



PASSIONATE CREATORS

DIGITAL ATTACK · CONSUMER FOCUSED
· TOTAL REACH & MONETIZATION

ProSiebenSat.1 Media SE
Geschäftsbericht 2019

KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	2019	2018
Umsatzerlöse	4.135	4.009
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	13,8	8,6
Gesamtkosten	3.592	3.710
Operative Kosten ¹	3.297	3.027
Werteverzehr des Programmvermögens	958	1.319
Adjusted EBITDA ²	872	1.013
Adjusted EBITDA-Marge (in %)	21,1	25,3
EBITDA	838	570
Sondereffekte ³	- 34	- 443
Betriebsergebnis (EBIT)	578	348
Adjusted EBIT	684	850
Finanzergebnis	- 6	- 4
Ergebnis vor Steuern	572	344
Adjusted net income ⁴	387	541
Konzernergebnis	412	250
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	413	248
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	- 1	1
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	1,71	2,36
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	1.072	1.070
Free Cashflow	207	- 78
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 294	- 468
Free Cashflow vor M&A	339	244
	31.12.2019	31.12.2018
Mitarbeiter ⁵	7.253	6.583
Programmvermögen	1.204	1.113
Eigenkapital	1.288	1.070
Eigenkapitalquote (in %)	19,5	16,5
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	950	1.031
Finanzverbindlichkeiten	3.195	3.194
Verschuldungsgrad ⁶	2,6	2,1
Netto-Finanzverbindlichkeiten	2.245	2.163

¹ Gesamtkosten abzüglich zu bereinigenden Aufwendungen sowie Abschreibungen und Wertminderungen.

² Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.

³ Saldo aus zu bereinigenden Aufwendungen und Erträgen.

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

⁵ Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag.

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

PASSIONATE CREATORS

**DIGITAL ATTACK • CONSUMER FOCUSED
• TOTAL REACH & MONETIZATION**

GESCHÄFTSBERICHT 2019

Leidenschaft überdauert kurzfristige Begeisterung. Sie motiviert uns, treibt uns jeden Tag aufs Neue an. Sie macht uns einzigartig. Wir alle bei ProSiebenSat.1 brennen für das, was wir tun. Und mit dieser Passion stecken wir auch andere Menschen an: Zuschauer, Kunden, Mitarbeiter. Wir bieten bestes Entertainment - jederzeit, überall und auf jedem Gerät. Wir entwickeln und produzieren lokale Inhalte, die begeistern. Wir vergrößern unsere digitale Reichweite und kreieren smarte Werbelösungen für eine noch bessere Monetarisierung. Wir treiben das Wachstum der NuCom Group, um unser Unternehmen weiter zu diversifizieren. All das tun unsere weltweit über 7.000 Mitarbeiter mit Kreativität und Herzblut. Immer mit dem Ziel, nachhaltig und profitabel zu wachsen. Und ProSiebenSat.1 so zu einem führenden digitalen Entertainment- und Commerce-Champion zu machen.

UNSERE AMBITIONEN & ERGEBNISSE

UNSERE AMBITIONEN

Wir setzen unsere Transformation zu einem führenden digitalen Entertainment- und Commerce-Champion fort. Dabei bleiben unsere strategischen Prioritäten unverändert: Wir fokussieren uns auf lokale Inhalte, bauen unsere digitale Reichweite aus, verbessern die Monetarisierung unserer Reichweite durch intelligente Werbeprodukte und beschleunigen das Wachstum der NuCom Group. Gleichzeitig stellen wir unsere Organisation zukunftsfit auf.

UNSERE ERGEBNISSE

LOKALE INHALTE

Über 160 neue lokale Formate hat ProSiebenSat.1 2019 ausgestrahlt. Starke lokale Produktionen, die Zuschauer begeistern - und der Gruppe mit **28,2%** den besten Jahresmarktanteil seit 2015 bescherten. Das spiegelt sich auch im Digitalen: Die digitale Sehdauer wächst 2019 um 30%.

4.135

Mio Euro

KONZERNUMSATZ

DIGITALE REICHWEITE

Seit dem Launch der werbefinanzierten Version von Joyn im Juni 2019 verzeichnet die Streaming-Plattform ein kontinuierliches Wachstum: Ende 2019 zählt Joyn bereits mehr als 7 Mio Nutzer monatlich über alle verfügbaren Endgeräte.

+ 38 %

UMSATZANSTIEG DES DIGITALEN UND SMARTEN WERBEGESCHÄFTS

INTELLIGENTE WERBEPRODUKTE

Adressierbare Werbung wird für den Zuschauer relevanter - und erschließt zusätzliche Umsatzpotenziale. 2019 haben wir mit der Markteinführung des **Addressable TV Spots** und der Gründung von **d-force**, unserem Ad-Tech-Joint Venture mit der Mediengruppe RTL, zwei wichtige Meilensteine in diesem Geschäftsfeld erreicht.

+ 16 %

UMSATZWACHSTUM DES COMMERCE-SEGMENTS

WACHSTUM DER NUCOM GROUP

Auch 2019 ist das Commerce-Portfolio der Umsatztreiber des Konzerns - und diesen Kurs wollen wir beschleunigen. Eine wichtige Rolle spielen hier u. a. der US-Online-Partnervermittler **eharmony**, der nun voll in unsere Partnership Group integriert ist, sowie der Online-Beauty-Anbieter Flaconi.

52 %

ANTEIL DES NICHT-TV-WERBEGESCHÄFTS AM KONZERNUMSATZ

ORGANISATION

Wir setzen unsere Transformation auch in der Organisation des Konzerns um und haben dafür eine effiziente **Holding-Struktur** sowie eine eigenständigere **Entertainment-Organisation** etabliert. Damit werden Content, Plattformen und Monetarisierung noch enger verzahnt.

UNSERE AMBITIONEN & ERGEBNISSE

UNSERE MITTELFRIST-ZIELE

Die ProSiebenSat.1 Group strebt an, ihren Umsatz weiter zu diversifizieren und konzentriert sich auf eine kontinuierliche Wertsteigerung. Unsere Ziele reflektieren die Strategie der Gruppe, ProSiebenSat.1 zu einem diversifizierten Digitalkonzern auszubauen.

DIGITALES UND SMARTES WERBEGESCHÄFT

25%

ANTEIL AM ENTERTAINMENT-UMSATZ

DIGITALGESCHÄFT

ÜBER
50%

ANTEIL AM KONZERNUMSATZ

VERSCHULDUNGSGRAD

1,5 - 2,5x

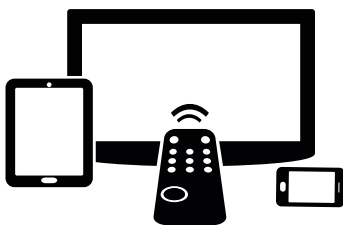
VERHÄLTNISS VON NETTOFINANZVERBINDLICHKEITEN ZUM LTM ADJUSTED EBITDA DES KONZERNS

P7S1 ROCE (RETURN ON CAPITAL EMPLOYED)

ÜBER
15%

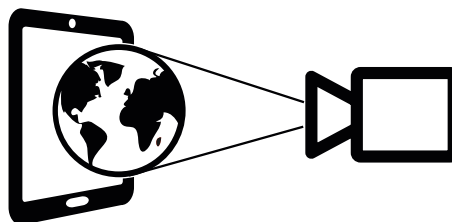
UNSERE SEGMENTE

ENTERTAINMENT



Der Geschäftsbereich Entertainment umfasst unsere Free-TV-Sender, digitalen Plattformen und deren Vermarktung und Verbreitung.

CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES



Das Segment Content Production & Global Sales vereint das internationale Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios sowie unser lokales Produktionsgeschäft und das Digital-Studio Studio71.

COMMERCE



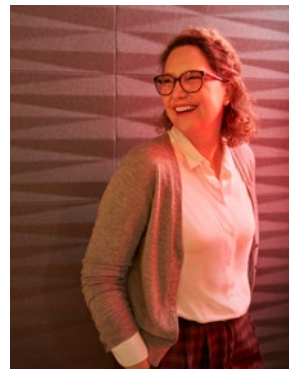
Wir bündeln unsere Commerce-Unternehmen in der NuCom Group. Das Portfolio fokussiert sich auf die vier Bereiche Verbraucherberatung, Partnervermittlung, Erlebnisse sowie Beauty & Lifestyle.

INHALT

7 — INTERVIEW MIT
MAX CONZE

11 — UNSER VORSTAND

12
DIGITAL
ATTACK



16
CONSUMER
FOCUSED

20
TOTAL REACH &
MONETIZATION



24
PASSIONATE
CREATORS

28
RÜCKBLICK
2019

29
UNSER JAHR
IN ZAHLEN

30
AN UNSERE
AKTIONÄRE

31 Bericht des Aufsichtsrats
39 Mitglieder des Aufsichtsrats
40 Corporate-Governance-Bericht
47 Erklärung zur Unternehmensführung
49 Zusammengefasster gesonderter
nichtfinanzieller Bericht
57 Vergütungsbericht
75 Übernahmerechtliche Angaben
78 ProSiebenSat.1 Media SE Aktie

81
KONZERN-
LAGEBERICHT

83 Unser Konzern: Grundlagen
91 Wirtschaftsbericht: Das Finanzjahr 2019
111 Risiko- und Chancenbericht
120 Prognosebericht

124
KONZERN-
ABSCHLUSS

125 Gewinn- und Verlustrechnung
126 Gesamtergebnisrechnung
127 Bilanz
128 Kapitalflussrechnung
129 Eigenkapitalveränderungsrechnung
130 Anhang

211
INFORMATIONEN

206 Mitglieder des Vorstands
207 Mitglieder des Aufsichtsrats
208 Anteilsbesitzliste
212 Erläuterungen zum Bericht
213 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
214 Bestätigungsvermerk des unabhängigen
Abschlussprüfers
219 Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers:
Nichtfinanzieller Bericht
221 Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Konzern
222 Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Segmente
223 Finanzkalender
224 Impressum

— MAX CONZE

ÜBER UNSEREN STRATEGISCHEN FOKUS



2019 war ein entscheidendes Jahr in der Transformation von ProSieben-Sat.1, in dem wir sehr wichtige Fortschritte und grundlegende Erfolge bei der Umsetzung unserer Strategie gemacht haben: Wir fokussieren uns darauf, unser Entertainment-Geschäft zukunftsfähig aufzustellen, verstärkt lokale Inhalte anzubieten, diese digital zu verbreiten und unsere Gesamtreichweite über intelligente Werbetechnologien besser zu monetarisieren. Dieses Geschäft kombinieren wir synergistisch mit einem schnell wachsenden Commerce-Portfolio. So sind wir auf dem Weg zu unserem Ziel, nachhaltiges Wachstum und zusätzlichen Wert zu schaffen.

Was bedeutet das in Zahlen? Wir haben 2019 über 160 lokale Formate gestartet, zum Jahresende 7 Mio Nutzer für unsere Streaming-Plattform Joyn begeistert, über 800 Adressable TV - also adressierbare - Werbekampagnen ausgespielt und mit der NuCom Group erneut zweistelliges Umsatzwachstum erreicht. Wir haben also trotz eines schwierigen Marktumfelds das eingehalten, was wir uns vorgenommen hatten.

Transformation ist ein Marathon, auch wenn wir mit der aktuellen Aktienkursentwicklung natürlich nicht zufrieden sind. Deshalb treiben wir 2020 unsere strategischen Prioritäten voll fokussiert weiter voran:

... CONSUMER FOCUSED



Die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden stehen für uns im Mittelpunkt. Im Commerce-Geschäft unserer **NuCom Group** haben wir 2019 vor allem daran gearbeitet, unsere Angebote noch stärker an den Kundenbedürfnissen auszurichten: Beim Online-Beauty-Anbieter Flaconi haben wir das Sortiment um über 700 Marken erweitert und bieten unsere Produkte nun auch Kunden in Österreich und Polen an. Ein Erfolg: 2019 ging das Umsatzwachstum von Flaconi um 48 Prozent nach oben. Im Bereich Partnervermittlung haben wir bei unserem US-Anbieter eharmony die Technologie der Parship Group eingeführt und verhelfen so den Kunden einfacher und userfreundlicher zu ihrem Liebesglück. Für 2020 erwarten wir uns von dieser jetzt international aufgestellten Gruppe wichtige Wachstumsimpulse.

Im Entertainment-Geschäft ist Content das Herz unserer Strategie: Wir wollen Programme zeigen, die unsere Zuschauer lieben, die für sie relevant und authentisch sind. Denn schließlich erreichen wir jeden Monat 60 Mio Menschen in Deutschland mit unseren Angeboten. Deshalb investieren wir verstärkt in **lokale Formate** und setzen Schwerpunkte bei Entertainment, Infotainment und Sport. Allein bei ProSieben hatten wir 2019 in der Prime Time 33 Prozent mehr Eigenproduktionen. Dass diese Strategie ankommt, sehen wir an Hits wie „The Masked Singer“: Durchschnittlich 7 Mio TV-Zuschauer pro Folge und mehr als 26 Mio Video Views über alle Plattformen zeigen, dass Live-Fernsehen weiter eine unvergleichbare Kraft hat – das sind Einschaltquoten, wie wir sie sonst nur von der Fußball-WM kennen! Über das Gesamtjahr hatten wir die besten TV-Zuschauermarktanteile seit 2015 und die digitale Sehdauer unserer Programme hat um über 30 Prozent zugelegt.

... DIGITAL ATTACK



Gleichzeitig bauen wir unsere **digitale Reichweite** mit aller Kraft aus, um so den Reichweitenrückgang im linearen TV-Markt zu überkompensieren. Und das geht! Unsere ProSieben-Eigenproduktion „Late Night Berlin“ hat zuletzt mit 59 Prozent die Mehrheit ihrer Sehminuten über Online-Plattformen erzielt – und das bei gleichzeitigen Rekordwerten bei der klassischen TV-Ausstrahlung. Das unterstreicht unsere Strategie: Menschen wollen starke und originäre Inhalte zu jeder Zeit, egal wo und auf welchem Endgerät und trotzdem nicht auf den einen Moment im TV verzichten.

Diesen Weg verfolgen wir auch konsequent mit unserer Streaming-Plattform **Joyn**. Definitiv ein Meilenstein-Projekt: Joyn ist im Juni live gegangen, wir haben hier also in weniger als einem Jahr ein komplett neues Produkt gebaut. In dieser Zeit ist das übrigens einzigartig in Europa. Und das ist auch das Angebot selbst: In der werbefinanzierten Version bündeln wir Livestreams von 60 Sendern, denn Joyn ist explizit eine offene Aggregator-Plattform, und bieten zusätzlich lokale Originals, TV-Programme als Previews und im Catch-Up. Im November ist außerdem die Abonnenten-Version Joyn PLUS+ gestartet, auf der noch einmal mehr exklusive Produktionen sowie Pay-Sender und HD-Qualität verfügbar sind. Kurz: das größte Freemium-Angebot Deutschlands in einer App. Auch hier haben wir uns klar am Nutzer orientiert. Bei Joyn entscheidet jeder selbst, ob er zahlen möchte oder nicht, ob er Live-TV oder Video-on-Demand-Inhalte schauen möchte. Das unterscheidet uns im Markt – wir sind kein deutsches Netflix und wollen es auch nicht werden. Darauf, dass wir in einem halben Jahr schon über alle Geräte 7 Mio Nutzer für Joyn gewonnen haben, können wir sehr stolz sein!

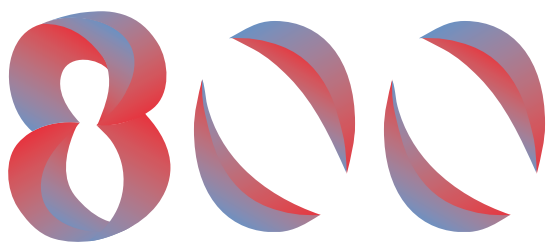


... TOTAL REACH & MONETIZA TION



Mehr lokale und digitale Inhalte vergrößern unsere Gesamtreichweite, die wir über innovative Werbetechnologien adressierbar machen und damit besser monetarisieren können. Mit unseren sogenannten **Addressable TV**-Produkten spielen wir Werbung zielgruppengenau aus und adressieren so Werbekunden, die wir bislang nicht erreicht haben, und damit ein Marktvolumen jenseits des klassischen TV-Werbegeäfts. Das Potenzial: Bis 2022 soll der Markt für Addressable TV und Online-Video in Deutschland im einstelligen Milliarden-Bereich liegen.

Deshalb arbeiten wir intensiv an einer Vielzahl von Projekten im Targeting- und Addressable-TV-Bereich. Im Sommer haben wir mit dem Markt-Launch des „Addressable TV Spots“ einen wichtigen Schritt gemacht. Hier können wir auf allen Sendern einen linearen Eigenwerbung-TV-Spot mit einem adressierbaren Spot überblenden. Gleichzeitig haben wir mit der Mediengruppe RTL das Joint Venture **d-force** gestartet - damit hat der deutsche Werbemarkt erstmals eine gemeinsame, vollautomatisierte Buchungsplattform für Addressable-TV und Online-Video. Und die Zahlen zeigen, dass das der richtige Weg ist: 2019 sind unsere Umsätze im digitalen und smarten Werbegeäft um 38 Prozent gestiegen - dieses Tempo wollen wir halten.



ADDRESSABLE TV-KAMPAGNEN
HABEN WIR 2019 AUSGESPIELT.

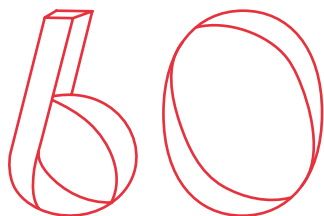
... PASSIONATE CREATORS



Wir treiben unsere Transformation zu einem digitalen, diversifizierteren Konzern mit Nachdruck voran. Der Puls dahinter ist unser passioniertes **ProSiebenSat.1-Team**. Deshalb möchte ich mich bei jedem Einzelnen bedanken. Für das Engagement und die Leidenschaft, die unser Team tagtäglich in neue Services, Produkte und Inhalte steckt, die ProSiebenSat.1 vorwärtsbringen. Denn Transformation kann nur gelingen, wenn alle mitanpacken und den Mut haben, Altbewährtes zu verändern.

Dieses Mindset haben wir auf unsere Organisation übersetzt und unsere Konzernstruktur seit Januar 2020 agiler gestaltet: Die Holding konzentriert sich jetzt auf rein strategische Aufgaben und gibt ihre bisher operativen Funktionen an die jeweiligen Business-Segmente ab – auf diese Weise machen wir die Segmente eigenständiger und schneller. Wir sind überzeugt, dass wir in dieser Aufstellung am besten auf die kontinuierlichen Veränderungen in unserer Branche reagieren können.

Denn auch 2020 wird das Marktumfeld im TV-Werbe-geschäft herausfordernd bleiben. Aber unser Kurs steht – wir richten all unsere Energie auf unsere **Zukunftsthemen**: mehr und vor allem lokale Inhalte sowie deren digitale Verbreitung, intelligente Werbeangebote und natürlich den Austausch zwischen



MIO MENSCHEN ERREICHEN
WIR MONATLICH MIT
UNSEREN TV-ANGEBOTEN
IN DEUTSCHLAND.



unserem Entertainment- und Commerce-Geschäft. Deshalb werden wir auch in genau diese Bereiche weiter investieren. Außerdem wollen wir die technischen Plattformen hinter Joyn und d-force in andere europäische Länder expandieren. Dabei spielen Partnerschaften und Kooperationen eine wichtige Rolle – so wie mit General Atlantic bei der NuCom Group, Discovery bei Joyn, RTL bei d-force und TF1 und Mediaset bei Studio71. Entscheidend dabei ist immer, dass wir zusätzliches Wachstum und nachhaltigen Wert schaffen.

Wir sind noch nicht am Ziel, gehen aber in allen kritischen, strategischen Punkten nach vorne – und das schneller als der Großteil unserer europäischen Wettbewerber. Unser Nicht-TV-Werbe-geschäft ist 2019 um 12 Prozent gewachsen und macht mittlerweile 52 Prozent unseres Konzernumsatzes aus. Damit sind wir **eines der diversifiziertesten Medienunternehmen Europas**. 2019 hat gezeigt, dass unsere bewusste Entscheidung, in Zukunftsinitiativen zu investieren, richtig ist. Nur so machen wir unsere Transformation sowie langfristiges Wachstum in Umsatz und Ergebnis für ProSiebenSat.1 überhaupt möglich. Diesen Weg gehen wir auch 2020 unbeirrt weiter, um damit auch unserer Verantwortung unseren Aktionären gegenüber gerecht zu werden. 2020 streben wir an, unser Umsatzwachstum fortzusetzen und unser adjusted EBITDA zu stabilisieren. Hierbei wird die Entwicklung unserer Entertainment-Werbeerlöse eine entscheidende Rolle spielen. In diesem Ausblick sind jedoch die möglichen Auswirkungen, die eine weitere Ausbreitung des Corona-Virus auf Investitionsentscheidungen von Werbekunden haben könnte, nicht berücksichtigt.

UNSER VORSTAND



**RAINER
BEAUJEAN**
Finanzvorstand

**MAX
CONZE**
Vorstands-
vorsitzender

**CONRAD
ALBERT**
Stv. Vorstandsvorsitzender,
Group General Counsel

DIGITAL ATTACK



JOYN: EINE APP FÜR JEDEN GESCHMACK!

KATJA HOFEM, CCMO UND GESCHÄFTS-FÜHRERIN, JOYN

Ob Live-TV oder On-Demand-Inhalte, lokale Serienhits oder internationale Top-Filme, im Abo oder frei verfügbar - mit einem einzigartigen Angebot rollen Discovery Communications und ProSiebenSat.1 den deutschen Streaming-Markt auf: Gemeinsam haben sie im Juni 2019 Joyn gestartet, die größte Freemium-Plattform Deutschlands. Geschäftsführerin und Chief Commercial & Marketing Officer Katja Hofem erzählt im Interview über Herausforderungen und Chancen:

●●● Wie kam es zu der Idee, eine Streaming-Plattform für Deutschland aufzubauen?

Joyn entstand aus der Idee, eine lokale Aggregator-Plattform für deutschsprachige Sender und Inhalte zu schaffen. Vor etwa zwei Jahren hat ProSiebenSat.1 dafür mit Discovery Communications ein Joint Venture gegründet. Denn Discovery arbeitete ebenso wie

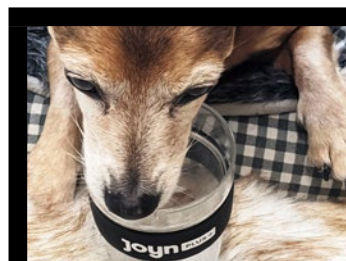
ProSiebenSat.1 an diesem Ansatz - unser gemeinsames Ziel war es, eine neue Heimat für lokale Nutzer zu schaffen.

●●● Inwiefern unterscheidet sich Joyn von anderen Plattformen?

Bisher gab es auf dem deutschen Markt entweder reine digitale TV-Verlängerungen oder Anbieter von Video-on-Demand-Inhalten. Warum aber dieses „Entweder-Oder“? Der Nutzer möchte doch den besten deutschsprachigen Mix auf einer Plattform. Mit Joyn geben wir ihm genau das: klassisches Live TV, Previews und Catch-Up-Inhalte im Vorfeld bzw. Nachgang zur Ausstrahlung im Fernsehen, unterhaltsame wie ergreifende Original-Produktionen und eine umfassende Film-Mediathek. Joyn ist heute das Zuhause von 60 Sendern und über 30.000 Bewegtbildinhalten. Und wir bauen dieses Angebot ständig aus, denn Joyn ist eine offene Plattform, in die wir kontinuierlich neue Inhalte oder gar Partner aufnehmen - so wie wir es schon mit den öffentlich-rechtlichen Sendern getan haben.

●●● Wie wird Joyn bislang angenommen?

Joyn ist definitiv im Markt angekommen, das spiegeln die Zahlen wider: Die App wurde allein 2019 schon mehr als sechseinhalb Millionen Mal heruntergeladen, die monatliche Nutzerzahl lag zum Jahresende bei über sieben Millionen. Besonders stark wird übrigens die mobile Version genutzt und im Vergleich sind die Live-TV- und On-Demand-Inhalte



Raketentart: In nur wenigen Monaten kletterten die monatlichen Nutzerzahlen auf über 7 Mio. Dank des breiten Angebots ist die App zur Heimat für lokale Nutzer geworden - und das Joyn-Büro zum zweiten Wohnzimmer für Katjas Hund Tilly.

gleichermaßen beliebt. Das ist für uns die Bestätigung, dass die Kombination unserer Angebote genau richtig ist. Besonders gut funktionieren neben lokalen wie internationalen Serien und den großen TV-Formaten ungewöhnliche Programme, die auch mal anecken dürfen.

●●● Joyn ist in weniger als einem Jahr entwickelt worden. Was war die größte Herausforderung?

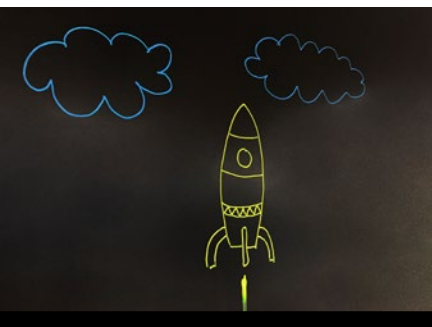
Alexandar Vassilev als CEO und COO Tassilo Raesig waren die Männer der ersten Stunde. Die größte Herausforderung war also, die richtige Mannschaft aufzubauen, die innerhalb kürzester Zeit diese Mammutaufgabe mit Leidenschaft stemmen kann - gerade auf dem Tech-Markt sind Talente schließlich hart umkämpft. Und das ist uns gelungen: Heute, knapp zwei Jahre später, bilden einschließlich unserer externen Mitarbeiter 300 Personen das Herz von Joyn.

●●● Im November 2019 habt Ihr zusätzlich zum kostenlosen Angebot noch eine Premium-Version eingeführt, Joyn PLUS+. Was erhofft Ihr Euch davon?

Mit Joyn PLUS+ können wir noch umfangreichere, aufwändig produzierte Inhalte anbieten. Unser Freemium-Modell überlässt dem Kunden die Wahl: Viele Nutzer möchten das volle Programm und bezahlen dafür gerne einen kleinen Preis. Andere bevorzugen die kostenlose werbefinanzierte Version. Damit sind wir in zwei Bereichen aktiv, die großes Potenzial haben.

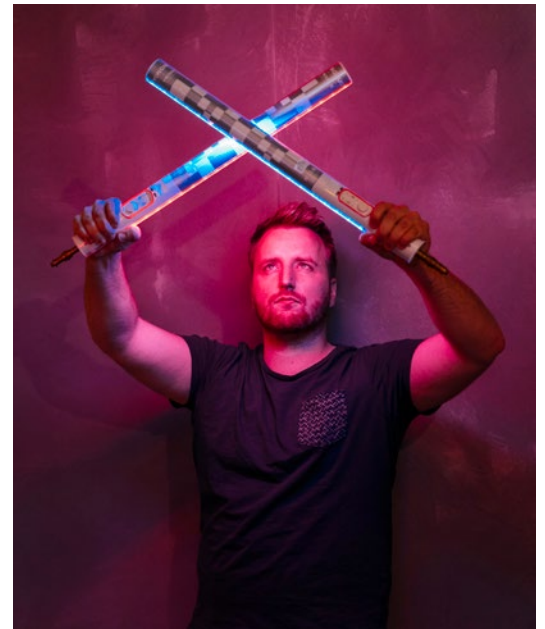
●●● Inwiefern?

Sowohl die Abonnentenzahlen von bezahlten Video-on-Demand-Angeboten als auch die Werbeumsätze beim kostenfreien Streaming sollen sich bis 2023 verdoppeln, das zeigen aktuelle Studien. Dank unseres Freemium-Ansatzes profitieren wir also in zweierlei Hinsicht von diesen Wachstumschancen!





WIR ‚VERLÄNGERN‘ NICHT EINFACH DEN TV-CONTENT IN DIE ONLINE-WELT. WIR ERZÄHLEN VIELMEHR IMMER NEUE, NICHT IM TV GEZEIGTE GESCHICHTEN UND INSZENIEREN DIE SHOW AUF JEDEM KANAL ANDERS. DARAUSS ERGEBEN SICH UNENDLICH VIELE MÖGLICHKEITEN FÜR ONLINE-ONLY-FEATURES, DIE UNS ZU EINEM FIRST MOVER IM DIGITALBEREICH MACHEN.



Dominik Stahl

Senior Social Media Strategie,
ProSiebenSat.1 TV Deutschland

Die erfolgreichste Musikshow Deutschlands bricht auch online alle Rekorde: Staffel 9 von „The Voice of Germany“ erreichte im Herbst 2019 mehr als 266 Mio Video Views über alle Digitalplattformen hinweg - das sind drei Mal mehr als 2018. Allein auf Facebook erreichte die Show im Ausstrahlungszeitraum durchschnittlich 10 Mio Menschen pro Woche. Behind-the-Scenes-Material und Web-exklusive Formate wie „Voice Storys“, die „The Voice: Comeback Stage by SEAT“, eigene Instagram-Filter oder GIFs machen TVOG zum digitalen Aushängeschild der Gruppe - und schaffen eine noch größere Reichweite für das Format.

Digital ist ihre DNA: Als eines der weltweit führenden Digital-Studios und Multiplattform-Netzwerke, bei dem Creator im Mittelpunkt stehen, arbeitet Studio71 mit den bekanntesten Social Influencern zusammen. Gemeinsam entwickeln sie maßgeschneiderte Konzepte für Werbepartner, für ihre Zielgruppe passgenaue Produkte und Spitzen-Entertainment für ein Millionenpublikum. Zugleich spielt Studio71 auch zahlreiche populäre TV-Formate von ProSiebenSat.1 auf YouTube aus und spricht damit neue Zielgruppen an. So ist beispielsweise „Galileo“ 2019 mit 605 Mio Video Views das erfolgreichste deutsche TV-Format auf YouTube in der DACH-Region.



Sebastian Romanus

Geschäftsführer, Studio71



UNSERE CREATOR STECHEN DURCH IHRE KREATIVITÄT, LEIDENSCHAFT UND PROFESSIONALITÄT AUS DER NAHEZU UNÜBERSCHAUBAREN ANGEBOTSVIELFALT IM NETZ HERVOR UND BEGEISTERN TÄGLICH VIELE MILLIONEN MENSCHEN - NICHT NUR MIT IHREN AUTHENTISCHEN DIGITALEN INHALTEN, SONDERN AUCH MIT EIGENS KONZIPIERTEN PRODUKTLINIEN ODER AUFTRITTEN IN ERFOLGREICHEN PROSIEBENSAT.1-FORMATEN.

LIVE, LOKAL, RELEVANT: PULS 24

CORINNA MILBORN, PROSIEBENSAT.1
PULS 4-INFODIREKTORIN & STEFANIE GROISS-
HOROWITZ, SENDERCHEFIN, PULS 4 & PULS 24

ProSiebenSat.1 hat 2019 den Bereich Infotainment weiter ausgebaut. Unter dem Motto „Digital First“ ging im September das Angebot von PULS 24 an den Start. Das Ziel: Nachrichtenreferenz Nummer eins in Österreich werden. Zwei Monate nach dem Launch wurde die App des 360-Grad-Projekts bereits über eine halbe Million Mal heruntergeladen - ein vielversprechender Beginn.

Als am 17. Mai 2019 um 18 Uhr das Ibiza-Video um die FPÖ-Politiker Heinz-Christian Strache und Johann Gudenus an die Öffentlichkeit ging, war das nicht nur das vorzeitige Ende der bis dato amtierenden türkis-blauen Regierung, sondern auch der Startschuss im 3. Wiener Bezirk. Was im Hintergrund schon lange vorbereitet wurde, galt es nun innerhalb weniger Wochen an den Start zu bringen: einen neuen Nachrichtensender, der lokaler, näher am Geschehen und relevanter ist als alles, was es bisher in Österreich gegeben hat. „Ursprünglich war der Launch

deutlich später geplant, doch dann kam dieses Video. Mit der Entscheidung für Neuwahlen war allen sonnenklar, dass wir definitiv noch davor starten müssen“, erklärt ProSiebenSat.1 PULS 4-Infodirektorin Corinna Milborn, die gemeinsam mit Senderchefin Stefanie Groiss-Horowitz der Kopf hinter PULS 24 ist.

ProSiebenSat.1 PULS 4-CEO Markus Breitenecker setzt sich schon seit langem für Public-Value-Inhalte bei der Privatsender-Gruppe ein. Der Wunsch nach einem eigenen News-Sender war also naheliegend. Seit Mai 2019 gab es bereits 24/7-News in Form der Video- und Nachrichten-App PULS 24 auf der österreichischen Streaming-Plattform ZAPPN. Das Besondere: Basierend auf Künstlicher Intelligenz durchsucht sie die deutschsprachige Online-Medienwelt und fasst die relevantesten Nachrichten passgenau auf die Präferenzen der Nutzer zusammen. Trotz ihrer Leidenschaft für das Digitale hat das Team um Milborn und Groiss-Horowitz schnell gemerkt, dass aber erst Fernsehen die Kraft hinter den News entwickelt, ihnen Relevanz gibt und für Verlässlichkeit steht. „Digital zu denken ist essentiell. Sehr viele Zuschauer sehen

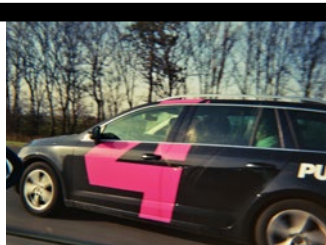


tagsüber nicht linear fern, trotzdem ist ihnen eine TV-Sendung wichtig. Dass wir erst digital gestartet sind, hat uns zum Beispiel die Möglichkeit gegeben, rund um die Ibiza-Affäre sehr lange News-Sendungen zu testen“, sagt Corinna Milborn. PULS 24 nicht auf allen Kanälen und Plattformen zu denken, war also zu keiner Zeit eine Option.

„DAS WAR EIN ECHTER FERNSEH- MACHER-MOMENT!“

Die Unterstützung seitens der Geschäftsführung war enorm. „Markus ist ein echter Fackelträger. Seine Fähigkeit, alle mitzureißen, muss man erlebt haben!“, erinnert sich Stefanie Groiss-Horowitz begeistert. Auch wenn es für viele zunächst ein Schockmoment war, als die Entscheidung für den vorgezogenen Start fiel, hat das

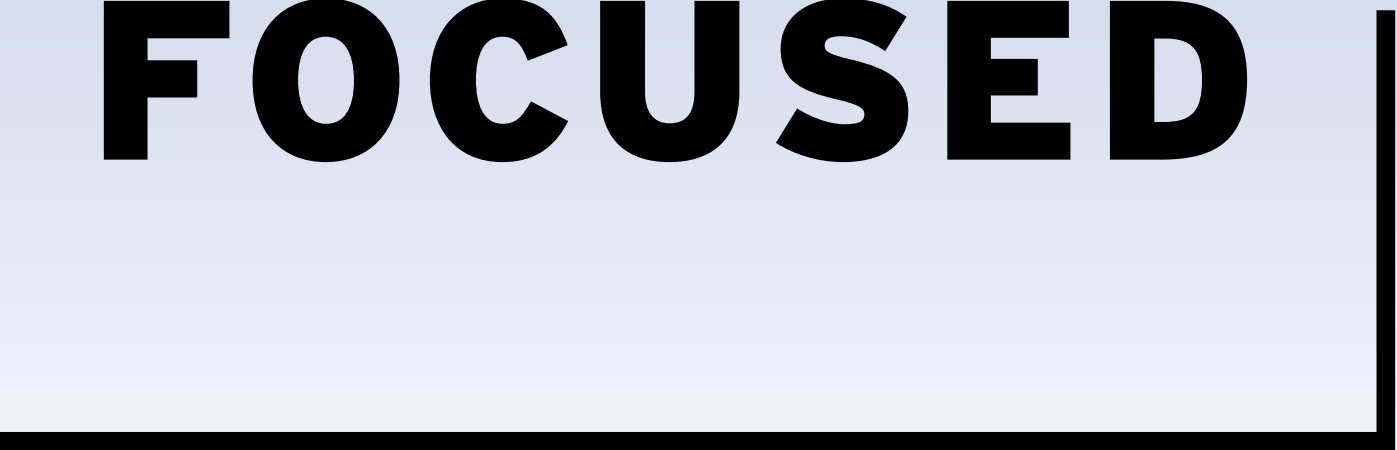
Team dennoch in nur drei Monaten einen kompletten Sender aufgebaut, zwei neue TV-Studios eingerichtet, 35 Mitarbeiter eingestellt und die gesamte Technik aufgesetzt. Am 1. September war es dann so weit: Im brandneuen Studio geht PULS 24 erstmals auf Sendung. Kein Geringerer als Österreichs Bundespräsident Alexander Van der Bellen drückt den Startknopf. Zur Primetime stellt sich ÖVP-Chef Sebastian Kurz den Fragen von Moderatorin Corinna Milborn. Ein echter Gänsehautmoment für alle Fernsehmacher - zu sehen, wie ihre Idee zum Leben erweckt wird. Die Vision? Der größte in Österreich empfangbare Nachrichtensender zu sein, der sowohl seinen Zuschauern linear als auch seinen Usern digital gute, ausführliche Informationen bietet und für Live-Berichterstattung steht. Dahinter? Ein Team im Media Quarter Marx, das alles dafür gibt.



News-Kompetenz im Doppelpack: Corinna Milborn (l.) und Stefanie Groiss-Horowitz leben für lokale Live-Inhalte. Mit dem Wiener Media Quarter Marx als Homebase, berichten die PULS 24-Teams täglich aus ganz Österreich.



**CON
SUMER
FOCUSED**



PERFECT MATCH

TIM SCHIFFERS, CEO, PARSHIP GROUP

Es ist der Stoff, aus dem Geschichten sind: Sie vertreten die gleichen Überzeugungen, wirken auf unterschiedlichen Kontinenten und finden schließlich im Herbst 2018 zusammen. Die Rede ist von der Parship Group und eharmony, der Ikone unter den Online-Partnervermittlungen. Doch wie ging es seit der Akquisition weiter?

Wir schreiben Herbst 2018, als der Parship Group mit ihren bekannten Marken Parship und ElitePartner das gelingt, was zuvor noch kein anderes deutsches Online-Unternehmen geschafft hat: Sie übernimmt ihr amerikanisches Vorbild eharmony, das im Jahr 2000 den Online-Matchmaking-Markt in den USA maßgeblich mitbegründet hat. Nur kurze Zeit später, am Valentinstag 2001, führt Parship die auf einem Matchmaking-Verfahren basierende Partnersuche in Deutschland und Europa ein.

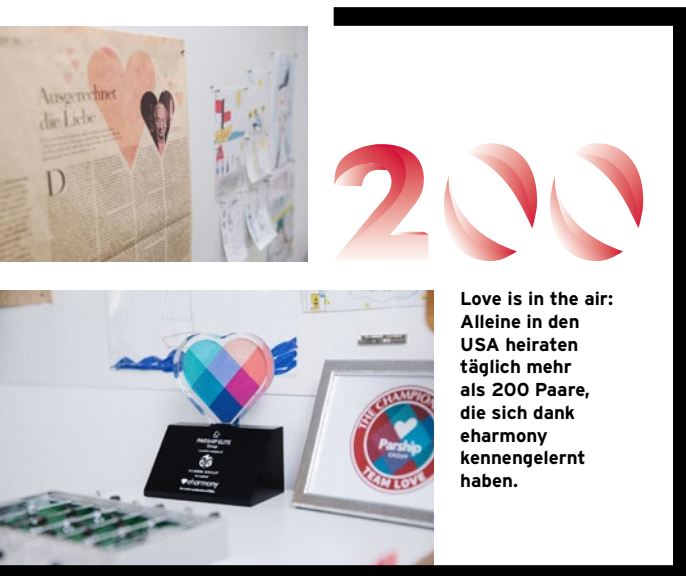
17 Jahre später kommt also zusammen, was zusammengehört: Parship und ElitePartner auf der einen und eharmony auf der anderen Seite des Atlantiks waren bereits in der Vergangenheit nahezu deckungsgleich positioniert. Ihr Auftrag? Liebe. Beide Angebote sprechen Singles an, die nach einem Partner für eine ernsthafte Beziehung suchen. Diese durchlaufen zu Beginn einen Fragebogen, der bestimmte Merkmale ihrer Partnerschaftspersönlichkeit ermittelt. Basierend auf den

Ergebnissen erfolgt anschließend das Matching. „Dieser Fokus auf Ernsthaftigkeit ist etwas, das wir nicht einfach vor uns hertragen. Das ist ganz klar die DNA aller drei Marken“, macht Tim Schiffers, CEO Parship Group, deutlich. „eharmony verkörpert die gleichen Werte wie unsere Marken Parship und ElitePartner. Nicht nur deshalb war der Zusammenschluss mit eharmony für uns ein Perfect Match.“ Denn mit der Übernahme der amerikanischen Ikone geht die Parship Group zugleich auch konsequent einen Schritt weiter in Richtung Internationalisierung: „Wir erweitern unser Angebot mit den Märkten USA, Kanada, UK und Australien um einen neuen Sprachraum - und das mit einem Unternehmen, das perfekt zu uns passt.“

Gemeinsam mit seinen Geschäftsführungskollegen Henning Rönneberg und Marc Schachtel trieb Schiffers im vergangenen Jahr die Integration des US-Vorbilds voran: „Die Parship Group hat eine sehr erfolgreiche Entwicklung

genommen und mit der Akquisition und Integration von ElitePartner 2016 eine tolle Erfolgsstory geschrieben. eharmony konnte vor unserer Übernahme nicht mehr so stark von seiner hohen Bekanntheit profitieren und hatte deutlich an Relevanz verloren.“ Es galt also, das Unternehmen aus seinem Dornröschenschlaf zu wecken. Die Voraussetzungen waren gut, zeichnet sich eharmony doch - speziell im US-amerikanischen Markt - durch eine hohe Markenbekanntheit aus und liegt gleichauf mit Marken wie Twitter, Instagram, Budweiser oder American Airlines. Zudem konnte die Parship Group von der Expertise profitieren, die das Team zuvor bereits bei der ElitePartner-Integration erworben hatte. Um Singles künftig auch bei eharmony den besten Service bieten zu können, hat sich die Gruppe dazu entschlossen, die US-Marke auf eine gemeinsame technische Plattform mit Parship und ElitePartner zu heben. „Was einfach klingt, war

tatsächlich ein riesiges Projekt, an dem das gesamte Team in den ersten zwölf Monaten nach der Übernahme gearbeitet hat“, resümiert Tim Schiffers. Doch die Anstrengungen haben sich gelohnt: Genau ein Jahr nach Kauf und auf den Tag genau wie geplant, wurde im November 2019 die Plattformintegration abgeschlossen. Und die nächsten Schritte sind bereits in Planung, das Ziel fest im Auge: „Wir wollen erreichen, dass eharmony wieder ganz klar als die Go-To-Brand für die Vermittlung ernsthafter Partnerschaften wahrgenommen wird - so wie es bei Parship und ElitePartner im deutschsprachigen Raum und in der Benelux-Region der Fall ist.“ 2020 steht für die neue, vergrößerte Parship Group also klar im Zeichen von Innovation und Weiterentwicklung, um den Menschen auf der Suche nach dem passenden Partner die perfekte Hilfestellung zu bieten. Eine Liebesgeschichte mit Fortsetzung.



DIE KUNST DES GESCHICHTENERZÄHLENS

JOLANDA FEIGL, DIRECTOR CONCEPTION & BRAND COOPERATION, SEVENONE ADFACTORY

Werbung, die sich nicht wie Werbung anfühlt? Jolanda Feigl macht's möglich. Als Director Conception & Brand Cooperation bei der SevenOne AdFactory entwickelt sie zusammen mit ihrem Team kreative 360-Grad-Kampagnen, um die Markenwelten und Geschichten der Werbepartner authentisch mit den Formaten von ProSiebenSat.1 zu verzahnen. Das Resultat: innovative Werbeformen und bestes Entertainment für den Zuschauer.

●●● Was macht Werbeformen wie Product Placements oder Special Ads aus?

Diese innovativen Werbeformen sind gefragter denn je: Sie bieten Werbekunden die Möglichkeit, ihre Zielgruppe authentisch im Rahmen unserer Shows anzusprechen. Zugleich eröffnen sich für uns so neue Erlösquellen bei der Vermarktung unserer Entertainment-Inhalte. Wir entwickeln für jeden Kunden ein perfekt auf dessen Marke zugeschnittenes Konzept, das sich zugleich harmonisch mit dem dramaturgischen Geschehen einer unserer Shows verbinden lässt. Mit diesen maßgeschneiderten Werbeformen gelingt es uns, maximale Nähe zwischen Werbetreibenden und Zuschauern herzustellen. Um das zu gewährleisten, stimmen wir uns eng mit der Redaktion des Formats ab und sprechen aktiv unseren Wunschwerbepartner an. So haben wir uns beispielsweise für „The Voice Kids“ 2019 zum Ziel gesetzt, das Thema „Lifestyle & Fashion“ größer zu spielen, da Musik und Mode eng miteinander verbunden sind. Mit H&M als Partner haben wir es so sogar geschafft, die erste „The Voice Kids“-Merchandise-Kollektion auf den Markt zu bringen und diese mit einer 360-Grad-Kampagne zu bewerben.

●●● Welche Rolle spielen die Zuschauer bei der Entwicklung neuer Werbekonzepte?

Bei jedem Konzept fragen wir uns, wie wir unsere Zuschauer bestmöglich unterhalten können. Uns ist deshalb besonders wichtig, dass sich die Werbekonzepte harmonisch und nativ in die Storyline

des jeweiligen Formats integrieren. Dass sich Marken trotz ihres werblichen Charakters authentisch mit redaktionsnahe Storytelling verzahnen lassen, zeigt unsere Product-Placement-Umsetzung mit PENNY und „Promi Big Brother“: Ein Grundbaustein der „Promi Big Brother“-Dramaturgie ist die totale Isolation der Bewohner, so dass alltägliche Dinge, wie der Gang in den Supermarkt, plötzlich einen höheren Stellenwert bekommen. Als die Show 2019 in einer Camping-Umgebung stattfand, war das die Chance, erstmals einen Partner aus dem Lebensmittel-Einzelhandel zum zentralen Werbe-Element einer Reality-Show zu machen. Da „Nachbarschaft“ eine wichtige Rolle in deren Markenstrategie spielt, sind wir mit unserer Idee, einen Supermarkt zu integrieren, auf PENNY zugegangen.



SevenOne AdFactory



400

Jolanda und ihr Team sind stolz auf das Ergebnis ihrer Arbeit: Die achteilige „The Voice Kids“ Merchandise-Kollektion, bestehend aus Kleidungsstücken und Accessoires für Kinder, war 2019 in über 400 H&M-Stores in Deutschland, Österreich und der Schweiz erhältlich.

Gemeinsam haben wir zum ersten Mal ein durchgängiges Product-Placement über die 14-tägige Staffel hinweg umgesetzt und den kleinsten PENNY-Markt der Welt eröffnet. Die Prominenten konnten so in Challenges Geld erspielen und anschließend im Camp-eigenen Supermarkt einkaufen.

●●● **Wie kam das Product Placement bei den Zuschauern an?**

Mit dem PENNY-Markt haben wir nicht nur das emotionalste Ereignis im Alltag der „Promi Big Brother“-Bewohner etabliert – auch bei unseren Zuschauern entwickelte sich

die #pennychallenge zum heimlichen Lieblingsspiel der Show. Der Hashtag #Penny hat es dank dieser besonderen Formatintegration sogar regelmäßig in die Top 10 der Twitter-Trends geschafft... Dass die Idee so gut bei den Zuschauern angekommen ist, freut uns ganz besonders!




WIR HABEN ‚QUEEN OF DRAGS‘ KONSEQUENT FÜR ALLE KANÄLE UMGESETZT UND FÜR JEDE ZIELGRUPPE DIE PASSENDE GESCHICHTE ERZÄHLT. DAMIT KONNTEN WIR UNSEREN GROSSARTIGEN DRAG QUEENS NICHT NUR EINE LÄNGST VERDIENTE BÜHNE GEBEN, SONDERN VOR ALLEM AUCH DEN GESELLSCHAFTLICHEN MEHRWERT DER SHOW NOCH STÄRKER HERAUSSTELLEN – UND IN HATE-SPEECH-ZEITEN EIN KLARES ZEICHEN FÜR VIELFALT UND TOLERANZ SETZEN. EIN UNTERHALTUNGSFORMAT, DAS IM DEUTSCHEN TV LÄNGST ÜBERFÄLLIG WAR.



Christiane Heinemann

Geschäftsführerin, Redseven Entertainment

Time to shine! Als erste Drag-Show im deutschen Fernsehen begeisterte „Queen of Drags“ Kritiker und Fans gleichermaßen. Redseven Entertainment hat die Show gemeinsam mit ProSieben entwickelt und produziert – und neben der TV-Sendung auch passgenaue Digital-Formate kreiert. Wöchentliche IGTV-Reviews oder das Online-Only-Format „Who’s that Queen“ versorgten die Community plattformübergreifend mit Updates aus dem „Queen of Drags“-Universum.



**TOTAL
REACH
& MONE
TIZATION**

KOOPERATION MIT DEM WETTBEWERBER: DAS LEUCHTTURMPROJEKT D-FORCE

JENS MITTNACHT, GESCHÄFTSFÜHRER,
SEVENONE MEDIA

Wie lässt sich Reichweite noch besser monetarisieren? Dieser Frage widmet sich Dr. Jens Mittnacht, Geschäftsführer der SevenOne Media, jeden Tag. Mit dem Leuchtturmprojekt d-force, einem Joint Venture von ProSiebenSat.1 und der Mediengruppe RTL, ist sein Team 2019 einen entscheidenden Schritt vorangekommen. Wie es zur Kooperation mit dem direkten Wettbewerber kam, erklärt Jens im Interview.



d-force

●●● Was verbirgt sich hinter d-force konkret?

d-force ist ein Joint Venture von ProSiebenSat.1 und der Mediengruppe RTL im Bereich AdTech. Im Zentrum steht die Technologie „Active Agent“ – eine vollautomatisierte Plattform, die es Unternehmen erlaubt, erstmals Werbung aus den Bereichen Adressable TV und Online-Video über eine Schnittstelle bei beiden Medienhäusern zu buchen. Kurz: Wir machen das Leben unserer Kunden leichter! Eine derart umfassende Kooperation gab es im deutschen Werbemarkt bis dato noch nie, selbst europaweit ist sie einzigartig.

●●● Wie kam es zu dieser Partnerschaft der zwei führenden TV-Häuser in Deutschland?

Der konkrete Anstoß kam aus dem Markt. Wir bekamen immer öfter von den Werbekunden zu hören: „Wir möchten eine gemeinsame Buchungsplattform.“ Da RTL bislang genauso intensiv wie wir das Thema Werbetechnologien vorangetrieben hat und wir in komplementäre Unternehmen investiert hatten, waren die Synergien offensichtlich. Also haben wir die Gespräche aufgenommen. Beiden Seiten war klar, dass wir zwar bei Inhalten, Quoten, um Werbeinventare und deren Vermarktung konkurrieren, nicht aber bei der Technologie. Im Juni 2019 war es dann soweit: Wir haben d-force gegründet, im August gab es grünes Licht vom Kartellamt und im September haben wir die ersten Kampagnen gestartet. Das war schon ein besonderer Moment!

●●● **Wie wird das Angebot im Werbemarkt angenommen?**

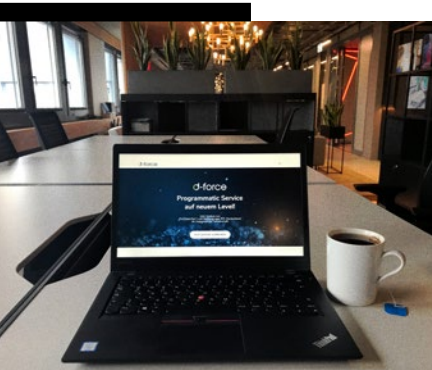
Wir bekommen von den Kunden seit Beginn viel Positives zurückgespielt, gerade was das umfassende Angebot und die einfache Buchung betrifft - mit nur wenigen Klicks ist die individuell passende Werbung bestellt. Aber das ist erst der Anfang: 2020 starten wir mit der programmatischen Aussteuerung der Addressable TV Spots und der Integration der „Cross Device Bridge“. Das bedeutet, dass wir verschiedene Geräte im Haushalt - also TV, Smartphone und Tablet - verknüpfen und eine Kampagne darüber zielgruppen-genau ausspielen können. Insgesamt ist die Resonanz aber nicht nur auf Kundenseite enorm, auch ausländische Broadcaster und Vermarkter zeigen großes Interesse.

●●● **Inwiefern? Wollt Ihr auch ausländische Partner in die Buchungsplattform integrieren?**

Im Februar 2020 haben wir unsere Buchungsplattform bereits nach Österreich gebracht und die Werbeinventare unserer Tochter ProSiebenSat.1 PULS 4 sowie dem österreichischen Vermarkter von RTL integriert. Außerdem sind wir mit Medienunternehmen aus der Schweiz in Kontakt. Unser Ziel ist es, auf der Plattform ein größtmögliches Werbeportfolio anzubieten. Was Länder außerhalb des deutschen Sprachraums betrifft: Hier wollen wir unser Angebot vielmehr als eigenständige Tech-Lösung in der jeweiligen Landessprache etablieren. Diese Aufgabe treibt jetzt auch das neue Geschäftsführer-Team von d-force voran, das am 1. Januar gestartet ist.

●●● **Was verspricht sich ProSiebenSat.1 langfristig von d-force?**

Wir stellen damit klar unsere Innovationsführerschaft im Bereich Werbetechnologie unter Beweis - schließlich ist die technologische Basis „Active Agent“ Teil unserer AdTech-Tochter Virtual Minds. Wir wollen mit d-force aber auch das Wachstum unseres Addressable TV-Geschäfts beschleunigen, denn genau dieser Bereich bietet enormes Potenzial für die Monetarisierung unserer Reichweiten - und ist unsere absolute Kernkompetenz!



Eine derart umfassende Kooperation wie d-force gab es im deutschen Werbemarkt bis dato noch nie, selbst europaweit ist sie einzigartig. Seit 1. Januar 2020 treiben Ralf Hammerath, Alen Nazarian und Jens Pöppelmann (v. l. n. r.) in der Geschäftsführung das Leuchtturmprojekt nun voran.



Stefanie Fröhner
SVP, Business Intelligence Entertainment

Zusammen mit ihrem Team hat Stefanie Fröhner, SVP Business Intelligence Entertainment, die neue interne Messgröße Total Video Viewtime (TVV) entwickelt. Der Vorteil? Die TVV beschreibt anschaulich in Minuten, wie lange Nutzer insgesamt und plattformübergreifend unsere Entertainment-Angebote konsumieren. TV- und Streamingdaten werden dadurch 1:1 vergleichbar. Die Messgröße ist direkt verbunden mit der gelernten Zahlenwelt, da TVV bekannte, werberelevante Währungen wie Video Views und Sehbeteiligung in Minuten umrechnet. Denn was zählt, ist, dass unser Content Menschen erreicht - egal auf welcher Plattform.



MIT DER TOTAL VIDEO VIEWTIME MACHEN WIR DEN ZAHLENSCHWENKEL TRANSPARENT UND REICHWEITE PLATTFORMÜBERGREIFEND VERGLEICHBAR: WIR ZÄHLEN, WIE LANGE UNSER CONTENT GEGEHEN WIRD - UND ZWAR LINEAR UND DIGITAL.

MIT DEM ADDRESSABLE TV SPOT ZU NEUEN WERBEKUNDEN

THOMAS WAGNER, VORSITZENDER DER GESCHÄFTSFÜHRUNG, SEVENONE MEDIA

Samstag, 20:15 Uhr: „Das Duell um die Welt“ steht kurz bevor, es ist Joko und Klaas-Abend. Miriam, 27 Jahre, sitzt auf dem Sofa vor ihrem Smart TV. Gleich geht's los! Bevor die Show beginnt, wird ein Werbespot eingeblendet. Es geht um die neue Kosmetik-Kollektion von MAC Cosmetics. Zur exakt selben Zeit wartet Peter ebenfalls auf den Start von „Das Duell um die Welt“. Im Gegensatz zu Miriam sieht der 53-Jährige den TV-Spot eines Elektromarkts, der eine neue Smartphone-Generation bewirbt.

Zwei verschiedene Werbespots für zwei unterschiedliche Zuschauerzielgruppen, zu sehen zur gleichen Zeit auf einem Sender. Möglich macht das der neue Addressable TV Spot, den die SevenOne Media, Vermarktungstochter des ProSiebenSat.1-Konzerns, im

August 2019 nach einer etwa einjährigen Betaphase auf den Markt gebracht hat.

„Dahinter steckt eine einzigartige Technologie, die wir selbst entwickelt und europaweit zum Patent angemeldet haben“, verrät Thomas Wagner, Vorsitzender der Geschäftsführung der SevenOne Media. „Werbekunden können bereits im Vorfeld Zuschauerkriterien wie Alter, Geschlecht, Interessen oder Nettoeinkommen definieren und die Inhalte ihres Werbespots passgenau auf diese Zielgruppe ausrichten. Der Addressable TV Spot überblendet dann den klassischen Werbespot und wird nur an den vorab festgelegten Zuschauerkreis ausgespielt.“ Überblendet werden ausschließlich Eigen-Werbungen aus dem ProSiebenSat.1-Haus. Zuschauer außerhalb des vorab definierten Kreises sehen also diesen Werbespot. Voraussetzung ist außerdem ein internetfähiges TV-Gerät. Das Angebot ist bei ProSiebenSat.1 für alle Sender und in allen Zeitschienen verfügbar, ob zum Frühstück fernsehen oder zur Prime Time.

„Addressable TV ist eines der bedeutendsten Wachstumsfelder in der Vermarktung“, erklärt Wagner das Potenzial des neuen Angebots. „Wir kombinieren das Beste aus der digitalen und der linearen Welt: die Präzision in der Auslieferung mit der Reichweitenstärke des TV.“ Die Vorteile liegen auf der Hand: „Dank der gezielten Aussteuerung ermöglichen unsere adressierbaren TV-Spots ein Höchstmaß an Aufmerksamkeit



> 100

Über 100 Addressable TV Spots hat die SevenOne Media im Jahr 2019 verkauft. Dahinter steckt viel Marktrecherche, Kundentermine und Teamarbeit.



beim Fernsehpublikum und ergänzen zielgenau unsere linearen Reichweiten. Interessant ist vor allem, dass wir hiermit jetzt auch Kunden erreichen, für die TV-Werbung bislang noch nicht in Frage kam. Somit können wir einen ganz neuen Teil des Werbemarkts adressieren.“

Die Kunden reagieren positiv, so Wagner: „Allein 2019 haben wir über 100 Kampagnen umgesetzt, für Kunden wie Nestlé, Opel oder Vodafone. Und das Marktpotenzial für die kommenden

Jahre ist enorm.“ Bis 2022 wird in Deutschland, Österreich und der Schweiz zusammen der Markt für Addressable TV und Online-Video voraussichtlich im einstelligen Milliardenbereich liegen. Aktuell sind bereits rund 18 Mio internetfähige TV-Geräte im deutschsprachigen Raum für individualisierte Werbung mit Targeting-Möglichkeiten erreichbar. 36 Prozent des deutschen Fernsehpublikums lassen sich schon heute über Smart-TV-Geräte erreichen.

**PASSIO
NATE
CREATORS**



„DIESE 15 MINUTEN SIND NERVENKITZEL PUR“

DAISY ROSEMEYER-ELBERS,
EXECUTIVE PRODUCER,
CONTENT CREATION PROSIEBEN

Zwei altbekannte Dauerkontrahenten als neues Team. Der Gegner: Groß, rot und mächtiger denn je. Im Mai 2019 traten Joko und Klaas erstmals nicht gegeneinander an, sondern forderten gemeinsam ihren Arbeitgeber heraus. In der Prime-Time-Showreihe „Joko & Klaas gegen ProSieben“ spielen die beiden Entertainer in verschiedenen Spielrunden um einen 15-minütigen Live-Sendeplatz zur freien Gestaltung. Daisy Rosemeyer-Elbers hat die Show mitentwickelt und umgesetzt. Als die Frau, die bereits mit Michael „Bully“ Herbig im Studio stand und einst mit Stefan Raab den ESC-Sieg holte, weiß sie, was dieses neue Format so einzigartig macht. Und warum das deutsche Fernsehen mehr solcher Shows „made in Germany“ braucht.



Zwischen Schule und Studio: Als zweifache Mutter beginnt Daisys Tag früh. Und endet, wie mit den ersten 15 Minuten von Joko und Klaas, oft spät (im Bild: Pia Klemp Platz, Rettungsschiff-Kapitänin, berichtete aus ihrem alltäglichen Engagement in der Seenotrettung). „Wie jede Mama weiß: Beruf und Familie zusammenzubringen, ist manchmal eine Herausforderung. Bei ProSieben kann ich beides unter einen Hut bringen.“



●●● Wie habt Ihr die Idee zu dieser Show entwickelt?

Nach dem Erfolg von „Duell um die Welt“ wollten wir mit Joko und Klaas neue Impulse setzen. Und das mit einem Showkonzept, das breiter und familienfreundlicher aufgestellt ist als bisherige Formate mit den Jungs. Im Gespräch mit der Produktionsfirma Florida TV fiel irgendwann der Satz „Warum spielen die beiden eigentlich nicht mal gegen ProSieben?“. Die Idee fanden auf Anhieb alle gut. Aber wir haben schnell gemerkt: Es gibt nicht DIESE eine Person, die für ProSieben steht. Die rote Sieben ist eine Marke, ein Lebensgefühl – also haben wir auf die abstrakte Figur „Herr ProSieben“ zurückgegriffen, die wir bereits in „Duell um die Welt“ etabliert hatten. Nach und nach haben wir – gemeinsam mit Joko und Klaas – ein Konzept entwickelt, in dem die beiden zum

ersten Mal als Team agieren. Und das Ganze haben wir dann „garniert“ mit einem bisher nie dagewesenen Spieleinsatz: 15 Minuten Live-Sendezeit auf ProSieben. Zur Prime Time.

●●● **Direkt die ersten gewonnenen 15 Minuten verschenken die beiden an „Menschen, die mehr zu sagen haben als wir“, wie Klaas es beschrieb. Es gab starke Statements zu den Themen Seenotrettung, Rechts-extremismus, Obdachlosigkeit. Viele Zuschauer hat das überrascht – Dich ebenso?**

Die Jungs wollten etwas machen, was nicht erwartbar ist – und das haben sie voll erfüllt. Menschen eine Plattform zu geben, die diese Fläche sonst nicht haben, war eine geniale Idee. Dass wir dabei mit einem Unterhaltungsformat auch einen gesellschaftlichen Mehrwert

schaffen, freut uns natürlich und ist als TV-Unternehmen, das jeden Tag so viele Millionen Menschen erreicht, auch ein Stück weit unsere Aufgabe. Auch wenn schon vor der Sendung bekannt war, dass Joko und Klaas ihre Meinung klar in der Öffentlichkeit vertreten: Wir fanden ihren Mut bewundernswert, zumal negative Reaktionen auf eine so deutliche Positionierung zu kontroversen Themen natürlich nicht ausblieben. Insofern haben diese 15 Minuten auch uns als Macher überrascht – und begeistert! Alleine das Setting: Eine Person auf diesem ausgeleuchteten Stuhl, die Kamera, die im Kreis fährt. Das war so fokussiert, so irrsinnig intensiv. Definitiv ein ganz besonderer TV-Moment. Und ein Augenblick, wie es ihn nur im Live-Fernsehen gibt.

●●● **Ist es das, was die Show so einzigartig für Dich macht?**

Die Show zeigt, dass lineares Fernsehen immer noch enorme Anziehungskraft hat. Gerade Live ist TV

besonders stark: Diese 15 Minuten sind Nervenkitzel pur. Niemand weiß, was einen erwartet, aber jeder will dabei sein, will wissen, worüber anschließend im Büro, auf dem Schulhof oder in den Medien diskutiert wird. Damit haben wir erneut bewiesen: Wir können starke, lokale Formate. Einfach gutes Fernsehen. Und das am allerliebsten selbstgemacht. „Joko & Klaas gegen ProSieben“ ist für den deutschsprachigen Markt entwickelt und perfekt auf Sender und Zuschauer zugeschnitten – „tailormade“ sozusagen. Eigene Formate sind in dieser Hinsicht immer das Beste. Aber: Sie sind in meinem Job auch das Allerschwerste. Wir wissen zwar am besten, was zu ProSieben passt, trotzdem schüttelt man eine erfolgreiche neue Show nicht einfach aus dem Ärmel. Dass wir die Show jetzt auch international als „Beat the Channel“ vertreiben, ist eine schöne Bestätigung und zeigt, dass unsere Idee nicht nur für Deutschland riesiges Potential hat.



Nadja Pia Wagner
Chefreporterin, „akte.“



WIR ERZÄHLEN THEMEN AUCH AUS ANDEREN SICHTWEISEN UND VERSUCHEN IMMER, EINE GUTE MISCHUNG AUS AKTUELLEN, UNTERHALTENDEN UND INVESTIGATIVEN BEITRÄGEN ZU LIEFERN. IM LETZTEN JAHR SIND WIR ZU EINEM GUT FUNKTIONIERENDEN TEAM ZUSAMMENGEWACHSEN, SIND EINE DYNAMISCHE UND WILLENSTARKE REDAKTION. AUCH 2020 HABEN WIR VIEL VOR. NUR SO VIEL: ES WIRD LAUT!

Investigativ, mutig, emotional: Seit 25 Jahren erzählt die „akte.“ die Geschichten, die Deutschland bewegen. 2019 baute SAT.1 eine eigene Redaktion für das Magazin auf. Seit August produziert der Sender das Format am Standort Unterföhring selbst und schärft damit das journalistische Profil der Gruppe.



ESPORTS MUSS MAN ERKLÄREN, UM NEUE ZIELGRUPPEN ZU GEWINNEN. WIR ARBEITEN ALS ERSTER IN DEUTSCHLAND MIT EINER REDAKTION UND EXPERTEN IM STUDIO, DIE SPIELZÜGE EINORDNEN, TAKTIKEN ERLÄUTERN UND SCHLÜSSELSZENEN WIEDERHOLEN - GANZ SO, WIE MAN ES AUS DER SPORTBERICHTERSTATTUNG EBEN KENNT. SO VERGRÖßERN WIR DEN MARKT STÜCK FÜR STÜCK UND MACHEN ESPORTS SO POPULÄR WIE EINE MAINSTREAM-SPORTART.

Stefan Zant
Geschäftsführer, 7Sports

eSports boomt. Mit bald 10 Mio Fans ist es hierzulande die am schnellsten wachsende Trendsportart. Stefan Zant hat die ProSiebenSat.1-Tochter 7Sports innerhalb kurzer Zeit zur führenden Adresse auf diesem Gebiet gemacht und eine klassische redaktionelle Berichterstattung etabliert - sowohl im TV als auch online. Mit der Übernahme von eSports.com will 7Sports seine Aktivitäten nun auch international forcieren: Denn der globale Umsatz im eSports-Markt soll von 1,1 Mrd in 2019 auf 1,8 Mrd US-Dollar bis 2022 wachsen.

DER MANN HINTER DEN MASKEN

DANIEL ROSEMANN,
SENDERCHEF, PROSIEBEN

„Wir müssen jetzt alle ganz stark sein! Herzlich Willkommen zur aller-aller-aller-letzten Ausgabe von TV total.“ Wenn Daniel Rosemann im ProSieben-Teamraum sitzt, hängt ein Stück Fernseh-Geschichte in seinem Rücken: Die letzte Anmoderations-Pappe von 2.303 Ausgaben „TV total“. Klein, rechts unten in der Ecke, hat der Meister mit einem schwarzen Filzstift handschriftlich signiert: „Lieber Daniel! Danke für alles! Dein Stefan.“ Eine Pappe wie ein Ritterschlag vom König des Fernsehens. Eine Pappe mit Symbolkraft: ProSieben-Chef Daniel Rosemann ist der Mann, dem die Stars vertrauen.

Kurz nach dem Ende von „TV total“ wurde aus dem ProSieben-Unterhaltungschef Daniel der ProSieben-Chef Daniel Rosemann. Und der Mann, der einst die erste Staffel „The Voice of Germany“ als Redakteur verantwortete, stand vor einer Herkulesaufgabe: Wie ersetzt man den Mann, über den ganz TV-Twitter schrieb: „Das ist der Babo von ProSieben.“

Im Sommer 2019 hat Twitter diese Frage lange vergessen. Twitter ist im Rätselfieber: Wer ist das Monsterchen? Wer bewegt sich so grazil wie ein Grashüpfer? Und welcher Astronaut singt so galaktisch „What A Wonderful World“? Das Finale von „The Masked Singer“ setzt Zeichen. Noch nie gab es in Deutschland mehr Tweets an einem Abend zu einer TV-Show. In dem Moment, in dem Astronaut Max Mutzke seine Maske abnahm, fieberten so viele Menschen mit wie bei einem Elfmeterschießen in der Champions-League. 54 Prozent Marktanteil (14 - 49 Jahre),

das TV-Lagerfeuer lodert und vereint die Nation vor dem Bildschirm: Daniel Rosemann sitzt indes dort, wo er sich beruflich am wohlsten fühlt: In der Regie, dem Maschinenraum des Fernsehens.

Mit seinem ProSieben-Team hat er um die Rechte an „The Masked Singer“ mit einer Intensität gekämpft, die weder der Sender noch er jemals zuvor investiert haben: „Wir waren uns sehr sicher, dass ‚The Masked Singer‘ ein großer Hit wird“, sagt Daniel Rosemann. „Aber ich muss zugeben: Mit dieser Dimension haben wir nicht gerechnet. Aber das Programm steht für unsere Strategie: Wir bauen den Anteil an Programmen, die wir in Deutschland für Deutschland produzieren, aus.“

Was war für ihn die größte Herausforderung an diesem Programm? „Das Schweigen.“ Das Schweigen? „Ja. Normalerweise spreche ich mit vielen Kollegen über Feinheiten und Zusammenhänge eines

Programms. Hier ging das nicht so gut.“ Warum? „Insgesamt kannten nur acht Menschen die Namen der Stars hinter den Masken. Selbst der Regisseur wusste nicht, welchen Star er da gerade in Nahaufnahme zeigte. Das war wichtig. Wenn das ganze Team mit rät, kann man die Show am besten aus der Perspektive der Rätsellöser erzählen.“

Mit „The Masked Singer“ verdiente sich Rosemann international großen Respekt. ProSieben war weltweit der erste Sender, der „The Masked Singer“ live ausgestrahlt hat. „Große Shows sorgen live für das besondere Prickeln. Bei

den Machern. Und noch wichtiger beim Zuschauer. Dieses Gefühl ist durch nichts zu ersetzen“, sagt Rosemann. Seine Augen strahlen, wenn er über „The Masked Singer“ spricht. „In den USA haben sie gesagt, wir seien verrückt, weil wir es live machen.“ Seinem Team hat er gesagt: „Wir sind ProSieben. Wir müssen es live machen.“

Angemerkt: Der Tag, an dem das „The Masked Singer“-Finale lief, bescherte ProSieben den besten Tages-Marktanteil seit 20 Jahren. Dank eines Teams voller Leidenschaft. Und dank Daniel Rosemann, dem Mann hinter den Masken.



54



Mit der von Raab handsignierten Anmod-Pappe im Rücken arbeitet sich´s wie von alleine. Ein Marktanteil von 54 Prozent im Moment der Enthüllung Max Mutzkes sorgt im Meeting zusätzlich für lächelnde Gesichter.

RÜCKBLICK

2019

Q1

JAN

NUCOM GROUP ERWIRBT MEHRHEIT AN AROUNDHOME

Aroundhome ProSiebenSat.1 baut sein Commerce-Portfolio weiter aus: Der weltweite Wachstumsinvestor General Atlantic gibt Anteile an Aroundhome, Deutschlands größtem Online-Vermittler für Produkte und Dienstleistungen rund ums Haus, an die NuCom Group ab und stockt im Gegenzug seine NuCom-Beteiligung auf 28,4 Prozent auf. Die NuCom Group erhöht gleichzeitig ihre stimmberechtigte Beteiligung an Aroundhome von bislang 42 Prozent auf 94 Prozent und besitzt nun damit an allen Portfoliounternehmen die Mehrheit.

FEB

PROSIEBENSAT.1 ETABLIERT NEUE FÜHRUNGSSTRUKTUR

Der Konzern baut seine Führungsstruktur zum 1. April um: Auf Holding-Ebene wird ein Executive Committee bestehend aus dem CEO, CFO und dem Deputy-CEO/Group General Counsel etabliert. Gleichzeitig werden die drei Säulen Entertainment, Content Production & Global Sales sowie Commerce seither von jeweils zwei Co-CEOs geleitet. Diese gehören neben den drei Holding-Vorständen und ausgewählten Stabsstellenleitern dem Executive Board an. Mit der Verlagerung operativer Entscheidungsprozesse auf die einzelnen Säulen ist ProSiebenSat.1 deutlich agiler aufgestellt, baut die Unabhängigkeit der Segmente aus und treibt seine Transformation konsequent weiter voran.

Q2

JUN

d-force

PROSIEBENSAT.1 UND MEDIENGRUPPE RTL DEUTSCHLAND GRÜNDEN ADTECH-JOINT-VENTURE → Mehr auf Seite 21

PROSIEBENSAT.1 UND FACEBOOK SCHLIESSEN KOOPERATION

Als erster europäischer TV-Konzern vereinbart die ProSiebenSat.1 Group mit Facebook eine umfassende Zusammenarbeit bei Facebook Watch: Von aktuellen Inhalten rund um TV-Ausstrahlungen über Archiv-Content bis hin zu exklusiven Clips - die Video-Destination innerhalb von Facebook bietet ihren Nutzern nun einen umfangreichen Katalog an Bewegtbildmaterial von ProSiebenSat.1. Die Auswertung dieser Inhalte erfolgt über das Digital-Studio Studio71. Durch die Partnerschaft steigert die Gruppe ihre digitale Reichweite und erzielt zusätzliche Erlöse im Content- und Produktionsgeschäft.

HAUPTVERSAMMLUNG BESCHLIESST WIEDERWAHL DES GESAMTEN AUFSICHTSRATS

Die Aktionäre bestätigen bei der Hauptversammlung 2019 alle neun Aufsichtsratsmitglieder des Konzerns mit deutlicher Mehrheit in ihrem Amt, nachdem sich der Aufsichtsrat geschlossen zur Wiederwahl gestellt hatte. Zudem beschließt die Hauptversammlung eine Dividendenzahlung in Höhe von 1,19 Euro je Aktie für das Geschäftsjahr 2018. Dies entspricht einer Ausschüttungssumme von rund 269 Mio Euro und einer Ausschüttungsquote von rund 50 Prozent bezogen auf das adjusted net income.



STREAMING-DIENST JOYN GEHT AN DEN START

joyn

→ Mehr auf Seite 13

Q3

AUG

SEVENONE MEDIA ROLLT UMFASSENDES ADDRESSABLE TV-SPOT-ANGEBOT AUS

→ Mehr auf Seite 23

SEP

PULS 24 STARTET IN ÖSTERREICH

PULS 24 Am 1. September wird PULS 24, der vierte rein österreichische TV-Sender der ProSiebenSat.1 PULS 4 Gruppe, sowie dessen eigenständige, neue App gelauncht. Das 360-Grad-Projekt bietet Zuschauern insbesondere mit lokalen und Live-Inhalten einen Mehrwert zu nationalen und internationalen TV-Angeboten. Mit PULS 24 baut ProSiebenSat.1 seine Informationskompetenz aus und treibt die digitale Transformation der Gruppe weiter voran.

Q4

OKT

7SPORTS BAUT ESPORTS-ENGAGEMENT WEITER AUS

Nächster Schritt in der eSports-Offensive von ProSiebenSat.1: 7Sports, die Dachmarke für das Sportbusiness des Konzerns, stockt seine Anteile an der eSports GSA GmbH von bisher 50 Prozent auf 100 Prozent auf. Damit gehen auch die Marke sowie die Domain des Newsportals www.eSports.com auf 7Sports über. Nach Deutschland, Österreich und Schweiz forciert 7Sports mit der vollständigen Übernahme von eSports.com nun auch seine internationalen Aktivitäten. Bereits seit 2016 baut 7Sports sein Engagement im eSports-Bereich, der als das am stärksten wachsende Segment im Sport- und Entertainment-Umfeld gilt, konsequent aus.

NOV

PROSIEBENSAT.1 GRÜNDET MIT CHRISTIAN ULMEN UND CARSTEN KELBER PRODUKTIONS-FIRMA PYJAMA PICTURES

ProSiebenSat.1 gründet mit den zwei ausgewiesenen Produktionsexperten Christian Ulmen und Carsten Kelber die Produktionsfirma Pyjama Pictures mit Sitz in Berlin und baut damit die Kompetenz der Gruppe im Bereich Content Production in Deutschland weiter aus. Die neue Kreativschmiede produziert künftig Fiction-Inhalte für alle Plattformen von ProSiebenSat.1 sowie für externe Partner. Der Fokus liegt dabei auf deutschsprachigen und lokalen Inhalten. Als erstes Projekt setzt die neu gegründete Produktionsfirma die vierte Staffel der Erfolgsserie „jerks.“ für die Streaming-Plattform Joyn und die anschließende Free-TV-Ausstrahlung auf ProSieben um.

UNSER JAHR IN ZAHLEN

395

STUNDEN BERICHTERSTATTUNG

LIEFEN AUF PULS 24 NEWS IM RAHMEN DER NATIONALRATSWAHL.

33%

MEHR EIGENPRODUKTIONEN IN DER PRIME TIME GAB ES 2019 ALLEIN BEI PROSIEBEN.

12

DER TOP 30 ALLER DEUTSCHEN YOUTUBE-KANÄLE (NACH VIDEO VIEWS) WERDEN VON STUDIO71 GEMANAGT.

34.000

BEWEGTBILDMATERIALIE HAT JOYN 2019 DEN USERN GEBOTEN.

59%

DER TOTAL VIDEO VIEWTIME (TVV)

DER 4. STAFFEL VON „LATE NIGHT BERLIN“ KAMEN VON DIGITALKANÄLEN, 41% WURDEN DURCH DIE TV-AUSSTRAHLUNG GENERIERT. DAMIT ERZIELTE EINE PROSIEBEN-EIGENPRODUKTION ERSTMALS ÜBER ALLE ONLINE-PLATTFORMEN EINE HÖHERE TVV ALS ÜBER DAS KLASSISCHE LINEARE TV, DAS EBENFALLS WACHSENDE MARKTANTEILE VERZEICHNETE.

4.000

ARBEITSSTUNDEN HAT DIE ANFERTIGUNG DER „THE MASKED SINGER“-KOSTÜME IN ANSPRUCH GENOMMEN.

EINE 700%ige

STEIGERUNG DER FACEBOOK-VIEWS ERZIELTE DIE 9. STAFFEL VON „THE VOICE OF GERMANY“

ÜBER

160

NEUE LOKALE FORMATE HABEN WIR 2019 GESTARTET UND DAZU MEHR ALS 1 MRD EURO IN UNSER PROGRAMM INVESTIERT.

2.000

KIPLADER-FÜHREN ERDREICH (CA. 15.000 M³) WAREN FÜR DIE AUSHUB- UND ROHBAUARBEITEN IM RAHMEN DES NEUBAUPROJEKTS NEW CAMPUS NÖTIG.

8.274

ZUSÄTZLICHE PAKETE MIT INSGESAMT 16.962 PRODUKTEN HABEN 120 FLACONI-MITARBEITER IN EINER 5-STUNDEN NACHTSCHICHT IN DER WOCHE VOR WEIHNACHTEN GEPACKT.

AN UNSERE AKTIO.. NÄRE

- 31 **BERICHT DES AUFSICHTSRATS**
- 39 **MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS**
- 40 **CORPORATE-GOVERNANCE-BERICHT**
- 47 **ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENS-
FÜHRUNG**
- 49 **ZUSAMMENGEFASSTER GESONDERTER
NICHTFINANZIELLER BERICHT**
- 57 **VERGÜTUNGSBERICHT**
- 75 **ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN**
- 78 **PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE**

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

die Digitalisierung war auch 2019 die zentrale Herausforderung der gesamten Medienbranche: Die sich stetig verändernden Wettbewerbsbedingungen eröffnen neue Wachstumsmöglichkeiten, sie erfordern aber auch innovatives, agiles und weitsichtiges unternehmerisches Handeln. Die im Juni 2019 erfolgreich gelaunchte Streaming-Plattform Joyn steht beispielhaft dafür und ist ein weiterer wichtiger Schritt in eine digitale und diversifizierte Zukunft von ProSiebenSat.1.

Das Jahr 2019 war ein entscheidendes Transformationsjahr für den Konzern, in dem sich erste Erfolge manifestierten: Im Umsatzwachstum wie auch bei den wichtigen inhaltlichen Initiativen Streaming und AdTech liegt das Unternehmen vor vielen seiner europäischen Peers. Mehr als die Hälfte des Umsatzes erwirtschaftet ProSiebenSat.1 inzwischen aus dem Nicht-TV-Werbegeschäft. Diese Fortschritte wie auch die Investitionen der Mediaset Group und der Czech Media Invest (CMI) honorierte der Kapitalmarkt. Zum Jahresende konnte die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie wieder zulegen, wenngleich die Kursentwicklung nicht zufriedenstellend ist. Alle entscheidenden Weichenstellungen hat der Aufsichtsrat stets intensiv und kritisch beurteilt und begleitet, sowohl in den Sitzungen des Gesamtgremiums als auch im Kapitalmarktausschuss.

Für das Unternehmen ist es essentiell, in Zukunft schnell und flexibel auf Marktherausforderungen reagieren zu können. Der Konzern hat daher 2019 seine Transformation mit der Reorganisation seiner Holding- und Entertainment-Struktur weiter fortgesetzt – der Aufsichtsrat unterstützt diesen Weg ausdrücklich.

ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Der Vorstand der Gesellschaft wird von uns, dem Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE, umfassend beraten und begleitet. Der Aufsichtsrat hat auch im Geschäftsjahr 2019 die ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben wahrgenommen und die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) berücksichtigt.

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2019 den Vorstand in enger und vertrauensvoller Zusammenarbeit bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und ihn bei der Führung der Geschäfte sorgfältig und kontinuierlich überwacht. Mit der operativen und strategischen Entwicklung des Konzerns setzten wir uns eingehend auseinander. Dazu wurde das Aufsichtsratsgremium vom Vorstand – sowohl innerhalb als auch außerhalb der Aufsichtsratssitzungen – regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance unterrichtet. Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den Plänen hat der Vorstand dem Aufsichtsrat im Einzelnen erläutert und mit ihm erörtert. Aus diesem Grund waren wir in sämtliche Entscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung waren, frühzeitig und unmittelbar eingebunden.

Die Aufsichtsratssitzungen waren von einem intensiven und offenen Austausch mit dem Vorstand gekennzeichnet. Fester Bestandteil der Sitzungen sind zudem „Closed Sessions“, in denen die Mitglieder des Aufsichtsrats ohne den Vorstand tagen. Sofern nach Gesetz, Satzung oder Geschäftsordnung für einzelne Maßnahmen die Zustimmung des Aufsichtsrats oder eines Ausschusses erforderlich war, haben wir hierüber beraten und einen entsprechenden Beschluss gefasst. Über alle zustimmungspflichtigen Angelegenheiten wurden wir stets umfassend informiert, entsprechende Beschlussvorlagen des Vorstands lagen rechtzeitig zur Prüfung vor. Das Gremium wurde dabei im Einzelnen durch die jeweils zuständigen Ausschüsse unterstützt und diskutierte die zur Entscheidung anstehenden Vorhaben mit dem Vorstand.

Zusätzlich zu den Aufsichtsratssitzungen hat uns der Vorstand anhand schriftlicher Monatsberichte über die wichtigsten wirtschaftlichen Kennzahlen informiert und die unterjährigen Finanzinformationen bzw. den Jahresfinanzbericht vorgelegt. Über besondere Vorgänge wurden wir auch außerhalb der Sitzungen und der Regelberichterstattung unverzüglich informiert und bei Bedarf in Abstimmung mit mir als Aufsichtsratsvorsitzendem um eine Beschlussfassung per Umlaufverfahren gebeten. Zudem stand ich fortlaufend in engem persönlichem Dialog mit Max Conze, dem Vorstandsvorsitzenden der Gesellschaft, sowie bei Bedarf auch mit den übrigen Vorstandsmitgliedern.

Der Aufsichtsrat war aufgrund der Berichterstattung des Vorstands stets umfassend über die Lage der Gesellschaft informiert, in anstehende Entscheidungen frühzeitig und direkt involviert und konnte so seine Aufgaben vollumfänglich wahrnehmen. Eine Einsichtnahme in die Bücher und Schriften der Gesellschaft war über die uns im Rahmen der Berichterstattung des Vorstands vorgelegten Unterlagen hinaus daher nicht erforderlich.

SCHWERPUNKTE DER BERATUNGS- UND KONTROLLTÄTIGKEIT DES AUFSICHTSRATS

Der Aufsichtsrat befasste sich im Geschäftsjahr 2019 mit der Geschäfts- und Finanzlage, den grundsätzlichen Fragen der Unternehmenspolitik und -strategie, der allgemeinen Personalsituation sowie den besonderen Investitionsvorhaben.

Der ProSiebenSat.1-Konzern hat 2019 seine Führungsstruktur konsequent weiterentwickelt: Dabei wurde ein neues Executive Committee etabliert, dem ausschließlich die Vorstandsmitglieder CEO, CFO sowie Deputy CEO/Group General Counsel als oberstes Entscheidungsorgan angehören. Außerdem verantworten unterhalb des Vorstands nun jeweils zwei Co-CEOs die Segmente Entertainment, Red Arrow Studios und NuCom Group.

Seit 1. Januar 2020 hat der Konzern zudem eine eigenständigere Entertainment-Organisation etabliert, in der die Content-Bereiche, die digitalen Plattform-Geschäfte und deren Monetarisierung noch enger unter einem Dach miteinander verknüpft sind. Ziel ist es, das Entertainment-Segment zu stärken sowie gruppenübergreifende Strukturen zu vereinfachen.

Das ProSiebenSat.1-Management-Team hat die strategische Neuausrichtung in allen Bereichen intensiv mit dem Aufsichtsrat abgestimmt. Insgesamt fanden 2019 fünf ordentliche Präsenzsitzungen sowie sieben außerordentliche Sitzungen des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE statt. Bis auf wenige Ausnahmen haben alle Aufsichtsratsmitglieder an allen Sitzungen teilgenommen. Die Sitzungsteilnahme ist im Corporate-Governance-Bericht individualisiert offengelegt; dieser ist im Internet unter → www.prosiebensat1.de/investor-relations/corporate-governance/corporate-governance-bericht sowie im Geschäftsbericht veröffentlicht.

- In einer außerordentlichen Sitzung am 26. Februar 2019 wurde der Aufsichtsrat umfassend über die zu erwartende finanzielle Entwicklung zum Ende des Geschäftsjahres 2018 sowie im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2019 informiert. Uns wurde zudem erneut die vorläufige Budgetplanung für das Geschäftsjahr 2019 vorgelegt. Weiterer Bestandteil dieser außerordentlichen Sitzung war eine ausführliche Präsentation zum Joint Venture mit Discovery Communications betreffend der gemeinsamen Streaming-Plattform Joyn, die im Juni 2019 erfolgreich gelauncht wurde. Der Aufsichtsrat erhielt ferner einen ausführlichen Bericht zur geplanten strategischen Reorganisation des Unternehmens.
- In der Bilanzsitzung am 5. März 2019 verabschiedete der Aufsichtsrat den Jahres- und Konzernabschluss, den zusammengefassten Lagebericht, den Corporate-Governance-Bericht und den Vergütungsbericht jeweils für das Geschäftsjahr 2018 sowie die Entsprechenserklärung. Gestützt auf die Empfehlung des Prüfungsausschusses hat sich der Aufsichtsrat ferner dafür entschieden, der ordentlichen Hauptversammlung am 12. Juni 2019 die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit Sitz in Stuttgart zur Wahl als Abschlussprüfer vorzuschlagen. Zudem verabschiedeten wir die weiteren Tagesordnungspunkte für die Hauptversammlung am 12. Juni 2019 mit den entsprechenden Beschlussvorschlägen, mit denen sich der Präsidialausschuss zuvor eingehend beschäftigt hatte.
- Der Aufsichtsrat folgte ebenfalls den Empfehlungen des Personalausschusses und genehmigte die vergütungsrelevanten Themen für den Vorstand, d. h. die Zahlung des Performance Bonus für das Geschäftsjahr 2018 sowie die Barabwicklung des Group Share Plans 2015 und die entsprechende Auszahlungshöhe sowie die Zielerreichung für den Performance Share Plan 2018. Die individuellen Zielvorgaben des Performance Bonus für die Vorstandsmitglieder für das Geschäftsjahr 2019 haben wir ebenfalls eingehend diskutiert und verabschiedet.



- Im Rahmen der Bilanzsitzung erfolgte zudem die Genehmigung der Budgetplanung 2019 durch den Aufsichtsrat. Wir erhielten ferner einen detaillierten Überblick über die aktuelle Entwicklung des Unternehmens und wurden über mögliche M&A-Transaktionen informiert. Abschließend erhielten wir einen umfassenden Bericht zur geplanten Umsetzung der Reorganisation des Unternehmens.
- Im Nachgang der Bilanzsitzung fasste der Aufsichtsrat in einer außerordentlichen Sitzung am 1. April 2019 den Beschluss, der Hauptversammlung im Juni 2019 alle bestehenden Aufsichtsratsmitglieder erneut zur Wahl vorzuschlagen, da die Amtsperiode für alle Mitglieder zum Ablauf der Hauptversammlung endete. In diesem Zuge beschloss der Aufsichtsrat zudem, der Hauptversammlung individuelle Amtszeiten vorzuschlagen, d. h. eine Bestellung von Erik Huggers, Marjorie Kaplan und Ketan Mehta für weitere fünf Jahre, von Lawrence Aidem, Angelika Gifford und Dr. Marion Helmes für weitere vier Jahre sowie von Dr. Werner Brandt, Adam Cahan und Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher für weitere drei Jahre. Der Aufsichtsrat folgte bei seinen Beschlüssen den Vorschlägen des Präsidialausschusses. In dieser Sitzung wurden wir zudem erneut über die aktuelle Entwicklung des Unternehmens und des Aktienkurses informiert.
- In einer außerordentlichen Sitzung am 3. Juni 2019 befasste sich der Aufsichtsrat eingehend mit dem Aktienkauf der Mediaset Group. Die Mediaset Group hatte zu diesem Zeitpunkt gemäß der zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen einen Anteil in Höhe von insgesamt 9,61 Prozent (davon Aktien mit Stimmrechten in Höhe von 7,46 Prozent) an der ProSiebenSat.1 Media SE erworben.
- In unserer ordentlichen Sitzung am 11. Juni 2019 erhielten wir einen ausführlichen Bericht über kapitalmarktrelevante Themen sowie einen Ausblick für das Finanzjahr 2019. Uns wurde zudem der vorläufige 5-Jahresplan vorgestellt. Auch die Entwicklung der neuen Streaming-Plattform Joyn war Bestandteil der Sitzung sowie das Joint Venture d-force mit der Mediengruppe RTL. Diese gemeinsame Werbepattform soll das Potenzial im Bereich Addressable TV und Online-Video besser ausschöpfen. Der Aufsichtsrat erhielt weiterhin einen umfassenden Einblick in den Aufbau des Entertainment-Segments.

- In der Hauptversammlung am 12. Juni 2019 hat sich Rainer Beaujean als neuer Finanzvorstand den Aktionärinnen und Aktionären vorgestellt. Im Anschluss an die Hauptversammlung fand die konstituierende Sitzung des wiedergewählten Aufsichtsrates statt. Dabei wurde ich erneut als Aufsichtsratsvorsitzender bestätigt, Dr. Marion Helmes erneut als meine Stellvertreterin. Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher wurde ebenfalls erneut zum Vorsitzenden des Prüfungsausschusses bestellt. Diesem Gremium gehören weiterhin Dr. Marion Helmes sowie Angelika Gifford (bis 13. Januar 2020) an. Neben mir selbst wurden Dr. Marion Helmes, Lawrence Aidem und Ketan Mehta erneut in den Präsidialausschuss gewählt. Als neues weiteres Mitglied des Präsidialausschusses haben wir Marjorie Kaplan bestellt. Das Compensation Committee wurde unverändert in seiner bisherigen Besetzung bestätigt: Dr. Werner Brandt (Vorsitzender), Dr. Marion Helmes, Angelika Gifford (bis 13. Januar 2020) und Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher. Gleiches gilt für den Kapitalmarktausschuss, der ebenfalls in seiner Besetzung unverändert aus folgenden Mitgliedern besteht: Dr. Werner Brandt (Vorsitzender), Dr. Marion Helmes, Ketan Mehta und Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher. Abschließend verständigten wir uns in dieser Sitzung darauf, dass die Selbstverpflichtung zur Investition in Aktien des Unternehmens weiterhin für jede individuelle Amtsperiode entsprechend bestehen bleibt und keiner erneuten Zustimmung bedarf.
- In einer ordentlichen Aufsichtsratssitzung am 10. September 2019 wurde dem Aufsichtsrat ein umfassender Ausblick für das Geschäftsjahr 2019 präsentiert. Wir erhielten zudem ausführliche Berichte über die Geschäftsentwicklung in den Segmenten sowie erneut über die geplante Reorganisation des Unternehmens und die damit einhergehende geplante Implementierung einer eigenständigeren Entertainment-Organisation und einer strategischen Holding. Der Vorstand unterrichtete uns in dieser Sitzung zudem über die zu erwartende Marktlage im Geschäftsjahr 2020 und stellte den vorläufigen Mehrjahresplan 2020 - 2024 vor.
- Nachdem die im Mai eingestiegene Mediaset Group über weitere Stimmrechtsmitteilungen mitgeteilt hatte, dass sie ihren Anteil an der Gesellschaft auf 15,11 Prozent (davon Aktien mit Stimmrechten in Höhe von 7,40 Prozent) erhöht hat, beschäftigte sich der Aufsichtsrat am 12. November 2019 erneut mit der Thematik.
- In unserer ordentlichen Aufsichtsratssitzung am 10. Dezember 2019 verabschiedeten wir die Budget-Planung 2020 für den ProSiebenSat.1-Konzern, die uns ausführlich vorgestellt und erläutert wurde. Darüber hinaus haben wir auch den Mehrjahresplan zustimmend zur Kenntnis genommen. Wir wurden zudem vollumfänglich über die wirtschaftliche Entwicklung der wichtigsten Geschäftsbereiche informiert. In dieser Sitzung verabschiedeten wir außerdem die Entsprechenserklärung und legten erneut die Zielgröße für den Frauenanteil im Aufsichtsrat sowie im Vorstand fest.

Darüber hinaus fasste der Aufsichtsrat 2019 - nach ausführlicher Diskussion in den ordentlichen Aufsichtsratssitzungen - drei Beschlüsse im schriftlichen Umlaufverfahren, unter anderem zur Aktualisierung des Geschäftsverteilungsplans. Dieser bildet die Drei-Säulen-Strategie in der Geschäftsordnung sowie in den operativen und geschäftsführenden Verantwortlichkeiten im Unternehmen stringent ab.

BERICHT ÜBER DIE ARBEIT DER AUSSCHÜSSE

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft hat verschiedene Ausschüsse eingerichtet, die ihn bei seiner Arbeit unterstützen. Um seine Arbeit effizient wahrzunehmen, verfügte das Gremium 2019 über vier Ausschüsse: den Präsidial- und Nominierungsausschuss („Presiding and Nomination Committee“), den Personalausschuss („Compensation Committee“), den Prüfungsausschuss („Audit and Finance Committee“) sowie den Kapitalmarktausschuss („Capital Markets Committee“). Die Ausschüsse haben den Aufsichtsrat in seinen Plenarsitzungen regelmäßig und umfassend über ihre Tätigkeit informiert. Ihre Aufgabenschwerpunkte werden nachfolgend beschrieben. Für die individualisierte Offenlegung der Sitzungsteilnahme in den Aufsichtsratsausschüssen verweisen wir ebenfalls auf den Corporate-Governance-Bericht, den Sie im Internet unter [→ www.prosiebensat1.de/investor-relations/corporate-governance/corporate-governance-bericht](http://www.prosiebensat1.de/investor-relations/corporate-governance/corporate-governance-bericht) sowie im Geschäftsbericht finden.

Der Präsidial- und Nominierungsausschuss koordiniert die Arbeit des Aufsichtsrats und bereitet dessen Sitzungen vor. Zudem verantwortet das Gremium die Aufgaben eines Nominierungsausschusses gemäß des Deutschen Corporate Governance Kodex und fasst Beschlüsse, die an ihn durch die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats delegiert wurden. Dazu zählen die Prüfung von Lizenzverträgen, Distributionsvereinbarungen oder Vermarktungsverträgen. Der Ausschuss tagte im Jahr 2019 dreimal; er fasste insgesamt vier Beschlüsse im Umlaufverfahren.

Ein Schwerpunkt der Beratungen im Präsidial- und Nominierungsausschuss waren 2019 die Wahlvorschläge zur Besetzung des neuen Aufsichtsrats nach Beendigung der Amtslaufzeit zum Ablauf der Hauptversammlung am 12. Juni 2019. Dies umfasste ebenfalls die Implementierung eines entsprechenden Kompetenzprofils für den Aufsichtsrat. Ein weiterer Schwerpunkt waren Beratungen zur Reorganisation des Unternehmens und der engeren Verzahnung der Geschäftsbereiche.

In einer Telefonkonferenz am 1. März 2019 verabschiedete der Präsidial- und Nominierungsausschuss eine Vertragsverlängerung mit Constantin Film für mehrere Jahre. Die Auswertungsrechte umfassen alle nationalen und internationalen Kino-Eigen- und Co-Produktionen der Constantin Film mit Drehbeginn zwischen Januar 2019 und Dezember 2021. Damit setzen die beiden Medienunternehmen ihre langjährige erfolgreiche Zusammenarbeit auch in Zukunft fort. Im schriftlichen Umlaufverfahren genehmigte der Präsidial- und Nominierungsausschuss unter anderem Vertragsverlängerungen mit den wichtigsten Media-Agenturen.

Der Personalausschuss bereitet Beschlussfassungen zu personalspezifischen Vorstandsthemen für das Aufsichtsratsplenium vor. Der Ausschuss führte im Jahr 2019 eine Präsenzsitzung sowie zwei Sitzungen in Form von Telefonkonferenzen durch. In einer ersten Sitzung am 14. Januar 2019 beschäftigte sich das Gremium mit der vorläufigen Zielerreichung der Vorstandsmitglieder im Rahmen des Group Share Plans 2015 und des Performance-Share-Plans 2018 sowie der vorläufigen individuellen Zielerreichungsgrade des Performance Bonus 2018 der Vorstandsmitglieder.

In einer weiteren Sitzung, die am 20. Februar 2019 ebenfalls in Form einer Telefonkonferenz stattfand, wurden diese Themen erneut erörtert und eine entsprechende Empfehlung an den Gesamtaufichtsrat verabschiedet. Inhalt dieser Sitzung war zudem die Zielvorgabe für den Performance Bonus der einzelnen Vorstandsmitglieder für das Geschäftsjahr 2019. Das Gremium verständigte sich hierbei auf einen Vorschlag an den Gesamtaufichtsrat, der sowohl Kollektiv- und Individualziele als auch Nachhaltigkeitsziele enthält. Zudem fasste der Personalausschuss einen Beschluss im Umlaufverfahren.

Der Prüfungsausschuss hat den Jahresabschluss und den Konzernabschluss, den zusammengefassten Lagebericht und den Gewinnverwendungsvorschlag vorbereitend für den Aufsichtsrat geprüft und dazu insbesondere den Prüfungsbericht und den mündlichen Bericht des Abschlussprüfers über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung eingehend beraten. Der Ausschuss hat im Berichtsjahr viermal in Gegenwart des Finanzvorstands (d. h. bis März 2019 Dr. Jan Kemper, im Anschluss Ralf Peter Gierig in seiner Funktion als Deputy CFO und ab Juli erstmals Rainer Beaujean als neuer CFO) sowie des Abschlussprüfers getagt. Der Prüfungsausschuss sah im Rahmen seiner Prüfungen keinen Anlass für Beanstandungen. Zudem erörterte der Prüfungsausschuss mit dem Vorstand die Quartalsmitteilungen und den Halbjahresfinanzbericht unter Berücksichtigung des Berichts des Abschlussprüfers über die prüferische Durchsicht vor deren Veröffentlichung. Aufgabe des Prüfungsausschusses ist außerdem die Vorbereitung der Prüfung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Gesellschaft durch den Aufsichtsrat.

Schwerpunkte bei der Überwachung der Finanzberichterstattung bildeten im Berichtsjahr die Werthaltigkeit der Geschäfts- und Firmenwerte und der sonstigen immateriellen Vermögenswerte, die Bewertung des Programmvermögens, die Bilanzierung von Unternehmens- und Anteilserwerben, die Realisierung von Umsatzerlösen, das Hedge Accounting, die Bilanzierung von finanziellen Verbindlichkeiten sowie die Ertragsteuern.

Der Prüfungsausschuss hat den Rechnungslegungsprozess und die Wirksamkeit des Internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems überwacht und sich dabei auch auf die entsprechende Berichterstattung des Leiters der Internen Revision und des Abschlussprüfers gestützt. Wesentliche Schwächen des auf den Rechnungslegungsprozess bezogenen Internen Kontrollsystems und des Risikofrüherkennungssystems wurden vom Abschlussprüfer nicht festgestellt.

Darüber hinaus befasste sich der Prüfungsausschuss mit der Vorbereitung des Vorschlags des Aufsichtsrats zur Bestellung des neuen Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2019 durch die Hauptversammlung, der Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer und der Honorarvereinbarung mit dem Abschlussprüfer. Er überwachte die Wirksamkeit der Abschlussprüfung und die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers sowie die von diesem zusätzlich zu den Abschlussprüfungsleistungen erbrachten Leistungen. Der Prüfungsausschuss war in das im Geschäftsjahr 2018 durchgeführte Auswahlverfahren gemäß Art. 16 der Verordnung (EU) Nr. 537/2014 (Abschlussprüfer-Verordnung) im Hinblick auf die Bestellung des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2019 eingebunden und unterbreitete als Ergebnis des Auswahlverfahrens dem Aufsichtsrat eine entsprechende Empfehlung von Kandidaten samt Präferenz für die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young.

Der Prüfungsausschuss hat sich kontinuierlich mit dem Abschlussprüfer über die wesentlichen Prüfungsrisiken und die erforderliche Ausrichtung der Abschlussprüfung ausgetauscht. Er hat eine interne Regelung über Dienstleistungen des Abschlussprüfers, die nicht im Zusammenhang mit der Abschlussprüfung stehen (sog. Nichtprüfungsleistungen), getroffen, ließ sich durch den Abschlussprüfer und den Vorstand zu jeder Sitzung über entsprechende Aufträge und die in diesem Zusammenhang angefallenen Honorare informieren und hat diese jeweils gebilligt.

Weiterhin ließ sich der Prüfungsausschuss regelmäßig über die Weiterentwicklung des Compliance-Management-Systems, über den Umgang mit mutmaßlichen Compliance-Fällen, über rechtliche und regulatorische Risiken sowie die Risikolage, -erfassung und -überwachung im Unternehmen unterrichten. Hinzu kamen regelmäßige Berichte über die Risikoeinschätzung seitens der Internen Revision, deren Ressourcenausstattung und Prüfungsplanung.

Der Vorstand informierte den Prüfungsausschuss regelmäßig über den Status verschiedener Aktivitäten zur Finanzierung sowie zur Liquiditätssicherung des Unternehmens.

Zu ausgewählten Punkten der Tagesordnung nahmen auch die Leiter der zuständigen Fachabteilungen an den Sitzungen des Prüfungsausschusses teil, erstatteten Bericht und beantworteten Fragen. Darüber hinaus führte der Vorsitzende des Prüfungsausschusses zwischen den Sitzungsterminen Gespräche zu wichtigen Einzelthemen, insbesondere mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden, dem Finanzvorstand und dem Abschlussprüfer. Über die wesentlichen Ergebnisse dieser Gespräche wurde dem Prüfungsausschuss und, soweit erforderlich, dem Aufsichtsrat regelmäßig Bericht erstattet.

Der Prüfungsausschuss fasste drei Beschlüsse im Umlaufverfahren, die die Anmietung neuer Räumlichkeiten der Verivox GmbH in Heidelberg sowie der Flaconi GmbH in Berlin betrafen.

Der Kapitalmarktausschuss ist ermächtigt, anstelle des Gesamtgremiums über die Zustimmung zur Ausnutzung des Genehmigten Kapitals der Gesellschaft, der Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen, der Ermächtigung zum Erwerb und zur Verwendung eigener Aktien und/oder zum Einsatz von Derivaten bei Erwerb eigener Aktien sowie jeweils damit im Zusammenhang stehende Maßnahmen zu beschließen. Im Geschäftsjahr 2019 fanden fünf Sitzungen des Kapitalmarktausschusses, u.a. in Form von Telefonkonferenzen statt. Gegenstand dieser Sitzungen war neben dem Einstieg der Mediaset Group die aktuelle wirtschaftliche Lage des Konzerns.

PRÜFUNG DER JAHRES- UND KONZERNRECHNUNGSLEGUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2019

Der Jahres- und Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE sowie der Lage- und Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2019 sind erstmals von der Ernst & Young (EY) Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit Sitz in Stuttgart ordnungsgemäß geprüft und am 26. Februar 2020 mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden.

Alle Abschlussunterlagen, der Risikobericht sowie die Prüfungsberichte von EY lagen den Mitgliedern des Aufsichtsrats rechtzeitig vor und wurden eingehend von uns geprüft. Gegenstand der Beratungen war darüber hinaus der zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Bericht gemäß §§ 315b, 315c, §§ 289b bis 289e HGB. Sie wurden zunächst im Prüfungsausschuss und anschließend im Aufsichtsrat jeweils in Gegenwart der zuständigen Wirtschaftsprüfer ausführlich besprochen. Der Abschlussprüfer berichtete dabei über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung. Schwächen des Internen Kontrollsystems und Risikomanagements bezogen auf den Rechnungslegungsprozess wurden dabei nicht festgestellt. Umstände, die die Befangenheit der Abschlussprüfer besorgen lassen, lagen ebenfalls nicht vor.

Zusätzlich zu den Abschlussprüferleistungen haben die Prüfer andere Bestätigungsleistungen von 0,2 Mio Euro (Vorjahr: 0,4 Mio Euro), Steuerberatungsleistungen von 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro) und sonstige Leistungen von 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro) erbracht. Die Details zu den Leistungen der Abschlussprüfer und die Höhe der Vergütung sind im Anhang des Konzernabschlusses unter Ziffer 37 dargestellt.

Der Aufsichtsrat hat vom Ergebnis der Abschlussprüfung zustimmend Kenntnis genommen und nach Abschluss seiner eigenen Prüfung festgestellt, dass auch seinerseits keine Einwände zu erheben sind. Der vom Vorstand aufgestellte und vom Abschlussprüfer geprüfte Jahres- und Konzernabschluss sowie der Lage- und Konzernlagebericht wurden vom Aufsichtsrat gebilligt. Damit ist der Jahresabschluss festgestellt. Schließlich hat der Aufsichtsrat den Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands geprüft und sich diesem Vorschlag angeschlossen.

Der Aufsichtsrat hat gemäß § 111 Abs. 2 Satz 4 AktG eine externe inhaltliche Überprüfung des zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Berichts durch EY beauftragt. EY hat insoweit ein uneingeschränktes Prüfungsurteil erteilt. Das bedeutet, dass nach der Beurteilung durch EY der zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Bericht der ProSiebenSat.1 Media SE in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 315b, 315c i. V. m. 289b bis 289e HGB aufgestellt wurde. Der Aufsichtsrat hat bei seiner eigenen Prüfung, die auch auf Grundlage des Berichts des Prüfungsausschusses über dessen vorbereitende Prüfung und dessen Empfehlung sowie der Prüfung des Berichts und des Prüfungsurteils durch EY erfolgte, ebenfalls keine Gründe festgestellt, die der Ordnungs- und Zweckmäßigkeit des zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Berichts entgegenstehen.

INTERESSENKONFLIKTE

Die Aufsichtsratsmitglieder sind verpflichtet, mögliche Interessenkonflikte unverzüglich dem Präsidial- und Nominierungsausschuss offenzulegen. Im Geschäftsjahr 2019 lagen aufgrund gleichzeitiger Organmitgliedschaft einzelner Mitglieder des Aufsichtsrats bei Wettbewerbern bzw. Geschäftspartnern der ProSiebenSat.1 Media SE keine Anhaltspunkte für Interessenkonflikte vor.

CORPORATE GOVERNANCE

Vorstand und Aufsichtsrat haben zum Thema Corporate Governance einen separaten Bericht erstellt. Diesen sowie die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f, 315d HGB finden Sie im Internet unter → <https://www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/corporate-governance> sowie im Geschäftsbericht.

VERÄNDERUNGEN IN DER BESETZUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Jan David Frouman, Vorstandsmitglied der ProSiebenSat.1 Media SE, ist mit Ablauf seines Vertrages zum 28. Februar 2019 aus dem Unternehmen ausgeschieden. Er hatte Red Arrow Studios seit 2010 aufgebaut und erfolgreich weiterentwickelt. Jan David Frouman gehörte seit 1. März 2016 dem Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE an.

Im Februar 2019 hatte der Konzern weitere Veränderungen im Vorstand bekannt gegeben und eine neue Führungsstruktur etabliert: Sabine Eckhardt, Vorstand Vertrieb & Marketing, hatte sich nach 15 Jahren entschieden, den ProSiebenSat.1-Konzern zum 30. April 2019 in bestem gegenseitigen Einvernehmen zu verlassen.

Außerdem hat Dr. Jan Kemper, Vorstand Finanzen & Commerce, den Vorstand zum 31. März 2019 in bestem gegenseitigen Einvernehmen verlassen. Sein Nachfolger Rainer Beaujean hat sein Amt als ProSiebenSat.1-Finanzvorstand (CFO) zum 1. Juli 2019 angetreten. In der Übergangszeit hatte Ralf Peter Gierig, langjähriger Deputy CFO der ProSiebenSat.1 Group, den Finanzbereich als Interims-CFO unterhalb des Vorstands übernommen.

In der Besetzung des Aufsichtsrats der Gesellschaft gab es im Geschäftsjahr 2019 keine Änderungen. Im Januar 2020 informierte uns Angelika Gifford, dass sie eine operative Tätigkeit als Vice President bei Facebook übernimmt. Daraufhin hat sie mit Wirkung zum 13. Januar 2020 ihr Mandat als Mitglied des Aufsichtsrats niedergelegt, dass sie wegen Interessenkonflikten nicht weiter ausüben konnte. Ich bedanke mich bei Frau Gifford, die mit ihrer Expertise, insbesondere in der digitalen Transformation, und ihrem Engagement das Gremium maßgeblich unterstützt hat. Frau Gifford war seit Mai 2015 Mitglied des Aufsichtsrats.

DANK DES AUFSICHTSRATS

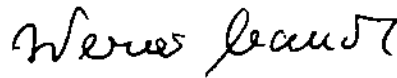
Im Namen des Aufsichtsrats möchte ich den Mitgliedern des Vorstands für ihre geleistete Arbeit danken.

Besonders danken möchte ich an dieser Stelle zudem allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von ProSiebenSat.1 für ihr großes Engagement im Geschäftsjahr 2019. Ihre Leidenschaft, Kreativität und Innovationsstärke sind die Grundlagen für den Erfolg des Konzerns.

Mein Dank gilt ebenfalls Sabine Eckhardt, Jan David Frouman und Dr. Jan Kemper für ihre Leistungen als Vorstandsmitglieder des Unternehmens. Im Namen des Aufsichtsrats wünsche ich ihnen das Allerbeste für die Zukunft.

Abschließend möchte ich Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, meinen Dank für Ihr Vertrauen in das Unternehmen und die ProSiebenSat.1-Aktie aussprechen. 2019 war ein herausforderndes Jahr, in dem der Konzern wichtige Weichen für seine digitale und diversifizierte Zukunft gestellt hat und hier bereits erste Fortschritte erzielen konnte. Diesen Weg gilt es nun auch im kommenden Jahr konsequent fortzusetzen.

Unterföhring, im März 2020
Für den Aufsichtsrat



DR. WERNER BRANDT
AUFSICHTSRATSVORSITZENDER

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE SOWIE DEREN MANDATE IN ANDEREN AUFSICHTSRÄTEN¹

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	Inlandsmandate: RWE AG, Essen, Siemens AG, Berlin/München
Dr. Marion Helmes Stellvertretende Vorsitzende	ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inlandsmandate: Siemens Healthineers AG, Erlangen, Uniper SE, Düsseldorf Auslandsmandate: 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	Inlandsmandate: TUI AG, Berlin/Hannover, Thyssenkrupp AG, Essen Auslandsmandate: Rothschild & Co SCA, 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	Auslandsmandate: WeTransfer B.V., Amsterdam, Niederlande
Marjorie Kaplan	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 16. Mai 2018 Merryck & Co. (Consultant & Mentor)	Auslandsmandate: 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	Inlandsmandate: Continental AG, Hannover, Covestro AG, Leverkusen, Covestro Deutschland AG, Leverkusen

¹ Die Darstellung der Mandate beschreibt die Mitgliedschaften in anderen nach deutschen Gesetzen zu bildenden Aufsichtsräten sowie Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen.

CORPORATE-GOVERNANCE-BERICHT

Im Folgenden erstatten Vorstand und Aufsichtsrat den jährlichen Bericht über die Corporate Governance in der Gesellschaft gemäß der Empfehlung in Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) in der Fassung vom 7. Februar 2017 und nehmen Stellung zu den Kodexanregungen.

Vorstand und Aufsichtsrat sehen eine gute Corporate Governance als wesentlichen Bestandteil einer verantwortungsvollen, transparenten und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichteten Unternehmensführung und -kontrolle an. Mit dem DCGK wurde ein Standard für eine transparente Kontrolle und Steuerung von Unternehmen etabliert, der sich insbesondere an den Interessen der Aktionäre orientiert. Viele der im DCGK enthaltenen Grundsätze zur Unternehmensführung werden bereits seit langer Zeit bei der ProSiebenSat.1 Group gelebt.

Einzelne Themen, die die Corporate Governance bei der ProSiebenSat.1 Media SE und der ProSiebenSat.1 Group betreffen, werden in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f, 315d HGB näher dargestellt; diese enthält insbesondere die jährliche Entsprechenserklärung zum DCGK sowie Festlegungen zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen an Führungspositionen in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands. Ergänzende Ausführungen, wie unter anderem relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken und zum Compliance Management System (CMS), eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat, Festlegungen zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen in Führungspositionen für Vorstand und Aufsichtsrat, eine Darstellung der Zusammensetzung und Arbeitsweise der Ausschüsse sowie Erläuterungen zur Kapitalmarktkommunikation und den Rechnungslegungsgrundsätzen befinden sich im vorliegenden Corporate-Governance-Bericht.

Im zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht gemäß §§ 315b, 315c, §§ 289b bis 289e HGB berichtet die ProSiebenSat.1 Group zudem über die wesentlichen nichtfinanziellen Aspekte für das Geschäftsjahr 2019 mit den entsprechenden Angaben, die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses und der Lage des Unternehmens sowie der Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeit auf die nichtfinanziellen Aspekte erforderlich sind.

GRUNDLEGENDES ZUR UNTERNEHMENSVERFASSUNG

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist eine börsennotierte Europäische Aktiengesellschaft (Societas Europaea, SE) mit Sitz in Deutschland. Den Gestaltungsrahmen für die Corporate Governance geben somit neben dem DCGK das deutsche und europäische Recht, insbesondere das Recht der SE, das Aktien- und Kapitalmarktrecht sowie die Satzung der ProSiebenSat.1 Media SE vor.

ANGABEN ZU UNTERNEHMENSFÜHRUNGSPRAKTIKEN

Der Vorstand ist der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf der Grundlage rechtmäßigen Handelns möglich ist. Die Verhinderung von Korruption und anderen Gesetzesverstößen sind daher wichtige Erfolgsfaktoren für die Festigung unserer Marktposition sowie die Erreichung unserer Unternehmensziele. Neben der Korruptionsvermeidung konzentriert sich die Gesellschaft insbesondere auf das Kartell- und das Medienrecht sowie - aufgrund der steigenden Digitalisierung der Geschäftstätigkeit des Konzerns - den Datenschutz.

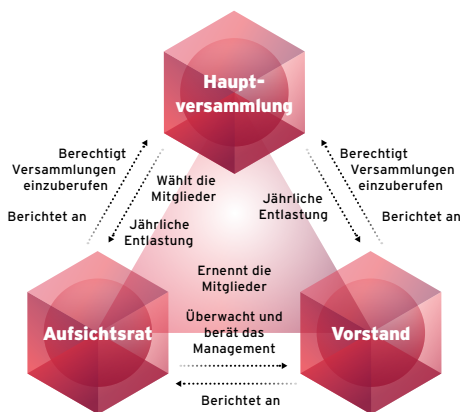
Zu diesem Zweck besteht bei der ProSiebenSat.1 Group ein Compliance Management System (CMS). Wesentliche Zielsetzung des CMS ist es, Integrität und rechtmäßiges Verhalten dauerhaft im Denken und Handeln aller Mitarbeiter zu verankern und auf diese Weise Rechts- und Regelverstöße von vornherein zu verhindern. Vor dem Hintergrund der Konzernstruktur hat sich die ProSiebenSat.1 Group in einer zentralen und einer dezentralen Compliance-Organisationsstruktur organisiert. Die zentrale Organisation bilden der Compliance-Ausschuss (Compliance Board) und der Group Chief Compliance Officer (CCO), die bei der Erfüllung ihrer Aufgaben durch Fachexperten aus anderen Bereichen, beispielsweise der Rechtsabteilung, unterstützt werden. Das Compliance Board und der CCO unterstützen und beraten den Vorstand bei der Umsetzung, Überwachung und Weiterentwicklung des CMS. Der CCO ist mit der Umsetzung des CMS im Konzern betraut, führt Risikoanalysen und Schulungen durch und berät den Vorstand bei der Entwicklung und Umsetzung angemessener Maßnahmen zur Risikominimierung. Zudem beobachtet er die Rechtsentwicklung und unterbreitet Vorschläge zur Weiterentwicklung des CMS. Die dezentrale Compliance-Organisation wird durch Unit Compliance Officer (UCO) repräsentiert, die in den Konzerngesellschaften bestellt werden. Die Gesamtverantwortung für das CMS liegt beim Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE als Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Group.

In ihrem Verhaltenskodex („Code of Conduct“) hat die ProSiebenSat.1 Group grundsätzliche Richtlinien und Handlungsweisen festgelegt. Diese Richtlinien definieren die allgemeinen Maßstäbe für das Verhalten in geschäftlichen, rechtlichen und ethischen Angelegenheiten und regeln zudem, wie Mitarbeiter Hinweise auf Fehlverhalten im Unternehmen geben können. Sie dienen allen Mitgliedern des Vorstands, der Geschäftsleitung sowie den Mitarbeitern der ProSiebenSat.1 Group als verbindlicher Orientierungs- und Ordnungsrahmen für den Umgang miteinander sowie mit Geschäftspartnern, Kunden, Lieferanten und weiteren Dritten. Der Verhaltenskodex kann im Internet unter www.ProSiebenSat1.com/investor-relations/corporate-governance/verhaltenskodex eingesehen werden.

ORGANE DER GESELLSCHAFT

Die ProSiebenSat.1 Media SE als Europäische Aktiengesellschaft mit dualistischem Leitungs- und Aufsichtssystem verfügt über drei Organe: Hauptversammlung, Aufsichtsrat (Aufsichtsorgan) und Vorstand (Leitungsorgan). Deren Aufgaben und Befugnisse ergeben sich aus der Verordnung (EG) Nr. 2157/2001 des Rates vom 8. Oktober 2001 über das Statut der Europäischen Gesellschaft (SE-VO), dem Gesetz zur Ausführung der SE-VO (SEAG), dem Aktiengesetz und der Satzung der ProSiebenSat.1 Media SE.

CORPORATE-GOVERNANCE-STRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE



Es besteht eine klare personelle Trennung zwischen Leitungs- und Aufsichtsorgan: Leitungsorgan ist der Vorstand, der vom Aufsichtsrat bei der Unternehmensführung überwacht und beraten wird. Alle Geschäfte und Entscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung sind, werden in enger Abstimmung des Vorstands mit dem Aufsichtsrat abgewickelt. Dazu sind eine offene Kommunikation und enge Kooperation zwischen den Organen von besonderer Bedeutung. Zur Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat und deren Zusammenwirken wird im vorliegenden Corporate-Governance-Bericht berichtet. Die Vergütung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats wird im Vergütungsbericht erläutert.

Zudem wurde 2019 ein neues Executive Committee etabliert, dem ausschließlich die Vorstandsmitglieder CEO, CFO sowie Deputy CEO/Group General Counsel als oberstes Entscheidungsorgan angehören. Außerdem verantworten unterhalb des Vorstands nun jeweils zwei Co-CEOs die Segmente Entertainment, Red Arrow Studios und NuCom Group.

Die Aktionäre nehmen ihre Mitverwaltungs- und Kontrollrechte auf der Hauptversammlung wahr, die durch den Versammlungsleiter zügig abgewickelt wird und spätestens nach vier bis sechs Stunden beendet sein sollte. Die Hauptversammlung wird zudem teilweise im Internet übertragen. Jede Stammaktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme. Die Aktionäre der Gesellschaft werden mit der Einladung zur Hauptversammlung über die einzelnen Tagesordnungspunkte und die Beschlussvorschläge von Vorstand und Aufsichtsrat fristgerecht informiert. Der Vorstand sorgt für die Bestellung eines Stimmrechtsvertreters zur weisungsgebundenen Ausübung des Stimmrechts der Aktionäre und damit zur Erleichterung der Wahrnehmung der Aktionärsrechte. Der Stimmrechtsvertreter ist auf der Hauptversammlung anwesend und erreichbar, eine Bevollmächtigung

und Weisungserteilung an den Stimmrechtsvertreter ist ferner durch Aktionäre bzw. deren Vertreter, die nicht vor Ort an der Hauptversammlung teilnehmen, grundsätzlich bis zum Vortag bzw. bei Nutzung des Online Aktionärsportals bis zum Ende der Generaldebatte der jeweiligen Hauptversammlung möglich. Im Falle eines Übernahmeangebots wird der Vorstand gegebenenfalls eine außerordentliche Hauptversammlung einberufen, in der die Aktionäre über das Übernahmeangebot beraten und gegebenenfalls über gesellschaftsrechtliche Maßnahmen beschließen.

ZUSAMMENSETZUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Dem Vorstand gehören nach den Vorgaben der Satzung ein oder mehrere Mitglieder an. Die Zahl der Mitglieder des Vorstands bestimmt der Aufsichtsrat. Zum 31. Dezember 2019 bestand der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE aus drei Mitgliedern (Vorjahr: fünf Mitglieder). 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. Für die Mitglieder des Vorstands hat der Aufsichtsrat entsprechend der Empfehlung des DCGK eine Altersgrenze bestimmt. So sollen Kandidaten, die während der Dauer ihrer vorgesehenen Amtszeit das 65. Lebensjahr erreichen, nicht in den Vorstand bestellt werden. → [Mitglieder des Vorstands](#) → [Vergütungsbericht](#) → [Übernahmerechtliche Angaben](#)

Dem Aufsichtsrat gehören satzungsgemäß neun Mitglieder an, die sämtlich von der Hauptversammlung zu wählen sind. Zum 31. Dezember 2019 bestand der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE wie im Vorjahr aus neun Mitgliedern. Neue Aufsichtsratsmitglieder durchlaufen ein strukturiertes Einführungsverfahren (sogenannter Onboarding-Prozess), in dem sie mit dem Unternehmen und ihren Aufgaben vertraut gemacht werden. → [Mitglieder des Aufsichtsrats](#)

ZIELE FÜR DIE ZUSAMMENSETZUNG DES VORSTANDS

Vor dem Hintergrund der am 31. Dezember 2019 ablaufenden Umsetzungsfrist hat der Aufsichtsrat am 10. Dezember 2019 beschlossen, an der zuletzt mit Beschluss vom 12. Mai 2017 festgelegten Zielgröße für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen im Vorstand von einer Frau festzuhalten. Die neue Frist zur Umsetzung der Zielgröße läuft am 31. Dezember 2024 ab. Bis zum Ausscheiden von Sabine Eckhardt als Mitglied des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE zum Ablauf des 30. April 2019 wurde diese Zielgröße für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen im Vorstand im Berichtszeitraum erfüllt. Der Vorstand in seiner derzeitigen Besetzung erfüllt die Zielgröße nicht mehr; der Aufsichtsrat wird aber bei künftigen Neubesetzungen des Vorstands die Zielvorgabe berücksichtigen.

Die ProSiebenSat.1 Group schätzt die Vielfalt, die Mitarbeiter und Führungskräfte an individuellen Eigenschaften, Erfahrungen und Kenntnissen in das Unternehmen einbringen, und betrachtet Diversität als wichtigen Erfolgsfaktor für die Entwicklung des Konzerns. Insbesondere der Anteil von Frauen und Männern im Unternehmen sowie in Führungspositionen ist für die ProSiebenSat.1 Group ein zentraler Diversitätsaspekt. Abgesehen vom Frauenanteil wurden bisher keine

weiteren Diversitätsaspekte als Zielgröße für den Vorstand definiert, da der Aufsichtsrat dies für Zwecke der Besetzung des Vorstands mit geeigneten Kandidaten derzeit nicht für erforderlich hält.

ZIELE FÜR DIE ZUSAMMENSETZUNG UND DIVERSITÄTSKONZEPT DES AUFSICHTSRATS

Der Aufsichtsrat hat sich mit den Empfehlungen in Ziff. 5.4.1 Abs. 2 und Abs. 3 des DCGK zu konkreten Zielen seiner Zusammensetzung eingehend auseinandergesetzt und unter Berücksichtigung der unternehmensspezifischen Besonderheiten gemäß § 111 Abs. 5 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO Ziele für seine Zusammensetzung zuletzt am 12. März 2018 beschlossen. Danach strebt der Aufsichtsrat an, dass

- der Anteil der im Sinne der Ziff. 5.4.2 DCGK unabhängigen Aufsichtsratsmitglieder mindestens 30 Prozent betragen soll;
- der Frauenanteil mindestens 1/3 (ein Drittel) betragen soll, welcher bis spätestens 31. März 2024 erreicht sein soll;
- die Mitglieder des Aufsichtsrats über besondere internationale Kenntnisse und Erfahrungen auf den Gebieten Rundfunk, Medien und Kommunikation verfügen sollen;
- der internationalen Tätigkeit des Unternehmens Rechnung getragen werden soll. Der Aufsichtsrat soll mit Mitgliedern besetzt werden, die aufgrund ihrer Herkunft oder beruflichen Tätigkeit Regionen oder Kulturräume vertreten, in denen die Gesellschaft eine wesentliche Tätigkeit entfaltet. In diesem Zuge soll ferner der Diversität bei der Besetzung Rechnung getragen und das derzeitige Niveau der Vielfalt gleichermaßen beibehalten werden. Der Aufsichtsrat soll mit Mitgliedern besetzt werden, die aufgrund ihrer Herkunft, ihres persönlichen Hintergrunds, ihrer Ausbildung oder beruflichen Tätigkeit, dem Aufsichtsrat breit gefächerte Erfahrungswerte und Spezialkenntnisse zur Verfügung stellen können;
- er weiterhin in jedem Einzelfall im Rahmen der Gesetze und unter Berücksichtigung des DCGK prüft, wie er mit potenziellen oder auftretenden Interessenkonflikten umgeht, um weiterhin eine unvoreingenommene, am Unternehmensinteresse orientierte Überwachung und Beratung des Vorstands der Gesellschaft zu gewährleisten;
- die in der vom Aufsichtsrat beschlossenen Geschäftsordnung vorgesehene Altersgrenze von 70 Jahren zum Zeitpunkt der Bestellung zum Aufsichtsratsmitglied beibehalten werden soll;
- eine Person, die für drei volle aufeinanderfolgende Amtszeiten und damit in der Regel fünfzehn Jahre Mitglied des Aufsichtsrats der Gesellschaft war, soll in der Regel für eine Wiederwahl in den Aufsichtsrat nicht mehr vorgeschlagen werden.

Der Aufsichtsrat in seiner derzeitigen Besetzung erfüllt bereits die vorstehend genannten und gemäß DCGK und AktG selbst auferlegten Ziele seiner Zusammensetzung. Der Aufsichtsrat betrachtet für das Geschäftsjahr 2019 sämtliche Aufsichtsratsmitglieder als unabhängig.

Die beschriebenen Ziele für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats und Festlegung zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen im Aufsichtsrat gemäß § 111 Abs. 5 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO

sind Bestandteil des Diversitätskonzepts für den Aufsichtsrat gemäß §§ 289f Abs. 2 Nummer 6, 315d HGB. Weiterer Bestandteil des Diversitätskonzepts für den Aufsichtsrat ist das nachstehend erläuterte Kompetenzprofil des Aufsichtsrats.

KOMPETENZPROFIL DES AUFSICHTSRATS

Zudem hat sich der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE vor dem Hintergrund der Empfehlung des DCGK in der Fassung vom 7. Februar 2017 unter Ziffer 5.4.1 (Zusammensetzung des Aufsichtsrats) das nachstehend erläuterte Kompetenzprofil für das Gesamtgremium erarbeitet und am 12. März 2018 beschlossen, so dass eine qualifizierte Beratung und Kontrolle der Gesellschaft durch den Aufsichtsrat sichergestellt werden kann. Das Gesamtgremium erfüllt die Anforderungen in seiner aktuellen Zusammensetzung bereits.

Dabei sollen von jedem Aufsichtsratsmitglied unverzichtbare allgemeine Kenntnisse mit eingebracht werden, so dass die entsprechenden Kandidatinnen und Kandidaten in der Lage sind, aufgrund ihrer Persönlichkeit, Unabhängigkeit, Leistungsbereitschaft und Integrität die Aufgaben des Aufsichtsrats in einem international agierenden Medien-/Digitalkonzern wahrzunehmen. Zudem soll bei den Wahlvorschlägen von Kandidatinnen und Kandidaten durch den Präsidial- und Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats an den Gesamt-Aufsichtsrat und anschließend die Hauptversammlung sichergestellt sein, dass das Thema Diversität Beachtung findet.

Die für eine qualifizierte und erfolgreiche Arbeit des Aufsichtsrats erforderlichen Kenntnisse und Erfahrungen sollen – dem Wesen des Aufsichtsrats als Kollegialorgan entsprechend – durch die Gesamtheit aller Mitglieder des Aufsichtsrats gewährleistet werden.

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE soll insgesamt über die Kompetenzen und Kenntnisse verfügen, die angesichts der Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Group als wesentlich erachtet werden. Hierzu gehören insbesondere fundierte Kenntnisse hinsichtlich:

- Erfahrung in der Führung eines börsennotierten, international agierenden Unternehmens;
- fundiertes Verständnis der unterschiedlichen Geschäftsfelder der ProSiebenSat.1-Gruppe – im Speziellen Content und Broadcasting, Vertrieb, Digital Entertainment, E-Commerce und Produktion – sowie des Marktumfeldes des Konzerns und der Medienregulierung/-politik;
- fundierte Kenntnisse im Bereich digitale Geschäftsentwicklung, digitale Diversifikations- und Plattform-Strategien (wie zum Beispiel Addressable TV), Daten und Werbetechnologien sowie M&A;
- fundierte Kenntnisse im Bereich Rechnungswesen, Rechnungslegung und Abschlussprüfung;
- fundierte Kenntnisse in den Bereichen Controlling und Risikomanagement;
- fundierte Kenntnisse in den Bereichen Personalentwicklung und -führung;
- fundierte Kenntnisse in den Bereichen Governance und Compliance.

Daneben muss mindestens ein unabhängiges Mitglied des Aufsichtsrats, der Vorsitzende des Prüfungsausschusses, über besondere Kenntnisse und Erfahrungen auf den Gebieten von Rechnungslegungsgrundsätzen und internen Kontrollverfahren verfügen.

Im Rahmen von Wahlvorschlägen an die Hauptversammlung soll insbesondere auf Persönlichkeit, Integrität, Leistungsbereitschaft und Unabhängigkeit der Kandidatinnen und Kandidaten geachtet werden. Zudem sollen bestehende sowie zur Wahl stehende Aufsichtsratsmitglieder grundsätzlich der vom DCGK unter Ziffer 5.4.5 empfohlenen Begrenzung von Mandaten in konzernexternen börsennotierten Gesellschaften oder in Aufsichtsgremien von konzernexternen Gesellschaften, die vergleichbare Anforderungen stellen, nachkommen.

Bei Wahlvorschlägen des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung sollen sämtliche Voraussetzungen (hinsichtlich Satzung und Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat, DCGK) erfüllt und die vorangehenden Ziele berücksichtigt sein, so dass eine gesamtheitliche Ausfüllung des Kompetenzprofils für das Gesamtgremium des Aufsichtsrats gewährleistet ist.

Im Fall einer möglichen anstehenden Neubesetzung ist zunächst zu prüfen, welche der entsprechenden Fachkenntnisse im Aufsichtsrat fehlen beziehungsweise verstärkt werden sollen. Basierend auf diesem entsprechenden Anforderungsprofil sind Kandidatinnen oder Kandidaten zu identifizieren, die diese entsprechenden Fachkenntnisse oder Fähigkeiten aufweisen sowie die den zu erwartenden Zeitaufwand aufbringen können. Im Hinblick auf eine kontinuierliche Aufsichtsratsarbeit sowie einer nachhaltigen und effizienten Nachfolgeplanung ist hier ebenfalls die festgelegte Altersgrenze für Mitglieder des Aufsichtsrats zu berücksichtigen.

ARBEITSWEISE VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Jedes Vorstandsmitglied verantwortet einen eigenen Zuständigkeitsbereich, über den es seine Vorstandskollegen laufend unterrichtet. Die Zusammenarbeit und Zuständigkeiten der Vorstandsmitglieder werden durch eine Geschäftsordnung geregelt, die der Aufsichtsrat für den Vorstand erlassen hat und bei Bedarf aktualisiert. Sitzungen des Gesamtvorstands finden in der Regel wöchentlich, seit September monatlich, statt und werden vom Vorstandsvorsitzenden geleitet. In den Sitzungen werden unter anderem Beschlüsse zu Maßnahmen und Geschäften gefasst, die nach der Geschäftsordnung des Vorstands die Zustimmung des Gesamtvorstands erfordern. Um Beschlüsse fassen zu können, müssen mindestens die Hälfte der Vorstandsmitglieder an der Beschlussfassung teilnehmen. Beschlüsse des Gesamtvorstands werden mit einfacher Mehrheit gefasst. Im Falle einer Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Vorstandsvorsitzenden. Bei wesentlichen Ereignissen kann jedes Vorstandsmitglied sowie der Aufsichtsrat eine außerordentliche Sitzung des Gesamtvorstands einberufen. Beschlüsse des Vorstands können auch außerhalb von Sitzungen durch mündliche, telefonische oder schriftliche Abstimmung sowie durch Abstimmung in Textform gefasst werden. Zu jeder Sitzung des Gesamtvorstands sowie zu jeder außerhalb einer Sitzung erfolgten Beschlussfassung wird ein schriftliches Protokoll angefertigt, das vom Vorstandsvorsitzenden bzw. dem Vorsitzenden der Sitzung unterzeichnet wird. Dieses Protokoll wird unverzüglich jedem Vorstandsmitglied schriftlich oder in Textform zugeleitet; erhebt keine der Personen, die an der Sitzung bzw. Beschlussfassung teilgenommen haben, Widerspruch gegen Inhalt oder Formulierung

des Protokolls innerhalb einer Woche nach Zusendung, gilt das Protokoll als genehmigt. Zusätzlich zu den regelmäßigen Sitzungen des Vorstands findet mindestens ein Strategie-Workshop im Jahr statt. Im Rahmen solcher Workshops werden strategische Zielsetzungen konzernweit priorisiert und gemeinsam mit leitenden Angestellten aus verschiedenen Unternehmensbereichen die Strategie für das laufende Geschäftsjahr entwickelt.

Näheres zur Arbeitsweise des Vorstands wird in der vom Aufsichtsrat festgelegten Geschäftsordnung für den Vorstand geregelt, die insbesondere auch den Geschäftsverteilungsplan und die dem Gesamtvorstand vorbehaltenen Angelegenheiten regelt.

Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat zeitnah und umfassend schriftlich sowie in den quartalsweise stattfindenden Aufsichtsratssitzungen über die Planung, die Geschäftsentwicklung und die Lage des Konzerns einschließlich des Risikomanagements sowie über Fragen der Compliance. Bei wesentlichen Ereignissen wird gegebenenfalls eine außerordentliche Aufsichtsratssitzung einberufen. Der Aufsichtsrat wird vom Vorstand in Strategie und Planung sowie in alle Fragen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen eingebunden. Die Satzung der Gesellschaft und die Geschäftsordnung des Vorstands sehen für bedeutende Geschäftsvorgänge Zustimmungsvorbehalte zugunsten des Aufsichtsrats vor. So ist beispielsweise für die Festlegung der Jahresplanung, größere Akquisitionen bzw. Desinvestitionen oder Investitionen in Programmlizenzen die Zustimmung des Aufsichtsrats erforderlich. Nähere Informationen zur Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat und zu wichtigen Beratungsthemen im Geschäftsjahr 2019 sind im Bericht des Aufsichtsrats zu finden.

Der Aufsichtsrat hält mindestens zwei Sitzungen pro Kalenderhalbjahr ab. Für seine Arbeit hat sich der Aufsichtsrat in Ergänzung zu den Vorgaben der Satzung eine Geschäftsordnung gegeben: Danach koordiniert der Aufsichtsratsvorsitzende die Arbeit im Aufsichtsrat, leitet dessen Sitzungen und nimmt die Belange des Gremiums nach außen wahr. Der Aufsichtsratsvorsitzende führt in angemessenem Rahmen Gespräche mit Investoren über aufsichtsratspezifische Themen. Der Aufsichtsrat fasst seine Beschlüsse in der Regel in Sitzungen. Auf Anweisung des Aufsichtsratsvorsitzenden können Beschlüsse jedoch auch in Telefon- oder Videokonferenzen oder außerhalb einer Sitzung gefasst werden. Ebenfalls zulässig ist eine Beschlussfassung durch eine Kombination von Stimmabgaben in Sitzungen mit anderen Formen der Stimmabgabe.

Der Aufsichtsrat ist beschlussfähig, wenn mindestens die Hälfte seiner Mitglieder an der Abstimmung teilnimmt. Beschlussfassungen des Aufsichtsratsgremiums werden grundsätzlich mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst, soweit nicht das Gesetz eine andere Mehrheit vorschreibt. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Aufsichtsratsvorsitzenden, bei dessen Nichtteilnahme die des stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden.

Die Aufsichtsratssitzungen werden protokolliert, das Protokoll wird vom Aufsichtsratsvorsitzenden unterzeichnet. Beschlüsse, die außerhalb von Sitzungen gefasst werden, werden ebenfalls schriftlich festgehalten. Eine Kopie des Protokolls bzw. der außerhalb einer Sitzung gefassten Beschlüsse wird unverzüglich an alle Mitglieder des Aufsichtsrats versendet. Die Aufsichtsratsmitglieder, die an der Sitzung bzw. Beschlussfassung teilgenommen haben, können innerhalb eines Monats nach Versand gegenüber dem Aufsichtsratsvorsitzenden schriftlich Widerspruch einlegen. Andernfalls gilt das Protokoll als genehmigt.

Herr Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher, der zugleich Vorsitzender des Prüfungsausschusses ist, erfüllt als unabhängiges und sachverständiges Mitglied die Anforderungen nach §§100 Abs.5, 107 Abs.4 AktG i. V. m. Art. 9 Abs.1 lit. c) ii) SE-VO und Ziff. 5.3.2 Sätze 2 und 3 DCGK; im Übrigen sind die Mitglieder des Prüfungsausschusses in ihrer Gesamtheit mit dem Sektor, in dem die Gesellschaft tätig ist, gemäß §§100 Abs.5, 107 Abs.4 AktG i. V. m. Art. 9 Abs.1 lit. c) ii) SE-VO vertraut.

Des Weiteren sind auch die Mitglieder des Gesamtaufsichtsrats in ihrer Gesamtheit mit dem Sektor, in dem die Gesellschaft tätig ist, gemäß §100 Abs.5 AktG i. V. m. Art. 9 Abs.1 lit. c) ii) SE-VO vertraut. Jedes Aufsichtsratsmitglied hat Interessenkonflikte, insbesondere solche, die etwa aufgrund einer Beratung oder Organfunktion bei Kunden, Lieferanten, Kreditgebern oder sonstigen Geschäftspartnern entstehen könnten, unverzüglich dem Präsidial- und Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats mitzuteilen.

Entsprechend der Empfehlung in Ziff. 5.6 des DCGK führt der Aufsichtsrat regelmäßig eine Effizienzprüfung durch. Wesentliche Themen sind unter anderem das Selbstverständnis des Aufsichtsrats, die Organisation seiner Tätigkeit, die Unabhängigkeit der Aufsichtsratsmitglieder, die Behandlung von potenziellen Interessenkonflikten sowie die Besetzung der Ausschüsse.

ZUSAMMENSETZUNG UND ARBEITSWEISE DER AUSSCHÜSSE SOWIE SITZUNGS-TEILNAHMEN

Der Vorstand hat keine Ausschüsse eingerichtet; der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2019 vier Ausschüsse eingesetzt. Die Besetzung der Aufsichtsratsausschüsse erfolgt durch den Aufsichtsrat. Bei der Auswahl der Ausschussmitglieder werden potenzielle Interessenkonflikte der Aufsichtsratsmitglieder und die jeweilige berufliche Qualifikation berücksichtigt.

ZUSAMMENSETZUNG DER AUFSICHTSRATSAUSSCHÜSSE ZUM 31. DEZEMBER 2019

<p>PRÄSIDIAL- UND NOMINIERUNGS-AUSSCHUSS Dr. Werner Brandt (Co-Vorsitzender), Dr. Marion Helmes (Co-Vorsitzende), Lawrence Aidem, Marjorie Kaplan, Ketan Mehta</p> <p>PRÜFUNGS-AUSSCHUSS Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher (Vorsitzender und unabhängiger Finanzexperte i. S. d. §§100 Abs.5, 107 Abs.4 AktG i. V. m. Art. 9 Abs.1 lit. c) ii) SE-VO und Ziff. 5.3.2 Sätze 2 und 3 DCGK), Angelika Gifford (bis 13. Januar 2020), Dr. Marion Helmes</p> <p>PERSONAL-AUSSCHUSS: Dr. Werner Brandt (Vorsitzender), Angelika Gifford (bis 13. Januar 2020), Dr. Marion Helmes, Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher</p> <p>KAPITALMARKT-AUSSCHUSS: Dr. Werner Brandt (Vorsitzender), Dr. Marion Helmes, Ketan Mehta, Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher</p>
--

Die Aufsichtsratsausschüsse kommen in der Regel quartalsweise zu Sitzungen zusammen. Den Ausschüssen sind, soweit gesetzlich zulässig, verschiedene Aufgaben des Aufsichtsrats zur Beschlussfassung übertragen, insbesondere die Zustimmung zu bestimmten Maßnahmen der Geschäftsführung. Ein Ausschuss ist beschlussfähig, wenn

mindestens die Hälfte der Mitglieder an der Beschlussfassung teilnimmt. Beschlüsse in den Ausschüssen werden grundsätzlich mit einfacher Mehrheit der Stimmen gefasst; bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Ausschussvorsitzenden. Zu jeder Ausschusssitzung wird ein schriftliches Protokoll angefertigt und vom Ausschussvorsitzenden unterzeichnet. Auch Beschlussfassungen außerhalb von Sitzungen werden schriftlich festgehalten. Sitzungsprotokolle und Beschlussfassungen werden an alle Mitglieder des jeweiligen Ausschusses versendet. Sie gelten als genehmigt, wenn kein Ausschussmitglied, das an der Sitzung oder der Beschlussfassung teilgenommen hat, dessen Inhalt innerhalb von einer Woche nach Zustellung widerspricht. Die Ausschussvorsitzenden berichten in den Aufsichtsratssitzungen über die Arbeit in den Ausschüssen.

Der Finanzvorstand, der Rechtsvorstand und der Abschlussprüfer nehmen regelmäßig an den Sitzungen des Prüfungsausschusses teil. Darüber hinaus lädt der Vorsitzende des Prüfungsausschusses bei Bedarf insbesondere leitende Angestellte aus den Bereichen Finanzen und Bilanzierung zu Informationszwecken ein. Mindestens einmal im Geschäftsjahr tagt der Prüfungsausschuss in Abwesenheit von Vorstandsmitgliedern. Für seine Arbeit hat der Aufsichtsrat dem Prüfungsausschuss eine Geschäftsordnung gegeben. Zusätzlich findet auch außerhalb der Sitzungen ein regelmäßiger Dialog zwischen dem Prüfungsausschuss und den Abschlussprüfern statt.

Der Aufsichtsrat sieht es als Bestandteil guter Corporate Governance an, die Teilnahme an Sitzungen des Aufsichtsratsplenums sowie der Aufsichtsratsausschüsse individualisiert offenzulegen.

INDIVIDUALISIERTE OFFENLEGUNG DER SITZUNGSTEILNAHME IM GESCHÄFTSJAHR 2019

	Sitzungs- teilnahme	Anwesenheit in %
AUFSICHTSRATSPLENUM		
Dr. Werner Brandt, Vorsitzender (seit 26. Juni 2014)	12/12	100
Dr. Marion Helmes, stellv. Vorsitzende (seit 26. Juni 2014, stellv. Vorsitzende seit 21. Mai 2015)	12/12	100
Lawrence Aidem (seit 26. Juni 2014)	12/12	100
Adam Cahan (seit 26. Juni 2014)	12/12	100
Angelika Gifford (21. Mai 2015 bis 13. Januar 2020)	12/12	100
Erik Adrianus Hubertus Huggers (seit 26. Juni 2014)	12/12	100
Marjorie Kaplan (seit 16. Mai 2018)	12/12	100
Ketan Mehta (seit 24. November 2015)	11 ¹ /12	91,66
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher (seit 21. Mai 2015)	12/12	100
PRÄSIDIAL- UND NOMINIERUNGS-AUSSCHUSS		
Dr. Werner Brandt, Co-Vorsitzender (seit 26. Juni 2014)	2/2	100
Dr. Marion Helmes, Co-Vorsitzende (seit 21. Mai 2015)	2/2	100
Lawrence Aidem (seit 26. Juni 2014)	2/2	100
Ketan Mehta (seit 30. Juni 2016)	2/2	100
Marjorie Kaplan (Teilnahme als Gast)	1/1	100
PRÜFUNGS-AUSSCHUSS		
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher, Vorsitzender (seit 21. Mai 2015)	4/4	100
Dr. Marion Helmes (seit 26. Juni 2014)	4/4	100
Angelika Gifford (16. Mai 2018 bis 13. Januar 2020)	4/4	100
Dr. Werner Brandt (Teilnahme als Gast)	4/4	100

PERSONALAUSSCHUSS

Dr. Werner Brandt, Vorsitzender (seit 26. Juni 2014)	3/3	100
Angelika Gifford (21. Mai 2015 bis 13. Januar 2020)	3/3	100
Dr. Marion Helmes (seit 21. Mai 2015)	2 ¹ /3	66, 66
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher (seit 16. Mai 2018)	3/3	100
KAPITALMARKTAUSSCHUSS		
Dr. Werner Brandt, Vorsitzender (seit 7. September 2016)	5/5	100
Dr. Marion Helmes (seit 7. September 2016)	5/5	100
Ketan Mehta (seit 7. September 2016)	5/5	100
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher (seit 7. September 2016)	5/5	100

¹ Eine Teilnahme war wegen der Kurzfristigkeit der Einberufung der Sitzung aus terminlichen Gründen nicht möglich.

KOMMUNIKATION UND TRANSPARENZ

Mit Offenheit und Transparenz soll das Vertrauen der Aktionäre und Kapitalgeber sowie der interessierten Öffentlichkeit gestärkt werden. Daher unterrichtet die ProSiebenSat.1 Media SE regelmäßig über wesentliche Entwicklungen der Geschäftslage und Änderungen im Konzern. Zudem veranstaltet die Gesellschaft regelmäßig - meist einmal im Jahr - einen Kapitalmarkttag. Das Unternehmen stellt Informationen grundsätzlich zeitgleich allen Aktionären sowie Medienvertretern und der interessierten Öffentlichkeit zur Verfügung. Diese werden auch in englischer Sprache veröffentlicht, um die Internationalität der Interessengruppen zu berücksichtigen.

Im Finanzkalender werden die Veröffentlichungstermine von Finanzberichten und Mitteilungen sowie weitere wichtige Termine wie zum Beispiel das Datum der Hauptversammlung frühzeitig bekannt gegeben. Der Kalender ist auf der ProSiebenSat.1-Homepage unter [→ www.prosiebensat1.com/investor-relations/presentationen-events/finanzkalender](http://www.prosiebensat1.com/investor-relations/presentationen-events/finanzkalender) abrufbar.

Im Sinne einer fairen Kommunikation und zeitnahen Information im In- und Ausland nutzt das Unternehmen insbesondere das Internet als Kommunikationskanal. Auf der Homepage [→ www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com) werden alle relevanten Unternehmensinformationen publiziert. Geschäfts- und Halbjahresfinanzberichte sowie Quartalsmitteilungen, aktuelle Kurs-Charts und Unternehmenspräsentationen sind dort jederzeit abrufbar. Auf Sonderseiten für die jährliche Hauptversammlung informiert der Konzern über organisatorische und rechtliche Themen im Zusammenhang mit der Hauptversammlung. Neben der Tagesordnung selbst sind dort im Anschluss an die Hauptversammlung auch die Rede des Vorstandsvorsitzenden sowie die Abstimmungsergebnisse abrufbar. In der Rubrik „Corporate Governance“ veröffentlicht die ProSiebenSat.1 Media SE zudem den jährlichen Corporate-Governance-Bericht, die aktuelle Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f HGB und §§ 289f, 315d, 315e HGB, die Entsprechenserklärung zum DCGK gemäß § 161 AktG einschließlich eines Archivs mit älteren Entsprechenserklärungen sowie die Satzung des Unternehmens.

REGELBERICHTERSTATTUNG UND AD-HOC-PUBLIZITÄT

Im Rahmen der Jahres- und Zwischenberichterstattung werden viermal im Geschäftsjahr die Geschäftsentwicklung sowie die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group erläutert. Tatsachen, die den Börsenkurs erheblich beeinflussen könnten, werden entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen auch außerhalb der regelmäßigen Berichterstattung unverzüglich als Ad-hoc-Meldung veröffentlicht und unverzüglich im Internet unter [→ https://www.ProSiebenSat1.com/presse/newsroom/ad-hoc-publizitaet](https://www.ProSiebenSat1.com/presse/newsroom/ad-hoc-publizitaet) zugänglich gemacht.

BEDEUTENDE STIMMRECHTSANTEILE

Meldungen zu Veränderungen bei bedeutenden Stimmrechtsanteilen gemäß den §§ 33 ff. Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) werden unverzüglich nach Eingang veröffentlicht. Aktuelle Informationen sind unter [→ www.ProSiebenSat1.com/investor-relations/publikationen/stimmrechtsmitteilungen](http://www.ProSiebenSat1.com/investor-relations/publikationen/stimmrechtsmitteilungen) abrufbar.

DIRECTORS'-DEALINGS-MELDUNGEN

Auch Directors'-Dealings-Meldungen nach Art. 19 der Verordnung (EU) Nr. 596/2014 über Marktmissbrauch (MAR) werden unverzüglich nach deren Eingang unter [→ www.ProSiebenSat1.com/investor-relations/publikationen/directors-dealings-meldungen](http://www.ProSiebenSat1.com/investor-relations/publikationen/directors-dealings-meldungen) veröffentlicht. Im Geschäftsjahr 2019 wurden der ProSiebenSat.1 Media SE gemäß Art. 19 MAR acht Geschäfte von Personen mit Führungsaufgaben oder ihnen nahestehenden Personen in Aktien der Gesellschaft bzw. sich auf Aktien der Gesellschaft beziehenden Finanzinstrumenten gemeldet.

Zum 31. Dezember 2019 hielten Mitglieder des Vorstands insgesamt 413.107 Aktien (Vorjahr: 187.783) und Mitglieder des Aufsichtsrats insgesamt 84.710 Aktien (Vorjahr: 63.543) an der ProSiebenSat.1 Media SE. Im Geschäftsjahr 2019 hat Max Conze 1.295.673,29 Euro (Vorjahr: 3.508.442 Euro) in den Kauf von ProSiebenSat.1 Media SE Aktien investiert (davon 299.999,86 Euro als Call Option mit Barausgleich), Rainer Beaujean 1.501.567,44 Euro. Conrad Albert hat keine weiteren Investitionen im Geschäftsjahr 2019 (Vorjahr: 438.081 Euro) getätigt.

INDIVIDUALISIERTER AKTIENBESITZ VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT ZUM 31. DEZEMBER 2019

	Anzahl Aktien
VORSTAND	
Max Conze	265.505 (davon 28.222 Call Option mit Barausgleich)
Conrad Albert	16.500
Rainer Beaujean	131.102 (davon 1.102 vor Amtsantritt)
AUFSICHTSRAT	
Dr. Werner Brandt	40.000
Dr. Marion Helmes	6.605
Lawrence Aidem	3.494
Adam Cahan	3.372
Angelika Gifford	3.449
Erik Adrianus Hubertus Huggers	3.369
Marjorie Kaplan	757
Ketan Mehta	15.000
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	8.664

Als Teil der Vorstandsvergütung erhalten die Vorstandsmitglieder unter anderem eine aktienbasierte Vergütung in Form des sogenannten Performance Share Plan. Der Performance Share Plan ist als mehrjährige variable Vergütung in Form virtueller Aktien (Performance Shares Units/PSUs) ausgestaltet. Hierzu erfolgt eine Zuteilung in jährlichen Tranchen mit jeweils vierjährigem Performancezeitraum. Die Auszahlung erfolgt jeweils in bar in Jahr fünf, dem Jahr nach Ablauf des jeweiligen 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. Sie 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 des STOXX Europe 600 Media). Im Geschäftsjahr 2019 hielten Mitglieder des Vorstands insgesamt 503.265 PSUs. → [Anhang, Ziffer 35, „Anteilsbasierte Vergütung“](#)

AKTIENBASIERTE PROGRAMME UND ÄHNLICHE WERTPAPIERORIENTIERTE ANREIZSYSTEME

Weiterführende Angaben zu den aktienbasierten Vergütungsprogrammen Performance Share Plan und Group Share Plan sowie zum Mitarbeiteraktienprogramm (MyShares) der ProSiebenSat.1 Media SE sind im Anhang des Konzernabschlusses sowie im Konzernlagebericht enthalten. → [Vergütungsbericht](#) → [Anhang, Ziffer 26, „Eigenkapital“](#)

RECHNUNGSLEGUNG UND ABSCHLUSSPRÜFUNG

Die Rechnungslegung der ProSiebenSat.1 Group erfolgt nach Grundsätzen der IFRS (International Financial Reporting Standards), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Der Jahresabschluss der

ProSiebenSat.1 Media SE als Konzern-Muttergesellschaft wird nach den Rechnungslegungsvorschriften des deutschen Handelsgesetzbuches (HGB) erstellt. Sowohl der Einzelabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE als auch der Konzernabschluss sind auf der Homepage der Gesellschaft unter → www.ProSiebenSat1.com abrufbar. Beide Abschlüsse werden von einer unabhängigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und testiert. Für das Geschäftsjahr 2019 sind sie erstmals von der Ernst & Young (EY) Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit Sitz in Stuttgart mit Nathalie Mielke als verantwortlichem Prüfer ordnungsgemäß geprüft und am 26. Februar 2020 mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden. Nathalie Mielke ist seit dem Geschäftsjahr 2019 als verantwortlicher Prüfer von EY für die Gesellschaft tätig. → [Bericht des Aufsichtsrats](#)

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG

In der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f, 315d HGB berichten Vorstand und Aufsichtsrat über die Unternehmensführung. Sie umfasst neben der jährlichen Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken sowie weitere Aspekte der Unternehmensführung. Ergänzende Ausführungen, wie unter anderem eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat, eine Darstellung der Zusammensetzung und Arbeitsweise der Ausschüsse, eine Beschreibung des Diversitätskonzepts sowie Erläuterungen zur Kapitalmarktkommunikation und den Rechnungslegungsgrundsätzen befinden sich im Corporate-Governance-Bericht.

ENTSPRECHENSERKLÄRUNG DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX GEMÄSS § 161 AKTG

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE erklären, dass den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der im amtlichen Teil des Bundesanzeigers am 24. April bzw. 19. Mai 2017 bekannt gemachten Fassung vom 7. Februar 2017 seit deren Bekanntgabe grundsätzlich entsprochen wird und wurde. Lediglich die folgende Kodex-Empfehlung wurde bzw. wird nicht angewendet:

Die von der Gesellschaft für Vorstand und Aufsichtsrat abgeschlossenen D&O-Versicherungsverträge sehen einen Selbstbehalt für die versicherten Mitglieder des Vorstands in dem gesetzlich (§ 93 Abs. 2 Satz 3 AktG in Verbindung mit Art. 51 SE-VO) und anstellungsvertraglich vorgegebenen Rahmen vor. Nach Auffassung von Vorstand und Aufsichtsrat ist ein Selbstbehalt jedoch kein geeignetes Mittel, das Verantwortungsbewusstsein und die Motivation der Organmitglieder zu steigern. Ein Selbstbehalt ist für Aufsichtsratsmitglieder deswegen derzeit entgegen der Empfehlung in Ziff. 3.8 DCGK nicht vereinbart.

Die ProSiebenSat.1 Media SE beabsichtigt, den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der im amtlichen Teil des Bundesanzeigers am 24. April bzw. 19. Mai 2017 bekannt gemachten Fassung vom 7. Februar 2017 mit der oben erstgenannten Ausnahme auch in Zukunft zu entsprechen.

Im Dezember 2019

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE

RELEVANTE ANGABEN ZU UNTERNEHMENSFÜHRUNGSPRAKTIKEN

Der Vorstand ist der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf der Grundlage rechtmäßigen Handelns möglich ist. Die Verhinderung von Korruption und Rechtsverstößen sind daher wichtige Erfolgsfaktoren für die Marktposition sowie die Erreichung der Unternehmensziele. Dies gilt insbesondere für das Kartell- und Medienrecht sowie – aufgrund der steigenden Digitalisierung der Geschäftstätigkeit des Konzerns – den Datenschutz und die damit verbundene Wahrung von Persönlichkeitsrechten. Für weitergehende Angaben zu diesem Zweck bei der ProSiebenSat.1 Group bestehenden Compliance Management System (CMS) und auch dem für die ProSiebenSat.1 Group geltenden Verhaltenskodex („Code of Conduct“) verweisen wir auf den → [Corporate-Governance-Bericht](#).

BESCHREIBUNG DER ZUSAMMENSETZUNG UND ARBEITSWEISE VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT, DER AUSSCHÜSSE SOWIE DES DIVERSITÄTSKONZEPTS

Eine allgemeine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie dessen Ausschüssen befindet sich im Corporate-Governance-Bericht. Die Zusammensetzung des Vorstands ist im Geschäftsbericht 2019 zu finden; die Zusammensetzung des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse ist im Geschäftsbericht 2019 unter → [Mitglieder des Aufsichtsrats](#) sowie im → [Corporate-Governance-Bericht](#) erläutert. Ebenfalls im Corporate-Governance-Bericht ist die Beschreibung des Diversitätskonzepts sowie der Ziele dieses Diversitätskonzepts, der Art und Weise seiner Umsetzung und der im Geschäftsjahr erreichten Ergebnisse gemäß §§ 289f Abs. 2 Nummer 6, 315d HGB enthalten. Der Corporate-Governance-Bericht ist auch im Internet unter → www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/corporate-governance-bericht öffentlich zugänglich.

FESTLEGUNGEN ZUR GLEICHBERECHTIGTEN TEILHABE VON FRAUEN IN FÜHRUNGS- POSITIONEN

Vorstand und Aufsichtsrat. Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat jeweils für die Zusammensetzung von Vorstand und Aufsichtsrat mit Blick auf die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen in beiden Organen der Gesellschaft gemäß § 111 Abs. 5 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO Zielgrößen sowie Fristen für eine entsprechende Zielerreichung festgelegt, über die im → [Corporate-Governance-Bericht](#) berichtet wird; auf diesen Bericht wird hiermit verwiesen.

Führungsebenen unterhalb des Vorstands. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE hat mit Beschluss vom 30. Juni 2017 mit Blick auf § 76 Abs. 4 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO in Bezug auf den Frauenanteil in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands folgende Zielgrößen festgelegt, die bis zum 30. Juni 2022 erreicht sein sollen:

- Erste Führungsebene (Management Level 1): 15 Prozent
- Zweite Führungsebene (Management Level 2): 30 Prozent

Der Frauenanteil für die erste Führungsebene in der ProSiebenSat.1 Media SE betrug zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres 25,0 Prozent (Vorjahr: 42,9%). Die Frauenquote für die zweite Führungsebene lag bei 34,2 Prozent (Vorjahr: 38,6%). Damit wurden die Ziele im Hinblick auf den Frauenanteil in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands im Berichtszeitraum jeweils übertroffen.

ZUSAMMENGEFASSTER GESONDERTER NICHTFINANZIELLER BERICHT

(GEMÄSS §§ 315B, 315C, §§ 289B BIS 289E HGB)

Wir sind uns unserer unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und nehmen sie als ganzheitliche Herausforderung wahr. Denn Erfolg bedeutet nicht nur, die wirtschaftlichen Ergebnisse der ProSiebenSat.1 Group langfristig zu steigern. Es heißt für uns auch, die Nachhaltigkeitsleistung und die nichtfinanziellen Kennzahlen des Konzerns konsequent weiterzuentwickeln und zu verbessern sowie die Interessen unserer Zielgruppen in Einklang zu bringen, insbesondere von Mitarbeitern, Aktionären, Zuschauern und Nutzern sowie Geschäftskunden. Der Konzern definiert nachhaltiges unternehmerisches Handeln als einen integrierten Ansatz, um sowohl seine ökonomische als auch ökologische und soziale Leistung zu steigern. Das bedeutet konkret, dass wir mit unserem Konzern inklusiv, nachhaltig sowie umwelt- und sozialverträglich wirtschaften wollen.

2019 haben wir unsere Nachhaltigkeitsstrategie „We love to sustain“ verabschiedet und implementieren diese seitdem schrittweise. Basis der Nachhaltigkeitsstrategie sind die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Diese fordern alle Unternehmen auf, ihre Kreativität und Innovationskraft zur Lösung von Herausforderungen der nachhaltigen Entwicklung einzusetzen. Vor diesem Hintergrund hat die ProSiebenSat.1 Group die folgenden sechs Ziele für ihre unternehmerischen Aktivitäten als besonders relevant eingestuft: Hochwertige Bildung (SDG 4), Geschlechtergleichheit (SDG 5), Weniger Ungleichheiten (SDG 10), Maßnahmen zum Klimaschutz (SDG 13), Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen (SDG 16) sowie Partnerschaften zur Erreichung der Ziele (SDG 17). Daraus abgeleitet hat der Konzern vier zentrale Handlungsfelder für sich definiert: Gesellschaft, Vielfalt, Umwelt sowie Governance & Compliance.

Im Zuge der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie hat der Konzern zudem Maßnahmen ergriffen, um die Nachhaltigkeitsorganisation auszubauen und die Governance-Strukturen weiterzuentwickeln. Im Berichtszeitraum wurde ein Sustainability Board installiert; im Januar 2020 wurde zudem ein eigenes Nachhaltigkeits-Ressort unter Leitung des Chief Sustainability Officer etabliert. Das Sustainability Board bildet das zentrale und interdisziplinäre Gremium zur Diskussion,

Koordination, Umsetzung, Überwachung und Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie des Konzerns. Mitglieder sind - neben dem Deputy CEO/Group General Counsel und dem Corporate Sustainability Office - Vertreter aus relevanten Zentralfunktionen, den operativen Unternehmensbereichen sowie des Betriebsrats.

! Nichtfinanzielle Aspekte, Indikatoren zur Nachhaltigkeitsleistung sowie ESG-Informationen (Environment, Social, Governance) liegen im Verantwortungsbereich des Deputy CEO und Group General Counsel.

Im vorliegenden zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht (NFB) für das Geschäftsjahr 2019 berichtet die ProSiebenSat.1 Group über die wesentlichen nichtfinanziellen Aspekte mit den entsprechenden Angaben, die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses und der Lage des Mutterunternehmens und des Konzerns sowie der Auswirkungen der Geschäftstätigkeit in diesem Kontext erforderlich sind. Wesentliche Risiken für einzelne nichtfinanzielle Aspekte wurden in diesem Zusammenhang nicht ermittelt. Dabei wurde der nichtfinanzielle Konzernbericht mit dem nichtfinanziellen Bericht des Mutterunternehmens i. S. d. § 315b Abs.1 Satz 2 HGB zusammengefasst. Die Angaben in diesem Bericht betreffen sowohl den Konzern als auch das Mutterunternehmen, sofern nicht anders vermerkt.

Die ProSiebenSat.1 Group orientiert sich bei der Erstellung des NFB an den Standards der Global Reporting Initiative (GRI). Gemäß § 317 Abs.2 Satz 4 HGB wurde vom Abschlussprüfer geprüft, dass der NFB entsprechend den gesetzlichen Vorschriften vorgelegt wurde. Zusätzlich beauftragte der Aufsichtsrat die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, München, den NFB inhaltlich mit hinreichender Sicherheit zu prüfen. Eine Wiedergabe des Prüfungsvermerks vom 26. Februar 2020, in dem Art, Umfang und Ergebnisse dieser Prüfung dargestellt sind, findet sich im Geschäftsbericht. Die Prüfung erfolgte unter Anwendung des einschlägigen Prüfungsstandards „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (ISAE 3000 revised)“ zur Erlangung einer hinreichenden

WESENTLICHE NICHTFINANZIELLE ASPEKTE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

Arbeitnehmerbelange	Sozialbelange	Achtung der Menschenrechte	Anti-Korruption und Kartellrecht
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Mitarbeiterbindung und Personalentwicklung ▶ Mitarbeitergewinnung und Recruiting ▶ Vielfalt 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Gesellschaftliche Verantwortung ▶ Produktverantwortung 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Anti-Diskriminierung 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Anti-Korruption ▶ Kartellrecht

Sicherheit (Reasonable Assurance) bezüglich der gemäß §§ 315b, 315c i. V.m. 289b bis 289e HGB gesetzlich geforderten Angaben.

Im Jahr 2017 haben wir vor dem Hintergrund der erstmaligen Anwendung des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt und diese seitdem jährlich validiert. Für das Geschäftsjahr 2019 haben wir für die ProSiebenSat.1 Group vier nichtfinanzielle Aspekte identifiziert, zu denen wir im Folgenden Angaben gemäß § 289c Abs.3 HGB zu verfolgten Konzepten, den dabei angewandten Due-Diligence-Prozessen, zu Ergebnissen und zugehörigen Kennzahlen machen. Der Aspekt Achtung der Menschenrechte ist insbesondere aufgrund der gestiegenen Relevanz des Themas Anti-Diskriminierung in der Medienbranche im Vergleich zum Vorjahr neu aufgenommen worden. Für die erforderlichen Erläuterungen zum Geschäftsmodell gemäß § 289c Abs.1 HGB verweisen wir auf das Kapitel „Organisation und Konzernstruktur“ im Lagebericht der ProSiebenSat.1 Group. Darüber hinaus sind sämtliche Verweise auf Inhalte außerhalb dieses NFB als weiterführende Informationen zu verstehen und nicht Bestandteil des NFB.

Informationen zu Corporate Governance bei der ProSiebenSat.1 Group befinden sich insbesondere im Corporate-Governance-Bericht sowie in der Erklärung zur Unternehmensführung im Geschäftsbericht 2019.

Auch wenn die ProSiebenSat.1 Group als Medienkonzern nicht in einem produzierenden Sektor mit großem Ressourceneinsatz und hoher Energieintensität agiert, sind wir uns unserer ökologischen Verantwortung als Unternehmen bewusst. Gemeinsam mit unseren Mitarbeitern und im Dialog mit unseren anderen Stakeholdern möchten wir einen Beitrag zur Abschwächung des Klimawandels und zur Bewahrung der Umwelt leisten, zum Beispiel durch einen schonenden und effizienten Umgang mit natürlichen Ressourcen sowie der Verringerung unseres Energieverbrauchs und des CO₂-Ausstoßes. Wir schätzen dennoch insbesondere die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt als begrenzt ein und haben daher Umweltbelange nicht als wesentlichen nichtfinanziellen Aspekt gemäß § 289c Abs.3 HGB identifiziert.

BERICHTSGRENZEN UND DATENERFASSUNG

Der organisatorische Berichtsrahmen für die im NFB enthaltenen Angaben zu Konzepten und Kennzahlen für unsere Nachhaltigkeitsleistung umfasst grundsätzlich alle Konzernunternehmen und entspricht dem Konsolidierungskreis der ProSiebenSat.1 Group, die zentral von der ProSiebenSat.1 Media SE gesteuert wird. Die Abgrenzung des Konsolidierungskreises folgt dem Kontrollprinzip des IFRS 10. Ausnahmen und Einschränkungen im Hinblick auf die Berichtsgrenzen der einzelnen definierten Aspekte sowie die Datenerfassung von Kennzahlen erläutern wir im Folgenden oder sie werden bei den Angaben zu den einzelnen Aspekten entsprechend kenntlich gemacht.

– Insbesondere das internationale Geschäft im Segment Content Production & Global Sales wird bei der Betrachtung der Konzepte sowie der Datenerfassung der nichtfinanziellen Kennzahlen für den Aspekt Arbeitnehmerbelange teilweise nicht einbezogen. So sind die Konzernfunktionen Employer Branding & Recruiting Strategy sowie People Development in dieser Form in einzelnen Beteiligungen aufgrund der relativ geringen Anzahl an Beschäftigten nicht implementiert. Der Produktionsbereich ist außerdem aufgrund des Auftragsgeschäfts von einer hohen Volatilität der Mitarbeiterzahlen geprägt.

- Die Informationen zur gesellschaftlichen Verantwortung der ProSiebenSat.1 Group innerhalb der Sozialbelange beziehen sich vor allem auf die Geschäftstätigkeiten des Konzerns im deutschen TV-Programm (Segment Entertainment).
- Durch das Compliance-Management-System (CMS) deckt die ProSiebenSat.1 Group wesentliche für die nichtfinanzielle Berichterstattung relevante Rechtsgebiete (Anti-Korruption, Kartellrecht, Datenschutz und Medienrecht) konzernweit ab. Die Konzepte zu den medienrechtlichen Bestimmungen beziehen sich aufgrund unterschiedlicher gesetzlicher Regelungen im Ausland und fehlender Relevanz für viele Gesellschaften zum Beispiel im Produktionsbereich nur auf ausgewählte Konzernunternehmen. Dazu zählen in erster Linie die ProSiebenSat.1 Media SE als Holding-Gesellschaft, die ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH sowie die Vermarktungsunternehmen SevenOne Media GmbH und SevenOne AdFactory GmbH.
- Bei berichteten Kennzahlen im Zusammenhang mit Produktverantwortung und Compliance gilt bezüglich des Zeitpunkts der Einbeziehung von Konzernbeteiligungen, dass akquirierte Gesellschaften spätestens in der Berichtsperiode in die Datenerhebung einbezogen werden, in der sie für ein ganzes Geschäftsjahr in der Finanzberichterstattung konsolidiert wurden.

ARBEITNEHMERBELANGE

Die Medienbranche wandelt sich durch die fortschreitende Digitalisierung schneller und grundlegender als viele andere Industrien. Zu den wichtigsten Erfolgshebeln für unsere Zukunft gehört daher, unsere Gruppe zu einem modern aufgestellten und digital erfolgreichen Unternehmen zu transformieren. Teil dieser Transformation ist ein adäquates Personalmanagement: Es gehört daher zu unserem Selbstverständnis als Arbeitgeber, durch unsere Personalarbeit Rahmenbedingungen zu schaffen, die diesen Prozess des Wandels unterstützen und den individuellen Interessen unserer Mitarbeiter gerecht werden. Mit unserem Gesamtangebot, das neben einer leistungsorientierten Vergütung auch betriebliche Zusatzleistungen, individuelle Entwicklungsmöglichkeiten und ein attraktives Arbeitsumfeld umfasst, wollen wir engagierte und qualifizierte Mitarbeiter für die ProSiebenSat.1 Group gewinnen, bei uns halten und weiterentwickeln.

Der Personalbereich unterstützt Vorstand, Führungskräfte und Mitarbeiter mit einem businessorientierten Portfolio aus Produkten, Leitlinien und Prozessen, um die ProSiebenSat.1 Group nachhaltig attraktiv und geschäftlich erfolgreich zu machen. Neben der quartalsweisen Meldung von Personalrisiken im Rahmen des konzernweiten Risikomanagements spielt dabei das interne HR-Reporting eine wichtige Rolle. In der Personalorganisation sind insbesondere die HR Business Partner eng mit den operativen Geschäftsbereichen verbunden und werden dadurch für die konkreten Arbeitnehmerbelange sensibilisiert. Expertenteams für alle Personalbelange von Rekrutierung, Talententwicklung über Compensation & Benefits und Arbeitsrecht bis zu administrativen und Prozessthemen komplettieren unsere Personalarbeit.

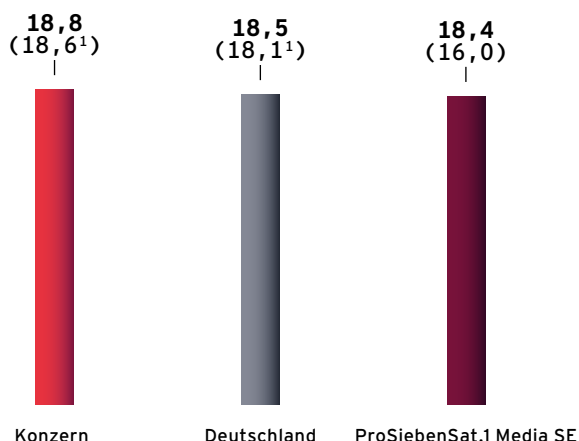
Mitarbeiterbindung und Personalentwicklung

Gerade im Zuge eines Transformationsprozesses ist es aus unserer Sicht entscheidend, qualifizierte und engagierte Mitarbeiter im Unternehmen zu halten. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in der ProSiebenSat.1 Group belief sich auf 5,7 Jahre (Vorjahr 6,1 Jahre). Für die ProSiebenSat.1 Media SE betrug sie 7,3 Jahre nach 7,2 Jahren im Vorjahr. Die Fluktuationsrate im Konzern belief sich im Geschäftsjahr 2019 auf 15,6 Prozent (Vorjahr: 15,4 %); in der ProSiebenSat.1 Media SE betrug sie 17,7 Prozent nach 19,9 Prozent im Vorjahr. Die weiterhin verhältnismäßig hohe Fluktuation ist zurückzuführen auf die organisatorische Neuaufstellung des Konzerns.

Bei der Berechnung der Fluktuationsrate wird die Anzahl der Austritte im Berichtszeitraum durch die Anzahl der Mitarbeiter zum Stichtag 31. Dezember geteilt. Zu den Austrittsgründen zählen Kündigungen und Aufhebungsverträge. Austritte aufgrund von Befristung, Ausbildungsende, Renteneintritt oder Tod werden nicht berücksichtigt. Ohne internationale Beteiligungen im Segment Content Production & Global Sales mit Ausnahme von Studio71.

ANTEIL MITARBEITER IN TEILZEIT

Durchschnittliche Mitarbeiter nach Köpfen (Headcount) in Prozent; Vorjahreswerte 2018 in Klammern



¹ angepasst

Ohne internationale Beteiligungen im Segment Content Production & Global Sales mit Ausnahme von Studio71.

Um ein attraktives Arbeitsumfeld zu ermöglichen, bieten wir unter anderem verschiedene Bausteine zur individuellen Gestaltung von Arbeitszeit und -ort an, um eine bestmögliche Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu unterstützen. Dazu zählt auch die Möglichkeit zur Teilzeitarbeit.

Durch Volontariate, Traineeprogramme, IHK-Ausbildungen und Duale Hochschulstudiengänge bietet die ProSiebenSat.1 Group mehrere Einstiegsmöglichkeiten für junge Talente. Auf diese Weise wollen wir ein starkes Fundament aus qualifizierten Nachwuchstalente schaffen, die über ein großes internes Netzwerk sowie spezifisches Unternehmens- und Branchenwissen verfügen. Im Jahr 2019 wurden 183 Young Talents (Vorjahr: 168) in der ProSiebenSat.1 Group bzw. 47 Young Talents (Vorjahr: 58) in der ProSiebenSat.1 Media SE betreut; wie bereits im Vorjahr wurden jeweils rund drei Viertel sowohl auf Konzern- als auch auf Holding-Ebene übernommen.

Um ihre Mitarbeiter bei den heutigen beruflichen Aufgaben zu unterstützen und auf zukünftige Herausforderungen vor allem durch die Digitalisierung vorzubereiten, investierte die ProSiebenSat.1 Group 2019 insgesamt 4,5 Mio Euro (Vorjahr: 3,5 Mio Euro) in ihre Aus- und Weiterbildungsprogramme. Ein Teil davon entfiel auf die Angebote der P7S1 Academy, die Mitarbeitern des Konzerns Trainings zur fachlichen und persönlichen Weiterbildung anbietet. Im Jahr 2019 fanden 492 Veranstaltungen (5.849 Teilnahmen) in der P7S1 Academy (Vorjahr: 596 bzw. 7.560) statt, darunter 58 Führungskräfte Trainings mit 371 Teilnahmen (Vorjahr: 87 bzw. 758).

Im Bereich Management Development wird die Weiterentwicklung der Mitarbeiter am Hauptstandort Unterföhring durch individuelle Angebote wie Job Rotation, Mentoring, 360 Grad Feedback oder Coaching unterstützt. Durch unsere Programme zur Führungskräfteentwicklung wollen wir die Performance und Entwicklung der Führungskräfte auf allen Management-Ebenen stärken. Dazu gehören Pflichttrainings für erstmalige Führungskräfte und Geschäftsführerseminare. Zudem verfügen wir über ein internes Netzwerk für weibliche Führungskräfte („LeadingWomen@P7S1“).

Mitarbeitergewinnung und Recruiting

Durch verschiedene Maßnahmen wollen wir die richtigen Talente für die ProSiebenSat.1 Group gewinnen. Als wesentlichen Erfolgsfaktor sehen wir einerseits die Verbreitung von zielgruppenübergreifenden Inhalten an, wie unserer Faces of ProSiebenSat.1-Kampagne. Andererseits ist es aus unserer Sicht wichtig, erfolgskritische Zielgruppen entsprechend anzusprechen, wie zum Beispiel Talente im Tech-Bereich durch Kampagnen wie Connect.Code.Create. Mit der Initiative „Global Digital Women“ wollen wir uns zudem als attraktiver Arbeitgeber für Frauen positionieren. Zudem wurde die Karriereseite ([→ karriere.prosiebensat1.com](#)) als zentrale Plattform nach einem umfangreichen Relaunch im Jahr 2019 live geschaltet. Durch die Verknüpfung der Karriereseite mit dem Stellenportal haben wir die Verbindung zwischen Karriereinformationen und konkreten Jobmöglichkeiten verbessert.

Zur Ansprache neuer Kandidaten nutzen wir neben Sourcing-Kanälen wie Social Media, Direktansprache oder Hochschulkooperationen auch ein Mitarbeiter-Empfehlungsprogramm und gestalten mit unseren Partnern regelmäßig Schülerevents wie den Girls' Day. Insgesamt verzeichnete das Group Recruiting 2019 rund 31.300 Bewerbungen (Vorjahr: rund 33.700); auf die ProSiebenSat.1 Media SE entfielen davon rund 4.500 Bewerbungen (Vorjahr: rund 8.500). Eine wichtige Messgröße für den Erfolg unserer Personalmarketingstrategie im Employer Branding und Recruiting sind neben Bewerberzahlen auch externe Arbeitgeber Rankings wie Potentialpark und Trendence.

AUSGEWÄHLTE ARBEITERGEBERRANKINGS

EMPLOYER BRANDING AWARD
Personalmarketing & Recruiting - Global Player
GOLD für Karriereseite karriere.prosiebensat1.com

POTENTIALPARK
Platz 13 (Vorjahr: Platz 10)

TRENDENCE SCHÜLERBAROMETER
Gesamt
Platz 12 (Vorjahr: Platz 10)

TRENDENCE YOUNG PROFESSIONALS
Gesamt
Platz 52 (Vorjahr: Platz 50)

TRENDENCE YOUNG PROFESSIONALS
Medien/Werbung
Platz 2 (Vorjahr: Platz 2)

VIELFALT

Gesellschaftliche und wirtschaftliche Trends verändern unsere Arbeitswelt. Demografische Entwicklung, Globalisierung, Wertewandel, sinkende Erwerbstätigenzahlen, ein wachsender Anteil erwerbstätiger Frauen und mehr Menschen mit Migrationshintergrund sind die Bedingungen, unter denen Unternehmen heute agieren. Wir sind überzeugt, dass Diversity Management hilft, auf diese Trends zu reagieren. Unsere Unternehmenskultur soll daher von Offenheit und Wertschätzung geprägt sein. Wir schätzen die Vielfalt der Belegschaft und haben das Ziel, für Fachkräfte und junge Talente ein attraktiver Arbeitgeber zu sein. Zudem sind wir der Überzeugung, dass Diversity Management die Zufriedenheit, die Loyalität und auch die Leistungsfähigkeit von Mitarbeitern und Führungskräften erhöht.

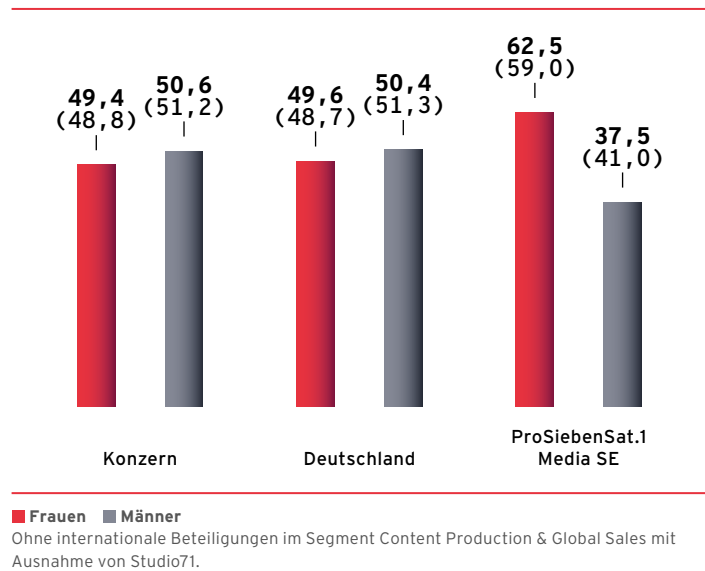
Vor diesem Hintergrund hat die ProSiebenSat.1 Group 2014 die Charta der Vielfalt unterzeichnet und strebt an, den darin vorgegebenen Leitlinien zu folgen. Wir unterstreichen damit unser Engagement, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen und Ausgrenzung ist und Vielfalt unter den Beschäftigten konkret fördert. Auch unsere internen Richtlinien geben vor, dass Mitarbeiter auf allen Hierarchieebenen ausschließlich nach objektiven Kriterien eingestellt und allein aufgrund ihrer Kompetenzen gefördert werden. Andere Faktoren wie Alter, Behinderung, ethnische Herkunft und Nationalität, Geschlecht und geschlechtliche Identität, Religion und Weltanschauung sowie sexuelle Orientierung und Identität sollen keine Rolle spielen.

Das Durchschnittsalter der Mitarbeiter der ProSiebenSat.1 Group lag zum 31. Dezember 2019 bei 36,8 Jahren (Vorjahr: 37,1 Jahre); in der ProSiebenSat.1 Media SE betrug der Altersdurchschnitt 39,2 Jahre (Vorjahr: 38,9 Jahre). Ohne internationale Beteiligungen im Segment Content Production & Global Sales mit Ausnahme von Studio71.

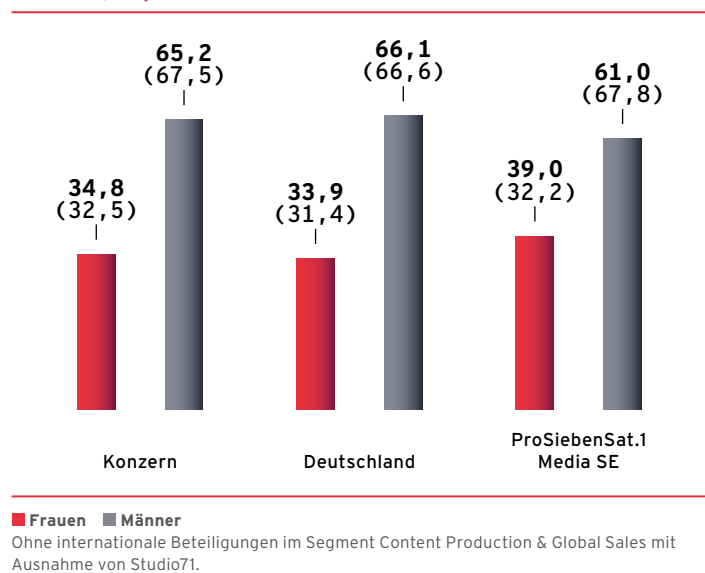
Zur Diversität trägt insbesondere ein möglichst ausgewogenes Verhältnis von Frauen und Männern in der Belegschaft und in Führungspositionen bei. 2019 waren 49,4 Prozent (Vorjahr: 48,8%) der Mitarbeiter im Konzern weiblich. Auch in der ProSiebenSat.1 Media SE stieg der Anteil im Vergleich zum Vorjahr leicht, auf 62,5 Prozent nach 59,0 Prozent im Jahr 2018. Bei den Führungskräften war 2019

ebenso eine Erhöhung der Frauenquote (ohne internationale Beteiligungen im Segment Content Production & Global Sales mit Ausnahme von Studio71) von 32,5 Prozent auf 34,8 Prozent (Konzern) bzw. von 32,2 Prozent auf 39,0 Prozent (ProSiebenSat.1 Media SE) zu verzeichnen.

ANTEIL DER FRAUEN UND MÄNNER IN DER BELEGSCHAFT Mitarbeiter nach Köpfen (Headcount) in Prozent; Vorjahreswerte 2018 in Klammern



ANTEIL DER FRAUEN UND MÄNNER IN FÜHRUNGSPOSITIONEN Mitarbeiter nach Köpfen (Headcount) in Prozent; Vorjahreswerte 2018 in Klammern



Für Informationen zur Frauenquote in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands in der ProSiebenSat.1 Media SE und zu den entsprechenden Zielgrößen verweisen wir auf die Erklärung zur Unternehmensführung. Angaben zur Diversität in Vorstand und Aufsichtsrat befinden sich im Corporate-Governance-Bericht.

SOZIALBELANGE

Gesellschaftliche Verantwortung

Wir wollen Zuschauern und Nutzern Unterhaltung auf allen Bildschirmen mit den passenden Angeboten zur richtigen Zeit und unabhängig vom Ort bieten. Die von den TV-Sendern und digitalen Plattformen verbreiteten Inhalte tragen aber auch zu Pluralismus und Informationsvielfalt sowie zur Meinungsbildung von Zuschauern und Nutzern bei. Das ist ein großes Privileg, aber auch eine besondere Verpflichtung für die ProSiebenSat.1 Group. Denn als Medienkonzern haben wir durch unsere Reichweite eine bedeutende gesellschaftliche und publizistische Verantwortung. Vor diesem Hintergrund haben wir uns zum Ziel gesetzt, unser gesellschaftspolitisches Engagement auch in Zukunft fortzusetzen und den Anteil an Informations- und Public-Value-Formaten weiter auszubauen. Wir versuchen dabei, insbesondere bei jungen Menschen relevante Themen in den Fokus zu rücken. Bei all unseren Aktivitäten sind wir der freiheitlich demokratischen Grundordnung verpflichtet, die insbesondere auch auf dem Grundrecht der Meinungsfreiheit basiert, und berücksichtigen die Grundsätze der redaktionellen Freiheit und journalistischen Unabhängigkeit.

Die ProSiebenSat.1 Group kann mit ihren Sendern rund 45 Mio Fernsehaushalte in ihren TV-Märkten der DACH-Region erreichen. In Deutschland steigerte der Konzern den gemeinsamen Zuschauermarktanteil 2019 um 0,4 Prozentpunkte auf 28,2 Prozent (Vorjahr: 27,8 %) bei den 14- bis 49-Jährigen. Die österreichische Sendergruppe ProSiebenSat.1 PULS 4 erreichte einen gemeinsamen Zuschauermarktanteil von 28,4 Prozent bei den 12- bis 49-jährigen Zuschauern (Vorjahr: 28,6%). 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. Ende 2019 hatten die vom ProSiebenSat.1-Vermarkter SevenOne Media GmbH betreuten digitalen Angebote zudem eine monatliche Reichweite von rund 36 Mio Unique User (ab 16 Jahren) nach rund 34 Mio im Vorjahr. 2019 erzielte Studio71, das globale Digital-Studio der ProSiebenSat.1 Group, mit seinen Web-Channels außerdem durchschnittlich 9,9 Mrd Video Views im Monat (Vorjahr: 9,2 Mrd).

QUELLEN FÜR REICHWEITENKENNZAHLEN 2019

FERNSEHHAUSHALTE

D: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK / Marktstandard TV / VideoScope 1.3 / Haushalte
AT: AGTT / GfK TELETEST / Evogenius Reporting / haushaltsgewichte / inklusive VOSDAL / Timeshift / Standard
CH: Mediapulse Fernsehpanel / Deutsche Schweiz (Instar Analytics)

ZUSCHAUERMARKTANTEILE

D: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK / Marktstandard TV / VideoScope 1.3 / 01.01.2018 - 31.12.2019
AT: AGTT / GfK TELETEST / Evogenius Reporting / 01.01.2018 - 31.12.2019 / personengewichtet / inklusive VOSDAL / Timeshift / Standard
CH: Mediapulse TV Data / 01.01.2018 - 31.12.2019 / Deutsche Schweiz

UNIQUE USER

AGOF / TOP modular / Version 2.13

VIDEO VIEWS

Google/YouTube

Grundsätzlich orientieren wir uns bei der Auswahl von Maßnahmen sowie der Entwicklung von Formatideen und entsprechenden Programmumfeldern an gesellschaftlich bedeutsamen Themen, die insbesondere Relevanz für die jungen Zielgruppen haben. Ferner geben die Nachhaltigkeitsstrategie und die darin definierten Handlungsfelder den Rahmen für unsere Projekte und Initiativen vor. Ein Beispiel ist unsere jährliche einwöchige Sendereihe zum Thema Nachhaltigkeit, die unter der Marke „Green Seven“ auf ProSieben ausgestrahlt wird. Zudem haben wir insbesondere junge Menschen in den Wochen vor der Europawahl 2019 in unserem Programm informiert und sie durch Kampagnen motiviert, von ihrem Wahlrecht Gebrauch zu machen. Darüber hinaus versuchen wir, aktuelle und kontroverse Inhalte einem großen Publikum näherzubringen und dadurch zu sensibilisieren und aufzuklären. Ein Beispiel hierfür waren unsere #WirZeigenHaltung-Formate aus dem Frühjahr 2019, in denen wir die Themen K.O.-Tropfen, Stalking und Zivilcourage behandelt haben.

Seit 2011 stellt der Konzern seine Aktivitäten im Bereich der gesellschaftlichen Verantwortung in einen größeren gesellschaftlichen Kontext und hat durch die Gründung eines Beirats ihre Relevanz für den Konzern unterstrichen. Das interdisziplinär besetzte Gremium unter dem Vorsitz des ehemaligen bayerischen Ministerpräsidenten Dr. Edmund Stoiber berät die ProSiebenSat.1 Group in gesellschaftlichen, ethischen und medienpolitischen Fragen und gibt Anstöße insbesondere zu Themen wie Bildung und Kultur. Dazu zählt auch die Vermittlung politischer Themen und die Förderung der politischen Partizipation insbesondere junger Zuschauergruppen. Im Jahr 2019 traf sich der Beirat in drei Sitzungen, darunter eine außerordentliche Sitzung zu den Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Group vor der Europawahl, die der Beirat als besonders relevant im Rahmen der Public-Value-Maßnahmen des Konzerns erachtete. An diesen Terminen nahmen neben den Beiräten Vorstände sowie weitere Entscheidungsträger des Konzerns teil.

Produktverantwortung

Wir verstehen Produktverantwortung mit den zentralen Bestandteilen Datenschutz und Medienrecht nicht nur als gesetzliche Anforderung, sondern auch als wichtigen Wettbewerbsfaktor, der insbesondere das Vertrauen in die Produkte, Angebote und Marken der ProSiebenSat.1 Group und somit auch den wirtschaftlichen Erfolg des Konzerns nachhaltig beeinflusst. Die datenschutz- und medienrechtlichen Bestimmungen werden dabei durch das Compliance-Management-System (CMS) abgedeckt.

Die ProSiebenSat.1 Group hat Prozesse und Maßnahmen implementiert, um personenbezogene Daten vor Missbrauch zu schützen. Ziel ist, die Datenschutzkonformität auf Basis eines risikoorientierten Datenschutzmanagementsystems sicherzustellen und personenbezogene und andere sensible Daten vor Verlust, Zerstörung, unautorisiertem Zugriff oder unautorisierter Verwendung, Bearbeitung oder Offenlegung zu schützen. Im Jahr 2019 gab es acht Fälle (Vorjahr: sieben) begründeter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden bei den Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group in Deutschland. Ferner gab es zwölf gemäß Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) meldepflichtige Fälle (Vorjahr: sieben) von Datenlecks sowie Datenklau oder -verlust.

DATENSCHUTZPROZESSE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

Datenschutz-Compliance	Durchführung einer initialen Risikoanalyse inkl. Compliance-Prüfung im Rahmen der Einführung/Änderung automatisierter Verfahren zur Verarbeitung personenbezogener Daten zur Sicherstellung der datenschutzrechtlichen Anforderungen (Art. 5, 6 DSGVO).
Auftragsverarbeitung	Prozess zur Erstellung von datenschutzrechtlichen Vereinbarungen zur Erfüllung der Vorgaben gem. Art. 26, 28 DSGVO.
Auskünfte an Behörden	Prozess zur Weitergabe personenbezogener Daten an Behörden.
Informationspflichten und Betroffenenrechte	Information und Bearbeitung von Betroffenenanfragen. <ul style="list-style-type: none"> ▶ Transparente Information (Art. 12 ff. DSGVO) ▶ Auskunftsrechte (Art. 15 DSGVO) ▶ Recht auf Berichtigung (Art. 16 DSGVO) ▶ Recht auf Löschung (Art. 17 DSGVO) ▶ Datenübertragbarkeit (Art. 20 DSGVO) ▶ Widerspruchsrechte (Art. 21 DSGVO)
Data Breach Notification	Prozess zur Meldung von Datenschutzvorfällen (= unrechtmäßige Kenntniserlangung von personenbezogenen Daten durch Dritte) gem. Art. 33, 34 DSGVO.

Die medienrechtlichen Bestimmungen des CMS befassen sich vor allem mit journalistischer Unabhängigkeit, den Grundsätzen zur Trennung von Werbung und Programm, den Anforderungen an Produktplatzierungen und Jugendschutz sowie der Verhinderung von Schleichwerbung bzw. Ausstrahlung gesetzlich verbotener Werbung. Daneben sind einzelne Themen auch Bestandteil des Verhaltenskodex („Code of Conduct“).

- Die ProSiebenSat.1 Group verpflichtet sich zur Abgrenzung zwischen redaktioneller Berichterstattung und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. In entsprechenden Compliance-Veranstaltungen werden die Verantwortlichen wie zum Beispiel TV-Redakteure zu den Verbotstatbeständen und Rechtsfolgen bei Verstößen geschult. In begründeten Einzelfällen, die den Verdacht des Einsatzes von Schleichwerbung nahelegen, kann ein Ad-hoc-Kontrollgremium tätig werden. Der Konzern ist zudem verpflichtet, den Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages sowie den „Gemeinsamen Richtlinien der Landesmedienanstalten für die Werbung, zur Durchführung der Trennung von Werbung und Programm und für das Sponsoring im Fernsehen und Hörfunk“ zu folgen. Die ProSiebenSat.1-Werberichtlinien zur Trennung von Werbung und Programm enthalten konkrete Erläuterungen zu Platzierungsverböten für bestimmte Produkte und Dienstleistungen.
- Zur Wahrung der journalistischen Unabhängigkeit sowie grundlegender publizistischer Bestimmungen hat der Konzern Leitlinien formuliert, denen alle Programmschaffenden des Unternehmens in Deutschland verpflichtet sind. Die „Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit“ konkretisieren das Verständnis der publizistischen Grundsätze des Pressekodex des Deutschen Presserates. Für die ProSiebenSat.1 Group arbeitende Journalisten und Redakteure haben gemäß den internen Leitlinien die Verhaltensgrundsätze für Journalisten der Internationalen Journalistenvereinigung („Principles on the Conduct of Journalists“)

zu befolgen. Sie sind demnach in der Gestaltung ihrer Beiträge grundsätzlich frei und berichten unabhängig von gesellschaftlichen, wirtschaftlichen oder politischen Interessensgruppen. Als Medienunternehmen ist politische Unabhängigkeit für uns von größter Bedeutung. Geld- und Sachspenden an politische Parteien sind daher nicht zulässig, sofern die Spende nicht zuvor vom Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE genehmigt wurde. Generell geben die Leitlinien vor, dass redaktionelle Beiträge nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche bzw. wirtschaftliche Interessen der Mitarbeiter beeinflusst werden dürfen.

- Die Jugendschutzbeauftragten der ProSiebenSat.1 Group haben den Auftrag dafür Sorge zu tragen, dass alle vom Konzern verantworteten Inhalte im TV und Internet altersgerecht angeboten werden. Ziel ist es, Kindern und Jugendlichen den Zugang zu Inhalten zu erschweren, die für ihre Altersgruppe ungeeignet sind. Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag setzt dafür klare Vorgaben. Die Jugendschutzbeauftragten des Konzerns sind in ihrer Tätigkeit weisungsfrei und dafür verantwortlich, dass für Kinder und Jugendliche ungeeignete Inhalte im Rundfunk ausschließlich zu den gesetzlich vorgegebenen Sendezeiten ausgestrahlt werden. Zugleich sollen sie bei Internet-Angeboten des Konzerns technische Schutzmöglichkeiten (zum Beispiel PIN-Verfahren) für die Verbreitung potenziell entwicklungsbeeinträchtigender Inhalte gewährleisten. Die Jugendschutzbeauftragten werden dazu frühzeitig in die Produktion und den Einkauf von Programmen eingebunden. Sie beurteilen bereits im Vorfeld Drehbücher, begleiten Produktionen und erstellen Gutachten. Im Unternehmen nehmen sie eine beratende Funktion wahr; im Außenverhältnis stehen sie Zuschauern und Nutzern als Ansprechpartner zum Beispiel bei Beschwerden zur Verfügung. Unabhängig von der Arbeit der Jugendschutzbeauftragten erhalten TV- und Online-Redakteure regelmäßig Schulungen zu den Jugendschutzbestimmungen. Neben Mitarbeiterschulungen und der Bereitstellung von internen Richtlinien engagieren wir uns über verschiedene Organisationen für Jugendschutz.

Wir haben für 2019 insgesamt elf Verstöße (Vorjahr: 17) gegen Programmgrundsätze und journalistische Sorgfaltspflichten sowie jugendschutzrechtliche Bestimmungen und Persönlichkeitsrechte erfasst.

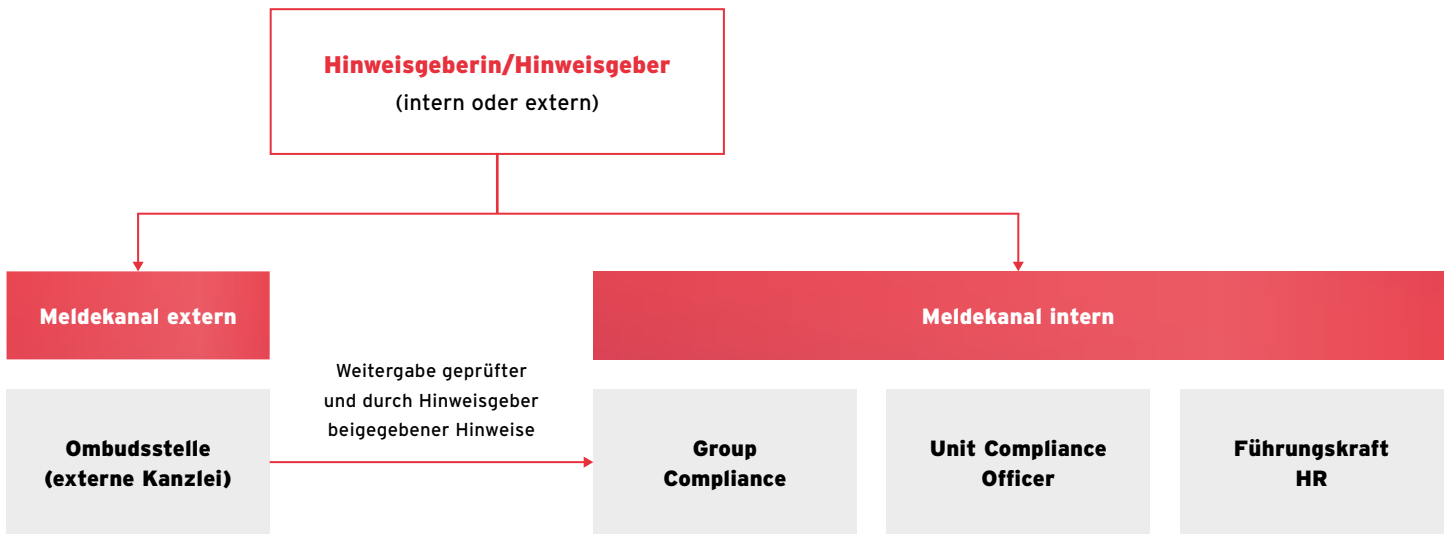
İ Für Informationen zu den Beschwerdemechanismen und dem Hinweisgebersystem der ProSiebenSat.1 Group verweisen wir auf den Aspekt Achtung der Menschenrechte.

ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE

Wir haben die Achtung der Menschenrechte als wesentlichen nichtfinanziellen Aspekt im Sinne des Gesetzes für den Konzern identifiziert. Vor dem Hintergrund unserer branchenspezifischen Wertschöpfungskette sowie der potenziellen Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten stehen die Themen Anti-Diskriminierung sowie die Bekämpfung von sexueller Gewalt und Machtmissbrauch im Vordergrund.

İ Ende 2019 hat die ProSiebenSat.1 Group die Teilnahme am Global Compact der Vereinten Nationen (UN) beantragt und ist diesem im Januar 2020 offiziell beigetreten. Dadurch bekennt sich der Konzern ausdrücklich zu dessen Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Klima sowie Korruptionsprävention.

HINWEISGEBERSYSTEM DER PROSIEBENSAT.1 GROUP



Die ProSiebenSat.1 Group toleriert keine Diskriminierung aufgrund von Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, Religion und Weltanschauung sowie sexueller Orientierung und Identität. Der Konzern fördert eine Unternehmenskultur, die jegliche Art von sexueller Gewalt oder Machtmissbrauch untersagt. Schon seit Jahren positionieren wir uns mit unserem Verhaltenskodex klar gegen derartiges Verhalten. Alle Mitarbeiter sind angehalten, Diskriminierungen oder Verstöße gegen andere im Verhaltenskodex festgehaltene Grundsätze zum Beispiel den Compliance-Verantwortlichen im Unternehmen zu melden. Zudem schulen wir die Belegschaft deutschlandweit mit einem verpflichtenden Training zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG) und beteiligen uns über den Verband Privater Medien VAUNET an der Themis-Vertrauensstelle gegen sexuelle Belästigung und Gewalt, die Betroffene in Betrieben der Film-, Fernseh- oder Theaterbranche berät. 2019 gab es insgesamt vier Vorfälle (Vorjahr: sieben) aufgrund von Verstößen im Zusammenhang mit sexueller Belästigung und dem Betriebsklima. Sämtliche Vorgänge wurden im Berichtszeitraum abgeschlossen.

Überdies haben Mitarbeiter und Dritte auf der Grundlage einer 2018 geschlossenen Betriebsvereinbarung im Rahmen des bereits vorher bestehenden Meldesystems mit ausschließlich internen Kanälen zusätzlich die Möglichkeit, Hinweise auf Rechtsverstöße auch anonym über eine externe Ombudsstelle abzugeben. Sie nimmt Beschwerden und Hinweise telefonisch oder per E-Mail entgegen, prüft diese auf ihre Plausibilität und leitet sie anschließend an Group Compliance weiter. Bei Meldungen schwerwiegender Verdachtsfälle und nach interner Bewertung informiert der Chief Compliance Officer unverzüglich die Unternehmensleitung.

ANTI-KORRUPTION UND KARTELLRECHT

Die ProSiebenSat.1 Group ist der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf der Grundlage rechtmäßigen Handelns möglich ist. Die Verhinderung von Korruption und kartellrechtlichen Verstößen ist daher von hoher Geschäftsrelevanz und ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Erreichung unserer

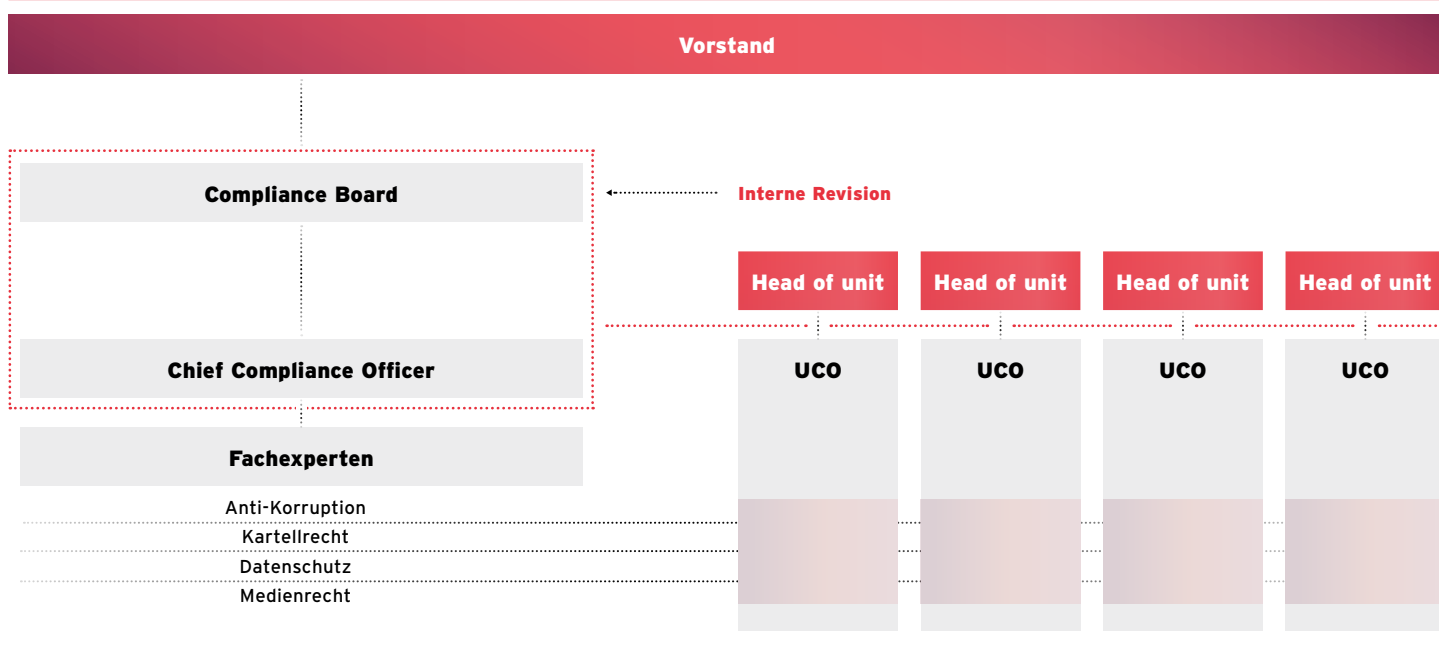
Unternehmensziele. Das Compliance-Management-System des Konzerns umfasst organisatorisch neben der Prävention von Korruption auch die Vermeidung von Kartellrechtsverstößen sowie die Einhaltung der Datenschutzprozesse und medienrechtlichen Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrags. Wesentliche Zielsetzung ist, Integrität und rechtmäßiges Verhalten dauerhaft im Denken und Handeln aller Mitarbeiter zu verankern und auf diese Weise Rechts- und Regelverstöße von vornherein zu verhindern.

Die Gesamtverantwortung für das CMS liegt beim Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE als Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Group. Bei der Umsetzung, Überwachung und Weiterentwicklung des CMS wird der Vorstand vom Compliance-Ausschuss (Compliance Board) und dem Group Chief Compliance Officer (CCO) unterstützt. Der CCO ist für die Umsetzung des CMS im Konzern verantwortlich, führt Risikoanalysen und Schulungen durch und berät den Vorstand bei der Entwicklung und Umsetzung angemessener Maßnahmen zur Risikominimierung. Daneben wurden für die Konzerngesellschaften Unit Compliance Officers (UCO) bestellt, die dort für das CMS zuständig sind und direkten Kontakt mit den jeweiligen Fachexperten haben. Das CMS wird von Internal Audit überprüft; zusätzlich fand 2017 auch eine externe Prüfung statt. Zudem informiert der Vorstand den Aufsichtsrat in quartalsweise stattfindenden Aufsichtsratssitzungen über Fragen der Compliance.

Zudem hat der Konzern in seinem Verhaltenskodex („Code of Conduct“) grundsätzliche Richtlinien und Handlungsweisen festgelegt. Die Vorgaben darin definieren die allgemeinen Maßstäbe für das Verhalten in geschäftlichen, rechtlichen und ethischen Angelegenheiten. Sie dienen allen Mitgliedern des Vorstands, der Geschäftsleitung sowie den Mitarbeitern des Konzerns als verbindlicher Orientierungs- und Ordnungsrahmen für den Umgang miteinander sowie mit externen Stakeholdern. Ein weiteres zentrales Compliance-Instrument der ProSiebenSat.1 Group ist das Hinweisgebersystem, das interne und externe Meldekanäle umfasst.

Informationen zum Hinweisgebersystem bei der ProSiebenSat.1 Group befinden sich im Abschnitt „Achtung der Menschenrechte“.

ZENTRALE COMPLIANCE-ORGANISATION



Zusätzlich hat die ProSiebenSat.1 Group ein Schulungsangebot zu den Rechtsgebieten Kartellrecht, Anti-Korruption, Datenschutz und Medienrecht implementiert, das sowohl Online- als auch Präsenzs Schulungen beinhaltet. Die Online-Schulungen, die in englischer und deutscher Sprache angeboten werden und grundsätzlich für alle Mitarbeiter verpflichtend sind, sollen ein Grundverständnis für die wesentlichen Compliance-Risiken schaffen. Die Präsenzs Schulungen richten sich gezielt an Risikogruppen und werden von Legal Affairs, Group Compliance, HR Law, Corporate Information Security, dem Datenschutzbeauftragten sowie den Jugendschutzbeauftragten jeweils für ihre Bereiche durchgeführt. Zudem bietet die ProSiebenSat.1 Group in ihrer P7S1 Academy ganztägige Seminare für die Geschäftsführer der deutschen Beteiligungsgesellschaften an, um diesen einen umfassenden Überblick über ihre Rechte und Pflichten zu verschaffen.

Im Jahr 2019 sind wie im Vorjahr keine Ermittlungen gegen den Konzern, Beteiligungen oder gegen Mitarbeiter der ProSiebenSat.1 Group hinsichtlich Korruptionsdelikten oder Kartellverstößen bekannt geworden.

VERGÜTUNGSBERICHT¹

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 ist Bestandteil des geprüften Lageberichts und entspricht den anwendbaren gesetzlichen Vorschriften. Ferner berücksichtigt er die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) in der Fassung vom 7. Februar 2017. Weitere Informationen hierzu finden sich in der → [Entsprechenserklärung](#) vom Dezember 2019.

VERGÜTUNG DES VORSTANDS

Zuständigkeit und Verfahren für die Festlegung der Vorstandsvergütung

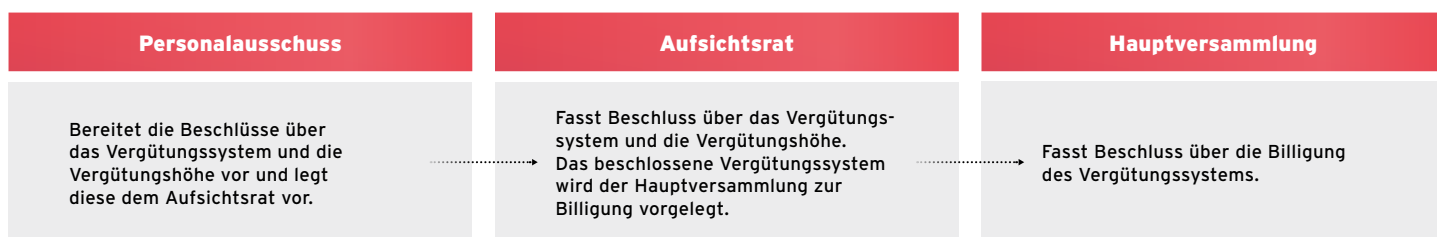
Die Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media SE stehen zusätzlich zu ihrer Organfunktion in vertraglicher Beziehung zur Gesellschaft. Für den Abschluss der Dienstverträge mit den Mitgliedern des Vorstands ist der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE zuständig. Die VorstandsDienstverträge haben 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.

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.

FESTLEGUNG DER VORSTANDSVERGÜTUNG



¹ Dieser Abschnitt ist Bestandteil des geprüften Konzernlageberichts.

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 VERGÜTUNGSSYSTEM

GRUNDVERGÜTUNG

	Fixes Basisgehalt
Umfang	Ausgerichtet am Tätigkeits- und Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds.
Auszahlungszeitpunkt	In monatlichen Raten.

ERFOLGSABHÄNGIGE VERGÜTUNG

Einjährige variable Vergütung

	Short Term Incentive (Performance Bonus)
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 Cashflow des Konzerns Modifizier (+/- 20%) als Bonus-Malus abhängig von: _ Individuellen Zielen _ Teamzielen
Auszahlungszeitpunkt	Innerhalb eines Monats nach Vorliegen des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das betreffende Geschäftsjahr.
Mehrjährige variable Vergütung	Long Term Incentive (Performance Share Plan) (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 volumengewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurses der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie der 30 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.
Dividendenzahlungen	Der Auszahlungsbetrag je Performance Share Unit entspricht dem volumengewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie der 30 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. 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 der ProSiebenSat.1 Media SE 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 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.

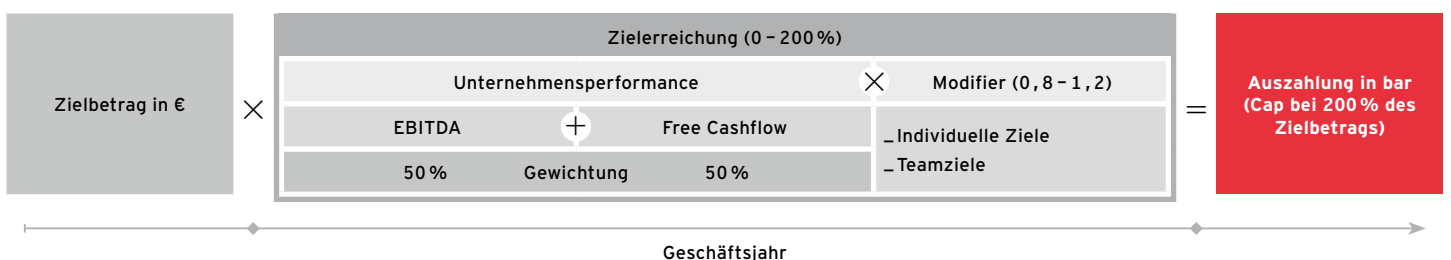
VARIABLE VERGÜTUNG

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.

FUNKTIONSWEISE SHORT TERM INCENTIVE



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 Zielparmeter 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. Gleichermaßen 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.

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.

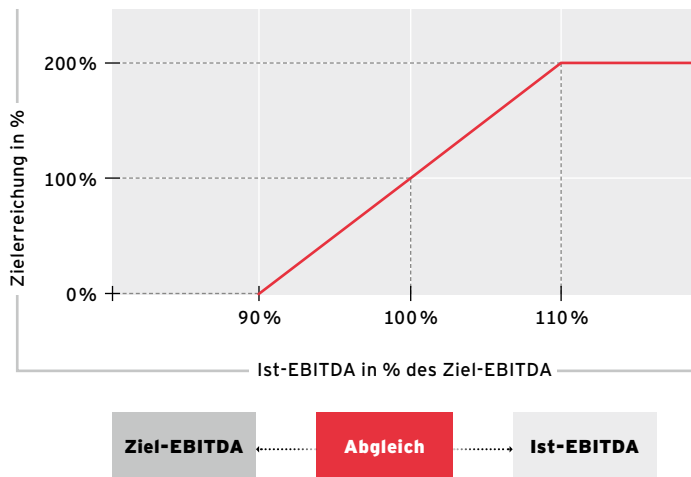
Der Zielwert für das EBITDA-Ziel wird vom Aufsichtsrat jährlich in Euro festgelegt und leitet sich aus der Budgetplanung für die ProSiebenSat.1 Group ab.

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.

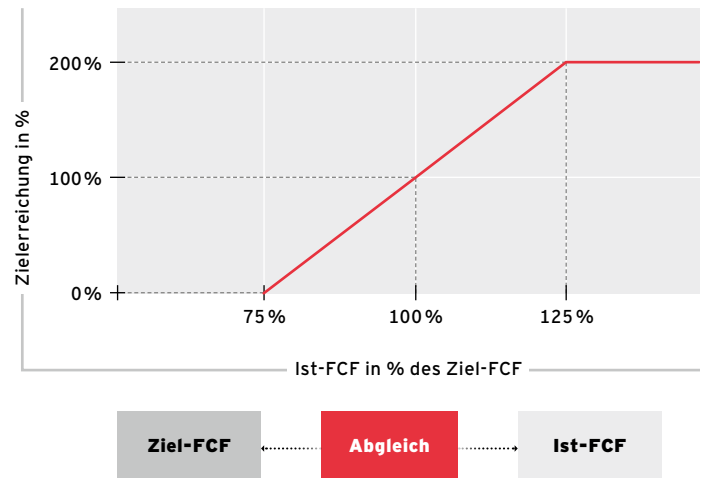
Der Zielwert für das FCF-Ziel wird vom Aufsichtsrat jährlich in Euro festgelegt und leitet sich aus der Budgetplanung für die ProSiebenSat.1 Group ab.

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.

ADJUSTED NET INCOME AUF KONZERNEBENE

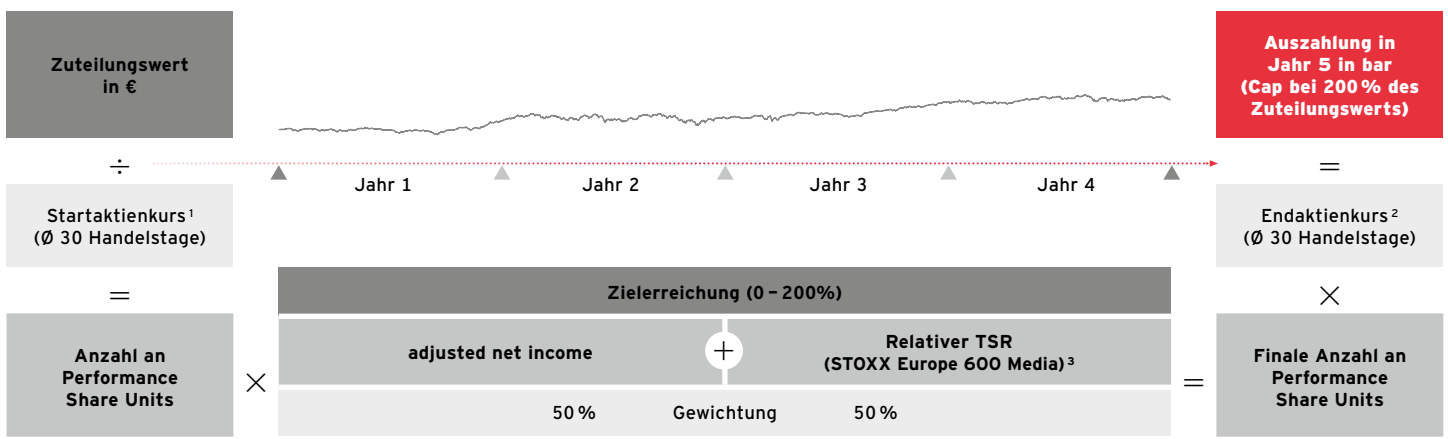
Das adjusted net income auf Konzernebene wird für Zwecke der Ermittlung der Zielerreichung im Performance Share Plan mit einer Gewichtung von 50 Prozent berücksichtigt. Damit sind 50 Prozent der finalen Anzahl an Performance Share Units von der durchschnittlichen Zielerreichung des adjusted net income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

FUNKTION PERFORMANCE SHARE PLAN



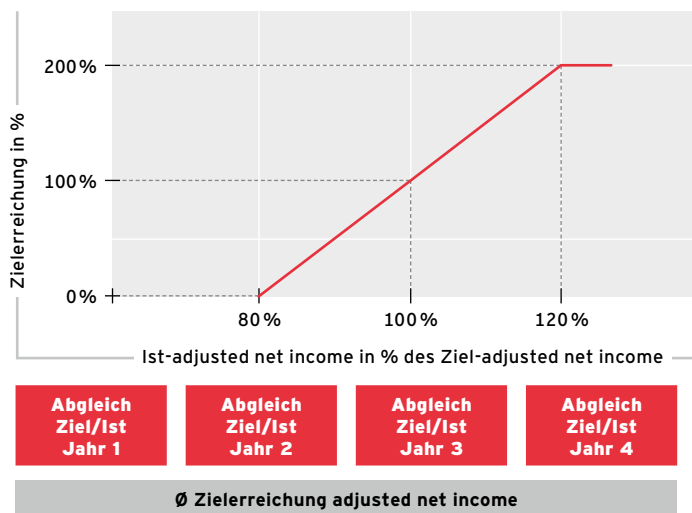
¹ Volumen-gewichteter Durchschnittskurs XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie über die letzten 30 Börsenhandelstage vor Beginn des Leistungszeitraums, kaufmännisch gerundet auf zwei Dezimalstellen.

² 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.

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

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

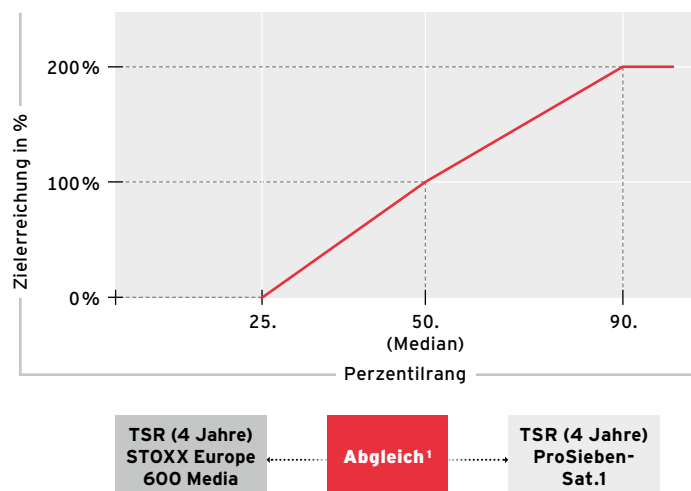


RELATIVER TOTAL SHAREHOLDER RETURN (TSR)

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 Perzentilrangs 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



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

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.

Weitere Informationen zum Performance Share Plan finden sich im → [Anhang, Ziffer 35, „Anteilsbasierte Vergütung“](#).

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 ³ in Euro	Investitionsverpflichtung in Euro
Max Conze ¹	265.505	4.804.115,66	2.940.000,00
Conrad Albert	16.500	438.081,10	1.100.000,00
Rainer Beaujean ²	131.102	1.501.567,44	980.000,00

¹ Davon 28.222 in Form von Derivaten

² Erwerb von 1.102 Aktien vor Bestellung in den Vorstand

³ 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 Vorstandsmitglieder 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.

Weitere Informationen zum Group Share Plan finden sich im → [Anhang, Ziffer 35, „Anteilsbasierte Vergütung“](#).

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)	Ziel-erreichung
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 %
Gewichtete Zielerreichung	100 %				133,1 %

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 Finanz-Zielerreichung 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 ⁵ Vorstandsvorsitzender (CEO) seit 01.06.2018		Conrad Albert Stellvertreter Vorstandsvorsitzender, Group General Counsel seit 01.10.2011		Rainer Beaujean Finanzvorstand (CFO) seit 01.07.2019		Dr. Jan Kemper ⁶ Vorstand Finanzen und Commerce bis 31.03.2019		Sabine Eckhardt ⁷ 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 ¹	39,3	47,6	10,3	9,7	16,2	-	9,5	53,0	2,7	8,2
Summe fixe Vergütung	1.509,3	905,1	1.110,3	1.109,7	506,2	-	254,5	1.033,0	272,7	818,2
Einjährige variable Vergütung	1.386,0	735,0	605,0	422,4	269,5	-	-	423,0	-	321,0
Mehrjährige variable Vergütung										
Mid-Term Incentive Plan (2016-2018) ²	-	-		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 ³	-	3.000,0	-	73,0	-	-	-	-	-	-
Summe variable Vergütung	2.856,0	4.592,5	1.705,0	2.635,4	759,5	-	0,0	2.095,6	0,0	1.824,3
Gesamtvergütung	4.365,3	5.497,6	2.815,3	3.745,1	1.265,7	-	254,5	3.128,6	272,7	2.642,5
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) ⁴	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 ⁸ Vorstand bis 28.02.2019		Thomas Ebeling ⁹ Group CEO bis 22.02.2018		Christof Wahl ¹⁰ 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 ¹	2,1	9,7	-	11,0	-	5,5	80,1	144,7
Summe fixe Vergütung	144,6	864,7	-	177,7	-	303,0	3.797,6	5.211,4
Einjährige variable Vergütung	66,7	215,6	-	-	-	-	2.327,2	2.117,0
Mehrfährige variable Vergütung								
Mid-Term Incentive Plan (2016-2018) ²	-	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 ³	-	-	-	-	-	-	-	3.073,0
Summe variable Vergütung	876,7	2.065,6	-	1.500,0	-	1.000,0	6.197,2	15.713,5
Gesamtvergütung	1.021,3	2.930,3	-	1.677,7	-	1.303,0	9.994,8	20.924,8
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) ⁴	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

¹ 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.

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

³ 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 Übergangphase im Geschäftsjahr 2018.

⁴ Defined Benefit Obligation (DBO) zum 31.12. des Berichtsjahres.

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

⁶ 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.

⁷ 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.

⁸ 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.

⁹ 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.

¹⁰ 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 VERGÜTUNGSTRUMENTEN (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 ³						
		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 ⁴
		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 ¹	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 ¹	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 ¹	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 ²	2019	-	-	-	-	-	-	-
	2018	82.024	0	0	49.952	32.072	0	86.717
Christof Wahl ²	2019	-	-	-	-	-	-	-
	2018	77.577	0	0	26.897	0	50.680	-252.937
Gesamt	2019	366.631	228.860	3.870.000	75.822	16.404	503.265	696.101
	2018	368.855	183.035	4.557.500	76.849	57.730	417.311	24.673

¹ 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.

² Thomas Ebeling ist zum 22.02.2018 und Christof Wahl zum 31.07.2018 aus dem Vorstand ausgeschieden.

³ 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.

⁴ 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 unter Ziffer 35](#).

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 der nachfolgenden Tabelle 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

	Max Conze Vorstandsvorsitzender (CEO) seit 01.06.2018			
	2019	2019 (min)	2019 (max)	2018
Festvergütung	1.470,0	1.470,0	1.470,0	857,5
Nebenleistungen ¹	39,3	39,3	39,3	47,6
Summe fixe Vergütung	1.509,3	1.509,3	1.509,3	905,1
Einjährige variable Vergütung ²	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 ³	-	-	-	3.000,0
Summe variable Vergütung	2.730,0	0,0	5.460,0	4.592,5
Versorgungsaufwand ⁴	250,5	250,5	250,5	142,9
Gesamtvergütung (DCGK)	4.489,8	1.759,8	7.219,8	5.640,5

¹ 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.

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

³ 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.

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

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

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

¹ Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O).

² 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.

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

⁴ Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Rainer Beaujean Finanzvorstand (CFO) seit 01.07.2019			
	2019	2019 (min)	2019 (max)	2018
Festvergütung	490,0	490,0	490,0	-
Nebenleistungen ¹	16,2	16,2	16,2	-
Summe fixe Vergütung	506,2	506,2	506,2	-
Einjährige variable Vergütung	245,0	0,0	490,0	-
Mehrjährige variable Vergütung				
Performance Share Plan (2019-2022)	490,0	0,0	980,0	-
Summe variable Vergütung	735,0	0,0	1.470,0	-
Versorgungsaufwand ²	95,6	95,6	95,6	-
Gesamtvergütung (DCGK)	1.336,8	601,8	2.071,8	-

¹ 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.

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

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

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

¹ 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. ² Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Dr. Jan Kemper sind zusätzlich Leistungen für eine doppelte Haushaltsführung enthalten. ³ 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. ⁴ Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

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

¹ 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. ² Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). ³ 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. ⁴ Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

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

¹ 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. ² Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). ³ 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. ⁴ Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

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

¹ 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. ² Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Thomas Ebeling sind zusätzlich Leistungen für Fahrdienste und Heimflüge enthalten. ³ Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Christof Wahl ¹ COO Entertainment, bis 31.07.2018			
	2019	2019 (min)	2019 (max)	2018
Festvergütung	-	-	-	297,5
Nebenleistungen ²	-	-	-	5,5
Summe fixe Vergütung	-	-	-	303,0
Einjährige variable Vergütung	-	-	-	-
Mehrfährige variable Vergütung				
Mid-Term Incentive Plan (2016-2018)	-	-	-	333,3
Performance Share Plan (2018-2021)	-	-	-	-
Performance Share Plan (2019-2022)	-	-	-	-
Summe variable Vergütung	-	-	-	333,3
Versorgungsaufwand ³	-	-	-	92,9
Gesamtvergütung (DCGK)	-	-	-	729,2

¹ 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.

² Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O).

³ 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 DCGK - 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

ZUFLUSS in Tsd Euro

	Max Conze ⁸ Vorstandsvorsitzender (CEO) seit 01.06.2018		Conrad Albert Stellvertretender Vorstandsvorsitzender, Group General Counsel seit 01.10.2011		Rainer Beaujean Finanzvorstand (CFO) seit 01.07.2019		Dr. Jan Kemper ⁹ Vorstand Finanzen und Commerce bis 31.03.2019	
	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
Nebenleistungen ¹	39,3	47,6	10,3	9,7	16,2	-	9,5	53,0
Summe fixe Vergütung	1.509,3	905,1	1.110,3	1.109,7	506,2	-	254,5	1.033,0
Einjährige variable Vergütung	1.386,0	735,0	605,0	422,4	269,5	-	-	423,0
Mehrfährige variable Vergütung ²								
Mid-Term Incentive Plan (2016-2018) ³	-	-	-	1.040,0	-	-	-	692,6
Group Share Plan (2014-2017) ⁴	-	-	-	774,9	-	-	-	-
Group Share Plan (2015-2018) ⁵	-	-	221,2	-	-	-	-	-
Sonstiges ⁶	-	3.000,0	-	73,0	-	-	-	-
Summe variable Vergütung	1.386,0	3.735,0	826,2	2.310,3	269,5	-	0,0	1.115,6
Versorgungsaufwand ⁷	250,5	142,9	171,2	129,7	95,6	-	149,6	103,4
Gesamtvergütung (DCGK)	3.145,8	4.783,0	2.107,7	3.549,7	871,3	-	404,1	2.252,0

	Sabine Eckhardt ¹⁰ Vorstand Vertrieb & Marketing bis 30.04.2019		Jan David Frouman ¹¹ Vorstand bis 28.02.2019		Thomas Ebeling ¹² Group CEO bis 22.02.2018		Christof Wahl ¹³ COO Entertainment bis 31.07.2018	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Festvergütung	270,0	810,0	142,5	855,0	-	166,7	-	297,5
Nebenleistungen ¹	2,7	8,2	2,1	9,7	-	11,0	-	5,5
Summe fixe Vergütung	272,7	818,2	144,6	864,7	-	177,7	-	303,0
Einjährige variable Vergütung	-	321,0	66,7	215,6	-	-	-	-
Mehrfährige variable Vergütung ²								
Mid-Term Incentive Plan (2016-2018) ³	-	693,3	-	1.040,0	-	-	-	-
Group Share Plan (2014-2017) ⁴	-	-	-	-	-	-	-	-
Group Share Plan (2015-2018) ⁵	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstiges ⁶	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe variable Vergütung	0,0	1.014,3	66,7	1.255,6	-	0,0	-	0,0
Versorgungsaufwand ⁷	133,1	86,8	139,1	96,0	-	213,0	-	92,9
Gesamtvergütung (DCGK)	405,8	1.919,3	350,4	2.216,3	-	390,7	-	395,9

¹ 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.

² Neben der Vergütung als Vorstandsmitglied sind Sabine Eckhardt aufgrund des Bestands an Anrechten aus der Zeit vor der Aufnahme der Vorstandstätigkeit Beträge aus der mehrjährigen variablen Vergütung im Geschäftsjahr 2018 und 2019 zugeflossen.

³ Der Mid Term Incentive Plan wurde in Höhe von 104 Prozent des Zielbonus abgelöst, die Auszahlung erfolgte entsprechend der Planbedingungen im Mai 2019.

⁴ Die Auszahlung für den Group Share Plan 2014 beinhaltet eine Anpassung des Umrechnungsfaktors für die gewährten Performance Share Units (100%) bewertet nach Planbedingungen mit einem Aktienkurs zum Umtauschverhältnis-Ermittlungszeitpunkt. Es wurden keine Anpassungen aufgrund eines Verwässerungsschutzes oder aufgrund einer individuellen Erhöhung durch den Aufsichtsrat vorgenommen.

⁵ Die Auszahlung für den Group Share Plan 2015 beinhaltet eine Anpassung des Umrechnungsfaktors für die gewährten Performance Share Units (86%) bewertet nach Planbedingungen mit einem Aktienkurs zum Umtauschverhältnis-Ermittlungszeitpunkt. Es wurden keine Anpassungen aufgrund eines Verwässerungsschutzes oder aufgrund einer individuellen Erhöhung durch den Aufsichtsrat vorgenommen.

⁶ 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.

⁷ Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Bei Max Conze handelt es sich für 2018 und bei Rainer Beaujean für 2019 aufgrund der unterjährigen Gewährung der Pensionszusage um den nachzuverrechnenden Dienstzeitaufwand (Past Service Costs).

⁸ Max Conze erhielt für das Geschäftsjahr 2018 als einjährige variable Vergütung einen zeitanteiligen, erfolgsunabhängigen Betrag in Höhe von 735.000 Euro.

⁹ 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. Der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2019.

¹⁰ 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. Der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2019.

¹¹ 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.

¹² 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.

¹³ 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 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 ¹
Max Conze	31.05.2021	3.143,7
Conrad Albert	30.04.2021	2.058,9
Rainer Beaujean	30.06.2022	1.825,9
Summe		7.028,6

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

GESAMTBEZÜGE 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 nachzuerrechnenden 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 nachzuerrechnenden 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:

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.

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 ¹	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 ²	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 ³	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
Summe	2019	1.100,0	79,2	65,0	52,5	322,0	1.618,7
	2018	1.100,4	75,0	65,0	52,5	397,0	1.689,9

¹ Mitglied des Aufsichtsrats bis 16. Mai 2018

² Mitglied des Aufsichtsrats bis 13. Januar 2020

³ Mitglied des Aufsichtsrats seit 16. Mai 2018 | Mitglied des Präsidialausschusses seit 12. Juni 2019

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN¹

(GEMÄSS § 315A 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 Konzernlagebericht die in § 315a 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. → [Organisation und Konzernstruktur](#)

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. → [Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse](#)

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

¹ Dieser Abschnitt ist Bestandteil des geprüften Konzernlageberichts.

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 14.202.800 Euro 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 Aktiengabe 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 revolvingende 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 Kreditansprüche innerhalb einer bestimmten Frist nach Eintritt des Kontrollwechsels zu verlangen. → [Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur](#)
- 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 Schuld-scheindarlehen 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. → [Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur](#)

- 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 Vorstandsdiensverträge 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 Vorstandsdiensvertrag 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 Vorstandsdiensvertrages, entspricht. → [Vergütungsbericht](#)

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

PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE

DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AM KAPITALMARKT

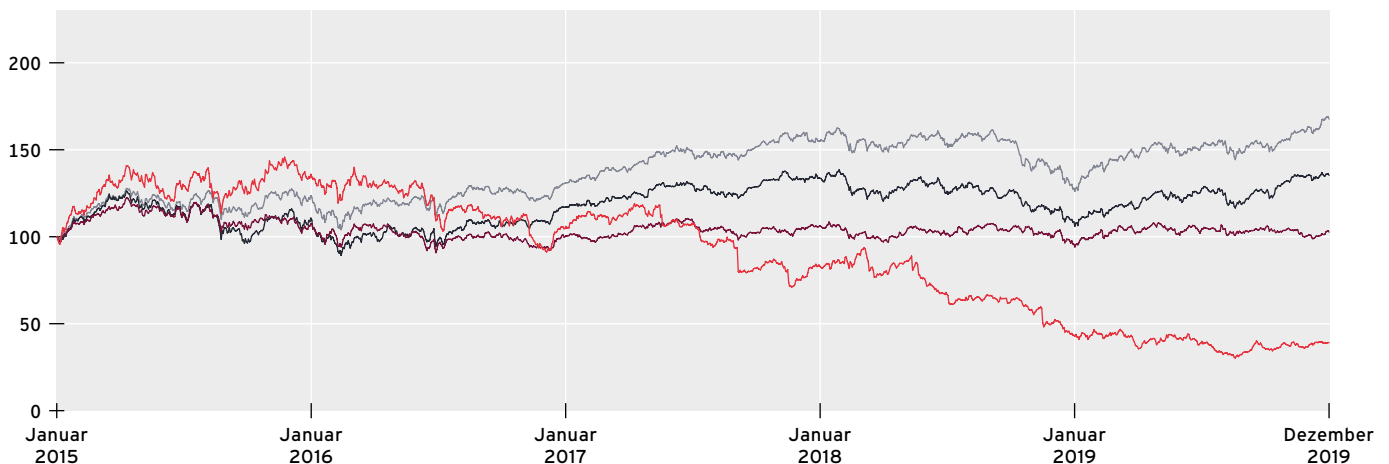
Getrieben von einer expansiveren Geldpolitik der Notenbanken entwickelten sich die Aktienmärkte 2019 insgesamt positiv - trotz andauerndem Handelskonflikt zwischen den USA und China, des zwischenzeitlich drohenden unregelmäßigen Brexits sowie teilweise schwacher Konjunktur- und Unternehmensdaten. So beendete der deutsche Leitindex DAX das Jahr 2019 mit einem Plus von 25,5 Prozent, der MDAX stieg um 31,2 Prozent. Der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex EURO STOXX Media verbesserte sich ebenfalls, jedoch lediglich um 6,3 Prozent. Hier spiegeln sich die Zyklizität von werbeabhängigen Medienunternehmen sowie die insgesamt veränderte Mediennutzung und ihre Auswirkung auf den TV-Werbemarkt wider. Die fortschreitende Digitalisierung und die damit einhergehende strukturelle Veränderung des TV-Konsums haben zu einer im Vergleich zu den Indizes DAX und MDAX schwächeren Entwicklung des gesamten Branchenindex EURO STOXX Media

und insbesondere der darin enthaltenen TV-Unternehmen geführt.
→ **Konjunkturelle Entwicklung**

In diesem Umfeld war die Entwicklung der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie (ISIN: DE000PSM7770; WKN: PSM777) von einer hohen Volatilität geprägt, wobei die Aktie schlechter abschloss als der Großteil der übrigen Medienwerte (-10,5% ggü. Vorjahr):

Während sich die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie zu Jahresbeginn nahezu auf Marktniveau entwickelte, kam es im weiteren Jahresverlauf zu deutlichen Kursabschlägen. Die Entwicklung der Werbemärkte in Europa und Deutschland blieb hinter den Erwartungen zurück. Rezessionsängste sowie damit einhergehend die Zurückhaltung der Werbeausgaben verstärkten die rückläufige Kursentwicklung. Zum Jahresende konnte die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie wieder zulegen. Positiv auf die Kursentwicklung wirkte sich unter anderem die Stimmrechtssaufstockung durch Mediaset S.p.A., Mailand, Italien („Mediaset“) aus. Vor diesem Hintergrund schloss

KURSENTWICKLUNG DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE



— ProSiebenSat.1 Media SE — Euro Stoxx Media — MDAX — DAX / Basis: Xetra Schlusskurse, Index 100 = Letzter Handelstag 2013; Quelle: Reuters.

KENNZAHLEN ZUR PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE¹

		2019	2018	2017	2016	2015
Grundkapital zum Bilanzstichtag	Euro	233.000.000	233.000.000	233.000.000	233.000.000	218.797.200
Anzahl Aktien zum Bilanzstichtag	Stück	233.000.000 ²	233.000.000 ²	233.000.000 ²	233.000.000 ²	218.797.200 ²
Free-Float-Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende (gemäß Deutsche Börse)	Mio Euro	2.900	3.734	6.502	8.149	10.214
Börsenkurs zum Geschäftsjahresende (XETRA)	Euro	13,91	15,55	28,71	36,61	46,77
Höchster Börsenschlusskurs (XETRA)	Euro	16,58	32,78	41,51	48,66	50,70
Tiefster Börsenschlusskurs (XETRA)	Euro	10,76	15,16	24,28	31,80	33,31
Dividende je dividendenberechtigter Aktie	Euro	-/- ³	1,19	1,93	1,90	1,80
Dividendensumme	Mio Euro	-/- ³	269	442	435	386
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (aus fortgeführten Aktivitäten)	Euro	1,71	2,36	2,40 ⁴	2,47 ⁴	2,18 ⁵
Adjusted net income ⁶	Mio Euro	387	541	550	536	466
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien	Stück	226.088.493	228.702.815	228.854.304	216.755.645	213.776.180
Dividendenrendite auf Basis Börsenschlusskurs	Prozent	-/- ³	7,7	6,7	5,2	3,8
Handelsvolumen XETRA insgesamt	Mio Stück	377,8	357,4	348,0	231,2	158,9

¹ Das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt 233.000.000,00 Euro; es hat sich aufgrund einer Kapitalerhöhung mit Wirkung zum 7. November 2016 von 218.797.200,00 Euro auf nominal 233.000.000,00 Euro erhöht. Dabei hat ProSiebenSat.1 Media SE das Genehmigte Kapital der Gesellschaft teilweise ausgenutzt und 14.202.800 neue, auf den Namen lautende Stückaktien ausgegeben. Bereits am 16. August 2013 wurden die damals bestehenden 109.398.600 Inhaber-Vorzugsaktien in auf den Namen lautende Stammaktien umgewandelt, sodass das damalige Grundkapital von 218.797.200,00 Euro in 218.797.200 auf den Namen lautende Stammaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie bestand. Heute sind sämtliche (233.000.000) Namens-Stammaktien der Gesellschaft handelbar, d.h. sowohl die ehemals nicht börsennotierten Namens-Stammaktien als auch die aus der Umwandlung der Inhaber-Vorzugsaktien hervorgegangenen Namens-Stammaktien. Bis zum 16. August 2013 waren nur die bisherigen Inhaber-Vorzugsaktien der Gesellschaft börsennotiert.

² Inklusive eigener Aktien.

³ Dividendenvorschlag siehe Unternehmensausblick.

⁴ Für das Geschäftsjahr 2017 wurde das unverwässerte Ergebnis je Aktie auf Basis des bereinigten Konzernüberschusses (adjusted net income) aus fortgeführten Aktivitäten ermittelt. Aus Vergleichsgründen wurde der Vorjahreswert 2016 entsprechend angepasst (zuvor: 2,37 Euro). Weitere Angaben zur Rechnungslegung sowie zu den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden enthält der Geschäftsbericht im Kapitel Strategie und Steuerungssystem.

⁵ Basis der Ermittlung ist der bereinigte Konzernüberschuss (underlying net income) aus fortgeführten Aktivitäten.

⁶ Seit 1. Januar 2018 Umbenennung des underlying net income in adjusted net income.

die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie das Jahr 2019 bei 13,91 Euro (28. Dezember 2018: 15,55 Euro) ab. Zum Jahresende 2019 betrug ihre Gewichtung im MDAX 1,1 Prozent.

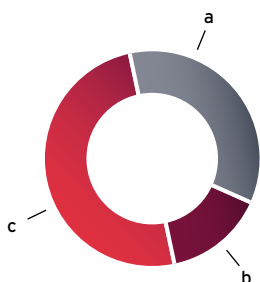
Die Hälfte der Analysten (50 %) empfiehlt, die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie zu halten; 35 Prozent der Analysten sprachen sich Ende 2019 zum Kauf aus. Die Bewertungen stützen sich dabei insbesondere auf die Fortschritte des Konzerns bei seiner digitalen Transformation. Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analysten liegt bei 14,50 Euro. Insgesamt haben am Ende des Berichtsjahres 20 Brokerhäuser und Finanzinstitute die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie aktiv bewertet und Research-Berichte veröffentlicht.

EMPFEHLUNGEN DER ANALYSTEN in Prozent;
Vorjahreswerte 2018 in Klammern

a — Kaufen
35 (29)

b — Verkaufen
15 (19)

c — Halten
50 (52)



Stand: 31.12.2019.

HAUPTVERSAMMLUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2018

Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2018 fand am 12. Juni 2019 in München statt. Auf der Hauptversammlung waren rund 1.000 Teilnehmer anwesend. Die Präsenz lag bei ca. 51,4 Prozent des Grundkapitals. Die Aktionäre haben die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,19 Euro je dividendenberechtigter Aktie für das Geschäftsjahr 2018 beschlossen (Vorjahr: 1,93 Euro). Die Ausschüttungssumme beläuft sich auf rund 269 Mio Euro. Daraus ergibt sich eine Ausschüttungsquote von 50 Prozent bezogen auf das adjusted net income, was der zuletzt definierten Dividendenpolitik des Konzerns entspricht. Die Dividende wurde am 17. Juni 2019 ausbezahlt. Darüber hinaus hat die Hauptversammlung die Wiederwahl des gesamten Aufsichtsrats beschlossen. Die Aktionäre haben alle neun Aufsichtsratsmitglieder mit einer deutlichen Mehrheit (durchschnittlich 93 %) in ihrem Amt bestätigt. Die Hauptversammlung hat zudem die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2018 entlastet. Zudem wurden auch alle sonstigen zustimmungspflichtigen Beschlussvorschläge mit deutlicher Mehrheit angenommen. → [Liquiditäts- und Investitionsanalyse](#)

AKTIONÄRSSTRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE werden größtenteils von institutionellen Investoren aus den USA, Großbritannien, Deutschland und Luxemburg gehalten.

Im Jahresverlauf haben sich folgende wesentliche Änderungen der Aktionärsstruktur ergeben:

- Seit 2019 ist Mediaset ein neuer Großaktionär des Unternehmens und hält Anteile in Höhe von 15,1 Prozent, die sich ausweislich der Stimmrechtsmitteilung vom 11. November 2019 zu 7,4 Prozent aus Aktien mit Stimmrechten und zu 7,7 Prozent aus Instrumenten i.S. des § 38 Abs.1 Nr.1 WpHG zusammensetzen. In den Gesamtanteilen der Mediaset S.p.A sind Anteile der Media España Comunicación, S.A., Madrid, Spanien („Mediaset España“) in Höhe von 5,5 Prozent enthalten, die aus Aktien mit Stimmrechten und Instrumenten bestehen, deren jeweilige Höhe dabei unterhalb der meldepflichtigen Schwellen liegt.
- Die Czech Media Invest, a.s., Prag, Tschechische Republik („CMI“) hat gemäß Stimmrechtsmitteilung vom 17. Oktober 2019 über ihr Investmentunternehmen RUBY Equity Investment S.à r.l., Luxemburg, Luxemburg („RUBY“) 3,6 Prozent der Aktien erworben. Die tschechische Investmentfirma CMI ist seither der viertgrößte Aktionär der ProSiebenSat.1 Media SE.

Weitere große Investoren gemäß Stimmrechtsmitteilung sind zum 31. Dezember 2019 The Capital Group Companies, Inc. („Capital Group“) mit 9,9 Prozent (31. Dezember 2018: 10,0 %) und BlackRock Inc. („BlackRock“) mit 4,8 Prozent Anteile inklusive Instrumente (31. Dezember 2018: 6,9 %). 24,0 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE befanden sich zum Jahresende im Besitz von Privataktionären (31. Dezember 2018: 23,2 %). Insgesamt waren zum 31. Dezember 2019 89,7 Prozent im Streubesitz (31. Dezember 2018: 97,0 %). 7,4 Prozent wurden von Mediaset gehalten, die restlichen 2,9 Prozent waren im eigenen Bestand (31. Dezember 2018: 3,0 %).

KONZERNLAGEBERICHT

- 82 Vergütungsbericht
- 82 Übernahmerechtliche Angaben

83 UNSER KONZERN: GRUNDLAGEN

- 83 Organisation und Konzernstruktur
- 86 Strategie und Steuerungssystem
- 90 Mitarbeiter

91 WIRTSCHAFTSBERICHT: DAS FINANZJAHR 2019

- 91 Rahmenbedingungen des Konzerns
- 98 Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis
- 99 Ertragslage des Konzerns
- 103 Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

111 RISIKO- UND CHANCENBERICHT

- 111 Risikobericht
- 118 Chancenbericht

120 PROGNOSEBERICHT

- 120 Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen
- 122 Unternehmensausblick

VERGÜTUNGSBERICHT

Die entsprechenden Ausführungen hierzu befinden sich im Abschnitt
An unsere Aktionäre im Geschäftsbericht 2019.

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN (GEMÄSS § 315A ABS. 1 HGB)

Die entsprechenden Ausführungen hierzu befinden sich im Abschnitt
An unsere Aktionäre im Geschäftsbericht 2019.

ORGANISATION UND KONZERNSTRUKTUR

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND SEGMENTE

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-Werbegebiet 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 und in der Anteilsbesitzliste.**

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.

→ [Entwicklung von Medienkonsum und Werbewirkung](#) → [Chancenbericht](#)

➤ **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 Livestream 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 unterschiedliche Kanäle bedienen. Im Jahr 2019 erzielte Studio71 durchschnittlich 9,9 Mrd Video Views im Monat. → [Entwicklung relevanter Unternehmens- und Marktumfelder der ProSiebenSat.1 Group](#)

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 GROUP SE („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).

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. Im vorliegenden Konzernabschluss ist die ProSiebenSat.1 Media SE mit allen wesentlichen Tochtergesellschaften einbezogen – damit sind Unternehmen gemeint, an denen die ProSiebenSat.1 Media SE mittelbar oder unmittelbar über die Mehrheit der Stimmrechte verfügt oder auf andere Weise zur Beherrschung der maßgeblichen Tätigkeiten des betreffenden Unternehmens befähigt ist. → [Anhang, Ziffer 4 „Konsolidierungskreis“](#)

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 Pay TV 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.

! Eine detaillierte Übersicht der Beteiligungsverhältnisse der ProSiebenSat.1 Group befindet sich im Abschnitt → [„Anteilsbesitzliste“](#).

! Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f, 315d HGB ist im Geschäftsbericht sowie auf der Homepage der Gesellschaft veröffentlicht (→ www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/erklaerung-zur-unternehmensfuehrung).

STRATEGISCHES MARKENPORTFOLIO DER PROSIEBENSAT.1 GROUP



Stand Februar 2020 / ¹ Gemeinschaftsunternehmen / ² Assoziiertes Unternehmen

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. → [Unternehmensausblick](#)

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. → [Chancenbericht](#)

PLANUNG UND STEUERUNG

Das kennzahlenbasierte Steuerungssystem der ProSiebenSat.1 Group bildet die Grundlage für alle wirtschaftlichen und strategischen Entscheidungen des Unternehmens. 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. → [Risiko- und Chancenbericht](#)

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

– **Bedeutamste 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. → [Entwicklung relevanter Unternehmens- und Marktumfelder der ProSiebenSat.1 Group](#)

– **Bedeutamste 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. → [Vergütungsbericht](#) → [Liquiditäts- und Investitionsanalyse](#)

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. → [Organisation und Konzernstruktur](#)

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)¹ basiert. 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.

→ [Vergütungsbericht](#)

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 konsequenter 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:

P7S1 ROCE	
Gewinn- und Verlustrechnung	
Ergebnis (ROCE) LTM¹	Adj. EBIT ³ ./. Pensionsaufwendungen + Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen
	/
Bilanz	
Eingesetztes Kapital Durchschnitt²	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

¹ LTM = letzte 12 Monate

² Durchschnitt der Stichtage der letzten fünf Quartale

³ 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.

¹ 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.

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, Unternehmensabsplattungen, 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

Dieser Geschäftsbericht enthält neben den nach IFRS ermittelten Finanzdaten auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Die Überleitung dieser Non-IFRS-Kennzahlen auf die entsprechenden IFRS-Kennzahlen ist in der → [Ertragslage des Konzerns](#) dargestellt.

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



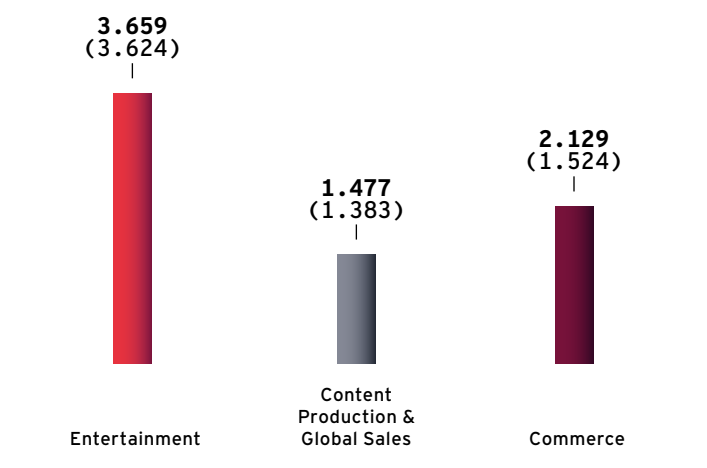
MITARBEITER¹

İ **Zusätzliche Informationen zu Mitarbeitern und Arbeitnehmerbelangen befinden sich im zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht (→ www.prosiebensat1.com/nachhaltigkeit/informationen/publikationen).**

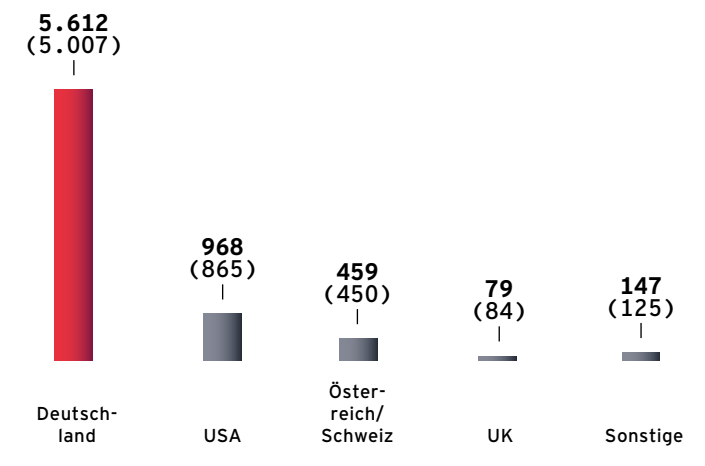
Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl des Konzerns (umgerechnet auf vollzeitäquivalente Stellen) stieg im Berichtsjahr um 11 Prozent auf 7.265 Mitarbeiter (Vorjahr: 6.532). Im Jahr 2019 waren durchschnittlich 506 Mitarbeiter (Vorjahr: 609) - und damit deutlich weniger als noch im Vorjahr - in der ProSiebenSat.1 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.

İ **Die in den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten ausgewiesenen Personalaufwendungen des Konzerns erhöhten sich im Geschäftsjahr 2019 auf 707 Mio Euro (Vorjahr: 679 Mio Euro). Dies entspricht einem Anstieg um 4 Prozent oder 28 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr und reflektiert insbesondere den beschriebenen Personalanstieg im Segment Commerce.**

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



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



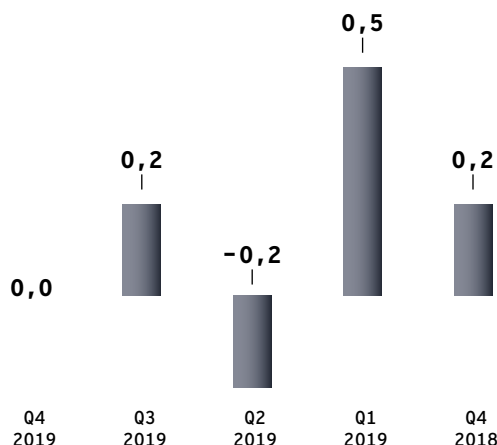
¹ Im Geschäftsbericht wird statt „Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen“ die lesefreundlichere Variante „Mitarbeiter“ verwendet. Die gewählte männliche Form steht stellvertretend für alle Geschlechter.

RAHMENBEDINGUNGEN DES KONZERNS

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, bremsten 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. → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen](#)

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 intermediären Vergleich. Auch hier hat Fernsehen laut AGF die höchste Relevanz, die tägliche Nutzungsdauer liegt bei 202 Minuten (E 14 - 69).

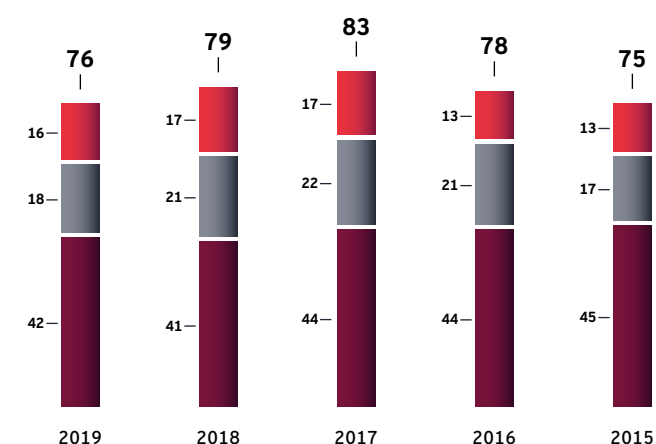
FERNSEHHAUSHALTE IN DEUTSCHLAND NACH ZUGANGSART Anzahl TV-Haushalte

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

¹ Angaben zum Stichtag 01.12.2019.
² 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 Institutarium kontinuierlich weiterentwickelt, um auch die detaillierte Nutzung von Videoinhalten an PC, Laptop, Tablet oder Smartphone zu erfassen. 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. → [Entwicklung relevanter Unternehmens- und Marktumfelder der ProSiebenSat.1 Group](#)

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.
→ www.sevenonemedia.de/service/research

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 Gattungsinitiative 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 GROUP

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. → [Entwicklung von Medienkonsum und Werbewirkung](#)

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	27,9	28,8	28,2	27,8
SAT.1	7,9	8,0	7,8	8,1
ProSieben	9,3	10,0	9,6	9,5
Kabel Eins	5,0	5,2	5,2	5,0
sixx	1,5	1,3	1,4	1,4
SAT.1 Gold	1,6	1,5	1,6	1,6
ProSieben MAXX	1,7	1,8	1,7	1,6
Kabel Eins Doku	0,9	0,9	0,9	0,7

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

¹ 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 / Marktstandard TV / VideoScope 1.3 / 01.01.2018-31.12.2019.

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 Group 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. → [Organisation und Konzernstruktur](#)

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 Digital-Studio 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

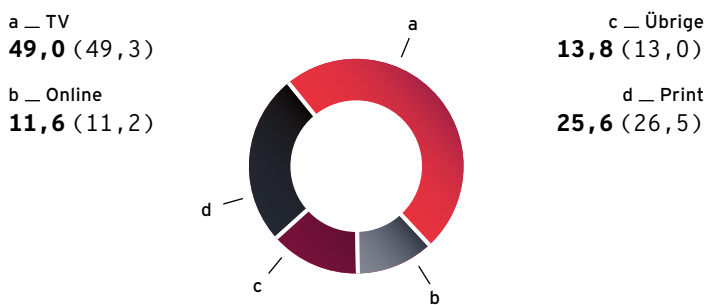
Der Anteil lokaler Programminhalte auf den eigenen Kanälen ist in besonderem Maße in den Fokus der Unternehmensstrategie gerückt. Ziel der ProSiebenSat.1 Group ist es, sich mit lokal produzierten Formaten von Wettbewerbern abzuheben und Markenprofile der Sender durch eigene Produktionen weiter zu schärfen. 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-Werbemarkts.

Konzernlagebericht

Wirtschaftsbericht: Das Finanzjahr 2019

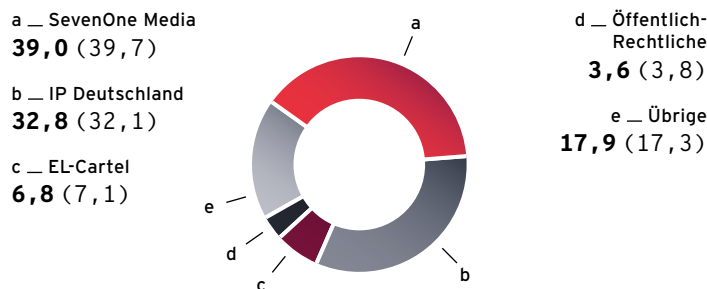
Schon 2018 konnte der deutsche Netto-TV-Werbemarkt, anders als in Vorjahren, nur begrenzt von der insgesamt soliden makroökonomischen Entwicklung profitieren und entwickelte sich mit -1,2 Prozent leicht rückläufig. Ursache waren vor allem branchenspezifische Effekte. 2019 haben sich die Rahmenbedingungen weiter verschlechtert. Vor allem im außenwirtschaftlichen Bereich kühlte die Konjunkturdynamik 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. → [Konjunkturelle Entwicklung](#)

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 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-Video Markt ist davon auszugehen, dass dieser gewachsen ist.

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. → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen](#)

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.

FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die ProSiebenSat.1 Group betreibt Forschung und Entwicklung (F&E) nicht im herkömmlichen Sinne eines Industrieunternehmens. Forschung hat 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 UND ÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Die ProSiebenSat.1 Group analysiert regelmäßig ihr Portfolio und bewertet mögliche Wachstums- und Synergiepotenziale. Teil dieser Strategie sind Portfolioerweiterungen, Unternehmensverkäufe sowie Investitionen in zukunftssträchtige Wachstumsfelder. In diesem Zusammenhang waren im Geschäftsjahr 2019 nachfolgende Ereignisse wesentlich. Weitere Informationen finden sich im Anhang.

→ [Anhang, Ziffer 4 „Konsolidierungskreis“](#) → [Anhang, Ziffer 5 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#)
→ [Anhang, Ziffer 39 „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“](#)

– Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 21. Februar 2019 hat General Atlantic ihre 41,6-prozentige Beteiligung an der Marketplace GmbH, Berlin („Marketplace“) im Zuge einer Kapitalerhöhung in die NuCom Group eingebracht. General Atlantic ist seit 2018 als Wachstumsinvestor an der NuCom Group beteiligt; zum Bilanzstichtag am 31. Dezember 2018 war die NuCom Group ebenfalls mit 41,6 Prozent an Marketplace beteiligt. Gleichzeitig hat die NuCom Group im ersten Quartal 2019 10,5 Prozent der Anteile von übrigen Gesellschaftern der Marketplace erworben. Der sich daraus neu ergebende Gesamtanteil der NuCom Group sowie die von den verbliebenen Minderheitsgesellschaftern gehaltenen Anteile wurden mit wirtschaftlicher Wirkung zum 21. Februar 2019 in die neu gegründete be Around Holding GmbH, Berlin („be Around“) eingebracht. Nach dieser Einbringung werden der NuCom Group 94,0 Prozent der Stimmrechte und 80,0 Prozent des Kapitals von be Around zugerechnet. Der Gesamttransaktion liegt ein Kaufpreis von 128 Mio Euro zugrunde. Der Kapitalanteil von General Atlantic an der NuCom Group erhöhte sich in diesem Zusammenhang von bisher 25,1 Prozent auf 28,4 Prozent. be Around betreibt mit der Marke Aroundhome (vormals Käuferportal) Deutschlands größte Online-Vermittlung für Produkte und Dienstleistungen rund ums Haus.

– Im zweiten Quartal 2019 hat der Konzern die Laufzeiten für die überwiegenden Teile des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) bis April 2024 verlängert. → [Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur](#)

– 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. → [Organisation und Konzernstruktur](#) → [Strategie und Steuerungssystem](#)

ERTRAGSLAGE DES KONZERNS

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	2019	2018	Veränderung Abs.	Veränderung in %
Umsatzerlöse	4.135	4.009	126	3,1
Gesamtkosten	3.592	3.710	-118	-3,2
Operative Kosten	3.297	3.027	271	8,9
Betriebsergebnis (EBIT)	578	348	230	66,1
Adjusted EBIT	684	850	-166	-19,5
Adjusted EBITDA	872	1.013	-141	-13,9
Sondereffekte	-34	-443	409	-92,3
EBITDA	838	570	268	47,0
Finanzergebnis	-6	-4	-2	40,9
Ergebnis vor Steuern	572	344	228	66,4
Ertragsteuern	-161	-94	-66	70,4
Konzernergebnis	412	250	162	64,9
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	413	248	164	66,1
Adjusted net income	387	541	-154	-28,5

UMSATZENTWICKLUNG

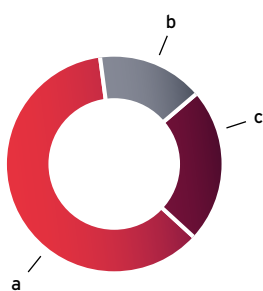
Die **Umsatzerlöse** der ProSiebenSat.1 Group stiegen im Jahr 2019 um 3 Prozent auf 4.135 Mio Euro (Vorjahr: 4.009 Mio Euro). Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte betrug der Umsatzanstieg 2 Prozent. Der Umsatzbeitrag aus Erstkonsolidierungen belief sich im Geschäftsjahr insgesamt auf 126 Mio Euro und ist insbesondere auf eHarmony Inc. ("eHarmony Group") sowie auf be Around zurückzuführen. Demgegenüber stehen Effekte aus Entkonsolidierungen in Höhe von 110 Mio Euro, welche im Wesentlichen aus der Veräußerung des Video-on-Demand-Portals (VoD) maxdome im Juli 2018, des Betreibers von Online-Sportprogrammen 7NXT GmbH („7NXT“) im Juli 2018 sowie des Reiseveranstalters Tropo GmbH („Tropo“) im September 2018 resultieren. Der Anteil des Nicht-TV-Werbe-geschäfts am Konzernumsatz ist im Jahr 2019 auf 52 Prozent gestiegen (Vorjahr: 48 %).

Umsatzerlöse nach Segmenten

ANTEIL DER UMSATZERLÖSE NACH SEGMENTEN

in Prozent, Vorjahreswerte 2018 in Klammern

a – Entertainment
61 (65)



b – Content Production & Global Sales
16 (14)

c – Commerce
23 (21)

Die Umsatzbeiträge der einzelnen Segmente zum Konzernumsatz entwickelten sich 2019 wie folgt:

Der **Außenumsatz** des Segments Entertainment betrug 2.518 Mio Euro (Vorjahr: 2.626 Mio Euro). Der Rückgang von 4 Prozent ist neben den erwähnten Effekten im Zuge der Entkonsolidierungen von maxdome und 7NXT in Höhe von 56 Mio EUR primär auf die schwächere Entwicklung des TV-Werbe-geschäfts zurückzuführen. Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte lag der Rückgang bei 2 Prozent. Das digitale und smarte Werbe-geschäft wuchs mit einem Plus von 38 Prozent hingegen weiterhin dynamisch, konnte den Rückgang der gesamten TV-Werbe-erlöse aber nicht vollständig kompensieren. Zu dieser positiven Entwicklung trugen auch das Angebot an zielgerichteten Werbespots (Addressable TV) sowie die Vermarktung digitaler Plattformen wie Joyn, der Online-Angebote des Konzerns sowie von Drittanbietern bei. Die gesamten Werbe-erlöse sind im Geschäftsjahr 2019 um 2 Prozent gesunken. Dies spiegelt vor allem die allgemeine Marktentwicklung wider. Die Distributionserlöse sind aufgrund steigender HD-Nutzerzahlen dagegen weiter gewachsen. → [Rahmenbedingungen des Konzerns](#)

Im Segment Content Production & Global Sales stieg der **Außenumsatz** um 18 Prozent auf 652 Mio Euro (Vorjahr: 552 Mio Euro). Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte betrug der Umsatzanstieg 13 Prozent. Insbesondere Studio71 erzielte hohe Wachstumsraten. Zudem setzte das globale Produktions- und Vertriebs-geschäft sein anhaltend dynamisches Umsatzwachstum in den USA und Deutschland fort.

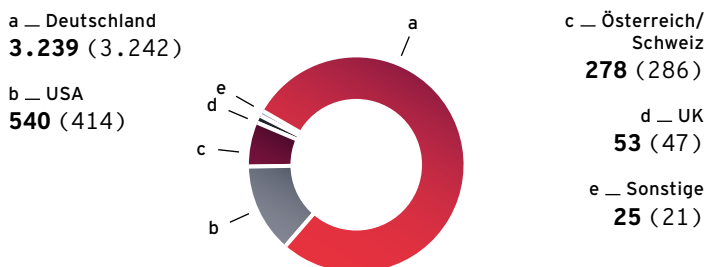
Der **Außenumsatz** im Segment Commerce erhöhte sich im Jahr 2019 um 16 Prozent und belief sich auf 965 Mio Euro (Vorjahr: 831 Mio Euro). Das Wachstum wurde positiv beeinflusst von Erstkonsolidierungen. Dazu zählen insbesondere der Erwerb der eHarmony Group im November 2018 sowie von be Around im März 2019, die den gegenläufigen Effekt aus der Veräußerung von Tropo im September 2018 mehr als kompensierten. Bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte belief sich der Umsatzanstieg auf 8 Prozent. Vor allem die Flaconi GmbH („Flaconi“), sowie die WindStar Medical GmbH („WindStar“) erzielten deutliche Zuwächse. Die Entwicklung der Verivox GmbH („Verivox Holding“) war geprägt von einem herausfordernden Markt- und Wettbewerbsumfeld, insbesondere in Folge der Insolvenz eines Billigstromanbieters Anfang des Jahres 2019.

UMSATZERLÖSE DES KONZERNS NACH SEGMENTEN

in Mio Euro

	2019	2018	Veränderung Abs.	Veränderung in %
Entertainment	2.518	2.626	-108	-4,1
Content Production & Global Sales	652	552	100	18,1
Commerce	965	831	134	16,1
Umsatzerlöse	4.135	4.009	126	3,1

UMSATZ NACH REGIONEN in Mio Euro, Vorjahreswerte 2018 in Klammern



Die ProSiebenSat.1 Group generiert den Großteil ihres Umsatzes mit 78 Prozent in Deutschland (Vorjahr: 81%).

KOSTENENTWICKLUNG

GESAMTKOSTEN in Mio Euro

	2019	in % der Umsatzerlöse	2018	in % der Umsatzerlöse
Gesamtkosten	3.592	86,9	3.710	92,5
Umsatzkosten	2.377	57,5	2.569	64,1
Vertriebskosten	627	15,2	532	13,3
Verwaltungskosten	576	13,9	595	14,9
Sonstige betriebliche Aufwendungen	11	0,3	14	0,3

Die **Gesamtkosten** des Konzerns sind im Geschäftsjahr 2019 um 3 Prozent auf 3.592 Mio Euro gesunken (Vorjahr: 3.710 Mio Euro). Im Verhältnis zu den Umsatzerlösen sind die Umsatzkosten um 6,6 Prozentpunkte gesunken. Diesem Rückgang steht ein leichter Anstieg der Vertriebskosten im Verhältnis zu den Umsatzerlösen um 1,9 Prozentpunkte entgegen. Die Verwaltungskosten lagen im Verhältnis zu den Umsatzerlösen um 0,9 Prozentpunkte unter dem Geschäftsjahr 2018.

Der Rückgang der Umsatzkosten um 7 Prozent auf 2.377 Mio Euro (Vorjahr: 2.569 Mio Euro) resultiert insbesondere aus einem geringeren Werteverzehr auf das Programmvermögen. Dieser verringerte sich um 361 Mio Euro und belief sich auf 958 Mio Euro (Vorjahr: 1.319 Mio Euro). Ursache für den Rückgang des Werteverzehrs ist der im Geschäftsjahr 2018 erfasste Gesamtaufwand von 354 Mio Euro im Zusammenhang mit der weiterentwickelten Programmstrategie. Darüber hinaus wirkte sich die Entkonsolidierung von maxdome im Juli 2018 mindernd auf den Werteverzehr in 2019 aus. In den Segmenten Commerce und Content Production & Global Sales ist hingegen aufgrund des Umsatzwachstums ein Umsatzkostenanstieg zu verzeichnen.

Die Vertriebskosten des Konzerns erhöhten sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 18 Prozent auf 627 Mio Euro (Vorjahr: 532 Mio Euro). Der Anstieg betrifft insbesondere Marketing- und marketingnahe Aufwendungen. Dieser steht im Zusammenhang mit dem Ausbau der Marktstellung des Online-Beauty-Geschäfts von Flaconi sowie konsolidierungsbedingten Effekten im Segment Commerce aufgrund der Akquisitionen der eHarmony Group in Höhe von 43 Mio Euro sowie von be Around in Höhe von 38 Mio Euro im Geschäftsjahr 2019.

Die Verwaltungskosten verringerten sich um 3 Prozent auf 576 Mio Euro (Vorjahr: 595 Mio Euro). Der Rückgang resultiert insbesondere aus geringeren Aufwendungen für Reorganisationen und M&A-bezogenen Aufwendungen. Der Konzern hat seine angekündigte Reorganisation im Geschäftsjahr 2019 fortgesetzt und treibt die Umsetzung einer eigenständigeren Entertainment-Organisation sowie einer strategischen Holding voran. → [Organisation und Konzernstruktur](#)

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG OPERATIVE KOSTEN

in Mio Euro

	2019	2018	Veränderung Abs.	Veränderung in %
Gesamtkosten	3.592	3.710	- 118	- 3,2
Zu bereinigende Aufwendungen	35	462	- 427	- 92,5
Abschreibungen und Wertminderungen ¹	260	222	38	17,0
Operative Kosten	3.297	3.027	271	8,9

¹ Auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Die **operativen Kosten** erhöhten sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 9 Prozent auf 3.297 Mio Euro (Vorjahr: 3.027 Mio Euro). Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr ist neben einer umsatzgetriebenen Kostensteigerung in den Segmenten Content Production & Global Sales und Commerce unter anderem auf aufwandswirksame Investitionen, insbesondere im Segment Entertainment, zurückzuführen. Der Konzern hatte sich bewusst entschieden, in lokale Programminhalte, in den Ausbau digitaler Plattformen sowie in eine verbesserte Monetarisierung der Reichweite zu investieren.

ADJUSTED EBITDA

Das **adjusted EBITDA** ging im Geschäftsjahr 2019 um 14 Prozent oder 141 Mio Euro auf 872 Mio Euro zurück. Die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 21,1 Prozent (Vorjahr: 25,3%). Die Ergebnis- und Margenentwicklung lässt sich zum einen durch die zuvor erläuterten höheren operativen Kosten, zum anderen durch den Rückgang der gesamten TV-Werbeerlöse sowie die unterschiedlichen Ertragsstrukturen der einzelnen Segmente erklären.

Das **adjusted EBITDA** des Segments Entertainment verzeichnete gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang von 18 Prozent bzw. 155 Mio Euro auf 726 Mio Euro. Dieser ist insbesondere auf die rückläufigen Umsatzerlöse aufgrund der schwächeren Entwicklung im TV-Werbemarkt als auch auf die zuvor erläuterten aufwandswirksamen Investitionen zurückzuführen. Die **adjusted EBITDA-Marge** belief sich auf 28,1 Prozent (Vorjahr: 32,4%) und spiegelt damit die unterschiedliche Margenstruktur der einzelnen Geschäftsmodelle wider.

Im Segment Content Production & Global Sales stieg das **adjusted EBITDA** deutlich um 57 Prozent auf 48 Mio Euro (Vorjahr: 31 Mio Euro), zu dem eine positive Umsatzentwicklung in allen Geschäftsfeldern des Segments beitrug. Die **adjusted EBITDA-Marge** verzeichnete einen Anstieg auf 6,6 Prozent (Vorjahr: 5,1%).

Im Segment Commerce erzielte der Konzern im Geschäftsjahr 2019 ein **adjusted EBITDA** von 98 Mio Euro nach 103 Mio Euro im Vorjahr. Die Ergebnisentwicklung ist beeinflusst von höheren Aufwendungen, insbesondere im Zusammenhang mit Wachstumsinvestitionen zum weiteren Ausbau der Marktstellung einzelner Portfolio-Unternehmen. Die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 10,2 Prozent (Vorjahr: 12,3%).

ADJUSTED EBITDA NACH SEGMENTEN in Mio Euro

	2019	2018	Veränderung Abs.	Veränderung in %	Adjusted EBITDA-Marge 2019 (in %) ¹	Adjusted EBITDA-Marge 2018 (in %) ¹
Entertainment	726	881	-155	-17,6	28,1	32,4
Content Production & Global Sales	48	31	18	57,5	6,6	5,1
Commerce	98	103	-4	-4,3	10,2	12,3
Summe adjusted EBITDA	872	1.013	-141	-13,9		

¹ Auf Basis der Gesamtsegmentumsatzerlöse.

Die folgende Tabelle zeigt die Überleitung des adjusted EBITDA zum Konzernergebnis:

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED EBITDA ZUM KONZERNERGEBNIS

in Mio Euro

	2019	2018	Veränderung Abs.	Veränderung in %
Adjusted EBITDA	872	1.013	-141	-13,9
Sondereffekte	-34	-443	409	-92,3
EBITDA	838	570	268	47,0
Abschreibungen und Wertminderungen	-260	-222	-38	17,0
davon aus Kaufpreisallokationen	-69	-50	-18	36,3
Betriebsergebnis (EBIT)	578	348	230	66,1
Finanzergebnis	-6	-4	-2	40,9
Ertragsteuern	-161	-94	-66	70,4
Konzernergebnis	412	250	162	64,9

Das **EBITDA** des Konzerns ist im Geschäftsjahr 2019 um 47 Prozent oder 268 Mio Euro gestiegen und belief sich auf 838 Mio Euro. Das EBITDA beinhaltet Sondereffekte von minus 34 Mio Euro gegenüber minus 443 Mio Euro im Vorjahr, die sich wie folgt zusammensetzen:

DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE in Mio Euro

	2019	2018
Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises	0	18
Erträge aus sonstigen Einmal-Effekten	0	1
Zu bereinigende Erträge	1	19
M&A-bezogene Aufwendungen	-12	-34
Reorganisations-Aufwendungen	-45	-68
Aufwendungen für Rechtsstreitigkeiten	0	1
Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen	5	8
Aufwendungen aus sonstigen Einmal-Effekten	-5	-14
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	23	-354
Zu bereinigende Aufwendungen	-35	-462
Sondereffekte	-34	-443

Aus M&A-Projekten folgten Aufwendungen in Höhe von 12 Mio Euro (Vorjahr: 34 Mio Euro), die im Wesentlichen auf das Segment Entertainment entfielen. Im Geschäftsjahr 2019 betrug die Reorganisations-Aufwendungen 45 Mio Euro (Vorjahr: 68 Mio Euro). Diese sind geprägt von der Reorganisation des Konzerns und umfassen vor allem Aufwendungen für Abfindungen und Freistellungsgehälter. Der Konzern hat seine angekündigte Reorganisation fortgesetzt und treibt insbesondere die Umsetzung einer eigenständigeren

Entertainment-Organisation sowie einer strategischen Holding voran. Damit passt die ProSiebenSat.1 Group die Struktur des Konzerns weiterhin dem sich ständig verändernden Marktumfeld flexibel an, um das Unternehmen zukunftsfit aufzustellen. Die Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten betragen 5 Mio Euro (Vorjahr: 14 Mio Euro). Der Vorjahreswert ist geprägt durch periodenfremde Aufwendungen in den Segmenten Entertainment und Commerce. Gegenläufig wirkten sich Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen in Höhe von 5 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro) sowie die Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units in Höhe von 23 Mio Euro (Vorjahr: -354 Mio Euro) aus. Diese resultieren aus einer teilweisen Auflösung der im Vorjahr gebildeten Drohverlustrückstellungen aufgrund von entfallenen Abnahmeverpflichtungen. Der Vorjahreseffekt beinhaltet vor allem den außerplanmäßigen Werteverzehr in Höhe von 178 Mio Euro (davon 122 Mio Euro aus der Transaktion mit Joyn) sowie die Bildung von Drohverlustrückstellungen im Zusammenhang mit der zukünftigen Abnahme von Programmvermögen in Höhe von 176 Mio Euro (davon 168 Mio Euro aus der Transaktion mit Joyn).

Die Abschreibungen und Wertminderungen verzeichneten einen Anstieg um 38 Mio Euro auf 260 Mio Euro (Vorjahr: 222 Mio Euro). Diese Entwicklung basiert primär auf höheren Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände.

FINANZERGEBNIS

Das **Finanzergebnis** betrug minus 6 Mio Euro (Vorjahr: -4 Mio Euro). Das im Finanzergebnis enthaltene **Zinsergebnis** verbesserte sich um 8 Mio Euro auf minus 56 Mio Euro (Vorjahr: -63 Mio Euro). Das ebenfalls im Finanzergebnis erfasste **Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen** belief sich auf minus 50 Mio Euro (Vorjahr: -13 Mio Euro) und enthält im Wesentlichen den Anteil des Konzerns am Periodenergebnis von Joyn. → [Anhang, Ziffer 12 „Zinsergebnis“](#) → [Anhang, Ziffer 13 „Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis“](#)

Das **sonstige Finanzergebnis** belief sich auf 100 Mio Euro (Vorjahr: 72 Mio Euro) und beinhaltet Erträge aus der Änderung von Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten in Höhe von 76 Mio Euro (Vorjahr: 59 Mio Euro). Größte Einzelpositionen waren Bewertungseffekte im Zusammenhang mit Studio71 und dem Social-Advertising-Anbieter esome advertising technologies GmbH („esome“). Zudem sind die im sonstigen Finanzergebnis enthaltenen Erträge aus Bewertungseffekten aus Finanzinstrumenten um 17 Mio Euro auf 41 Mio Euro gestiegen (Vorjahr: 25 Mio Euro). Dieser Anstieg resultiert insbesondere aus dem Ergebniseffekt aus dem Verkauf der Anteile am globalen Videodienst Pluto Inc. („Pluto“) in Höhe von 22 Mio Euro sowie aus der Neubewertung der Altanteile an Marketplace (26 Mio Euro) im Rahmen der Anteilsaufstockung und Vollkonsolidierung der neu gegründeten be Around. Gegenläufig auf das sonstige Finanzergebnis

wirkten sich auch das Ergebnis aus Währungsumrechnung in Höhe von minus 9 Mio Euro (Vorjahr: -5 Mio Euro) sowie die Finanzierungskosten in Höhe von minus 10 Mio Euro (Vorjahr: -7 Mio Euro) aus.

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultiert ein Anstieg des **Ergebnisses vor Steuern** um 66 Prozent auf 572 Mio Euro (Vorjahr: 344 Mio Euro). Die **Ertragsteuern** betragen 161 Mio Euro (Vorjahr: 94 Mio Euro), bei einer Steuerquote von 28,1 Prozent (Vorjahr: 27,4 %).

KONZERNERGEBNIS UND ADJUSTED NET INCOME

Das **Konzernergebnis** erhöhte sich um 65 Prozent und betrug 412 Mio Euro (Vorjahr: 250 Mio Euro). Das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende Konzernergebnis stieg um 66 Prozent auf 413 Mio Euro (Vorjahr: 248 Mio Euro).

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED NET INCOME

in Mio Euro

	2019	2018	Veränderung Abs.	Veränderung in %
Konzernergebnis	412	250	162	64,9
Sondereffekte	34	443	-409	-92,3
Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen ¹	70	52	18	35,2
Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis	-41	-23	-19	83,7
Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	-70	-54	-17	30,9
Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften	-3	-2	-1	66,2
Sonstige Effekte	10	9	1	8,1
Steuereffekte auf die Bereinigungen	-24	-133	108	-81,6
Summe	386	542	-156	-28,8
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	-1	1	-2	~
Anderen Gesellschaftern zuzurechnende Bereinigungen	-1	-1	0	~
Bereinigtes anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	0	-2	2	~
Adjusted net income	387	541	-154	-28,5
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	1,71	2,36	-0,65	-27,7

¹ Inkl. Effekte auf assoziierte Unternehmen, die nach der at-Equity-Methode konsolidiert werden in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

Die Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis betragen 41 Mio Euro (Vorjahr: 23 Mio Euro). Wie bereits im Finanzergebnis erläutert, resultieren diese im Wesentlichen aus dem Verkauf von Pluto (22 Mio Euro) sowie aus der Neubewertung der Altanteile an Marketplace (26 Mio Euro), die durch andere Bewertungseffekte in Höhe von 8 Mio Euro teilweise kompensiert werden.

Die Bewertungseffekte auf Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten in Höhe von 70 Mio Euro (Vorjahr: 54 Mio Euro) ergeben sich im Wesentlichen aus der Neubewertung der Put-Options im Zusammenhang mit Studio71 und den Earn-Outs im Zusammenhang mit esome.

Das **adjusted net income** ist hingegen um 28 Prozent auf 387 Mio Euro gesunken (Vorjahr: 541 Mio Euro) und reflektiert im Wesentlichen die Entwicklung des adjusted EBITDA. Dieser Posten ist bereinigt um die benannten Sondereffekte und wird in der Überleitungsrechnung dargestellt. Dazu zählen neben den im sonstigen Finanzergebnis erfassten Effekten auch die erwähnten Aufwendungen im Zuge von Restrukturierungen und Portfoliomaßnahmen. Das unverwässerte bereinigte Ergebnis je Aktie betrug 1,71 Euro (Vorjahr: 2,36 Euro). → [Anhang, Ziffer 14 „Ertragsteuern“](#) → [Anhang, Ziffer 15 „Ergebnis je Aktie“](#)

ÜBERLEITUNG GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

in Mio Euro

	2019 IFRS	Adjust- ments	2019 Adjusted
Umsatzerlöse	4.135	-/-	4.135
Gesamtkosten	-3.592	-106	-3.485
Sonstige betriebliche Erträge	35	1	35
Betriebsergebnis (EBIT)	578	-106	684
Abschreibungen und Wertminderungen	260	72	188
EBITDA	838	-34	872
Abschreibungen und Wertminderungen	-260	-72	-188
Finanzergebnis	-6	106	-113
Ergebnis vor Steuern	572	1	572
Ertragsteuern	-161	24	-185
Konzernergebnis	412	25	386
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	413	26	387
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	-1	-1	0

FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES KONZERNS

LIQUIDITÄTS- UND INVESTITIONSANALYSE

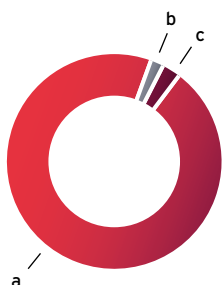
KAPITALFLUSSRECHNUNG in Mio Euro

	2019	2018
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	1.603	1.459
Cashflow aus Investitionstätigkeit	- 1.396	- 1.536
Free Cashflow	207	- 78
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	- 294	- 468
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	6	17
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	- 81	- 528
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	1.031	1.559
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	950	1.031

Die ProSiebenSat.1 Group erzielte im Geschäftsjahr 2019 einen **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** von 1.603 Mio Euro (Vorjahr: 1.459 Mio Euro). Die Erhöhung um 10 Prozent ist im Wesentlichen auf eine Steuererstattung im zweiten Quartal 2019, geringere Steuervorauszahlungen für das aktuelle Geschäftsjahr sowie eine positive Veränderung des Working Capital zurückzuführen.

INVESTITIONEN NACH SEGMENTEN¹ in Prozent, Vorjahreswerte 2018 in Klammern

a – Entertainment
95 (97)



b – Content
Production &
Global Sales
2 (1)

c – Commerce
3 (2)

¹ Investitionen nach Segmenten vor M&A-Aktivitäten.

Der Konzern weist für das Geschäftsjahr 2019 einen **Cashflow aus Investitionstätigkeit** von minus 1.396 Mio Euro aus (Vorjahr: -1.536 Mio Euro). Das ist ein Rückgang des Mittelabflusses um 9 Prozent und reflektiert geringere Auszahlungen für Zugänge zum Konsolidierungskreis sowie gegenläufig gestiegene Auszahlungen für sonstige immaterielle Vermögenswerte und finanzielle Vermögenswerte.

– Der Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis belief sich 2019 auf 100 Mio Euro (Vorjahr: 302 Mio Euro). Hier sind im Wesentlichen die nachgelagerten Kaufpreiszahlungen für die Technologieholding Virtual Minds AG („Virtual Minds“) in Höhe von 36 Mio Euro und Studio71 in Höhe von 30 Mio Euro sowie die Kaufpreiszahlung für die Anteilsaufstockung bei be Around in Höhe von 10 Mio Euro enthalten. Der relativ hohe Vorjahreswert enthält

Kaufpreiszahlungen für den Erwerb der eHarmony Group, die Gesundheitsmarke Zirkulin, esome, den Online-Kündigungsservice Aboalarm GmbH („Aboalarm“) und den E-Commerce-Vermarkter Kairion GmbH („Kairion“) sowie nachgelagerte Kaufpreiszahlungen für die Verivox Holding, Virtual Minds, die US-Produktionsgesellschaften Kinetic Content LLC („Kinetic Content“) und Fabrik Entertainment LLC („Fabrik Entertainment“).

Der Mittelabfluss aus den Kapitalerhöhungen in Joyn (62 Mio Euro; Vorjahr: 9 Mio Euro) ist in den Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten in Höhe von 75 Mio Euro (Vorjahr: 44 Mio Euro) enthalten.

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

– Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmrechten lag mit 1.072 Mio Euro auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 1.070 Mio Euro). Der Vorjahreswert beinhaltet den Mittelabfluss für den Erwerb von Programmrechten von maxdome; das Video-on-Demand-Portal wurde 2018 entkonsolidiert. Die Programminvestitionen entfielen wie im Vorjahr zu 100 Prozent auf das Entertainment-Segment.

! Programminvestitionen bilden einen Schwerpunkt der Investitionstätigkeit. Neben dem Einkauf von Lizenzformaten und Auftragsproduktionen sichern Eigenformate die Programmversorgung des Konzerns. Diese basieren auf der Entwicklung und Umsetzung eigener Ideen und werden im Gegensatz zu Auftragsproduktionen primär im Hinblick auf eine kurzfristige Ausstrahlung produziert. Sie werden daher direkt aufwandswirksam in den Umsatzkosten erfasst und stellen keine Investition dar.

– Die Investitionen in Sachanlagen beliefen sich auf 54 Mio Euro und lagen damit auf Vorjahresniveau (55 Mio Euro). Diese betreffen neben technischen Anlagen sowie Mietereinbauten den Campus-Neubau am Standort Unterföhring. Für sonstige immaterielle Vermögenswerte flossen im Jahr 2019 zudem 159 Mio Euro ab (Vorjahr: 106 Mio Euro) und beinhalten Software, Lizenzen aus der Vermarktung von digitalen Angeboten sowie gewerbliche Schutzrechte. Der Großteil der Investitionen entfiel hier mit 61 Prozent auf das Entertainment-Segment (Vorjahr: 68 %).

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultiert ein **Free Cashflow** von 207 Mio Euro für das Jahr 2019 (Vorjahr: -78 Mio Euro).

Der **M&A-Cashflow** belief sich 2019 auf minus 133 Mio Euro, nach minus 321 Mio Euro im Vorjahr. Diese Entwicklung ist bedingt durch im Vergleich zum Vorjahr geringere Mittelabflüsse für Zugänge zum Konsolidierungskreis. Gegenläufig wirkten sich gestiegene Auszahlungen für finanzielle Vermögenswerte, im Wesentlichen in Bezug auf Joyn, aus.

Der **Free Cashflow vor M&A** betrug 339 Mio Euro (Vorjahr: 244 Mio Euro). Dies entspricht einem Anstieg von 39 Prozent, der aus geringeren Steuerzahlungen sowie der besseren Steuerung des Working Capital zum Jahresende resultiert. Einen gegenläufigen Effekt hatten höhere Investitionen in sonstige immaterielle Vermögenswerte.

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

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** belief sich 2019 auf minus 294 Mio Euro (Vorjahr: -468 Mio Euro). Der gegenüber dem Vorjahr geringere Mittelabfluss beruht zum einen auf der im Juni 2019 erfolgten Dividendenauszahlung in Höhe von 269 Mio Euro (Vorjahr: 442 Mio Euro). Zum anderen ist der vergleichsweise hohe Wert für 2018 geprägt durch einen Mittelabfluss in Höhe von 221 Mio Euro für Kaufpreiszahlungen für weitere Anteile an der bereits beherrschten Parship Group („Parship Group“) und den Erwerb weiterer Anteile an der SilverTours GmbH („SilverTours“) und Sonoma Internet GmbH („Sonoma“; Betreiber des Onlineshops Amorelie).

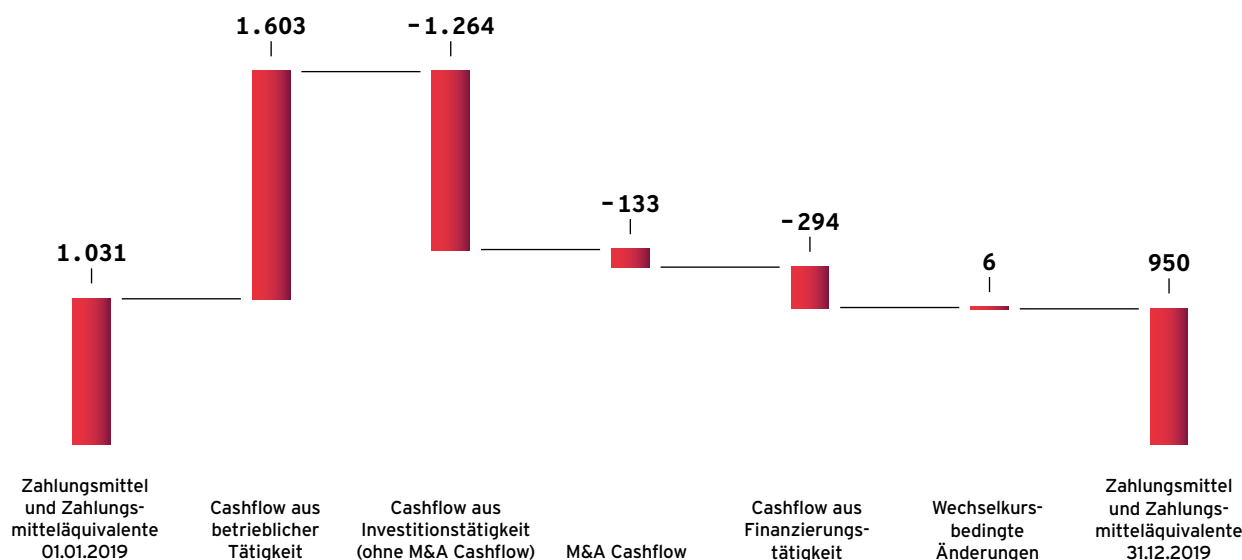
Außerdem resultierte 2018 ein Mittelabfluss in Höhe von 50 Mio Euro aus dem Aktienrückkaufprogramm des Konzerns. Einen gegenläufigen Effekt hatte der Zahlungsmittelzufluss aus dem Verkauf von Anteilen an der NuCom Group an General Atlantic in Höhe von 286 Mio Euro.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente betragen zum Jahresende 950 Mio Euro (Vorjahr: 1.031 Mio Euro). Der Konzern verfügt damit über eine komfortable Liquiditätsausstattung. Der Rückgang der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente gegenüber dem 31. Dezember 2018 um 81 Mio ergab sich aus den beschriebenen Zahlungsströmen.

ÜBERLEITUNG FREE CASHFLOW VOR M&A MASSNAHMEN in Mio Euro

	Cashflow gesamt	M&A Cashflow	Cashflow vor M&A
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	1.603	-/-	1.603
Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten	39	37	3
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-213	-/-	-213
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-75	-74	-2
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	20	-/-	20
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-1.072	-/-	-1.072
Auszahlungen von Darlehen	-1	-1	-/-
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftsbetrieben (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	-100	-100	-/-
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftsbetrieben (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente)	5	5	-/-
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.396	-133	-1.264
Free Cashflow	207	-133	339

VERÄNDERUNG DER ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE in Mio Euro



FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES KONZERNS

Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

Die **Bilanzsumme** belief sich zum 31. Dezember 2019 auf 6.618 Mio Euro (31. Dezember 2018: 6.468 Mio Euro), dies ist ein Anstieg von 2 Prozent. Die wichtigsten Bilanzpositionen werden nachfolgend näher erläutert.

– **Kurz- und langfristige Aktiva:** Die Geschäfts- oder Firmenwerte verzeichneten zum 31. Dezember 2019 einen Anstieg um 7 Prozent auf 2.109 Mio Euro (31. Dezember 2018: 1.962 Mio Euro); ihr Anteil an der Bilanzsumme lag bei 32 Prozent (31. Dezember 2018: 30 %). Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte erhöhten sich leicht um 1 Prozent auf 835 Mio Euro (31. Dezember 2018: 824 Mio Euro). Die Sachanlagen stiegen um 7 Prozent auf 351 Mio Euro (31. Dezember 2018: 327 Mio Euro). Die beschriebenen Entwicklungen sind vor allem geprägt durch die Erstkonsolidierung von be Around. Demgegenüber steht ein Rückgang der at-Equity bewerteten Anteile von 65 Prozent auf 27 Mio Euro (31. Dezember 2018: 77 Mio Euro). Dieser ist vor allem begründet durch die Einbringung von Marketplace in be Around und den Verkauf von Pluto.

Die langfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte erhöhten sich um 29 Prozent auf 320 Mio Euro (31. Dezember 2018: 249 Mio Euro). Dieser Anstieg ist primär auf neue Media-for-Equity-Beteiligungen sowie die positive Entwicklung der langfristigen Fremdwährungssicherungsgeschäfte zurückzuführen. Die kurzfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte reduzierten sich hingegen um 8 Prozent auf 113 Mio Euro (31. Dezember 2018: 122 Mio Euro). Hauptursache hierfür ist der Rückgang der kurzfristigen Fremdwährungssicherungsgeschäfte.

Das Programmvermögen hat sich gegenüber dem Vorjahr um 8 Prozent erhöht und betrug 1.204 Mio Euro (31. Dezember 2018: 1.113 Mio Euro). Bezogen auf die Bilanzsumme hatte es zum

Jahresende einen Anteil von 18 Prozent (31. Dezember 2018: 17 %) und setzt sich aus lang- und kurzfristigem Programmvermögen zusammen.

Die Entwicklung des Programmvermögens ist in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

ANLAGESPIEGEL PROGRAMMVERMÖGEN

in Mio Euro

	2019	2018
Buchwert 1.1.	1.113	1.198
Zugänge	1.170	1.070
davon Segment Entertainment ¹	1.167	1.070
davon Segment Content Production & Global Sales	3	0
Abgänge	-17	-14
Werteverzehr	-1.061	-1.141
davon Segment Entertainment	-1.061	-1.141
Sonstige Veränderung	-2	-1
Buchwert 31.12.	1.204	1.113
Veränderung Programmvermögensbestand im Vergleich zum Vorjahr	91	-85

¹ Von den Zugängen im Geschäftsjahr 2019 sind bereits 51 Mio Euro durch im Geschäftsjahr 2018 gebildete Drohverlustrückstellungen erfolgswirksam erfasst worden (Vorjahr: 9 Mio Euro). Siehe Ertragslage des Konzerns.

Daraus ergeben sich die in der folgenden Tabelle zusammengefassten Ergebniseffekte aus dem Programmvermögen, die vollständig dem Segment Entertainment zuzuordnen sind:

ERGEBNISEFFEKTE AUS DEM PROGRAMMVERMÖGEN in Mio Euro

	2019	2018
Werteverzehr	1.061	1.141
Veränderung Drohverlustrückstellung	-103	178
Werteverzehr inkl. Veränderung Drohverlustrückstellung	958	1.319

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente lagen bei 950 Mio Euro. Dies entspricht einem Rückgang gegenüber dem 31. Dezember 2018 von 8 Prozent oder 81 Mio Euro und spiegelt die Entwicklung der Cashflows wider. → [Liquiditäts- und Investitionsanalyse](#)

– **Eigenkapital:** Das Eigenkapital erhöhte sich um 20 Prozent oder 219 Mio Euro auf 1.288 Mio Euro. Die korrespondierende Eigenkapitalquote stieg entsprechend auf 19,5 Prozent (31. Dezember 2018: 16,5%). Diese Entwicklung beruht auf dem positiven Konzerngesamtergebnis und der Einlage der Anteile an Marketplace durch General Atlantic, welche zum Anstieg der Anteile anderer Gesellschafter geführt hat. Demgegenüber steht die Auszahlung der Dividende für das Jahr 2018 in Höhe von 269 Mio Euro (Vorjahr: 442 Mio Euro).

– **Kurz- und langfristige Passiva:** Das Fremdkapital hat sich im Vergleich zum Bilanzstichtag 2018 nicht wesentlich verändert; insgesamt sanken die Verbindlichkeiten und Rückstellungen gegenüber dem 31. Dezember 2018 leicht um 1 Prozent auf 5.330 Mio Euro (31. Dezember 2018: 5.398 Mio Euro). Diese Position ist durch gegenläufige Effekte geprägt: Die höheren Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen wurden kompensiert durch die Zahlung von Put-Options-Verbindlichkeiten und Bewertungseffekte derselben sowie durch den Rückgang von Drohverlustrückstellungen. Auch die Summe der im Fremdkapital ausgewiesenen lang- und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten war nahezu unverändert und betrug 3.195 Mio Euro (31. Dezember 2018: 3.194 Mio Euro).

Das **Net Working Capital** der ProSiebenSat.1 Group lag zum 31. Dezember 2019 bei minus 156 Mio Euro (31. Dezember 2018: - 22 Mio Euro).

NET WORKING CAPITAL in Mio Euro

	31.12.2019	31.12.2018
Vorräte	48	42
Forderungen	541	538
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	746	602
Net Working Capital	- 156	- 22

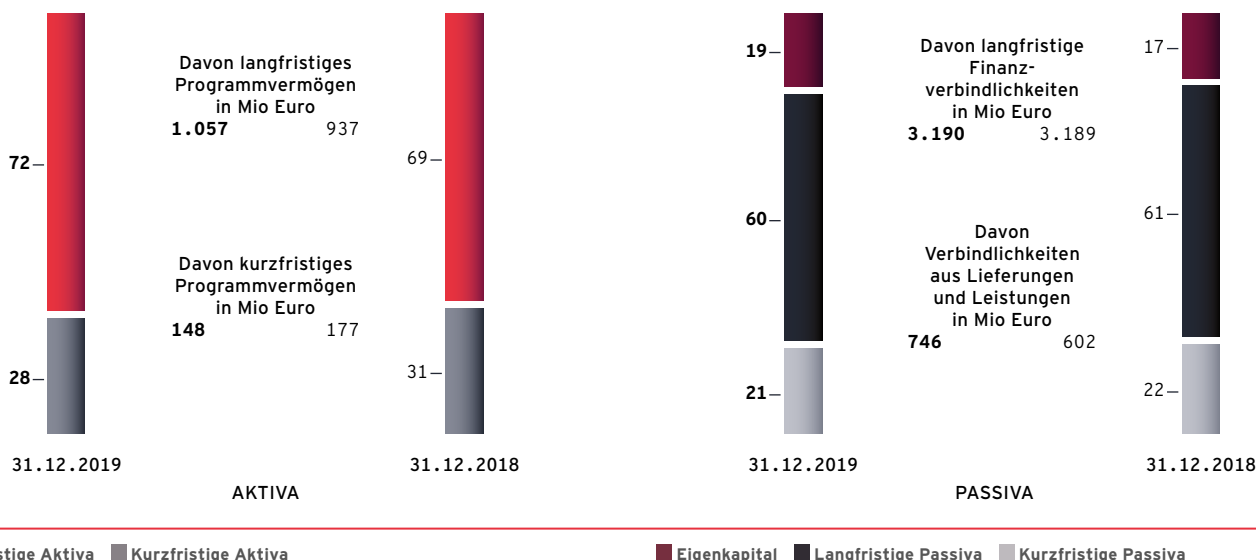
Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sind im Vergleich zum 31. Dezember 2018 stichtagsbedingt um 143 Mio Euro angestiegen. Bezogen auf die Umsatzerlöse der letzten zwölf Monate lag das durchschnittliche Net Working Capital zum 31. Dezember 2019 bei minus 3,8 Prozent (Vorjahr: - 0,5%).

FREMDKAPITALAUSSTATTUNG UND FINANZIERUNGSSTRUKTUR

Die ProSiebenSat.1 Group nutzt verschiedene Finanzierungsinstrumente und verfolgt ein aktives Finanzmanagement. Das Fremdkapital hat sich zum 31. Dezember 2019 nicht wesentlich verändert und hatte einen Anteil von 81 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2018: 83%). Der Großteil des gesamten Fremdkapitals entfiel mit 3.195 Mio Euro bzw. 60 Prozent (31. Dezember 2018: 59%) auf lang- und kurzfristige Finanzverbindlichkeiten. → [Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse](#)

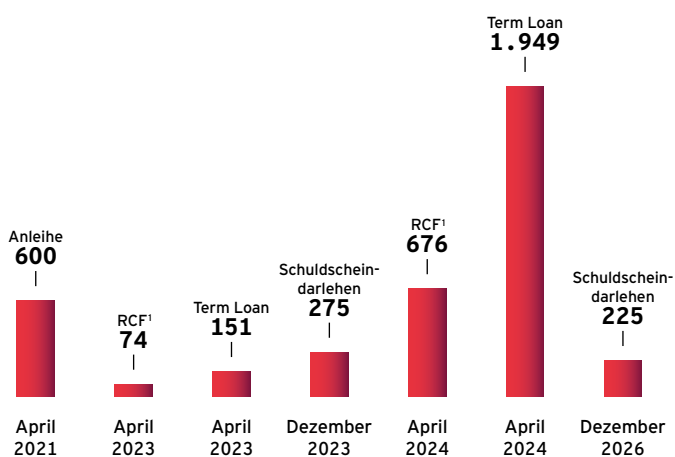
Der Konzern beobachtet und bewertet laufend die Entwicklungen an den Geld- und Kapitalmärkten. Im April 2019 hat der Konzern die Laufzeiten für die überwiegenden Teile des syndizierten endfälligen

BILANZSTRUKTUR in Prozent



Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) bis April 2024 verlängert. Darüber hinaus verfügt die ProSiebenSat.1 Group über Mittel aus einer Anleihe mit einem Volumen von 600 Mio Euro. Die Anleihe ist am regulierten Markt der Luxemburger Börse notiert (ISIN DE000A11QFA7); der Kupon der Anleihe beträgt 2,625 Prozent per annum. Seit 2016 hat der Konzern zudem drei Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro mit Laufzeiten von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinslich und 50 Mio Euro variabel verzinslich) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinslich) in seinem Portfolio.

FREMDFINANZIERUNGSMITTEL UND LAUFZEITEN ZUM 31. DEZEMBER 2019 in Mio Euro



¹ Nicht in Anspruch genommen.

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

Die Verzinsung des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge. Um sich gegen marktbedingte Zinssatzveränderungen abzusichern, setzt der Konzern derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ein. Zum 31. Dezember 2019 lag der Festzinsanteil bei ca. 98 Prozent (31. Dezember 2018: 98%). Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinscaps beläuft sich zum 31. Dezember 2019 auf 1,0 Prozent per annum (Vorjahr: 1,0%) für Fälligkeiten im Geschäftsjahr 2020 und 0,0 Prozent per annum für den Zeitraum bis 2024. → Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

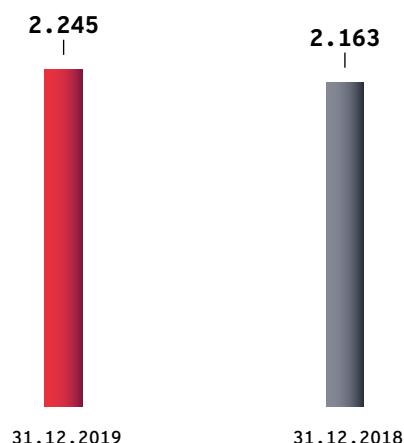
Finanzierungsanalyse

Der Verschuldungsgrad ist eine zentrale Steuerungsgröße der konzernweiten Finanz- und Investitionsplanung und spiegelt das Verhältnis der Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate wider (LTM adjusted EBITDA). Ziel ist ein Faktor zwischen 1,5 und 2,5 bezogen auf das jeweilige Jahresende. Der Verschuldungsgrad lag zum 31. Dezember 2019 mit einem Faktor von 2,6 (31. Dezember 2018: 2,1) leicht über diesem Zielkorridor. Bei annähernd stabilen Brutto-Finanzverbindlichkeiten führten die in der Kapitalflussrechnung dargestellten Zahlungsströme zu einem leichten Rückgang der liquiden Mittel und demzufolge zu einem Anstieg der

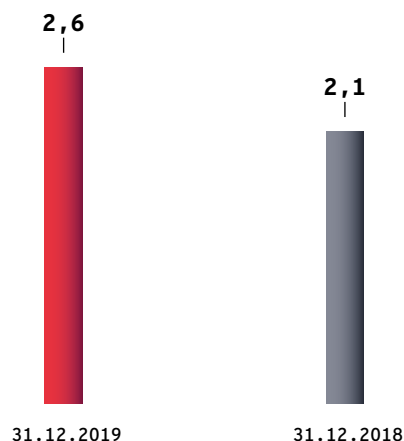
Netto-Finanzverschuldung um 82 Mio Euro auf 2.245 Mio Euro (Vorjahr: 2.163 Mio Euro). Darüber hinaus wirkte sich das gegenüber dem Vorjahr aufgrund der gesunkenen gesamten TV-Werbeerlöse sowie der beschriebenen aufwandswirksamen Investitionen in den Segmenten Entertainment und Commerce rückläufige adjusted EBITDA negativ auf den Verschuldungsgrad aus. → Liquiditäts- und Investitionsanalyse

In der Definition der Netto-Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group sind zum 31. Dezember 2019 keine Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 in Höhe von 171 Mio Euro (31. Dezember 2018: 155 Mio Euro) sowie Immobilienverbindlichkeiten in Höhe von 48 Mio Euro (31. Dezember 2018: 22 Mio Euro) enthalten.

NETTO-FINANZVERBINDLICHKEITEN¹ in Mio Euro



VERSCHULDUNGSGRAD¹



¹ Die Netto-Finanzverbindlichkeiten sind definiert als Saldo aus Finanzverbindlichkeiten abzüglich der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente. Der Verschuldungsgrad ergibt sich indem die Netto-Finanzverbindlichkeiten in Relation zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM adjusted EBITDA) gesetzt werden.

GRUNDSÄTZE UND ZIELE DES FINANZMANAGEMENTS

Der Bereich Zentrales Treasury steuert zentral das konzernweite Finanzmanagement und verfolgt folgende Ziele:

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

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

- **Kapitalstruktur:** Die Steuerung des Verschuldungsgrades nimmt für das Kapitalstrukturmanagement der ProSiebenSat.1 Group einen besonderen Stellenwert ein. Der Konzern berücksichtigt bei der Auswahl geeigneter Finanzierungsinstrumente Faktoren wie Marktaufnahmefähigkeit, Refinanzierungsbedingungen, Flexibilität bzw. Auflagen, Investorendiversifikation und Laufzeit- bzw. Fälligkeitsprofile. Finanzierungsmittel im Konzern werden zentral gesteuert.
- **Cash- und Liquiditätsmanagement:** Im Rahmen des Cash- und Liquiditätsmanagements optimiert und zentralisiert das

Unternehmen Zahlungsströme und stellt die konzernweite Liquidität sicher. Ein wichtiges Instrument ist dabei das Cash-Pooling-Verfahren. Mithilfe einer rollierenden konzernweiten Liquiditätsplanung erfasst bzw. prognostiziert die ProSiebenSat.1 Group die Cashflows aus operativen sowie nicht operativen Geschäften. Hieraus leitet das Unternehmen Liquiditätsüberschüsse oder -bedarfe ab. Liquiditätsbedarfe werden über die bestehenden Cash-Positionen oder die revolvingende Kreditfazilität (RCF) abgedeckt.

- **Management von Marktpreisrisiken:** Das Management von Marktpreisrisiken umfasst das zentral gesteuerte Zins- und Währungsmanagement. Neben Kassageschäften kommen auch derivative Finanzinstrumente in Form bedingter und unbedingter Termingeschäfte zum Einsatz. Diese Instrumente werden zu Sicherungszwecken eingesetzt und dienen dazu, die Auswirkungen von Zins- und Währungsschwankungen auf das Konzernergebnis und den Cashflow zu begrenzen.
- **Management von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken:** Im Mittelpunkt des Managements von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken stehen Handelsbeziehungen und Gläubigerpositionen gegenüber Finanzinstituten. Bei Handelsgeschäften achtet die ProSiebenSat.1 Group auf eine möglichst breite Streuung der Volumina mit Kontrahenten ausreichend guter Bonität. Hierzu werden unter anderem externe Ratings der internationalen Agenturen herangezogen. Risiken gegenüber Finanzinstituten entstehen vor allem durch die Anlage liquider Mittel und den Abschluss von derivativen Finanzinstrumenten im Rahmen des Zins- und Währungsmanagements.

GESAMTAUSSAGE ZUM GESCHÄFTSVERLAUF AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG

Unsere bedeutsamsten finanziellen und nicht-finanziellen 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 bei 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-Werbegeschäftes 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
Umsatzerlöse (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%
Adjusted EBITDA-Marge (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%
Adjusted net income (Konversionsrate des adjusted EBITDA zum adjusted net income in %)	53,4%	ca. 50%	-	Adjusted net income unter Vorjahreswert	44%
Verschuldungsgrad (Netto-Finanzverbindlichkeiten/LTM adjusted EBITDA)	2,1 x	1,5-2,5 x	-	-	2,6 x
Free Cashflow vor M&A (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
Entertainment					
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
Content Production & Global Sales					
Externe Umsatzerlöse (in Mio Euro)	552	Deutlicher Anstieg	-	-	652
Adjusted EBITDA (in Mio Euro)	31	Deutlicher Anstieg	-	-	48
Commerce					
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
Deutscher TV-Zuschauermarkt (Marktanteil in %)	27,8%	Führende Position auf hohem Niveau	-	-	28,2%

RISIKOBERICHT

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. → [Unternehmensinternes Steuerungssystem](#)

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 Risikobeurteilung. 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. → [Chancenbericht](#)

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.

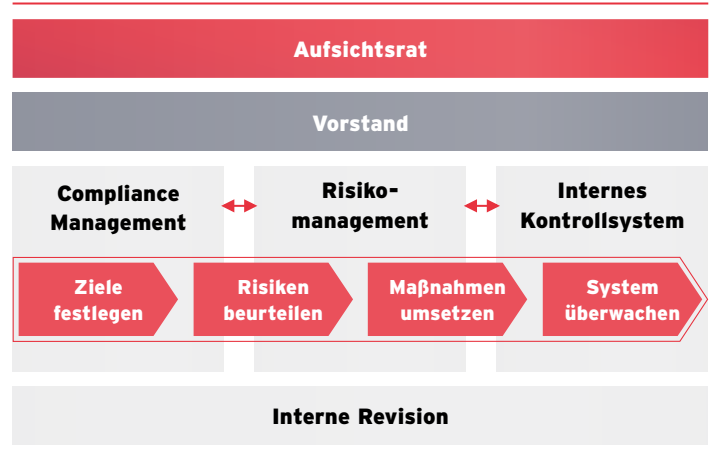
4. Monitoring: Die Risikoüberwachung und Risikoberichterstattung komplettieren den Risikomanagementprozess. Ziel ist es, die Veränderungen zu überwachen und die Effektivität der ergriffenen

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 Konzernabschluss zum 31. Dezember 2019 berücksichtigt haben, nicht unter diese Definition und werden folglich in vorliegendem Risikobericht nicht erläutert.

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



RISIKOMANAGEMENTPROZESS IM ABLAUF



■ Dezentraler Risikomanager ■ Vorstand/Aufsichtsrat ■ Group Risk Officer

- **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. Eventualverbindlichkeiten aus möglichen Compliance-Risiken sind im [→ Anhang, Ziffer 31, „Eventualverbindlichkeiten“](#) dargestellt.

İ Im vorliegenden Geschäftsbericht 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 dem 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 - 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 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage führen könnten. Die identifizierten Risiken haben keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch nicht in die Zukunft gerichtet.

İ 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.

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:

ÜBERBLICK DER RELEVANTEN RISIKEN

Kategorie	Cluster	Risiko	Veränderung gegenüber dem Vorjahr	Auswirkungsgrad	Eintrittswahrscheinlichkeit	Risiko-bedeutung
Segment Entertainment						
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
Konzern						
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

- § 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 im Segment Entertainment
- Erfolg von Eigen- und Auftragsproduktionen und der Local-Content-Strategie im Segment Entertainment
- Vertriebsrisiken (TV-Effektivität und Medienverfügbarkeit) im Segment Commerce.

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.

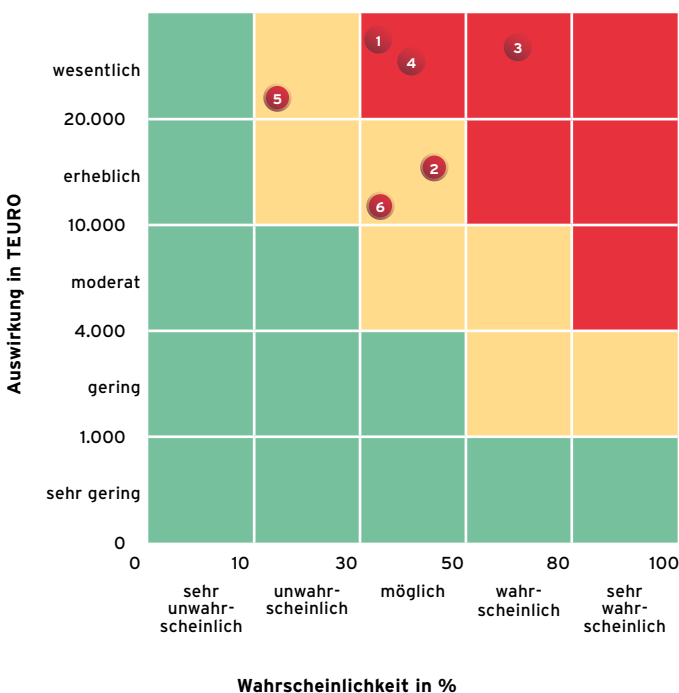
Seit mehr als 50 Jahren ist TV zusammen mit Radio das reichweitenstärkste Medium in Deutschland. Die von der AGF ermittelte TV-Sehdauer liegt im Jahr 2019 bei 202 Minuten pro Tag (E 14 - 69 Jahre). Auch in Zukunft wird klassisches Fernsehen die Bewegtbildnutzung in Deutschland dominieren. Die TV-Nutzung 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. → [Rahmenbedingungen des Konzerns](#)

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. → [Chancenbericht](#) → [Risiken aus Reichweitenentwicklung \(TV und Digital\)](#)

! Als Joint Venture wird Joyn und dessen Aktivitäten zwar nicht in den Aufwendungen und Erträgen des Konzerns berücksichtigt, die Ergebnisse werden jedoch anteilig im Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

RISIKOMATRIX



Kategorie	Cluster	Risiko
Segment Entertainment		
Operative Risiken	Externe Risiken	1 ▶ Allgemeine Branchenrisiken (inkl. Mediennutzungsverhalten)
		2 ▶ Risiken aus der Reichweitenentwicklung (TV und Digital)
	Vertriebsrisiken	3 ▶ Vermarktungsrisiko (TV und Digital)
Konzern		
Operative Risiken	Externe Risiken	4 ▶ Makroökonomische Risiken
Finanzwirtschaftliche Risiken		5 ▶ Ausfallrisiko
Compliance-Risiken		6 ▶ Allgemeine Compliance-Risiken (inkl. gesetzliche Berichtspflichten, Kartellrecht, Gerichtsverfahren, Datenschutz)

■ Geringes Risiko ■ Mittleres Risiko ■ Hohes Risiko

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. → [Entwicklung relevanter Unternehmens- und Marktumfelder der ProSiebenSat.1 Group](#)

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. → [Entwicklung von Medienkonsum und Werbewirkung](#) → [Chancenbericht](#)

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 Auspielung 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. → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen](#)

KONZERNEBENE

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. → [Konjunkturelle Entwicklung](#) → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen](#)

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. → [Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur](#)

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.

Derivative Finanzinstrumente werden in der Regel im Rahmen des Hedge Accountings als Cashflow Hedges bilanziert, nähere Informationen befinden sich im → [Anhang, Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#). Derivative Finanzinstrumente setzt die ProSiebenSat.1 Group nicht zu Handelszwecken ein; sie dienen ausschließlich der Absicherung bestehender Risikopositionen (→ [Finanzierungsanalyse](#)). Weiterführende Informationen zu den Sicherungsinstrumenten, Bewertungen und Sensitivitätsanalysen sowie eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems in Bezug auf Finanzinstrumente enthält der Anhang: Risiken aus Ineffektivitäten, im Zusammenhang mit fallenden Zinsen, werden im → [Anhang, Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#) beschrieben.

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 Datenschutz-Grundverordnung 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 (§ 315 ABS. 4 HGB) MIT ERLÄUTERUNGEN

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess soll sicherstellen, dass Geschäftsvorfälle 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 Konsolidierung der Meldedaten zum Konzernabschluss erfolgt mithilfe einer stabilen, marktüblichen Standardsoftware.
- 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.
- Es existiert für die Zwecke des Konzernabschlusses ein einheitlicher Kontenplan, nach dem die betreffenden Geschäftsvorfälle zu buchen sind.
- 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 IFRS basierendes Bilanzierungshandbuch, Verrechnungspreisrichtlinie, Einkaufsrichtlinie, Reisekostenrichtlinie etc.) ist eingerichtet und wird bei Bedarf aktualisiert. Die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems in Bezug auf die rechnungslegungsrelevanten Prozesse wird (in Stichproben) durch den prozessunabhängigen Bereich Internal Audit überprüft.

ABLAUFORGANISATION

- Für die Planung, Überwachung und Optimierung des Prozesses zur Erstellung des Konzernabschlusses erfolgt der Einsatz von Tools, die unter anderem einen detaillierten Abschlusskalender sowie alle wichtigen Aktivitäten, Meilensteine und Verantwortlichkeiten beinhalten. Allen Aktivitäten und Meilensteinen sind konkrete Zeitvorgaben zugeordnet. Die Einhaltung der Berichtspflichten und -fristen wird zentral durch das Konzernrechnungswesen überwacht.
- Bei allen rechnungslegungsbezogenen Prozessen werden Kontrollen wie Funktionstrennung, Vier-Augen-Prinzip, Genehmigungs- und Freigabeverfahren sowie Plausibilisierungen vorgenommen.
- Es besteht eine klare Zuordnung der Aufgaben bei der Erstellung des Konzernabschlusses (z. B. Abstimmung konzerninterner Salden, Kapitalkonsolidierung, Überwachung der Berichtsfristen und Berichtsqualität in Bezug auf die Daten der einbezogenen Unternehmen etc.). Für spezielle fachliche Fragestellungen und komplexe Bilanzierungssachverhalte fungiert die Abteilung „Group Accounting & Reporting“ als zentraler Ansprechpartner.
- Alle wesentlichen in den Konzernabschluss einbezogenen Informationen werden umfangreichen systemtechnischen Validierungen unterzogen, um die Vollständigkeit und Verlässlichkeit der Daten zu gewährleisten.

- Risiken, die sich auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess beziehen, werden kontinuierlich im Rahmen des im Risikobericht beschriebenen Risikomanagementprozesses erfasst und überwacht.

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.

→ [Strategie und Steuerungssystem](#)

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. → [Unternehmensausblick](#)

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. → [Strategie und Steuerungssystem](#)

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 konsequente 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. → [Entwicklung von Medienkonsum und Werbewirkung](#)

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-Werbe- markt, 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 führen könnten. Wenngleich 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.

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.

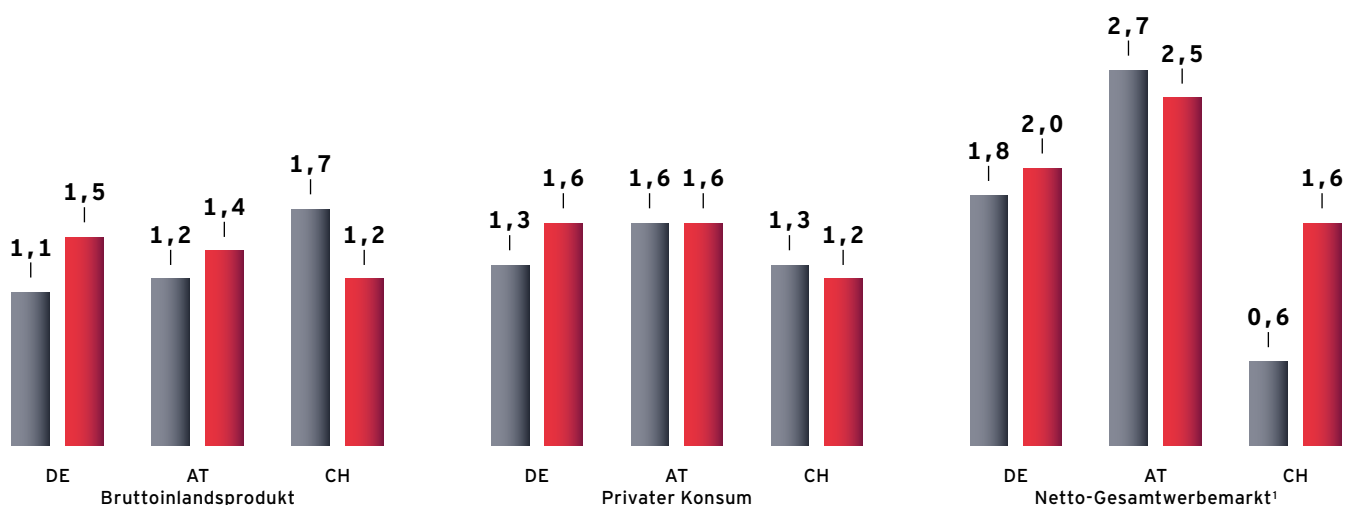
Die Wachstumserwartungen für das deutsche Bruttoinlandsprodukt im Jahr 2020 liegen mit 1,1 Prozent (ifo; Institut für Wirtschaftsforschung) bis 1,2 Prozent (DIW; Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.) über dem Jahreswert 2019. Davon sind jedoch 0,4 Prozentpunkte allein auf zusätzliche Arbeitstage 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). → [Konjunkturelle Entwicklung](#)

Im Jahr 2019 hat sich der deutsche Netto-TV-Werbemarkt in einem deutlich abkühlenden konjunkturellen Umfeld laut aktueller Prognosen rückläufig entwickelt. Unterjährig dominierten große Unsicherheiten, die Erwartungen divergieren nach wie vor deutlich. Auch für das Jahr 2020 weichen die Einschätzungen der Agenturgruppen stark voneinander ab. Dies hängt auch 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. → [Risikobericht](#)

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



■ 2020p ■ 2021p

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.

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

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. → [Entwicklung relevanter Unternehmens- und Marktumfelder der ProSiebenSat.1 Group](#)

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 2020

Gesamtaussage

Für die kommenden Geschäftsjahre ist die ProSiebenSat.1 Group gut aufgestellt. Wir verfügen über eine solide finanzielle Basis, der eine langfristige Finanzierung und klare Unternehmensstrategie zugrunde liegt und dabei die wichtigsten Trends der Medienbranche reflektiert. Unser Fokus liegt insbesondere auf dem Wachstum unseres digitalen und smarten Werbegeschäfts sowie des Commerce-Geschäfts der NuCom Group. Dabei wird neben dem organischen Wachstum, also bereinigt um Konsolidierungs- und Währungseffekte, das wir idealerweise aus dem operativen Cashflow finanzieren wollen, auch künftig ein fokussiertes Portfoliomanagement nach sorgfältiger Prüfung der Chancen und Risiken eine wichtige Rolle spielen. Wir sehen den Konzern in Summe gut aufgestellt, um mögliche Chancen, die sich auch aus einer Konsolidierung oder engeren Zusammenarbeit in unserer Branche ergeben könnten, konsequent zu nutzen.

Prognose

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 Wechselkursen¹ 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-Werdegeschäft 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).

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.

¹ 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.

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%). → [Strategie und Steuerungssystem](#)

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 %).
- Die ProSiebenSat.1 Group 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, die ProSiebenSat.1 Group 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.

Erläuterungen zur Prognose

Die getroffenen Angaben beruhen auf der vom Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedeten Planung. Unsere Aussagen orientieren sich zudem an den aktuellen Konjunktur- und Branchendaten zum Zeitpunkt der Aufstellung des Berichts. → [Strategie und Steuerungssystem](#)
→ [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen](#)

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. → [Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse](#)

DIVIDENDENVORSCHLAG

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

¹ zum Stichtag 31.12.2019

Vorausschauende Aussagen

Prognosen basieren auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Wir stützen uns dabei auf unsere Budgetplanung sowie umfassende Markt- und Wettbewerbsanalysen. Die prognostizierten Werte werden in Übereinstimmung mit den im Abschluss angewendeten Rechnungslegungsgrundsätzen und in Konsistenz mit den im Lagebericht beschriebenen Bereinigungen ermittelt. Prognosen sind naturgemäß jedoch mit gewissen Unsicherheiten verbunden, die zu positiven oder negativen Planabweichungen führen können. Sollten Unwägbarkeiten eintreten oder die den vorausschauenden Aussagen zugrundeliegenden Prämissen nicht weiter zutreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Entwicklungen, die diese Prognose belasten könnten, sind zum Beispiel eine geringere Konjunkturdynamik als zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts erwartet. Diese und weitere Faktoren werden ausführlich im Risiko- und Chancenbericht erläutert. Dort berichten wir auch über zusätzliche Wachstumspotenziale; Chancen, die wir bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert haben, könnten sich etwa aus unternehmensstrategischen Entscheidungen ergeben. Risikopotenziale werden systematisch und regelmäßig im Rahmen des konzernweiten Risikomanagementprozesses erfasst. Wesentliche Ereignisse nach dem Ende der Berichtsperiode werden im → [Anhang, Ziffer 39 „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“](#), erläutert. Veröffentlichungstermin des Geschäftsberichts 2019 ist der 5. März 2020.

KON ZERN AB SCHLUSS

- 125 **GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG**
- 126 **GESAMTERGEBNISRECHNUNG**
- 127 **BILANZ**
- 128 **KAPITALFLUSSRECHNUNG**
- 129 **EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG**
- 130 **ANHANG**

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

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

		2019	2018
1. Umsatzerlöse	[6]	4.135	4.009
2. Umsatzkosten	[7]	-2.377	-2.569
3. Bruttoergebnis vom Umsatz		1.757	1.440
4. Vertriebskosten	[8]	-627	-532
5. Verwaltungskosten	[9]	-576	-595
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	[10]	-11	-14
7. Sonstige betriebliche Erträge	[11]	35	50
8. Betriebsergebnis		578	348
9. Zinsen und ähnliche Erträge		2	7
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-58	-70
11. Zinsergebnis	[12]	-56	-63
12. Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	[13]	-50	-13
13. Sonstiges Finanzergebnis	[13]	100	72
14. Finanzergebnis		-6	-4
15. Ergebnis vor Steuern		572	344
16. Ertragsteuern	[14]	-161	-94
KONZERNERGEBNIS		412	250
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis		413	248
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis		-1	1
in Euro			
Ergebnis je Aktie			
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	[15]	1,83	1,09
Verwässertes Ergebnis je Aktie	[15]	1,80	1,06

GESAMTERGEBNISRECHNUNG

GESAMTERGEBNISRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	2019	2018
Konzernergebnis	412	250
Zukünftig erfolgswirksam umzugliedernde Posten		
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	12	17
Bewertung von Cashflow Hedges	15	48
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	- 4	- 13
Zukünftig nicht erfolgswirksam umzugliedernde Posten		
Bewertungseffekte aus Pensionsverpflichtungen	- 4	- 1
Latente Steuern auf Bewertungseffekte aus Pensionsverpflichtungen	1	0
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	20	52
Konzern-Gesamtergebnis	431	301
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzern-Gesamtergebnis	432	300
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzern-Gesamtergebnis	- 1	1

BILANZ

BILANZ DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

		31.12.2019	31.12.2018 angepasst ¹
A. Langfristige Vermögenswerte			
I. Geschäfts- oder Firmenwerte	[17]	2.109	1.962
II. Sonstige immaterielle Vermögenswerte	[18]	835	824
III. Sachanlagen	[19]	351	327
IV. At-Equity bewertete Anteile	[21]	27	77
V. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	[23]	316	244
VI. Programmvermögen	[22]	1.057	937
VII. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	[24]	4	4
VIII. Latente Ertragsteueransprüche	[14]	66	95
		4.764	4.470
B. Kurzfristige Vermögenswerte			
I. Programmvermögen	[22]	148	177
II. Vorräte	[6]	48	42
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	[23]	67	69
IV. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	[23]	530	529
V. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern		48	98
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	[24]	46	53
VII. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	[25]	950	1.031
VIII. Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	[5]	17	-/-
		1.853	1.998
Bilanzsumme		6.618	6.468
A. Eigenkapital [26]			
I. Gezeichnetes Kapital		233	233
II. Kapitalrücklage		1.045	1.043
III. Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital		25	-119
IV. Eigene Anteile		-63	-64
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital		55	36
VI. Sonstiges Eigenkapital		-236	-246
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital		1.059	883
VII. Anteile anderer Gesellschafter		229	187
		1.288	1.070
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Finanzverbindlichkeiten	[29]	3.190	3.189
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	[29]	329	349
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[29]	79	53
IV. Übrige Verbindlichkeiten	[30]	15	6
V. Rückstellungen für Pensionen	[27]	31	28
VI. Sonstige Rückstellungen	[28]	55	111
VII. Latente Ertragsteuerschulden	[14]	236	239
		3.934	3.974
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Finanzverbindlichkeiten	[29]	5	5
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	[29]	116	200
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[29]	667	550
IV. Übrige Verbindlichkeiten	[30]	357	362
V. Laufende Ertragsteuerschulden	[14]	110	109
VI. Sonstige Rückstellungen	[28]	140	198
		1.395	1.424
Bilanzsumme		6.618	6.468

¹ Anpassung Vorjahr siehe Anhang, Ziffer 26 „Eigenkapital“

KAPITALFLUSSRECHNUNG

KAPITALFLUSSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	2019	2018
Konzernergebnis	412	250
Ertragsteuern	161	94
Finanzergebnis	6	4
Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	260	222
Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Drohverlustrückstellung	958	1.319
Veränderung der Rückstellungen	-12	-15
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	-1	-20
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-5	-3
Veränderung Working Capital	-40	-84
Erhaltene Dividenden	7	7
Gezahlte Steuern	-92	-256
Gezahlte Zinsen	-54	-63
Erhaltene Zinsen	4	4
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	1.603	1.459
Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten	39	31
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-213	-161
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-75	-44
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	20	17
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-1.072	-1.070
Auszahlungen von Darlehen	-1	-14
Einzahlungen aus Darlehensforderungen	0	1
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftsbetrieben (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	-100	-302
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftsbetrieben (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	5	6
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.396	-1.536
Auszahlung der Dividende	-269	-442
Auszahlungen zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	-13	-1
Einzahlungen aus der Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	33	10
Auszahlungen zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	-42	-40
Auszahlungen für den Erwerb eigener Anteile	-/-	-50
Einzahlungen aus dem Verkauf von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	-/-	289
Auszahlungen für den Erwerb von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	-5	-222
Einzahlungen anderer Gesellschafter	7	15
Auszahlungen von Dividenden an andere Gesellschafter	-6	-26
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-294	-468
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	6	17
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-81	-528
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	1.031	1.559
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	950	1.031

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP 2018 in Mio Euro

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Kumuliertes übriges Eigenkapital								Anteile anderer Gesellschafter	Konzern-eigenkapital
				Eigene Anteile	Unterschiedsbetrag aus Währungs-umrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Bewertungseffekte aus Pensionsverpflichtungen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital			
31. Dezember 2017	233	1.055	74	-13	-14	7	-9	1	-113	1.221	26	1.247	
Konzernergebnis	-/-	-/-	248	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	248	1	250	
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	17	48	-1	-13	-/-	51	0	52	
Konzern-Gesamtergebnis	-/-	-/-	248	-/-	17	48	-1	-13	-/-	300	1	301	
Dividenden	-/-	-/-	-442	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-442	-26	-468	
Anteilsbasierte Vergütungen	-/-	-14	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-14	-/-	-14	
Sonstige Veränderungen ¹	-/-	1	0	-50	-/-	-/-	-/-	-/-	-133	-182	185	3	
31. Dezember 2018 angepasst¹	233	1.043	-119	-64	4	54	-10	-13	-246	883	187	1.070	

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP 2019 in Mio Euro

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Kumuliertes übriges Eigenkapital								Anteile anderer Gesellschafter	Konzern-eigenkapital
				Eigene Anteile	Unterschiedsbetrag aus Währungs-umrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Bewertungseffekte aus Pensionsverpflichtungen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital			
31. Dezember 2018 angepasst ¹	233	1.043	-119	-64	4	54	-10	-13	-246	883	187	1.070	
Konzernergebnis	-/-	-/-	413	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	413	-1	412	
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	12	15	-4	-3	-/-	20	0	20	
Konzern-Gesamtergebnis	-/-	-/-	413	-/-	12	15	-4	-3	-/-	432	-1	431	
Dividenden	-/-	-/-	-269	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-269	-6	-275	
Anteilsbasierte Vergütungen	-/-	1	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	1	-/-	1	
Sonstige Veränderungen	-/-	2	0	1	-/-	-/-	-/-	-/-	10	12	49	61	
31. Dezember 2019	233	1.045	25	-63	15	70	-14	-16	-236	1.059	229	1.288	

¹ Anpassung Vorjahr siehe Anhang, Ziffer 26 „Eigenkapital“

ANHANG

131 GRUNDLAGEN DES KONZERN-ABSCHLUSSES

- 131 Allgemeine Angaben
- 132 Zusammenfassung der wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze
- 145 Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften
- 147 Konsolidierungskreis
- 148 Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis

152 ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

- 152 Umsatzerlöse
- 153 Umsatzkosten
- 154 Vertriebskosten
- 154 Verwaltungskosten
- 155 Sonstige betriebliche Aufwendungen
- 155 Sonstige betriebliche Erträge
- 155 Zinsergebnis
- 156 Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis
- 157 Ertragsteuern
- 159 Ergebnis je Aktie
- 160 Sonstige Angaben

161 ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

- 161 Geschäfts- oder Firmenwerte
- 163 Sonstige immaterielle Vermögenswerte
- 165 Sachanlagen
- 166 Leasing
- 168 At-Equity bewertete Anteile
- 170 Programmvermögen

- 171 Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte
- 172 Übrige Forderungen und Vermögenswerte
- 172 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente
- 173 Eigenkapital
- 177 Rückstellungen für Pensionen
- 178 Sonstige Rückstellungen
- 180 Finanzielle Verbindlichkeiten
- 181 Übrige Verbindlichkeiten

182 SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

- 182 Eventualverbindlichkeiten
- 183 Sonstige finanzielle Verpflichtungen
- 183 Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten
- 197 Segmentberichterstattung
- 199 Anteilsbasierte Vergütung
- 202 Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen
- 204 Honorare des Abschlussprüfers
- 204 Corporate Governance
- 205 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

206 MITGLIEDER DES VORSTANDS

207 MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS

208 ANTEILSBESITZLISTE

ANHANG

GRUNDLAGEN DES KONZERNABSCHLUSSES

1 / Allgemeine Angaben

Gegenstand des Konzernabschlusses sind die ProSiebenSat.1 Media SE und ihre Tochtergesellschaften (zusammen „das Unternehmen“, „der Konzern“ oder „ProSiebenSat.1 Group“).

Die ProSiebenSat.1 Media SE mit Sitz in Unterföhring ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft nach europäischem Recht und als Konzernobergesellschaft unter der Firma ProSiebenSat.1 Media SE beim Amtsgericht München, Deutschland, (HRB 219 439) eingetragen und gehört mit ihren Tochtergesellschaften zu den führenden Medienunternehmen Europas.

Der Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group für das am 31. Dezember 2019 endende Geschäftsjahr wurde in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards („IFRS“) des International Accounting Standards Board („IASB“), wie sie gemäß der Verordnung Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates über die Anwendung internationaler Rechnungslegungsstandards in der Europäischen Union anzuwenden sind, aufgestellt. Die zusätzlichen Anforderungen des § 315e HGB wurden berücksichtigt.

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

VERWENDUNG VON ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN SOWIE SCHÄTZUNGSÄNDERUNGEN

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses nach IFRS sind zu einem gewissen Grad Annahmen zu treffen und Schätzungen vorzunehmen, die sich auf den Wertansatz der bilanzierten Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie auf die Höhe der Aufwendungen und Erträge auswirken können. Den Annahmen und Schätzungen liegen Prämissen zugrunde, die auf dem jeweils aktuell verfügbaren Kenntnisstand des Managements basieren. Insbesondere werden bezüglich der erwarteten künftigen Geschäftsentwicklung die zum Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses vorliegenden Umstände ebenso wie die als realistisch unterstellte zukünftige Entwicklung des globalen und makroökonomischen branchenbezogenen Umfelds zugrunde gelegt. Durch von den Annahmen abweichende und außerhalb des Einflussbereichs des Managements liegende Entwicklungen dieser Rahmenbedingungen können die tatsächlich anfallenden Beträge von den ursprünglich erwarteten Schätzwerten abweichen. Wenn die tatsächliche Entwicklung von der erwarteten abweicht, werden die Prämissen und, sofern erforderlich, die Buchwerte der betroffenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten entsprechend (erfolgswirksam) angepasst.

Annahmen und Schätzungen sind insbesondere bei folgenden bilanziellen Sachverhalten erforderlich und werden im Rahmen der jeweiligen Kapitel erläutert:

- Ansatz und Bewertung von Vermögenswerten, insbesondere Geschäfts- oder Firmenwerten (Ziffer 17 „Geschäfts- oder Firmenwerte“) und sonstigen immateriellen Vermögenswerten (Ziffer 18 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“) sowie Verbindlichkeiten bei Unternehmenszusammenschlüssen (Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“, Ziffer 5 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“),
- Beurteilung der Werthaltigkeit von Geschäfts- oder Firmenwerten (Ziffer 17 „Geschäfts- oder Firmenwerte“) und von immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer insbesondere Marken (Ziffer 18 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“),
- Bemessung der Umsatzerlöse (Ziffer 6 „Umsatzerlöse“),
- Festlegung von Nutzungsdauern langfristiger Vermögenswerte (Ziffer 18 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“, Ziffer 19 „Sachanlagen“ und Ziffer 20 „Leasing“),
- Ansatz und Bewertung von Programmvermögen (Ziffer 22 „Programmvermögen“),
- Bewertung von Forderungen und erforderlichen Wertberichtigungen (Ziffer 23 „Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte“),

- Bewertung von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten (Ziffer 23 „Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte“, Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“ sowie Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“) sowie Bewertung von Leasingverbindlichkeiten (Ziffer 20 „Leasing“),
- Ansatz und Bewertung von Rückstellungen (Ziffer 28 „Sonstige Rückstellungen“) sowie
- Einschätzung zukünftiger Steuerentlastungen sowie unsichere Steuerpositionen (Ziffer 14 „Ertragsteuern“).

2 / Zusammenfassung der wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

A) GRUNDLAGEN

Die Ansatz-, Bewertungs- und Ausweismethoden sowie die Erläuterungen und Angaben zum Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2019 folgen grundsätzlich dem Stetigkeitsprinzip.

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Umsatzkostenverfahren erstellt.

Die Konzernbilanz der ProSiebenSat.1 Group ist nach der Fristigkeit der erfassten Vermögenswerte und Schulden gegliedert. Der Konzern definiert Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten als kurzfristig, wenn sie innerhalb eines Jahres oder innerhalb des normalen Geschäftszyklus realisiert oder getilgt oder zu Handelszwecken gehalten werden. Latente Ertragsteueransprüche bzw. -schulden werden ebenso wie Pensionsrückstellungen nach Maßgabe der einschlägigen Standards grundsätzlich als langfristig dargestellt.

Der Konzernabschluss basiert auf dem Grundsatz historischer Anschaffungs- und Herstellungskosten, ausgenommen davon sind lediglich Positionen, darunter insbesondere bestimmte Finanzinstrumente, die zum beizulegenden Zeitwert (Fair Value) ausgewiesen werden.

Währungsumrechnung

Geschäftsvorfälle in fremder Währung werden mit den relevanten Fremdwährungskursen zum Transaktionszeitpunkt bzw. mit Durchschnittskursen umgerechnet. In Folgeperioden werden monetäre Vermögenswerte und Schulden zum Stichtagskurs bewertet und die Umrechnungsdifferenzen erfolgswirksam erfasst. Nichtmonetäre Posten, die zu historischen Anschaffungs- oder Herstellungskosten in einer Fremdwährung bewertet wurden, werden jeweils mit dem Kurs zum Zeitpunkt der Ersterfassung fortgeführt.

Die Abschlüsse von Tochterunternehmen und nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen aus Ländern außerhalb des Euroraums werden nach dem Konzept der funktionalen Währung umgerechnet. Dabei richtet sich die funktionale Währung nach dem primären Umfeld, in dem ein Unternehmen seine Geschäftstätigkeit jeweils ausübt. In der Regel ist dies die Landeswährung.

Die Umrechnung der nicht in Euro aufgestellten Abschlüsse erfolgt nach der modifizierten Stichtagskursmethode, nach der Posten der Gewinn- und Verlustrechnung zum Jahresdurchschnittskurs umgerechnet werden. Das Eigenkapital wird mit historischen Kursen, Vermögens- und Schuldspositionen zum Stichtagskurs am Bilanzstichtag umgerechnet. Sämtliche aus der Umrechnung der Fremdwährungsabschlüsse resultierenden Differenzen werden erfolgsneutral im kumulierten übrigen Eigenkapital ausgewiesen. Im Fall des Abgangs des entsprechenden Tochterunternehmens werden solche Umrechnungsdifferenzen ergebniswirksam erfasst.

B) KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

In den Konzernabschluss werden alle wesentlichen Tochterunternehmen einbezogen, über die die ProSiebenSat.1 Media SE mittel- oder unmittelbar die Beherrschung ausübt. Beherrschung eines Unternehmens liegt vor, sofern die ProSiebenSat.1 Media SE Verfügungsgewalt darüber hat, also insbesondere aufgrund bestehender Rechte die gegenwärtige Fähigkeit zur Lenkung der maßgeblichen Tätigkeiten besitzt und zugleich schwankenden Rückflüssen aus ihrem Beteiligungsengagement ausgesetzt ist bzw. Anrechte darauf hat und die Höhe dieser Rückflüsse mittels ihrer Verfügungsgewalt über das Beteiligungsunternehmen beeinflussen kann.

Gewinne und Verluste, Umsätze, Erträge und Aufwendungen, die durch Transaktionen innerhalb des Konsolidierungskreises begründet sind, sowie die zwischen konsolidierten Gesellschaften bestehenden Forderungen und Verbindlichkeiten werden eliminiert. Bei den Konsolidierungsvorgängen werden die latenten ertragsteuerlichen Auswirkungen berücksichtigt, soweit sich die abweichenden steuerlichen Auswirkungen in späteren

Geschäftsjahren voraussichtlich ausgleichen. Aktive und passive latente Steuern werden, soweit geboten, miteinander verrechnet. Die Kapitalkonsolidierung erfolgt durch Verrechnung der Beteiligungsbuchwerte mit dem anteiligen Eigenkapital der Tochterunternehmen.

Die Erstkonsolidierung erfolgt nach der Erwerbsmethode durch Verrechnung der Anschaffungskosten mit den beizulegenden Zeitwerten der erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte sowie der übernommenen Schulden und Eventualschulden zum Erwerbszeitpunkt. Die im Rahmen der Kaufpreisallokation bei den erworbenen Gesellschaften identifizierten Vermögenswerte werden von externen, unabhängigen Gutachtern bewertet. Ein Geschäfts- oder Firmenwert entsteht jeweils in Höhe des positiven Unterschiedsbetrags zwischen dem gezahlten Kaufpreis und den im Rahmen der Erstkonsolidierung anzusetzenden beizulegenden Zeitwerten der erworbenen Vermögenswerte sowie übernommenen Schulden unter Berücksichtigung latenter Steuern. Erworbenene Geschäfts- und Firmenwerte werden in der funktionalen Währung der erworbenen Einheit geführt, nicht beherrschende Anteile werden zum Erwerbszeitpunkt mit ihrem entsprechenden Anteil am identifizierbaren Nettovermögen des erworbenen Unternehmens bewertet.

Sind im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses Put-Optionen über verbleibende Anteile nicht beherrschender Gesellschafter vereinbart, bei denen sich der bei Ausübung zu zahlende Kaufpreis an den künftigen Ergebnissen bzw. Unternehmenswerten bemisst, wird ein antizipierter Erwerb dieser Anteile angenommen (Anticipated-Acquisition-Methode). Entsprechend werden in diesem Fall insoweit keine Anteile nicht beherrschender Gesellschafter bilanziert.

Änderungen des Anteils des Konzerns an einem Tochterunternehmen, die nicht zu einem Verlust der Beherrschung führen, werden als Eigenkapitaltransaktionen bilanziert.

Geschäfts- oder Firmenwerte werden jeweils zum Erwerbszeitpunkt der zahlungsmittelgenerierenden Einheit oder der Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten zugeordnet, die erwartungsgemäß von den Synergien des Unternehmenszusammenschlusses profitiert. Diese Einheit oder Gruppe von Einheiten repräsentiert zudem die unterste Ebene, auf welcher der Geschäfts- oder Firmenwert für die interne Unternehmenssteuerung überwacht wird. Sie besteht aus den operativen und berichtspflichtigen Segmenten Entertainment, Commerce sowie Content Production & Global Sales. Beim Verkauf von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten bzw. Teilen davon oder bei einer internen Reorganisation wird ein zum Verkaufszeitpunkt bzw. zum Zeitpunkt der Übertragung bestehender Geschäfts- oder Firmenwert nach Maßgabe relativer Werte auf die abgehenden und die im Konzern verbleibenden Einheiten aufgeteilt.

Bei der Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts von im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerten werden im Wesentlichen die folgenden Methoden angewendet:

ERMITTLUNG DES BEIZULEGENDEN ZEITWERTS IM RAHMEN DER KAUFPREISALLOKATION

Immaterieller Vermögenswert	Bewertungsmethode
Marken	Lizenzpreis analogie
Kundenbeziehungen sowie sonstige vertragliche Beziehungen	Residualwertmethode
Wettbewerbsverbote	Residualwertmethode
Genutzte Technologien	Reproduktionskostenmethode bzw. Lizenzpreis analogie
Auftragsbestand	Residualwertmethode
In Produktion befindliche Filme, Serien, Shows	Residualwertmethode

Anteile an Gesellschaften, auf deren Geschäftspolitik die ProSiebenSat.1 Group maßgeblichen Einfluss ausübt bzw. ausüben kann („assoziierte Unternehmen“) oder die zusammen mit anderen Investoren gemeinschaftlich beherrscht werden („Gemeinschaftsunternehmen“), werden nach der Equity-Methode bilanziert. Bei Vorliegen entsprechender Indikatoren wird der Beteiligungsbuchwert einem Wertminderungstest unterzogen und, wenn erforderlich, Wertminderungsaufwand als Abschreibung auf den niedrigeren erzielbaren Betrag erfasst.

Erlangt die ProSiebenSat.1 Media SE durch den Erwerb weiterer Anteile an assoziierten Unternehmen bzw. an Gemeinschaftsunternehmen die Beherrschung über das Unternehmen, wird es von diesem Zeitpunkt an voll konsolidiert. Die Altanteile werden in Höhe ihres beizulegenden Zeitwerts als Teil der Anschaffungskosten des neuen Tochterunternehmens behandelt. In Höhe der Differenz zum bisherigen Buchwert entsteht dabei ein Ergebniseffekt.

Veräußert ein Konzernunternehmen eine Tochtergesellschaft durch Einbringung in ein assoziiertes Unternehmen oder ein Gemeinschaftsunternehmen, wird der Veräußerungsgewinn oder -verlust nur in Höhe des Anteils des unabhängigen dritten Investors an dem assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen erfasst.

Das Geschäftsjahr der ProSiebenSat.1 Media SE und aller vollkonsolidierten Unternehmen entspricht dem Kalenderjahr.

C) EINZELNE BILANZIERUNGS- & BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

ZUSAMMENFASSUNG WESENTLICHER ZUGRUNDE LIEGENDER BEWERTUNGSMETHODEN

Position	Bewertungsmethode
VERMÖGENSWERTE	
Geschäfts- oder Firmenwerte	Anschaffungskosten (Folgebewertung: Wertminderungstest)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer	Anschaffungskosten (Folgebewertung: Wertminderungstest)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer	(Fortgeführte) Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten
Sachanlagen	(Fortgeführte) Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten
Programmvermögen	(Fortgeführte) Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten
At-Equity bewertete Anteile	Equity Methode
Finanzielle Vermögenswerte	
Darlehen und Forderungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Wertpapiere und Sonstige Eigenkapitalbeteiligungen	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert
Derivate	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	Anschaffungskosten
VERBINDLICHKEITEN UND RÜCKSTELLUNGEN	
Darlehen und Kredite	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Rückstellungen für Pensionen	Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method)
Sonstige Rückstellungen	Erfüllungsbetrag (Barwert sofern langfristig)
Finanzielle Verbindlichkeiten	(Fortgeführte) Anschaffungskosten bzw. beizulegender Zeitwert
Sonstige Verbindlichkeiten	Erfüllungsbetrag (Barwert sofern langfristig)

Umsatzerlöse

Die folgende Tabelle enthält die für die Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group als wesentlich identifizierten Umsatzerlöskategorien bzw. Geschäftsmodelle sowie deren jeweilige Realisationszeitpunkte:

REALISATIONSZEITPUNKT VON UMSATZERLÖSEN

Umsatzkategorie	Art der Umsatzerlöse	Geschäftsmodell	Realisationszeitpunkt oder -zeitraum
Gesamte TV-Werbeerlöse	TV Cash ads	Vermarktung von klassischen Werbespots, Sponsorings und Special Creations im Free-TV	Ausstrahlung Werbespot (zeitpunktbezogen)
	Media-for-Revenue	Ausstrahlung von Restwerbezeiten im Free-TV gegen fixe Vergütung zuzüglich einer variablen, vom Umsatz des Kunden abhängigen Komponente	Ausstrahlung Werbespot; variable Anteile bei Erhalt der erforderlichen Zielerreichungsdokumentation des Vertragspartners (zeitpunktbezogen)
	Media-for-Equity	Ausstrahlung von Restwerbezeiten im Free-TV gegen Eigenkapital-Beteiligungen am Vertragspartner	Ausstrahlung Werbespot (zeitpunktbezogen)
Digitale und smarte Werbeerlöse	Vermarktung von online-Werbung und Addressable TV (digital & smart)	Vermarktung konzerninterner und -externer digitaler Angebote durch Verkauf von Online-Werbung sowie Verbreitung von auf die Nutzer zugeschnittenen Werbeangeboten	Auslieferung der Werbung (zeitpunktbezogen)
Distribution	TV-Distribution: technische Freischaltentgelte (SD/HD/Pay)	Vertrieb von Free- und Pay-TV-Inhalten durch die ProSiebenSat.1 Group im Kabel-, Satelliten- und IPTV-Bereich	Zurverfügungstellung des TV-Signals (zeitraumbezogen)
Production	Auftragsproduktionen	Produktion von Programminhalten wie TV Formate und Serien	Gewinnrealisierung nach dem Fertigstellungsgrad (zeitraumbezogen)

REALISATIONSZEITPUNKT VON UMSATZERLÖSEN

Umsatzkategorie	Art der Umsatzerlöse	Geschäftsmodell	Realisationszeitpunkt oder -zeitraum
Global Sales und sonstige Programmverkäufe	Programmverkäufe	Verkauf/Lizenzierung von Programmvermögen innerhalb von Lizenzgebieten	Lizenzbeginn und Lieferung des sendefähigen Materials (zeitpunktbezogen)
Studio71	Digital-Studio	Multi-Channel Network-Vermarktung von Web-Video- und/oder Social-Media-Künstlern	Erbringung der Vermarktungsleistung (zeitpunktbezogen)
Digitale Dienstleistungen und Verkauf von Waren in den Verticals Consumer Advice, Experiences und Beauty & Lifestyle	Vertragsvermittlungsdienstleistungen	Vermittlung von Verträgen zwischen Primär-Dienstleistern und Endkunden in den Bereichen Haushalt, Immobilienverkauf, Mietwagen, Events, Versicherungen, Energieversorgung, Mobilfunk und Finanzdienstleistungen über Online Portale	Übermittlung der Kundendaten bzw. Beginn der Leistungserbringung durch den Partner (zeitpunktbezogen)
	Werbefinanzierte Suchmaschinen	Betrieb von werbefinanzierten Suchmaschinen im Bereich Mode und Einrichtung	Zugriffsbasiert im „Cost-per-Click“-Verfahren (zeitpunktbezogen)
	Verkauf von Waren	Verkauf von Produkten über Online-Portale und stationären Handel	Übergabe der Waren an den Endkunden unter Berücksichtigung von Rückgaberechten (zeitpunktbezogen)
Digitale Dienstleistungen im Vertical Matchmaking	Partnervermittlung	Betrieb von Online-Dating-Plattformen	Mehrkomponentengeschäft: Zeitpunktbezogen bei Komponenten mit Lieferungscharakter, zeitraumbezogen bei Abonnement-Zahlungen über die Vertragslaufzeit.

In der ProSiebenSat.1 Group werden Umsatzerlöse insbesondere in Form von Werbeerlösen aus dem Verkauf von Werbezeiten erzielt („TV cash ads“). Diese Werbeerlöse werden in Form klassischer Werbespots aber auch in Form von Werbeformen, die eine engere Verknüpfung von Programm und Werbung erlauben, wie Sponsorings und Special Creations, generiert. Bei Werbeerlösen handelt es sich um Nettoerlöse nach Abzug von Skonti, Agenturprovisionen und Bar-Rabatten sowie Umsatzsteuer. Fernseh-Werbeerlöse gelten als realisiert, wenn die zugrundeliegenden Werbespots gesendet wurden. Gegebenenfalls werden unentgeltlich zu erbringende Werbeleistungen als separate Leistungsverpflichtung behandelt. Bei deren Erfüllung wird der anteilig auf diese Leistungsverpflichtung entfallende Umsatz erfasst.

Wird bei Werbeleistungen eine Umsatzbeteiligung vereinbart („Media-for-Revenue“), werden die variablen Erlösbestandteile als Umsatzerlös realisiert, sofern sich dessen Höhe verlässlich schätzen lässt. Dies ist erst der Fall, wenn die erforderliche Zielerreichungsdokumentation des Vertragspartners vorliegt.

Werden Werbeleistungen im Gegenzug für den Erwerb von Unternehmensbeteiligungen vereinbart („Media-for-Equity“), so wird zum Zeitpunkt des Anteilserwerbs die Verpflichtung zur Ausstrahlung der zugesagten Werbespots als Gegenbuchung zur Aktivierung der erworbenen Anteile passivisch abgegrenzt und bei Ausstrahlung der vereinbarten Werbespots als Umsatzerlöse realisiert. Die im Zusammenhang mit diesem Tauschgeschäft („barter transaction“) erhaltenen Anteile stellen Finanzinstrumente im Sinne des IFRS 9 dar und werden zum Zeitpunkt des Erwerbs zum beizulegenden Zeitwert erfasst. An nachfolgenden Stichtagen werden sie erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet.

Darüber hinaus erwirtschaftet der Konzern auch digitale und smarte Werbeerlöse. Digitale Werbeerlöse enthalten Umsätze aus der Vermarktung von digitalen Angeboten konzerninterner und -externer Anbieter. Im Rahmen der Vermarktung konzerninterner digitaler Angebote vermarktet der Konzern eigene Online-Angebote, während die ProSiebenSat.1 Group im Rahmen der Vermarktung konzernexterner digitaler Angebote Nutzungsrechte an externen Werbeinventaren, wie beispielsweise Internet-Werbeflächen, erwirbt und anschließend vermarktet. Darüber hinaus sind in die Werbeerlöse Umsatzerlöse aus TV-Werbung einbezogen, die zielgruppenspezifisch auf die jeweiligen Zuschauer zugeschnitten wird („smart“). Umsatzerlöse werden bei Erbringung der Werbeleistung bzw. bei Auslieferung der Ad-Impressions erfasst.

In der Umsatzkategorie Distribution überträgt der Konzern TV-Signale (Free-TV und Pay-TV) an Satelliten-, Kabel- und Internet-Anbieter, die sie wiederum ihren Endkunden in der Regel gegen monatliche Gebühren zur Verfügung stellen. Die vom Konzern vereinnahmten Erlöse bemessen sich nach der Anzahl der von den Anbietern im jeweiligen Abrechnungsmonat erreichten Endkunden. Da die Ausstrahlung der Signale an die Vertragspartner und deren Nutzung durch die Vertragspartner gleichzeitig erfolgt, realisiert der Konzern die Umsatzerlöse zeitraumbezogen in den Monaten, auf die sie sich beziehen.

In der Kategorie Production werden Umsatzerlöse zeitraumbezogen erfasst, da die von den betroffenen Konzernunternehmen über einen längeren Zeitraum hinweg produzierten Inhalte in der Regel aufgrund vertraglicher

Regelungen nicht alternativ genutzt werden können und Rechtsansprüche auf Zahlung bereits erbrachter Produktionsleistungen bestehen. Die zeitraumbezogene Umsatzrealisierung erfolgt im Rahmen von Auftragsproduktionen nach Maßgabe des Fertigstellungsgrads, sofern die erwarteten vertraglichen Umsätze und dazugehörigen Kosten verlässlich geschätzt werden können. Der Fertigstellungsgrad ergibt sich dabei aus dem Verhältnis der angefallenen zu den geschätzten gesamten Auftragskosten. Angewendet auf die geplanten Gesamterlöse aus dem betroffenen Auftrag ergeben sich dadurch die in der Periode zu erfassenden Umsatzerlöse. Sofern die erwarteten Gesamterlöse oder Gesamtkosten nicht verlässlich geschätzt werden können, erfolgt die Realisierung der Umsatzerlöse nur in Höhe der angefallenen Auftragskosten. Die Auftragskosten werden grundsätzlich in der Periode im Aufwand erfasst, in der sie anfallen. Ist absehbar, dass die gesamten Auftragskosten die erwarteten Umsatzerlöse übersteigen, wird der erwartete Verlust unmittelbar als Aufwand erfasst.

Im Rahmen der Programmverkäufe in der Umsatzkategorie Global Sales und sonstige Programmverkäufe werden Programmsenderechte für bestimmte Lizenzgebiete und -zeiträume vergeben. Die Umsatzerlösrealisierung erfolgt zeitpunktbezogen bei Lizenzbeginn und Lieferung des sendefähigen Materials.

Bei den Studio71-Umsätzen werden Web-Videos und Social-Media-Künstler über Multi-Channel-Networks vermarktet. Die Umsatzerlösrealisierung erfolgt im Wesentlichen zeitpunktbezogen mit Erbringung der Vermarktungsleistung.

Umsatzerlöse aus Online-Vertragsvermittlungsdienstleistungen in den Verticals Consumer Advice, Experiences und Beauty & Lifestyle (insbesondere in den Bereichen Haushalt, Immobilienverkauf, Mietwagen, Veranstaltungen und Events, Versicherungen, Energieversorgung, Mobilfunk und Finanzdienstleistungen) werden in Höhe der vereinbarten Service-Gebühr unter Berücksichtigung von Stornoquoten realisiert. Da die primären Dienstleistungen verantwortlich von anderen Parteien erbracht werden, treten die betroffenen Konzernunternehmen in der Vermittlerrolle eines „Agenten“ im Sinne des IFRS 15 auf. Ihre Leistungsverpflichtung besteht lediglich darin, die Erbringer der primären Leistungen und in der Regel private Endkunden über ihre Online-Portale in die Lage zu versetzen, miteinander Verträge über die Erbringung der primären Dienstleistungen abzuschließen. Die Konzernunternehmen haben insofern keine Verfügungsmacht über die zwischen dem Erbringer der primären Leistungen und den Endkunden vertragsgegenständlichen Güter bzw. Leistungen. Daher realisieren sie lediglich die von den Erbringern der primären Leistungen erhaltenen bzw. zu erhaltenden Provisionen als Umsatzerlöse. Die relevanten Vertragsabschlüsse mit dem Endkunden unterliegen gesetzlichen und freiwilligen Storno- bzw. Rücktrittsregelungen. Liegen verlässliche Informationen über Storno- bzw. Rücktrittsquoten vor und ist somit hochwahrscheinlich, dass es bei den erfassten kumulierten Erlösen nicht zu einer signifikanten zukünftigen Stornierung kommt, realisiert der Konzern die entsprechenden Provisionserlöse unter Berücksichtigung der erwarteten Vertragsstorno bzw. Rücktritte im Wesentlichen mit Übermittlung der Kundendaten an den die jeweilige Primärleistung erbringenden Partner, anderenfalls mit Erhalt eines Nachweises über den Vertragsabschluss bzw. über den Beginn der Leistungserbringung durch den Partner.

Als Besonderheit bei dem Verkauf von Event-Gutscheinen (JochenSchweizerMyDays-Group) beinhalten die vom Endkunden vereinnahmten Zahlungen sowohl die Vermittlungsprovision als auch den Veranstaltungspreis. Die vereinnahmte Zahlung wird zunächst vollständig als Verbindlichkeit erfasst. Bei Freischaltung und Zurverfügungstellung des Gutscheins werden Umsatzerlöse in Höhe der mit dem Veranstalter vereinbarten Vermittlungsprovision realisiert. Zahlungen für Gutscheine, die aufgrund historischer Erfahrungswerte nicht eingelöst werden, werden in voller Höhe als Umsatz realisiert, wenn eine zukünftige Stornierung der erfassten Umsatzerlöse unwahrscheinlich ist. Der verbleibende Teil der Zahlungen vom Endkunden wird zum Zeitpunkt der Veranstaltung an den Veranstalter weitergeleitet.

Im Rahmen des Geschäftsmodells Werbefinanzierten Suchmaschinen werden Umsatzerlöse zugriffsbasiert im „cost-per-click-Verfahren“ ermittelt und zeitpunktbezogen realisiert.

Der Verkauf von Waren findet im Wesentlichen im Vertical Beauty & Lifestyle über Online-Portale und stationäre Händler statt. Die Umsatzerlösrealisierung erfolgt zeitpunktbezogen bei Übergabe der Waren an den Kunden und unter Berücksichtigung von statistischen Rückgabequoten. Für die erwarteten Erstattungszahlungen aus der Inanspruchnahme von gesetzlichen und freiwillig gewährten Rückgaberechten werden Rückstellungen anhand empirischer Erfahrungswerte gebildet. Die Bildung erfolgt umsatzmindernd. Entsprechend wird umsatzkostenmindernd für das Recht auf Rückerhalt der Ware ein Vermögenswert in Höhe des vorigen Buchwerts, gegebenenfalls gemindert um den erwarteten Wertverlust sowie um die erwarteten Kosten der Warenrücksendung angesetzt. Der Ausweis dieses Vermögenswertes erfolgt unter den Vorräten.

Bei Partnervermittlungsleistungen wird der Gesamttransaktionspreis nach Maßgabe relativer Einzelveräußerungspreise auf die einzelnen Leistungsverpflichtungen aufgeteilt. Die Umsatzerlösrealisierung erfolgt dann zeitpunktbezogen bei der Erfüllung der Leistungsverpflichtungen mit Lieferungscharakter (Persönlichkeitsgutachten

und Profilogutachten) und zeitraumbezogen über die Vertragslaufzeit bei den Leistungsverpflichtungen mit Abonnementcharakter.

In allen Umsatzkategorien bestimmt sich der Transaktionspreis nach den vertraglich vereinbarten Konditionen. In einigen Fällen werden neben fixen Zahlungen auch variable Zahlungen vereinbart. Variable Zahlungen werden nur in dem Umfang realisiert, bei dem es hochwahrscheinlich ist, dass es bei den erfassten kumulierten Erlösen nicht zu einer materiellen zukünftigen Stornierung kommt.

Die Zahlungsbedingungen der Geschäftsmodelle sind weitestgehend kurzfristig ausgestaltet (in der Regel bis zu 30 Tagen). Bei der Veräußerung von Programmrechten sowie bei Digital-Studio-Umsätzen werden in der Regel Zahlungsziele von bis zu 90 Tagen vereinbart. Bei Auftragsproduktionen werden Zahlungen in der Regel kurzfristig nach Erreichen vertraglich vereinbarter Meilensteine fällig, die Anzahl der vereinbarten Raten variiert vertragsindividuell. Im Geschäftsmodell Partnervermittlung werden auch monatliche Ratenzahlungen vereinbart. Wesentliche Finanzierungskomponenten im Sinne des IFRS 15 bestehen nicht.

Für weiterführende Informationen zur Umsatzrealisierung im Geschäftsjahr 2019 verweisen wir auf → [Ziffer 6 „Umsatzerlöse“](#).

BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Betriebliche Aufwendungen nach Arten werden grundsätzlich nach Maßgabe des Funktionsbereichs der jeweiligen Kostenstellen den einzelnen Funktionen zugeordnet. Abschreibungen und Wertminderungen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen sind in den Funktionskosten entsprechend der Nutzung der Vermögenswerte enthalten. Wertminderungen auf Marken aus Kaufpreisallokationen mit unbestimmter Nutzungsdauer werden in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst.

ERTRAGSTEUERN

Als Ertragsteuern werden die in den einzelnen Ländern erhobenen Steuern auf den steuerpflichtigen Gewinn sowie die Veränderung der latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen. Die ausgewiesenen Ertragsteuern werden auf Basis der am Bilanzstichtag gültigen bzw. verabschiedeten gesetzlichen Regelungen in der Höhe erfasst, wie sie voraussichtlich bezahlt bzw. erstattet werden. Latente Steuern werden für steuerlich abzugsfähige bzw. zu versteuernde temporäre Differenzen zwischen den Wertansätzen der Vermögenswerte und Verbindlichkeiten in der IFRS- und Steuerbilanz sowie für Steuereffekte aus Konsolidierungsmaßnahmen und für Steuerminderungsansprüche aus wahrscheinlich in den Folgejahren realisierbaren Verlustvorträgen gebildet. Ausgenommen sind Geschäfts- oder Firmenwerte.

Der Ansatz und die Bewertung der aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge und temporäre Differenzen erfolgen auf Basis des geplanten zukünftig zu versteuernden Einkommens. Ein Ansatz erfolgt nur, wenn in Zukunft ausreichend zu versteuerndes Einkommen zur Nutzung der aktiven latenten Steuern zur Verfügung steht.

Bei der Beurteilung der Werthaltigkeit latenter Steueransprüche werden die Ergebnisauswirkungen aus der Umkehrung von zu versteuernden temporären Differenzen, die geplanten Ergebnisse aus der operativen Geschäftstätigkeit sowie mögliche Steuerstrategien einbezogen. Die geplanten Ergebnisse basieren auf unternehmensinternen Prognosen über die zukünftige Ertragssituation der jeweiligen Konzerngesellschaft mit einem Planungshorizont von generell fünf Jahren. Wenn Zweifel an der Realisierbarkeit der Verlustvorträge bestehen, werden im Einzelfall keine entsprechenden latenten Steueransprüche angesetzt bzw. bereits erfasste latente Steueransprüche wertberichtigt. Die erfassten Steuerabgrenzungen unterliegen hinsichtlich der zugrundeliegenden Annahmen laufenden Überprüfungen. Geänderte Annahmen oder veränderte Umstände können Anpassungen notwendig machen, die gegebenenfalls zu zusätzlichen Steuerabgrenzungen oder deren Auflösung führen. Latente Steueransprüche und Steuerschulden werden saldiert, soweit sie gegenüber der gleichen Steuerbehörde bestehen und der Anspruch zur Aufrechnung laufender Steuererstattungsansprüche und Steuerschulden rechtlich durchsetzbar ist. Der Ausweis latenter Steueransprüche und Steuerschulden erfolgt gemäß IAS 12 undiskontiert. Werden die den temporären Differenzen bzw. steuerlichen Ausgaben und Einnahmen zugrundeliegenden Sachverhalte direkt im Eigenkapital erfasst, so gilt dies ebenfalls für die darauf entfallenden laufenden Steuern bzw. abgegrenzten aktiven und passiven latenten Steuern.

Unsichere Steuerpositionen werden laufend analysiert und bei hinreichender Wahrscheinlichkeit werden jeweils Risikovorsorgen in angemessener Höhe gebildet. Unsicherheiten ergeben sich u. a. bei Sachverhalten, die in laufenden Betriebsprüfungen diskutiert werden, aber noch nicht zu finalen Feststellungen geführt haben oder die aufgrund strittiger Rechtslage oder neuer Rechtsprechung in Diskussion sind. Unsichere Steuersachverhalte werden dahingehend untersucht, ob deren Klärung eher anhand einer Einzelüberprüfung des Sachverhalts oder

anhand einer gemeinschaftlichen Überprüfung zusammen mit anderen thematisch ähnlichen Sachverhalten zu erwarten ist.

Da sich die Einschätzungen zum Beispiel infolge von Feststellungen im Rahmen der Betriebsprüfung oder aktueller Rechtsprechung im zeitlichen Verlauf ändern können, ergeben sich auch entsprechende Auswirkungen auf die Höhe der als erforderlich einzuschätzenden Risikovorsorge. Der Betrag der erwarteten Steuerschuld oder Steuerforderung spiegelt den Betrag wider, der unter Berücksichtigung etwaig vorhandener steuerlicher Unsicherheiten die beste Schätzung bzw. den Erwartungswert darstellt.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die → [Ziffer 14 „Ertragsteuern“](#) und → [Ziffer 26 „Eigenkapital“](#).

ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie entspricht dem Konzernergebnis das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnen ist, dividiert durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl der während des Geschäftsjahres ausstehenden Aktien.

Für die Ermittlung des verwässerten Ergebnisses je Aktie wird die durchschnittliche Anzahl der ausgegebenen Aktien um die Anzahl aller potenziell verwässernden Aktien angepasst. Diese Verwässerungseffekte stammen bei der ProSiebenSat.1 Group aus der Ausgabe von Anrechten auf Stammaktien. → [siehe Ziffer 35 „Anteilsbasierte Vergütung“](#) Das verwässerte Ergebnis je Aktie wird unter der Annahme berechnet, dass alle im Geld befindlichen potenziell verwässernden Anteile und Vergütungspläne, die auf Aktien basieren, ausgeübt wurden.

IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE UND GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE

Die erworbenen Geschäfts- oder Firmenwerte werden zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Wertminderungsaufwendungen angesetzt.

Erworbene immaterielle Vermögenswerte werden aktiviert, wenn die Vermögenswerte einen künftigen Nutzenzufluss erwarten lassen und die Anschaffungskosten verlässlich ermittelt werden können. Für Zwecke der Folgebewertung wird zwischen immateriellen Vermögenswerten mit bestimmter und solchen mit unbestimmter Nutzungsdauer unterschieden. Bei immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer handelt es sich bei der ProSiebenSat.1 Group ausschließlich um etablierte Marken, die bereits über einen signifikanten Zeitraum hinweg eine Marktführer- oder marktführerähnliche Position aufweisen.

Für erworbene immaterielle Vermögenswerte mit einer unbegrenzten Nutzungsdauer bestehen derzeit keine wirtschaftlichen bzw. rechtlichen Restriktionen hinsichtlich ihrer Nutzung. Soweit sie nicht einer unbestimmten Nutzungsdauer unterliegen, werden sie planmäßig über die erwartete wirtschaftliche Nutzungsdauer abgeschrieben und gegebenenfalls außerplanmäßig wertgemindert.

Die immateriellen Vermögenswerte beinhalten erworbene Nutzungsrechte an Werbelizenzen zur Vermarktung von digitalen Angeboten externer Anbieter. Die Aktivierung erfolgt hierbei in Höhe des fixen Kaufpreises des erworbenen Werbeinventars. Die Abschreibung erfolgt planmäßig über die Vertragslaufzeit.

Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte werden aktiviert, wenn die Vermögenswerte identifizierbar sind, einen künftigen Nutzenzufluss erwarten lassen und die Herstellungskosten verlässlich ermittelt werden können. Bei der Ermittlung der Herstellungskosten wird zwischen Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen unterschieden, wobei Erstere mit der Entstehung als Aufwand erfasst werden. Neben den oben beschriebenen Kriterien werden Entwicklungskosten nur aktiviert, wenn das Produkt oder der Prozess technisch und wirtschaftlich realisierbar sind. Dabei müssen der Abschluss der Entwicklung und die anschließende Nutzung bzw. Veräußerung sowohl von technischer als auch finanzieller Seite sichergestellt und beabsichtigt sein. Ebenso muss die Marktfähigkeit des Produkts oder Prozesses nachgewiesen sein. Dies ist bei selbst entwickelten Programmformaten generell erst zu einem sehr späten Prozesszeitpunkt der Fall, wenn nämlich das Format erfolgreich bei einem Abnehmer platziert werden kann. Aufwendungen für Formatentwicklungen erfüllen somit in der Regel nicht die Voraussetzungen für eine Aktivierung.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die → [Ziffer 17 „Geschäfts- oder Firmenwerte“](#) und → [Ziffer 18 „Sons-tige immaterielle Vermögenswerte“](#).

SACHANLAGEN

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um nutzungsbedingte planmäßige Abschreibungen sowie um gegebenenfalls erforderliche Wertminderungen, bilanziert. Die Kosten selbst erstellter Sachanlagen umfassen neben den Einzelkosten auch diejenigen Teile der Gemeinkosten, die der Herstellung direkt zurechenbar sind. Fremdkapitalkosten werden gemäß IAS 23 aktiviert, wenn sie Vermögenswerten zuzurechnen sind, bei denen der Zeitraum bis zur Fertigstellung wesentlich ist, also typischerweise zwölf Monate oder länger in Anspruch nimmt. Gegenwärtig werden Fremdkapitalkosten lediglich in geringem Umfang aktiviert.

Die planmäßigen Abschreibungen auf Sachanlagen werden entsprechend dem Nutzungsverlauf nach der linearen Methode vorgenommen.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die → [Ziffer 19 „Sachanlagen“](#).

LEASING

Aus Leasingverhältnissen erwachsende Nutzungsrechte („rights-of-use“) an den geleasteten Vermögenswerten werden zunächst aktiviert, ebenso wird eine korrespondierende Leasingverbindlichkeit passiviert. Die planmäßige Abschreibung der Nutzungsrechte erfolgt in der Regel linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer bzw. über die kürzere Vertragslaufzeit. Die aus den Leasingverhältnissen resultierenden Zahlungsverpflichtungen werden unter den finanziellen Verbindlichkeiten passiviert und in der Folgezeit nach der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Wegen mangelnder Bestimmbarkeit des dem Leasingverhältnis zugrundeliegenden Zinssatzes liegt dem Effektivzinssatz im Regelfall der für den jeweiligen Wirtschaftsraum gültige Refinanzierungszinssatz zugrunde, der für ein zur Finanzierung eines vergleichbaren Nutzungsrechts aufgenommenes und vergleichbar besichertes Darlehen mit vergleichbarer Laufzeit zu zahlen wäre.

Leasingverhältnisse, deren Vertragslaufzeit einschließlich Verlängerungsoptionen unter einem Jahr liegt („kurzfristige Leasingverhältnisse“) oder bei denen die Neupreise der vertragsgegenständlichen Leasingobjekte unter 5.000 Euro oder entsprechendem Fremdwährungsäquivalent liegen („geringwertige Leasingverhältnisse“) werden gemäß dem Wahlrecht des IFRS 16 nicht bilanziert. Aufwendungen im Zusammenhang mit derartigen Leasingverhältnissen sowie variable Leasingzahlungen werden periodengerecht in den Funktionskosten als Aufwand erfasst.

Für weiterführende Informationen zur Bilanzierung der Leasingverhältnisse des Konzerns verweisen wir auf die → [Ziffer 19 „Sachanlagen“](#), → [Ziffer 20 „Leasing“](#), → [Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#) und → [Ziffer 32 „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“](#).

AT-EQUITY BEWERTETE ANTEILE

Nach der Equity-Methode bilanzierte Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen werden im Zeitpunkt der Erlangung eines maßgeblichen Einflusses bzw. gemeinschaftlicher Beherrschung zu Anschaffungskosten in der Konzernbilanz angesetzt. Im Beteiligungsbuchwert enthalten sind gegebenenfalls im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierte Vermögenswerte sowie übernommene Schulden und Eventualschulden zum Erwerbszeitpunkt sowie ein Geschäfts- oder Firmenwert als positiver Unterschiedsbetrag. In den Folgeperioden wird der Buchwert um die anteiligen Eigenkapitalveränderungen des Beteiligungsunternehmens sowie die Folgebewertung der im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte sowie übernommenen Schulden und Eventualschulden fortgeschrieben. Erhaltene Dividenden von nach der Equity-Methode bilanzierten Beteiligungen mindern deren Buchwert. Das der ProSiebenSat.1 Group zuzurechnende, anteilige Gesamtergebnis der betroffenen Beteiligungen fließt als „Ergebnis aus at-Equity bilanzierten Anteilen“ in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ein.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die → [Ziffer 13 „Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis“](#) und → [Ziffer 21 „At-Equity bewertete Anteile“](#).

PROGRAMMVERMÖGEN

Spielfilme und Serien werden mit Beginn der vertraglichen Lizenzzeit aktiviert, Auftragsproduktionen werden nach der Abnahme als sendefähiges Programmvermögen aktiviert. Sportrechte sind bis zur Ausstrahlung in den geleisteten Anzahlungen enthalten. Der erstmalige Ansatz erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten.

Der planmäßige Werteverzehr auf Lizenzen und der zur mehrmaligen Ausstrahlung vorgesehenen Auftragsproduktionen erfolgt mit Beginn der ersten Ausstrahlung und ist abhängig von der Anzahl der zulässigen bzw. geplanten Ausstrahlungen. Der ausstrahlungsbedingte Werteverzehr erfolgt degressiv nach einer konzernweit

standardisierten Matrix, die das mit der jeweiligen Ausstrahlung verbundene erwartete Zuschauerreichweitenpotenzial widerspiegelt. Bei den zur einmaligen Ausstrahlung vorgesehenen Auftragsproduktionen sowie bei Sportrechten erfolgt der Werteverzehr in voller Höhe bei Ausstrahlung.

Außerplanmäßige Wertminderungen auf Programmvermögen werden dann erfasst, wenn erwartet wird, dass die Kosten des Programms voraussichtlich nicht durch die zukünftigen Erlöse gedeckt werden können. Anhaltspunkte hierfür können unter anderem schlechtere Verwertungsmöglichkeiten, veränderte Anforderungen aus dem Werbeumfeld, Anpassung der Programme an die Wünsche der Zielgruppen, medienrechtliche Einschränkungen bei der Einsetzbarkeit von Filmen, Auslaufen der Lizenzzeit vor Ausstrahlung oder die Nichtfortsetzung von Auftragsproduktionen sein.

Beim Programmvermögen erfolgt, soweit Anhaltspunkte vorliegen, die auf eine Wertminderung hindeuten, bei Ausstrahlungen, die die Voraussetzungen eines Vermögenswertes nicht mehr erfüllen oder deren Nutzung eingeschränkt ist, eine Wertberichtigung in voller Höhe.

Die Werthaltigkeitsbeurteilung des verbleibenden Programmvermögens erfolgt auf Ebene genrebasierter Programmgruppen. Soweit deren Buchwert das Erlöspotenzial übersteigt, wird eine Wertminderung in entsprechender Höhe erfasst. Ein Genre stellt dabei die Einheit dar, auf der Cashflows unabhängig von anderem Programmvermögen generiert werden, da die einzelnen Genres auf die Zuschauerzielgruppen zugeschnitten sind und die Werbekunden für die Bewerbung ihrer Produkte im Umfeld bestimmter Genres buchen.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf → [Ziffer 22 „Programmvermögen“](#).

WERTMINDERUNG SONSTIGER NICHT FINANZIELLER VERMÖGENSWERTE

Nach IAS 36 hat ein Unternehmen für Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer bei Vorliegen von Anzeichen einer möglichen Wertminderung einen Wertminderungstest durchzuführen. Darüber hinaus sind sonstige immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer, noch nicht nutzungsbereite sonstige immaterielle Vermögenswerte bzw. Anzahlungen hierauf und erworbene Geschäfts- oder Firmenwerte einem jährlichen Wertminderungstest zu unterziehen. Eine Überprüfung erfolgt auch situationsbedingt, wenn Ereignisse oder Umstände eintreten, die auf eine mögliche Wertminderung hindeuten.

Im Falle einer eingetretenen Wertminderung wird der Differenzbetrag zwischen dem fortgeführten Buchwert und dem niedrigeren erzielbaren Betrag aufwandswirksam erfasst. Wertminderungen werden den relevanten Funktionskosten zugewiesen. Wertminderungen auf aus Kaufpreisallokationen resultierende Geschäfts- oder Firmenwerte werden in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst. Gleiches gilt für Wertminderungen auf aus Kaufpreisallokationen resultierende sonstige immaterielle Vermögenswerte, sofern diese nicht sachgerecht auf die Funktionskosten zugeordnet werden können. Sobald Hinweise bestehen, dass die Gründe für eine Wertminderung nicht mehr vorliegen, werden Zuschreibungen - außer im Falle von Geschäfts- und Firmenwerten - vorgenommen. Zuschreibungen dürfen die fortgeführten Anschaffungskosten nicht übersteigen.

Grundsätzlich wird dem fortgeführten Buchwert des Vermögenswertes der erzielbare Betrag gegenübergestellt, der den höheren Wert aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten und Nutzungswert repräsentiert. Der Nutzungswert entspricht dabei dem Barwert der künftigen Zahlungsströme, die durch die fortlaufende Nutzung des Vermögenswertes erwartet werden.

Der erzielbare Betrag wird für jeden einzelnen Vermögenswert bestimmt, es sei denn, ein Vermögenswert erzeugt Zahlungsmittelzuflüsse, die nicht weitestgehend unabhängig von denen anderer Vermögenswerte einer zahlungsmittelgenerierenden Einheit sind. In diesen Fällen erfolgt die Überprüfung der Werthaltigkeit auf der relevanten Ebene zahlungsmittelgenerierender Einheiten, denen der Vermögenswert zuzuordnen ist.

Die Gesellschaft bestimmt den erzielbaren Betrag grundsätzlich anhand von Bewertungsmethoden, die auf diskontierten Zahlungsströmen (Cashflows) basieren. Bei zahlungsmittelgenerierenden Einheiten bestimmt die ProSiebenSat.1 Group den jeweiligen erzielbaren Betrag zunächst als Nutzungswert und vergleicht diesen mit den entsprechenden Buchwerten, im Falle des Wertminderungstests für Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer einschließlich der zugeordneten Marken und im Falle des Wertminderungstests für Geschäfts- oder Firmenwerte zudem einschließlich der zugeordneten Geschäfts- oder Firmenwerte. Diesen diskontierten Cashflows liegen generell Fünf-Jahres-Prognosen zugrunde, die auf vom Management genehmigten Finanzplanungen aufbauen. Cashflows jenseits der Planungsperiode werden unter Anwendung individueller Wachstumsraten extrapoliert, die jedoch nicht über die Inflationserwartungen für die jeweiligen Einheiten hinausgehen. Die wichtigsten Annahmen, auf denen die Entwicklung des Nutzungswerts basiert, beinhalten Annahmen über zukünftige Cashflows, geschätzte Wachstumsraten, Steuersätze und gewichtete durchschnittliche Kapitalkosten.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die → [Ziffer 17 „Geschäfts- oder Firmenwerte“](#), → [Ziffer 18 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“](#) und → [Ziffer 19 „Sachanlagen“](#).

FINANZINSTRUMENTE

Markttübliche Käufe und Verkäufe von nicht-derivativen finanziellen Vermögenswerten werden zum Erfüllungstag bilanziert, Derivategeschäfte zum Handelstag.

Finanzielle Vermögenswerte werden ausgebucht, wenn die vertraglichen Rechte hinsichtlich der Cashflows aus einem Vermögenswert auslaufen oder der Konzern die Rechte zum Erhalt der Cashflows in einer Transaktion überträgt, in der auch alle wesentlichen mit dem Eigentum des finanziellen Vermögenswertes verbundenen Risiken und Chancen übertragen werden. Etwaige bei der Ausbuchung entstehende Unterschiedsbeträge werden ergebniswirksam erfasst.

Finanzielle Verbindlichkeiten werden ausgebucht, wenn die vertraglichen Verpflichtungen erfüllt, aufgehoben oder ausgelaufen sind. Bei Anpassungen von Vertragsbedingungen oder Verlängerungen von Laufzeiten prüft der Konzern, ob es sich hierbei um substantielle Modifikationen im Sinne des IFRS 9 handelt. Ist dies der Fall, führen die Anpassungen oder Laufzeitverlängerungen zur Ausbuchung der ursprünglichen Verbindlichkeit und dem Ansatz einer neuen Verbindlichkeit. Eine Differenz zwischen dem Buchwert der ursprünglichen Verbindlichkeit und dem beizulegenden Zeitwert der neuen Verbindlichkeit sowie etwaige Bearbeitungs- und sonstige Transaktionskosten werden sofort ergebniswirksam erfasst.

Führen Anpassungen von Vertragsbedingungen nicht zu einer Ausbuchung eines zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten Finanzinstruments (gleich, ob es sich um einen finanziellen Vermögenswert oder finanzielle Verbindlichkeit handelt), wird der neue Buchwert unter Verwendung des ursprünglichem Effektivzinssatzes als Barwert der neu verhandelten oder modifizierten Cashflows ermittelt und ein etwaiger Unterschiedsbetrag zum ursprünglichen Buchwert erfolgswirksam erfasst. Bearbeitungs- oder sonstige Transaktionskosten führen zu einer Anpassung des Buchwerts und werden anschließend amortisiert.

BEWERTUNG VON FINANZINSTRUMENTEN

Der erstmalige Ansatz finanzieller Vermögenswerte – mit Ausnahme von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen – erfolgt zum beizulegenden Zeitwert. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zum Transaktionspreis gemäß IFRS 15 angesetzt, also in der Regel zum Nennwert. Bei in der Folge nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert erfassten finanziellen Vermögenswerten werden beim erstmaligen Ansatz dem Erwerb zuzurechnende Transaktionskosten ebenfalls aktiviert. Bei in der Folge erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert erfassten finanziellen Vermögenswerten werden Transaktionskosten unmittelbar in der Periode ihrer Entstehung erfolgswirksam erfasst.

Die Folgebilanzierung finanzieller Vermögenswerte erfolgt bei den von der ProSiebenSat.1 Group gehaltenen Finanzinstrumenten entweder zu fortgeführten Anschaffungskosten oder zum beizulegenden Zeitwert. Die Art der Folgebilanzierung ergibt sich dabei aus den von der ProSiebenSat.1 Group zur Steuerung von finanziellen Vermögenswerten verwendeten Geschäftsmodellen und den Eigenschaften der vertraglich vereinbarten Zahlungsströme.

Instrumente, die der Konzern mit dem Ziel der Vereinnahmung der vertraglichen Zahlungsströme hält und deren Vertragsbedingungen ausschließlich Zahlungen vorsehen, die Zins- und Tilgungsleistungen darstellen, werden nach dem erstmaligen Ansatz zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert. Dies trifft gegenwärtig auf die vom Konzern gehaltenen Darlehen und Forderungen (einschließlich der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen) sowie auf Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zu.

Instrumente, deren Zahlungsströme nicht ausschließlich Zins- und Tilgungsleistungen darstellen, werden nach dem erstmaligen Ansatz grundsätzlich erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert („at fair value through profit or loss“) erfasst. Hierunter fallen im Wesentlichen (i) Anteile an Unternehmen, über die der Konzern weder Kontrolle, gemeinschaftliche Kontrolle noch maßgeblichen Einfluss ausübt, (ii) Anteile an Investmentfonds sowie (iii) derivative Finanzinstrumente, die sich nicht als Sicherungsgeschäfte im Rahmen einer bilanziellen Sicherungsbeziehung (so genanntes „Hedge Accounting“) qualifizieren. Finanzinstrumente, die als erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert zu klassifizieren sind („at fair value through other comprehensive income“), hält der Konzern derzeit nicht.

Der beizulegende Zeitwert eines Finanzinstruments spiegelt den Wert wider, der in einem geordneten Geschäftsvorfall zwischen Marktteilnehmern am Bemessungstichtag für den Verkauf eines Vermögenswertes eingenommen

bzw. für die Übertragung einer Schuld gezahlt werden würde. Der beizulegende Zeitwert entspricht im Allgemeinen dem Markt- oder Börsenwert. Wenn kein aktiver Markt existiert, wird der beizulegende Zeitwert mittels finanzmathematischer Methoden ermittelt (zum Beispiel durch Diskontierung der zukünftigen Zahlungsströme mit dem Marktzinssatz).

Die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte erfolgt je nach Art und in Abhängigkeit von der Marktgängigkeit des Instruments nach einer dreistufigen Bewertungshierarchie, die in [→ Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#) näher erläutert wird.

Gemäß IFRS 9 wird für die dem Wertminderungsmodell des Standards unterliegenden, zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierten finanziellen Vermögenswerte (bei der ProSiebenSat.1 Group im Wesentlichen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen), aber auch für IFRS 15 zu erfassende aktive Vertragssalden aus Verträgen mit Kunden eine Risikovorsorge in Höhe der erwarteten Kreditverluste („expected credit losses“) gebildet.

Im Folgenden werden für die von der ProSiebenSat.1 Group gehaltenen Darlehen und Forderungen, Finanzverbindlichkeiten und Derivate weitere Erläuterungen zu Ansatz und Bewertung gegeben.

DARLEHEN UND FORDERUNGEN

Darlehen und Forderungen werden zu fortgeführten Anschaffungskosten, unter Anwendung der Effektivzinsmethode, abzüglich Wertminderungen bewertet. Wertminderungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden auf separaten Wertberichtigungskonten erfasst. Dasselbe gilt für Wertminderungen auf aktive Vertragssalden aus Verträgen mit Kunden.

Für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und aktive Vertragssalden aus Verträgen mit Kunden erfolgt die Erfassung von Wertberichtigungen nach der so genannten „vereinfachten Methode“ („simplified approach“), wobei die erwarteten Kreditverluste über die Gesamtlaufzeit der Vermögenswerte („lifetime expected credit losses“) erfasst werden. Die Erfassung der Wertberichtigungen erfolgt auf Basis historischer und zukunftsorientierter Informationen anhand von Wertberichtigungsmatrizen. Nähere Erläuterungen zum Vorgehen bei der Ermittlung von Wertberichtigungen finden sich in [→ Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#).

Bei allen anderen in den Anwendungsbereich der Wertminderungsvorschriften des IFRS 9 fallenden finanziellen Vermögenswerten - und dies sind im Wesentlichen die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente - wird bei erstmaliger Erfassung eine Wertberichtigung zunächst in Höhe der in den kommenden zwölf Monaten erwarteten Kreditverluste („twelve-months expected credit losses“) erfasst. Bei den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten sind die erwarteten Kreditverluste, wegen der hohen Bonität der Vertragsparteien, im Regelfall vernachlässigbar gering.

Bei einer nach der erstmaligen Erfassung eintretenden signifikanten Verschlechterung der Kreditqualität wird die Wertberichtigung angepasst und die über die gesamte vertragliche Laufzeit erwarteten Kreditverluste erfasst. Soweit finanzielle Vermögenswerte gegenüber Vertragsparteien bestehen, die über ein externes Bonitätsrating im Investment-Grade-Bereich verfügen, wird vom Wahlrecht im IFRS 9 Gebrauch gemacht, eine signifikante Verschlechterung der Kreditqualität auszuschließen, wenn das betreffende Instrument zum Abschlussstichtag ein niedriges Ausfallrisiko hat.

Ansonsten wird ein erhöhtes Ausfallrisiko grundsätzlich bei einer Überfälligkeit von mehr als 30 Tagen angenommen oder wenn der ProSiebenSat.1 Group anderweitig Hinweise für eine deutlich gesunkene Kreditwürdigkeit vorliegen, also beispielsweise Informationen über eine signifikante Herabstufung des Bonitätsratings oder Anzeichen stark erhöhter Verschuldung bzw. stark rückläufiger Betriebsergebnisse.

Für die Abschätzung der Kreditwürdigkeit werden, sofern für den jeweiligen Vertragspartner entsprechende Marktnotierungen aktuell verfügbar sind, laufzeitadäquate Credit Default Swap Spreads herangezogen.

Für die Beurteilung, ob sich das Risiko eines tatsächlichen Ausfalls einer Forderung signifikant erhöht hat, gilt ein Ausfall im Grundsatz als eingetreten, wenn aufgrund eingeschränkter Zahlungsfähigkeit der Vertragspartei der Erhalt der vollständigen Zahlung unwahrscheinlich wird oder eine Forderung mehr als 90 Tage überfällig ist. In diesen Fällen wird eine Einzelwertberichtigung gebildet. Von dem Grundsatz, bei einer Überfälligkeit von mehr als 90 Tagen einen Ausfall als eingetreten anzusehen, kann in begründeten Einzelfällen abgewichen werden. In diesen Fällen wird keine Einzelwertberichtigung gebildet.

Die Erfassung von Wertberichtigungen wird erfolgswirksam vorgenommen und unterliegt einer regelmäßigen Überprüfung. Bei Wegfall der Gründe für die Bildung von Wertberichtigungen erfolgt eine entsprechende Wertaufholung. Bestehen Hinweise für eine endgültige Uneinbringlichkeit, erfolgt die Ausbuchung der entsprechenden Forderung, gegebenenfalls gegen eine vorher gebildete Vorsorge.

Für weitere gemäß IFRS 7 „Finanzinstrumente: Angaben“ erforderlichen Angaben zu Wertminderungen finanzieller Vermögenswerte verweisen wir auf → [Ziffer 23 „Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte“](#) und → [Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#).

FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN

Die finanziellen Verbindlichkeiten werden, mit Ausnahme derivativer Finanzinstrumente mit negativen Marktwerten sowie bedingter Anschaffungskosten im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen (Verbindlichkeiten aus Put-Optionen bzw. Earn-Out-Klauseln), unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Endfällige Darlehen werden mit ihren Nominalvolumina zu fortgeführten Anschaffungskosten abzüglich Emissions- und Finanzierungskosten erfasst. Diese Kosten werden entsprechend der Effektivzinsmethode über die Laufzeit der Verbindlichkeit verteilt. Bedingte Anschaffungskosten im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen werden mit ihrem beizulegenden Zeitwert bei der Erstkonsolidierung passiviert. Die Folgebewertung erfolgt ebenfalls zum beizulegenden Zeitwert, wobei dessen Änderung erfolgswirksam erfasst wird.

DERIVATIVE FINANZINSTRUMENTE UND BILANZIERUNG VON SICHERUNGSZUSAMMENHÄNGEN (HEDGE ACCOUNTING)

Die ProSiebenSat.1 Group setzt derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionsgeschäften (Zinsscaps) sowie Devisentermingeschäften und Devisenoptionen zur Absicherung gegen Zins- und Währungsrisiken ein. Während Zinsrisiken durch variabel verzinsliche Verbindlichkeiten entstehen, ergeben sich Währungsrisiken insbesondere durch in US-Dollar denominierte Lizenzzahlungen für Programmvermögen.

Derivative Finanzinstrumente werden als finanzielle Vermögenswerte oder finanzielle Verbindlichkeiten mit ihren beizulegenden Zeitwerten in der Bilanz angesetzt, unabhängig davon, zu welchem Zweck oder in welcher Absicht sie abgeschlossen wurden. Der beizulegende Zeitwert derivativer Finanzinstrumente wird durch Diskontierung der zukünftigen Zahlungsströme mit dem Marktzinssatz sowie mittels weiterer anerkannter finanzmathematischer Methoden, wie zum Beispiel Optionspreismodelle, ermittelt. Der beizulegende Zeitwert von Zinsswaps und Devisentermingeschäften ist bei erstmaliger Bilanzierung in der Regel null, bei Zins- und Devisenoptionen entspricht er dem Wert der entrichteten bzw. zu entrichtenden Optionsprämie. In der Bilanz werden die beizulegenden Zeitwerte sämtlicher derivativer Finanzinstrumente als finanzielle Vermögenswerte bzw. sonstige finanzielle Verbindlichkeiten ausgewiesen. Im Rahmen der Bewertung von derivativen Finanzinstrumenten werden kontrahentenspezifische Kreditrisiken berücksichtigt. Weitere Informationen hierzu sind in → [Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#) zu entnehmen.

Sofern ein eindeutiger Sicherungszusammenhang nachgewiesen und dokumentiert werden kann, erfolgt die Bilanzierung nach den Vorschriften zur Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen („Hedge Accounting“). In Ausübung des Wahlrechts in IFRS 9 „Finanzinstrumente“ wendet der Konzern hierfür weiterhin die Vorschriften des IAS 39 „Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung“ an.

Beim Hedge Accounting hängt die bilanzielle Berücksichtigung der Marktwertänderungen der Derivate von der Art der Sicherungsbeziehung ab. Die ProSiebenSat.1 Group setzt Sicherungsderivate derzeit ausschließlich im Rahmen von Cashflow-Hedges zur Absicherung künftiger Zahlungsströme ein. Entsprechend werden die Marktwertänderungen des effektiven Teils des Derivats zunächst gesondert im kumulierten übrigen Eigenkapital und erst dann im Periodenergebnis erfasst, wenn das Grundgeschäft ergebniswirksam wird. Der ineffektive Teil wird sofort erfolgswirksam erfasst.

Bei der Absicherung zukünftiger Lizenzzahlungen gegen Währungsrisiken gibt es zusätzlich die Besonderheit, dass die im Eigenkapital erfassten Gewinne oder Verluste aus dem Sicherungsinstrument bei Lizenzbeginn, d. h. bei Aktivierung des Grundgeschäfts, umgebucht werden und dessen Anschaffungskosten - sowie später den Aufwand aus dem Werteverzehr - entsprechend erhöhen bzw. vermindern.

Identifizierte Grund- und Sicherungsgeschäfte werden in der ProSiebenSat.1 Group in sogenannten Hedge-Büchern zusammengefasst und gesteuert. In regelmäßigen Abständen wird die Effektivität der Sicherungsbeziehung gemessen und das Sicherungsverhältnis gegebenenfalls angepasst. Sollte eine Sicherungsbeziehung nicht oder nicht mehr den Anforderungen des IAS 39 genügen, wird das Hedge Accounting beendet. Nach Beendigung einer

Sicherungsbeziehung werden die im kumulierten übrigen Eigenkapital bzw. als Anpassung der Anschaffungskosten erfassten Beträge immer dann im Periodenergebnis erfasst, wenn das Grundgeschäft erfolgswirksam wird.

Weiterführende Informationen zu den vom Konzern gehaltenen Finanzinstrumenten und zur Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte und fortgeführten Anschaffungskosten finden sich in den → [Ziffer 23 „Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte“](#), → [Ziffer 24 „Übrige Forderungen und Vermögenswerte“](#), → [Ziffer 26 „Eigenkapital“](#), → [Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#) und → [Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#).

ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE

Bei den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten handelt es sich um Barmittelbestände sowie um kurzfristige, äußerst liquide Finanzinvestitionen mit einer Restlaufzeit zum Zeitpunkt der Anschaffung von bis zu drei Monaten, soweit sie nur unwesentlichen Wertschwankungsrisiken unterliegen. Verfügungsbeschränkungen bestehen bei ihnen nicht.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente werden zu Anschaffungskosten bewertet, Fremdwährungsbestände werden zum jeweiligen Stichtagskurs umgerechnet.

RÜCKSTELLUNGEN FÜR PENSIONEN

Die Bewertung von Rückstellungen für Pensionen erfolgt anhand der versicherungsmathematischen Methode der laufenden Einmalprämien („projected unit credit method“), einem Anwartschaftsbarwertverfahren. Hierbei führen Abweichungen zwischen den getroffenen Annahmen und den tatsächlich eingetretenen Entwicklungen sowie Änderungen von versicherungsmathematischen Annahmen für die Bewertung leistungsorientierter Pensionspläne zur Entstehung versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste. Die Erfassung dieser Neubewertungseffekte erfolgt unter Berücksichtigung latenter Steuern erfolgsneutral im übrigen kumulierten Eigenkapital in der Periode ihrer Entstehung. Dadurch zeigt die Bilanz den vollen Umfang der Verpflichtungen unter Vermeidung von Ergebnisschwankungen, die sich insbesondere bei Änderungen der Berechnungsparameter ergeben können. Die in der jeweiligen Berichtsperiode erfassten versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste werden in der Gesamtergebnisrechnung gesondert dargestellt. In den Folgeperioden erfolgt keine Umbuchung in die Gewinn- und Verlustrechnung.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf → [Ziffer 27 „Rückstellungen für Pensionen“](#).

ANTEILSBASIERTE VERGÜTUNGEN

Die anteilsbasierten Vergütungen der ProSiebenSat.1 Group (im Wesentliche Anrechte auf Aktien bzw. auf Anteilswerten basierende zukünftige Auszahlungen) stellen überwiegend Vergütungspläne dar, die hinsichtlich der Erfüllungsart ein Wahlrecht seitens der ProSiebenSat.1 Media SE beinhalten, diese mittels Aktien oder im Wege des Barausgleiches zu erfüllen und das je nach Maßgabe der beabsichtigten Vergütung entsprechend ausgeübt wird. Die mittels Aktien zu erfüllenden Vergütungspläne werden zum Zeitpunkt der Gewährung mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Der beizulegende Zeitwert der Verpflichtung wird über den Erdienungszeitraum als Personalaufwand in den Funktionskosten erfasst, die Gegenbuchung erfolgt in der Kapitalrücklage. Der beizulegende Zeitwert von mittels Barausgleich zu erfüllenden Vergütungsplänen wird als Personalaufwand über den Erdienungszeitraum in den Verbindlichkeiten erfasst. Derartige Verbindlichkeiten werden an jedem Abschlussstichtag sowie am Erfüllungstag neu bewertet, die Änderungen werden ergebniswirksam erfasst.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die → [Ziffer 26 „Eigenkapital“](#) und → [Ziffer 35 „Anteilsbasierte Vergütung“](#).

SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Rückstellungen werden gemäß IAS 37 gebildet, soweit eine aus einem vergangenen Ereignis resultierende rechtliche oder faktische Verpflichtung gegenüber Dritten besteht, die Vermögensabflüsse erwarten lässt und zuverlässig ermittelbar ist. Der Ansatz erfolgt zu Vollkosten in Höhe des wahrscheinlichsten Verpflichtungsumfanges unter Berücksichtigung von Erfahrungswerten. Langfristige Rückstellungen werden zum Bilanzstichtag mit dem Barwert der erwarteten Erfüllungsbeträge, die geschätzte Preis- bzw. Kostensteigerungen berücksichtigen, angesetzt. Die Abzinsungssätze werden regelmäßig den vorherrschenden Marktzinssätzen angepasst.

Drohverlustrückstellungen bewertet das Unternehmen mit dem niedrigeren Betrag aus den zu erwartenden Kosten bei Erfüllung des Vertrags und den zu erwartenden Kosten bei Beendigung des Vertrags, abzüglich aus dem Vertrag gegebenenfalls erwarteter Erlöse.

Rückstellungen für Restrukturierungsaufwendungen werden vom Unternehmen gebildet, wenn zumindest eine faktische Außenverpflichtung vorliegt, der sich das Unternehmen durch Vorliegen einer gerechtfertigten Erwartung bei den Betroffenen nicht mehr entziehen kann. Die Notwendigkeit der Bildung einer Rückstellung aufgrund Vorliegen einer rechtlichen Verpflichtung bleibt hiervon unberührt.

Der Ansatz und die Bewertung von Rückstellungen erfolgen auf Basis der Einschätzung bezüglich Höhe und Wahrscheinlichkeit des künftigen Abflusses von Ressourcen sowie anhand von Erfahrungswerten und den zum Bilanzstichtag bekannten Umständen. Zur Beurteilung der Rückstellungshöhe werden neben der Sachverhaltsbeurteilung und den geltend gemachten Ansprüchen im Einzelfall auch die Ergebnisse vergleichbarer Sachverhalte herangezogen sowie Annahmen über Eintrittswahrscheinlichkeiten und Bandbreiten möglicher Inanspruchnahmen getroffen.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf → [Ziffer 28 „Sonstige Rückstellungen“](#).

KAPITALFLUSSRECHNUNG

Die Kapitalflussrechnung zeigt Herkunft und Verwendung der Geldströme. Entsprechend IAS 7 werden Cashflows aus betrieblicher Tätigkeit sowie aus Investitions- und Finanzierungstätigkeit unterschieden.

Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds beinhaltet alle in der Bilanz ausgewiesenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente.

Die Cashflows aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit werden zahlungsbezogen ermittelt. Der Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit wird demgegenüber ausgehend vom Konzernergebnis indirekt abgeleitet. Im Rahmen der indirekten Ermittlung werden die berücksichtigten Veränderungen von Bilanzpositionen im Zusammenhang mit der betrieblichen Tätigkeit um Effekte aus der Währungsumrechnung und aus Konsolidierungskreisänderungen bereinigt. Die Veränderungen der betreffenden Bilanzpositionen können daher nicht mit den entsprechenden Werten der Konzernbilanz und den Segmentkennzahlen abgestimmt werden.

Auszahlungen für Zinsen und Einzahlungen aus Zinsen und Dividenden sowie sämtliche Zahlungszu- und -abflüsse aus Steuern werden im Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit gezeigt.

3 / Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften

A) IM GESCHÄFTSJAHR UMGESETZTE RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN

Die nachfolgend genannten, vom IASB verabschiedeten, in europäisches Recht umgesetzten und im Geschäftsjahr 2019 erstmalig verpflichtend anwendbaren Standards sowie Interpretationen bzw. Klarstellungen des IFRS Interpretations Committee (IFRS IC) wurden vom Konzern im laufenden Geschäftsjahr erstmalig angewendet, hatten jedoch keine wesentlichen Auswirkungen auf dessen Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

IAS 19: Planänderungen, -kürzungen oder -abgeltung

Durch die Änderungen wird zukünftig zwingend vorgeschrieben, dass bei einer Änderung, Kürzung oder Abgeltung eines leistungsorientierten Versorgungsplans der laufende Dienstzeitaufwand und die Nettozinsen für das restliche Geschäftsjahr unter Verwendung aktualisierter versicherungsmathematischer Annahmen neu zu ermitteln sind.

IAS 28: Langfristige Anteile an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures

Die Änderungen stellen klar, dass IFRS 9 einschließlich dessen Wertminderungsvorschriften auf langfristige Anteile an assoziierten oder Gemeinschaftsunternehmen anzuwenden sind, die im Wesentlichen Teil der Netto-Investition in das assoziierte oder Gemeinschaftsunternehmen sind, aber nicht nach der Equity-Methode bilanziert werden.

IFRS 9: Vorfälligkeitsregelungen mit negativer Ausgleichsleistung

Die Änderungen betreffen finanzielle Vermögenswerte mit so genannten symmetrischen Kündigungsrechten und ermöglichen deren Bewertung zu fortgeführten Anschaffungskosten bzw. erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert. Außerdem stellen die Änderungen klar, wie Modifikationen finanzieller Verbindlichkeiten, die nicht zu einer Ausbuchung führen, zu bilanzieren sind.

Jährliches Verbesserungsprojekt 2015 - 2017: Änderungen an IFRS 3, IFRS 11, IAS 12 und IAS 23

Mit den Änderungen an IFRS 3 und IFRS 11 wird klargestellt, dass ein Unternehmen, wenn es Kontrolle über einen Geschäftsbetrieb erlangt, der eine gemeinsame Geschäftstätigkeit ist, seine zuvor an dem Geschäftsbetrieb gehaltenen Anteile neu bewertet. Erlangt es gemeinsame Kontrolle über einen solchen Geschäftsbetrieb erfolgt keine Neubewertung seiner zuvor an dem Geschäftsbetrieb gehaltenen Anteile.

Mit den Änderungen an IAS 12 wird klargestellt, dass die Vorschriften zur erfolgswirksamen bzw. erfolgsneutralen Erfassung der Ertragsteuerauswirkung von Dividenden nicht nur auf Effekte aus Steuersatzdifferenzen zwischen thesaurierten und ausgeschütteten Gewinnen, sondern auf alle ertragsteuerlichen Auswirkungen von Dividenden anzuwenden sind.

Mit den Änderungen an IAS 23 wird klargestellt, dass, wenn ein Vermögenswert bereit für seine beabsichtigte Nutzung oder zur Veräußerung ist, jegliche noch vorhandenen Fremdkapitalbestände, die ausdrücklich für die Erstellung des Vermögenswertes aufgenommen wurden, als Teil des allgemein aufgenommenen Fremdkapitals zu behandeln und insoweit bei der Berechnung des Aktivierungssatzes der allgemeinen Fremdkapitalaufnahme zu berücksichtigen sind.

IFRIC 23: Unsicherheit bezüglich der ertragsteuerlichen Behandlung

Mit IFRIC 23 wird die Bilanzierung von Unsicherheiten in Bezug auf Ertragsteuern im Sinne des IAS 12 klargestellt. Unternehmen haben eine Ermessensentscheidung zu treffen, ob steuerliche Unsicherheiten für jeden Sachverhalt einzeln oder für mehrere Sachverhalte zusammen bewertet werden. Es ist dabei davon auszugehen, dass die verantwortlichen Steuerbehörden von ihrem Recht, Ihnen berichtete Steuerbeträge zu überprüfen, Gebrauch machen werden und hierbei vollständige Kenntnis aller relevanten Informationen besitzen.

Wenn es wahrscheinlich ist, dass die Steuerbehörden die vom Unternehmen gewählte steuerliche Behandlung akzeptieren, hat das Unternehmen die Steuerbeträge auf der Grundlage der in der Steuererklärung berichteten Beträge zu ermitteln. Andernfalls sind die resultierenden Steuerbeträge entweder mit dem wahrscheinlichsten oder dem Erwartungswert anzusetzen.

Agenda-Entscheidung des IFRS IC zu IAS 38 bezüglich der Bilanzierung von Cloud-Computing-Verträgen

Darüber hinaus hat das IFRS IC im März 2019 eine endgültige Agenda-Entscheidung bezüglich der Bilanzierung von Kunden-Zugriffsrechten auf in der Cloud gehostete Anbieter-Software (so genannte „Software-as-a-Service“-Verträge) veröffentlicht. Verträge, bei denen der Kunde lediglich ein Recht auf zukünftigen Zugriff auf eine vom Anbieter in der Cloud gehostete Anwendersoftware gegen Zahlung einer Gebühr erwirbt, enthalten nach Auffassung des IFRS IC aus Kundensicht weder ein Software-Leasingverhältnis im Sinne des IFRS 16 „Leasingverhältnisse“, noch berechtigen sie den Kunden, mangels Beherrschung, zur Aktivierung eines immateriellen Software-Vermögenswerts im Sinne des IAS 38. Die Agenda-Entscheidungen des IFRS IC sind nicht Gegenstand des Umsetzungsverfahrens in europäisches Recht, da sie lediglich Auslegungshinweise für bestehende IFRS-Regelungen enthalten.

B) NOCH NICHT UMGESETZTE RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN

Die nachfolgend beschriebenen, grundsätzlich für den Konzern relevanten Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften bzw. Interpretationen sind vom IASB verabschiedet worden, aber im Geschäftsjahr 2019 noch nicht verpflichtend anwendbar. Die ProSiebenSat.1 Group analysiert derzeit die möglichen Auswirkungen, erwartet jedoch gegenwärtig keine wesentlichen Effekte auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Mit Ausnahme der Änderungen zu „IAS 1: Klassifizierung von Schulden als kurz- oder langfristig“ und „IFRS 3: Definition des Geschäftsbetriebs“ wurden die unten aufgeführten Änderungen bereits in europäisches Recht umgesetzt. Die Änderungen im Zusammenhang mit der Reform der Referenz-Zinssätze hat die ProSiebenSat.1 Group vorzeitig angewendet, ansonsten von einer möglichen vorzeitigen Anwendung abgesehen.

IAS 1 und IAS 8: Definition des Wesentlichkeitsbegriffs

Es handelt sich um begrenzte Änderungen an IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“ und IAS 8 „Rechnungsmethoden, Änderungen von rechnungslegungsbezogenen Schätzungen und Fehler“, um die Definition des Wesentlichkeitsbegriffs zu schärfen und zu vereinheitlichen. Die Änderungen sind für am oder nach dem 1. Januar 2020 beginnende Geschäftsjahre anwendbar.

IAS 1: Klassifizierung von Schulden als kurz- oder langfristig

Die Änderung stellt klar, dass für die Klassifizierung von Schulden als kurz- oder langfristig auf am Abschlussstichtag bestehende Rechte des Unternehmens (z. B. in Bezug auf eine vorzeitige Rückzahlung oder eine Darlehensverlängerung) abzustellen ist; Erwartungen und Absichten des Managements, ob ein solches Recht auch tatsächlich ausgeübt wird oder eine vorzeitige Rückzahlung beabsichtigt ist, bleiben unberücksichtigt. Die Änderungen sind für am oder nach dem 1. Januar 2022 beginnende Geschäftsjahre anwendbar.

IFRS 3: Definition des Geschäftsbetriebs

Die Änderung besteht in einer Neufassung des Begriffs des „Geschäftsbetrieb“ („business“), da die jetzige Definition bei der Bestimmung, ob ein Unternehmen einen Geschäftsbetrieb oder eine Gruppe von Vermögenswerten erworben hat, in der Praxis oftmals zu Problemen geführt hat. Die Änderungen sind für am oder nach dem 1. Januar 2020 beginnende Geschäftsjahre anwendbar.

IFRS 9, IAS 39 und IFRS 7: Reform der Referenz-Zinssätze

Gegenwärtig ist eine Reform der internationalen Referenzzinssätze (so genannte IBOR-Zinssätze) in die Wege geleitet worden. Zur bilanziellen Abbildung der Auswirkungen derartiger Zinsänderungen hat das IASB am 26. September 2019 Änderungen an IFRS 9 „Finanzinstrumente“, IAS 39 „Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung“ und IFRS 7 „Finanzinstrumente: Angaben“ veröffentlicht. Diese Änderungen zielen darauf ab, dass bilanzielle Sicherungsbeziehungen („Hedge Accounting“) auch bei erwarteter Ablösung bestehender Referenzzinssätze bis zum Zeitpunkt der Ablösung fortbestehen bzw. weiterhin designiert werden können. Für von der Reform betroffene Sicherungsbeziehungen sind zusätzliche Anhangangaben zu machen. Die Änderungen betreffen Geschäftsjahre ab dem 1. Januar 2020. Die ProSiebenSat.1 Group hat jedoch bereits im Geschäftsjahr 2019 von der Möglichkeit der vorzeitigen Anwendung Gebrauch gemacht.

Änderungen an Verweisen auf das Rahmenkonzept in IFRS-Standards

Im neuen Rahmenkonzept der IFRS (Conceptual Framework) sind überarbeitete Definitionen von Vermögenswerten und Schulden sowie neue Leitlinien zu Bewertung und Ausbuchung, Ausweis und Angaben enthalten. Das Rahmenkonzept selbst ist nicht Gegenstand des Umsetzungsverfahrens in europäisches Recht.

Zusammen mit dem überarbeiteten Rahmenkonzept hat das IASB auch Anpassungen der Verweise auf das Rahmenkonzept in einigen Standards und Interpretationen veröffentlicht, speziell IFRS 2, IFRS 3, IFRS 6, IFRS 14, IAS 1, IAS 8, IAS 34, IAS 37, IAS 38, IFRIC 12, IFRIC 19, IFRIC 20, IFRIC 22 und SIC-32. Die Änderungen sind für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2020 beginnen, anzuwenden.

4 / Konsolidierungskreis

Die Anzahl der im Wege der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich im Geschäftsjahr 2019 wie folgt geändert:

VOLLKONSOLIDIERTE TOCHTERUNTERNEHMEN

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2018	102	127	229
Zugänge	9	5	14
Abgänge ¹	- 10	- 6	- 16
Einbezogen zum 31.12.2019	101	126	227

¹ Die Abgänge beinhalten acht Verschmelzungen, sieben Liquidationen und einen Verkauf.

In den Zugängen des Geschäftsjahres 2019 sind neben Neugründungen auch die unter → [Ziffer 5 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#) näher beschriebenen Akquisitionen enthalten.

Neben den vollkonsolidierten Unternehmen werden 17 (Vorjahr: 20) assoziierte Unternehmen und fünf (Vorjahr: 5) Gemeinschaftsunternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. → [siehe Ziffer 21 „At-Equity bewertete Anteile“](#)

Die Aufstellung des Anteilsbesitzes erfolgt im Anhang des Konzernabschlusses gemäß § 313 Abs. 2 HGB.

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

A) AKQUISITIONEN

Im Geschäftsjahr 2019 wurde die folgende für den Konzernabschluss wesentliche Akquisition abgeschlossen:

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

Mit Vertrag vom 17. Dezember 2018 und wirtschaftlicher Wirkung zum 21. Februar 2019 hat die ProSiebenSat.1 Group über die neugegründete Tochter der NCG-NUCOM GROUP SE, Unterföhring („NuCom Group“), die be Around Holding GmbH, Berlin („be Around“), den Stimmrechtsanteil an der Marketplace GmbH, Berlin („Marketplace“) von 41,6 Prozent auf 94,0 Prozent erhöht und damit die Kontrolle erlangt. Das Eigenkapital ist auf Stamm- und Vorzugsaktien aufgeteilt. Diese verbriefen unterschiedliche Stimmrechte. Daher kommt es zu einer Abweichung zwischen Stimmrechts- und Kapitalanteil. Ersterer betrug vor der Transaktion 41,6 Prozent und danach 94,0 Prozent; letzterer betrug vor der Transaktion 35,0 Prozent und danach 80,0 Prozent. Der Gesamttransaktion liegt ein IFRS 3 Kaufpreis von 128 Mio Euro zugrunde. Darüber hinaus wurden Anschaffungsnebenkosten der Gesamttransaktion in Höhe von 2 Mio Euro (davon 1 Mio Euro im Geschäftsjahr 2018) in den Funktionskosten erfasst. be Around betreibt mit der Marke Aroundhome (vormals Käuferportal) Deutschlands größte Online-Vermittlung für Produkte und Dienstleistungen rund ums Haus. Die Gesellschaft wird dem Segment Commerce (→ siehe Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet.

Der Kaufpreis nach IFRS 3 setzt sich aus der Neubewertung und Sacheinlage der ProSiebenSat.1 Group Altanteile, für 41,6 Prozent der Stimmrechtsanteile respektive 35,0 Prozent am Eigenkapital, in Höhe von 55 Mio Euro sowie einer Sacheinlage in gleicher Höhe von 55 Mio Euro, für 41,6 Prozent der Stimmrechtsanteile respektive 35,0 Prozent am Eigenkapital, von der General Atlantic PD GmbH, München („General Atlantic“) an der Marketplace zusammen. Gleichzeitig wurden 10,0 Prozent der Anteile von übrigen Minderheitsgesellschaftern der Marketplace für einen Barkaufpreis von 12 Mio Euro erworben. Der sich daraus neu ergebende Gesamtanteil der NuCom Group sowie die von den verbliebenen Minderheitsgesellschaftern gehaltenen Anteile in Höhe von 2 Mio Euro wurden mit wirtschaftlicher Wirkung zum 21. Februar 2019 in die neu gegründete be Around eingebracht. Darüber hinaus wurde mit den Altgesellschaftern eine Put-Option in Höhe von 5 Mio Euro über den Erwerb von weiteren 10,0 Prozent der Anteile mit frühestmöglicher Fälligkeit in 2022 vereinbart. Der beizulegende Zeitwert der bedingten Kaufpreiskomponente wurde auf Basis eines Ertragswertverfahrens geschätzt und reflektiert den geschätzten Unternehmenswert der be Around zum Ausübungszeitpunkt. Ein Maximalbetrag ist nicht festgelegt.

Da die ProSiebenSat.1 Group über die NuCom Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Option bei Ausübung zu erfüllen, resultiert aus der Anwendung der Anticipated-Acquisition-Methode zum 21. Februar 2019 eine Konsolidierungsquote von 90,0 Prozent.

MARKETPLACE - KAUFPREIS NACH IFRS 3 in Mio Euro

Sacheinlage ProSiebenSat.1 Group	55
Sacheinlage General Atlantic	55
Barkaufpreis Minderheitenanteile	12
Sacheinlage Minderheitenanteile	2
Bedingte Kaufpreiskomponente - Put-Option	5
Kaufpreis nach IFRS 3	128

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

AKQUISITION MARKETPLACE in Mio Euro

	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	24
davon im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierte Vermögenswerte	24
Sachanlagen	25
Latente Ertragsteueransprüche	4
Langfristige Vermögenswerte	53
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	9
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2
Kurzfristige Vermögenswerte	13
Langfristige Verbindlichkeiten	21
Latente Ertragsteuerschulden	7
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	28
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	8
Sonstige Rückstellungen	1
Sonstige Verbindlichkeiten	22
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	32
Anteile anderer Gesellschafter	1
Netto-Reinvermögen	6
Kaufpreis nach IFRS 3	128
Geschäfts- oder Firmenwert	122

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert repräsentiert fast ausschließlich strategische Synergien sowie Entwicklungspotenziale im Segment Commerce und wird demzufolge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Commerce (→ siehe Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“) zugeordnet. Der Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig und wird in der funktionalen Währung Euro geführt. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 9 Mio Euro ergeben sich aus einem Brutto-Forderungsbestand in Höhe von 11 Mio Euro abzüglich Wertberichtigungen in Höhe von 2 Mio Euro.

KAUFPREISALLOKATION MARKETPLACE

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

Es entfallen latente Ertragsteuerschulden in Höhe von 7 Mio Euro auf die aufgedeckten stillen Reserven. Die Neubewertung der at-Equity-Anteile an Marketplace im Rahmen der Anteilsaufstockung und Vollkonsolidierung der neu gegründeten be Around führte zu einem Bewertungseffekt in Höhe von 26 Mio Euro. Dieser wurde im Finanzergebnis des Konzerns erfasst.

Eine Einbeziehung der Gesellschaften von Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung im Februar 2019 hätte folgende Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt: Zusätzliche Umsatzerlöse von 12 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 4 Mio Euro. Seit der Erstkonsolidierung bis zum 31. Dezember 2019 hat die Gesellschaft Umsatzerlöse von 59 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 5 Mio Euro zum Konzernergebnis beigetragen.

Weitere Akquisitionen im Geschäftsjahr 2019 hatten weder einzeln noch in Summe einen wesentlichen Effekt auf den Konzernabschluss.

ÜBERSICHT AKQUISITIONEN 2018

Unternehmensname	Geschäftszweck	Erworbene Stimmrechte	Kontroll-erlangung
Aboalarm GmbH	Kündigungsserviceanbieter für Verbraucherverträge	100,0 %	02.01.2018
Kairion GmbH	E-Commerce-Vermarkter für Werbekampagnen	100,0 %	09.01.2018
InQpharm Ltd/Zaluvida AG	Entwicklung von Produkten im Gesundheitswesen	Asset Deal	28.03.2018
Zirkulin/roha Arzneimittel GmbH	Entwicklung von Produkten im Gesundheitswesen	Asset Deal	01.04.2018
esome advertising technologies GmbH	Social-Advertising-Anbieter	90,0 %	26.04.2018
eHarmony, Inc.	Online-Partnervermittlung	100,0 %	31.10.2018

Für weitere Informationen zu den im Geschäftsjahr 2018 erworbenen Unternehmen verweisen wir auf den veröffentlichten Geschäftsbericht zum 31. Dezember 2018.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Für die Kaufpreisallokation im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen sind Annahmen hinsichtlich Ansatz und Bewertung von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten zu treffen. Die Bestimmung der beizulegenden Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und der übernommenen Verbindlichkeiten zum Zeitpunkt des Erwerbs sowie der Nutzungsdauern der erworbenen sonstigen immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen ist mit Annahmen verbunden. Die Bewertung basiert in hohem Maße auf prognostizierten Cashflows. Die tatsächlichen Cashflows können von den bei der Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte zugrunde gelegten signifikant abweichen. Bei der Kaufpreisaufteilung wesentlicher Akquisitionen werden externe, unabhängige Gutachten erstellt. Die Bewertungen bei Unternehmenserwerben basieren auf Informationen, die zum Erwerbszeitpunkt verfügbar sind. Naturgemäß sind die Unsicherheiten der Annahmen und Schätzungen bei immateriellen Vermögenswerten höher als bei den übrigen Vermögenswerten.

B) SONSTIGE TRANSAKTIONEN

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

Mit Vertrag vom 17. Dezember 2018 und wirtschaftlicher Wirkung zum 21. Februar 2019 hat die General Atlantic ihre 41,6 prozentige Beteiligung an der Marketplace im Wege einer Kapitalerhöhung in die NuCom Group eingebracht. Der Kapitalanteil der General Atlantic an der NuCom Group erhöhte sich in diesem Zusammenhang um 3,3 Prozent auf 28,4 Prozent. → [siehe Abschnitt „A\) Akquisitionen“](#)

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

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

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

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

Erwerb von weiteren 18,2 Prozent an der Studio71

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

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

Mit Vertrag vom 18. Januar 2019 und wirtschaftlicher Wirkung zum 26. März 2019 hat die ProSiebenSat.1 Group 11,8 Prozent der Anteile an der Pluto Inc., Delaware, USA („Pluto“) an die Viacom Inc., New York, USA („Viacom“) veräußert. Pluto wurde als assoziiertes Unternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group einbezogen, da neben der finanziellen Beteiligung eine Vertretung des Konzerns im Geschäftsführungsorgan der Pluto und somit ein maßgeblicher Einfluss bestand. Die Beteiligung wurde dem Segment Entertainment zugeordnet. Der Transaktion liegt ein Unternehmenswert von 300 Mio Euro (340 Mio USD) zugrunde. Der Zahlungsmittelzufluss aus dem Verkauf von Vorzugsaktien („Preference Shares“) und Stammaktien („Common Shares“) für die ProSiebenSat.1 Group betrug umgerechnet 35 Mio Euro (39 Mio USD), was einem realisierten Veräußerungsgewinn von 22 Mio Euro (25 Mio USD) entspricht.

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte

Mit Unterzeichnung einer Optionsvereinbarung vom 20. Dezember 2019 stellt die ProSiebenSat.1 Group aufgrund einer angestrebten Portfoliobereinigung die Beteiligung an einer weiteren Gesellschaft zur Disposition. Es handelt sich hierbei um die Beteiligung in Höhe von 33 Prozent an der Gamigo AG, Hamburg, die dem Segment Entertainment zugeordnet ist. Bis zum oben genannten Datum wurde die Beteiligung als assoziiertes Unternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Die Kaufoption zum Bezug der Aktien der Gesellschaft wurde vom Käufer am 17. Februar 2020 ausgeübt. Der Kaufpreis beträgt 17 Mio Euro. Der wirtschaftliche Vollzug wird im ersten Quartal 2020 erwartet.

ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

6 / Umsatzerlöse

UMSATZERLÖSE 2019 in Mio Euro

	Segment Entertainment	Segment Content Production & Global Sales	Segment Commerce	Summe Konzern
Werbeerlöse	2.183	-/-	-/-	2.183
davon TV-Werbeerlöse	1.992	-/-	-/-	1.992
davon digitale & smarte Werbeerlöse	191	-/-	-/-	191
Distribution	155	-/-	-/-	155
Production	-/-	322	-/-	322
Global Sales und sonstige Programmverkäufe	48	63	-/-	111
Studio71	-/-	267	-/-	267
Consumer Advice	-/-	-/-	242	242
Experiences	-/-	-/-	100	100
Matchmaking	-/-	-/-	209	209
Beauty & Lifestyle ¹	-/-	-/-	413	413
Sonstige Umsatzerlöse	132	-/-	1	133
Summe	2.518	652	965	4.135

¹ Hierin enthalten sind Verkäufe von Waren in Höhe von 354 Mio Euro.

UMSATZERLÖSE 2018 in Mio Euro

	Segment Entertainment	Segment Content Production & Global Sales	Segment Commerce	Summe Konzern
Werbeerlöse	2.238	-/-	-/-	2.238
davon TV-Werbeerlöse	2.099	-/-	-/-	2.099
davon digitale & smarte Werbeerlöse	138	-/-	-/-	138
Distribution	141	-/-	-/-	141
Production	-/-	296	-/-	296
Global Sales und sonstige Programmverkäufe	47	56	-/-	103
Studio71	-/-	199	-/-	199
Consumer Advice	-/-	-/-	204	204
Experiences	-/-	-/-	94	94
Matchmaking	-/-	-/-	143	143
Beauty & Lifestyle ¹	-/-	-/-	337	337
Sonstige Umsatzerlöse	200	-/-	54	254
Summe	2.626	552	831	4.009

¹ Hierin enthalten sind Verkäufe von Waren in Höhe von 280 Mio Euro.

VERTRAGSSALDEN in Mio Euro

	31.12.2019	31.12.2018
Vertragsvermögenswerte	30	28
Vertragsverbindlichkeiten ¹	123	89

¹ Aufgrund einer erforderlichen Umklassifizierung in den Vertragsverbindlichkeiten wurde der Vorjahreswert um 100 Mio Euro verringert. Davon werden 67 Mio Euro als Verpflichtungen aus Erlebnistickets dargestellt (siehe Ziffer 30 „Übrige Verbindlichkeiten“). Die restlichen 33 Mio Euro betreffen Abgrenzungsposten für nachlaufende Rechnungen.

Die Vertragsvermögenswerte, d. h. die aktiven Vertragsalden aus Verträgen mit Kunden, betreffen mehrheitlich die Ansprüche des Konzerns auf Gegenleistung für abgeschlossene, aber zum Stichtag noch nicht abgerechnete Leistungen aus Auftragsproduktionen. Eine Umgliederung in Forderungen aus Lieferung und Leistungen erfolgt bei Rechnungsstellung. Darüber hinaus enthalten die Vertragsvermögenswerte bereits erbrachte, aber noch nicht abrechenbare Leistungen aus den Mehrkomponentengeschäften im Bereich Online-Partnervermittlungen.

Im Geschäftsjahr 2019 war – wie im Vorjahr – die Veränderung der Vertragsvermögenswerte in Folge von Unternehmenserwerben unwesentlich. Wertminderungen für erwartete Verluste waren unwesentlich.

Die Vertragsverbindlichkeiten betreffen im Wesentlichen erhaltene Anzahlungen im Rahmen von Auftragsproduktionen, passive Rechnungsabgrenzungsposten im Bereich Online-Partnervermittlungen und dem Verkauf von Programmrechten sowie aus noch nicht erbrachten Medialeistungen.

Im Geschäftsjahr 2019 haben sich die Vertragsverbindlichkeiten aufgrund von Unternehmenserwerben um 2 Mio Euro erhöht (Vorjahr: 18 Mio Euro). Aus Entkonsolidierungen haben sich im Geschäftsjahr 2019 keine Effekte ergeben (Vorjahr: 9 Mio Euro). Von denen zum 1. Januar 2019 bestehenden Vertragsverbindlichkeiten wurden im Geschäftsjahr 2019 89 Mio Euro (Vorjahr: 90 Mio Euro) als Umsatz realisiert.

Im Geschäftsjahr 2019 wurden keine materiellen Umsatzerlöse aus den in früheren Perioden erfüllten (oder teilweise erfüllten) Leistungsverpflichtungen generiert.

Wie nach IFRS 15 zulässig, werden keine Angaben zu den verbleibenden Leistungsverpflichtungen zum 31. Dezember 2019 gemacht, die eine erwartete ursprüngliche Laufzeit von einem Jahr oder weniger haben. Leistungsverpflichtungen, deren erwartete ursprüngliche Laufzeit über den Zeitraum von mehr als ein Jahr nach dem 31. Dezember 2019 hinausgeht, liegen nur in unwesentlichem Umfang vor.

Im Zusammenhang mit dem Geschäftsmodell Verkauf von Waren werden Vorräte in Höhe von 48 Mio Euro (Vorjahr: 42 Mio Euro) bilanziert. Im Geschäftsjahr 2019 wurden Wertminderungen auf Vorräte in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) erfasst.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Die der Umsatzerlösrealisierung zugrundeliegenden Annahmen können einen erheblichen Einfluss auf die Höhe und den zeitlichen Anfall der Umsatzerlöse haben. Insbesondere die Ermittlung von Storno- und Rückgabequoten beruhen auf historischen Quoten, welche sich im Zeitablauf ändern können. Die Festlegung relativer Einzelveräußerungspreise ist stark ermessensbehaftet.

7 / Umsatzkosten

UMSATZKOSTEN in Mio Euro

	2019	2018
Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Drohverlustrückstellung	958	1.319
Sachkosten	798	716
Personalaufwendungen	325	309
Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	122	93
IT-Kosten	57	39
Aufwand aus dem Abgang von Programmvermögen	17	14
Sonstige	101	78
Summe	2.377	2.569

Der Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Drohverlustrückstellung in Höhe von 958 Mio Euro (Vorjahr: 1.319 Mio Euro) umfasst Abschreibungen und Wertminderungen auf das Programmvermögen in Höhe von 1.061 Mio Euro (Vorjahr: 1.141 Mio Euro) sowie die Veränderung der im Vorjahr gebildeten Drohverlustrückstellung in Höhe von minus 104 Mio Euro (Vorjahr: 178 Mio Euro). Für weitere Informationen verweisen wir auf → [Ziffer 28 „Sonstige Rückstellungen“](#). Im Geschäftsjahr 2018 beinhaltet der Werteverzehr den Gesamteffekt aus dem Wechsel der Programmstrategie in Höhe von 354 Mio Euro. → [siehe Ziffer 22 „Programmvermögen“](#)

Die Sachkosten beinhalten im Wesentlichen produktionsbezogene Fremdleistungen, Wareneinsatz im Segment Commerce, Lizenzaufwand und Urheberrechtsabgaben. Die Personalaufwendungen enthalten Löhne und Gehälter von Mitarbeitern im Produktionsbereich einschließlich leistungsabhängiger Bonusansprüche, Abfindungen und Sozialversicherungsbeiträge. Die Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte betreffen vor allem Abschreibungen auf technische Anlagen und Lizenzen. Der Aufwand aus dem Abgang von Programmvermögen resultiert aus den Verkäufen von Programmrechten und Programmnebenrechten. In der Position „Sonstige“ sind unter anderem produktionsbezogene Marketingkosten sowie Reisekosten enthalten.

8 / Vertriebskosten

VERTRIEBSKOSTEN in Mio Euro

	2019	2018
Marketing und marketingnahe Aufwendungen	319	227
Personalaufwendungen	124	113
Distribution	61	65
davon Satelliten-Miete	34	35
davon Sendegebühr	27	30
Sachkosten	39	45
Vertriebsprovisionen	30	39
Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	21	13
IT-Kosten	15	12
Sonstige	19	18
Summe	627	532

Marketing und marketingnahe Aufwendungen in Höhe von 319 Mio Euro (Vorjahr: 227 Mio Euro) entfallen vor allem auf Kosten für Marktforschung, Werbung und Public Relations. Dieser Anstieg ist, neben dem Ausbau der Marktstellung des Online-Beauty-Geschäfts der Flaconi GmbH, Berlin („Flaconi“), hauptsächlich auf die Erstkonsolidierungen im Segment Commerce der eHarmony, Inc., Los Angeles, USA sowie deren Tochtergesellschaften („eHarmony Group“) in Höhe von 43 Mio Euro sowie von be Around in Höhe von 38 Mio Euro im Geschäftsjahr 2019 zurückzuführen.

Personalaufwendungen enthalten Löhne und Gehälter von Mitarbeitern im Vertriebsbereich einschließlich leistungsabhängiger Bonusansprüche, Abfindungen und Sozialversicherungsbeiträge. Vertriebsprovisionen umfassen größtenteils Kosten und Provisionen für Vermarktungsleistungen. Die Sachkosten beinhalten im Wesentlichen Aufwendungen für Vertriebsrechte. Die Abschreibungen und Wertminderungen entfallen fast ausschließlich auf sonstige immaterielle Vermögenswerte des Vertriebsbereichs.

9 / Verwaltungskosten

VERWALTUNGSKOSTEN in Mio Euro

	2019	2018
Personalaufwendungen	258	257
Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	117	116
Beratungskosten	40	64
IT-Kosten	27	34
Kosten für Infrastruktur	27	23
Marketingkosten	21	19
Übrige personalbezogene Aufwendungen	15	14
Bewirtungs- und Reisekosten	10	10
KFZ-Kosten	3	3
Sonstige	60	55
Summe	576	595

Personalaufwendungen enthalten Löhne und Gehälter von Mitarbeitern im Verwaltungsbereich einschließlich leistungsabhängiger Bonusansprüche, Abfindungen und Sozialversicherungsbeiträge. Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte entfallen vor allem auf Verwaltungsgebäude, Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Softwarelizenzen. Der Rückgang der Beratungskosten, die vor allem Management-, Rechts- und M&A-Beratungskosten enthalten, resultiert im Wesentlichen aus einem Rückgang der M&A-Aktivitäten in der Berichtsperiode.

10 / Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 11 Mio Euro (Vorjahr: 14 Mio Euro) sind im Wesentlichen Ausbuchungen von Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus Vorjahren in Höhe von 10 Mio Euro (Vorjahr: 12 Mio Euro) enthalten.

11 / Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge belaufen sich im Geschäftsjahr 2019 auf 35 Mio Euro (Vorjahr: 50 Mio Euro). Im Vorjahr sind Entkonsolidierungsgewinne in Höhe von 18 Mio Euro enthalten.

12 / Zinsergebnis

ZINSEERGEBNIS in Mio Euro

	2019	2018
Zinsen und ähnliche Erträge	2	7
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 58	- 70
davon aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	- 51	- 47
davon aus Hedge Derivaten	- 4	- 10
davon übrige Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 3	- 13
Zinsergebnis	- 56	- 63

Zinsen und ähnliche Erträge aus finanziellen Vermögenswerten zu fortgeführten Anschaffungskosten in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro) wurden unter Verwendung der Effektivzinsmethode vereinnahmt.

Die Zinsen aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten beinhalten im Wesentlichen Zinsen für in Anspruch genommene Kredite. → [siehe Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#) Zusätzlich dazu sind im aktuellen Geschäftsjahr 4 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro) an Zinsaufwendungen aus Leasingverbindlichkeiten enthalten. → [siehe Ziffer 20 „Leasing“](#)

In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen aus Hedge-Derivaten sind Aufwendungen für Absicherungsinstrumente im Zusammenhang mit Zinsrisiken enthalten. → [siehe Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#) Die Position „Übrige Zinsen und ähnliche Aufwendungen“ beinhaltet im Wesentlichen Aufzinsungseffekte für Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten.

13 / Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis

ERGEBNIS AUS AT-EQUITY BEWERTETEN ANTEILEN UND SONSTIGES FINANZERGEBNIS

in Mio Euro

	2019	2018
Anteiliges Ergebnis aus Gemeinschaftsunternehmen	- 55	- 9
Anteiliges Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	5	- 5
Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	- 50	- 13
Änderungen von Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten (finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden)	76	59
Bewertungseffekte aus Finanzinstrumenten (einschließlich Ergebnisse aus Veräußerungen)	41	25
davon aus finanziellen Vermögenswerten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	- 8	27
davon aus at-Equity bewerteten Anteilen	49	- 4
davon aus finanziellen Vermögenswerten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden	0	2
Währungskursgewinne/-verluste	- 9	- 5
davon aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	3	14
davon aus sonstigen finanziellen Vermögenswerten	2	3
davon aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	- 5	- 13
davon aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	- 1	- 5
davon aus sonstigen finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	- 6	- 5
davon aus sonstigen Positionen	- 3	0
Finanzierungskosten	- 10	- 7
Sonstige	2	1
Sonstiges Finanzergebnis	100	72

Das anteilige Ergebnis aus Gemeinschaftsunternehmen enthält im Wesentlichen den Anteil des Konzerns am Periodenergebnis der Joyn GmbH, München („Joyn“, vormals 7TV Joint Venture GmbH, München) in Höhe von minus 55 Mio Euro (im Vorjahr: -13 Mio Euro). → [siehe hierzu auch Ziffer 21 „At-Equity bewertete Anteile“](#)

Die Änderungen von Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten in Höhe von 76 Mio Euro (Vorjahr: 59 Mio Euro) resultieren aus Bewertungsanpassungen bei den in Verbindung mit Unternehmenserwerben geschlossenen Put-Options- und Earn-Out-Vereinbarungen. Diese Vereinbarungen werden gemäß IFRS 3 zum jeweiligen Erwerbszeitpunkt als Verbindlichkeit passiviert und zum beizulegenden Zeitwert bewertet; Wertänderungen nach dem Erwerb werden erfolgswirksam erfasst. → [siehe hierzu auch Ziffer 5 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#) und → [Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Die Währungskursverluste aus sonstigen finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden, resultieren im Wesentlichen aus der Bewertung von eingebetteten Währungsderivaten. Die Währungskursverluste aus finanziellen Verbindlichkeiten in Höhe von 5 Mio Euro (Vorjahr: 13 Mio Euro) entfallen im Wesentlichen auf die Bewertung der Verbindlichkeiten für das Programmvermögen.

Die Bewertungs- und Veräußerungseffekte aus at-Equity bewerteten Anteilen beinhalten im Wesentlichen Effekte aus dem Verkauf der Anteile am globalen Videodienst Pluto in Höhe von 22 Mio Euro sowie aus der Neubewertung der Altanteile an Marketplace in Höhe von 26 Mio Euro im Rahmen der Anteilsaufstockung und Vollkonsolidierung der neu gegründeten be Around. → [siehe hierzu auch Ziffer 5 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#)

In den Finanzierungskosten sind neben laufenden Bankgebühren insbesondere abgegrenzte Gebühren im Rahmen der langfristigen Darlehen (→ [siehe Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#)) sowie Bereitstellungsaufwendungen für noch nicht in Anspruch genommene Tranchen der revolving Kreditfazilität enthalten. Weitere Erläuterungen zur syndizierten Kreditvereinbarung der ProSiebenSat.1 Group sind ebenfalls unter → [siehe Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#) aufgeführt.

14 / Ertragsteuern

ERTRAGSTEUERAUFWAND in Mio Euro

	2019	2018
Laufender Ertragsteueraufwand - Deutschland	130	191
Laufender Ertragsteueraufwand - Ausland	12	6
Laufender Ertragsteueraufwand	142	197
Latenter Steueraufwand - Deutschland	24	-/-
Latenter Steuerertrag - Deutschland	-/-	-101
Latenter Steuerertrag - Ausland	-5	-1
Latenter Steueraufwand/-ertrag	19	-103
Summe Ertragsteueraufwand	161	94

Die laufenden Ertragsteueraufwendungen beinhalten alle in- und ausländischen Steuern auf Grundlage der steuerpflichtigen Einkommen 2019 (Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer und entsprechende ausländische Steuern) sowie Ertragsteuererträge für Vorjahre in Höhe von 9 Mio Euro (Vorjahr: 37 Mio Euro Ertragsteueraufwand). In einer früheren Periode bisher nicht berücksichtigte steuerliche Verluste oder temporäre Differenzen führten im Geschäftsjahr 2019 zu einer Minderung des tatsächlichen Ertragsteueraufwands von 1 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro).

Der latente Steueraufwand in Höhe von 19 Mio Euro für das Geschäftsjahr 2019 (Vorjahr: 103 Mio Euro latenter Steuerertrag) beinhaltet einen latenten Steueraufwand in Höhe von 24 Mio Euro (Vorjahr: 53 Mio Euro latenter Steuerertrag) aus der laufenden Veränderung von temporären Differenzen. Zusätzlich ergeben sich 4 Mio Euro latenter Steueraufwand (Vorjahr: 44 Mio Euro latenter Steuerertrag) auf bisher nicht berücksichtigte temporäre Unterschiede in früheren Perioden. Weiterhin ist ein latenter Steuerertrag in Höhe von 10 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro) enthalten, der aus der laufenden Veränderung von latenten Steuern auf Verlustvorträge resultiert.

Im Geschäftsjahr 2019 wurden aktive latente Steuern auf temporäre Differenzen in nicht wesentlicher Höhe (Vorjahr: 5 Mio Euro) und aktive latente Steuern auf Verlustvorträge in Höhe von 3 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) wertberichtigt. Eine Zuschreibung von aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge erfolgte, wie im Vorjahr, in Höhe von 1 Mio Euro. Für abzugsfähige Differenzen in Höhe von 7 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro) wurde in der Bilanz kein latenter Steueranspruch erfasst.

Der Ertragsteuersatz der deutschen Gesellschaften setzt sich zusammen aus dem Körperschaftsteuersatz von 15,0 Prozent zuzüglich Solidaritätszuschlag von 5,5 Prozent sowie dem Gewerbesteuersatz von 12,0 Prozent bei einem durchschnittlichen Hebesatz von 340,7 Prozent (Vorjahr: 343,2%). Insgesamt ergibt sich daraus ein Gesamtsteuersatz von gerundet 28,0 Prozent (Vorjahr: 28,0%). Die angewandten ausländischen Ertragsteuersätze basieren auf den in den einzelnen Ländern gültigen Gesetzen und Verordnungen und variieren zwischen 12,3 Prozent (Vorjahr: 12,0%) und 33,0 Prozent (Vorjahr: 33,9%).

Der für den Konzern maßgebliche nominelle Steuersatz beläuft sich, wie im Vorjahr, auf 28,0 Prozent. Für das Geschäftsjahr 2019 beträgt der für den Konzern maßgebliche effektive Steuersatz 28,1 Prozent (Vorjahr: 27,3%). Der Unterschied zwischen erwartetem Steueraufwand und tatsächlichem Steueraufwand lässt sich wie folgt überleiten:

ÜBERLEITUNG STEUERAUFWAND in Mio Euro

	2019	2018
Ergebnis vor Steuern	572	344
Anzuwendender Konzernsteuersatz (in Prozent)	28	28
Erwarteter Ertragsteueraufwand	160	96
Erhöhung/Minderung der Ertragsteuern durch:		
Steuersatzabweichungen		
Steuersatzunterschiede Ausland	2	1
Steuersatzunterschiede Inland	1	1
Effekt Steuersatzänderungen	1	0
Steuereffekte aus Abweichungen in der steuerlichen Bemessungsgrundlage		
Nicht abzugsfähige Zinsaufwendungen	0	3
Sonstige nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	15	23
Steuerfreie Erträge	-37	-33
Nicht steuerwirksame Veräußerungseffekte	-6	-5
Ansatz und Bewertung aktiver latenter Steuern		
Veränderung in der Realisierbarkeit aktiver latenter Steuern	15	12
Sonstige Effekte		
Steuern für Vorjahre	-4	-7
At-Equity bewertete Anteile	14	4
Summe Ertragsteueraufwand	161	94
Effektiver Konzernsteuersatz (in Prozent)	28	27

Insgesamt wurden zum 31. Dezember 2019 auf körperschaftsteuerliche Verlustvorträge in Höhe von 258 Mio Euro (Vorjahr: 187 Mio Euro) und auf gewerbsteuerliche Verlustvorträge in Höhe von 127 Mio Euro (Vorjahr: 72 Mio Euro) keine aktiven latenten Steuern angesetzt. Davon verfallen Verlustvorträge in Höhe von 19 Mio Euro (Vorjahr: 10 Mio Euro) innerhalb der nächsten 2 bis 9 Jahre, soweit diese nicht genutzt werden. Für die verbleibenden Verlustvorträge ist die Nutzung zeitlich unbegrenzt möglich.

Die für körperschaftsteuerliche Verlustvorträge nicht erfasste aktive latente Steuer beträgt somit 48 Mio Euro (Vorjahr: 36 Mio Euro). Für gewerbsteuerliche Verluste beträgt die nicht erfasste aktive latente Steuer 19 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro).

Wie im Vorjahr wurden für Unternehmen, die im laufenden Geschäftsjahr oder im Vorjahr Verluste erlitten haben, latente Steuerschulden übersteigende latente Steueransprüche in geringfügiger Höhe aktiviert. Basierend auf der aktuellen Steuerplanung ist es wahrscheinlich, dass diese latenten Steueransprüche voraussichtlich in den nächsten fünf Jahren genutzt werden können.

Die angesetzten aktiven und passiven latenten Steuern resultieren aus folgenden Positionen:

ZUORDNUNG/HERKUNFT LATENTER STEUERN in Mio Euro

	2019		2018	
	aktiv	passiv	aktiv	passiv
Geschäfts- oder Firmenwerte	8	69	7	63
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	5	192	5	189
Sachanlagen	0	63	0	57
Finanzielle Vermögenswerte	8	6	8	6
Programmvermögen	54	2	48	1
Vorräte, Sonstige Vermögenswerte	7	30	10	27
Rückstellungen für Pensionen	3	0	1	0
Sonstige Rückstellungen	30	1	62	6
Verbindlichkeiten	90	69	71	51
Verlustvorträge und Steuergutschriften	58	-/-	43	-/-
Saldierung	-196	-196	-161	-161
Summe	66	236	95	239
davon langfristig	39	218	49	222

Betreffend die Saldierung von aktiven und passiven latenten Steuern sowie zur Verwendung von Annahmen und Schätzungen bei unsicheren Steuerpositionen → [siehe Ziffer 2 „Zusammenfassung der wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“](#).

Für geplante künftige Ausschüttungen aus Tochterunternehmen wurde, wie im Vorjahr, eine passive latente Steuer in Höhe von 4 Mio Euro gebildet (Outside Basis Differences). Auf temporäre Unterschiede im Zusammenhang mit Anteilen an Tochterunternehmen wurden in Höhe von 11 Mio Euro (Vorjahr: 14 Mio Euro) keine latenten Schulden angesetzt, da die ProSiebenSat.1 Group in der Lage ist, den Zeitpunkt der Auflösung selbst zu bestimmen, und es wahrscheinlich ist, dass sich diese temporären Differenzen in absehbarer Zeit nicht auflösen werden.

Die Veränderung der latenten Steuern lässt sich wie folgt erläutern:

VERÄNDERUNG DER LATENTEN STEUERN in Mio Euro

	2019	2018
Passive latente Steuern zum 1. Januar	144	219
Latente Steueraufwendungen (+)/-erträge (-) erfolgswirksam	19	- 103
Veränderung erfolgsneutral erfasster latenter Steuern	6	28
davon in Zusammenhang mit der erfolgsneutralen Marktbewertung von Finanzinstrumenten	4	13
davon in Zusammenhang mit Akquisitionen und Veräußerungen	3	17
davon sonstige Effekte	- 1	- 2
Passive latente Steuern zum 31. Dezember	169	144

Hinsichtlich der Angaben zu den latenten Steuern, die erfolgsneutral im kumulierten übrigen Eigenkapital erfasst worden sind, wird auf → [Ziffer 26 „Eigenkapital“](#) verwiesen.

15 / Ergebnis je Aktie

ERGEBNIS JE AKTIE

		2019	2018
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis (unverwässert)	in Mio Euro	413	248
Bewertungseffekte aus der anteilsbasierten Vergütung nach Steuern	in Mio Euro	- 3	- 6
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis (verwässert)	in Mio Euro	409	243
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (unverwässert)	in Stück	226.088.493	228.702.815
Verwässerungseffekt aufgrund von ausgegebenen Aktienoptionen und Anrechten auf Aktien	in Stück	674.732	549.065
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (verwässert)	in Stück	226.763.225	229.251.880
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	in Euro	1,83	1,09
Verwässertes Ergebnis je Aktie	in Euro	1,80	1,06

Die Group Share Pläne und Performance Share Pläne (→ [siehe Ziffer 35 „Anteilsbasierte Vergütung“](#)) beinhalten hinsichtlich der Erfüllungsart ein Wahlrecht seitens der ProSiebenSat.1 Media SE, diese mittels Aktien oder im Wege des Barausgleiches zu erfüllen. Aufgrund des daraus resultierenden Verwässerungseffekts gemäß IAS 33.58 werden diese Pläne für die Berechnung des Ergebnisses je Aktie im Gegensatz zu IFRS 2 so behandelt, als würden diese in Stammaktien erfüllt werden.

Für Mitglieder des Vorstands sowie ausgewählte Führungskräfte und Angestellte der ProSiebenSat.1 Group bestanden zum Stichtag 674.732 (Vorjahr: 549.065) Rechte an Aktienoptionen bzw. Anrechte auf Aktien mit verwässernder Wirkung.

Aus der möglichen Umwandlung aller ausgegebenen, „im Geld“ befindlichen Aktienoptionen (→ [siehe Ziffer 35 „Anteilsbasierte Vergütung“](#)) auf Stammaktien sowie potenziell ausgegebenen Stammaktien ergibt sich für das Ergebnis je Aktie ein Verwässerungseffekt in Höhe von 0,03 Euro (Vorjahr: 0,03 Euro).

16 / Sonstige Angaben

PERSONALAUFWAND UND MITARBEITERZAHLEN

In den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sind folgende Personalaufwendungen enthalten:

PERSONALAUFWAND in Mio Euro

	2019	2018
Löhne und Gehälter	619	600
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung	87	79
Summe	707	679

Die Aufwendungen für Altersvorsorge belaufen sich im Geschäftsjahr 2019 auf 2 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

Aufgrund gesetzlicher oder vertraglicher Bestimmungen werden bei beitragsorientierten Zusagen Beiträge an staatliche oder private Versorgungsträger gezahlt. Für das Geschäftsjahr 2019 belaufen sich die an die gesetzliche Rentenversicherung gezahlten Arbeitgeberbeiträge auf 30 Mio Euro (Vorjahr: 25 Mio Euro).

Im Geschäftsjahr 2019 waren durchschnittlich 7.265 Mitarbeiter (Vorjahr: 6.532) für die ProSiebenSat.1 Group tätig. Der Anstieg ist insbesondere auf Akquisitionen im Segment Commerce zurückzuführen. Davon waren 6.696 Angestellte (Vorjahr: 5.943) und 569 Auszubildende, Volontäre, Praktikanten und Werkstudenten (Vorjahr: 589).

Die Teilzeitstellen wurden jeweils vollzeitäquivalent berücksichtigt.

ABSCHREIBUNGEN UND WERTMINDERUNGEN

Die in den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthaltenen Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen setzen sich wie folgt zusammen:

ABSCHREIBUNGEN UND WERTMINDERUNGEN in Mio Euro

	2019	2018
Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte	149	131
Abschreibungen auf Sachanlagen	80	76
Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte	31	14
Wertminderungen auf Sachanlagen	0	1
Summe	260	222

Der planmäßige und außerplanmäßige Werteverzehr des Programmvermögens (ohne Effekte aus Drohverlustrückstellungen) in Höhe von 1.061 Mio Euro (Vorjahr: 1.141 Mio Euro) wird in den Umsatzkosten ausgewiesen und bei der EBITDA Ermittlung in Abzug gebracht.

ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

17 / Geschäfts- oder Firmenwerte

ANLAGENSPIEGEL GESCHÄFTS- ODER FIRMIENWERTE in Mio Euro

	2019	2018
ANSCHAFFUNGSKOSTEN		
Anfangsbestand 01.01.	2.055	1.924
Kursdifferenzen	9	13
Zugänge	138	119
Abgänge	0	- 2
Endbestand 31.12.	2.201	2.055
ABSCHREIBUNGEN		
Anfangsbestand 01.01./Endbestand 31.12.	93	93
Buchwert zum 31.12.	2.109	1.962

Weitere Informationen zu den Zugängen im Geschäftsjahr 2019 finden sich in → [Ziffer 5 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#).

Die Geschäfts- oder Firmenwerte verteilen sich wie folgt auf die einzelnen Segmente:

ALLOKATION DER GESCHÄFTS- ODER FIRMIENWERTE AUF DIE SEGMENTE in Mio Euro

Bezeichnung des Segments	Entertainment	Content Production & Global Sales	Commerce	Summe
Bezeichnung der Gruppe der zahlungsmittelgenerierenden Einheit ¹	Entertainment	Content Production & Global Sales	Commerce	
Buchwerte Geschäfts- oder Firmenwert 31.12.2018	882	355	725	1.962
Buchwerte Geschäfts- oder Firmenwert 31.12.2019	886	364	860	2.109

¹ Die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten entsprechen den operativen Segmenten (siehe Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“).

Im Geschäfts- und Vergleichsjahr werden nicht beherrschende Anteile zum Erwerbszeitpunkt mit ihrem entsprechenden Anteil am identifizierbaren Nettovermögen des erworbenen Unternehmens bewertet. Vom transaktionsbezogenen Wahlrecht zur Anwendung der so genannten Full-Goodwill-Methode wurde im Geschäfts- und Vergleichsjahr kein Gebrauch gemacht.

Gemäß der im Geschäftsjahr 2019 und im Vorjahr durchgeführten Wertminderungstests für Geschäfts- oder Firmenwerte sind die Buchwerte werthaltig. Demzufolge sind keine Wertminderungen erfasst worden. Wie im Vorjahr wurde der Wertminderungstest zum Bewertungsstichtag 31. Dezember durchgeführt.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die jeweils für den Wertminderungstest der Geschäfts- oder Firmenwerte in den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten verwendeten Prämissen zum Bewertungsstichtag 31. Dezember.

ANGABEN ZUR BEURTEILUNG DER WERTHALTIGKEIT DER GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE

Bezeichnung der Gruppe der zahlungsmittelgenerierenden Einheit	Entertainment	Content Production & Global Sales	Commerce
Umsatzwachstum p.a. im Planungszeitraum (CAGR) ¹	1,7 % (3,3 %)	17,5 % (17,8 %)	18,4 % (17,5 %)
Ø EBITDA-Marge im Planungszeitraum ¹	23,3 % (29,0 %)	7,6 % (7,2 %)	14,2 % (18,6 %)
Dauer des Planungszeitraums	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre
Umsatzwachstum p.a. nach Ende des Planungszeitraums ¹	1,0 % (1,5 %)	1,5 % (1,5 %)	1,5 % (1,5 %)
EBITDA-Marge nach Ende des Planungszeitraums ¹	23,0 % (29,7 %)	8,3 % (8,0 %)	17,6 % (22,4 %)
Ø Diskontierungssatz ¹	10,5 % (11,1 %)	11,6 % (10,1 %)	14,5 % (16,0 %)

¹ Vorjahreswerte in Klammern.

Der geschätzte erzielbare Ertrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Content Productions & Global Sales übersteigt deren Buchwert um 143 Mio Euro. Der Vorstand hat festgestellt, dass eine für möglich gehaltene Änderung von zwei wesentlichen Annahmen dazu führen könnte, dass der Buchwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Content Production & Global Sales deren erzielbaren Betrag übersteigt. Die nachstehende Tabelle zeigt den Wert, um den sich diese beiden Annahmen, bei ansonsten gleichbleibenden Parametern, jeweils ändern müssten, damit der geschätzte erzielbare Betrag gleich dem Buchwert ist.

SENSITIVITÄT DER GETROFFENEN ANNAHMEN

Bezeichnung der Gruppe der zahlungsmittelgenerierenden Einheit	Content Production & Global Sales
EBITDA-Marge nach Ende des Planungszeitraums (Veränderung in Prozentpunkten) ¹	- 1,3 (- 1,3)
Ø Diskontierungssatz (Veränderung in Prozentpunkten) ¹	2,4 (2,0)

¹ Vorjahreswerte in Klammern.

Die im Planungszeitraum verwendeten Umsatzwachstumsannahmen basieren auf der zum Stichtag des Werthaltigkeitstests vom Management verabschiedeten Unternehmensplanung. Die für den nach der Unternehmensplanung liegenden Planungszeitraum verwendeten Umsatzwachstumsannahmen basieren auf extern veröffentlichten Quellen. Die unterstellten EBITDA-Margen basieren auf historischen Erfahrungswerten bzw. wurden auf Basis eingeleiteter kostenreduzierender Maßnahmen prognostiziert. Der zur Diskontierung verwendete gewichtete durchschnittliche Gesamtkapitalkostensatz spiegelt jeweils den vom Kapitalmarkt abgeleiteten, risikoadjustierten Zinssatz vor Steuern wider (Weighted Average Cost of Capital, WACC). Der Diskontierungssatz basiert auf dem risikofreien und laufzeitäquivalenten Zinssatz in Höhe von 0,2 Prozent (Vorjahr: 1,0 %) sowie einer Marktrisikoprämie von 7,8 Prozent (Vorjahr: 7,0 %). Darüber hinaus werden jeweils individuell für jede zahlungsmittelgenerierende Einheit ein aus der jeweiligen Peer Group abgeleiteter Beta-Faktor, ein Fremdkapitalkostensatz sowie die Kapitalstruktur berücksichtigt. Zusätzlich werden länderspezifische Steuersätze und Risikoprämien angesetzt. Sofern eine für möglich gehaltene Änderung einer wesentlichen Annahme, die in den Wertminderungstest einfließt, zu einer Verringerung des erzielbaren Betrags unter den Buchwert des entsprechenden Geschäfts- oder Firmenwerts führen könnte, ist eine auf diese wesentliche Annahme bezogene Sensitivitätsanalyse durchzuführen. Der erzielbare Betrag wird in Form eines Nutzwertes ermittelt, sofern nicht anders angegeben.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Die Prämissen sowie die zugrundeliegende Methodik bei der Durchführung des Wertminderungstests können einen erheblichen Einfluss auf die jeweiligen Werte und letztlich auf die Höhe einer möglichen Wertminderung von Geschäfts- oder Firmenwerten haben. Insbesondere die Ermittlung diskontierter Cashflows unterliegt in umfangreichem Ausmaß Planungsannahmen, die sensitiv auf Änderungen reagieren und damit die Werthaltigkeit signifikant beeinflussen können.

18 / Sonstige immaterielle Vermögenswerte

ANLAGENSPIEGEL SONSTIGE IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE in Mio Euro

	Marken ¹	Kunden- beziehungen	Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	Übrige immaterielle Vermögenswerte	Geleistete Anzahlungen	Summe sonstige immaterielle Vermögenswerte
ANSCHAFFUNGSKOSTEN						
Anfangsbestand 01.01.2018	429	204	121	491	51	1.295
Kursdifferenzen	0	4	0	2	0	6
Zugänge Konsolidierungskreis	61	28	3	27	0	118
Zugänge	-/-	-/-	23	66	32	121
Umbuchungen	-/-	-/-	14	13	-27	-/-
Abgänge Konsolidierungskreis	-2	-1	-27	-5	-5	-40
Abgänge	-1	-/-	-1	-81	-1	-85
Endbestand 31.12.2018/Anfangsbestand 01.01.2019	486	234	133	512	50	1.415
Kursdifferenzen	1	2	0	1	0	4
Zugänge Konsolidierungskreis	3	18	-/-	6	-/-	27
Zugänge	-/-	-/-	39	88	40	167
Umbuchungen	-/-	-/-	15	16	-30	-/-
Abgänge	0	-/-	-20	-92	-8	-120
Endbestand 31.12.2019	491	254	167	531	51	1.493
ABSCHREIBUNGEN						
Anfangsbestand 01.01.2018	39	61	75	360	15	550
Kursdifferenzen	0	1	0	2	-/-	3
Zugänge ²	6	24	28	85	2	145
Abgänge Konsolidierungskreis	-2	-1	-26	-5	-5	-37
Abgänge	-1	0	-1	-66	-1	-69
Endbestand 31.12.2018/Anfangsbestand 01.01.2019	43	85	76	376	11	591
Kursdifferenzen	0	0	0	1	-/-	1
Zugänge ²	6	47	29	96	3	181
Abgänge	-/-	-/-	-20	-88	-7	-115
Endbestand 31.12.2019	49	132	85	385	7	658
Buchwert 31.12.2019	441	122	82	146	44	835
Buchwert 31.12.2018	443	149	57	136	39	824

¹ Darin enthalten sind Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer mit einem Buchwert in Höhe von 375 Mio Euro zum 31. Dezember 2019 (Vorjahr: 374 Mio Euro).

² Von den darin erfassten Wertminderungen in Höhe von 31 Mio Euro (Vorjahr: 14 Mio Euro) werden 7 Mio Euro (Vorjahr: 8 Mio Euro) in den Umsatzkosten, 4 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) in den Vertriebskosten und 20 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro) in den Verwaltungskosten ausgewiesen.

Die übrigen immateriellen Vermögenswerte beinhalten Software, Lizenzen aus der Vermarktung von digitalen Angeboten externer Anbieter und gewerbliche Schutzrechte.

Die Marken beinhalten Vermögenswerte mit bestimmter und unbestimmter Nutzungsdauer. Die Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer verteilen sich wie folgt auf die einzelnen Segmente:

ALLOKATION DER MARKEN MIT UNBESTIMMTER NUTZUNGSDAUER AUF DIE SEGMENTE

in Mio Euro

Bezeichnung des Segments	Entertainment	Content Production & Global Sales	Commerce	Summe
Buchwert Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer 31.12.2018	16	-/-	357	374
Buchwert Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer 31.12.2019	16	-/-	358	375

Alle immateriellen Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer werden einem jährlichen Wertminderungstest gemäß IAS 36 auf Basis des erzielbaren Betrages unterzogen. → [siehe hierzu Ziffer 2 „Zusammenfassung der Wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“](#) Wie im Vorjahr wurde der Wertminderungstest zum Bewertungsstichtag 31. Dezember durchgeführt.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Zuordnung der wesentlichen Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer zu den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten sowie die in die jeweiligen Werthaltigkeitstests eingeflossenen Annahmen zum Bewertungsstichtag:

ANGABEN ZUR BEURTEILUNG DER WERTHALTIGKEIT DER WESENTLICHEN MARKEN MIT UNBESTIMMTER NUTZUNGSDAUER

Bezeichnung der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten	Verivox	PARSHIP ELITE Group
Umsatzwachstum p.a. im Planungszeitraum (CAGR) ¹	19,4 % (18,6 %)	2,9 % (9,0 %)
Ø EBITDA-Marge im Planungszeitraum ¹	24,7 % (24,8 %)	34,7 % (32,9 %)
Dauer des Planungszeitraums	5 Jahre	5 Jahre
Umsatzwachstum p.a. nach Ende des Planungszeitraums ¹	1,5 % (1,5 %)	1,5 % (1,5 %)
EBITDA-Marge nach Ende des Planungszeitraums ¹	29,9 % (32,6 %)	39,4 % (33,6 %)
Ø Diskontierungssatz ¹	13,1 % (16,4 %)	13,6 % (14,8 %)
Bewertungsstichtag	31. Dezember 2019	31. Dezember 2019
Buchwert Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer (in Mio Euro) ¹	107 (107)	141 (141)

¹ Vorjahreswerte in Klammern.

Im Geschäftsjahr 2019 haben sich außerplanmäßige Abschreibungen auf im Rahmen von in früheren Kaufpreissallokationen identifizierte und bewertete sonstige immaterielle Vermögenswerte (Kundenbeziehungen) in Höhe von 19 Mio Euro im Segment Content Production & Global Sales ergeben. Dies ist im Wesentlichen auf eine veränderte Wettbewerbssituation in den relevanten Märkten zurückzuführen. Hierbei wurde dem fortgeführten Buchwert der relevanten zahlungsmittelgenerierenden Einheit der erzielbare Betrag gegenübergestellt.

Die planmäßigen Abschreibungen werden entsprechend dem Nutzungsverlauf nach der linearen Methode vorgenommen, denen im Wesentlichen folgende wirtschaftliche Nutzungsdauern zugrunde liegen:

NUTZUNGSDAUERN DER IMMATERIELLEN VERMÖGENSWERTE

	Jahre
Software	1 – 8
Lizenzen und andere Schutzrechte	10 bzw. Laufzeit der Lizenzverträge

Abweichend davon können sich bei im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbenen immateriellen Vermögenswerten mit begrenzter Nutzungsdauer andere Nutzungszeiträume ergeben:

NUTZUNGSDAUERN DER IMMATERIELLEN VERMÖGENSWERTE MIT BESTIMMTER NUTZUNGSDAUER

	Jahre
Kundenbeziehungen	2 – 15
Marken mit bestimmter Nutzungsdauer	3 – 15

Die Nutzungsdauern und Abschreibungsmethoden werden jährlich überprüft und bei geänderten Erwartungen entsprechend angepasst.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Die Prämissen sowie die zugrundeliegende Methodik bei der Durchführung des Wertminderungstests können einen erheblichen Einfluss auf die jeweiligen Werte und letztlich auf die Höhe einer möglichen Wertminderung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten haben. Insbesondere die Ermittlung diskontierter Cashflows unterliegt in umfangreichem Ausmaß Planungsannahmen, die sensitiv auf Änderungen reagieren und damit die Werthaltigkeit signifikant beeinflussen können.

19 / Sachanlagen

Die Entwicklung der im Eigentum befindlichen und geleasteten Sachanlagen ist in folgender Tabelle dargestellt:

ANLAGENSPIEGEL SACHANLAGEN in Mio Euro

	Immobilien	Technische Anlagen	Betriebs- und Geschäftsausstattung	Geleistete Anzahlungen	Summe
ANSCHAFFUNGSKOSTEN					
Anfangsbestand 01.01.2018	377	194	79	14	663
Kursdifferenzen	1	1	0	-/-	2
Zugänge Konsolidierungskreis	15	0	2	-/-	16
Zugänge	28	21	10	18	78
Umbuchungen	0	2	1	-3	-/-
Abgänge Konsolidierungskreis	0	-1	-2	-/-	-3
Abgänge	-30	-52	-3	0	-85
Endbestand 31.12.2018/ Anfangsbestand 01.01.2019	391	165	87	29	671
Kursdifferenzen	1	0	0	-/-	1
Zugänge Konsolidierungskreis	23	0	2	-/-	25
Zugänge	45	15	11	21	92
Umbuchungen	2	2	0	-4	-/-
Abgänge	-21	-7	-11	-1	-42
Endbestand 31.12.2019	441	174	89	45	749
ABSCHREIBUNGEN					
Anfangsbestand 01.01.2018	146	155	51	-/-	352
Kursdifferenzen	0	0	0	-/-	1
Zugänge	44	21	12	-/-	77
Abgänge Konsolidierungskreis	0	-1	-1	-/-	-2
Abgänge	-29	-51	-3	-/-	-82
Endbestand 31.12.2018/ Anfangsbestand 01.01.2019	162	125	59	-/-	345
Kursdifferenzen	0	0	0	-/-	1
Zugänge	46	20	14	-/-	80
Abgänge	-9	-7	-11	-/-	-27
Endbestand 31.12.2019	199	138	62	-/-	398
Buchwert 31.12.2019	242	37	27	45	351
Buchwert 31.12.2018	229	40	28	29	327

Im Geschäftsjahr 2018 hat die ProSiebenSat.1 Media SE einen Leasingvertrag über eine Leasing-Objektgesellschaft mit einem externen Finanzkonsortium für den Neubau des Firmencampus am Standort Unterföhring geschlossen. Der Vertrag beinhaltet eine Grundmietzeit bis 2038 sowie eine Kaufoption am Ende der Grundmietzeit. Wird die Kaufoption nicht ausgeübt, verlängert sich der Mietvertrag um weitere 10 Jahre. Der vertragsgegenständliche Grund und Boden, die Bestandsgebäude und die neu zu errichtenden Gebäude werden von der Leasing-Objektgesellschaft gehalten, welche eine strukturierte Einheit („structured entity“) darstellt. Da die ProSiebenSat.1 Group die relevanten Aktivitäten der Objektgesellschaft bestimmen kann, erfolgt eine Vollkonsolidierung der Objektgesellschaft. Die von dieser Leasing-Objektgesellschaft gehaltenen Grundstücke und Gebäude sind in den Positionen Immobilien und geleistete Anzahlungen enthalten. Die Grundstücke und Gebäude (Bestand und neu zu errichten) sind in Höhe der bereits in Anspruch genommenen Finanzierung grundschuldbelastet. → [siehe Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#)

Die im Geschäftsjahr 2019 aktivierten Fremdkapitalkosten beliefen sich auf 2 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

Folgende wirtschaftliche Nutzungsdauern liegen zugrunde:

NUTZUNGSDAUERN DER SACHANLAGEN

	Jahre
Immobilien	3 – 50
Technische Anlagen	2 – 10
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 – 20

20 / Leasing

Die von der ProSiebenSat.1 Group abgeschlossenen Leasingverhältnisse beziehen sich im Wesentlichen auf die Anmietung von Immobilien, insbesondere von Büroräumen, sowie von übrigen Sachanlagen, vor allem IT-technische Ausrüstung, Betriebs- und Geschäftsausstattung und Fahrzeuge für ausgewählte Mitarbeiter. Die Leasingverhältnisse erfüllen eine unterstützende Funktion für den Geschäftsbetrieb des Konzerns.

Die Buchwertentwicklung der geleasten Sachanlagen ergibt sich wie folgt:

ZUGÄNGE, ABSCHREIBUNGEN UND SONSTIGE VERÄNDERUNGEN BEI GELEASTEN SACHANLAGEN in Mio Euro

	Immobilien	Übrige Sachanlagen	Summe
BUCHWERT			
Anfangsbestand zum 01.01.2018	186	11	197
Zugänge Konsolidierungskreis	13	0	13
Zugänge	17	6	23
Abschreibungen	-32	-8	-40
Sonstige Veränderungen	-27	0	-27
Endbestand zum 31.12.2018/ Anfangsbestand zum 01.01.2019	156	10	166
Zugänge Konsolidierungskreis	22	0	22
Zugänge	36	4	40
Abschreibungen	-33	-6	-39
Sonstige Veränderungen	-11	0	-11
Endbestand zum 31.12.2019	171	8	179

Die sonstigen Veränderungen im Geschäftsjahr 2019 betreffen insbesondere Anpassungen im Zusammenhang mit Untermietverhältnissen.

Die Aufteilung der diskontierten und undiskontierten Leasingverbindlichkeiten nach Fristigkeiten wird in den folgenden Tabellen dargestellt:

LEASINGVERBINDLICHKEITEN DISKONTIERT UND UNDISKONTIERT in Mio Euro

	Leasingverbindlichkeiten diskontiert 31.12.2019	Leasingverbindlichkeiten undiskontiert 31.12.2019
Fällig innerhalb eines Jahres	37	40
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	100	107
Fällig nach mehr als fünf Jahren	33	35
Summe	171	182
	Leasingverbindlichkeiten diskontiert 31.12.2018	Leasingverbindlichkeiten undiskontiert 31.12.2018
Fällig innerhalb eines Jahres	63	66
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	68	73
Fällig nach mehr als fünf Jahren	23	24
Summe	155	163

Die Beträge der Gewinn- und Verlustrechnung, die auf Leasingverhältnisse entfallen, in denen die ProSiebenSat.1 Group als Leasingnehmer auftritt, sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

LEASING BETRÄGE IN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG in Mio Euro

	2019	2018
Abschreibungen	39	40
Zinsaufwendungen	4	4
Variable Leasingzahlungen	5	4
Kurzfristige Leasingverhältnisse mit einer Laufzeit von 12 Monaten oder weniger (short term leases), Leasingverhältnisse von geringwertigen Vermögenswerten (low-value leases)	1	2
Summe der Aufwendungen für Leasing	48	49

Die Beträge der Cashflow-Rechnung, die auf Leasingverhältnisse entfallen, in denen die ProSiebenSat.1 Group als Leasingnehmer auftritt, sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

LEASING BETRÄGE IN DER CASHFLOW-RECHNUNG in Mio Euro

	2019	2018
Variable Leasingzahlungen, Kurzfristige Leasingverhältnisse mit einer Laufzeit von 12 Monaten oder weniger (short term leases), Leasingverhältnisse von geringwertigen Vermögenswerten (low-value leases)	6	6
Auszahlungen zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	42	40
Gezahlte Zinsen	4	4
Summe der Zahlungen für Leasing	52	49

Folgende zukünftige Leasing-bezogene Zahlungen sind aufgrund der IFRS 16 Vorschriften in der Bewertung der Leasingverbindlichkeiten nicht enthalten:

ZUKÜNFTIGE NICHT BILANZIERTE LEASING-BEZOGENE ZAHLUNGEN in Mio Euro

	2019	2018
Zukünftige variable Leasingzahlungen		
fällig innerhalb eines Jahres	4	4
fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	12	9
fällig nach mehr als fünf Jahren	5	3
Summe der zukünftigen nicht bilanzierten Leasingzahlungen	21	16

Die variablen Leasingzahlungen beziehen sich im Wesentlichen auf Betriebskosten im Rahmen von Mietverträgen für Immobilien.

Darüber hinaus bestehen zukünftige Zahlungen aus Residualwertgarantien und für kurzfristige Leasingverhältnisse mit einer Laufzeit von 12 Monaten oder weniger (short-term leases) und für Leasingverhältnisse über geringwertige Vermögenswerte (low-value leases), die jedoch aus Sicht der ProSiebenSat.1 Group unwesentlich sind. Bezüglich der zukünftigen Zahlungen aus Leasingverhältnissen, die nicht begonnen jedoch bereits vertraglich eingegangen wurden, verweisen wir auf → [Ziffer 32 „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“](#).

Die ProSiebenSat.1 Group tritt im Rahmen einiger Untermietverträge (im Wesentlichen Büroimmobilien) als Leasinggeber auf. Die Effekte sind für den Konzernabschluss jedoch unwesentlich. Gleiches gilt für vereinzelte Sale-and-Lease-Back-Geschäfte.

21 / At-Equity bewertete Anteile

ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN

Nach Erhöhung der Stimmrechtsanteile auf 94,0 Prozent an der Marketplace mit Wirkung zum 21. Februar 2019 und der damit einhergehenden Kontrollerlangung an der Gesellschaft (→ siehe Ziffer 5 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“) bestehen zum Berichtsstichtag 31. Dezember 2019 keine wesentlichen assoziierten Unternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden. Die Marketplace hat bis zum Transaktionszeitpunkt ein Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen von minus 1 Mio Euro (Vorjahr: -5 Mio Euro) beigetragen. Der Buchwert des Anteils betrug zum 31. Dezember 2018 29 Mio Euro.

Die ProSiebenSat.1 Group hält weitere Beteiligungen an assoziierten Unternehmen, die für den Konzern von untergeordneter Bedeutung sind. Folgende Übersicht zeigt zusammengefasste Finanzinformationen für diese Beteiligungen:

ZUSAMMENGEFASSTE FINANZINFORMATIONEN ZU UNWESENTLICHEN ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN in Mio Euro

	31.12.2019	31.12.2018
Buchwert der Anteile an assoziierten Unternehmen	20	45
Anteil am Gewinn	6	1

GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN

Es besteht ein wesentliches Gemeinschaftsunternehmen, das nach der Equity-Methode bilanziert wird.

An Joyn hält die ProSiebenSat.1 Group eine Beteiligung in Höhe von 50,0 Prozent (Vorjahr: 50,0%). Joyn ist ein Gemeinschaftsunternehmen der ProSiebenSat.1 Group mit Discovery Communications Europe Ltd., London, Vereinigtes Königreich („Discovery“) und die erste senderübergreifende Online-Mediathek auf dem deutschen Markt, die zu der führenden lokalen Streaming-Plattform für Deutschland aufgebaut werden soll. Um das Angebot von Entertainment Inhalten zu erweitern, wurde im Juli 2018 die maxdome GmbH in Joyn eingebracht. Im Berichtsjahr hat die ProSiebenSat.1 Group von Joyn keine Dividenden vereinnahmt.

Folgende Übersicht zeigt zusammengefasste Finanzinformationen sowie eine Überleitung auf den Buchwert des Anteils des Konzerns an Joyn:

FINANZINFORMATIONEN ZU WESENTLICHEN GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN in Mio Euro

	Joyn	
	31.12.2019	31.12.2018
Anteil ProSiebenSat.1 Group (in %)	50,0 %	50,0 %
Langfristige Vermögenswerte	78	32
Kurzfristige Vermögenswerte	69	34
davon Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	27	11
Langfristige Schulden	16	0
davon finanzielle Verbindlichkeiten (ohne Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Sonstigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen)	9	-/-
Kurzfristige Schulden	97	55
davon finanzielle Verbindlichkeiten (ohne Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Sonstigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen)	1	0
Nettovermögen (100 %)	34	10
Anteil des Konzerns am Nettovermögen	17	5
Anteilige Eliminierung des Entkonsolidierungsgewinns aus der Veräußerung der maxdome GmbH (IAS 28)	-10	-10
Buchwert des Anteils am Gemeinschaftsunternehmen	6	0
Umsatzerlöse	91	43
Planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	-4	-6
Periodenergebnis (100 %)	-110	-26
Anteil des Konzerns am Periodenergebnis	-55	-13

Der nicht angesetzte Teil der Verluste des Gemeinschaftsunternehmens Joyn betrug im Vorjahr 5 Mio Euro. Dies findet auf den Konzern im aktuellen Jahr keine Anwendung.

In Folge des Starts des neuen Geschäftsmodells von Joyn im Geschäftsjahr 2019 und der damit einhergehenden erst kurzen Historie des Gemeinschaftsunternehmens werden zum Bilanzstichtag 2019 - wie im Vorjahr - keine latenten Steueransprüche im Zusammenhang mit den der Gesellschaft zurechenbaren steuerlichen Verlustvorträgen angesetzt.

Der Mittelabfluss aus den Kapitalerhöhungen des Geschäftsjahres 2019 in Höhe von 62 Mio Euro (Vorjahr: 9 Mio Euro) ist in den Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten im Cashflow aus Investitionstätigkeit ausgewiesen.

Bezüglich zum Stichtag 31. Dezember bestehende Finanzierungszusagen seitens des Konzerns gegenüber Joyn. → [siehe Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#) Da die Anteile an Joyn nicht börsennotiert sind, liegen keine Marktwerte vor.

Die ProSiebenSat.1 Group hält weitere Beteiligungen an Gemeinschaftsunternehmen, die für den Konzern von untergeordneter Bedeutung sind. Folgende Übersicht zeigt zusammengefasste Finanzinformationen für diese Beteiligungen:

ZUSAMMENGEFASSTE FINANZINFORMATIONEN ZU UNWESENTLICHEN GEMEINSCHAFTS-UNTERNEHMEN in Mio Euro

	31.12.2019	31.12.2018
Buchwert der Anteile an Gemeinschaftsunternehmen	1	3
Anteil am Gewinn	0	0

22 / Programmvermögen

Das Programmvermögen beinhaltet Rechte an Spielfilmen, Serien, Auftragsproduktionen, digitalem Content sowie hierauf geleistete Anzahlungen (inklusive geleisteter Anzahlungen auf Sportrechte). Aufgrund der großen Bedeutung für die ProSiebenSat.1 Group wird das grundsätzlich den sonstigen immateriellen Vermögenswerten zuzurechnende Programmvermögen als separater Posten in der Bilanz dargestellt.

ANLAGENSPIEGEL PROGRAMMVERMÖGEN in Mio Euro

	Aktiviert Rechte	Geleistete Anzahlungen	Summe
Buchwert 01.01.2018	1.053	145	1.198
Zugänge	983	88	1.070
Abgänge Konsolidierungskreis	-1	0	-1
Abgänge	-14	-/-	-14
Umbuchungen	91	-91	-/-
Werteverzehr	-1.141	-/-	-1.141
davon planmäßig			-868
davon außerplanmäßig			-272
Buchwert 31.12.2018/01.01.2019	972	142	1.113
davon langfristiges Programmvermögen			937
davon kurzfristiges Programmvermögen			177
Zugänge	1.074	96	1.170
Abgänge	-17	0	-17
Umbuchungen	89	-89	-/-
Werteverzehr	-1.033	-28	-1.061
davon planmäßig			-903
davon außerplanmäßig			-158
Sonstige	-2	0	-2
Buchwert 31.12.2019	1.084	121	1.204
davon langfristiges Programmvermögen			1.057
davon kurzfristiges Programmvermögen			148

Die aktivierten Rechte enthalten Free-TV-Rechte in Höhe von 1.079 Mio Euro (Vorjahr: 968 Mio Euro) sowie sonstige Rechte wie beispielsweise Pay-TV-, Video-on-Demand- und Mobile-TV-Rechte in Höhe von 5 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro).

Vor dem Hintergrund der rückläufigen Reichweiten von US-Programmtiteln, traf die ProSiebenSat.1 Group im vierten Quartal 2018 die strategische Entscheidung, künftig vermehrt lokale Inhalte zu erwerben, bzw. selbst zu produzieren und unter anderem einen Teil ihrer US-Titel an Joyn zu sublizenzieren und nicht mehr selbst auszustrahlen.

Im Rahmen der oben genannten strategischen Maßnahme wurde in 2018 ein außerplanmäßiger Werteverzehr in Höhe von 178 Mio Euro erfasst (davon 122 Mio Euro aus der Transaktion mit Joyn). Darüber hinaus wurden für drohende Verluste im Zusammenhang mit der zukünftigen Abnahme von Programmvermögen Drohverlustrückstellungen in Höhe von 176 Mio Euro gebildet (davon 168 Mio Euro aus der Transaktion mit Joyn), davon wurden im Geschäftsjahr 2019 81 Mio Euro in Anspruch angenommen und sind in dem außerplanmäßigen Werteverzehr in Höhe von 158 Mio Euro enthalten. → siehe Ziffer 28 „Sonstige Rückstellungen“ Der Gesamteffekt aus dem Wechsel der Programmstrategie belief sich somit im Geschäftsjahr 2018 auf minus 354 Mio Euro.

Der planmäßige und außerplanmäßige Werteverzehr des Programmvermögens wird in den Umsatzkosten ausgewiesen. Wertaufholungen werden mit dem Werteverzehr saldiert.

Programmvermögen, wie beispielsweise Sportevents oder Newsformate, das zur einmaligen Ausstrahlung vorgesehen ist, sowie geleistete Anzahlungen auf Programmvermögen werden grundsätzlich als kurzfristiges Programmvermögen ausgewiesen.

Rückstellungen für drohende Verluste aus schwebenden Programmvermögensgeschäften werden gebildet, wenn die prognostizierten Erlöse nach heutiger Einschätzung der Gesellschaft die Kosten nicht decken werden. Die Bildung der Drohverlustrückstellungen erfolgt dabei unter Berücksichtigung genrebasierter Programmgruppen.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Wesentliche Bestandteile des Programmvermögens werden von großen Filmstudios in Form von Filmpaketen erworben. Sowohl die Erstbewertung der einzelnen Lizenzen dieser Filmpakete als auch die Folgebewertung des Programmvermögens basiert auf geschätzten Zuschauerreichweiten. Diese berücksichtigen die unterschiedliche Einsetzbarkeit des Programmvermögens und spiegeln abhängig von der Anzahl der relevanten Ausstrahlungen den erforderlichen Werteverzehr des Programmvermögens entsprechend wider.

23 / Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte

FINANZIELLE FORDERUNGEN UND VERMÖGENSWERTE in Mio Euro

	31.12.2019			31.12.2018		
	kurzfristig	langfristig	Summe	kurzfristig	langfristig	Summe
Aktive Vertragssalden	30	-/-	30	27	-/-	27
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	500	12	511	502	10	511
Summe Forderungen	530	12	541	529	10	538
Derivate	31	63	94	47	41	89
Beteiligungen	-/-	145	145	-/-	101	101
Wertpapiere	-/-	88	88	-/-	81	81
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	37	8	45	22	12	34
Summe finanzielle Vermögenswerte	67	304	371	69	234	304
Summe	597	316	913	598	244	842

In der Bilanz weist der Konzern die jeweiligen Nettopositionen aus Verträgen mit Kunden entweder als Forderung bzw. aktiven Vertragssaldo oder als passiven Vertragssaldo aus. Ein Vertrag mit Kunden wird als aktiver Vertragssaldo bzw. nach Rechnungsstellung als Forderung ausgewiesen, wenn die angefallenen Kosten und erfassten Gewinne abzüglich erfasster Verluste die erhaltenen Anzahlungen übersteigen. Im anderen Fall entsteht ein passiver Vertragssaldo aus Verträgen mit Kunden. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen enthalten auch Forderungen gegenüber nahestehenden Unternehmen. → [siehe Ziffer 36 „Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen“](#)

Bei den Derivaten handelt es sich überwiegend um Fremdwährungssicherungsgeschäfte mit positiven Marktwerten. → [siehe Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

In den Beteiligungen werden unter anderem die Minderheitsbeteiligungen, die der Konzern im Rahmen seiner „Media-for-Equity“-Strategie erwirbt, ausgewiesen. → [siehe Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Die Wertpapiere bestehen im Wesentlichen aus Venture Capital Fonds Investments in Höhe von 61 Mio Euro (Vorjahr: 56 Mio Euro). Daneben werden in dieser Position Anteile an Investmentfonds in Höhe von 26 Mio Euro (Vorjahr: 25 Mio Euro) ausgewiesen, die der Deckung der Pensionsverpflichtungen dienen, allerdings kein Planvermögen im Sinne des IAS 19 darstellen.

Die sonstigen finanziellen Vermögenswerte enthalten im Wesentlichen Erstattungsforderungen gegenüber Lieferanten, Forderungen aus Untermietverhältnissen sowie Kaufpreisforderungen im Rahmen von Beteiligungsveräußerungen.

Die folgende Tabelle gibt die Veränderungen der Wertberichtigungen auf den Bruttobestand an kurz- und langfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und an aktiven Vertragsalden aus Verträgen mit Kunden wieder:

WERTBERICHTIGUNGEN in Mio Euro

	2019	davon auf einzelwertberichtigte Forderungen ¹	2018	davon auf einzelwertberichtigte Forderungen ¹
Anfangsbestand 01.01.	45	41	37	34
Zuführung	30	26	31	29
Auflösung	- 6	- 6	- 9	- 8
Verbrauch	- 27	- 27	- 14	- 14
Änderung Konsolidierungskreis	2	2	- 1	- 1
Endbestand 31.12.	44	36	45	41

¹ Forderungen werden einzelwertberichtigt, wenn aufgrund eingeschränkter Zahlungsfähigkeit der Vertragspartei (z. B. infolge einer Insolvenz) bzw. einer Überfälligkeit von mehr als 90 Tagen der Erhalt der vollständigen Zahlung als unwahrscheinlich eingestuft wird.

Die Wertberichtigungen in der Tabelle enthalten die nach dem vereinfachten Modell des IFRS 9 ermittelten erwarteten Kreditverluste. Näheres zu diesem Modell findet sich in → [siehe Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#).

24 / Übrige Forderungen und Vermögenswerte

ÜBRIGE FORDERUNGEN UND VERMÖGENSWERTE in Mio Euro

	31.12.2019			31.12.2018		
	kurzfristig	langfristig	Summe	kurzfristig	langfristig	Summe
Abgrenzungsposten	22	0	23	22	-/-	22
Geleistete Vorauszahlungen	8	-/-	8	11	-/-	11
Sonstige	15	4	19	20	4	25
Summe übrige Forderungen und Vermögenswerte	46	4	50	53	4	57

In der Position „Sonstige“ sind unter anderem Umsatzsteuerforderungen sowie eine Vielzahl von unwesentlichen Einzelposten enthalten.

25 / Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente umfassen die in der folgenden Tabelle dargestellten Kategorien, wobei die Guthaben bei Kreditinstituten und die Anlagen in Termingeld eine Fälligkeit von bis zu drei Monaten zum Zeitpunkt der Anschaffung haben.

ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE in Mio Euro

	31.12.2019	31.12.2018
Bankguthaben	895	1.031
Termingeld	53	-/-
Kassenbestand und Schecks	2	0
Summe Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	950	1.031

Die Entwicklung der zahlungswirksamen und zahlungsunwirksamen Veränderungen finanzieller Schulden und damit in Verbindung stehender Vermögenswerte ist in folgender Tabelle dargestellt:

ENTWICKLUNG DER VERBINDLICHKEITEN AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN in Mio Euro

	01.01.2019	Zahlungs- wirksame Änderungen	Zahlungsunwirksame Änderungen				31.12.2019
			Zugänge Konsoli- dierungskreis	Veränderung des beizulegenden Zeitwerts	Auswirkungen von Wechselkurs- änderungen	Zugänge/ Sonstige	
VERBINDLICHKEITEN							
Langfristige Kreditverbindlichkeiten	3.189	-7	1	-/-	0	7	3.190
Kurzfristige Kreditverbindlichkeiten	5	-1	1	-/-	0	-/-	5
Leasingverbindlichkeiten	155	-42	22	-/-	1	36	171
Immobilienkredite	22	31	-/-	-/-	-/-	-5	48
Zinsderivate	11	0	-/-	5	-/-	-/-	16
FORDERUNGEN							
Finanzierungskosten RCF	4	-/-	-/-	-/-	-/-	-1	3
Zinsderivate	-/-	3	-/-	-/-	-/-	-/-	3
Total	3.379	-23	24	5	1	38	3.424

	01.01.2018	Zahlungs- wirksame Änderungen	Zahlungsunwirksame Änderungen				31.12.2018
			Zugänge Konsoli- dierungskreis	Veränderung des beizulegenden Zeitwerts	Auswirkungen von Wechselkurs- änderungen	Zugänge/ Sonstige	
VERBINDLICHKEITEN							
Langfristige Kreditverbindlichkeiten	3.180	7	0	-/-	0	1	3.189
Kurzfristige Kreditverbindlichkeiten	4	1	0	-/-	0	-/-	5
Leasingverbindlichkeiten	174	-40	20	-/-	0	-1	155
Immobilienkredite	-/-	1	-/-	-/-	-/-	22	22
Zinsderivate	13	0	-/-	-3	-/-	-/-	11
FORDERUNGEN							
Finanzierungskosten RCF	5	-/-	-/-	-/-	-/-	-1	4
Total	3.367	-31	21	-3	1	23	3.379

26 / Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt zum 31. Dezember 2019 233 Mio Euro (Vorjahr: 233 Mio Euro) mit einem auf die einzelne Aktie entfallenden anteiligen Betrag des Grundkapitals von 1,00 Euro. Zum 31. Dezember 2019 beträgt die Zahl der ausgegebenen Aktien somit 233.000.000 (Vorjahr: 233.000.000 Aktien), von denen die Gesellschaft 6.859.180 Aktien (Vorjahr: 6.919.513 Aktien) im Eigenbestand hält. → [siehe Abschnitt „Eigene Anteile“](#)

Die Kapitalrücklage beträgt 1.045 Mio Euro (Vorjahr: 1.043 Mio Euro). Sie besteht im Wesentlichen aus dem Agio aus der Ausgabe von Aktien im Geschäftsjahr 2016 und aus den Kapitalerhöhungen in den Geschäftsjahren 2004 und 1997.

Daneben wurden im Geschäftsjahr 2019 1 Mio Euro (Vorjahr: -14 Mio Euro) in Verbindung mit anteilsbasierten Vergütungen in der Kapitalrücklage erfasst. → [siehe Ziffer 35 „Anteilsbasierte Vergütung“](#)

Im kumulierten übrigen Eigenkapital der ProSiebenSat.1 Group in Höhe von 55 Mio Euro (Vorjahr: 36 Mio Euro) sind die Effekte (nach Steuern) aus dem Cashflow Hedge Accounting in Höhe von 50 Mio Euro (Vorjahr: 39 Mio Euro), aus der Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen in Höhe von 15 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro) sowie die erfolgsneutral zu erfassenden Effekte aus der Bewertung von Pensionsverpflichtungen in Höhe von minus 10 Mio Euro (Vorjahr: -7 Mio Euro) enthalten. Die Erhöhung im Vergleich zum Vorjahr ist im Wesentlichen auf Bewertungseffekte aus dem Cashflow Hedge Accounting und die Veränderung der Währungsumrechnung zurückzuführen.

Die im Laufe des Geschäftsjahres 2019 im kumulierten übrigen Eigenkapital erfassten Ergebnisse setzen sich wie folgt zusammen:

VERÄNDERUNG DES KUMULIERTEN ÜBRIGEN EIGENKAPITALS in Mio Euro

	2019			2018		
	vor Steuern	latente Steuern	nach Steuern	vor Steuern	latente Steuern	nach Steuern
Effekte aus Währungsumrechnung	12	-/-	12	17	-/-	17
Währungssicherungsgeschäfte	24	-7	17	47	-13	34
Zinssicherungsgeschäfte	-9	2	-6	1	0	1
Bewertung von Cashflow Hedges	15	-4	11	48	-13	34
Bewertungseffekte aus Pensionsverpflichtungen	-4	1	-3	-1	0	0
Summe im kumulierten übrigen Eigenkapital erfasster Ergebnisse	23	-3	20	65	-13	51

ANTEILE ANDERER GESELLSCHAFTER

An den vollkonsolidierten Tochterunternehmen sind neben der ProSiebenSat.1 Group außer an der NuCom Group keine anderen Gesellschafter in wesentlichem Ausmaß beteiligt. In der Gesellschaft ist das Segment „Commerce“ gebündelt. Seit dem 4. April 2018 hält die General Atlantic einen nicht-beherrschenden Anteil von 25,1 Prozent. Dieser Anteil erhöhte sich im ersten Quartal 2019 auf 28,4 Prozent. → siehe Ziffer 5 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“ Nachfolgend werden die zusammengefassten Finanzinformationen in Übereinstimmung mit den IFRS dargestellt. Diese Darstellung basiert auf Angaben vor Intra-Group-Eliminierung:

FINANZINFORMATIONEN ZU WESENTLICHEN ANTEILEN ANDERER GESELLSCHAFTER

in Mio Euro

	31.12.2019	31.12.2018 angepasst
Langfristige Vermögenswerte	1.497	1.362
Kurzfristige Vermögenswerte	295	297
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	321	312
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	317	289
Nettovermögen	1.154	1.057
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Nettovermögen	219	177
	2019	01.04.-31.12.2018
Umsatzerlöse	965	626
Ergebnis vor Steuern	48	27
Periodenergebnis	33	16
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Periodenergebnis	-3	0
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Periodenergebnis	36	16
Sonstiges Gesamtergebnis	3	0
Gesamtergebnis	39	15
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Gesamtergebnis	-2	0
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Gesamtergebnis	38	16
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-35	-56

Da die ProSiebenSat.1 Group eine Vorzugsaktie an der NuCom Group hält, erfolgt die Aufteilung des Nettovermögens und des Periodenergebnisses disproportional zum Anteil am Kapital.

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

Zum 31. Dezember 2019 betragen die Anteile anderer Gesellschafter an vollkonsolidierten Tochterunternehmen 229 Mio Euro (Vorjahr: 187 Mio Euro). Hiervon entfallen 219 Mio Euro (Vorjahr: 177 Mio Euro) auf die Anteile von General Atlantic an der NuCom Group. Der Restbetrag von 11 Mio Euro (Vorjahr: 10 Mio Euro) setzt sich aus diversen individuell unwesentlichen Beträgen zusammen.

Insbesondere bei der NuCom Group bestehen einige vertraglich fixierte Schutzrechte nicht beherrschender Gesellschafter (unter anderem im Zusammenhang mit der Veräußerung wesentlicher Vermögenswerten), welche die Möglichkeit des Konzerns, Zugang zu Vermögenswerten von Tochterunternehmen zu erlangen oder diese zu verwenden maßgeblich beschränken können.

SONSTIGES EIGENKAPITAL

Zum 31. Dezember 2019 beträgt das sonstige Eigenkapital minus 236 Mio Euro (Vorjahr: -246 Mio Euro). Die Veränderung resultiert im Wesentlichen aus der Erhöhung der Stimmrechtsanteile an Marketplace. In diesem Zusammenhang hat sich der Anteil von General Atlantic an der Nucom Group erhöht. → [siehe Ziffer 5 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#). Insgesamt beträgt der Effekt aus dieser Transaktion im sonstigen Eigenkapital 14 Mio Euro.

Im Vorjahr führten folgende Transaktionen zu Effekten im sonstigen Eigenkapital: Erwerb von 25,1 Prozent an der Silvertours GmbH (-50 Mio Euro), Erwerb von 44,2 Prozent der Anteile an der 7Love Holding GmbH (-153 Mio Euro), Verkauf von 25,1 Prozent der Anteile an der NuCom Group an General Atlantic (106 Mio Euro).

GEWINNVERWENDUNG

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 12. Juni 2019 die Ausschüttung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2018 in Höhe von 1,19 Euro je Aktie beschlossen. Die Gesamtsumme der Dividendenzahlung betrug 269 Mio Euro und wurde am 17. Juni 2019 ausgezahlt. Diese Auszahlung reflektiert die im Jahr 2018 kommunizierte Dividendenpolitik, die eine Ausschüttung in Höhe von 50 Prozent des adjusted net income vorsieht.

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
Vortrag auf neue Rechnung	262.213.512
Bilanzgewinn ProSiebenSat.1 Media SE	454.433.209

Die Ausschüttung ist abhängig von der Zustimmung der Hauptversammlung am 10. Juni 2020. Der endgültige Ausschüttungsbetrag wird dabei von der Anzahl der im Zeitpunkt des Gewinnverwendungsbeschlusses dividendenberechtigten Aktien bedingt, welche sich in Abhängigkeit vom Bestand eigener Aktien der Gesellschaft, die gemäß § 71b AktG nicht dividendenberechtigt sind, bis zum Tag der Hauptversammlung noch verändern können.

GENEHMIGTES KAPITAL

Aufgrund eines Beschlusses der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 wurde ein 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. Die neuen Aktien sind ab dem 1. Januar 2016 dividendenberechtigt.

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, 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 („Ermächtigung 2019“). 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 die Ermächtigung 2019 die bisherige Ermächtigung der Hauptversammlung vom 21. Mai 2015, die am 20. Mai 2020 ausgelaufen wäre (die „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.

Darüber hinaus wurden im Geschäftsjahr 2019 im Rahmen des Mitarbeiteraktienprogrammes „myShares“ 60.333 (Vorjahr: 37.231) eigene Aktien ausgegeben. Insgesamt verringerte sich die Anzahl der eigenen Aktien von 6.919.513 zum 31. Dezember 2018 auf 6.859.180 zum 31. Dezember 2019.

ANGABEN ZUM KAPITALMANAGEMENT

Als Instrumente zur Kapitalsteuerung stehen der ProSiebenSat.1 Group grundsätzlich Eigenkapitalmaßnahmen, Dividendenzahlungen an Anteilseigner, Aktienrückkäufe und Fremdfinanzierungsmaßnahmen zur Verfügung.

Das Kapitalmanagement der ProSiebenSat.1 Group verfolgt das Ziel, langfristig die Unternehmensfortführung zu sichern und angemessene Renditen für die Anteilseigner zu erwirtschaften. Hierbei wird Änderungen der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie Risiken aus den zugrunde liegenden Geschäftsaktivitäten Rechnung getragen. Für die ProSiebenSat.1 Group ist es weiterhin wichtig, sowohl den uneingeschränkten Kapitalmarktzugang zu verschiedenen Fremdfinanzierungsmitteln als auch die Bedienung der Finanzverbindlichkeiten sicherzustellen.

Im Rahmen des aktiven Fremdkapitalmanagements wird insbesondere der Verschuldungsgrad, als Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA (zur Definition → [siehe Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“](#)) der letzten zwölf Monate gemessen, sowie der Kapital- und Liquiditätsbedarf und die zeitliche Kongruenz von Refinanzierungsmaßnahmen gesteuert.

Die Kapitalstruktur der ProSiebenSat.1 Group stellt sich zum Bilanzstichtag wie folgt dar:

KAPITALSTRUKTUR in Mio Euro

	31.12.2019	31.12.2018
Eigenkapital	1.288	1.070
Anteil am Gesamtkapital	19,5 %	16,5 %
Finanzverbindlichkeiten gesamt	3.195	3.194
Anteil am Gesamtkapital	48,3 %	49,4 %
Verschuldungsgrad	2,6	2,1
Gesamtkapital (Bilanzsumme)	6.618	6.468

Weitere Informationen zum Finanzmanagement der ProSiebenSat.1 Group sind im Kapitel [→ „Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur“](#) des Konzernlageberichts aufgeführt.

27 / Rückstellungen für Pensionen

Die Pensionsrückstellungen wurden für Verpflichtungen gegenüber aktiven und ehemaligen Mitgliedern des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE sowie deren Hinterbliebene gebildet. Für die Berechnung wurden die Heubeck-Richttafeln 2018 herangezogen. Die Versorgungsverträge sehen Leistungen nach Erreichen der vertraglichen Altersgrenze, bei dauerhafter Arbeitsunfähigkeit und nach Tod des Begünstigten vor. Die Leistungen können als lebenslange Rente, in mehreren Jahresraten oder einmalig gewährt werden.

Bei der Berechnung der Aufwendungen aus Pensionen berücksichtigt die ProSiebenSat.1 Media SE den geplanten Dienstzeitaufwand und die Aufzinsung der Pensionsverpflichtung. Die Veränderung des Anwartschaftsbarwerts der leistungsorientierten Verpflichtung ergibt sich wie folgt:

ANWARTSCHAFTSBARWERT in Mio Euro

	2019	2018
Anwartschaftsbarwert 1. Januar	28	27
Dienstzeitaufwand	1	1
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand ¹	0	1
Zinsaufwand	0	1
Summe der im Gewinn oder Verlust erfassten Beträge	2	3
Neubewertungen:		
Versicherungsmathematische Verluste aus Änderungen der finanziellen Annahmen	4	0
Versicherungsmathematische Verluste aus erfahrungsbedingte Anpassungen	0	1
Summe der sonstigen im Eigenkapital erfassten Beträge	4	1
Pensionszahlungen	-2	-2
Abgeltungen von Versorgungsanwartschaften	-1	-/-
Anwartschaftsbarwert 31. Dezember	31	28

¹ Der nachzuverrechnende Dienstzeitaufwand enthält im Wesentlichen Entgeltumwandlungen von Bonusansprüchen in Pensionsansprüche.

Bei der Berechnung kamen die folgenden Parameter zur Anwendung:

ÜBERSICHT BEWERTUNGSPARAMETER

	2019	2018
Diskontierungszins	1,1 %	2,3 %
Gehaltstrend	0,0 %	0,0 %
Rententrend	1,0 %	1,0 %

Einer der wesentlichen Einflussfaktoren auf die Höhe der Pensionsverpflichtungen zum Periodenende ist der zugrunde gelegte Diskontierungszinssatz. Eine zum Stichtag bei vernünftiger Betrachtung für möglich gehaltene

Änderung um +/- 0,5 Prozent würde nicht zu einer wesentlichen Änderung der bilanzierten Pensionsverpflichtung bzw. der in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Beträge führen.

Die gewichtete Duration der Pensionsverpflichtung beträgt im Durchschnitt 12,7 Jahre bis zum Renteneintrittsalter. Im Geschäftsjahr 2019 wurden Pensionszahlungen an rentenberechtigte ehemalige Mitglieder des Vorstands in Höhe von 1,9 Mio Euro (Vorjahr: 2,3 Mio Euro) geleistet. Darin enthalten sind Pensionszahlungen in Höhe von 0,5 Mio Euro (Vorjahr: 0,7 Mio Euro), die sich aus Entgeltumwandlungen von Bonusansprüchen in Pensionsansprüche ergeben. Im Zusammenhang mit dem Ausscheiden von Dr. Jan Kemper, Vorstand Finanzen & Commerce, und Sabine Eckhardt, Vorstand Vertrieb & Marketing, aus dem Vorstand im März bzw. April 2019 wurden Pensionsansprüche in Höhe von insgesamt 1,0 Mio Euro ausbezahlt. Damit sind sämtliche Ansprüche aus den entsprechenden Versorgungsverträgen abgegolten. Das ehemalige Vorstandsmitglied Axel Salzmann hat im Geschäftsjahr 2019 das Wahlrecht zur Umwandlung seiner angesammelten Versorgungsansprüche in eine Einmalzahlung ausgeübt. In diesem Zusammenhang zahlte das Unternehmen an Axel Salzmann im Geschäftsjahr 2019 einen Betrag von 1,2 Mio Euro. Mit dieser Zahlung sind sämtliche Ansprüche aus dem Versorgungsvertrag abgegolten. In den Auszahlungen des Vorjahrs ist eine Zahlung von 1,9 Mio Euro an den ehemaligen Vorstand Guillaume de Posch enthalten, mit welcher dessen Ansprüche vollständig abgegolten sind. Die für die Folgejahre erwarteten Zahlungen sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

ERWARTETE PENSIONSZAHLUNGEN in Mio Euro

	2020	2021	2022	2023	2024
Erwartete Pensionszahlungen	0,8	1,1	0,9	1,6	1,6
davon aus Entgeltumwandlungen	0,6	0,2	0,2	0,2	0,2

Die für das Geschäftsjahr 2020 erwarteten Zahlungen für den Erwerb von Anteilen an Investmentfonds zur Deckung der Pensionsverpflichtungen betragen für die leistungsorientierten Pensionspläne 0,7 Mio Euro. Diese gehaltenen Investmentfonds qualifizieren nicht als Planvermögen zur Saldierung der Pensionsverpflichtung, sondern werden separat als finanzielle Vermögenswerte ausgewiesen und erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bilanziert. → siehe Ziffer 23 „Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte“

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Versicherungsmathematische Bewertungen beruhen auf wesentlichen Annahmen, unter anderem zu Abzinsungssätzen, erwarteten Gehalts- und Rententrends sowie Sterblichkeitsraten. Die angesetzten Abzinsungssätze werden auf Grundlage der Renditen bestimmt, die am Ende des Berichtszeitraums für hochrangige Unternehmensanleihen mit entsprechender Laufzeit und Währung erzielt werden. Falls solche Renditen nicht verfügbar sind, basieren die Abzinsungssätze auf Renditen von Staatsanleihen. Aufgrund sich ändernder Markt-, Wirtschafts- und sozialer Bedingungen können die zugrunde gelegten Annahmen von der tatsächlichen Entwicklung abweichen.

28 / Sonstige Rückstellungen

SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN in Mio Euro

	Stand 01.01.2019	Zuführung	Verbrauch	Auflösung	Veränderung Konsolidierungskreis	Stand 31.12.2019
Drohverlustrückstellungen	195	5	- 84	- 23	0	93
davon kurzfristig	98					52
Rückstellungen aus dem laufenden Geschäftsbetrieb	23	21	- 17	- 4	-/-	22
davon kurzfristig	23					22
Rückstellungen für Leistungen an Arbeitnehmer	26	5	- 12	- 3	0	16
davon kurzfristig	13					5
Übrige Rückstellungen	66	19	- 7	- 16	1	63
davon kurzfristig	64					61
Summe	309	50	- 121	- 45	1	195

Die Rückstellungen setzen sich zusammen aus kurzfristigen Rückstellungen in Höhe von 140 Mio Euro (Vorjahr: 198 Mio Euro) und langfristigen Rückstellungen in Höhe von 55 Mio Euro (Vorjahr: 111 Mio Euro).

Die ProSiebenSat.1 Group erwartet für den überwiegenden Anteil der langfristigen Rückstellungen, dass sie in der Regel innerhalb der nächsten fünf Jahre zahlungswirksam werden.

Die Rückstellungen für Drohverluste betreffen mit 87 Mio Euro (Vorjahr: 186 Mio Euro) das Programmvermögen. Im Wesentlichen sind in der aktuellen Berichtsperiode als auch in der Vorjahresperiode Drohverlustrückstellungen im Zusammenhang mit der strategischen Neuausrichtung des Programmvermögens (→ siehe Ziffer 22 „Programmvermögen“) enthalten. Im Rahmen dieser strategischen Neuausrichtung wurde im Geschäftsjahr 2018 für drohende Verluste im Zusammenhang mit der zukünftigen Abnahme von Programmvermögen eine Drohverlustrückstellung in Höhe von 176 Mio Euro erfasst (davon 168 Mio Euro aus der Transaktion mit Joyn). → siehe Ziffer 22 „Programmvermögen“ Im Geschäftsjahr 2019 sind von den Drohverlustrückstellungen für Programmvermögen 81 Mio Euro verbraucht, hiervon entfallen 75 Mio Euro auf die strategische Neuausrichtung. Aufgrund von entfallenen Abnahmeverpflichtungen sind in der Berichtsperiode Drohverlustrückstellungen in Höhe von 23 Mio Euro aufgelöst worden.

Die Rückstellungen aus dem laufenden Geschäftsbetrieb beziehen sich auf Vertragsbeziehungen mit Kunden und enthalten insbesondere Verbindlichkeiten aus Rückerstattungsverpflichtungen, die aufgrund von Schätzunsicherheiten bezüglich ihrer Höhe unter den sonstigen Rückstellungen ausgewiesen werden. Die Rückstellungen für Leistungen an Arbeitnehmer beinhalten vor allem Verpflichtungen für variable Vergütungen für Mitglieder des Vorstandes sowie ausgewählte weitere Führungskräfte.

Die übrigen Rückstellungen setzen sich zum 31. Dezember 2019 sowie zum Vorjahresstichtag wie folgt zusammen:

ÜBRIGE RÜCKSTELLUNGEN in Mio Euro

	31.12.2019	31.12.2018
Rückstellungen für Steuerzinsen	26	31
Rückstellungen für Zusatzvergütungen von Bestsellerberechtigten	11	10
Rückstellungen für Umsatzsteuer	7	6
Rückstellungen für Prozesskosten	5	3
Rückstellungen für Restrukturierungen	4	8
sonstige Rückstellungen	11	8
Summe	63	66

Effekte aus der Aufzinsung der Rückstellungen sind im Geschäftsjahr 2019 mit 1 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) berücksichtigt.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Der Ansatz und die Bewertung von Rückstellungen erfolgen auf Basis der Einschätzung bezüglich Höhe und Wahrscheinlichkeit des künftigen Abflusses von Ressourcen sowie anhand von Erfahrungswerten und den zum Bilanzstichtag bekannten Umständen. Zur Beurteilung der Rückstellungshöhe werden neben der Sachverhaltsbeurteilung und den geltend gemachten Ansprüchen im Einzelfall auch die Ergebnisse vergleichbarer Sachverhalte herangezogen sowie Annahmen über Eintrittswahrscheinlichkeiten und Bandbreiten möglicher Inanspruchnahmen getroffen. Insbesondere Rückstellungen für drohende Verluste und Rechtstreitigkeiten beruhen hinsichtlich ihrer Höhe und Eintrittswahrscheinlichkeit in erheblichem Maße auf Einschätzungen des Managements. Der Beurteilung, ob eine gegenwärtige Verpflichtung vorliegt, liegen in der Regel Expertisen interner bzw. externer Sachverständiger zugrunde. Aufgrund neuerer Informationen können sich die Einschätzungen ändern und die tatsächlichen Belastungen können die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group beeinflussen.

29 / Finanzielle Verbindlichkeiten

FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN in Mio Euro

	kurzfristig	langfristig	Gesamt 31.12.2019
Darlehen und Kredite	5	2.092	2.098
Anleihe	-/-	599	599
Schuldscheindarlehen	-/-	499	499
Summe Finanzverbindlichkeiten	5	3.190	3.195
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	667	79	746
Abgegrenzte Zinsen	15	-/-	15
Leasingverbindlichkeiten	37	134	171
Immobilienkredite	1	47	48
Verbindlichkeiten aus Derivaten	2	16	18
Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	36	130	166
Verbindlichkeiten gegenüber Verwertungsgesellschaften	10	-/-	10
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	15	3	18
Summe sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	116	329	445
Summe finanzielle Verbindlichkeiten	789	3.597	4.386
	kurzfristig	langfristig	Gesamt 31.12.2018
Darlehen und Kredite	5	2.093	2.098
Anleihe	-/-	598	598
Schuldscheindarlehen	-/-	499	499
Summe Finanzverbindlichkeiten	5	3.189	3.194
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	550	53	602
Abgegrenzte Zinsen	14	-/-	14
Leasingverbindlichkeiten	63	91	155
Immobilienkredite	1	22	22
Verbindlichkeiten aus Derivaten	5	19	23
Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	95	217	312
Verbindlichkeiten gegenüber Verwertungsgesellschaften	13	-/-	13
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	9	-/-	9
Summe sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	200	349	548
Summe finanzielle Verbindlichkeiten	755	3.590	4.345

Unter den langfristigen Darlehen und Krediten wird ein endfälliges Darlehen (Term Loan) ausgewiesen, dessen Nominalvolumen sich zum 31. Dezember 2019 auf 2.100 Mio Euro (Vorjahr: 2.100 Mio Euro) beläuft. Die Bewertung dieser finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten mit der Effektivzinsmethode führt zu einem Bilanzansatz zum 31. Dezember 2019 von 2.090 Mio Euro (Vorjahr: 2.084 Mio Euro).

Die Kreditvereinbarung umfasst ebenfalls eine revolvingierende Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro (Vorjahr: 750 Mio Euro), die zum 31. Dezember 2019, ebenso wie zum Vorjahresstichtag, nicht in Anspruch genommen wurde. Das Darlehen und die Kreditfazilität haben eine Laufzeit bis April 2023 (151 Mio Euro Term Loan und 74 Mio Euro RCF) beziehungsweise bis April 2024 (1.949 Mio Euro Term Loan und 676 Mio Euro RCF). → [siehe auch Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Zudem besteht eine Anleihe im Volumen von 600 Mio Euro mit einem Kupon von 2,625 Prozent und einer Fälligkeit im April 2021. Sie ist am regulierten Markt der Luxemburger Börse (ISIN DE000A11QFA7) notiert. → [siehe auch Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#) Die Bewertung dieser finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten mit der Effektivzinsmethode führt zu einem Bilanzansatz zum 31. Dezember 2019 von 599 Mio Euro (Vorjahr: 598 Mio Euro).

Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Media SE im Geschäftsjahr 2016 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. → [siehe auch Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50,0 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control“) haben die Gläubiger aller Instrumente das Recht zu kündigen und Rückzahlung zu verlangen.

Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen enthalten auch Verbindlichkeiten gegenüber nahestehenden Unternehmen. → [siehe Ziffer 36 „Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen“](#)

Die Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten resultieren aus Akquisitionen des Geschäftsjahres und der Vorjahre. → [siehe Ziffer 5 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#) und → [siehe Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Für die Finanzverbindlichkeiten wurden keine Pfandrechte oder ähnliche Sicherheiten gestellt.

30 / Übrige Verbindlichkeiten

ÜBRIGE VERBINDLICHKEITEN in Mio Euro

	31.12.2019		31.12.2018	
	kurzfristig	langfristig	kurzfristig	langfristig
Abgrenzungsposten und erhaltene Anzahlungen	113	-/-	100	-/-
Verpflichtungen aus Erlebnisgutscheinen	68	-/-	67	-/-
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern	61	-/-	79	-/-
Verbindlichkeiten aus Umsatzsteuer	29	-/-	41	-/-
Verbindlichkeiten aus ausstehenden Werbeleistungen	17	8	7	-/-
Verbindlichkeiten aus Urlaubsansprüchen	16	-/-	16	-/-
Verbindlichkeiten aus sonstigen Steuern	16	-/-	20	-/-
Verbindlichkeiten aus Nachrabattierung	13	-/-	14	-/-
Passive Vertragssalden aus dem Lizenzgeschäft	4	1	1	2
Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit	3	-/-	2	-/-
Sonstige	16	5	16	4
Summe	357	15	362	6

Die Abgrenzungsposten und erhaltenen Anzahlungen setzen sich im Wesentlichen aus erhaltenen Anzahlungen sowie Abgrenzungen für Vermarktungsrechte, Verbindlichkeiten gegenüber den Medienagenturen und sonstigen Abgrenzungen zusammen. Der Anstieg in den Verbindlichkeiten aus ausstehenden Werbeleistungen liegt in dem Erwerb der Anteile an der Friday im Rahmen einer Media-for-Equity-Transaktion begründet. → [siehe Ziffer 5 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#)

SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

31 / Eventualverbindlichkeiten

Wesentliche Rechtsstreitigkeiten, in die die ProSiebenSat.1 Media SE und/oder von der ProSiebenSat.1 Media SE kontrollierte Unternehmen als Beklagte involviert sind, werden nachfolgend dargestellt:

- **Auskunfts- und Schadensersatzklage der RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG und El Cartel Media GmbH & Co. KG gegen die SevenOne Media GmbH sowie die Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH, ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH und die (mittlerweile aus dem Konzern ausgeschiedene) N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH, anhängig vor dem Landgericht Düsseldorf seit dem 10. November 2008:** Die Klägerinnen machen Auskunfts- und Schadensersatzansprüche im Zusammenhang mit der Vermarktung von Werbezeiten durch die SevenOne Media GmbH geltend. Das mit Beschluss des Landgerichts vom 13. April 2012 in Auftrag gegebene externe Gutachten liegt der ProSiebenSat.1 Group seit Februar 2018 vor. Der Gutachter kommt zu dem Schluss, dass keine statistisch fundierten Indizien für eine positive Schadenswahrscheinlichkeit vorliegen. Wir halten dieses Ergebnis für zutreffend und sind der Auffassung, dass die Klage daher abweisungsreif ist. Die Klägerinnen haben einen Befangenheitsantrag gegen den Gutachter gestellt und seine Schlussfolgerungen bestritten. Eine Entscheidung des Gerichts steht noch aus, zudem wären anschließend Rechtsmittel möglich. Der Ausgang des Verfahrens ist somit weiterhin nicht prognostizierbar. Insoweit wurde zum 31. Dezember 2019 keine Rückstellung gebildet.
- **Ansprüche auf Zahlung von Bestsellernachvergütung gegen Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group:** Auf Basis von § 32a UrhG können Urheber von besonders erfolgreichen TV-Sendungen Ansprüche gegen Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group geltend machen. Die Sendergruppe hat zwischenzeitlich mit fünf Verbänden (Regie, Kamera, Drehbuchautoren, Schauspiel und Schnitt) sogenannte „Gemeinsame Vergütungsregeln“ (§ 36 UrhG) vereinbart, nach deren Maßgabe an Regisseure, Kameramänner, Drehbuchautoren, Schauspieler und Filmeditoren eine zusätzliche Vergütung gezahlt wird, wenn TV-Movies oder TV-Serien bestimmte Zuschauerreichweiten erreichen.

Für diesen Themenkomplex wurden zum 31. Dezember 2019 insgesamt 11 Mio Euro als Rückstellung passiviert (Vorjahr: 10 Mio Euro), die auf bestmöglicher Schätzung der Nachvergütungen beruhen, welche voraussichtlich auf Grundlage der bereits abgeschlossenen sowie der sich aktuell in fortgeschrittenen Verhandlungen befindenden Gemeinsamen Vergütungsregeln zu leisten sein werden. Der Rückstellungsbetrag berücksichtigt darüber hinaus auch die Risiken im Hinblick auf die noch nicht abschließend geklärte umsatzsteuerliche Behandlung der Bestsellervergütungen. Es ist möglich, dass weitere Urheber weitere berechnete Ansprüche nach § 32a UrhG geltend machen, die nicht durch die genannten „Gemeinsame Vergütungsregeln“ abgedeckt sind (zum Beispiel auch für andere Programmgenre). Eine verlässliche Einschätzung der Auswirkungen auf unsere Ergebnisentwicklung ist derzeit nicht möglich.

Darüber hinaus sind die ProSiebenSat.1 Media SE und von ihr kontrollierte Unternehmen Beklagte bzw. Beteiligte in weiteren gerichtlichen und schiedsgerichtlichen Klageverfahren und behördlichen Verfahren. Diese Verfahren haben auf Basis des heutigen Kenntnisstandes keinen bedeutenden Einfluss auf die wirtschaftliche Lage der ProSiebenSat.1 Group.

32 / Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Neben den in der Bilanz erfassten Verbindlichkeiten bestehen außerbilanzielle sonstige finanzielle Verpflichtungen.

Bei den angegebenen Werten handelt es sich um undiskontierte Nominalbeträge.

SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN in Mio Euro

	31.12.2019	31.12.2018
Fällig innerhalb eines Jahres	599	718
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	1.606	1.769
Fällig nach mehr als fünf Jahren	327	444
Einkaufsobligo für Programmvermögen	2.532	2.931
Fällig innerhalb eines Jahres	62	63
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	107	127
Fällig nach mehr als fünf Jahren	9	13
Distribution	177	204
Fällig innerhalb eines Jahres	3	4
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	24	9
Fällig nach mehr als fünf Jahren	48	3
Leasing- und Mietverpflichtungen	75	16
Fällig innerhalb eines Jahres	170	126
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	119	42
Fällig nach mehr als fünf Jahren	5	5
Übrige finanzielle Verpflichtungen	294	173
Summe	3.078	3.325

Das Einkaufsobligo für Programmvermögen resultiert aus vor dem 31. Dezember 2019 abgeschlossenen Verträgen für den Erwerb von Film- und Serienlizenzen sowie Auftragsproduktionen. Ein Großteil der Verträge ist in US-Dollar abgeschlossen.

Unter der Position Distribution werden finanzielle Verpflichtungen aus Satelliten-Dienstleistungen, Verpflichtungen aus Verträgen über terrestrische Nutzung und Kabeleinspeisungsgebühren ausgewiesen. Bei den zugrundeliegenden Verträgen handelt es sich nicht um Leasingverhältnisse im Sinne des IFRS 16.

Der Anstieg der Leasing- und Mietverpflichtungen um 59 Mio Euro auf 75 Mio Euro ist im Wesentlichen im Abschluss neuer Leasingverträge begründet, bei denen die Nutzung der vertragsgegenständlichen Mietobjekte zum Stichtag noch nicht begonnen hat.

In den übrigen finanziellen Verpflichtungen sind Finanzierungszusagen seitens des Konzerns gegenüber seinem Gemeinschaftsunternehmen Joyn enthalten. → [siehe Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

33 / Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten

Die ProSiebenSat.1 Group ist im Rahmen ihrer laufenden Geschäftstätigkeit und aufgrund ihrer Fremdfinanzierung verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Diese Risiken werden im Rahmen des Finanzrisikomanagements vom zentralen Treasury gesteuert. Ziele des Finanzrisikomanagements sind die Sicherung der jederzeitigen Zahlungsfähigkeit und die risikoadäquate Steuerung der Marktpreisrisiken. Die zur Steuerung der Marktpreisrisiken eingesetzten derivativen Finanzinstrumente dienen ausschließlich der Risikoabsicherung und werden nicht zu Spekulationszwecken verwendet. Für eine aussagekräftige und ökonomisch sachgerechte Abbildung der Ergebniseffekte aus Zins- und Währungssicherungsmaßnahmen nutzt die ProSiebenSat.1 Group weitgehend die Möglichkeit zur Bildung von Sicherungsbeziehungen (Hedge Accounting).

Die Grundsätze, Aufgaben und Zuständigkeiten des Finanzrisikomanagements sind in der internen Konzernfinanzrichtlinie der ProSiebenSat.1 Group geregelt. Es findet eine monatliche Risikoberichterstattung an den Vorstand statt.

Die nachfolgend erläuterten Risiken wurden als wesentlich identifiziert und werden laufend bewertet. Die ProSiebenSat.1 Group sieht sich nach Berücksichtigung von Sicherungsaktivitäten keinen wesentlichen Risikokonzentrationen ausgesetzt.

ZINSRISIKEN

Unter Zinsrisiko versteht die ProSiebenSat.1 Group das Risiko steigender Finanzierungskosten durch einen Anstieg des Zinsniveaus. Die ProSiebenSat.1 Group ist durch ihre variabel verzinslichen finanziellen Verbindlichkeiten einem Zinsrisiko ausgesetzt. Diese umfassen ein endfälliges Darlehen (Term Loan), dessen Nominalvolumen sich zum 31. Dezember 2019 auf 2.100 Mio Euro (Vorjahr: 2.100 Mio Euro) beläuft, und eine revolvingende Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen zum Bilanzstichtag in Höhe von 750 Mio Euro (Vorjahr: 750 Mio Euro). Die RCF wurde im Geschäftsjahr 2019 nicht in Anspruch genommen. Der Konzern hat im April 2019 den überwiegenden Teil der syndizierten Kreditvereinbarung um ein Jahr bis April 2024 verlängert. Der nicht verlängerte Anteil des Term Loans (151 Mio Euro) und der RCF (74 Mio Euro) haben weiterhin eine Laufzeit bis April 2023. Die Verzinsung des Term Loans und der RCF erfolgen variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge. Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Group drei syndizierte Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro begeben (→ siehe Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“), wovon eine Tranche in Höhe von 50 Mio Euro ebenfalls variabel auf Basis von Euribor-Geldmarktkonditionen verzinst wird.

Das Zinsrisiko aus variabel verzinslichen finanziellen Verbindlichkeiten sichert die ProSiebenSat.1 Group über Zinsswaps und Zinsoptionen ab. Bei Zinsswaps werden variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen getauscht. Dadurch werden die zukünftigen variablen und somit der Höhe nach unsicheren Zinszahlungen kompensiert und durch fixe Zinszahlungen ersetzt. Der Marktwert von Zinsswaps wird durch Abzinsung der erwarteten zukünftigen Zahlungsströme ermittelt. Bei den Zinsoptionen erwirbt die ProSiebenSat.1 Group als Käufer das Recht, aber nicht die Verpflichtung, zukünftige variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen zu tauschen. Dadurch werden die zukünftigen variablen Zinszahlungen kompensiert und durch fixe Zinszahlungen ersetzt, wenn dies für die ProSiebenSat.1 Group vorteilhaft ist. Für dieses Recht muss grundsätzlich eine Optionsprämie gezahlt werden. Die Berechnung der Marktwerte der Zinsoptionen erfolgt auf Grundlage eines marktgängigen Optionspreismodells. Bei der Verwendung anderer Bewertungsmethoden kann es zu Abweichungen kommen. Da die Zinsderivate ausschließlich der Absicherung des bestehenden Zinsrisikos dienen, besteht keine Intention einer vorzeitigen Glattstellung.

Soweit erwartet werden kann, dass die Zinsswaps während ihrer Laufzeit die zinsinduzierten Änderungen der Zahlungsströme aus den variabel verzinslichen Darlehen in einem hinreichend hohen Maße ausgleichen werden, werden sie als Sicherungsinstrumente in einem Cashflow-Hedge designiert. Die Effektivitätsmessung erfolgt über die hypothetische Derivate-Methode, bei der die Marktwertänderungen des Sicherungsinstruments ins Verhältnis gesetzt werden zu den Marktwertänderungen eines „perfekten“, d. h. die zinsinduzierten Zahlungsstromänderungen vollständig ausgleichenden, hypothetischen Derivats. Da die Sicherungsinstrumente und die gesicherten Zinszahlungen in Bezug auf die Nominalbeträge, die gesicherten Zinssätze, die Laufzeiten und die Zahlungstermine übereinstimmen und da die ProSiebenSat.1 Group unter Anwendung der Neuregelung des IAS 39 für Zwecke der Effektivitätsmessung potentielle Cashflow-Effekte aus der Reform internationaler Referenzzinssätze wie dem Euribor für die Dauer der Sicherungsbeziehung ausblendet, kann Hedge-Ineffektivität nur aus den Kreditrisikoänderungen des Sicherungsinstruments entstehen. Falls die Marktwertänderung des Sicherungsinstruments (einschließlich der Kreditrisikoänderung) größer ausfällt als die Marktwertänderung des hypothetischen Derivats, wird der überschüssige Betrag sofort erfolgswirksam als Hedge Ineffektivität erfasst. Der übrige, effektive Teil wird zunächst in die Cashflow-Hedge-Rücklage im Eigenkapital eingestellt und erst, wenn die gesicherte Zinszahlung die Gewinn- und Verlustrechnung berührt, erfolgswirksam erfasst.

Bei den Zinsoptionen handelt es sich um freistehende Sicherungsgeschäfte, welche nicht im Rahmen des Hedge Accounting berücksichtigt werden.

Zum 31. Dezember 2019 sind unverändert zum Vorjahr Zinsswaps über 500 Mio Euro und Zinsoptionen über 1.600 Mio Euro zur Sicherung des Zinsrisikos bis 2020 im Bestand. Für die Zinsswaps, die als „Plain-Vanilla-Instrumente“ ohne eine Zinsuntergrenze ausgestattet sind, hält die ProSiebenSat.1 Group wie im Vorjahr weitere Zinsoptionen im Volumen von 500 Mio Euro, um das Risiko aus dem herrschenden Negativzinsumfeld zu begrenzen. Die Zinsswaps waren ursprünglich als Sicherungsinstrumente in einem Cashflow-Hedge designiert, aber die Entwicklung der Zinsen in den negativen Bereich und eine damit verbundene höhere Hedge-Ineffektivität führten im Geschäftsjahr 2016 dazu, dass die zu diesem Zeitpunkt im Bestand befindlichen Zinsswaps nicht länger

für eine Bilanzierung als Cashflow-Hedge qualifizierten. Die bilanzielle Sicherungsbeziehung wurde daraufhin aufgelöst. Infolgedessen wird der bis zur Beendigung in der Cashflow-Hedge-Rücklage aufgelaufene Bewertungsverlust aus diesen Instrumenten über die ursprüngliche Laufzeit amortisiert und die vormaligen Sicherungsinstrumente seit dem Zeitpunkt der Beendigung erfolgswirksam bewertet.

Daneben hält die ProSiebenSat.1 Group wie im Vorjahr weitere Zinsswaps mit einem Nominalvolumen in Höhe von insgesamt 1.000 Mio Euro, die das Euribor-Zinsrisiko im Zeitraum bis 2024 absichern und als Sicherungsinstrumente in einem Cashflow-Hedge designed wurden. Analog zu den gesicherten Grundgeschäften beinhalten diese Zinsswaps eine Zinsuntergrenze.

Zusätzlich wurden im Geschäftsjahr 2019 Zinsoptionen über 1.000 Mio Euro abgeschlossen, die das Zinsrisiko von 2020 bis 2024 absichern.

Bei den im Rahmen des Zinsrisikomanagements gesteuerten Kreditverbindlichkeiten liegt die Absicherungsquote bzw. der Festzinsanteil zum 31. Dezember 2019 unverändert bei ca. 98 Prozent. Der durchschnittliche Festzinssatz der Zinsswaps beläuft sich zum 31. Dezember 2019 auf 0,5 Prozent per annum (Vorjahr: 0,5 %). Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinsswaps beläuft sich zum 31. Dezember 2019 auf 1,0 Prozent per annum (Vorjahr: 1,0 %) für Fälligkeiten im Geschäftsjahr 2020 und 0,0 Prozent per annum für den Zeitraum bis 2024.

Für das Berichtsjahr entstand aus diesen Geschäften ein Zinsaufwand in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr: 10 Mio Euro). Der als Folge der im Geschäftsjahr 2016 erforderlichen Auflösung der Sicherungsbeziehung aus der Cashflow-Hedge-Rücklage in das sonstige Finanzergebnis umgliederte Aufwand beträgt im Geschäftsjahr 2019 minus 1 Mio Euro (Vorjahr: -7 Mio Euro). Gegenläufig entstand aus der erfolgswirksamen Bewertung der vormaligen Sicherungsinstrumente ein ebenfalls im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesener Ertrag in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr: 9 Mio Euro). Der Nettoergebniseffekt beläuft sich im Geschäftsjahr 2019 damit auf 3 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro).

Zum 31. Dezember 2019 beträgt der Marktwert sämtlicher von der ProSiebenSat.1 Group gehaltener Zinsswaps minus 16 Mio Euro (Vorjahr: -11 Mio Euro). Der Marktwert der Zinsoptionen beträgt 3 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

Das verbleibende variable Zinsrisiko stammt aus dem nicht abgesicherten Teil des Term Loans und der variablen Tranche des Schuldscheindarlehens; Zinsrisiken aus der revolving Kreditfazilität entstehen nur im Fall von Barinanspruchnahmen.

Das Zinsrisiko im Sinne eines Marktwertänderungsrisikos wird als nicht relevant angesehen, da die Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group nicht zu Handelszwecken oder sonstige Übertragungen an Dritte gehalten werden.

Die Zinsrisikoposition wird regelmäßig mit aktuellen Marktdaten bewertet und die bestehenden Risiken unter Zuhilfenahme von Sensitivitätsanalysen quantifiziert. Die nachfolgende Tabelle gibt - unter Berücksichtigung der Effekte aus den Sicherungsinstrumenten - die Auswirkungen einer Erhöhung (Reduzierung) der relevanten Zinssätze um einen Prozentpunkt auf das Zinsergebnis an.

ZINSRISIKEN in Mio Euro

	Verzinsung	2019	2018
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	variabel	950	1.031
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	variabel	-2.090	-2.084
Schuldscheindarlehen	variabel	-50	-50
Schuldscheindarlehen	fix	-449	-448
Anleihe	fix	-599	-598
Brutto-Exposure variable		-1.190	-1.103
Brutto-Exposure fix		-1.048	-1.046
Zinssicherungsgeschäfte (zur Absicherung von Zinsrisiken aus variabel verzinslichen finanziellen Verbindlichkeiten)¹			
Hedge Ratio		98,1 %	98,4 %
Netto-Exposure variabel		910	997
Sensitivitäten der variablen Netto-Exposure			
Jährlicher Effekt aus einem Anstieg der kurzfristigen Zinsen um 100 Basispunkte (1 Prozentpunkt)		7	0
Jährlicher Effekt aus einer Reduktion der kurzfristigen Zinsen um 100 Basispunkte (1 Prozentpunkt)		-9	-14

¹ Stichtagsbezogener Bestand (500 Mio Euro Zinsswaps und 1.600 Mio Euro Zinsoptionen mit Laufzeiten bis 2020).

Im Falle einer Zinserhöhung um einen Prozentpunkt würde sich aus der Marktwertänderung nur der Zinssicherungsgeschäfte das Finanzergebnis um 27 Mio Euro und die Cashflow-Hedge-Rücklage um 20 Mio Euro verbessern. Bei einer Zinssenkung um einen Prozentpunkt beliefe sich dieser Effekt im Finanzergebnis auf minus 3 Mio Euro und in der Cashflow-Hedge-Rücklage auf minus 1 Mio Euro. Wegen der Zinsuntergrenze und des negativen Zinsumfelds fällt bei den Zinssicherungsinstrumenten der positive Effekt einer Zinserhöhung in der Cashflow-Hedge-Rücklage und im Finanzergebnis deutlich höher aus als der negative Effekt einer Zinssenkung.

Die ProSiebenSat.1 Group verfügte zum Stichtag 31. Dezember 2019 über folgende Zinssicherungsinstrumente:

	Jahr der Fälligkeit			Nominalbetrag 31.12.2019 in Mio Euro	durchschnittlich gesicherter Zins		Fair Value	
	2020 in Mio Euro	2021-2024 in Mio Euro	ab 2025 in Mio Euro		31.12.2019 in %	31.12.2018 in %	31.12.2019 in Mio Euro	31.12.2018 in Mio Euro
Zinsrisiken								
Zinsswaps	500	1.000	0	1.500	0,5257	0,5257	-16	-11
davon innerhalb von Cashflow-Hedges ¹	0	1.000	0	1.000	0,5351	0,5351	-15	-6
Zinsoptionen ²	1.600	1.000	0	2.600	0,62	1,00	3	0
davon innerhalb von Cashflow-Hedges	0	0	0	0	n.a.	n.a.	0	0

¹ Die als Sicherungsinstrumente in einem Cashflow-Hedge designierten Zinsswaps beinhalten wie oben erläutert eine Zinsuntergrenze.

² Soweit die Zinsoptionen zur Begrenzung des Risikos aus dem herrschenden Negativzinsniveau bis 2020 abgeschlossen wurden (s. Erläuterung im Text oben), sichern sie dasselbe Risiko wie die Zinsswaps mit gleicher Laufzeit und sind, um eine Doppelerfassung zu vermeiden, in der Tabelle nicht aufgeführt.

WÄHRUNGSRISIKEN

Unter Währungsrisiken versteht die ProSiebenSat.1 Group die aus Devisenkursänderungen resultierende Gefahr von Verlusten.

Die ProSiebenSat.1 Group schließt einen wesentlichen Teil ihrer Lizenzverträge mit Produktionsstudios in den USA ab. Die finanziellen Verpflichtungen aus diesen Programmrechteerwerben erfüllt die ProSiebenSat.1 Group in der Regel in US-Dollar. Aus diesem Grund können Wechselkursschwankungen zwischen Euro und US-Dollar die Ertrags- und Finanzlage der ProSiebenSat.1 Group beeinträchtigen. Soweit die Lizenzrechte von Produktionsstudios vergeben werden, deren funktionale Währung der Euro oder eine andere Nicht-US-Dollar-Währung ist, können die US-Dollar-Lizenzverträge eingebettete Währungsderivate enthalten, die getrennt von den Lizenzrechten ergebniswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bilanzieren sind.

Das Währungsrisiko aus Forderungen und Verbindlichkeiten in anderen Fremdwährungen bzw. aus Sachverhalten abseits des Programmrechteerwerbs ist aufgrund des geringen Volumens vernachlässigbar.

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt bei der Absicherung der finanziellen Verpflichtungen aus Programmrechteerwerben einen konzernweiten Portfolioansatz. Als Fremdwährungsexposure wird das Gesamtvolumen aller zukünftigen US-Dollar-Zahlungen verstanden, die aus bestehenden Lizenzverträgen resultieren und die im Rahmen der implementierten Absicherungsstrategie innerhalb eines Zeitraums von sieben Jahren fällig werden. Die ProSiebenSat.1 Group setzt verschiedene derivative und originäre Finanzinstrumente zur Absicherung gegen Währungsschwankungen ein. Hierzu zählen Devisentermingeschäfte, Devisenoptionen und Währungsbestände (Devisenkassaposition) in US-Dollar. Devisentermingeschäfte sind unbedingte, vertragliche Vereinbarungen über den Tausch zweier Währungen, wobei Nominalvolumen, Währungskurs und Fälligkeitszeitpunkt bei Geschäftsabschluss fixiert werden. Bei Devisenoptionen tritt die ProSiebenSat.1 Group als Käufer auf. Devisenoptionen gewähren der ProSiebenSat.1 Group das Recht, aber nicht die Verpflichtung, eine angegebene Währung zu einem bestimmten Zeitpunkt und bei einem zum Geschäftsabschluss festgelegten Preis zu kaufen. Für dieses Recht muss die ProSiebenSat.1 Group grundsätzlich eine Optionsprämie zahlen. Devisenoptionen werden nur gelegentlich als Sicherungsinstrumente eingesetzt.

Der Großteil der Währungsderivate wird als Sicherungsinstrument in einem Cashflow-Hedge der künftigen Lizenzzahlungen in US-Dollar designiert. Die Designation erfolgt auf Basis der Forwardkurse. Bei den Devisentermingeschäften wird die Effektivität wie im Fall der Zinssicherungsgeschäfte über die hypothetische Derivate-Methode ermittelt und die Marktwertänderungen der Sicherungsinstrumente ins Verhältnis gesetzt mit den Marktwertänderungen eines „perfekten“ Devisentermingeschäfts, das die durch Wechselkursänderungen induzierten Änderungen des Euro-Gegenwerts der künftigen US-Dollar Zahlung vollkommen ausgleicht. Bei den Devisenoptionen wird nur die Veränderung des inneren Wertes als Sicherungsinstrument designiert, sodass die Veränderung des Zeitwerts der Option vom Hedge Accounting ausgeschlossen und sofort erfolgswirksam im Finanzergebnis erfasst wird. Bei den Währungsoptionen erfolgt die Effektivitätsmessung über einen Vergleich des inneren Werts der Devisenoption mit dem inneren Wert einer perfekten hypothetischen Devisenoption.

Hedge-Ineffektivitäten können wegen der Übereinstimmungen in Bezug auf Nominalbeträge, Währungen und Laufzeiten nur aus den Kreditrisikoänderungen resultieren. Falls die Marktwertänderungen der Sicherungsinstrumente (einschließlich der Kreditrisikoänderung) größer ausfallen als die Marktwertänderungen der hypothetischen Derivate, werden die überschießenden Beträge sofort erfolgswirksam als Hedge-Ineffektivität erfasst. Der übrige, effektive Teil wird zunächst in die Cashflow-Hedge-Rücklage im kumulierten übrigen Eigenkapital eingestellt und bei Zugang des gesicherten Grundgeschäfts als so genanntes Basis Adjustment im Buchwert des Grundgeschäfts berücksichtigt. Zu einer Ergebniswirkung kommt es erst, wenn das gesicherte Grundgeschäft über den Werteverzehr der entsprechenden Lizenzen die Gewinn- und Verlustrechnung berührt.

Beim Programmrechteerwerb wurde das Fremdwährungsrisiko zu ca. 79 Prozent (Vorjahr: ca. 74 %) bezogen auf die gesamten künftigen US-Dollar-Zahlungsverpflichtungen aus bestehenden Verträgen abgesichert.

Darüber hinaus hält die ProSiebenSat.1 Group gelegentlich Derivate, die der Absicherung von bereits bilanziell erfassten US-Dollar Verbindlichkeiten aus Lizenzverträgen dienen. Da sowohl die Zeitwertänderungen der Sicherungsinstrumente als auch die Währungseffekte aus der Bewertung der Verbindlichkeiten aus Lizenzverträgen sofort erfolgswirksam im Finanzergebnis erfasst werden, kommt es auch ohne Hedge Accounting unverzüglich zu einem weitgehenden Ausgleich in der Gewinn- und Verlustrechnung. Die ProSiebenSat.1 Group sieht für diese Derivate daher von einer Bilanzierung im Rahmen einer IAS 39 Sicherungsbeziehung ab.

Die ProSiebenSat.1 Group hat zum 31. Dezember 2019 zur Absicherung der finanziellen Verpflichtungen aus Programmrechteerwerben Devisentermingeschäfte mit einem Nominalvolumen in Höhe von 1.466 Mio US-Dollar (Vorjahr: 1.686 Mio US-Dollar) im Bestand. Devisenoptionen bestanden keine (Vorjahr: 10 Mio US-Dollar). Die Marktwerte der Devisensicherungsgeschäfte ergeben sich aus am Markt festgestellten Devisenterminkursen. Zur Bewertung wurden Marktdaten (Mittelkurse) vom 31. Dezember 2019 herangezogen. Die US-Dollar-Devisenkassaposition betrug zum 31. Dezember 2019 387 Mio US-Dollar (Vorjahr: 317 Mio US-Dollar). Die Berechnung der Marktwerte der Devisenoptionen erfolgte auf Grundlage eines marktgängigen Optionspreismodells.

DEISENBEZOGENE GESCHÄFTE UND SALDEN

	Jahr der Fälligkeit			Nominalbetrag 31.12.2019 Mio US-Dollar	Per 31.12.2019 durchschnittlich gesicherter Währungskurs		Fair Value	
	2020 Mio US-Dollar	2021-2024 Mio US-Dollar	ab 2025 Mio US-Dollar		kurzfristig US-Dollar/Euro	langfristig US-Dollar/Euro	31.12.2019 in Mio Euro	31.12.2018 in Mio Euro
Devisentermingeschäfte	421	955	90	1.466	1,2355	1,2665	85	61
davon innerhalb von Cashflow-Hedges	421	955	90	1.466	1,2355	1,2665	85	61
Devisenoptionen	n.a.	n.a.	n.a.	-/-	n.a.	n.a.	-/-	0
davon innerhalb von Cashflow-Hedges	n.a.	n.a.	n.a.	-/-	n.a.	n.a.	-/-	0
Devisenkasseposition	n.a.	n.a.	n.a.	387	n.a.	n.a.	348	277

Die Risikoposition in US-Dollar wird regelmäßig mit aktuellen Marktdaten bewertet und die bestehenden Risiken unter Zuhilfenahme von Sensitivitätsanalysen quantifiziert. Die nachfolgende Tabelle gibt unter Berücksichtigung der Währungssicherung die Netto-Auswirkungen einer zehnjährigen Auf- und Abwertung des US-Dollars auf den Euro-Gegenwert der in den zukünftigen Jahren fälligen Zahlungen in US-Dollar an.

WÄHRUNGSRISIKEN in Mio US-Dollar

	31.12.2019	31.12.2018
Brutto-Fremdwährungsexposure	- 2.360	- 2.727
Devisensicherungsgeschäfte	1.853	2.013
davon Hedge-Accounting	1.466	1.696
davon zu Handelszwecken gehalten	0	0
Devisenkasseposition	387	317
Netto-Exposure	- 507	- 714
Hedge Ratio	78,5 %	73,8 %
Stichtagskurs	1,1113	1,1453
Aufwertung US-Dollar um 10 %	1,0002	1,0308
Abwertung US-Dollar um 10 %	1,2225	1,2598
in Mio Euro		
Veränderung zukünftiger Zahlungen aufgrund einer 10 %igen Aufwertung des US-Dollars	- 51	- 69
Veränderung zukünftiger Zahlungen aufgrund einer 10 %igen Abwertung des US-Dollars	41	57

Wird nur der Währungseffekt auf die im Rahmen einer Sicherungsbeziehung bilanzierten Fremdwährungsgeschäfte betrachtet, so würde eine US-Dollar-Abwertung um 10 Prozent einen Verlust von 119 Mio Euro nach sich ziehen, der direkt im kumulierten übrigen Eigenkapital zu erfassen wäre. Entsprechend würde eine US-Dollar-Aufwertung um 10 Prozent zu einem Gewinn im kumulierten übrigen Eigenkapital in Höhe von 146 Mio Euro führen.

Direkt im Währungsergebnis der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst werden hingegen die Kurseffekte aus Lizenzverbindlichkeiten und die gegenläufigen Effekte aus der Devisenkasseposition, die Kurseffekte aus nicht im Hedge Accounting bilanzierten sowie aus eingebetteten Währungsderivaten und die Zeitwertänderungen der im Rahmen einer Sicherungsbeziehung bilanzierten Devisenoptionen. Eine Abwertung (Aufwertung) des US-Dollars um 10 Prozent würde im Währungsergebnis zu einem Effekt in Höhe von 9 Mio Euro (-11 Mio Euro) führen.

Die Berichtswährung der ProSiebenSat.1 Group ist Euro. Die Abschlüsse von Tochtergesellschaften, die ihren Sitz außerhalb der Euro-Währungszone haben, werden für den Konzernabschluss in Euro umgerechnet. Im Rahmen des Fremdwährungsmanagements werden die Beteiligungen an diesen Gesellschaften grundsätzlich als langfristiges Engagement betrachtet. Die ProSiebenSat.1 Group verzichtet daher auf eine Absicherung des Translationsrisikos.

AUSWIRKUNGEN VON SICHERUNGSBEZIEHUNGEN AUF DEN ABSCHLUSS

Da die von der ProSieben Sat.1 Group im Hedge Accounting verwendeten Sicherungsinstrumente in hohem Maße auf die zu sichernden Grundgeschäfte zugeschnitten sind, verbleibt als mögliche Ursache für Ineffektivität im Wesentlichen das Kontrahentenrisiko. Gemäß interner Risikomanagementrichtlinien wird dieses Risiko durch die Einschränkung der in Frage kommenden Derivate-Vertragspartner auf solche mit hoher Bonität sowie durch

den Abschluss von Verrechnungs- und Glattstellungsvereinbarungen für den Fall einer Vertragsstörung weitgehend reduziert.

Bei der Bewertung zum beizulegenden Zeitwert und der Ermittlung von Ineffektivitäten wird das Kontrahentenrisiko der Sicherungsinstrumente in Form von so genannten „Credit Value Adjustments“ und „Debit Value Adjustments“ berücksichtigt.

Die Sicherungsinstrumente, die die ProSiebenSat.1 Group in Sicherungsbeziehungen designiert hat, haben folgende Auswirkungen auf die Bilanz zum 31. Dezember 2019:

SICHERUNGSTRUMENTE in Mio Euro

	Nominalbetrag des Sicherungsgeschäfts	Buchwert der Sicherungsgeschäfte		Bilanzposten, unter welchem die Sicherungsinstrumente ausgewiesen werden	Änderung des beizulegenden Zeitwerts zur Messung der Ineffektivität in der Berichtsperiode
		Aktiva	Passiva		
Absicherung von Zinsrisiken	1.000	0	15	Finanzielle Vermögenswerte/ Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	- 9
Absicherung von Währungsrisiken	1.166	85	0	Finanzielle Vermögenswerte/ Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	79

Im Vorjahr hatten die designierten Sicherungsinstrumente folgende Auswirkungen auf die Bilanz:

SICHERUNGSTRUMENTE in Mio Euro

	Nominalbetrag des Sicherungsgeschäfts	Buchwert der Sicherungsgeschäfte		Bilanzposten, unter welchem die Sicherungsinstrumente ausgewiesen werden	Änderung des beizulegenden Zeitwerts zur Messung der Ineffektivität in der Berichtsperiode
		Aktiva	Passiva		
Absicherung von Zinsrisiken	1.000	0	6	Finanzielle Vermögenswerte/ Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	- 6
Absicherung von Währungsrisiken	1.333	69	8	Finanzielle Vermögenswerte/ Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	83

Die in Sicherungsbeziehungen designierten Grundgeschäfte haben zum 31. Dezember 2019 folgende Auswirkungen auf die Cashflow-Hedge-Rücklage im Eigenkapital:

CASHFLOW-HEDGE-RÜCKLAGE in Mio Euro

	Wertänderung des gesicherten Grundgeschäfts, welche zur Ermittlung von Ineffektivität herangezogen wurde	Cashflow-Hedge-Rücklage
Absicherung von Zinsrisiken	9	- 15
Beendete Sicherungsbeziehungen	0	0
Absicherung von Währungsrisiken	- 79	85
Beendete Sicherungsbeziehungen	0	0

Im Vorjahr haben sich die designierten Grundgeschäfte folgendermaßen auf die Cashflow-Hedge-Rücklage im Eigenkapital ausgewirkt:

CASHFLOW-HEDGE-RÜCKLAGE in Mio Euro

	Wertänderung des gesicherten Grundgeschäfts, welche zur Ermittlung von Ineffektivität herangezogen wurde	Cashflow-Hedge-Rücklage
Absicherung von Zinsrisiken	6	- 7
Beendete Sicherungsbeziehungen	0	- 1
Absicherung von Währungsrisiken	- 84	61
Beendete Sicherungsbeziehungen	0	0

Die vorstehenden Sicherungsbeziehungen haben folgende Auswirkungen auf die Gewinn- und Verlustrechnung oder das sonstige Ergebnis bzw. auf die Anschaffungskosten des Programmvermögens:

SICHERUNGSBEZIEHUNGEN in Mio Euro

	In der Cashflow-Hedge-Rücklage (OCI) erfasster Gewinn oder Verlust aus Hedging	In der GuV erfasste Ineffektivität	Posten in der GuV unter der Ineffektivität erfasst wird	Betrag, welcher von der Cashflow-Hedge-Rücklage (OCI) in die GuV bzw. die Anschaffungskosten umklassifiziert wurde	Posten in der GuV, unter der die umklassifizierten Beträge erfasst werden
Absicherung von Zinsrisiken	- 9	0	Sonstiges Finanzergebnis	- 1	Zinsergebnis bzw. Sonstiges Finanzergebnis
Absicherung von Währungsrisiken	79	0	Sonstiges Finanzergebnis	55	Umsatzkosten

Im Vorjahr haben sich die Sicherungsbeziehungen folgendermaßen auf die Gewinn- und Verlustrechnung oder das sonstige Ergebnis bzw. die Anschaffungskosten ausgewirkt:

SICHERUNGSBEZIEHUNGEN in Mio Euro

	In der Cashflow-Hedge-Rücklage (OCI) erfasster Gewinn oder Verlust aus Hedging	In der GuV erfasste Ineffektivität	Posten in der GuV unter der Ineffektivität erfasst wird	Betrag, welcher von der Cashflow-Hedge-Rücklage (OCI) in die GuV bzw. die Anschaffungskosten umklassifiziert wurde	Posten in der GuV, unter der die umklassifizierten Beträge erfasst werden
Absicherung von Zinsrisiken	- 6	0	Sonstiges Finanzergebnis	- 7	Zinsergebnis bzw. Sonstiges Finanzergebnis
Absicherung von Währungsrisiken	83	0	Sonstiges Finanzergebnis	36	Umsatzkosten

Die Cashflow-Hedge-Rücklage hat sich über die Perioden wie folgt entwickelt:

CASHFLOW-HEDGE-RÜCKLAGE in Mio Euro

	Zinsrisiken	Währungsrisiken
Stand 1. Januar 2018	- 8	14
Veränderungen durch effektive Sicherungsbeziehungen	- 6	83
Umbuchungen zu Anschaffungskosten des Grundgeschäfts	- / -	- 36
Reklassifizierungen in die Gewinn- und Verlustrechnung	7	- / -
beendete Sicherungsbeziehungen wegen GuV-Wirksamkeit des Grundgeschäfts	7	- / -
beendete Sicherungsbeziehungen wegen nicht mehr erwarteter Cashflows	- / -	- / -
Latente Steuern	2	- 17
Stand 31. Dezember 2018	- 5	44
Veränderungen durch effektive Sicherungsbeziehungen	- 9	79
Umbuchungen zu Anschaffungskosten des Grundgeschäfts	- / -	- 55
Reklassifizierungen in die Gewinn- und Verlustrechnung	1	- / -
beendete Sicherungsbeziehungen wegen GuV-Wirksamkeit des Grundgeschäfts	1	- / -
beendete Sicherungsbeziehungen wegen nicht mehr erwarteter Cashflows	- / -	- / -
Latente Steuern	2	- 7
Stand 31. Dezember 2019	- 11	61

KREDIT- UND AUSFALLRISIKEN

Die ProSiebenSat.1 Group ist Kreditausfallrisiken ausgesetzt, die vor allem aus dem operativen Geschäft, zu einem geringeren Teil aus derivativen Finanzinstrumenten und Finanzanlageaktivitäten resultieren.

Das maximale Ausfallrisiko entspricht - ohne Berücksichtigung von etwaigen Sicherheiten oder von Aufrechnungsvereinbarungen, wie sie insbesondere bei Derivategeschäften bestehen - den bilanzierten Buchwerten.

Bei den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen - und den aktiven Vertragssalden aus Verträgen mit Kunden - enthält der Buchwert eine Wertminderung für die über die Laufzeit erwarteten Kreditverluste, bei allen übrigen zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten finanziellen Vermögenswerten enthält er eine Wertminderung für die erwarteten Kreditverluste, die aus möglichen Ausfallereignissen innerhalb der nächsten zwölf Monate nach dem Abschlussstichtag resultieren.

Zur Minimierung von Kreditausfallrisiken ist die ProSiebenSat.1 Group bestrebt, Finanztransaktionen und derivative Rechtsgeschäfte ausschließlich mit Vertragspartnern abzuschließen, die eine erstklassige bis gute Bonität aufweisen. Kreditausfallrisiken von Finanzinstrumenten werden regelmäßig überwacht und analysiert. Von einigen wenigen separat überwachten Ausnahmen abgesehen, wird das Kreditausfallrisiko für die von der ProSiebenSat.1 Group gehaltenen finanziellen Vermögenswerte (einschließlich der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen) als gering eingestuft. Entsprechend gab es zum Bilanzstichtag keine Hinweise auf wesentliche Zahlungsausfälle.

Bei der Bewertung der derivativen Finanzinstrumente zum beizulegenden Zeitwert wird das Risiko eines Ausfalls der Vertragspartei in Form von sogenannten „Credit Value Adjustments“, das eigene Ausfallrisiko in Form von sogenannten „Debit Value Adjustments“ berücksichtigt. Die Berechnungsgrundlage der Ausfallwahrscheinlichkeiten bilden laufzeitadäquate Credit Default Swap Spreads der jeweiligen Vertragsparteien. Die Ermittlung des in der Bewertung berücksichtigten Kreditrisikos erfolgt über die Multiplikation der laufzeitadäquaten Ausfallwahrscheinlichkeit mit den diskontierten zu erwartenden Netto-Zahlungsströmen aus den je Kontrahent je Laufzeitband abgeschlossenen derivativen Finanzinstrumenten. Es gibt keine wesentliche Konzentration eines Ausfallrisikos hinsichtlich eines Geschäftspartners oder einer klar abgrenzbaren Gruppe von Geschäftspartnern. Zum Bilanzstichtag gab es über die bei Derivategeschäften marktüblichen Aufrechnungsvereinbarungen hinaus keine wesentlichen Vereinbarungen, die das maximale Ausfallrisiko begrenzen. Der Marktwert der derivativen Finanzinstrumente, bei denen die ProSiebenSat.1 Group pro Geschäftspartner netto einen positiven Marktwert ausweist, beträgt per 31. Dezember 2019 - ohne Berücksichtigung eines Credit Value Adjustments - insgesamt 73 Mio Euro (Vorjahr: 53 Mio Euro).

Für das Kreditausfallrisiko in Zusammenhang mit dem operativen Geschäft (Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie aktive Vertragssalden aus Verträgen mit Kunden) bildet die ProSiebenSat.1 Group eine Risikovorsorge für einzelne, als ausfallgefährdet eingestufte Kunden unter Berücksichtigung von Faktoren wie Überschuldung, Insolvenznähe, Zahlungsschwierigkeiten oder Verschlechterung des relevanten Geschäftsumfelds bzw. der Kennzahlen.

Darüber hinaus wird eine Risikovorsorge nach dem vereinfachten Modell des IFRS 9 in Höhe des Barwerts der über die Laufzeit erwarteten Kreditverluste gebildet. Sofern der Kundenstamm aus einer Vielzahl von Geschäftspartnern besteht, die sich unter Kreditausfallgesichtspunkten in homogene Risikogruppen aufteilen lassen, erfolgt die Ermittlung der erwarteten Verluste konzeptionell auf Basis historischer Ausfallraten über eine Wertberichtigungsmatrix, die nach Kundengruppen und dem Alter der ausstehenden Forderungen differenziert. Dabei werden die Ausfallquoten je nach Alter für (i) nicht fällige Forderungen und aktive Vertragssalden, (ii) bis zu 90 Tagen überfällige Forderungen und (iii) mehr als 90 Tage überfällige Forderungen separat ermittelt. In Geschäftsbereichen, wo wegen der geringen Kundenzahl bzw. Kundenheterogenität eine Aufteilung in homogene Risikogruppen nicht sinnvoll bzw. nicht möglich ist, erfolgt die Ermittlung der Risikovorsorge wie bei den als ausfallgefährdet eingestuften Kunden anhand einer Einzelbetrachtung.

Die verwendeten Ausfallraten werden zum Abschlussstichtag gegebenenfalls um aktuelle Informationen und Erwartungen bezüglich künftiger Entwicklungen angepasst. Insbesondere werden bei der Anpassung die Ausfallquoten der aktuellen Periode berücksichtigt und Auf- und Abschläge vorgenommen, falls Änderungen im Marktumfeld oder makroökonomische Entwicklungen eine gegenüber der Historie höhere oder geringere Kreditausfallwahrscheinlichkeit indizieren. In den Geschäftsjahren 2019 und 2018 lagen die im Rahmen der Portfoliobetrachtung ermittelten erwarteten Kreditausfälle für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie für aktive Vertragssalden aus Verträgen mit Kunden über sämtliche Kundengruppen und Altersklassen hinweg in einem engen Korridor von 0,0% bis maximal 1,5%.

Wegen des allgemein geringen Ausfallrisikos bei den in die Portfoliobetrachtung einbezogenen Kunden ergeben sich in der Praxis bei den Ausfallraten zwischen den Kundengruppen kaum nennenswerte Unterschiede.

Die Wertberichtigungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind einschließlich der über das vereinfachte Modell ermittelten erwarteten Kreditverluste in [→ Ziffer 23 „Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte“](#) dargestellt.

LIQUIDITÄTSRISIKEN

Im Rahmen des Liquiditätsmanagements stellt die ProSiebenSat.1 Group sicher, dass trotz der saisonal stark schwankenden Umsatzerlöse jederzeit ausreichend Liquidität verfügbar ist. Wesentlicher Bestandteil der konzernweiten Unternehmensfinanzierung sind der Term Loan (2.100 Mio Euro), die Anleihe (600 Mio Euro), die Schulscheindarlehen in Höhe von 500 Mio Euro ([→ siehe Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#)) und die RCF (750 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group kann die RCF variabel für allgemeine betriebliche Zwecke verwenden. Zum 31. Dezember 2019 war die RCF nicht in Anspruch genommen (Vorjahr: keine Inanspruchnahme), sodass zum 31. Dezember

2019 750 Mio Euro (Vorjahr: 750 Mio Euro) aus der RCF verfügbar waren. Der weit überwiegende Teil des Term Loans und der RCF haben eine Laufzeit bis April 2024 (der verbleibende Teil bis April 2023), die Anleihe bis April 2021 und die Schuldscheindarlehen bis Dezember 2023 (275 Mio Euro) bzw. Dezember 2026 (225 Mio Euro).

Ferner weist die ProSiebenSat.1 Group zum 31. Dezember 2019 einen Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten von 950 Mio Euro (Vorjahr: 1.031 Mio Euro) auf und verfügt somit zum 31. Dezember 2019 über insgesamt 1.700 Mio Euro (Vorjahr: 1.781 Mio Euro) an liquiden Mitteln und ungenutzter RCF.

Im Rahmen der Darstellung der Liquiditätsrisiken wird in der nachfolgenden Tabelle eine Restlaufzeitengliederung für nicht derivative finanzielle Verbindlichkeiten auf Basis der vertraglich vereinbarten Fälligkeitstermine sowie für derivative finanzielle Verbindlichkeiten in Bezug auf den zeitlichen Anfall der Zahlungen angegeben. Dabei werden zum 31. Dezember 2019 und dem Vorjahr pro Laufzeitband jeweils die vertraglich vereinbarten, nicht diskontierten Zahlungen (inklusive der Zinsen) gezeigt.

FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN NACH FÄLLIGKEIT in Mio Euro

	bis 12 Monate	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	Summe Vertragliche Cashflows 31.12.2019
Anleihe	16	616	-/-	632
Darlehen und Kredite	28	2.191	-/-	2.219
Schuldscheindarlehen	7	300	233	540
Verbindlichkeiten aus Leasing- und Immobilienfinanzierung	42	141	59	242
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	667	79	-/-	746
Nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten	760	3.326	292	4.378
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten ¹	42	147	2	191
Summe	802	3.474	294	4.569

¹ Unter die derivativen finanziellen Verbindlichkeiten fallen im Prinzip auch Euro-Zahlungsverpflichtungen aus Devisentermingeschäften. Da der Zahlungsverpflichtung in Euro zugleich Zahlungsansprüche in US-Dollar gegenüberstanden, weist die Tabelle jeweils nur die Nettzahlungsverpflichtung aus. Zum 31. Dezember 2019 bestanden keine finanziellen Verbindlichkeiten aus Devisentermingeschäften.

	bis 12 Monate	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	Summe Vertragliche Cashflows 31.12.2018
Anleihe	16	632	-/-	647
Darlehen und Kredite	19	2.177	-/-	2.197
Schuldscheindarlehen	7	304	237	547
Verbindlichkeiten aus Leasing- und Immobilienfinanzierung	66	73	24	163
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	550	53	-/-	602
Nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten	657	3.238	261	4.156
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten ¹	113	246	1	360
Summe	770	3.484	262	4.516

¹ Die derivativen finanziellen Verbindlichkeiten enthielten zum 31. Dezember 2018 Euro-Zahlungsverpflichtungen aus Devisentermingeschäften. Da der Zahlungsverpflichtung in Euro zugleich Zahlungsansprüche in US-Dollar gegenüberstanden, wird in der Tabelle nur die Nettzahlungsverpflichtung dargestellt. Der entsprechende Bruttozahlungsbetrag belief sich am 31. Dezember 2018 auf 488 Mio Euro, davon waren 30 Mio Euro innerhalb der nächsten 12 Monate fällig, 385 Mio Euro im Zeitraum zwischen 1 Jahr und 5 Jahren und 73 Mio Euro nach 5 Jahren.

Über die in der Tabelle erfassten finanziellen Verbindlichkeiten hinaus bestehen Finanzierungszusagen seitens des Konzerns gegenüber dem Gemeinschaftsunternehmen Joyn in Höhe von insgesamt bis zu 140 Mio Euro (Vorjahr: 35 Mio Euro). Davon kann ein Betrag in Höhe von bis zu 76 Mio Euro im Geschäftsjahr 2020 und ein Betrag in Höhe von bis zu 64 Mio Euro im folgenden Jahr von Joyn abgerufen werden.

ANGABEN ZU BUCH- UND MARKTWERTEN VON FINANZINSTRUMENTEN

Die untenstehende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte aller Kategorien von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group. Die Fair-Value-Hierarchiestufen spiegeln die Marktnähe der für die Bewertung verwendeten Inputdaten wider und sind wie folgt gegliedert:

- auf aktiven Märkten notierte (nicht angepasste) Preise für identische Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten (Stufe 1),
- für den Vermögenswert oder die Verbindlichkeit entweder direkt (als Preise) oder indirekt (von Preisen abgeleitete) beobachtbare Inputdaten, die keine notierten Preise nach Stufe 1 darstellen (Stufe 2),
- für den Vermögenswert oder die Verbindlichkeit herangezogene Inputdaten, die nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren (nicht beobachtbare Inputdaten) (Stufe 3).

BUCH- UND MARKTWERTE VON FINANZINSTRUMENTEN PER 31. DEZEMBER 2019 in Mio Euro

	In der Bilanz ausgewiesen in	Buchwert	Kategorie gemäß IFRS 9			Fair Value			Summe ³
			Erfolgswirksam zum Fair Value bewertet	Zu Zwecken des Hedge Accounting	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete Vermögenswerte	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Finanzielle Vermögenswerte									
Bewertet zum Fair Value									
Fondsanteile zur Absicherung von Pensionsverpflichtungen	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	26	26	-/-	-/-	26	-/-	-/-	26
Sonstige Eigenkapitalinstrumente	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	206	206	-/-	-/-	-/-	-/-	206	206
Sonstige Stufe-3-Instrumente sowie Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	9	9	-/-	-/-	-/-	3	6	9
Hedge Derivate	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	85	-/-	85	-/-	-/-	85	-/-	85
Nicht zum Fair Value bewertet									
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ¹	Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	950	-/-	-/-	950				950
Darlehen und Forderungen ¹	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	586	-/-	-/-	586				586
Sonstige finanzielle Vermögenswerte zu Anschaffungskosten ¹	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	0	-/-	-/-	0				0
Summe		1.863	242	85	1.536	26	88	212	1.863
Finanzielle Verbindlichkeiten									
Bewertet zum Fair Value									
Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	166	166	-/-	-/-	-/-	-/-	166	166
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	2	2	-/-	-/-	-/-	2	-/-	2
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	15	-/-	15	-/-	-/-	15	-/-	15
Nicht zum Fair Value bewertet									
Darlehen und Kredite	Finanzverbindlichkeiten	2.098	-/-	-/-	2.098	-/-	2.179	-/-	2.179
Anleihen	Finanzverbindlichkeiten	599	-/-	-/-	599	615	-/-	-/-	615
Schuldscheindarlehen	Finanzverbindlichkeiten	499	-/-	-/-	499	-/-	525	-/-	525
Immobilienkredite	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	48	-/-	-/-	48	-/-	57	-/-	57
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten ¹	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	789	-/-	-/-	789				789
Leasingverbindlichkeiten ²	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	171							171
Summe		4.386	168	15	4.032	615	2.779	166	4.519

¹ Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert (Fair Value bzw. Marktwert) dar.

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

³ Die Spaltensumme enthält, soweit für eine Instrumentenklasse kein Fair Value bzw. Marktwert angegeben ist, jeweils den Buchwert.

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

	In der Bilanz ausgewiesen in	Buchwert	Kategorie gemäß IFRS 9			Fair Value			Summe ³
			Erfolgswirksam zum Fair Value bewertet	Zu Zwecken des Hedge Accounting	Zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete Vermögenswerte	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Finanzielle Vermögenswerte									
Bewertet zum Fair Value									
Fondsanteile zur Absicherung von Pensionsverpflichtungen	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	25	25	-/-	-/-	25	-/-	-/-	25
Sonstige Eigenkapitalinstrumente	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	156	156	-/-	-/-	-/-	-/-	156	156
Sonstige Stufe-3-Instrumente sowie Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	20	20	-/-	-/-	-/-	1	19	20
Hedge Derivate	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	69	-/-	69	-/-	-/-	69	-/-	69
Nicht zum Fair Value bewertet									
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ¹	Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.031	-/-	-/-	1.031	-/-	-/-	-/-	1.031
Darlehen und Forderungen ¹	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte und Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	567	-/-	-/-	567	-/-	-/-	-/-	567
Sonstige finanzielle Vermögenswerte zu Anschaffungskosten ¹	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	6	-/-	-/-	6	-/-	-/-	-/-	6
Summe		1.873	201	69	1.603	25	70	175	1.873
Finanzielle Verbindlichkeiten									
Bewertet zum Fair Value									
Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	312	312	-/-	-/-	-/-	-/-	312	312
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	9	9	-/-	-/-	-/-	9	-/-	9
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	14	-/-	14	-/-	-/-	14	-/-	14
Nicht zum Fair Value bewertet									
Darlehen und Kredite	Finanzverbindlichkeiten	2.098	-/-	-/-	2.098	-/-	2.107	-/-	2.107
Anleihen	Finanzverbindlichkeiten	598	-/-	-/-	598	625	-/-	-/-	625
Schuldscheindarlehen	Finanzverbindlichkeiten	499	-/-	-/-	499	-/-	494	-/-	494
Immobilienkredite	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	22	-/-	-/-	22	-/-	27	-/-	27
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten ¹	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	639	-/-	-/-	639	-/-	-/-	-/-	639
Leasingverbindlichkeiten ²	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	155	-/-	-/-	155	-/-	-/-	-/-	155
Summe		4.345	321	14	3.856	625	2.651	312	4.381

¹ Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert (Fair Value bzw. Marktwert) dar.

² Leasingverbindlichkeiten im Sinne des IFRS 16 sind aus dem Anwendungsbereich des IFRS 9 ausgenommen, ebenso sind gemäß IFRS 7 keine Angaben zu Fair Values erforderlich.

Die tabellarischen Angaben erfolgen daher auf freiwilliger Basis und dienen der verbesserten Überleitbarkeit auf die aufgeführten Buchwerte.

³ Die Spaltensumme enthält, soweit für eine Instrumentenklasse kein Fair Value bzw. Marktwert angegeben ist, jeweils den Buchwert.

Unter den Sonstigen Eigenkapitalinstrumenten ausgewiesen sind Minderheitenbeteiligungen an anderen Unternehmen bzw. Optionsvereinbarungen über solche Minderheitenbeteiligungen, die die ProSiebenSat.1 Group im Rahmen ihrer „Media-for-Equity“-Strategie erwirbt. Daneben enthält die Position Venture Capital Fund Investments. Wandlungs- oder Bezugsrechte sind typischerweise auch in den Finanzinstrumenten enthalten, die als Sonstige-Level-3-Instrumente klassifiziert werden.

Die Bewertung all dieser Instrumente erfolgt erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert. Bei der Ermittlung des Zeitwertes wird auf im Rahmen von Barwertverfahren unter Verwendung von risikoadjustierten Diskontierungszinssätzen ermittelte Wertansätze zurückgegriffen bzw. in Bezug auf die Wandlungsrechte und sonstige optionale Elemente auf Binomialmodelle oder Monte-Carlo-Simulationen. Soweit beobachtbare erzielbare Preise aus Finanzierungsrunden oder Wertansätze aus externen Wertgutachten bzw. für die Fondanteile Net Asset Values vorliegen, werden sie in die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert einbezogen.

Die zum Zweck der Absicherung gehaltenen Finanzderivate mit positiven Marktwerten werden als finanzielle Vermögenswerte, solche mit negativen Marktwerten als sonstige finanzielle Verbindlichkeiten ausgewiesen. Bei der Bewertung kommen Barwertmodelle auf Basis von risikolosen Diskontierungszinssätzen bzw. gängige Optionspreismodelle (Black-Modell oder Black-Scholes-Modell) zum Einsatz.

Die beizulegenden Zeitwerte von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten, von Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, von zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten kurzfristigen finanziellen Forderungen und kurzfristigen sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen in etwa dem Buchwert. Grund hierfür ist insbesondere die kurze Laufzeit solcher Instrumente. Insofern erfolgt kein gesonderter Ausweis eines beizulegenden Zeitwertes.

In den zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Verbindlichkeiten werden Verbindlichkeiten aus Put-Options, welche sich auf Anteile anderer Gesellschafter von bereits erworbenen verbundenen Unternehmen beziehen, und aus Earn-Out-Vereinbarungen (variable, in der Regel erfolgsabhängige, nachgelagerte Kaufpreiszahlungen) ausgewiesen.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Bedingte Kaufpreisbestandteile bei Unternehmenszusammenschlüssen in Form von Put-Options auf Anteile anderer Gesellschafter werden im Erwerbszeitpunkt und im Rahmen der Folgebilanzierung regelmäßig mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Die Bewertung erfolgt transaktionsbezogen und basiert im Wesentlichen auf nicht am Markt beobachtbaren Inputdaten. Die Instrumente werden demzufolge als Finanzinstrumente der Stufe 3 klassifiziert. Für die Bewertung werden grundsätzlich Multiplikator- oder Ertragswertverfahren verwendet. Wesentliche nicht am Markt beobachtbare Inputgrößen sind die den jeweiligen Instrumenten zugrundeliegenden Ergebnisgrößen sowie die für die Diskontierung verwendeten risikoadäquaten Fremdkapitalzinssätze. Eine Verbesserung der zugrundeliegenden Ergebnisgrößen um 5 Prozent würde den (negativen) beizulegenden Zeitwert der Put-Options zum Bilanzstichtag um 9 Mio Euro erhöhen, eine Verschlechterung um 5 Prozent würde ihn um 8 Mio Euro mindern. Daneben würde eine Zinssatzänderung um plus bzw. minus einen Prozentpunkt dazu führen, dass sich der beizulegende Zeitwert dieser Finanzverbindlichkeiten insgesamt um 3 Mio Euro mindert bzw. um 3 Mio Euro erhöht.

In die Bewertung der Sonstigen Stufe-3-Instrumente fließen geographische Umsatzanteile sowie in externen Bewertungsgutachten ermittelte Ober- und Untergrenzen für von der ProSiebenSat.1 Group gehaltene Anteile als wesentliche Inputgrößen ein. Ein Anstieg der zugrunde gelegten Umsatzanteile um 1,5 Prozent und ein angenommener Anteilswert an der Obergrenze würde zur Erhöhung des beizulegenden Zeitwerts der Sonstigen Stufe-3-Instrumente um 2 Mio Euro führen, ein Rückgang um 1,5 Prozent und ein angenommener Anteilswert an der Untergrenze zu einer Minderung von 2 Mio Euro.

Die beizulegenden Zeitwerte von Darlehen und Krediten sowie Schuldscheindarlehen werden durch Diskontierung der erwarteten zukünftigen Zahlungsströme mit den für ähnliche Finanzschulden mit vergleichbarer Restlaufzeit geltenden Zinssätzen bestimmt.

Die folgende Tabelle stellt für die aufgeführten Sachverhalte, die regelmäßig zum beizulegenden Zeitwert bewertet und der Stufe 3 zugeordnet werden, die Überleitung der jeweiligen beizulegenden Zeitwerte auf den Stichtag dar:

ÜBERLEITUNG DER FAIR VALUES IM BEREICH STUFE 3 in Mio Euro

	Sonstige Eigenkapitalinstrumente	Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs	Sonstige Stufe-3-Instrumente und Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen
1. Januar 2018	88	448	10
In der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse ¹	24	- 48	9
Zugänge aus Akquisitionen	29	95	-/-
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	- 7	- 187	-/-
Sonstige Veränderungen	23	3	0
31. Dezember 2018	156	312	19
In der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse ¹	0	- 70	- 8
Zugänge aus Akquisitionen	57	6	-/-
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	- 7	- 83	- 6
Sonstige Veränderungen	0	1	0
31. Dezember 2019	206	166	6

¹ Von den in der Berichtsperiode erfassten Gewinnen und Verlusten waren bei den Sonstigen Eigenkapitalinstrumenten Verluste von 1 Mio Euro unrealisiert (im Vorjahr: 19 Mio Euro), bei den Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs Gewinne von 50 Mio Euro (im Vorjahr: 41 Mio Euro) und bei den Sonstigen Stufe-3-Instrumenten Verluste von 9 Mio Euro (im Vorjahr: Gewinne von 9 Mio Euro).

Die in der Berichtsperiode für die Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Erträge in Höhe von 70 Mio Euro ergeben sich im Wesentlichen aus der Neubewertung der Put-Option im Zusammenhang mit Studio71 und den Earn-Outs im Zusammenhang mit der esome advertising technologies GmbH. Auch im Vorjahr resultierten die Erträge in Höhe von 48 Mio Euro vor allem aus der Neubewertung der Studio71-Put-Option. Die Zugänge im Bereich der Sonstigen Eigenkapitalinstrumente betreffen im Wesentlichen den Erwerb von Anteilen im Zusammenhang mit Media-for-Equity-Transaktionen. Die Abgänge bei den Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs in den Geschäftsjahren 2019 und 2018 betreffen im Wesentlichen Auszahlungen aus Erwerbsvorgängen aus Vorjahren und insbesondere Zahlungen für Put-Options im Zusammenhang mit dem Erwerb der Virtual Minds und der Studio71.

Die Position „Sonstige Veränderungen“ umfasst im Wesentlichen Effekte aus Währungsdifferenzen aus der Umrechnung von Abschlüssen ausländischer Gesellschaften mit US-Dollar als funktionaler Währung.

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

Sowohl im Geschäftsjahr 2019 als auch im vorherigen Geschäftsjahr gab es keine Umgliederungen zwischen Stufe 1 und Stufe 2 bei der Bewertung der beizulegenden Zeitwerte und es wurden keine Umgliederungen in oder aus Stufe 3 in Bezug auf die Bewertung der beizulegenden Zeitwerte vorgenommen.

SALDIERUNG VON FINANZINSTRUMENTEN

Die ProSiebenSat.1 Group kontrahiert sämtliche mit Banken abgeschlossene Derivategeschäfte unter dem für solche Geschäfte branchenüblichen Deutschen Rahmenvertrag für Finanztermingeschäfte. Damit unterliegen diese Derivate für den Fall, dass eine der Vertragsparteien fällige Zahlungsverpflichtungen nicht erfüllt, vertraglichen Saldierungsvereinbarungen, die jedoch den IAS-32-Kriterien für einen saldierten Ausweis in der Bilanz nicht genügen. Die Darstellung erfolgt deshalb auch in der Bilanz auf Bruttobasis. Ansonsten bestehen in der ProSiebenSat.1 Group keinerlei vertragliche Regelungen zur Saldierung finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten.

Die nachfolgende Tabelle enthält die nach IFRS 7 erforderlichen Angaben zur Saldierung von Finanzinstrumenten. Bei den dargestellten Werten handelt es sich um beizulegende Zeitwerte, die ohne Berücksichtigung von Credit Value Adjustments ermittelt wurden:

SALDIERUNG VON FINANZINSTRUMENTEN in Mio Euro

	Finanzielle Vermögenswerte (Brutto-Darstellung)	Bilanziell saldierte finanzielle Verbindlichkeiten	Finanzielle Vermögenswerte (Netto-Darstellung)	Beträge, welche Saldierungsvereinbarungen unterliegen	Finanzielle Vermögenswerte nach (nicht-bilanzieller) Saldierung
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2019	99	0	99	- 26	73
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2018	69	0	69	- 16	53

	Finanzielle Verbindlichkeiten (Brutto-Darstellung)	Bilanziell saldierte finanzielle Vermögenswerte	Finanzielle Verbindlichkeiten (Netto-Darstellung)	Beträge, welche Saldierungsvereinbarungen unterliegen	Finanzielle Verbindlichkeiten nach (nicht-bilanzieller) Saldierung
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2019	27	0	27	- 26	- 1
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2018	19	0	19	- 16	2

34 / Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung folgt den internen Management- und Berichterstattungsstrukturen.

Der Konzern ist in die drei operativen Berichtssegmente „Entertainment“, „Content Production & Global Sales“ und „Commerce“ unterteilt.

- Das Segment Entertainment fasst das Free-TV- und Online-Videogeschäft der ProSiebenSat.1 Group mit den TV-Sendern der Brandfamilien SAT.1, ProSieben, Kabel Eins und sixx sowie die Sender unserer Konzerntöchter in Österreich und der Schweiz zusammen. Darüber hinaus sind in dem Segment die Vermarktungsgesellschaften SevenOne Media GmbH und SevenOne AdFactory GmbH, das Gemeinschaftsunternehmen Joyn und verschiedene kommerzielle Websites gebündelt. Die Geschäftsmodelle des Segments umfassen die plattformübergreifende Vermarktung von Werbeflächen im TV und online mittels klassischer reichweitenstarker TV-Werbung, zielgerichteter TV- und Online-Video-Werbung wie Addressable TV und Venture-Capital-basierter Werbevermarktung durch SevenVentures sowie das über Freischaltentgelte abgerechnete Distributionsgeschäft mit verschiedenen Kabelnetz-, Satelliten-, IPTV- und OTT-Betreibern. Darüber hinaus sind dem Segment Geschäftsmodelle in den Bereichen Advertising Platform Solutions (AdTech), Data, Musik-, (Sport) Event- und Künstler-Vermarktung und Programmverkäufe sowie die ProSiebenSat.1 Media SE als Holdinggesellschaft zugeordnet.
- Das Segment Content Production & Global Sales umfasst alle Aktivitäten im Bereich Produktion und weltweiter Vertrieb von Programminhalten, die unter dem Dach der Red Arrow Studios GmbH, Unterföhring („Red Arrow Studios“) gebündelt werden. Zu Red Arrow Studios gehört neben den globalen Film- und TV-Vertriebshäusern Red Arrow Studios International und Gravitas Ventures eine Gruppe von 20 internationalen Fernsehproduktionen in sieben Ländern sowie die Studio71. Das umfangreiche Programmangebot von Red Arrow Studios umfasst unter anderem Unterhaltungs-, Reality- und Factual-Formate sowie TV-Serien, Fernsehfilme und digitale Inhalte.
- Das Segment Commerce umfasst die Verticals Consumer Advice, Matchmaking, Experience und Beauty & Lifestyle. Die Tochterunternehmen bündelt ProSiebenSat.1 in der NuCom Group, die 2018 eine langfristige Partnerschaft mit dem Wachstumskapitalinvestor General Atlantic geschlossen hat. Zu den Marken des Segments gehören u.a. Verivox, Aroundhome, Parship, eHarmony, Jochen Schweizer, Mydays, Amorelie und Flaconi.

Der Vorstand als Hauptentscheidungsträger misst den Erfolg der Segmente anhand einer Segmentergebnisgröße, die in der internen Steuerung und Berichterstattung als „adjusted EBITDA“ bezeichnet wird. Als weitere Steuerungsgröße wird der Umsatz des Segments herangezogen.

DEFINITION ADJUSTED EBITDA

Die Ertragskennzahl „adjusted EBITDA“ steht für adjusted Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization. Es beschreibt das um bestimmte Einfluss-Faktoren (Sondereffekte) bereinigte Betriebsergebnis (Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen).

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

In den Eliminierungen sind Konsolidierungen von konzerninternen Transaktionen zwischen den Segmenten enthalten. Diese Geschäftsbeziehungen erfolgen zu marktüblichen Bedingungen. In der Überleitungsrechnung werden Größen ausgewiesen, die definitionsgemäß nicht Bestandteil der Segmente sind.

SEGMENTINFORMATIONEN 2019 in Mio Euro

	Segment Entertainment	Segment Content Production & Global Sales	Segment Commerce	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	2.585	730	965	4.281	-146	4.135
Außenumsatzerlöse	2.518	652	965	4.135	-/-	4.135
Innenumsatzerlöse	68	78	0	146	-146	-/-
Adjusted EBITDA	726	48	98	872	0	872
Sondereffekte	-14	0	-20	-34	-/-	-34
Abschreibungen und Wertminderungen ¹	135	59	66	260	0	260
Investitionen	1.225	33	43	1.300	-15	1.285

¹ Enthält Wertminderungen in Höhe von 31 Mio Euro. Hiervon entfallen auf die Segmente Entertainment 8 Mio Euro, Content Production & Global Sales 23 Mio Euro und Commerce 1 Mio Euro.

SEGMENTINFORMATIONEN 2018 in Mio Euro

	Segment Entertainment	Segment Content Production & Global Sales	Segment Commerce	Summe Segmente	Sonstige/ Eliminierung	Summe Konzern
Umsatzerlöse	2.718	608	831	4.156	-148	4.009
Außenumsatzerlöse	2.626	552	831	4.009	-/-	4.009
Innenumsatzerlöse	92	55	0	148	-148	-/-
Adjusted EBITDA	881	31	103	1.014	-1	1.013
Sondereffekte	-420	-4	-19	-443	-/-	-443
Abschreibungen und Wertminderungen ¹	133	33	56	222	0	222
Investitionen	1.198	20	25	1.243	-11	1.232

¹ Enthält Wertminderungen in Höhe von 15 Mio Euro. Hiervon entfallen auf die Segmente Entertainment 11 Mio Euro, Content Production & Global Sales 3 Mio Euro und Commerce 0 Mio Euro.

Die Abschreibungen entfallen auf das den einzelnen Segmenten zugeordnete Vermögen. Nicht enthalten sind Wertminderungen auf das Programmvermögen, auf Finanzanlagen und auf kurzfristige finanzielle Vermögenswerte.

Die Investitionen umfassen Zugänge zu sonstigen immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen sowie zum Programmvermögen.

Nachfolgend wird das adjusted EBITDA der Segmente auf das Konzernergebnis übergeleitet:

ÜBERLEITUNG DES SEGMENTERGEBNISSES in Mio Euro

	2019	2018
ADJUSTED EBITDA		
Adjusted EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	872	1.014
Eliminierungen und sonstige Überleitungsposten	0	-1
Adjusted EBITDA des Konzerns	872	1.013
Sondereffekte	-34	-443
Finanzergebnis	-6	-4
Abschreibungen und Wertminderungen	-260	-222
Ertragsteuern	-161	-94
Konzernergebnis	412	250

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

DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE in Mio Euro

	2019	2018
Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises	0	18
Erträge aus sonstigen Einmal-Effekten	0	1
Zu bereinigende Erträge	1	19
M&A-bezogene Aufwendungen	- 12	- 34
Reorganisations-Aufwendungen	- 45	- 68
Aufwendungen für Rechtsstreitigkeiten	0	1
Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen	5	8
Aufwendungen aus sonstigen Einmal-Effekten	- 5	- 14
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	23	- 354
Zu bereinigende Aufwendungen	- 35	- 462
Sondereffekte	- 34	- 443

Nachstehend sind die Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group zu finden. Dabei wird unterschieden nach Deutschland (D), den Vereinigten Staaten (USA), Österreich (AT) und Schweiz (CH), dem Vereinigten Königreich (UK) und Sonstige.

ANGABEN AUF UNTERNEHMENSEBENE in Mio Euro

Geografische Aufteilung	D		USA		AT/CH		UK		Sonstige		Summe Konzern	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Außenumsatzerlöse	3.239	3.242	540	414	278	286	53	47	25	21	4.135	4.009
Langfristiges Vermögen	3.744	3.426	517	536	52	53	29	26	9	8	4.351	4.049

Die Zuordnung der Umsätze erfolgt nach dem Land der Gesellschaft, die die Leistung erbracht hat.

Das langfristige Vermögen beinhaltet die Geschäfts- oder Firmenwerte, die sonstigen immateriellen Vermögenswerte, die Sachanlagen und das langfristige Programmvermögen.

Im Geschäftsjahr 2019 wurden mehr als 10 Prozent der Umsatzerlöse mit einem Kunden erzielt. Auf diesen Kunden, bei dem es sich um einen Agenturverband handelt, dem verschiedene Mediaagenturen angeschlossen sind, entfallen 461 Mio Euro (Vorjahr: 523 Mio Euro).

35 / Anteilsbasierte Vergütung

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über verschiedene Programme, die unter die Vorschriften des IFRS 2 fallen.

PERFORMANCE SHARE PLAN (LONG TERM INCENTIVE)

Bei dem Performance Share Plan (PSP) handelt es sich um ein langfristiges Vergütungsinstrument, das von der ProSiebenSat.1 Media SE für Mitglieder des Vorstands sowie ausgewählte Führungskräfte und Angestellte der ProSiebenSat.1 Group entwickelt wurde. Die einzelnen Berechtigten und die Zahl der ihnen einzuräumenden Performance Share Units (PSUs) werden durch den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE mit Zustimmung des Aufsichtsrats bzw. - soweit Mitglieder des Vorstands betroffen sind - durch den Aufsichtsrat festgelegt. Die Planbedingungen und die wesentlichen Kennzahlen des PSP werden im Folgenden erläutert. Weitere Informationen finden sich im Konzernlagebericht im Abschnitt → [Vergütungsbericht](#).

Planbedingungen

Der PSP ist als mehrjährige variable Vergütung in Form virtueller Aktien (Performance Shares Units - PSUs) ausgestaltet. Hierzu erfolgt eine Zuteilung in jährlichen Tranchen mit jeweils vierjährigem 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 Bewertung der Performance Shares Units erfolgt zum beizulegenden Zeitwert und 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 des STOXX Europe 600 Media).

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 30 Börsenhandelstage vor Beginn des Geschäftsjahres eine dem Zuteilungswert entsprechende Anzahl an PSUs gewährt. Nach Ablauf des vierjährigen Performancezeitraums werden die gewährten PSUs mit einem Umrechnungsfaktor, der sich anhand der gewichteten Zielerreichung des adjusted net income und des relativen TSR bestimmt, in eine endgültige Anzahl von PSUs umgerechnet. Der Auszahlungsbetrag je PSU entspricht sodann dem Volumen-gewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1 Media SE Aktie der vorangegangenen 30 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.

Kennzahl adjusted net income auf Konzernebene

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 für den Konzern 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. Die endgültige Zielerreichung im Hinblick auf das adjusted net income auf Konzernebene kann erst nach Abschluss des letzten Geschäftsjahres des jeweiligen vierjährigen Performancezeitraums ermittelt werden.

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.

Kennzahl Relativer Total Shareholder Return (TSR)

Zur Ermittlung der Zielerreichung 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 Perzentilrangs ausgedrückt. Die endgültige Zielerreichung im Hinblick auf den relativen TSR kann erst nach Abschluss des letzten Geschäftsjahres des jeweiligen vierjährigen Performancezeitraums ermittelt werden.

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.

Die folgende Tabelle gibt die wesentlichen Informationen zu den einzelnen Performance-Share-Plänen der ProSiebenSat.1 Group wieder:

PERFORMANCE SHARE PLÄNE

	PSP 2018	PSP 2019
Stand PSUs 01.01.2019	288.160	0
Zugeteilte PSUs in 2019	-/-	412.497
Verfallene PSUs in 2019	-/-	39.917
Im Rahmen von anderen Programmen abgelöste PSUs in 2019	1.406	-/-
Stand PSUs 31.12.2019	286.754	372.580
Zusagezeitpunkt	29.06.2018	01.01.2019
Erdienungszeitraum	2018 bis 2021	2019 bis 2022

Die Bewertung der erwarteten Verpflichtungen aus den Performance-Share-Plänen erfolgt zum jeweiligen beizulegenden Zeitwert. Diese werden anhand eines Optionspreismodells ermittelt.

Der auf das Geschäftsjahr 2019 entfallende Personalaufwand aus den ausgegebenen PSUs für die Performance-Share-Pläne beträgt netto 3 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

Die langfristige Rückstellung für die Performance-Share-Pläne beträgt zum 31. Dezember 2019 4 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

Die jeweilige Tranche des Performance Share Plans wird nach Vorliegen des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das letzte Geschäftsjahr des vierjährigen Performancezeitraums der betreffenden Tranche im Folgejahr ausbezahlt bzw. abgewickelt.

GROUP SHARE PLAN

Zum 31. Dezember 2019 existieren mit den Group-Share-Plänen 2016 und 2017 noch zwei laufende Programme, in deren Rahmen die Berechtigten nach Ablauf einer Planlaufzeit (Haltefrist) von vier Jahren PSUs erwerben. Hierbei handelt es sich um langfristige Vergütungsinstrumente, die von der ProSiebenSat.1 Media SE für Mitglieder des Vorstands sowie ausgewählte Führungskräfte und Angestellte der ProSiebenSat.1 Group entwickelt wurden. Die einzelnen Berechtigten und die Zahl der ihnen einzuräumenden PSUs wurden durch den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE mit Zustimmung des Aufsichtsrats bzw. - soweit Mitglieder des Vorstands betroffen sind - durch den Aufsichtsrat festgelegt.

Es handelt sich dabei jeweils um eine Aktientantieme, bei der die ProSiebenSat.1 Media SE ein Wahlrecht zur Erfüllung in Eigenkapitalinstrumenten bzw. Barmitteln hat. Mit Beschluss vom 11. März 2016 hat der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE von diesem Wahlrecht Gebrauch gemacht und beschlossen, die Group-Share-Pläne in Barmitteln zu begleichen. Der abgelaufene Group Share Plan 2015 wurde im zweiten Quartal 2019 vollständig ausgezahlt.

Bewertung, Mindesthürden und Erfolgsziel

Die Bewertung der PSUs erfolgt zum beizulegenden Zeitwert. Dieser entspricht grundsätzlich dem Marktwert der zugrundeliegenden Aktien. Der Umrechnungsfaktor, mit dem die PSUs nach Ablauf der Haltefrist in Barmittel umgerechnet werden, hängt von der Erreichung im Voraus nach Planbedingungen festgelegter EBITDA- und Konzernjahresüberschuss-Erfolgsziele ab und kann zwischen 0 und 150 Prozent variieren (erfolgsbezogener Cap). Sofern der Aktienkurs bei Festlegung des Umtauschverhältnisses den Aktienkurs bei Zuteilung um mehr als 200 Prozent übersteigt, wird der Umrechnungsfaktor ferner so verringert, dass eine über der Schwelle von 200 Prozent liegende Kurssteigerung zu keiner weiteren Werterhöhung der PSUs mehr führt (kursbezogener Cap). Aufgrund der während der Planlaufzeit fehlenden Berechtigung zum Bezug von Aktiendividenden wird der beizulegende Zeitwert um den Zeitwert der zu erwartenden Dividenden gekürzt. Die entsprechenden Dividendenabschläge wurden aus der bisherigen Dividendenhistorie der ProSiebenSat.1 Group abgeleitet. Nach Ende eines jeden Jahres der Haltefrist wird ein Viertel der gewährten PSUs unverfallbar.

Die Barzahlung, die der Planteilnehmer am Ende der vierjährigen Planlaufzeit pro PSU erhält, hängt von der jeweiligen Zielerreichung ab. Der Aufsichtsrat kann die Umwandlungsquote für den jeweiligen Group Share Plan von virtuellen Aktien in Barmittel für den Vorstand um plus/minus 25 Prozent verändern, um individuelle Leistung zu reflektieren. Die Anwendung des Umrechnungsfaktors erfolgt zum Zeitpunkt der Wandlung der PSUs in Barmittel.

Die folgende Tabelle gibt die wesentlichen Informationen zu den einzelnen Group-Share-Plänen der ProSiebenSat.1 Group wieder:

GROUP SHARE PLÄNE

	GSP 2015	GSP 2016	GSP 2017
Stand PSUs 01.01.2019	97.559	186.576	225.920
Verfallene PSUs in 2019	-/-	8.652	36.574
Im Rahmen von anderen Programmen abgelöste PSUs in 2019	-/-	858	564
Abgewickelte PSUs in 2019	97.559	-/-	-/-
Stand PSUs 31.12.2019	-/-	177.066	188.782
Zusagezeitpunkt	01.12.2015	15.12.2016	15.12.2017
Erdienungszeitraum	2015 bis 2018	2016 bis 2019	2017 bis 2020

Aufgrund der Aktienkursentwicklung im Geschäftsjahr 2019 wurde im Rahmen der PSU-Bewertung ein gegenläufiger Ertrag in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) im Personalaufwand erfasst.

Die kurzfristige Rückstellung für die Group-Share-Pläne beträgt zum 31. Dezember 2019 2 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro). Die langfristige Rückstellung für die Group-Share-Pläne beträgt zum 31. Dezember 2019 2 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro).

Die jeweilige Tranche des Group Share Plans wird nach Vorliegen des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das letzte Geschäftsjahr der vierjährigen Planlaufzeit der betreffenden Tranche im Folgejahr ausbezahlt bzw. abgewickelt.

SONSTIGE ANTEILSBASIERTE VERGÜTUNGSMODELLE

Darüber hinaus unterhält der Konzern weitere anteilsbasierte, langfristige Vergütungsinstrumente für Geschäftsführer und Führungskräfte von Konzernunternehmen. Diese fallen in den Anwendungsbereich von IFRS 2 und sind hauptsächlich in Barmitteln zu erfüllen, wobei sich die jeweilige Auszahlung anhand der relevanten Unternehmens-Wertsteigerung während des jeweiligen Erdienungszeitraums oder bei Vorliegen eines Exit-Events bemisst. Die beizulegenden Zeitwerte der zu erfassenden Beträge werden zu jedem Stichtag unter Anwendung des Black-Scholes-Optionspreismodells ermittelt. Keiner dieser Pläne entfaltet für sich genommen eine wesentliche Auswirkung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Die für diese Pläne zum 31. Dezember 2019 erfassten Beträge belaufen sich in den sonstigen langfristigen Rückstellungen auf 4 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro) und in der Kapitalrücklage auf 1 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro). Der im Geschäftsjahr 2019 erfasste Personalaufwand beträgt 1 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro).

Die anteilsbasierte Vergütungskomponente aus dem Mitarbeiteraktienprogramm „myshares“ ist aus Sicht der ProSiebenSat.1 Group unwesentlich.

36 / Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Als nahestehende Personen und Unternehmen gemäß IAS 24 gelten für die ProSiebenSat.1 Group Personen und Unternehmen, welche die ProSiebenSat.1 Group beherrschen bzw. einen maßgeblichen Einfluss auf diese ausüben oder durch die ProSiebenSat.1 Group beherrscht bzw. maßgeblich beeinflusst werden.

Zum Stichtag wurden die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE sowie assoziierte Unternehmen bzw. Gemeinschaftsunternehmen der ProSiebenSat.1 Group als nahestehende Personen und Unternehmen definiert.

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 Konzernanhang in den Abschnitten → [Mitglieder des Vorstands](#) und → [Mitglieder des Aufsichtsrats](#) aufgeführt. Das Vergütungssystem der ProSiebenSat.1 Media SE für die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats wird im Konzernlagebericht im Abschnitt → [Vergütungsbericht](#) näher erläutert.

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

Jan David Frouman, Vorstandsmitglied der ProSiebenSat.1 Media SE und Chairman & CEO Red Arrow Studios bis 19. November 2018, hat das Unternehmen zum 28. Februar 2019 verlassen. Im Zusammenhang mit dem Ausscheiden hat das Unternehmen Jan David Frouman im Februar 2019 eine Karenzentschädigung in Höhe von 0,3 Mio Euro gezahlt.

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

Directors'-Dealings-Meldungen nach Art. 19 der Verordnung (EU) Nr. 596/2014 über Marktmissbrauch (MAR) werden unverzüglich nach deren Eingang unter → www.ProSiebenSat1.com/investor-relations/publikationen/directors-dealings-meldungen veröffentlicht und sind im → [Corporate-Governance-Bericht](#) näher erläutert.

Im Rahmen des Performance Share Plan („PSP“) werden an die Mitglieder des Vorstands PSUs („virtuelle Aktien“) ausgegeben. → [siehe Ziffer 35 „Anteilsbasierte Vergütung“](#). Am Ende des Geschäftsjahres 2019 halten die Mitglieder des Vorstands insgesamt 188.943 PSUs aus dem PSP 2019 und insgesamt 183.035 PSUs aus dem PSP 2018.

Im Rahmen des ausgelaufenen Group Share Plan („GSP“) (→ [siehe Ziffer 35 „Anteilsbasierte Vergütung“](#)) halten die Mitglieder des Vorstands am Ende des Geschäftsjahres 2019 noch insgesamt 90.059 PSUs aus dem GSP 2017 und 41.228 PSUs aus dem GSP 2016.

Für Pensionszusagen gegenüber im Geschäftsjahr 2019 amtierenden Mitgliedern des Vorstands hat die ProSiebenSat.1 Media SE insgesamt Pensionsrückstellungen in Höhe von 4,2 Mio Euro (Vorjahr: 15,2 Mio Euro) gebildet. Darin enthalten sind Pensionsrückstellungen für Entgeltumwandlungen in Höhe von 1,7 Mio Euro (Vorjahr: 10,4 Mio Euro). Die Pensionszusagen für frühere Vorstandsmitglieder betragen zum 31. Dezember 2019 26,6 Mio Euro (Vorjahr: 12,8 Mio Euro). Darin enthalten sind Pensionsrückstellungen für Entgeltumwandlungen in Höhe von 16,3 Mio Euro (Vorjahr: 5,2 Mio Euro).

Der zum 31. Dezember 2019 aufgelaufene Anspruch auf Versorgungsleistungen beträgt für im Geschäftsjahr 2019 amtierende Vorstandsmitglieder insgesamt 4,6 Mio Euro (Vorjahr: 16,2 Mio Euro). Darin enthalten sind Ansprüche aus Entgeltumwandlungen in Höhe von 1,9 Mio Euro (Vorjahr: 10,8 Mio Euro). Der äquivalente Anspruch auf jährliche Versorgungsleistungen beträgt für im Geschäftsjahr 2019 amtierende Vorstandsmitglieder 0,2 Mio Euro (Vorjahr: 0,7 Mio Euro). Darin enthalten sind Ansprüche aus Entgeltumwandlungen in Höhe von 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,4 Mio Euro).

Der aufgelaufene Anspruch auf Versorgungsleistungen beträgt für ausgeschiedene Vorstandsmitglieder insgesamt 6,7 Mio Euro (Vorjahr: 7,5 Mio Euro). Darin enthalten sind Ansprüche aus Entgeltumwandlungen in Höhe von 2,2 Mio Euro (Vorjahr: 2,2 Mio Euro). Der äquivalente Anspruch auf jährliche Versorgungsleistungen beträgt für ausgeschiedene Vorstandsmitglieder 1,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,7 Mio Euro). Darin enthalten sind Ansprüche aus Entgeltumwandlungen in Höhe von 0,7 Mio Euro (Vorjahr: 0,3 Mio Euro). Im Geschäftsjahr 2019 wurden an ausgeschiedene Vorstandsmitglieder 1,9 Mio Euro (Vorjahr: 2,3 Mio Euro) an Pensionszahlungen geleistet. Zur Absicherung dieser Versorgungsansprüche wurden Fonds dotiert, die jedoch nicht als Planvermögen zu klassifizieren sind, weil die Voraussetzungen hierfür nicht erfüllt sind.

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

Die Vergütung der im Geschäftsjahr 2019 amtierenden Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt im Berichtsjahr 10,0 Mio Euro (Vorjahr: 20,9 Mio Euro). In diesen Vergütungen sind variable Bestandteile in Höhe von 6,2 Mio Euro (Vorjahr: 15,7 Mio Euro) und Nebenleistungen in Höhe von 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro) enthalten. Die variablen Vergütungen beinhalten einjährige und mehrjährige variable Vergütungen.

Die Gesamtbezüge für ehemalige Vorstandsmitglieder betragen im Geschäftsjahr 2019 in Summe 9,1 Mio Euro. Im Vorjahr wurden Vergütungen an ausgeschiedene Vorstandsmitglieder in Höhe von 14,5 Mio Euro gezahlt.

Die Leistungen an den Vorstand sind - bis auf den GSP, PSP und die Pensionsansprüche - alle kurzfristig fällig.

Aufwendungen für den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE sind im Berichtsjahr in Höhe von 1,6 Mio Euro (Vorjahr: 1,7 Mio Euro) angefallen. Die Aufsichtsratsmitglieder erhalten eine fixe Vergütung, wobei der Vorsitzende des Aufsichtsrats den zweieinhalbfachen und sein Stellvertreter den eineinhalbfachen Betrag dieser festen Grundvergütung erhalten. Für die jährliche Mitgliedschaft in den einzelnen Ausschüssen erhalten die Aufsichtsratsmitglieder eine feste jährliche Vergütung. Hierbei erhält der jeweilige Ausschussvorsitzende eine zusätzliche Vergütung für seine Tätigkeiten. Darüber hinaus erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats für jede persönliche Teilnahme an einer Sitzung des Aufsichtsrats ein gesondertes Sitzungsgeld. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält den eineinhalbfachen Betrag des Sitzungsgeldes.

Vergütungen und Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen - insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen - wurden, außer der Vergütung für die genannte Beratungsleistung von Erik Huggers, den Aufsichtsratsmitgliedern im Geschäftsjahr 2019 und im Vorjahr nicht gewährt.

Hinsichtlich der Angaben zur individuellen Vergütung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats gemäß § 314 Abs.1 Nr. 6a HGB wird auf die Ausführungen im Vergütungsbericht verwiesen, der Bestandteil des Konzernlageberichts ist.

ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN UND GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN

Die ProSiebenSat.1 Group unterhält mit einigen ihrer Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen Beziehungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Dabei kauft und verkauft die Gesellschaft Produkte und Dienstleistungen grundsätzlich zu Marktbedingungen.

Im Geschäftsjahr 2019 wurden an assoziierte Unternehmen Lieferungen und Leistungen in Höhe von insgesamt 124 Mio Euro (Vorjahr: 136 Mio Euro) erbracht. Zum 31. Dezember 2019 betragen die Forderungen gegen die assoziierten Unternehmen 17 Mio Euro (31. Dezember 2018: 27 Mio Euro). Der Konzern empfing innerhalb des Geschäftsjahres 2019 von seinen assoziierten Unternehmen Lieferungen und Leistungen und erfasste in diesem Zuge Aufwendungen in Höhe von 28 Mio Euro (Vorjahr: 36 Mio Euro). Die Verbindlichkeiten gegenüber diesen Unternehmen beliefen sich zum 31. Dezember 2019 auf 3 Mio Euro (31. Dezember 2018: 5 Mio Euro).

Im Geschäftsjahr 2019 wurden an Gemeinschaftsunternehmen Lieferungen und Leistungen in Höhe von insgesamt 44 Mio Euro (Vorjahr: 25 Mio Euro) erbracht. Zum 31. Dezember 2019 betragen die Forderungen gegen die Gemeinschaftsunternehmen 21 Mio Euro (31. Dezember 2018: 8 Mio Euro). Der Konzern empfing innerhalb des Geschäftsjahres 2019 von seinen Gemeinschaftsunternehmen Lieferungen und Leistungen und erfasste in diesem Zuge Aufwendungen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro). Die Verbindlichkeiten gegenüber diesen Unternehmen beliefen sich zum 31. Dezember 2019 auf 12 Mio Euro (31. Dezember 2018: 2 Mio Euro).

37 / Honorare des Abschlussprüfers

Die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart ist seit dem Geschäftsjahr 2019 Abschlussprüfer der ProSiebenSat.1 Group. Vorjahresangaben beziehen sich auf die Honorare für Dienstleistungen der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Berlin.

Die Honorare für Dienstleistungen des Abschlussprüfers betragen für das Geschäftsjahr 2019 insgesamt 3,8 Mio Euro (Vorjahr: 4,3 Mio Euro). Davon entfallen auf Abschlussprüfungsleistungen 3,5 Mio Euro (Vorjahr: 3,9 Mio Euro), auf andere Bestätigungsleistungen 0,2 Mio Euro (Vorjahr: 0,4 Mio Euro), auf Steuerberatungsleistungen 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro) und auf sonstige Leistungen 0,0 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro). Die Angaben beziehen sich ausschließlich auf die rechtlich selbständige Einheit des bestellten Abschlussprüfers, die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart für das Geschäftsjahr 2019 bzw. die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Berlin für das Vorjahr.

38 / Corporate Governance

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 Group (→ www.prosiebensat1.com) dauerhaft zugänglich gemacht.

39 / Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Ende des Geschäftsjahres 2019 und dem Datum der Freigabe der Veröffentlichung dieses Finanzberichts sind keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group bzw. der ProSiebenSat.1 Media SE haben.

TAG DER FREIGABE DER VERÖFFENTLICHUNG

Der Konzernabschluss wird am 26. Februar 2020 durch den Vorstand der Gesellschaft zur Veröffentlichung und für die Weiterleitung an den Aufsichtsrat freigegeben. Dem Aufsichtsrat wird der Konzernabschluss am 4. März 2020 zur Billigung vorgelegt. Die Veröffentlichung erfolgt am 5. März 2020.

26. Februar 2020

Der Vorstand

MITGLIEDER DES VORSTANDS

MITGLIEDER DES VORSTANDS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE SOWIE DEREN MANDATE IN AUFSICHTSRÄTEN¹

Max Conze, Vorstandsvorsitzender (CEO)	Vorstandsvorsitzender (CEO) seit 1. Juni 2018	Inlandsmandate: Joyn GmbH, München (Beiratsvorsitzender) NCG - NUCOM GROUP SE, Unterföhring (stellvertre- tender 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	Inlandsmandate: VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Sendeunternehmen und Presseverlegern mbH, Berlin (stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender) Bavaria Studios & Production Services GmbH, Geiselgasteig
Rainer Beaujean, Finanzvorstand (CFO)	Finanzvorstand (CFO) seit 1. Juli 2019	Auslandsmandate: 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	Inlandsmandate: NCG - NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Aufsichtsratsvorsitzender) (bis 31. März 2019)
Sabine Eckhardt, Vorstand Vertrieb & Marketing	Vorstandsmitglied vom 1. Januar 2017 bis 30. April 2019	Inlandsmandate: Virtual Minds AG, Freiburg im Breisgau (Aufsichtsratsvorsitzende) (bis 7. Mai 2019) Auslandsmandate: 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

¹ 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

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE SOWIE DEREN MANDATE IN ANDEREN AUFSICHTSRÄTEN¹

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	Inlandsmandate: RWE AG, Essen, Siemens AG, Berlin/München
Dr. Marion Helmes Stellvertretende Vorsitzende	ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inlandsmandate: Siemens Healthineers AG, Erlangen, Uniper SE, Düsseldorf Auslandsmandate: 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	Inlandsmandate: TUI AG, Berlin/Hannover, Thyssenkrupp AG, Essen Auslandsmandate: Rothschild & Co SCA, Paris, Frankreich
Erik Adrianus Hubertus Huggers	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 26. Juni 2014 / der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Selbständiger Unternehmer	Auslandsmandate: WeTransfer B.V., Amsterdam, Niederlande
Marjorie Kaplan	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 16. Mai 2018 Merryck & Co. (Consultant & Mentor)	Auslandsmandate: 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	Inlandsmandate: Continental AG, Hannover, Covestro AG, Leverkusen, Covestro Deutschland AG, Leverkusen

¹ Die Darstellung der Mandate beschreibt die Mitgliedschaften in anderen nach deutschen Gesetzen zu bildenden Aufsichtsräten sowie Mitgliedschaften in vergleichbaren in- und ausländischen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen.

ANTEILSBESITZLISTE

AUFSTELLUNG DES ANTEILSBESITZES DER PROSIEBENSAT.1 GROUP GEMÄSS § 313 ABS. 2 HGB (Stand: 31. Dezember 2019)

Name Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital (%)	Name Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital (%)
ProSiebenSat.1 Media SE	Unterföhring		ProSiebenSat.1 Achte Verwaltungsgesellschaft mbH ⁴	Unterföhring	100,00
VERBUNDENE UNTERNEHMEN			ProSiebenSat.1 Advertising Platform Solutions GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Deutschland			ProSiebenSat.1 Digital Content GmbH	Unterföhring	100,00
7Love Holding GmbH	Unterföhring	94,23	ProSiebenSat.1 Digital Data GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
9Live Fernsehen GmbH	Unterföhring	100,00	ProSiebenSat.1 Digital GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Aboalarm GmbH	München	100,00	ProSiebenSat.1 Digitalzwanzigste Verwaltungsgesellschaft mbH ⁴	Unterföhring	100,00
Active Agent AG	Freiburg im Breisgau	100,00	ProSiebenSat.1 Entertainment GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
AdClear GmbH	Berlin	100,00	ProSiebenSat.1 Entertainment Investment GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
ADITION technologies AG	Düsseldorf	100,00	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH ⁴	Unterföhring	100,00
AdTech S8 GmbH	Unterföhring	100,00	ProSiebenSat.1 Fünfzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH ⁴	Unterföhring	100,00
Allmedica Arzneimittel GmbH	Wehrheim	100,00	ProSiebenSat.1 GP GmbH	Heidelberg	100,00
Alpina Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Unterföhring KG ¹	Mainz	0,00	ProSiebenSat.1 GP II GmbH	Unterföhring	100,00
be Around GmbH	Berlin	100,00	ProSiebenSat.1 Pay TV GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
be Around Holding GmbH ²	Berlin	80,00	ProSiebenSat.1 Produktion GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Blitz B19 - 632 GmbH	Berlin	100,00	ProSiebenSat.1 Services GmbH	Unterföhring	100,00
BrightCat Agentur für Neue Medien UG (haftungsbeschränkt)	Berlin	100,00	ProSiebenSat.1 Sports GmbH	Unterföhring	100,00
DISTRICON GmbH	Wehrheim	100,00	ProSiebenSat.1 Tech Solutions GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
DOSB New Media GmbH	Unterföhring	67,50	ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH	Unterföhring	100,00
Dr. Kleine Pharma GmbH	Bielefeld	100,00	ProSiebenSat.1 Warehouse GmbH	Unterföhring	100,00
EBS European Booking Solutions Holding GmbH	München	100,00	ProSiebenSat.1 Welt GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
esome advertising technologies GmbH ³	Hamburg	90,00	Red Arrow Studios GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
eSports.com GSA GmbH	Unterföhring	100,00	Red Arrow Studios International GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Fem Media GmbH	Unterföhring	100,00	RedSeven Entertainment GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Flaconi GmbH	Berlin	100,00	Regiondo GmbH	München	100,00
Glomex GmbH ⁴	Unterföhring	100,00	SAM Sports - Starwatch Artist Management GmbH	Hamburg	100,00
Hip Trips GmbH	München	100,00	Sat.1 Norddeutschland GmbH ⁴	Hannover	100,00
i12 GmbH	Linden	100,00	SAT.1 Satelliten Fernsehen GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Jochen Schweizer GmbH	München	100,00	SevenOne AdFactory GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Jochen Schweizer Leisure & Travel Holding GmbH	München	100,00	SevenOne Capital (Holding) GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Jochen Schweizer mydays Holding GmbH ³	München	89,90	SevenOne Media GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Jochen Schweizer Technology Solutions GmbH	München	100,00	SevenPictures Film GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
JSMO Event GmbH	München	100,00	SevenVentures GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Kairion GmbH	Frankfurt am Main	100,00	SilverTours GmbH	Freiburg im Breisgau	100,00
Marketplace GmbH	Berlin	100,00	SMARTSTREAM.TV GmbH	München	91,00
markt guru Deutschland GmbH	München	90,00	Sonoma Internet GmbH	Berlin	97,82
Maximilian Online Media GmbH	Linden	100,00	Spontacts GmbH	München	100,00
MMP Event GmbH	Köln	100,00	Studio 71 GmbH	Berlin	100,00
moebel.de Einrichten & Wohnen AG	Hamburg	50,10	Stylight GmbH	München	100,00
mydays GmbH	München	100,00	Tannhauser Media Group GmbH	Berlin	100,00
myLoc managed IT AG	Düsseldorf	100,00	The ADEX GmbH	Berlin	90,74
NCG - NUCOM GROUP SE	Unterföhring	71,59	THMMS Holding GmbH	Hamburg	100,00
NCG Commerce GmbH	Unterföhring	100,00	THMMS MidCo GmbH	Hamburg	100,00
P7S1 SBS Holding GmbH ⁴	Unterföhring	100,00	Toptarif Internet GmbH	Berlin	100,00
PARSHIP ELITE Service GmbH	Hamburg	100,00	tv weiss-blau Rundfunkprogramm-anbieter GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Parship Group GmbH	Hamburg	100,00	Verivox Finanzvergleich GmbH	Heidelberg	100,00
PE Digital GmbH	Hamburg	100,00	Verivox GmbH	Heidelberg	100,00
PEG Management GmbH & Co. KG ⁵	Unterföhring	0,00	Verivox Holding GmbH	Unterföhring	100,00
Preis24.de GmbH	Düsseldorf	100,00	Verivox Versicherungsvergleich GmbH	Heidelberg	100,00
ProSiebenSat.1 Accelerator GmbH ⁴	Unterföhring	100,00	Virtual Minds AG	Freiburg im Breisgau	100,00

Name Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital (%)
VVX Co-Investor GmbH & Co. KG ³	Heidelberg	89,42
VX Sales Solutions GmbH	Heidelberg	100,00
wetter.com GmbH ⁴	Konstanz	100,00
WindStar Medical GmbH	Wehrheim	100,00
WSM Holding GmbH ³	Wehrheim	92,00
yieldlab AG	Hamburg	100,00
Armenien		
Markt guru LLC	Jerewan	100,00
Australien		
eHarmony Australia Pty Limited	Sydney	100,00
Belgien		
Sultan Sushi BVBA, in vereffening	Gent (Sint-Denijs-Westrem)	100,00
Dänemark		
Snowman Productions ApS	Kopenhagen	100,00
Hongkong		
Red Arrow Studios International Limited	Hongkong	100,00
Israel		
July August Communications and Productions Ltd.	Tel Aviv	100,00
The Band's Visit LP	Tel Aviv	55,00
Italien		
Studio71 Italia S.r.l.	Mailand	51,00
Niederlande		
P7S1 Broadcasting Holding I B.V.	Amsterdam	100,00
SNDC8 B.V.	Amsterdam	100,00
Österreich		
ATV Privat TV GmbH	Wien	100,00
ATV Privat TV GmbH & Co KG	Wien	100,00
Austria 9 TV GmbH	Wien	100,00
AUSTRIA 9 TV GmbH & Co KG	Wien	100,00
ProSieben Austria GmbH	Wien	100,00
ProSiebenSat.1Puls 4 GmbH	Wien	100,00
Puls 4 TV GmbH	Wien	100,00
PULS 4 TV GmbH & Co KG	Wien	100,00
PULS4 Shopping GmbH ³	Wien	67,00
SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H.	Wien	51,00
SevenVentures Austria GmbH	Wien	100,00
Visivo Consulting GmbH	Wien	51,05
Rumänien		
MyVideo Broadband S.R.L.	Bukarest	100,00
Regiondo Software S.R.L.	Sibiu	100,00
Schweden		
Snowman Productions AB	Stockholm	100,00
Snowman Scripted AB	Stockholm	100,00
Schweiz		
ADITION Schweiz GmbH	Locarno	100,00
Jochen Schweizer mydays CH AG	Küsnacht (ZH)	100,00
ProSiebenSat.1 Puls 8 TV AG	Zürich	100,00
Sat.1 (Schweiz) AG	Küsnacht (ZH)	100,00
SevenOne Media (Schweiz) AG	Küsnacht (ZH)	100,00
SevenVentures (Schweiz) AG	Küsnacht (ZH)	100,00
Verivox Schweiz AG	Luzern	100,00
Serbien		
esome advertising technologies d.o.o. Beograd	Belgrad	100,00
Spanien		
SilverTours Technology S.L.	Alicante	100,00
Türkei		
Karga Seven Pictures Yapim Anonim Şirketi	Istanbul	100,00

Name Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital (%)
Ukraine		
Glomex TOV	Kiew	100,00
Vereinigtes Königreich		
ADITION UK Limited ³	Cullompton	74,00
CPL Good Vibrations Limited	London	100,00
CPL Productions Limited	London	100,00
eHarmony UK Limited	London	100,00
Endor (DS2) Limited	London	100,00
Endor (Esio Trot) Limited	London	100,00
Endor (Max) Limited	London	100,00
Endor (T&T) Limited	London	100,00
Endor (TDO) Limited	London	100,00
Endor (Vienna) Limited	London	100,00
Endor Productions Limited ³	London	51,00
Glomex Limited	Birmingham	100,00
LHB Limited ³	London	84,13
P7S1 Broadcasting (UK) Limited	London	100,00
ProSiebenSat.1 Digital Content GP Limited ³	London	87,61
ProSiebenSat.1 Digital Content LP ³	London	86,57
Red Arrow Studios Limited	London	100,00
Studio 71 UK Limited	London	100,00
Vereinigte Staaten von Amerika		
44 Blue Productions, LLC	Wilmington, DE	100,00
44 Blue Studios, LLC ³	Wilmington, DE	65,00
8383 Productions, LLC	Beverly Hills, CA	100,00
95 Ends, LLC	New York, NY	100,00
ASM Inc.	Castle Rock, CO	100,00
Boxcar Studios, LLC	Los Angeles, CA	100,00
Brady 44, LLC	Los Angeles, CA	100,00
By Dint Productions, LLC	New York, NY	100,00
Champ 44 Music Publishing, LLC	Wilmington, DE	100,00
Code D TV, LLC	Wilmington, DE	100,00
Collective Digital Studio GP, LLC	Wilmington, DE	100,00
Crow Magnon, LLC ³	Wilmington, DE	62,40
Delirium TV, LLC	Wilmington, DE	100,00
Digital Air, LLC	Beverly Hills, CA	100,00
Digital Atoms, LLC	Beverly Hills, CA	100,00
Digital Bytes, LLC	Beverly Hills, CA	100,00
Digital Cacophony, LLC	Beverly Hills, CA	100,00
Digital Demand, LLC	Wilmington, DE	100,00
Digital Diffusion, LLC	Beverly Hills, CA	100,00
Digital Echo, LLC	Beverly Hills, CA	100,00
Digital Fire, LLC	Beverly Hills, CA	100,00
Dogs Top Ten LLC	Castle Rock, CO	100,00
Dorsey Entertainment, LLC	Castle Rock, CO	100,00
Dorsey Multimedia, LLC	Castle Rock, CO	100,00
Dorsey Pictures, LLC ³	Dover, DE	60,00
Driving Force TV, LLC	Wilmington, DE	100,00
eHarmony Holding, Inc.	Wilmington, DE	100,00
eHarmony, Inc.	Wilmington, DE	100,00
Fabrik Entertainment, LLC ³	Wilmington, DE	93,88
Fortitude Production Services, LLC	Dover, DE	100,00
Fourteenth Hour Productions, LLC	Beverly Hills, CA	100,00
Gravitas Ventures LLC ³	Wilmington, DE	62,50
GTG Production Services, LLC	Los Angeles, CA	100,00
Half Yard Productions, LLC ³	Wilmington, DE	82,50
HB Television Development, LLC	Wilmington, DE	100,00
Hold Fast Productions, LLC	Wilmington, DE	100,00
K OPS TV Louisiana, LLC	Baton Rouge, LA	100,00

Name Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital (%)	Name Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital (%)
Karga Seven Pictures, LLC	Los Angeles, CA	100,00	Batch Media GmbH	Berlin	45,00
Keep it Down Music Publishing, LLC	Los Angeles, CA	100,00	BuzzBird Beteiligungsgesellschaft mbH	Berlin	42,92
Kenilworth Productions, Inc.	Wilmington, DE	100,00	Creative Shopping GmbH	Köln	20,08
Kinetic Content Publishing, LLC	Wilmington, DE	100,00	eFashion Boulevard GmbH	Georgsmarienhütte	30,00
Kinetic Content, LLC	Wilmington, DE	100,00	gamigo AG	Hamburg	33,00
Kinetic Operations, LLC	Wilmington, DE	100,00	HolodeckVR GmbH	Nürnberg	20,93
KinPro Music Publishing, LLC	Wilmington, DE	100,00	koakult GmbH	Berlin	33,33
Kinpro, LLC	Wilmington, DE	100,00	Sportority Germany GmbH	München	40,00
Left/Right Holdings, LLC ³	Dover, DE	80,00	VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Sendeunternehmen und Presseverlegern mbH	Berlin	27,66
Left/Right, LLC	Dover, DE	100,00	Frankreich		
Move Along Music Publishing, LLC	Los Angeles, CA	100,00	Studio 71 SAS	Boulogne-Billancourt	49,00
Moving TV, LLC	Wilmington, DE	100,00	Kanada		
NAR Pictures, LLC	Los Angeles, CA	100,00	Mad Rabbit Productions, Inc.	Toronto	25,00
New Kinetic, LLC	Wilmington, DE	51,00	Schweiz		
New Picture Perfect, LLC	Wilmington, DE	100,00	Goldbach Audience (Switzerland) AG	Küsnacht (ZH)	24,95
Next of Kin TV, LLC	Los Angeles, CA	100,00	Goldbach Media (Switzerland) AG	Küsnacht (ZH)	22,96
Node Productions, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	Swiss Radioworld AG	Zürich	22,96
Overture, LLC	Los Angeles, CA	100,00	Vereinigtes Königreich		
Pacific View TV, LLC	Wilmington, DE	100,00	Cove Pictures Limited	London	25,00
Pave Network, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	Vereinigte Staaten von Amerika		
PBP, LLC	Baton Rouge, LA	100,00	Remagine Media Ventures, L.P.	Wilmington, DE	30,25
Prank Film, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN		
Presidio Post, LLC	Wilmington, DE	100,00	Deutschland		
Production Connection, LLC	Wilmington, DE	100,00	AdAudience GmbH	München	16,67
Ranger Media, LLC	Wilmington, DE	100,00	d-force GmbH	Freiburg im Breisgau	50,00
Red Arrow Studios International, Inc.	Wilmington, DE	100,00	Joyn GmbH	München	50,00
Studio 71 (Canada), Inc.	Beverly Hills, CA	100,00	Vereinigtes Königreich		
Studio 71, LP	Wilmington, DE	100,00	European Broadcaster Exchange (EBX) Limited	London	25,00
Stylight, Inc.	Wilmington, DE	100,00	Nit Television Limited	London	50,01
The Fred Channel, LLC	Beverly Hills, CA	70,00	SONSTIGE UNTERNEHMEN		
The Weekly, LLC	New York, NY	100,00	Deutschland		
Third Voice Productions, Inc.	Dover, DE	100,00	Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG ⁵	München	10,00
Three Tables Music, LLC	Wilmington, DE	100,00			
WDSP, LLC	New York, NY	100,00			
ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN					
Deutschland					
AGF Videoforschung GmbH	Frankfurt am Main	16,66			

Name Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital (%)	Währung	Eigenkapital in Tausend	Jahresergebnis in Tausend
SONSTIGE WESENTLICHE BETEILIGUNGEN					
Deutschland					
Crosslantic Fund I GmbH & Co. KG ⁶	Düsseldorf	24,45	EUR	59.331	-/-
Gibraltar					
Sportority Limited ⁷	Gibraltar	3,88	GIP	-/-	-/-
Luxemburg					
FRIDAY Insurance S.A. ⁷	Bartringen	14,02	EUR	-/-	-/-

¹ Beherrschender Einfluss aufgrund vertraglicher Vereinbarungen zur Lenkung der maßgeblichen Tätigkeiten.

² Aufgrund von Optionsrechten im Berichtsjahr wird mit einer Anteilsquote von 90 % konsolidiert.

³ Aufgrund von Optionsrechten im Berichtsjahr wird mit einer Anteilsquote von 100 % konsolidiert.

⁴ Die Gesellschaft erfüllt die Bedingungen des §264 Abs.3 HGB und nimmt die Möglichkeit zur Befreiung von bestimmten Vorschriften über die Aufstellung, Prüfung und Offenlegung des Jahresabschlusses bzw. des Lageberichts in Anspruch.

⁵ Ein Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE ist persönlich haftender Gesellschafter dieser Gesellschaft.

⁶ Der angegebene Wert zum Eigenkapital bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2018 gemäß handelsrechtlicher Jahresabschluss. Keine Nennung des Jahresergebnisses, da dieses nicht veröffentlicht wird.

⁷ Keine Nennung von Eigenkapital und Jahresergebnis, da der Jahresabschluss nicht veröffentlicht wird.

INFOR MATI ONEN

- 212 **ERLÄUTERUNGEN ZUM BERICHT**
- 213 **VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER**
- 214 **BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN
ABSCHLUSSPRÜFERS**
- 219 **VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTS-
PRÜFERS: NICHTFINANZIELLER BERICHT**
- 221 **KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT KONZERN**
- 222 **KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT SEGMENTE**
- 223 **FINANZKALENDER**
- 224 **IMPRESSUM**

ERLÄUTERUNGEN ZUM BERICHT

INHALT UND FORM DES KONZERNLAGEBERICHTS

Der vorliegende Geschäftsbericht 2019 enthält den Konzernlagebericht der ProSiebenSat.1 Group. Der Vergütungsbericht sowie die Übernahmerechtlichen Angaben gemäß 315a Abs.1 HGB befinden sich im Abschnitt → [An unsere Aktionäre](#) dieses Geschäftsberichts; sie sind ebenfalls Bestandteil des geprüften Konzernlageberichts.

WESENTLICHE EREIGNISSE NACH DEM ENDE DER BERICHTSPERIODE

Wesentliche Ereignisse nach dem Ende der Berichtsperiode werden im → [Anhang, Ziffer 39 „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“](#), erläutert. Veröffentlichungstermin des Geschäftsberichts 2019 ist der 5. März 2020.

VORAUSSCHAUENDE AUSSAGEN ZUR KÜNFTIGEN VERMÖGENS-, FINANZ- UND ERTRAGSLAGE

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

Entwicklungen, die diese Prognose belasten könnten, sind zum Beispiel eine geringere Konjunkturdynamik als zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts erwartet. Diese und weitere Faktoren werden ausführlich im Risiko- und Chancenbericht erläutert. Dort berichten wir auch über zusätzliche Wachstumspotenziale; Chancen, die wir bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert haben, könnten sich etwa aus unternehmensstrategischen Entscheidungen ergeben. Risikopotenziale werden systematisch und regelmäßig im Rahmen des konzernweiten Risikomanagementprozesses erfasst. → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen](#) → [Risiko- und Chancenbericht](#)

RUNDUNGEN VON ZAHLENGABEN

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

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

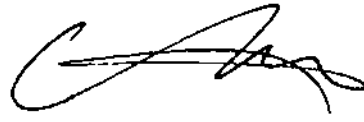
Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses

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

Unterföhring, den 26. Februar 2020



Max Conze
Vorstandsvorsitzender



Conrad Albert
Stellvertretender Vorstandsvorsitzender,
Group General Counsel



Rainer Beaujean
Finanzvorstand

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS

An die ProSiebenSat.1 Media SE

VERMERK ÜBER DIE PRÜFUNG DES KONZERNABSCHLUSSES UND DES KONZERNLAGEBERICHTS

PRÜFUNGSURTEILE

Wir haben den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, und ihrer Tochtergesellschaften (der Konzern) - bestehend aus der Konzernbilanz zum 31. Dezember 2019, der Konzern-Gewinn-und-Verlustrechnung, der Konzern-Gesamtergebnisrechnung, der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und der Konzern-Kapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019 sowie den Konzernanhang, einschließlich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden, geprüft. Darüber hinaus haben wir den Konzernlagebericht der ProSiebenSat.1 Media SE vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019 geprüft. Die auf der im Konzernlagebericht angegebene Internetseite veröffentlichte Konzernklärung zur Unternehmensführung nach § 315d HGB, die Bestandteil des Lagerberichts 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 Konzernabschluss in allen wesentlichen Belangen den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs.1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2019 sowie der Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2019 bis zum 31. Dezember 2019
- vermittelt der beigefügte Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Konzernlagebericht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum Konzernlagebericht erstreckt sich nicht auf den Inhalt der oben genannten Konzernklärung zur Unternehmensführung.

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

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts 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 Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von den Konzernunternehmen 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 Nichtprüfungsleistungen 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 Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht zu dienen.

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Konzernabschlusses

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

Nachfolgend beschreiben wir die aus unserer Sicht besonders wichtigen Prüfungssachverhalte:

[1] WERTMINDERUNGSTEST FÜR GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Die Geschäfts- oder Firmenwerte werden jährlich zum 31. Dezember des jeweiligen Geschäftsjahres sowie anlassbezogen von den gesetzlichen Vertretern der ProSiebenSat.1 Media SE einem Werthaltigkeitstest unterzogen, um einen möglichen Abschreibungsbedarf 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 zugrundeliegenden Komplexität, aufgrund der im Rahmen der Bewertung durch die gesetzlichen Vertreter zu treffenden Annahmen und Ermessensspielräume, war der Wertminderungstest für Geschäfts- oder Firmenwerte im Rahmen unserer Prüfung einer der bedeutsamsten Sachverhalte. Zu den Annahmen und Ermessensspielräumen zählen unter anderem die erwartete

Geschäfts- und Ergebnisentwicklung der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten bzw. Gruppen für die nächsten fünf Jahre, die verwendete Wachstumsrate und der verwendete Diskontierungszinssatz.

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 erzielbaren Beträge von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten bzw. Gruppen von solchen Einheiten, denen Geschäfts- oder Firmenwerte zugeordnet wurden, auf mögliche Fehlerrisiken analysiert und uns ein Verständnis über die Prozessschritte verschafft.

Wir haben die dem Bewertungsverfahren zugrunde gelegten Unternehmensplanungen durch einen Vergleich mit den in der Vergangenheit tatsächlich erzielten Ergebnissen und aktuellen Entwicklungen der Geschäftszahlen analysiert. In die Analyse haben wir auch die prognostizierte Marktentwicklung vergleichbarer Unternehmen einbezogen. Bei der Würdigung der zugrunde liegenden Unternehmensplanungen haben wir die erwartete Geschäfts- und Ergebnisentwicklung mit den Planungsverantwortlichen erörtert und mit den vom Vorstand erstellten und vom Aufsichtsrat genehmigten Unternehmensplanungen und der aktuellen Geschäftsentwicklung verglichen.

Unter Einbeziehung unserer internen Bewertungsspezialisten haben wir das Bewertungsmodell und die sonstigen wesentlichen Bewertungsannahmen, wie beispielsweise den Diskontierungszinssatz und die Wachstumsrate, auf Basis einer Analyse der allgemeinen Marktindikatoren beurteilt. Die Ableitung des risikoadjustierten Kapitalisierungszinssatzes haben wir gewürdigt, indem wir insbesondere die Vergleichsunternehmen hinterfragt, die Marktdaten mit externen Nachweisen abgeglichen und die rechnerische Richtigkeit überprüft haben.

Um ein mögliches Wertminderungsrisiko zu erkennen, haben wir mit Hilfe von eigenen Sensitivitätsanalysen die Ergebnisse des Werthaltigkeitstests darüber hinaus daraufhin untersucht, welche Veränderungen in bestimmten Bewertungsparametern zu einem abweichenden Urteil hinsichtlich Wertminderungsbedarf auf Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheit führen würden. Dabei wurden sowohl exogene als auch endogene Veränderungen der Planungsannahmen in den verschiedenen Szenarien betrachtet.

Ergänzend haben wir die Angaben im Konzernanhang zu den wesentlichen Ermessensentscheidungen und Schätzungen sowie zu den wesentlichen Annahmen bei der Überprüfung für Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte im Hinblick auf die sich ergebenden Anforderungen der Vorschriften nach IAS 1 und IAS 36 gewürdigt.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich hinsichtlich des Wertminderungstests für Geschäfts- oder Firmenwerte keine Einwendungen ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Zu den bezüglich der Geschäfts- oder Firmenwerte angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen verweisen wir auf die Angabe im Konzernanhang im Abschnitt (2) „Zusammenfassung der wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“, unter Kapitel (C) „Immaterielle Vermögenswerte und Geschäfts- oder Firmenwerte“. Für die damit in Zusammenhang stehenden Angaben zu

Ermessensausübungen der gesetzlichen Vertreter und zu Quellen von Schätzungsunsicherheit sowie zu den Angaben zum Geschäfts- oder Firmenwert verweisen wir auf die Ausführungen im Abschnitt (17) „Geschäfts- oder Firmenwerte“. Dort sind auch Angaben zur Sensitivität der Bewertungsergebnisse enthalten.

[2] UMSATZREALISIERUNG

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Die Umsatzerlöse stellen für den Konzern einen bedeutsamen finanziellen Leistungsindikator dar und unterliegen in den einzelnen Segmenten vielfältigen Geschäftsmodellen. In den Segmenten Entertainment und Commerce besteht hierbei, insbesondere für die Existenz sowie die zeitgerechte Realisierung der Umsatzerlöse, ein Risiko wesentlicher falscher Darstellung. Im Segment Entertainment betrifft dies hauptsächlich die Übertragung und Verarbeitung von Kampagnendaten aus den Vorsystemen, während im Segment Commerce bei der Bemessung der Umsatzerlöse, vorrangig aufgrund von Storno- oder Rückgaberechten, Schätzunsicherheiten vorliegen. Im Segment Content Production & Global Sales werden die Umsatzerlöse zu einem erheblichen Teil über einen bestimmten Zeitraum nach der Methode der Gewinnrealisierung nach dem Fertigstellungsgrad realisiert. Hierbei haben die Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter, beispielsweise in Bezug auf die erwarteten Gesamtkosten oder den Projektfortschritt einen erheblichen Einfluss auf die Realisierung und Bewertung der Umsatzerlöse.

Vor dem Hintergrund der Bedeutung und der Komplexität der Umsatzerlöse erachten wir die Umsatzrealisierung als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt.

Prüferisches Vorgehen

Im Rahmen unserer Prüfungshandlungen haben wir die im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsvorgaben für die Realisierung von Umsatzerlösen anhand der in IFRS 15 definierten Kriterien gewürdigt.

Die Existenz der Umsatzerlöse haben wir für wesentliche, in den Konzernabschluss einbezogene Unternehmen unter anderem durch eine Korrelation mit den zugehörigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie hiermit im Zusammenhang stehenden Zahlungseingängen untersucht und festgestellte Abweichungen analysiert.

Um das Bestehen der Werbeumsätze zu beurteilen, haben wir im Segment Entertainment insbesondere Applikationskontrollen und Schnittstellen des ERP-Systems mit Werbeleistungen erfassenden Vorsystemen getestet. Zudem haben wir auf Basis von Stichproben die Umsatzrealisierung für einzelne Werbekampagnen anhand der entsprechenden Verträge nachvollzogen. Im Segment Commerce haben wir die Annahmen des Managements für die zugrunde gelegten Storno- und Rückgabequoten auf Basis historischer Erfahrungswerte analysiert.

Im Segment Content Production & Global Sales haben wir die erwarteten Gesamtkosten in Stichproben anhand der Budgetplanung pro Auftragsproduktion beurteilt sowie den Gesamtauftragswert zu den geschlossenen Verträgen abgestimmt. Die bis zum Stichtag angefallenen Aufwendungen haben wir in Stichproben anhand der Eingangsrechnungen und Stundenaufstellungen nachvollzogen und

deren Zuordnung zu den jeweiligen Auftragsproduktionen analysiert. Zusätzlich haben wir die nach IFRS 15 erfasste Teilgewinnrealisierung von Aufträgen rechnerisch nachvollzogen. Wir haben die in den ausgewiesenen Umsatzerlösen enthaltenen Aufträge unter anderem daraufhin analysiert, ob die geplante und realisierte Marge aus den Verträgen sich mit unserer Erwartungshaltung an den Projektverlauf des einzelnen Projektes aus der Entwicklung in vergleichbaren Projekten deckt.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich hinsichtlich der Umsatzrealisierung keine Einwendungen ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Die Angaben bezüglich der Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen von Umsatzerlösen sind im Konzernanhang in Abschnitt (2) „Zusammenfassung der wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen“ unter dem Kapitel (C) „Umsatzerlöse“ enthalten. Die Ausführungen zur Zusammensetzung der Umsatzerlöse finden sich im Konzernanhang in Abschnitt (6) „Umsatzerlöse“.

[3] WERTHALTIGKEIT DES BESTEHENDEN PROGRAMMVERMÖGENS

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Aufgrund der erheblichen Bedeutung für den Konzern wird das grundsätzlich den sonstigen immateriellen Vermögenswerten zuzurechnende Programmvermögen als separater Posten in der Bilanz dargestellt.

Sowohl bei der Untersuchung der einzelnen Programmtitel als auch bei der Untersuchung der genrebasierten Programmgruppen auf Anhaltspunkte für das Vorliegen einer Wertminderung, haben die gesetzlichen Vertreter wesentliche Ermessensspielräume bezüglich der Planung des künftigen Einsatzes des Programmvermögens und der Einschätzung dessen Erlöspotentials. Anhaltspunkte liegen beispielsweise vor, wenn die Ausstrahlung eines Programmtitels oder einer Gruppe von Programmtiteln aufgrund mangelnder Vermarktbarkeit oder einer strategischen Neuausrichtung des Programminhalts nicht mehr wahrscheinlich ist. Es besteht daher insgesamt das Risiko für den Konzernabschluss, dass Wertminderungen des Programmvermögens nicht in ausreichender Höhe erfasst werden.

Wir erachten das Programmvermögen aufgrund seiner strategischen Relevanz sowie aufgrund der ermessensbehafteten Bewertung als besonders wichtigen Prüfungssachverhalt.

Prüferisches Vorgehen

Im Rahmen unserer Prüfungshandlungen haben wir die Einschätzung der gesetzlichen Vertreter bezüglich des Vorliegens von Anhaltspunkten, die auf eine eingeschränkte künftige Verwendung hindeuten, mit den Verantwortlichen erörtert. Zudem haben wir eigene analytische Auswertungen bezogen auf die Anzahl der verfügbaren Ausstrahlungen vor dem Hintergrund der Lizenzlaufzeiten der Programmtitel und deren letztem Ausstrahlungsdatum vorgenommen, um Hinweise auf eine möglicherweise geminderte Einsatzfähigkeit der im Bestand befindlichen Programmtitel zu erhalten.

Zusätzlich haben wir im Rahmen einer Nachschau bezogen auf die erfassten Wertminderungen die von den gesetzlichen Vertretern festgelegten Anhaltspunkte zur Identifikation einer Wertminderung auf Einzeltitel-Ebene beurteilt.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich hinsichtlich der Werthaltigkeit des Programmvermögens keine Einwendungen ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Die Angaben bezüglich der Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen von Programmvermögen sind im Konzernanhang in Abschnitt (2) „Erläuterung der wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen“ unter dem Kapitel (C) „Programmvermögen“ enthalten. Für die damit in Zusammenhang stehenden Angaben zu den zugrunde gelegten Annahmen und Schätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Informationen zur Wertentwicklung des Programmvermögens sind im Abschnitt (22) im Konzernanhang beschrieben.

SONSTIGE INFORMATIONEN

Der Aufsichtsrat ist für den Bericht des Aufsichtsrates verantwortlich. Im Übrigen sind die gesetzlichen Vertreter für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die oben genannte Konzernklärung zur Unternehmensführung gem. § 315d HGB, ferner die übrigen Teile des Geschäftsberichts, von denen wir eine Fassung bis zur Erteilung dieses Bestätigungsvermerks erlangt haben, insbesondere:

- die Versicherung des gesetzlichen Vertreter gemäß § 297 Abs. 2 Satz 4 HGB,
- den Bericht des Aufsichtsrat nach § 171 Abs. 2 AktG
- sowie die Abschnitte „Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group“, „Interview mit Max Conze“, „Image Teil“, „Corporate-Governance-Bericht“, „Die ProSiebenSat.1 Media SE Aktie“, „Erläuterungen zum Bericht“, „Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Konzern“, „Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Segmente“ und „Finanzkalender“,

aber nicht den Konzernabschluss, nicht die in die inhaltliche Prüfung einbezogenen Konzernlageberichtsangaben, nicht unseren dazugehörigen Bestätigungsvermerk sowie nicht den nichtfinanziellen Konzernbericht.

Unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und Konzernlagebericht 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 Konzernjahresabschluss, Konzernlagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER UND DES AUFSICHTSRATS FÜR DEN KONZERNABSCHLUSS UND DEN KONZERNLAGEBERICHT

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Konzernabschlusses, der den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs. 1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Konzernabschluss unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen - beabsichtigten oder unbeabsichtigten - falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns 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, es sei denn, es besteht die Absicht den Konzern zu liquidieren oder der Einstellung des Geschäftsbetriebs oder es besteht keine realistische Alternative dazu.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Konzernlageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss 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 Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Konzernlagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses des Konzerns zur Aufstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts.

VERANTWORTUNG DES ABSCHLUSSPRÜFERS FÜR DIE PRÜFUNG DES KONZERNABSCHLUSSES UND DES KONZERNLAGEBERICHTS

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzernabschluss als Ganzes frei von wesentlichen - beabsichtigten oder unbeabsichtigten - falschen Darstellungen ist, und ob der Konzernlagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss 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 Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht 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 Konzernabschlusses und Konzernlageberichts 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 Konzernabschluss und im Konzernlagebericht, 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 Konzernabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Konzernlageberichts 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 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 des Konzerns 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 Konzernabschluss und im Konzernlagebericht 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 der Konzern seine Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann;
- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Konzernabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Konzernabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Konzernabschluss unter Beachtung der IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der ergänzend

nach § 315e Abs.1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt;

- holen wir ausreichende, geeignete Prüfungsnachweise für die Rechnungslegungsinformationen der Unternehmen oder Geschäftstätigkeiten innerhalb des Konzerns ein, um Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum Konzernlagebericht abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Überwachung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung. Wir tragen die alleinige Verantwortung für unsere Prüfungsurteile;
- beurteilen wir den Einklang des Konzernlageberichts mit dem Konzernabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage des Konzerns;
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Konzernlagebericht 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 Konzernabschlusses 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 Konzernabschluss oder im Konzernlagebericht angegeben wurden, zusätzlich zur Abschlussprüfung für das geprüfte Unternehmen bzw. für die von diesem beherrschten Unternehmen erbracht: Nicht gesetzlich 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

VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS ÜBER EINE PRÜFUNG ZUR ERLANGUNG HINREICHENDER SICHERHEIT

An die ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring

Wir haben den nichtfinanziellen Bericht der ProSiebenSat.1 Media SE nach § 289b HGB, der mit dem nichtfinanziellen Bericht des Konzerns nach § 315b HGB zusammengefasst ist, sowie den durch Verweisung als Bestandteil qualifizierten Abschnitt „Organisation und Konzernstruktur“ des Konzernlageberichts für den Zeitraum vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 (nachfolgend: zusammengefasster nichtfinanzieller Bericht) einer Prüfung zur Erlangung hinreichender Sicherheit unterzogen. Sonstige Verweise auf Angaben außerhalb des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts sowie Angaben für Vorjahre waren nicht Gegenstand unseres Auftrags.

VERANTWORTUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Aufstellung des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen - beabsichtigten oder unbeabsichtigten - falschen Angaben ist.

ERKLÄRUNGEN DES WIRTSCHAFTSPRÜFERS IN BEZUG AUF DIE UNABHÄNGIGKEIT UND QUALITÄTSSICHERUNG

Wir sind von der Gesellschaft unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen zur Qualitätssicherung an, insbesondere die Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie den IDW Qualitätssicherungsstandard: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1).

VERANTWORTUNG DES WIRTSCHAFTSPRÜFERS

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit hinreichender Sicherheit über den zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer hinreichenden Sicherheit beurteilen können, ob der zusammengefasste nichtfinanzielle Bericht der Gesellschaft in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden ist.

Die Prüfung des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts umfasst die Durchführung von Prüfungshandlungen und das Erlangen von Prüfungsnachweisen für die in dem zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht enthaltenen quantitativen und qualitativen Angaben, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Dies schließt die Beurteilung der Risiken wesentlicher - beabsichtigter oder unbeabsichtigter - falscher Angaben in dem zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Wirtschaftsprüfer das interne Kontrollsystem, das relevant ist für die Aufstellung des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts. Ziel hierbei ist es, Prüfungshandlungen zu planen und durchzuführen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts umfasst auch die Beurteilung der bei der Aufstellung des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts angewandten Methoden, der Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern ermittelten geschätzten Werte sowie die Beurteilung der Gesamtdarstellung des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts.

Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und angemessen sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen.

PRÜFUNGSURTEIL

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse ist der zusammengefasste nichtfinanzielle Bericht der ProSiebenSat.1 Media SE für den Zeitraum vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den §§ 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt worden.

VERWENDUNGSZWECK DES VERMERKS

Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage des mit der ProSiebenSat.1 Media SE geschlossenen Auftrags. Die Prüfung wurde für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt und nicht für andere als bestimmungsgemäße Zwecke zu verwenden. Dieser Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-) Entscheidungen treffen.

AUFTRAGSBEDINGUNGEN UND HAFTUNG

Für diesen Auftrag gelten, auch im Verhältnis zu Dritten, unsere Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftsprüfer und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vom 1. Januar 2017 (www.de.ey.com/IDW-Auftragsbedingungen). Wir verweisen ergänzend auf die dort in Ziffer 9 enthaltenen Haftungsregelungen und auf den Haftungsausschluss gegenüber Dritten. Dritten gegenüber übernehmen wir keine Verantwortung, Haftung oder anderweitige Pflichten, es sei denn, dass wir mit dem Dritten eine anders lautende schriftliche Vereinbarung geschlossen hätten oder ein solcher Haftungsausschluss unwirksam wäre.

Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass wir keine Aktualisierung des Vermerks hinsichtlich nach seiner Erteilung eintretender Ereignisse oder Umstände vornehmen, sofern hierzu keine rechtliche Verpflichtung besteht. Wer auch immer das in vorstehendem Vermerk zusammengefasste Ergebnis unserer Tätigkeit zur Kenntnis nimmt, hat eigenverantwortlich zu entscheiden, ob und in welcher Form er dieses Ergebnis für seine Zwecke nützlich und tauglich erachtet und durch eigene Untersuchungshandlungen erweitert, verifiziert oder aktualisiert.

München, den 26. Februar 2020

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Nicole Richter
Wirtschaftsprüferin



Annette Johne
Wirtschaftsprüferin

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT KONZERN

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT KONZERN in Mio Euro

	2019	2018	2017	2016	2015
Umsatzerlöse	4.135	4.009	4.078	3.799	3.261
Adjusted EBITDA ¹	872	1.013	1.050	1.018	926
Adjusted EBITDA-Marge (in %)	21,1	25,3	25,8	26,8	28,4
EBITDA	838	570	1.084	982	881
Betriebsergebnis (EBIT)	578	348	820	777	730
Ergebnis vor Steuern	572	344	646	658	604
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	413	248	471	402	391
Adjusted net income ²	387	541	550	536 ⁵	466 ⁷
Bereinigtes Ergebnis je Aktie	1,71	2,36	2,40	2,47 ⁵	2,18 ⁷
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	1.072	1.070	1.048	992	944
Free Cashflow vor M&A	339	244	468	485	470
Free Cashflow	207	-78	728	-4	-1
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.396	-1.536	-894	-1.623	-1.522

	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2015
Programmvermögen	1.204	1.113	1.198	1.312	1.252
Eigenkapital	1.288	1.070	1.252	1.432	943
Eigenkapitalquote (in %)	19,5	16,5	19,1	21,7	17,8
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	950	1.031	1.552	1.271	734
Finanzverbindlichkeiten	3.195	3.194	3.185	3.185	2.675
Verschuldungsgrad ³	2,6	2,1	1,6 ⁶	1,9	2,1
Netto-Finanzverbindlichkeiten	2.245	2.163	1.632 ⁶	1.913	1.940
Mitarbeiter ⁴	7.253	6.583	6.483	6.565	5.584

¹ Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.

² Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen, bereinigt um Sondereffekte. Dazu zählen im sonstigen Finanzergebnis erfasste Bewertungseffekte, Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten sowie Bewertungseffekte aus Zins-sicherungsgeschäften. Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte ebenfalls bereinigt.

³ Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate.

⁴ Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag.

⁵ Angepasst an die mit Beginn des Geschäftsjahres 2017 vorgenommene Verfeinerung der internen Steuerungssystematik sogenannter Non-IFRS-Kennzahlen.

Detaillierte Informationen enthält der Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 73 und 74.

⁶ Nach Umgliederung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente der zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften.

⁷ Anpassungen aufgrund der rückwirkenden Bereinigung von Änderungen im beizulegenden Zeitwert von Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten im zweiten Quartal 2016.

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT SEGMENTE

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT SEGMENTE in Mio Euro

	2019	2018	2017
Entertainment			
Außenumsätze	2.518	2.626	2.737
Adjusted EBITDA ¹	726	881	898
Adjusted EBITDA-Marge (in %) ²	28,1	32,4	32,1
Content Production & Global Sales			
Außenumsätze	652	552	523
Adjusted EBITDA ¹	48	31	19
Adjusted EBITDA-Marge (in %) ²	6,6	5,1	3,1
Commerce			
Außenumsätze	965	831	818
Adjusted EBITDA ¹	98	103	135
Adjusted EBITDA-Marge (in %) ²	10,2	12,3	16,5

¹ Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.

² Auf Basis des Gesamtsegmentumsatzes; siehe Anhang, Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“.

FINANZ- KALENDER



PRÄSENTATIONEN & EVENTS 2020

Datum	Event
05.03.2020	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2019 Pressekonferenz / Analysten-Telefonkonferenz anlässlich der Zahlen 2019
07.05.2020	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 1. Quartal 2020
10.06.2020	Ordentliche Hauptversammlung 2020
31.07.2020	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2020
05.11.2020	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 3. Quartal 2020

IMPRESSUM/ KONTAKTE

PRESSE

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

INVESTOR RELATIONS

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

HERAUSGEBER

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

INHALT & GESTALTUNG

ProSiebenSat.1 Media SE
Konzernkommunikation

Strichpunkt Design, Stuttgart/Berlin

PHOTO CREDITS

Katja Hofem, Seite 6 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // Jens Mittnacht, Seite 6 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // Christiane Heinemann, Seite 6 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // Daisy Rosemeyer-Elbers, Seite 6 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // Max Conze, Seite 7 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // Max Conze, Seite 9 © ProSiebenSat.1 // Vorstand ProSiebenSat.1, Seite 11 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // Katja Hofem, Seite 13 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // restliche Fotos, Seite 13 © Joyn // Dominik Stahl, Seite 14 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // Sebastian Romanus, Seite 14 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // Corinna Milborn & Stefanie Groiss-Horowitz, Seite 15 © ProSiebenSat.1 / Michael Schwendinger // restliche Fotos, Seite 15 © ProSiebenSat.1 / Michael Schwendinger / ProSiebenSat.1 PULS 4 // Tim Schiffers, Seite 17 © ProSiebenSat.1 / Julian Essink // restliche Fotos, S. 17 © ProSiebenSat.1 / Julian Essink // Jolanda Feigl, Seite 18 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // restliche Fotos, Seite 18 © ProSiebenSat.1 // Christiane Heinemann, Seite 19 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // Jens Mittnacht, Seite 21 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // Stefanie Fröhner, Seite 22 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // restliche Fotos, Seite 22 © d-force / © ProSiebenSat.1 // Thomas Wagner, Seite 23 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // restliche Fotos, Seite 23 © ProSiebenSat.1 // Daisy Rosemeyer-Elbers, Seite 25 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // restliche Fotos, Seite 25 © ProSieben / © ProSiebenSat.1 // Nadja Pia Wagner, Seite 26 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // Stefan Zant, Seite 26 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // Daniel Rosemann, Seite 27 © ProSiebenSat.1 / Myrzik und Jarisch // restliche Fotos, Seite 27 © ProSiebenSat.1 / © ProSieben / Julia Feldhagen // ProSiebenSat.1 Hauptversammlung 2019, Seite 28 © ProSiebenSat.1 / Gert Krautbauer

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

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.