlich hat die ProSiebenSat.1 Media SE im Geschäftsjahr 2016 drei unbesicherte syndizierte Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro mit Laufzeitbändern von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinst und 50 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (225 Mio Euro fest verzinst) begeben. Der Ausweis in der Bilanz erfolgt unter den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen enthalten Verbindlichkeiten aus dem Cash Pooling (2.415 Mio Euro; Vorjahr: 2.430 Mio Euro), Verbindlichkeiten aus dem internen Leistungsverkehr (19 Mio Euro; Vorjahr: 24 Mio Euro) sowie Verbindlichkeiten aus Ergebnisübernahmeverpflichtungen (51 Mio Euro; Vorjahr: 23 Mio Euro).

---

## ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

### Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse beinhalten im Wesentlichen Erlöse aus dem Verkauf von Programmvermögen und Programmnebenrechten als auch aus der Erbringung von Dienstleistungen im Rahmen der Tätigkeit als Holding-Gesellschaft.

Erlöse aus dem Verkauf von Programmvermögen und Programmnebenrechten fielen in Höhe von 36 Mio Euro (Vorjahr: 36 Mio Euro) an, der überwiegende Teil davon im Ausland.

Erlöse aus Dienstleistungen aufgrund der Holdingfunktion betreffen fast ausschließlich Umlagen für Managementgebühren in Höhe von 42 Mio Euro (Vorjahr: 43 Mio Euro) und Erlöse aus Vermietung von Büroflächen und Nebenkosten in Höhe von 20 Mio Euro (Vorjahr: 15 Mio Euro) an verbundene Unternehmen. Die Erlöse wurden fast ausschließlich gegenüber inländischen Konzern-Gesellschaften erzielt.

### Sonstige betriebliche Erträge

Aus dem Verkauf der Anteile an der NCG-NUCOM Group SE, Unterföhring, mit wirtschaftlicher Wirkung am 4. April 2018 in Höhe von 25,1% an die General Atlantic PD GmbH, München, entstand im Geschäftsjahr 2018 ein Gewinn in Höhe von 108 Mio Euro. Die in den sonstigen betrieblichen Erträgen enthaltenen periodenfremden Erträge in Höhe von 30 Mio Euro (Vorjahr: 14 Mio Euro) betreffen im Wesentlichen die Auflösung von Rückstellungen für drohende Verluste in Höhe von 23 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

In den anderen sonstigen betrieblichen Erträgen in Höhe von 43 Mio Euro (Vorjahr: 58 Mio Euro) sind insbesondere Kostenweiterbelastungen an Konzernunternehmen sowie Währungskurseffekte enthalten.

### Programm- und Materialaufwand

Die Aufwendungen für Lizenzen, Sendegebühren und Materialien beliefen sich im Geschäftsjahr 2019 auf 34 Mio Euro (Vorjahr: 206 Mio Euro). Der Vorjahreswert enthielt im Wesentlichen die Zuführung zur Drohverlustrückstellung im Rahmen der strategischen Neuausrichtung des Programmangebotes in Höhe von 176 Mio Euro (siehe hierzu Ausführungen zu den Sonstigen Rückstellungen). Weiterer Bestandteil sind Aufwendungen für Übertragungskosten und Satellitenmieten in Höhe von 27 Mio Euro (Vorjahr: 27 Mio Euro), die an Konzernunternehmen weiterbelastet werden. Aufwendungen für bezogene Leistungen betreffen vor allem Mietaufwendungen, die im Rahmen der Tätigkeit als Konzernholding an die Konzerngesellschaften weiterverrechnet und als Umsatzerlöse ausgewiesen werden.

### Personalaufwand

Der Personalaufwand belief sich im Geschäftsjahr 2019 auf 76 Mio Euro (Vorjahr: 97 Mio Euro). Ursächlich hierfür waren eine gesunkene Mitarbeiteranzahl sowie deutlich geringere Sonderzahlungen.

## Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 105 Mio Euro (Vorjahr: 151 Mio Euro) sind insbesondere Weiterbelastungen von Konzernunternehmen, IT-Kosten, Rechts- und Beratungskosten sowie Währungseffekte enthalten. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist insbesondere auf gesunkene IT-Kosten sowie deutlich niedrigere Beratungskosten zurückzuführen.

## Ergebnis aus Gewinnabführungen und Beteiligungen

Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen in Höhe von 551 Mio Euro (Vorjahr: 530 Mio Euro) enthalten im Geschäftsjahr 2019 fast ausschließlich die abgeführten Gewinne der deutschen Senderfamilie in Höhe von 545 Mio Euro (Vorjahr: 530 Mio Euro). Darüber hinaus wurde im Geschäftsjahr ein Dividendenertrag in Höhe von 25 Mio Euro (Vorjahr: 14 Mio Euro) von der NCG-NUCOM Group SE realisiert. Die Aufwendungen aus Verlustübernahmen erhöhten sich im Geschäftsjahr 2019 auf 51 Mio Euro (Vorjahr: 23 Mio Euro).

## Zinsen und ähnliche Aufwendungen

In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Zinsen aus der Aufzinsung der Pensionsrückstellungen in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) enthalten.

## Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Neben dem von der Gesellschaft selbst erwirtschafteten steuerlichen Ergebnis ist die ProSiebenSat.1 Media SE als Organträgerin Steuerschuldnerin hinsichtlich der ihr über Ergebnisabführungsverträge verbundener Organgesellschaften zuzurechnenden Bemessungsgrundlagen. In den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind periodenfremde Erträge in Höhe von 5 Mio Euro (Vorjahr: periodenfremde Aufwendungen in Höhe von 47 Mio Euro) enthalten.

## SONSTIGE ANGABEN

### Haftungsverhältnisse

#### HAFTUNGSVERHÄLTNISSE in Mio Euro

	31.12.2019	31.12.2018
Haftungsverhältnisse aus Bürgschaften	28	18
(davon für verbundene Unternehmen)	(28)	(18)

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

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

## Sonstige finanzielle Verpflichtungen

### SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN in Mio Euro

	fällig im Folgejahr	fällig im 2. bis 5. Jahr	fällig nach dem 5. Jahr	<b>Summe 31.12.2019</b>	Summe 31.12.2018
Programmvermögen	282	1.295	252	<b>1.829</b>	2.295
davon gegenüber verbundenen Unternehmen	-/-	-/-	-/-	<b>-/-</b>	-/-
Distribution	25	77	9	<b>111</b>	104
davon gegenüber verbundenen Unternehmen	-/-	-/-	-/-	<b>-/-</b>	-/-
Leasing- und Mietverpflichtungen	16	74	216	<b>306</b>	309
davon gegenüber verbundenen Unternehmen	-/-	-/-	-/-	<b>-/-</b>	-/-
Sonstige Verpflichtungen	31	1	-/-	<b>32</b>	40
davon gegenüber verbundenen Unternehmen	17	-/-	-/-	<b>17</b>	15
<b>Summe</b>	<b>354</b>	<b>1.447</b>	<b>477</b>	<b>2.278</b>	<b>2.748</b>

Das Einkaufsobligo aus Programmvermögen resultiert aus vor dem 31. Dezember 2019 abgeschlossenen Verträgen für den Erwerb von Film- und Serienlizenzen sowie Auftragsproduktionen.

Unter Distribution werden finanzielle Verpflichtungen aus Satelliten-Dienstleistungen, 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 erstreckt sich bis 2038. Darüber hinaus werden hier die Verpflichtungen aus der Gewährung von Firmenwagen ausgewiesen.

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

Darüber hinaus bestehen konzerninterne Verpflichtungen aus Finanzierungszusagen gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 419 Mio Euro (Vorjahr: 521 Mio Euro), deren Inanspruchnahme hinsichtlich Höhe und Zeitpunkt allerdings nicht vorhersehbar ist.

## Außerbilanzielle Geschäfte

Den Regelungen des Handelsgesetzbuches und den Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung entsprechend gibt es Geschäfte, die nicht in der Bilanz abzubilden sind. Hierunter fallen bei der ProSiebenSat.1 Media SE im Wesentlichen Leasing-Verträge für Immobilien. Eine wesentliche finanzielle Auswirkung dieser Geschäfte auf die ProSiebenSat.1 Media SE ergibt sich nicht. Wesentliche Risiken und Vorteile dieser Geschäfte auf die Finanzlage der ProSiebenSat.1 Media SE sind nicht erkennbar.

## Beschäftigte

### ZAHL DER MITARBEITER IM JAHRESDURCHSCHNITT

	<b>2019</b>	2018
Angestellte	506	609
Auszubildende, Volontäre und Praktikanten	69	88
<b>Summe</b>	<b>575</b>	<b>697</b>

## Honorare des Abschlussprüfers

Die Angaben gem. § 285 Nr. 17 HGB über das von unserem Abschlussprüfer Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Geschäftsjahr 2019 berechnete Gesamthonorar sind im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2019 enthalten.

## Derivative Finanzinstrumente

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist aufgrund ihrer operativen Tätigkeit und ihres Finanzierungsbedarfs verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Diese Risiken werden im Rahmen des Finanzrisikomanagements vom zentralen 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. Die Berechnung der Marktwerte der Zinscaps, Zinsfloors und Devisenoptionen basiert auf Grundlage marktüblicher Optionspreismodelle. Die Marktwerte der Devisentermingeschäfte ergeben sich aus am Markt gestellten Devisenterminkursen. Bei der Verwendung anderer Methoden kann es zu Abweichungen kommen.

Die Nominal- und Marktwerte der von der ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2019 gehaltenen derivativen Finanzinstrumente sind in der folgenden Übersicht dargestellt:

### NOMINAL- UND MARKTWERTE

	Jahr der Fälligkeit			Nominalbetrag	Marktwert
	2020	2021–2024	ab 2025	31.12.2019	31.12.2019
<b>Währungssicherung</b>	Mio USD	Mio USD	Mio USD	Mio USD	Mio Euro
Devisentermingeschäfte	421	955	90	1.466	85
Devisenoptionen	0	0	0	0	0
<b>Zinssicherung</b>	Mio Euro	Mio Euro	Mio Euro	Mio Euro	Mio Euro
Zinssicherungsgeschäfte	2.100	2.000	0	4.100	-13

Zum Abschlussstichtag entspricht die Höhe der mit den Bewertungseinheiten abgesicherten Risiken aus erwarteten nachteiligen oder vorteilhaften Wert- und Zahlungsstromänderungen den beizulegenden Zeitwerten der Sicherungsgeschäfte. Aufgrund von gleichartigen Risiken, werden sich die gegenläufigen Zahlungsströme aus Grund- und Sicherungsgeschäft voraussichtlich vollständig ausgleichen. Der Nachweis der prospektiven und retrospektiven Effektivität wird mithilfe regelmäßig durchgeführter Effektivitätstests erbracht. Aufgrund der Übereinstimmung der bewertungsrelevanten Parameter von Grund- und Sicherungsgeschäft erfolgt die Ermittlung der prospektiven Effektivität anhand der sogenannten „Critical Terms Match“-Methode und die Ermittlung der retrospektiven Effektivität anhand der sogenannten „Dollar-Offset-Methode“. Zum 31. Dezember 2019 wurden aus Sicherungsbeziehungen Ineffektivitäten in den Rückstellungen in Höhe von 0 Mio EUR erfasst.

In den folgenden Bilanzposten sind die nach handelsrechtlichen Vorschriften bilanzierungspflichtigen derivativen Finanzinstrumente mit den angegebenen Buchwerten erfasst. Die Zinsoptionen werden zu Sicherungszwecken eingesetzt, sind aber nicht Bestandteil einer Bewertungseinheit nach § 254 HGB.

**AUSWEIS DERIVATIVER FINANZINSTRUMENTE** in Mio Euro

	Sonstige Vermögensgegenstände		Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		Sonstige Rückstellungen		Sonstige Verbindlichkeiten	
	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2018
Devisenoptionen	-/-	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-
Zinsoptionen	3	0	-/-	-/-	-/-	-/-	3	-/-
Zinsswaps	-/-	-/-	0	0	0	1	-/-	-/-
<b>Summe</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>0</b>

**Bewertungseinheiten zur Absicherung des Fremdwährungsrisikos**

Die ProSiebenSat.1 Media SE schließt einen wesentlichen Teil ihrer Lizenzverträge mit Produktionsstudios in den USA ab. Die finanziellen Verpflichtungen aus diesem Programmrechteerwerb erfüllt die ProSiebenSat.1 Media SE in der Regel in US-Dollar. Aus diesem Grund können Wechselkursschwankungen zwischen Euro und US-Dollar die Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Media SE beeinträchtigen. Das Währungsrisiko aus Forderungen und Verbindlichkeiten in anderen Fremdwährungen bzw. für andere Zwecke ist aufgrund seines geringen Volumens vernachlässigbar.

Die ProSiebenSat.1 Media SE verfolgt 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 sieben Jahren fällig werden. Im Rahmen des Fremdwährungsmanagements setzt die ProSiebenSat.1 Media SE 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 von Bewertungseinheiten nach § 254 HGB bilanziert. Das Brutto-Fremdwährungs-Exposure der ProSiebenSat.1 Media SE 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-Fremdwährungs-Exposure der Gesellschaft:

**WÄHRUNGSRISIKOANALYSE** in Mio USD

	31.12.2019	31.12.2018
Brutto-Fremdwährungs-Exposure	-2.348	-2.725
Devisensicherungsgeschäfte (in Bewertungseinheiten)	1.466	1.696
Devisensicherungsgeschäfte (nicht in Bewertungseinheiten)	0	0
Devisenkassaposition	307	219
	1.773	1.915
<b>Netto-Exposure</b>	<b>-575</b>	<b>-810</b>
Hedge ratio	76%	70%

**Finanzinstrumente zur Absicherung des Zinsrisikos**

Unter Zinsrisiko versteht die ProSiebenSat.1 Media SE das Risiko steigender Finanzierungskosten durch einen Anstieg des Zinsniveaus. Die ProSiebenSat.1 Media SE ist durch ihre variabel verzinslichen finanziellen Darlehen einem Zinsrisiko ausgesetzt. Instrumente zur Absicherung des Zinsrisikos stellen Zinsswaps sowie Zinsoptionen (z. B. Zinscaps) dar. Die ProSiebenSat.1 Media SE ist außerdem einem Zinsrisiko aus dem herrschenden Negativzinsniveau ausgesetzt. Dieses Risiko wird ebenso durch Zinsoptionen (z. B. Zinsfloors) begrenzt. Zum 31. Dezember 2019 waren sämtliche Zinsswaps in Bewertungseinheiten designiert, demgegenüber werden Zinsoptionen überwiegend freistehend bilanziert.

---

### **Freistehende Derivate zur Absicherung des Zinsrisikos**

ProSiebenSat.1 Media SE sichert das Zinsrisiko mit freistehenden Zinsoptionen ab. Als Käufer einer Zinsoption hat die ProSiebenSat.1 Media SE das Recht, aber nicht die Verpflichtung, zukünftige variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen zu tauschen. Dadurch werden die zukünftigen, variabel verzinslichen Zinszahlungen der Darlehen kompensiert und durch festverzinsliche Zinszahlungen ersetzt, wenn diese für die ProSiebenSat.1 Media SE günstig sind. Da die Zinsderivate ausschließlich der Absicherung des bestehenden Zinsrisikos dienen, besteht keine Glattstellungsintention. Zum 31. Dezember 2019 waren Zinscaps über 2.600 Mio Euro (Vorjahr: 1.600 Mio Euro) im Bestand. Sie sichern das Zinsrisiko bis 2024 ab. Daneben bestehen weitere Zinsoptionen, die das Risiko aus dem herrschenden Negativzinsniveau begrenzen. Hierbei entfallen 500 Mio Euro auf den Zeitraum bis 2020. Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinscaps beläuft sich zum 31. Dezember 2019 auf 1,0 Prozent p.a. (Vorjahr: 1,0 %) für den Zeitraum bis 2020 und 0,0 Prozent p.a. (Vorjahr: nicht vorhanden) für den Zeitraum bis 2024.

### **Bewertungseinheiten zur Absicherung des Zinsrisikos**

Neben den vorher genannten freistehenden Derivaten sichert die ProSiebenSat.1 Media SE das Zinsrisiko mit Zinsswaps ab, die in Bewertungseinheiten designiert sind (Mikro Hedge). Bei Zinsswaps werden variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen getauscht. Dadurch werden die zukünftigen, variabel verzinslichen und somit unsicheren Zinszahlungen der Darlehen kompensiert und durch festverzinsliche Zinszahlungen ersetzt.

Zum 31. Dezember 2019 waren Zinsswaps im Gesamtvolumen von 1.500 Mio Euro (Vorjahr: 1.500 Mio Euro) im Bestand. Hiervon entfallen Nominalvolumen in Höhe von 500 Mio Euro auf den Zeitraum bis 2020 und Nominalvolumen in Höhe von 1.000 Mio Euro auf den Anschlusszeitraum von 2020 bis 2023. Die Zinsswaps der Perioden 2020 bis 2023 beinhalten außerdem eine Zinsuntergrenze, die das Risiko aus dem aktuellen Negativzinsniveau begrenzt.

Der durchschnittliche Festzinssatz der Zinsswaps beläuft sich zum 31. Dezember 2019 auf 0,5 Prozent p.a. (Vorjahr: 0,5 %).

Die Absicherungsquote bzw. der Festzinsanteil für die Kreditverbindlichkeiten lag zum 31. Dezember 2019 bei ca. 98 % (Vorjahr: ca. 98 %).

### **Vorstand und Aufsichtsrat**

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE einschließlich ihrer Mitgliedschaft in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien sind im Anhang in den Abschnitten „Mitglieder des Vorstands“ und „Mitglieder des Aufsichtsrats“ aufgeführt.

Hinsichtlich der Angaben zur individuellen Vergütung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats gemäß § 285 Abs. 1 Nr. 9a) HGB wird auf die Ausführungen im Vergütungsbericht verwiesen, der Bestandteil des Lageberichts ist. Dort wird auch das Vergütungssystem des Vorstands ausführlich erläutert.

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



---

Die Vergütung der Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt im Berichtsjahr 10 Mio Euro (Vorjahr: 21 Mio Euro). In diesen Vergütungen sind variable Bestandteile (inklusive sonstiger Vergütungen) in Höhe von 6 Mio Euro (Vorjahr: 16 Mio Euro) und Nebenleistungen in Höhe von 0 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) enthalten. Zudem erhalten die Vorstandsmitglieder eine langfristige aktienbasierte Vergütungskomponente sowie eine mehrjährige variable Vergütungskomponente. Der Zeitwert der im Geschäftsjahr 2019 gewährten aktienbasierten Vergütungskomponente betrug 4 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro) bzw. 228.600 Performance Share Units (Vorjahr: 183.035 Performance Share Units). Für weitere Details verweisen wir auf den Vergütungsbericht, der im Lagebericht enthalten ist.

An ehemalige Mitglieder des Vorstands wurden im Geschäftsjahr 2019 Gesamtbezüge in Höhe von 7 Mio Euro (Vorjahr: 14 Mio Euro) ausbezahlt. Darüber hinaus wurden an ehemalige Mitglieder des Vorstands Versorgungsleistungen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) gezahlt.

Für Pensionszusagen gegenüber zum 31. Dezember 2019 amtierenden Mitgliedern des Vorstands hat die ProSiebenSat.1 Media SE einen Erfüllungsbetrag vor Saldierung mit dem Deckungsvermögen in Höhe von 3 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro) berücksichtigt. Für Pensionsverpflichtungen gegenüber ehemaligen Mitgliedern des Vorstands ergab sich zum 31. Dezember 2019 ein Erfüllungsbetrag in Höhe von insgesamt 22 Mio Euro (Vorjahr: 23 Mio Euro) vor Saldierung mit dem Deckungsvermögen.

Die Leistungen an den Vorstand sind – bis auf die Group Share Pläne 2017, den Performance Share Plan und Pensionsansprüche – alle kurzfristig fällig.

Für den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE sind im Berichtsjahr Aufwendungen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) angefallen.

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in der Satzung der Gesellschaft festgelegt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine feste jährliche Vergütung. Für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats beträgt die feste Vergütung 250.000 Euro, für seinen Stellvertreter 150.000 Euro sowie für alle sonstigen Mitglieder des Aufsichtsrats 100.000 Euro. Der Vorsitzende eines Ausschusses des Aufsichtsrats erhält zusätzlich eine feste jährliche Vergütung von 30.000 Euro, für den Vorsitzenden des Audit and Finance Committee beträgt die zusätzliche feste Vergütung 50.000 Euro. Für die Mitgliedschaft in einem Ausschuss des Aufsichtsrats erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats ferner eine feste jährliche Vergütung in Höhe von 7.500 Euro. Darüber hinaus erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats für jede persönliche Teilnahme an einer Sitzung des Aufsichtsrats ein Sitzungsgeld in Höhe von 2.000 Euro. Für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats beträgt das Sitzungsgeld 3.000 Euro für jede persönliche Teilnahme an einer Aufsichtsratssitzung. Für mehrere Sitzungen, die an einem Tag stattfinden, wird das Sitzungsgeld nur einmal gezahlt. Eine erfolgsorientierte variable Vergütung wird nicht gewährt.

Die aktuellen Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten zum Stichtag 31. Dezember 2019 insgesamt unmittelbar 469.595 Aktien (Vorjahr: 251.326 Aktien) der ProSiebenSat.1 Media SE. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Grundkapital von 0,2 % (Vorjahr: 0,1%). Darüber hinaus hält ein Vorstandsmitglied 28.222 Derivate, die zum Bezug von Aktien berechtigen.

Nach Artikel 19 der Marktmissbrauchsverordnung (MAR) müssen die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE Wertpapiergeschäfte mit Bezug auf die ProSiebenSat.1 Aktie melden. Meldepflichtig sind ferner Wertpapiergeschäfte naher Angehöriger.

---

Im Geschäftsjahr 2019 wurden der ProSiebenSat.1 Media SE insgesamt 8 Geschäfte gemeldet, bei denen Mitglieder des Vorstands 231.222 Aktien gekauft haben sowie Mitglieder des Aufsichtsrats 21.250 Aktien gekauft haben. Im Geschäftsjahr 2018 wurden der ProSiebenSat.1 Media SE insgesamt 23 Geschäfte gemeldet, bei denen Vorstandsmitglieder 172.283 Aktien erworben haben und Mitglieder des Aufsichtsrats insgesamt 38.703 Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE gekauft haben. Diese Geschäfte hat die ProSiebenSat.1 Media SE unverzüglich nach Artikel 19 MAR auf ihrer Internetseite ([www.prosiebensat1.com](http://www.prosiebensat1.com)) bekannt gemacht.

### **Konzernzugehörigkeit**

Die ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, erstellt als deutsche Muttergesellschaft einen Konzernabschluss. Der Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE wird unter der Anwendung der International Financial Reporting Standards (IFRS), wie sie in der EU anzuwenden sind, erstellt (§ 315a HGB). Der Konzernabschluss wird im elektronischen Bundesanzeiger bekannt gemacht.

### **Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex**

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE haben im Dezember 2019 gemeinsam die nach § 161 AktG vorgeschriebene jährliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex abgegeben und der Öffentlichkeit auf der Internetseite der ProSiebenSat.1 Media SE ([www.prosiebensat1.com](http://www.prosiebensat1.com)) dauerhaft zugänglich gemacht.

### **Ereignisse nach dem Bilanzstichtag**

Angelika Gifford hat ihr Amt als Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE mit Wirkung zum 13. Januar 2020 niedergelegt. Nach dem Bilanzstichtag sind keine weiteren für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Media SE wesentlichen Ereignisse eingetreten.

## Stimmrechtsmitteilungen

Gemäß § 160 Abs. 1 Nr. 8 AktG sind Angaben über das Bestehen von Beteiligungen zu machen, die der ProSiebenSat.1 Media SE nach § 33 Abs. 1 oder Abs. 2 des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) mitgeteilt worden sind.

Der folgenden Tabelle können die im Geschäftsjahr 2019 mitgeteilten meldepflichtigen Beteiligungen entnommen werden. Die Angaben sind jeweils der zeitlich letzten Mitteilung eines Meldepflichtigen an die Gesellschaft entnommen worden. Sämtliche Beteiligungsmeldungen wurden von der ProSiebenSat.1 Media SE im Geschäftsjahr 2019 gemäß WpHG veröffentlicht und sind auf der Unternehmenswebsite abrufbar (<http://www.prosiebensat1.de/de/investor-relations/publikationen/stimmrechtsmitteilungen>).

Es wird darauf hingewiesen, dass die Angaben zu der Beteiligung in Prozent und in Stimmrechten zwischenzeitlich überholt sein können.

Meldepflichtiger	Datum der Schwellenberührung	Datum der Meldung	Meldeschwelle	Direkt (§ 33 WpHG)	Indirekt (§ 34 WpHG)	Beteiligung in %	Beteiligung in Stimmrechten
Ministry of Finance on behalf of the State of Norway, Oslo, Norwegen	26.04.2019	30.04.2019	3% Unterschreitung		X	2,91	6.777.030
EuroPacific Growth Fund, Boston, Massachusetts, USA	26.03.2019	28.03.2019	3% Überschreitung	X		2,85	6.635.926
Capital World Growth and Income Fund, Wilmington, Delaware, USA	05.12.2019	10.12.2019	5% Überschreitung	X		4,86	11.330.240
The Capital Group Companies, Inc., Los Angeles, USA <sup>1</sup>	05.12.2019	10.12.2019	10% Unterschreitung		X	9,86	22.964.311
BlackRock Inc., Wilmington, Delaware, USA	20.12.2019	27.12.2019	N/A		X	4,06	9.465.732
Capital Income Builder, Wilmington, Delaware, USA	20.09.2019	26.09.2019	3% Unterschreitung	X		3,53	8.231.277
Patrik Tkáč <sup>2</sup>	11.10.2019	17.10.2019	3% Unterschreitung		X	3,60	8.378.976
Daniel Křetínský <sup>2</sup>	11.10.2019	17.10.2019	3% Unterschreitung		X	3,60	8.378.976
Roman Korbačka <sup>2</sup>	11.10.2019	17.10.2019	3% Unterschreitung		X	3,60	8.378.976
Silvio Berlusconi <sup>3</sup>	11.11.2019	11.11.2019	N/A		X	7,40	17.242.000
Credit Suisse Group AG	11.11.2019	14.11.2019	15% Unterschreitung <sup>4</sup>		X	0,52	1.217.108

<sup>1</sup> Name des Aktionärs mit 3 % oder mehr Stimmrechten: Capital World Growth and Income Fund

<sup>2</sup> Name des Aktionärs mit 3 % oder mehr Stimmrechten: RUBY Equity Investment S.à r.l.

<sup>3</sup> Name des Aktionärs mit 3 % oder mehr Stimmrechten: Mediaset S.p.A.

<sup>4</sup> 15% Überschreitung resultiert aus Instrumenten



**ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS IM GESCHÄFTSJAHR 2019** in Euro

	Anschaffungs- und Herstellungskosten				Stand 31.12.19
	Stand 01.01.19	Zugänge	Umbuchungen	Abgänge	
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>					
1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	11.590.957,44	663.846,32	344.380,10	532.620,60	12.066.563,26
2. Geleistete Anzahlungen	589.314,06	795.998,19	-344.380,10	0,00	1.040.932,15
	<b>12.180.271,50</b>	<b>1.459.844,51</b>	<b>0,00</b>	<b>532.620,60</b>	<b>13.107.495,41</b>
<b>II. Sachanlagen</b>					
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschl. der Bauten auf fremden Grundstücken	108.539.007,38	7.469.954,94	2.434.578,83	549.489,48	117.894.051,67
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	17.419.379,88	1.529.774,72	0,00	4.775.923,02	14.173.231,58
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	4.527.478,16	3.302.380,52	-2.434.578,83	0,00	5.395.279,85
	<b>130.485.865,42</b>	<b>12.302.110,18</b>	<b>0,00</b>	<b>5.325.412,50</b>	<b>137.462.563,10</b>
<b>III. Finanzanlagen</b>					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	7.749.136.170,46	102.923.523,81	0,00	36.062.531,98	7.815.997.162,29
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	49.336.857,76	41.552.552,48	0,00	0,00	90.889.410,24
3. Sonstige Beteiligungen	6.250,00	0,00	0,00	0,00	6.250,00
4. Wertpapiere des Anlagevermögens	2.407.760,68	2.248.730,83	0,00	0,00	4.656.491,51
5. Sonstige Ausleihungen	32.477.982,11	250.000,00	0,00	6.657.188,08	26.070.794,03
	<b>7.833.365.021,01</b>	<b>146.974.807,12</b>	<b>0,00</b>	<b>42.719.720,06</b>	<b>7.937.620.108,07</b>
	<b>7.976.031.157,93</b>	<b>160.736.761,81</b>	<b>0,00</b>	<b>48.577.753,16</b>	<b>8.088.190.166,58</b>

	Kumulierte Abschreibungen				Stand 31.12.19
	Stand 01.01.19	Abschreibungen des Geschäftsjahres	Zuschreibung	Abgänge	
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>					
1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	9.081.236,44	1.096.574,40	0,00	293.385,58	9.884.425,26
2. Geleistete Anzahlungen	7.800,00	0,00	0,00	0,00	7.800,00
	<b>9.089.036,44</b>	<b>1.096.574,40</b>	<b>0,00</b>	<b>293.385,58</b>	<b>9.892.225,26</b>
<b>II. Sachanlagen</b>					
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschl. der Bauten auf fremden Grundstücken	67.839.264,90	8.295.398,74	0,00	549.489,48	75.585.174,16
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	13.027.315,63	1.852.774,03	0,00	4.593.037,02	10.287.052,64
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	<b>80.866.580,53</b>	<b>10.148.172,77</b>	<b>0,00</b>	<b>5.325.412,50</b>	<b>85.872.226,80</b>
<b>III. Finanzanlagen</b>					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	253.807.020,16	6.256.999,00	0,00	0,00	260.064.019,16
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Sonstige Beteiligungen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4. Wertpapiere des Anlagevermögens	1.005.328,00	0,00	0,00	0,00	1.005.328,00
5. Sonstige Ausleihungen	130.152,79	125.000,00	0,00	0,00	255.152,79
	<b>254.942.500,95</b>	<b>6.381.999,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>261.324.499,95</b>
	<b>344.898.117,92</b>	<b>17.626.746,17</b>	<b>0,00</b>	<b>5.435.912,08</b>	<b>357.088.952,01</b>



**ENTWICKLUNG DES ANLAGEVERMÖGENS IM GESCHÄFTSJAHR 2019** in Euro

	Buchwerte	
	Stand 31.12.19	Stand 31.12.18
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>		
1. Entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	2.182.138,00	2.509.721,00
2. Geleistete Anzahlungen	1.033.132,15	581.514,06
	<b>3.215.270,15</b>	<b>3.091.235,06</b>
<b>II. Sachanlagen</b>		
1. Grundstücke, grundstücksgleiche Rechte und Bauten einschl. der Bauten auf fremden Grundstücken	42.308.877,51	40.699.742,48
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.886.178,94	4.392.064,25
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	5.395.279,85	4.527.478,16
	<b>51.590.336,30</b>	<b>49.619.284,89</b>
<b>III. Finanzanlagen</b>		
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	7.555.933.143,13	7.495.329.150,30
2. Ausleihungen an verbundene Unternehmen	90.889.410,24	49.336.857,76
3. Sonstige Beteiligungen	6.250,00	6.250,00
4. Wertpapiere des Anlagevermögens	3.651.163,51	1.402.432,68
5. Sonstige Ausleihungen	25.815.641,24	32.347.829,32
	<b>7.676.295.608,12</b>	<b>7.578.422.520,06</b>
	<b>7.731.101.214,57</b>	<b>7.631.133.040,01</b>

**MITGLIEDER DES VORSTANDS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE  
 SOWIE DEREN MANDATE IN AUFSICHTSRÄTEN<sup>1</sup>**

Max Conze, Vorstandsvorsitzender CEO	Vorstandsvorsitzender (CEO) seit 1. Juni 2018	Inländische Mandate: Joyn GmbH, München (Beiratsvorsitzender) NCG - NUCOM GROUP SE, Unterföhring (stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender bis 4. April 2019 und Aufsichtsratsvorsitzender ab 5. April 2019)
Conrad Albert, Stellvertretender Vorstandsvorsitzender, Group General Counsel	Vorstandsmitglied seit 1. Oktober 2011 Deputy CEO seit 19. November 2017 Interims CEO vom 23. Februar 2018 bis 31. Mai 2018	Inländische Mandate: VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Sendeunternehmen und Presseverlegern mbH, Berlin (stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender) Bavaria Studios & Production Services GmbH, Geiseltal
Rainer Beaujean, Finanzvorstand (CFO)	Finanzvorstand (CFO) seit 1. Juli 2019	Ausländische Mandate: ProSiebenSat.1 Digital Content GP Ltd, London, Vereinigtes Königreich (seit 12. Dezember 2019)
Dr. Jan Kemper, Vorstand Finanzen & Commerce	Finanzvorstand (CFO) vom 1. Juni 2017 bis 31. März 2019 Vorstand Commerce vom 23. Februar 2018 bis 31. März 2019	Inländische Mandate: NCG - NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Aufsichtsratsvorsitzender) (bis 31. März 2019)"
Sabine Eckhardt, Vorstand Vertrieb & Marketing	Vorstandsmitglied vom 1. Januar 2017 bis 30. April 2019	Inländische Mandate: Virtual Minds AG, Freiburg im Breisgau (Aufsichtsratsvorsitzende) (bis 7. Mai 2019) Ausländische Mandate: ProSiebenSat.1 Digital Content GP Ltd, London, Vereinigtes Königreich (bis 28. Januar 2019)
Jan David Frouman, Vorstand	Vorstandsmitglied vom 1. März 2016 bis 28. Februar 2019	Mandate: keine

<sup>1</sup> Die Darstellung der Mandate beschreibt die Mitgliedschaften in nach deutschen Gesetzen zu bildenden Aufsichtsräten sowie Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen

**MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE  
 SOWIE DEREN MANDATE IN ANDEREN AUFSICHTSRÄTEN<sup>1</sup>**

Dr. Werner Brandt, Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inländische Mandate: RWE AG, Essen Siemens AG, Berlin/München
Dr. Marion Helmes, Stellvertretende Vorsitzende	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inländische Mandate: Siemens Healthineers AG, Erlangen Uniper SE, Düsseldorf Ausländische Mandate: British American Tobacco p.l.c., London, Vereinigtes Königreich, Heineken N.V., Amsterdam, Niederlande
Lawrence A. Aidem	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Reverb Advisors (Managing Partner)	Mandate: keine
Adam Cahan	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Selbständiger Unternehmer	Mandate: keine
Angelika Gifford	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG / der ProSiebenSat.1 Media SE vom 21. Mai 2015 bis 13. Januar 2020 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inländische Mandate: TUI AG, Berlin/Hannover, Thyssenkrupp AG, Essen, Ausländisches Mandat: Rothschild & Co. S.C.A, Paris, Frankreich
Erik Adrianus Hubertus Huggers	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Selbständiger Unternehmer	Ausländische Mandate: WeTransfer B.V., Amsterdam, Niederlande
Marjorie Kaplan	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 16. Mai 2018 Merryck & Co (Consultant & Mentor)	Ausländische Mandate: The Grierson Trust, Peterborough, Vereinigtes Königreich
Ketan Mehta	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 24. November 2015 Allen & Company LLC (Managing Director)	Mandate: keine
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Wirtschaftsprüfer	Inländische Mandate: Continental AG, Hannover Covestro AG, Leverkusen Covestro Deutschland AG, Leverkusen

<sup>1</sup> Die Darstellung der Mandate beschreibt die Mitgliedschaften in nach deutschen Gesetzen zu bildenden Aufsichtsräten sowie Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen



**ANTEILSBESITZLISTE NACH § 285 NR. 11 HGB DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE ZUM 31. DEZEMBER 2019**

Name der Gesellschaft	Sitz	Anteils- beziehung	Beteili- gung **	Währung ***	Eigenkapital in Tausend *	Jahres- ergebnis in Tausend *	Fuss- note
<b>Verbundene Unternehmen</b>							
<b>Deutschland</b>							
7Love Holding GmbH	Unterföhring	indirekt	94.23	EUR	324.190	-162	
9Live Fernsehen GmbH	Unterföhring	direkt	100.00	EUR	559	42	
Aboalarm GmbH	München	indirekt	100.00	EUR	1.166	537	
Active Agent AG	Freiburg im Breisgau	indirekt	100.00	EUR	992	254	
AdClear GmbH	Berlin	indirekt	100.00	EUR	116	-444	
ADDITION technologies AG	Düsseldorf	indirekt	100.00	EUR	687	0	1
AdTech S8 GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	44.163	-120	
Allmedica Arzneimittel GmbH	Wehrheim	indirekt	100.00	EUR	13	-3	
be Around GmbH	Berlin	indirekt	100.00	EUR	-2.479	-7.667	
be Around Holding GmbH	Berlin	indirekt	80.00	EUR	-/-	-/-	2
Blitz B19-632 GmbH	Berlin	indirekt	100.00	EUR	-/-	-/-	2
BrightCat Agentur für Neue Medien UG (haftungsbeschränkt)	Berlin	indirekt	100.00	EUR	2	0	1
DISTRICON GmbH	Wehrheim	indirekt	100.00	EUR	34.453	0	1
DOSB New Media GmbH	Unterföhring	indirekt	67.50	EUR	-587	-284	
Dr. Kleine Pharma GmbH	Bielefeld	indirekt	100.00	EUR	3.303	0	1
EBS European Booking Solutions Holding GmbH	München	indirekt	100.00	EUR	22	-3	
esome advertising technologies GmbH	Hamburg	indirekt	90.00	EUR	9.030	846	
eSports.com GSA GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	368	-147	4
Fem Media GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	898	39	
Flaconi GmbH	Berlin	indirekt	100.00	EUR	3.908	-2.498	
Glomex GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	18.905	0	1
Hip Trips GmbH	München	indirekt	100.00	EUR	-998	-363	
i12 GmbH	Linden	indirekt	100.00	EUR	121	0	1
Jochen Schweizer GmbH	München	indirekt	100.00	EUR	-/-	-/-	2
Jochen Schweizer Leisure & Travel Holding GmbH	München	indirekt	100.00	EUR	2.502	-140	
Jochen Schweizer mydays Holding GmbH	München	indirekt	89.90	EUR	-/-	-/-	2
Jochen Schweizer Technology Solutions GmbH	München	indirekt	100.00	EUR	25	0	1
JSMO Event GmbH	München	indirekt	100.00	EUR	0	-1.150	
Kairion GmbH	Frankfurt am Main	indirekt	100.00	EUR	2.268	-695	
Marketplace GmbH	Berlin	indirekt	100.00	EUR	94.210	-191	
markt guru Deutschland GmbH	München	indirekt	90.00	EUR	1	-3.828	
Maximilian Online Media GmbH	Linden	indirekt	100.00	EUR	191	0	1
MMP Event GmbH	Köln	indirekt	100.00	EUR	1.337	584	
moebel.de Einrichten & Wohnen AG	Hamburg	indirekt	50.10	EUR	5.380	-297	
mydays GmbH	München	indirekt	100.00	EUR	-29.383	3.864	
myLoc managed IT AG	Düsseldorf	indirekt	100.00	EUR	4.239	0	1
NCG - NUCOM GROUP SE	Unterföhring	direkt	71.59	EUR	1.300.280	-4.559	
NCG Commerce GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	863.889	0	1
P7S1 SBS Holding GmbH	Unterföhring	direkt	100.00	EUR	538.960	0	1
PARSHIP ELITE Service GmbH	Hamburg	indirekt	100.00	EUR	95	0	1
Parship Group GmbH	Hamburg	indirekt	100.00	EUR	201.198	27.063	
PE Digital GmbH	Hamburg	indirekt	100.00	EUR	25.000	0	1
PEG Management GmbH & Co. KG <sup>3</sup>	Unterföhring	indirekt	0.00	EUR	14.393	9.493	
Preis24.de GmbH	Düsseldorf	indirekt	100.00	EUR	1.413	-1.623	
ProSiebenSat.1 Accelerator GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	2.720	0	1
ProSiebenSat.1 Achte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	direkt	100.00	EUR	26	0	1
ProSiebenSat.1 Advertising Platform Solutions GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	96.701	0	1
ProSiebenSat.1 Digital Content GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	130.994	-246	
ProSiebenSat.1 Digital Data GmbH	Unterföhring	direkt	100.00	EUR	6.257	0	1
ProSiebenSat.1 Digital GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	160.288	0	1
ProSiebenSat.1 Einundzwanzigste Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	direkt	100.00	EUR	25	0	1
ProSiebenSat.1 Entertainment GmbH	Unterföhring	direkt	100.00	EUR	1.675.881	0	1
ProSiebenSat.1 Entertainment Investment GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	25	0	1
ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	direkt	100.00	EUR	25	0	1
ProSiebenSat.1 Fünfzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	direkt	100.00	EUR	25	0	1



**ANTEILSBESITZLISTE NACH § 285 NR. 11 HGB DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE ZUM 31. DEZEMBER 2019**

Name der Gesellschaft	Sitz	Anteils- beziehung	Beteili- gung **	Währung ***	Eigenkapital in Tausend *	Jahres- ergebnis in Tausend *	Fuss- note
<b>Verbundene Unternehmen</b>							
ProSiebenSat.1 GP GmbH	Heidelberg	indirekt	100.00	EUR	13	-20	
ProSiebenSat.1 GP II GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	49	-2	
ProSiebenSat.1 Pay TV GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	5.225	0	1
ProSiebenSat.1 Produktion GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	37.978	0	1
ProSiebenSat.1 Services GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	1.097	473	
ProSiebenSat.1 Sports GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	35.812	0	1
ProSiebenSat.1 Tech Solutions GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	53.025	0	1
ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH	Unterföhring	direkt	100.00	EUR	982.035	0	1
ProSiebenSat.1 Warehouse GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	6.325	817	
ProSiebenSat.1 Welt GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	123	0	1
Red Arrow Studios GmbH	Unterföhring	direkt	100.00	EUR	273.878	0	1
Red Arrow Studios International GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	125	0	1
RedSeven Entertainment GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	25	0	1
Regiondo GmbH	München	indirekt	100.00	EUR	0	1.226	
SAM Sports - Starwatch Artist Management GmbH	Hamburg	indirekt	100.00	EUR	-117	50	
Sat.1 Norddeutschland GmbH	Hannover	indirekt	100.00	EUR	25	0	1
SAT.1 Satelliten Fernsehen GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	443.610	0	1
SevenOne AdFactory GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	32.671	0	1
SevenOne Capital (Holding) GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	50.024	70	
SevenOne Media GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	5.772	0	1
SevenPictures Film GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	2.268	0	1
SevenVentures GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	129.528	0	1
SilverTours GmbH	Freiburg im Breisgau	indirekt	100.00	EUR	13.595	0	1
SMARTSTREAM.TV GmbH	München	indirekt	91.00	EUR	12.932	3.072	
Sonoma Internet GmbH	Berlin	indirekt	97.82	EUR	10.672	5.632	
Spontacts GmbH	München	indirekt	100.00	EUR	6.653	-561	
Studio 71 GmbH	Berlin	indirekt	100.00	EUR	2.568	-157	
Stylight GmbH	München	indirekt	100.00	EUR	8.962	1.385	
Tannhauser Media Group GmbH	Berlin	indirekt	100.00	EUR	368	-4	
The ADEX GmbH	Berlin	indirekt	90.74	EUR	153	-1.248	
THMMS Holding GmbH	Hamburg	indirekt	100.00	EUR	128.484	-246	
THMMS MidCo GmbH	Hamburg	indirekt	100.00	EUR	126.224	-1.175	
Toptarif Internet GmbH	Berlin	indirekt	100.00	EUR	6.682	-903	
tv weiss-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	1.027	0	1
Verivox Finanzvergleich GmbH	Heidelberg	indirekt	100.00	EUR	-1.472	-701	
Verivox GmbH	Heidelberg	indirekt	100.00	EUR	35.848	-565	
Verivox Holding GmbH	Unterföhring	indirekt	100.00	EUR	213.136	-636	
Verivox Versicherungsvergleich GmbH	Heidelberg	indirekt	100.00	EUR	1.623	-3.423	
Virtual Minds AG	Freiburg im Breisgau	indirekt	100.00	EUR	13.682	696	
VVX Co-Investor GmbH & Co. KG	Heidelberg	indirekt	89.42	EUR	4.754	0	1
VX Sales Solutions GmbH	Heidelberg	indirekt	100.00	EUR	6.969	2.231	
wetter.com GmbH	Konstanz	indirekt	100.00	EUR	6.111	0	1
WindStar Medical GmbH	Wehrheim	indirekt	100.00	EUR	37.586	0	1
WSM Holding GmbH	Wehrheim	indirekt	92.00	EUR	64.957	5.554	
yieldlab AG	Hamburg	indirekt	100.00	EUR	1.089	-771	
<b>Armenien</b>							
Markt guru LLC	Jerewan	indirekt	100.00	AMD	39.631	1.023	
<b>Australien</b>							
eHarmony Australia Pty Limited	Sydney	indirekt	100.00	AUD	-/-	-/-	2
<b>Belgien</b>							
Sultan Sushi BVBA, in vereffening	Westrem)	indirekt	100.00	EUR	-4.064	-260	
<b>Dänemark</b>							
Snowman Productions ApS	Kopenhagen	indirekt	100.00	DKK	15.886	467	
<b>Hongkong</b>							
Red Arrow Studios International Limited	Hongkong	indirekt	100.00	HKD	-/-	-/-	2



**ANTEILSBESITZLISTE NACH § 285 NR. 11 HGB DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE ZUM 31. DEZEMBER 2019**

Name der Gesellschaft	Sitz	Anteils- beziehung	Beteili- gung **	Währung ***	Eigenkapital in Tausend *	Jahres- ergebnis in Tausend *	Fuss- note
<b>Verbundene Unternehmen</b>							
<b>Israel</b>							
July August Communications and Productions Ltd.	Tel Aviv	indirekt	100.00	ILS	-/-	-/-	2
The Band's Visit LP	Tel Aviv	indirekt	55.00	ILS	-/-	-/-	2
<b>Italien</b>							
Studio71 Italia S.r.l.	Mailand (MI)	indirekt	51.00	EUR	1.149	-839	
<b>Niederlande</b>							
P7S1 Broadcasting Holding I B.V.	Amsterdam	indirekt	100.00	EUR	2.296	-100	
SNDC8 B.V.	Amsterdam	indirekt	100.00	EUR	41.358	-2.600	
<b>Österreich</b>							
ATV Privat TV GmbH	Wien	indirekt	100.00	EUR	27	0	1
ATV Privat TV GmbH & Co KG	Wien	indirekt	100.00	EUR	150	0	1
Austria 9 TV GmbH	Wien	indirekt	100.00	EUR	13	0	1
AUSTRIA 9 TV GmbH & Co KG	Wien	indirekt	100.00	EUR	-1.609	1.845	
ProSieben Austria GmbH	Wien	indirekt	100.00	EUR	44	4	
ProSiebenSat.1Puls 4 GmbH	Wien	indirekt	100.00	EUR	56.670	28.992	
Puls 4 TV GmbH	Wien	indirekt	100.00	EUR	34	0	1
PULS 4 TV GmbH & Co KG	Wien	indirekt	100.00	EUR	2.600	-188	
PULS4 Shopping GmbH	Wien	indirekt	67.00	EUR	363	-50	
SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H	Wien	indirekt	51.00	EUR	4.738	4.423	
SevenVentures Austria GmbH	Wien	indirekt	100.00	EUR	1.657	1.041	
Visivo Consulting GmbH	Wien	indirekt	51.05	EUR	265	81	
<b>Rumänien</b>							
MyVideo Broadband S.R.L.	Bukarest	indirekt	100.00	RON	2.126	-134	
Regiondo Software S.R.L.	Sibiu	indirekt	100.00	RON	-/-	-/-	2
<b>Schweden</b>							
Snowman Productions AB	Stockholm	indirekt	100.00	SEK	-/-	-/-	2
Snowman Scripted AB	Stockholm	indirekt	100.00	SEK	-/-	-/-	2
<b>Schweiz</b>							
ADDITION Schweiz GmbH	Locarno	indirekt	100.00	CHF	845	-30	
Jochen Schweizer mydays CH AG	Küsnacht (ZH)	indirekt	100.00	CHF	-/-	-/-	2
ProSiebenSat.1 Puls 8 TV AG	Zürich	indirekt	100.00	CHF	-261	-1.229	
Sat.1 (Schweiz) AG	Küsnacht (ZH)	indirekt	100.00	CHF	5.307	4.040	
SevenOne Media (Schweiz) AG	Küsnacht (ZH)	indirekt	100.00	CHF	17.705	17.231	
SevenVentures (Schweiz) AG	Küsnacht (ZH)	indirekt	100.00	CHF	-/-	-/-	2
Verivox Schweiz AG	Luzern	indirekt	100.00	CHF	-/-	-/-	2
<b>Serbien</b>							
esome advertising technologies d.o.o. Beograd	Belgrad	indirekt	100.00	RSD	18.501	3.461	
<b>Spanien</b>							
SilverTours Technology S.L.	Alicante	indirekt	100.00	EUR	-/-	-/-	2
<b>Türkei</b>							
Karga Seven Pictures Yapım Anonim Şirketi	Istanbul	indirekt	100.00	TRY	-14.954	-4.954	
<b>Ukraine</b>							
Glomex TOV	Kiew	indirekt	100.00	UAH	14.970	6.155	
<b>Vereinigtes Königreich</b>							
ADDITION UK Limited	Cullompton	indirekt	74.00	GBP	1	-2	
CPL Good Vibrations Limited	London	indirekt	100.00	GBP	145	-3	
CPL Productions Limited	London	indirekt	100.00	GBP	1.128	342	
eHarmony UK Limited	London	indirekt	100.00	GBP	-/-	-/-	2
Endor (DS2) Limited	London	indirekt	100.00	GBP	-/-	-/-	2
Endor (Esio Trot) Limited	London	indirekt	100.00	GBP	-/-	-/-	2
Endor (Max) Limited	London	indirekt	100.00	GBP	-/-	-/-	2
Endor (T&T) Limited	London	indirekt	100.00	GBP	-/-	-/-	2
Endor (TDO) Limited	London	indirekt	100.00	GBP	-/-	-/-	2
Endor (Vienna) Limited	London	indirekt	100.00	GBP	-/-	-/-	2
Endor Productions Limited	London	indirekt	51.00	GBP	-/-	-/-	2
Glomex Limited	Birmingham	indirekt	100.00	GBP	35	25	
LHB Limited	London	indirekt	84.13	GBP	-/-	-/-	2



**ANTEILSBESITZLISTE NACH § 285 NR. 11 HGB DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE ZUM 31. DEZEMBER 2019**

Name der Gesellschaft	Sitz	Anteils- beziehung	Beteili- gung **	Währung ***	Eigenkapital in Tausend *	Jahres- ergebnis in Tausend *	Fuss- note
<b>Verbundene Unternehmen</b>							
P7S1 Broadcasting (UK) Limited	London	indirekt	100.00	EUR	4.107	-172	
ProSiebenSat.1 Digital Content GP Limited	London	indirekt	87.61	GBP	44	4	
ProSiebenSat.1 Digital Content LP	London	indirekt	86.57	GBP	195.557	180	
Red Arrow Studios Limited	London	indirekt	100.00	GBP	-/-	-/-	2
Studio 71 UK Limited	London	indirekt	100.00	GBP	-/-	-/-	2
<b>Vereinigte Staaten von Amerika</b>							
44 Blue Productions, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
44 Blue Studios, LLC	Wilmington, DE	indirekt	65.00	USD	26.323	-1.085	
8383 Productions, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
95 Ends, LLC	New York, NY	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
ASM Inc.	Castle Rock, CO	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Boxcar Studios, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Brady 44, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
By Dint Productions, LLC	New York, NY	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Champ 44 Music Publishing, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Code D TV, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Collective Digital Studio GP, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Crow Magnon, LLC	Wilmington, DE	indirekt	62.40	USD	-782	-4.252	
Delirium TV, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Digital Air, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Digital Atoms, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Digital Bytes, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Digital Cacophony, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Digital Demand, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Digital Diffusion, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Digital Echo, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Digital Fire, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Dogs Top Ten LLC	Castle Rock, CO	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Dorsey Entertainment, LLC	Castle Rock, CO	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Dorsey Multimedia, LLC	Castle Rock, CO	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Dorsey Pictures, LLC	Dover, DE	indirekt	60.00	USD	-645	-3.074	
Driving Force TV, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
eHarmony Holding, Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	93.607	-3.418	
eHarmony, Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-23.805	-19.337	
Fabrik Entertainment, LLC	Wilmington, DE	indirekt	93.88	USD	17.129	4.676	
Fortitude Production Services, LLC	Dover, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Fourteenth Hour Productions, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Gravitas Ventures LLC	Wilmington, DE	indirekt	62.50	USD	6.045	749	
GTG Production Services, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Half Yard Productions, LLC	Wilmington, DE	indirekt	82.50	USD	2.107	-497	
HB Television Development, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Hold Fast Productions, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
K OPS TV Louisiana, LLC	Baton Rouge, LA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Karga Seven Pictures, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Keep it Down Music Publishing, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Kenilworth Productions, Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Kinetic Content Publishing, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Kinetic Content, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Kinetic Operations, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
KinPro Music Publishing, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Kinpro, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Left/Right Holdings, LLC	Dover, DE	indirekt	80.00	USD	8.343	14.881	
Left/Right, LLC	Dover, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Move Along Music Publishing, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Moving TV, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
NAR Pictures, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
New Kinetic, LLC	Wilmington, DE	indirekt	51.00	USD	-/-	-/-	2



**ANTEILSBESITZLISTE NACH § 285 NR. 11 HGB DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE ZUM 31. DEZEMBER 2019**

Name der Gesellschaft	Sitz	Anteils- beziehung	Beteili- gung **	Währung ***	Eigenkapital in Tausend *	Jahres- ergebnis in Tausend *	Fuss- note
<b>Verbundene Unternehmen</b>							
New Picture Perfect, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Next of Kin TV, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Node Productions, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Overture, LLC	Los Angeles, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Pacific View TV, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Pave Network, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
PBP, LLC	Baton Rouge, LA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Prank Film, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Presidio Post, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Production Connection, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Ranger Media, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Red Arrow Studios International, Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Studio 71 (Canada), Inc.	Beverly Hills, CA	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Studio 71, LP	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Stylight, Inc.	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	186	1.166	
The Fred Channel, LLC	Beverly Hills, CA	indirekt	70.00	USD	-/-	-/-	2
The Weekly, LLC	New York, NY	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Third Voice Productions, Inc.	Dover, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
Three Tables Music, LLC	Wilmington, DE	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
WDSP, LLC	New York, NY	indirekt	100.00	USD	-/-	-/-	2
<b>Assoziierte Unternehmen</b>							
<b>Deutschland</b>							
AGF Videoforschung GmbH	Frankfurt am Main	indirekt	16.66	EUR	-/-	-/-	2
Batch Media GmbH	Berlin	indirekt	45.00	EUR	-/-	-/-	2
BuzzBird Beteiligungsgesellschaft mbH	Berlin	indirekt	42.92	EUR	-/-	-/-	2
Creative Shopping GmbH	Köln	indirekt	20.08	EUR	-/-	-/-	2
eFashion Boulevard GmbH	Georgsmarienhütte	indirekt	30.00	EUR	-/-	-/-	2
gamigo AG	Hamburg	indirekt	33.00	EUR	-/-	-/-	2
HolodeckVR GmbH	Nürnberg	indirekt	20.93	EUR	-/-	-/-	2
koakult GmbH	Berlin	indirekt	33.33	EUR	-/-	-/-	2
Sportorty Germany GmbH	München	indirekt	40.00	EUR	-/-	-/-	2
VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Sendeunternehmen und Presseverlegern	Berlin	indirekt	27.66	EUR	-/-	-/-	2
<b>Frankreich</b>							
Studio 71 SAS	Boulogne-Billancourt	indirekt	49.00	EUR	-/-	-/-	2
<b>Kanada</b>							
Mad Rabbit Productions, Inc.	Toronto	indirekt	25.00	CAD	-/-	-/-	2
<b>Schweiz</b>							
Goldbach Audience (Switzerland) AG	Küsnacht (ZH)	indirekt	24.95	CHF	-/-	-/-	2
Goldbach Media (Switzerland) AG	Küsnacht (ZH)	indirekt	22.96	CHF	-/-	-/-	2
Swiss Radioworld AG	Zürich	indirekt	22.96	CHF	-/-	-/-	2
<b>Vereinigtes Königreich</b>							
Cove Pictures Limited	London	indirekt	25.00	GBP	-/-	-/-	2
<b>Vereinigte Staaten von Amerika</b>							
Remagine Media Ventures, L.P.	Wilmington, DE	indirekt	30.25	USD	-/-	-/-	2
<b>Gemeinschaftsunternehmen</b>							
<b>Deutschland</b>							
AdAudience GmbH	München	indirekt	16.67	EUR	-/-	-/-	2
d-force GmbH	Freiburg im Breisgau	indirekt	50.00	EUR	-/-	-/-	2
Joyn GmbH	München	indirekt	50.00	EUR	-/-	-/-	2
<b>Vereinigtes Königreich</b>							
European Broadcaster Exchange (EBX) Limited	London	indirekt	25.00	GBP	-/-	-/-	2
Nit Television Limited	London	indirekt	50.01	GBP	-/-	-/-	2



**ANTEILSBESITZLISTE NACH § 285 NR. 11 HGB DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE ZUM 31. DEZEMBER 2019**

Name der Gesellschaft	Sitz	Anteils- beziehung	Beteili- gung **	Währung ***	Eigenkapital in Tausend *	Jahres- ergebnis in Tausend *	Fuss- note
<b>Sonstige Beteiligungen</b>							
<b>Deutschland</b>							
Crosslantic Fund I GmbH & Co. KG	Düsseldorf	indirekt	24,45	EUR	59.339	- / -	5
Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG <sup>3</sup>	München	indirekt	10,00	EUR	- / -	- / -	2
<b>Gibraltar</b>							
Sportority Limited	Gibraltar	indirekt	3,88	EUR	- / -	- / -	2
<b>Luxemburg</b>							
FRIDAY Insurance S.A.	Bartringen	indirekt	14,02	EUR	- / -	- / -	2

<sup>1</sup> Ergebnis nach Ergebnisabführung.

<sup>2</sup> Keine Angaben verfügbar, Unternehmen in 2019 erworben oder gegründet bzw. in Liquidation.

<sup>3</sup> Ein Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE ist persönlich haftender Gesellschafter dieser Gesellschaft.

<sup>4</sup> Rumpfwirtschaftsjahr vom 28.09.2018 bis 31.12.2018.

<sup>5</sup> Der angegebene Wert zum Eigenkapital bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2018 gemäß handelsrechtlichem Jahresabschluss. Keine Nennung des Jahresergebnisses, da dieses nicht veröffentlicht wird.

\* Soweit nicht anders angegeben sind die Werte zu Eigenkapital und Jahresergebnis dem letzten vorliegenden, nach lokalem Recht aufgestellten Jahresabschluss (Geschäftsjahr 1. Januar bis zum 31. Dezember 2018) 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 31.12.2018	Durchschnittskurs 2018
AMD	555,73	570,57
AUD	1,62	1,58
CAD	1,56	1,53
CHF	1,13	1,16
DKK	7,47	7,45
GBP	0,90	0,88
HKD	8,97	9,26
ILS	4,30	4,24
RON	4,67	4,65
RSD	118,40	118,25
SEK	10,25	10,26
TRY	6,06	5,71
UAH	31,54	32,10
USD	1,15	1,18

---

## VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Jahresabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Media SE 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 26. Februar 2020

Max Conze  
Vorstandsvorsitzender

Rainer Beaujean  
Finanzvorstand

Conrad Albert  
Stellvertretender Vorstandsvorsitzender,  
Group General Counsel

---

# BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS

An die ProSiebenSat.1 Media SE

## VERMERK ÜBER DIE PRÜFUNG DES JAHRESABSCHLUSSES UND DES LAGEBERICHTS

### PRÜFUNGSURTEILE

Wir haben den Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2019 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media SE (im Folgenden „Lagebericht“) für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019 geprüft. Die auf der im Lagebericht angegebenen Internetseite veröffentlichten Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB, die Bestandteil des Lageberichts ist, haben wir in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2019 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019 und
- vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum Lagebericht erstreckt sich nicht auf den Inhalt der oben genannten Erklärung zur Unternehmensführung.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt hat.

---

## Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-Abschlussprüferverordnung (Nr.537/2014; im Folgenden „EU-APrVO“) unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Darüber hinaus erklären wir gemäß Artikel 10 Abs. 2 Buchst. f) EU-APrVO, dass wir keine verbotenen Nichtprüfungseleistungen nach Artikel 5 Abs. 1 EU-APrVO erbracht haben. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

## Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Jahresabschlusses

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutsamsten in unserer Prüfung des Jahresabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2019 waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Jahresabschlusses als Ganzem und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt; wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.

## BEWERTUNG DER FINANZANLAGEN

### Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt:

Die Finanzanlagen werden jährlich von der Gesellschaft einem Werthaltigkeitstest unterzogen, um einen möglichen Abschreibungs- bzw. Zuschreibungsbedarf zu ermitteln. Das Ergebnis dieser Bewertungen ist in hohem Maße davon abhängig, wie die gesetzlichen Vertreter die künftigen Zahlungsmittelzuflüsse einschätzen und die jeweils verwendeten Diskontierungszinssätze ableiten.

Vor dem Hintergrund der Wesentlichkeit der Finanzanlagen im Verhältnis sowohl zur Bilanzsumme als auch zum Eigenkapital, der der Bewertung zugrundeliegenden Komplexität sowie der im Rahmen der Bewertung vorhandenen Ermessensspielräume ist die Bewertung der Finanzanlagen im Rahmen unserer Prüfung ein besonders wichtiger Prüfungssachverhalt.

### Prüferisches Vorgehen:

Im Rahmen unserer Prüfungshandlungen haben wir den von den gesetzlichen Vertretern der ProSiebenSat.1 Media SE implementierten Prozess sowie die Bilanzierungs- und Bewertungsvorgaben zur Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte von Finanzanlagen auf mögliche Fehlerrisiken analysiert und uns ein Verständnis über die Prozessschritte verschafft.

---

Wir haben die Unternehmensplanungen durch einen Vergleich mit den in der Vergangenheit tatsächlich erzielten Ergebnissen und den aktuellen Entwicklungen der Geschäftszahlen analysiert. In die Analyse haben wir auch die im Geschäftsjahr realisierte und zukünftig prognostizierte Marktentwicklung vergleichbarer Unternehmen einbezogen. Die wesentlichen Annahmen der Unternehmensplanungen zum Wachstum und Geschäftsverlauf haben wir beurteilt, indem wir diese mit den gesetzlichen Vertretern der ProSiebenSat.1 Media SE diskutiert haben. Unter Einbeziehung unserer internen Bewertungsspezialisten haben wir das Bewertungsmodell unter anderem auf Vereinbarkeit mit den berufsständischen Verlautbarungen IDW RS HFA 10 und IDW S 1 beurteilt und die sonstigen wesentlichen Bewertungsannahmen, wie beispielsweise den Diskontierungszinssatz und die Wachstumsrate, auf Basis einer Analyse der allgemeinen Marktindikatoren gewürdigt. Die Ableitung des risikoadjustierten Kapitalisierungszinssatzes haben wir untersucht, indem wir insbesondere Vergleichsunternehmen hinterfragt, die Marktdaten mit externen Nachweisen abgeglichen und die rechnerische Richtigkeit überprüft haben.

Durch Sensitivitätsanalysen haben wir Wertminderungsrisiken bei Änderungen von wesentlichen Bewertungsannahmen eingeschätzt.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich hinsichtlich der Bewertung der Finanzanlagen keine Einwendungen ergeben.

**Verweis auf zugehörige Angaben:**

Zu den bezüglich der Finanzanlagen angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen verweisen wir auf die Angaben im Anhang im Abschnitt „Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“. Die Entwicklung der Finanzanlagen ist im Abschnitt „Erläuterung zur Bilanz“ unter Kapitel „Finanzanlagen“ dargestellt. Dort wird auch die außerplanmäßige Abschreibung erläutert.

## **SONSTIGE INFORMATIONEN**

Die gesetzlichen Vertreter sind für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die oben genannte Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289f HGB, und die Versicherung der gesetzlichen Vertreter nach § 289 Abs. 1 S. 5 HGB.

Unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und Lagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Jahresabschluss, Lagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

---

## **VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER UND DES AUF SICHTSRATS FÜR DEN JAHRESABSCHLUSS UND DEN LAGEBERICHT**

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Kapitalgesellschaften geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Lagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der Gesellschaft zur Aufstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts.

## **VERANTWORTUNG DES ABSCHLUSSPRÜFERS FÜR DIE PRÜFUNG DES JAHRESABSCHLUSSES UND DES LAGEBERICHTS**

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-APrVO unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

---

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können;
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben;
- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben;
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann;
- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt;
- beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage der Gesellschaft;
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Wir geben gegenüber den für die Überwachung Verantwortlichen eine Erklärung ab, dass wir die relevanten Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und erörtern mit ihnen alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen vernünftigerweise angenommen werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, und die hierzu getroffenen Schutzmaßnahmen.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, die wir mit den für die Überwachung Verantwortlichen erörtert haben, diejenigen Sachverhalte, die in der Prüfung des Jahresabschlusses für den aktuellen Berichtszeitraum am bedeutsamsten waren und daher die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte im Bestätigungsvermerk, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schließen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus.

## **SONSTIGE GESETZLICHE UND ANDERE RECHTLICHE ANFORDERUNGEN**

### **ÜBRIGE ANGABEN GEMÄSS ARTIKEL 10 EU-APRVO**

Wir wurden von der Hauptversammlung am 12. Juni 2019 als Abschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 15. Juli 2019 vom Aufsichtsrat beauftragt. Wir sind seit dem Geschäftsjahr 2019 als Abschlussprüfer der ProSiebenSat.1 Media SE tätig.

Wir erklären, dass die in diesem Bestätigungsvermerk enthaltenen Prüfungsurteile mit dem zusätzlichen Bericht an den Prüfungsausschuss nach Artikel 11 EU-APrVO (Prüfungsbericht) in Einklang stehen.

Wir haben folgende Leistungen, die nicht im Jahresabschluss oder im Lagebericht angegeben wurden, zusätzlich zur Abschlussprüfung für das geprüfte Unternehmen bzw. für die von diesem beherrschten Unternehmen erbracht: Nicht gesetzliche vorgeschriebene Bestätigungsleistungen in Bezug auf Finanzinformationen, Steuerberatungsleistungen und Compliance Assessment.

## **VERANTWORTLICHER WIRTSCHAFTSPRÜFER**

Die für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüferin ist Nathalie Mielke.

München, den 26. Februar 2020

Ernst & Young GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Barth  
Wirtschaftsprüfer

Mielke  
Wirtschaftsprüferin



---

**ProSiebenSat.1 Media SE**

**ProSiebenSat.1 Media SE**

Konzernkommunikation  
Medienallee 7  
85774 Unterföhring

Tel.: +49 [89] 95 07 – 11 45  
Fax: +49 [89] 95 07 – 11 59  
E-Mail: [info@prosiebensat1.com](mailto:info@prosiebensat1.com)

**Investor Relations**

ProSiebenSat.1 Media SE  
Medienallee 7  
85774 Unterföhring

Tel.: +49 [89] 95 07 – 15 02  
Fax: +49 [89] 95 07 – 15 21  
E-Mail: [aktie@prosiebensat1.com](mailto:aktie@prosiebensat1.com)

**Inhalt und Gestaltung**

ProSiebenSat.1 Media SE  
Konzernkommunikation

---

**Die ProSiebenSat.1 Group im Internet**

Diese und andere Veröffentlichungen sowie Informationen über die ProSiebenSat.1 Group erhalten Sie im Internet unter der Adresse [www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com)

---

**Zukunftsgerichtete Aussagen**

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