

The background features a dark red gradient with two large, overlapping geometric shapes. One is a cyan-outlined triangle pointing to the right, and the other is a red-outlined triangle pointing to the left. Two small dots, one cyan and one red, are placed within the triangles. The text is centered over these shapes.

SPEEDING UP

SHARPENING FOCUS
CREATING VALUE
TAKING RESPONSIBILITY

KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	2020	2019
Umsatzerlöse	4.047	4.135
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	9,1	13,8
Gesamtkosten ¹	3.664	3.592
Werteverzehr des Programmvermögens	966	958
Adjusted EBITDA ²	706	872
Adjusted EBITDA-Marge (in %)	17,4	21,1
EBITDA	801	838
Sondereffekte ³	95	-34
Betriebsergebnis (EBIT)	553	578
Adjusted EBIT	514	684
Finanzergebnis	-183	-6
Ergebnis vor Steuern	370	572
Adjusted net income ⁴	221	387
Konzernergebnis	252	412
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	267	413
Anteil anderer Gesellschafter	-15	-1
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	0,98	1,71
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	1.063	1.072
Free Cashflow	120	207
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.391	-1.396
Free Cashflow vor M&A	235	339
Zuschauermarktanteile (in %) ⁵	27,2	28,2
Total Video Viewtime (in Mrd Minuten) ⁶	1.084	1.076
Tägliche TV-Nutzungsdauer (AGF) (in Minuten) ⁷	211	202
	31.12.2020	31.12.2019
HD-Nutzer (in Mio) ⁸	10,6	10,0
Mitarbeiter ⁹	7.307	7.253
Programmvermögen	1.213	1.204
Eigenkapital	1.687	1.288
Eigenkapitalquote (in %)	23,8	19,5
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.224	950
Finanzverbindlichkeiten	3.192	3.195
Verschuldungsgrad ¹⁰	2,8	2,6
Netto-Finanzverbindlichkeiten	1.968	2.245
P7SI ROCE (in %) ¹¹	10	16

¹ Die Gesamtkosten umfassen die Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie die sonstigen betrieblichen Aufwendungen.

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, Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften sowie sonstige wesentliche Einmaleffekte. Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte ebenfalls bereinigt. Siehe Geschäftsbericht 2019, S. 88.

⁵ ProSiebenSat.1 Group; AGF in Zusammenarbeit mit GfK; Marktstandard TV; VIDEOSCOPE 1.4; Zielgruppe: 14–49 Jahre.

⁶ Gesamtsumme der gesehenen Minuten für lineare und nicht lineare Plattformen: Linear Free TV, TVC (TV-Websites, mobile Apps, SmartTV), 7TV, Studio71 Deutschland (TV-Inhalte), JOYN (bis 31.12.2019 Estimate); HbbTV Daten aufgrund Einführung eines neuen Tracking Systems momentan nicht verfügbar.

⁷ TV-Markt gesamt; Zielgruppe: 14–69 Jahre.

⁸ HD FTA Nutzer, Deutschland.

⁹ Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag.

¹⁰ Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate.

¹¹ Verhältnis von Ergebnis (ROCE) der letzten zwölf Monate zum durchschnittlichen eingesetzten Kapital.

SPEEDING UP

**FOKUS SCHÄRFEN · WERT SCHAFFEN
· VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN**

GESCHÄFTSBERICHT 2020

Nur wer kontinuierlich an sich arbeitet und schon heute an den nächsten Schritt denkt, setzt sich im Wettbewerb durch. Und nur, wer seine Ziele stets im Blick hat, geht den Weg bis an die Spitze. Wir bei ProSiebenSat.1 tun genau das: Wir besinnen uns auf unsere Stärken. Wir fokussieren uns auf lokale Inhalte, bauen unsere digitale Reichweite aus, verbessern die Monetarisierung durch intelligente Werbeprodukte und nutzen insbesondere die Synergien mit dem Commerce- und Dating-Geschäft für den Erfolg von ProSiebenSat.1. Denn: Indem wir unsere Kompetenzen bündeln, entsteht eine ganz neue Schubkraft, die uns in unserer Transformation schneller voranbringt. Daran arbeiten unsere weltweit über 7.100 Mitarbeiter Tag für Tag. Immer mit dem Ziel, nachhaltig zu wachsen und dabei Wert für die Gruppe zu schaffen. Und die Position von ProSiebenSat.1 als eines der diversifiziertesten und erfolgreichsten Medienunternehmen in Europa auszubauen.

UNSERE ERGEBNISSE & AMBITIONEN

UNSERE ERGEBNISSE

Die ProSiebenSat.1 Group ist schon längst kein reines Medienunternehmen mehr, sondern digitalisiert und diversifiziert konsequent ihr Geschäft. Unser Geschäft basiert heute auf drei starken Säulen: Entertainment, Dating sowie Commerce & Ventures. Wir setzen auf eigenproduzierte lokale und Live-Inhalte, die uns vom Wettbewerb unterscheiden, und nutzen die Millionen-Reichweite unserer TV-Sender für unsere digitalen Geschäftsfelder. Über die Stärke unseres Unterhaltungsgeschäfts und hohe Werbereichweiten bauen wir führende Consumer-Marken auf und treiben unsere Diversifizierung aus eigener Kraft voran. Dazu zählt auch ein gruppenweites aktives Portfoliomanagement. Insgesamt fokussieren wir uns auf noch mehr Synergien innerhalb der Gruppe. Dabei haben wir uns 2020 – trotz des fordernden COVID-19-Umfelds – ein großes Stück nach vorne bewegt.

Nahezu stabile Umsatzentwicklung
trotz COVID-19-Umfeld

4.047 MIO EURO

Konzernumsatz

Relevante, lokale
und Live-Inhalte

+11,6%

mehr eigenproduzierte
Formate in der Prime Time

Ausbau der
digitalen Reichweite

+11%

mehr Unique User auf
unseren Sender-Onlineseiten

Intelligente
Werbeprodukte

Mit der CrossDevice-Bridge und dem Dynamic Spot haben wir 2020 innovative Werbeprodukte auf den Weg gebracht, mit denen wir das Medium TV mit digitalen Vorzügen aufladen und für unsere Kunden noch attraktiver machen. Und unsere Vorreiterrolle bei Werbetechnologien ausbauen.

Dating als Diversi-
fizierungstreiber

+59%

Umsatzwachstum bei der
ParshipMeet Group

Aufbau führender
Consumer-Marken

>8x

höherer Umsatz beim Online-
Beauty-Anbieter flaconi
seit der Mehrheitsbeteiligung
von ProSiebenSat.1

Starke
Media-Power

2,4x

Steigerung des Unternehmens-
werts von WindStar Medical
nach vier Jahren Zugehörigkeit
zu ProSiebenSat.1

Klimaschutz

-24%

weniger betriebliche
Treibhausgasemissionen

Gesellschaftliche Verantwortung

Unserer Verantwortung als Medienunternehmen sind wir 2020 mehr denn je gerecht geworden und haben mit unserer Reichweite für Aufmerksamkeit gesorgt. Sei es mit zahlreichen COVID-19-Sonderprogrammierungen oder mit „Talk of Nation“-Formaten wie Thilo Mischkes „ProSieben Spezial: Rechts. Deutsch. Radikal.“ Mit „Joko und Klaas LIVE – A Short Story of Moria“ haben wir rund 1,43 Mio Zuschauer in der Kernzielgruppe im TV erreicht und über 31 Mio Online-Abrufe erzielt.

Barrierefreie Angebote

+29%

mehr Sendungen mit Untertitelungen

UNSERE AMBITIONEN

Unser Ziel ist es, ProSiebenSat.1 synergetischer, diversifizierter und profitabler aufzustellen. Mit einer klaren Ergebnisorientierung wollen wir in allen Segmenten nachhaltig wachsen und schärfen unseren Blick für die mittelfristige Rendite auf das eingesetzte Kapital. Jeder Teil unserer Gruppe soll aufeinander einzahlen, so dass wir langfristig und für alle Stakeholder Wert schaffen. Gleichzeitig sind wir uns auch unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und entwickeln die Nachhaltigkeitsleistung unseres Konzerns konsequent weiter.

**P7S1 ROCE
(Return on Capital
Employed)**

>15%

mittelfristiger Zielwert

**Verschuldungs-
grad**

1,5x-2,5x

Verhältnis von
Nettofinanzverbind-
lichkeiten zum
LTM adjusted EBITDA
des Konzerns

Nachhaltigkeit

KLIMANEUTRALITÄT

BIS 2030

Dividendenpolitik

50%

des adjusted net
income

INHALT

DIREKT ZUM ONLINE-MAGAZIN:

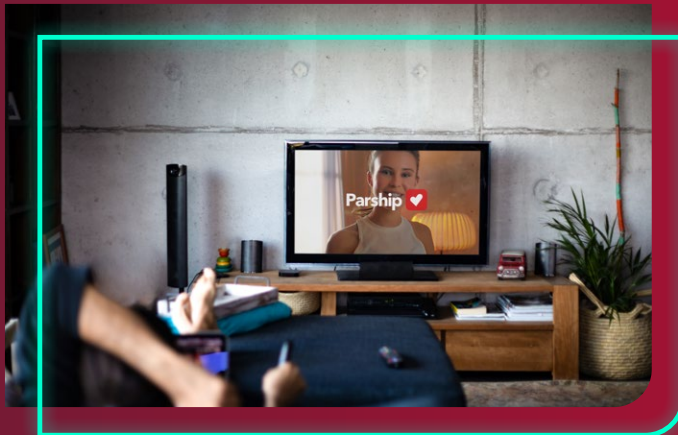
[HTTPS://GESCHAEFTSBERICHT2020.PROSIEBENSATI.COM/MAGAZIN](https://GESCHAEFTSBERICHT2020.PROSIEBENSATI.COM/MAGAZIN)



FOKUS SCHÄRFEN

Wir fokussieren uns auf lokales, relevantes und Live-Entertainment und -Infotainment, bauen unsere digitale Reichweite aus und verbessern die Monetarisierung durch intelligente Werbe-produkte. Auch unsere Commerce-Sparte profitiert mehr denn je von Synergien mit dem Entertainment-Geschäft.

[STORY LESEN](#)



WERT SCHAFFEN

Wir stellen uns wertschaffend, diversifiziert und profitabel auf. Unsere neu geschaffene Dating-Sparte zählt auf dieses Ziel ebenso ein wie unser Investitionsarm SevenVentures oder unsere Vermarktungsinnovationen.

[STORY LESEN](#)



VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

Nicht nur in der COVID-19-Pandemie nehmen wir unsere Verantwortung als Medienunternehmen wahr. Wir klären auf, machen mit starken Formaten auf relevante Themen aufmerksam und schaffen ein sicheres Arbeitsumfeld für unsere Mitarbeiter.

[STORY LESEN](#)



INHALT

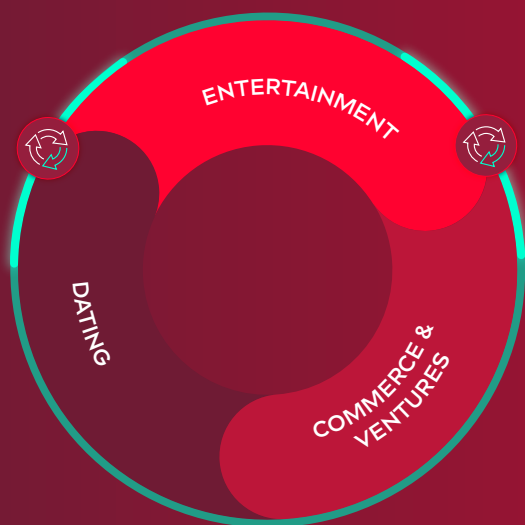
8

UNSER VORSTAND



12

UNSERE STRATEGIE



15

AN UNSERE AKTIONÄRE

- 16 Bericht des Aufsichtsrats
- 25 Mitglieder des Aufsichtsrats
- 26 Mitglieder des Vorstands
- 27 Erklärung zur Unternehmensführung
- 35 Nachhaltigkeit
- 50 Vergütungsbericht
- 68 Übernahmerechtliche Angaben
- 71 ProSiebenSat.1 Media SE Aktie

74

KONZERNLAGEBERICHT

- 75 Unser Konzern: Grundlagen
- 84 Wirtschaftsbericht: Das Finanzjahr 2020
- 105 Risiko- und Chancenbericht
- 116 Prognosebericht

120

KONZERNABSCHLUSS

- 121 Gewinn- und Verlustrechnung
- 122 Gesamtergebnisrechnung
- 123 Bilanz
- 124 Kapitalflussrechnung
- 125 Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 126 Anhang

200

INFORMATIONEN

- 201 Erläuterungen zum Bericht
- 202 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
- 203 Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers
- 210 Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers: Nichtfinanzieller Bericht
- 212 GRI-Inhaltsindex
- 217 Kennzahlen: Mehrjährübersicht Konzern
- 218 Kennzahlen: Mehrjährübersicht Segmente
- 219 Kennzahlen: Überleitung neue Segmentstruktur
- 220 Finanzkalender
- 221 Impressum

Erläuterungen zum CO₂-Fußabdruck

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers: Nachhaltigkeitsbericht



WOLFGANG LINK
Vorstand & CEO Seven.One
Entertainment Group

CHRISTINE SCHEFFLER
Vorstand & Chief Human
Resources Officer

RAINER BEAUJEAN
Vorstandssprecher &
Finanzvorstand

UNSER VORSTAND

Starkes Team: Seit dem 26. März 2020 führen Rainer Beaujean, Wolfgang Link und Christine Scheffler als Vorstandsteam ProSiebenSat.1. Und bringen dabei alles mit, was der Konzern heute und in Zukunft braucht. Sie führten das Unternehmen 2020 stabil durch die COVID-19-Pandemie und stellten wichtige Weichen, um ProSiebenSat.1 in der Transformation weiter voranzubringen.



Beyond Bilanz: Der ProSiebenSat.1-Podcast

Im Gespräch mit Moderator Steven Gätjen erzählen Rainer Beaujean, Christine Scheffler und Wolfgang Link vor welchen Herausforderungen sie in diesem außergewöhnlichen Jahr standen, sprechen über die strategische Ausrichtung von ProSiebenSat.1 und erklären, was der Sprung ins kalte Wasser, Schnellboote und Superkräfte damit zu tun haben.



RAINER BEAUJEAN

Vorstandssprecher & Finanzvorstand

2020 wird uns in Erinnerung bleiben. Nicht nur, weil die COVID-19-Pandemie jeden einzelnen von uns und unser Unternehmen vor nie dagewesene Herausforderungen gestellt hat. Sondern auch, weil wir als Team die Situation als Chance verstanden haben. Als neues Vorstands-Trio standen wir vom ersten Tag an vor der Aufgabe, ProSiebenSat.1 sicher durch diese Krise zu steuern. Denn als frühzyklisches Unternehmen haben wir den Corona-bedingten Konjunkturabschwung als eines der ersten gespürt. Wir haben also Kosten gesenkt und unsere Finanzierung gestärkt, ohne dabei unsere Zukunft aus dem Blick zu verlieren: Wir haben weiter in unser Programm investiert, denn wir glauben an das Medium TV. Wir haben den US-amerikanischen Online-Dating-Anbieter The Meet Group übernommen und mit unserer Parship Group kombiniert, denn wir glauben an das Dating-Geschäft als wichtigen Wachstumstreiber für unsere Gruppe. Und wir haben uns von Geschäften getrennt, die nicht mehr auf unseren Konzern einzahlen und dabei beeindruckende Wertsteigerungen erzielt, denn wir glauben an eine fokussierte Aufstellung als Erfolgsgarant.

Unsere Strategie ist heute also geschärft und klar auf diese Ziele ausgerichtet: Wir müssen die Synergien zwischen Entertainment, Dating sowie Commerce & Ventures noch besser heben.



„Wir glauben an das Medium TV. An das Dating-Geschäft als wichtigen Wachstumstreiber für unsere Gruppe. Und an eine fokussierte Aufstellung als Erfolgsgarant.“

Wir müssen uns noch stärker diversifizieren und dafür unser Entertainment-Geschäft als Sprungbrett nutzen. Wir müssen ergebnisorientiert sein und an unserem profitablen Wachstum arbeiten.

Dass dieser Weg der richtige ist und wir für unsere Anstrengungen belohnt werden, hat 2020 gezeigt: Wir konnten das Jahr letztendlich trotz aller Corona-Belastungen besser abschließen als zuletzt prognostiziert. Natürlich erwarten wir uns aber für 2021 mehr – deshalb setzen wir unsere Strategie konsequent weiter fort und stellen ProSiebenSat.1 langfristig erfolgreich und wertschaffend auf. Mit und für unsere weltweit mehr als 7.100 Mitarbeiter.

WOLFGANG LINK

**Vorstand &
CEO Seven.One Entertainment Group**

Wir haben 2020 im Entertainment-Geschäft einen großen Schritt nach vorne gemacht: Mit der Gründung unserer Seven.One Entertainment Group bündeln wir endlich von Content über Distribution bis hin zur Monetarisierung die ganze Wertschöpfung unter einem Dach. Dabei haben wir unseren Fokus auf das geschärft, worin wir wirklich gut sind: lokales, relevantes und Live-Entertainment und -Infotainment im deutschsprachigen Raum. Seien es großartige Show-Formate, packende Sportübertragungen oder aktuelle News-Sendungen in der Prime Time – wir haben im vergangenen Jahr mit unserem Programm wieder mehr Zuschauer vor ihre Screens geholt. Dabei unterstützen uns immer mehr unsere eigenen Produktionsunternehmen. Denn mit unseren Inhalten machen wir einen Unterschied. Auch für unsere Werbekunden. Diese haben 2020 einmal mehr gesehen, wie viel Wirkung und Kraft TV-Werbung gerade in herausfordernden Zeiten hat.

Doch unser sich ständig veränderndes Marktumfeld stellt uns auch weiterhin vor Herausforderungen: Jetzt gilt es, unsere Inhalte noch smarter über die verschiedenen Plattformen auszuspielen; TV digitaler zu machen und mit digitalen Qualitäten zu verbessern – und so unsere großen Reichweiten stärker zu kapitalisieren. 2020 haben wir also nicht nur gezeigt, dass wir unter schwierigsten Pandemie-Bedingungen hervorragend produzieren und vermarkten können. Wir sind auch unserem Ziel, ein plattformunabhängiges Entertainment-Segment zu etablieren, ein großes Stück nähergekommen.



„Wir sind unserem Ziel, ein plattformunabhängiges Entertainment-Segment zu etablieren, ein großes Stück nähergekommen.“



CHRISTINE SCHEFFLER

Vorstand & Chief Human Resources Officer

2020 war für viele Menschen mit großen Herausforderungen verbunden. Umso wichtiger ist es, Verantwortung zu übernehmen, zu unterstützen, Perspektiven aufzuzeigen. Für uns war mit Beginn der Pandemie klar, dass die Gesundheit unserer Mitarbeiter an erster Stelle steht. Ob in den USA oder Europa: Außerhalb des klassischen Sendebetriebs arbeiten unsere rund 7.100 Mitarbeiter seither zuhause. Zudem sind wir stolz darauf, dass wir mit unseren Programmen und digitalen Angeboten einen gesellschaftlichen Mehrwert leisten. In Deutschland und Österreich sind wir Teil der kritischen Infrastruktur und nehmen unsere Verantwortung, die damit verbunden ist, sehr ernst. Deshalb haben wir 2020 nicht nur umfassend zur Pandemie informiert, sondern auch entschieden, bis Ende 2022 eine neue, 60-köpfige News-Redaktion aufzubauen. Demokratie zu fördern und Meinungsvielfalt zu sichern, ist Teil unseres Selbstverständnisses. Darüber hinaus unterstützen wir mit unseren digitalen Angeboten unsere Kunden in ihrem Alltag. Parship beispielsweise hat kurzfristig eine Video-Dating-Funktion eingeführt, damit sich Menschen weiterhin sicher kennenlernen können.

Und wo stehen wir nach der Pandemie? Die Herausforderungen werden bleiben. Für uns als Unternehmen, für Wirtschaft und Gesellschaft, im Hinblick auf Diversität, Soziales und die Umwelt. Wir haben all diese wichtigen Themen nicht aus dem Blick verloren. Und eines hat uns die Pandemie jetzt schon gelehrt: Wir können viel bewegen, wenn wir es gemeinsam angehen.



„Demokratie zu fördern und Meinungsvielfalt zu sichern, ist Teil unseres Selbstverständnisses.“

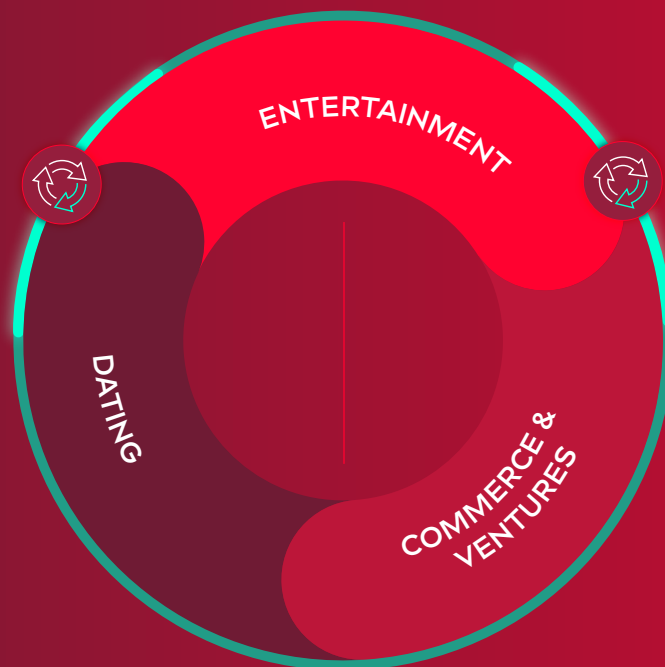
UNSERE STRATEGIE

UNSER FOKUS: DIVERSIFIZIERT. SYNERGETISCH. PROFITABEL.

Die ProSiebenSat.1 Group ist schon längst kein reines Medienunternehmen mehr, sondern digitalisiert und diversifiziert konsequent ihr Geschäft. Wir nutzen die Millionen-Reichweite unserer TV-Sender, um unsere digitalen Geschäftsfelder zu stärken: Das bedeutet insbesondere, dass wir über die Stärke unseres Unterhaltungsgeschäfts und hohe Werbereichweite zusätzlich führende verbraucherorientierte Digital-Plattformen auf- und ausbauen und dieses Portfolio mit Zu- und Verkäufen aktiv und wertschaffend weiterentwickeln. So treiben wir aus eigener Kraft unsere Diversifizierung voran.

Wir fokussieren uns darauf, dass jeder Teil der Gruppe zur Wertsteigerung von ProSiebenSat.1 beiträgt und die Geschäfte aufeinander einzahlen. Unser Ziel ist es, unser Unternehmen synergistischer, diversifizierter und profitabler zu machen und in allen Geschäftsbereichen nachhaltig zu wachsen. Um dieses Ziel zu beschleunigen, stellt sich ProSiebenSat.1 seit Januar 2021 in den drei Segmenten Entertainment, Dating sowie Commerce & Ventures auf.

UNSERE SEGMENTE & SYNERGIEN



SEGMENT DATING

Durch die Kombination der Parship Group und der US-amerikanischen The Meet Group haben wir mit der neuen ParshipMeet Group, die unser Segment **Dating** bildet, einen führenden globalen Player im Dating-Bereich geschaffen. Dessen Angebote decken das gesamte Spektrum von Online-Matchmaking über Dating bis hin zu Social-Entertainment ab. Die ParshipMeet Group agiert in einem attraktiven und stark wachsenden Marktumfeld, verfügt über diversifizierte Erlöse von Abonnementmodellen bis zu Werbung und spricht eine breite Zielgruppe in einem großen geografischen Raum an. Insbesondere das Alleinstellungsmerkmal der The Meet Group, ihr Live-Video-Streaming-Know-how, stärkt unsere Position im Dating-Geschäft und eröffnet neues Wachstumspotenzial.

Auf diese Weise soll das Segment unsere Diversifizierung erheblich vorantreiben und das künftige Wachstum des Konzerns deutlich unterstützen. ProSiebenSat.1 wird deshalb auch bei dem für das Jahr 2022 geplanten Teil-Börsengang der ParshipMeet Group weiterhin die Mehrheit am Unternehmen halten.

SEGMENT ENTERTAINMENT

Das Segment **Entertainment** konzentriert sich mit der Seven.One Entertainment Group auf die Kernmärkte Deutschland, Österreich und Schweiz. Das plattformunabhängige Entertainment-Segment vereint unsere Sendermarken mit dem Content-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft und damit die komplette Wertschöpfungskette des Entertainment-Geschäfts in einem Segment.

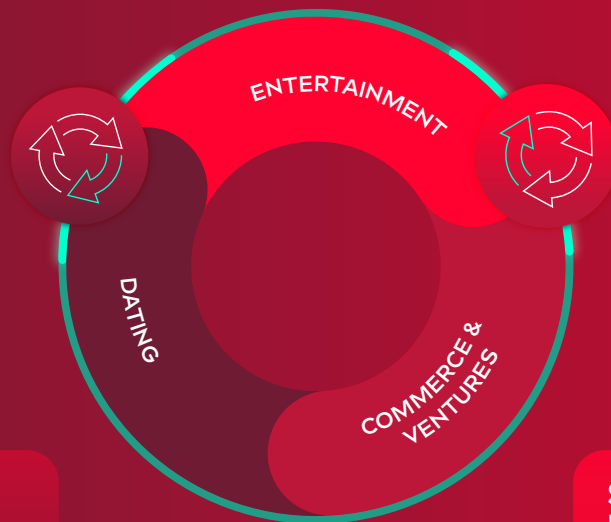
Wir fokussieren uns auf die Produktion von lokalen, relevanten und Live-Inhalten sowie deren digitale Verbreitung – der Schlüssel für eine noch bessere Monetarisierung. Für die Produktion eigener Inhalte sind die Synergien mit dem Produktionsgeschäft der Red Arrow Studios und Studio71, die nun auch in diesem Segment integriert sind, von großer Bedeutung. Gleichzeitig spielt die digitale Erweiterung unserer TV-Inhalte etwa über werbefinanzierte Video-on-Demand-Angebote eine wesentliche strategische Rolle. Denn zusätzliche Distributionswege ermöglichen eine höhere Gesamtreichweite unserer Inhalte und damit zusätzliche Möglichkeiten der Monetarisierung.

Auf diese Weise schaffen wir ein profitables Entertainment-Geschäft und die Grundlage für Diversifizierung und Wachstum in unseren anderen Geschäftsbereichen.

SEGMENT COMMERCE & VENTURES

In unserem dritten Segment **Commerce & Ventures** bündeln wir die Wachstumsgeschäfte der ProSiebenSat.1 Group, die wir über Medialeistung aufbauen und fördern, und somit unsere gesamten Investitionsoptionen. Am Anfang unserer Wertschöpfungskette steht in diesem Zusammenhang der Investitionsarm SevenVentures, zu dem auch der ProSiebenSat.1 Accelerator gehört. Hier unterstützen wir junge Unternehmen durch Media-for-Revenue- oder Media-for-Equity-Geschäfte mit unserer TV-Reichweite. Neben diesen so entstehenden Minderheitsbeteiligungen gehören unter anderem auch unsere Mehrheitsbeteiligungen der NuCom Group zu diesem Segment. Hier bauen wir digitale Verbrauchermarken aus den Bereichen Verbraucherberatung, Erlebnisse sowie Beauty & Lifestyle zu Marktführern auf. Auf diese Weise können wir bei potenziellen Investments auf alle Beteiligungsformen zurückgreifen.

Dabei gilt: Nach den ersten Wachstumsschritten prüfen wir, ob ProSiebenSat.1 für die nächste Entwicklungsphase immer noch der beste Eigentümer des jeweiligen Unternehmens ist. Sollte ein Geschäft keine starke Nähe mehr zu TV-Werbung haben, können wir diese gut entwickelten Commerce-Marken an einen geeigneteren Eigentümer verkaufen und den geschaffenen Wert sichtbar machen.



SYNERGIEN ENTERTAINMENT — DATING

Das Entertainment-Geschäft bietet durch die Reichweite und Werbeflächen unserer Plattformen die Möglichkeit, die Bekanntheit der ParshipMeet-Marken in den deutschsprachigen Märkten weiter zu steigern. Dies hat in der Vergangenheit bereits die marktführenden Positionen der Dienste Parship und ElitePartner deutlich unterstützt.

Wir wollen die Segmente Entertainment und Dating darüber hinaus eng verzahnen und durch die Kombination der Live-Video-Streaming-Kompetenz der ParshipMeet Group mit unserer Entertainment-Expertise neue, spannende Synergieoptionen schaffen.

SYNERGIEN ENTERTAINMENT — COMMERCE & VENTURES

Das Entertainment-Geschäft bietet durch die Reichweite und Werbeflächen unserer Plattformen die Möglichkeit, führende Consumer-Marken aufzubauen. Durch Werbung auf unseren Kanälen unterstützen wir die Commerce-Unternehmen dabei, ihre Markenbekanntheit zu stärken und somit auch ihren Umsatz und Unternehmenswert zu erhöhen.

Gleichzeitig können wir über unsere Commerce-Beteiligungen Daten generieren, über die wir unsere Werbeangebote adressierbar machen und somit optimal und effizient auf den jeweiligen Zuschauer zuschneiden.

Unsere strategischen Prioritäten sind klar: Mit dem Start der Dachmarke Seven.One Entertainment Group sowie der Bildung unserer ParshipMeet Group treiben wir den Umbau des Konzerns voran. Während uns das Dating-Geschäft in der Diversifizierung klar unterstützt, fokussieren wir uns im Entertainment-Bereich auf unsere Kernkompetenzen: Wir treiben lokale Inhalte und digitale Innovationen voran, bauen unsere Reichweite aus und monetarisieren sie stärker. Im Commerce & Ventures-Bereich bündeln wir unsere Investmentbereiche und bauen gleichzeitig über unsere Media-Reichweite Digitalunternehmen zu führenden Consumer-Marken auf. Dazu zählt auch ein gruppenweites aktives Portfoliomanagement, zu dem wertschaffende Akquisitionen ebenso gehören wie die Option, uns von Unternehmen zu trennen, die nicht mehr auf unsere Konzernstrategie einzahlen. Denn insgesamt fokussieren wir uns auf noch mehr Synergien innerhalb der Gruppe. Dabei strebt der Konzern an, mit einer klaren Ergebnisorientierung in allen Segmenten profitabel zu wachsen und mittelfristig unseren P7S1-Return-on-Capital-Employed-Zielwert auf über 15 Prozent zu verbessern.

AN UNSERE AKTIONÄRE



16	BERICHT DES AUFSICHTSRATS
25	MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS
26	MITGLIEDER DES VORSTANDS
27	ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG
35	NACHHALTIGKEIT
50	VERGÜTUNGSBERICHT
68	ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN
71	PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

das Jahr 2020 stand weltweit im Zeichen der COVID-19-Pandemie. Und auch für ProSiebenSat.1 war es ein besonders herausforderndes Jahr. Als frühzyklisches Unternehmen hat sich der konjunkturelle Gegenwind vor allem in der ersten Jahreshälfte in den finanziellen Ergebnissen und im Aktienkurs niedergeschlagen. Doch gerade in schwierigen Zeiten zeigt sich, wie solide ein Unternehmen aufgestellt ist und wie flexibel es dabei reagieren kann. Zum Jahresende sah ProSiebenSat.1 wieder eine klare Verbesserung in Umsatz und Ergebnis im Vergleich zum sehr von der Pandemie geprägten zweiten Quartal. Vor diesem Hintergrund hat der Konzern seine zum Ende des dritten Quartals neu ausgegebenen finanziellen Zielsetzungen nicht nur erreicht, sondern sogar deutlich übertroffen.

Wir bedanken uns beim neuen Vorstand, der seit Ende März 2020 aus Rainer Beaujean, Wolfgang Link und Christine Scheffler besteht. Sie haben den Konzern erfolgreich durch die COVID-19-Pandemie gesteuert und als Team zugleich wichtige Weichen für die Zukunft des Unternehmens gestellt. So hat ProSiebenSat.1 2020 nicht nur ein konsequentes Kosten- und Cashflow-Management umgesetzt, der Konzern ist auch bei zukunftsweisenden Portfoliomaßnahmen gut vorangekommen. Der Aufsichtsrat unterstützt diesen Weg ausdrücklich.

Mit der ParshipMeet Group etwa hat sich ProSiebenSat.1 in einem hochprofitablen Markt positioniert und damit einen Treiber für künftiges Wachstum und Diversifizierung geschaffen. Im Entertainment-Geschäft konzentriert sich der Konzern auf die Märkte Deutschland, Österreich und Schweiz, auch in enger Kooperation mit den Red Arrow Studios und dem Digital-Studio Studio71. Damit stärkt der ProSiebenSat.1-Konzern sein Angebot an lokalen Inhalten, die sich in der Vermarktung besser monetarisieren lassen. Durch ein profitables Entertainment-Portfolio schafft ProSiebenSat.1 die Grundlage, um andere Bereiche wie die ParshipMeet Group oder die NuCom Group zu ermöglichen und dort substantielle Synergien zu heben.

Die Strategie des Konzerns, die auf Diversifikation und Digitalisierung beruht, hat sich insbesondere auch in einem schwierigen Geschäftsumfeld bewährt und fokussiert sich zugleich noch stärker auf Profitabilität sowie Synergien innerhalb des Unternehmens. Die ProSiebenSat.1 Group analysiert dabei regelmäßig ihr Portfolio hinsichtlich möglicher Wachstums- und Synergiepotenziale. Ziel ist es, Gesellschaften, die von Werbung auf den Entertainment-Plattformen des Konzerns profitieren, werthaltig weiterzuentwickeln. Teil dieser Portfoliostrategie ist auch, Gesellschaften zu veräußern, wenn der Konzern nicht mehr der richtige Eigentümer sein sollte.

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 2020 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 2020 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 wurden 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 dem Vorstandsvorsitzenden bzw. Sprecher des Vorstands 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 2020 mit der Geschäfts- und Finanzlage, den grundsätzlichen Fragen der Unternehmenspolitik und -strategie, der allgemeinen Personalsituation sowie den besonderen Investitionsvorhaben – natürlich unter Berücksichtigung der COVID-19-Pandemie und deren Implikationen. Das Vorstandsteam hat die strategische Ausrichtung in allen Bereichen intensiv mit dem Aufsichtsrat abgestimmt.

Insgesamt fanden 2020 sechs ordentliche Sitzungen sowie sieben außerordentliche Sitzungen des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE statt. Aufgrund der COVID-19-Pandemie fanden alle Sitzungen in Form einer Videokonferenz bzw. mit telefonischer Teilnahme statt. Mit einer Ausnahme haben alle Aufsichtsratsmitglieder an allen Sitzungen teilgenommen. Eine Übersicht der Sitzungsteilnahme gibt nachfolgende Tabelle:

INDIVIDUALISIERTE OFFENLEGUNG DER SITZUNGSTEILNAHME IM GESCHÄFTSJAHRE 2020

	Aufsichtsratsplenum Ordentliche Sitzungen	Aufsichtsratsplenum außerord. Sitzungen	Prüfungsausschuss	Personalausschuss	Kapitalmarktausschuss
Dr. Werner Brandt, Vorsitzender	6/6	7/7	6/6	4/4	1/1
Dr. Marion Helmes, stellv. Vorsitzende	6/6	7/7	6/6	4/4	1/1
Lawrence Aidem	6/6	7/7	—	3/3	—
Adam Cahan	5/6	7/7	—	—	—
Angelika Gifford (21. Mai 2015 bis 13. Januar 2020)	0/0	0/0	—	0/0	—
Erik Adrianus Hubertus Huggers	6/6	7/7	—	—	—
Marjorie Kaplan	6/6	7/7	—	—	—
Ketan Mehta	6/6	7/7	—	—	1/1
Dr. Antonella Mei-Pochtler (seit 13. April 2020)	5/5	1/1	4/4	—	—
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	6/6	7/7	6/6	4/4	1/1



Wesentliche Themen der einzelnen Sitzungen im Jahr 2020 waren:

- In einer außerordentlichen Sitzung am 3. Februar 2020 wurde der Aufsichtsrat umfassend über die zu erwartende finanzielle Entwicklung zum Ende des Geschäftsjahres 2019 sowie im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2020 informiert, das einen ersten leicht negativen Trend infolge der Pandemie annehmen ließ. Wir erhielten einen Einblick in die festgelegten strategischen Ziele und Messgrößen für den Vorstand und das Management für das Jahr 2020. Zudem wurden wir über den Stand möglicher Akquisitionen und den zu diesem Zeitpunkt noch angedachten – aber nicht realisierten – Verkauf der Red Arrow Studios informiert. Christine Scheffler unterrichtete uns auch über Personalveränderungen.

Angelika Gifford informierte mich Anfang des Jahres über einen Interessenkonflikt, der mit Ausübung ihrer neuen Tätigkeit entsteht. Daher legte sie ihr Mandat als Mitglied im Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE mit Wirkung zum 13. Januar 2020 nieder. In dieser außerordentlichen Sitzung hat der Aufsichtsrat die Nachfolgeregelung von Angelika Gifford diskutiert und mögliche Kandidatinnen evaluiert.

- Am 27. Februar 2020 fand eine weitere außerordentliche Sitzung statt. In dieser beschäftigten wir uns sehr ausführlich mit der geplanten Übernahme der The Meet Group durch die Parship Group.
- In der Bilanzsitzung am 4. März 2020 verabschiedete der Aufsichtsrat den Jahres- und Konzernabschluss, den Lage- und Konzernlagebericht, den Corporate-Governance-Bericht, den Bericht des Aufsichtsrats sowie den Vergütungsbericht jeweils für das Geschäftsjahr 2019. Gestützt auf die Empfehlung des Prüfungsausschusses hat sich der Aufsichtsrat ferner dafür entschieden, der ordentlichen Hauptversammlung am 10. Juni 2020 die Ernst & Young GmbH (Ernst & Young) Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit Sitz in Stuttgart zur Wahl als Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2020

sowie für den Zeitraum bis zur nächsten ordentlichen Hauptversammlung im Jahr 2021 vorzuschlagen. Zudem verabschiedeten wir die weiteren Tagesordnungspunkte für die Hauptversammlung am 10. Juni 2020 mit den entsprechenden Beschlussvorschlägen, mit denen sich der Prüfungsausschuss 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 2019 und die Zielerreichung für den Performance Share Plan 2019 sowie für den Group Share Plan 2016/2017.

Im Rahmen der Bilanzsitzung erhielten wir ferner einen detaillierten Überblick über die aktuelle Entwicklung des Unternehmens und die finanziellen Implikationen der beginnenden COVID-19-Pandemie. Darüber hinaus hat sich der Aufsichtsrat eingehend mit der geplanten Übernahme der The Meet Group durch die Parship Group befasst. Mit der Kombination der beiden erfolgreichen und dabei komplementären Unternehmen wird ein führender globaler Player im Dating-Markt geschaffen. Wir haben dem Übernahmeangebot in der Sitzung zugestimmt. Die Closed Session des Aufsichtsrats fand ebenfalls am 4. März 2020 statt.

- In zwei außerordentlichen Sitzungen, die am 10. und 12. März 2020 stattfanden, haben wir uns mit dem Ausscheiden von Conrad Albert als stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden und General Counsel auseinandergesetzt.
- In einer weiteren außerordentlichen Sitzung am 26. März 2020 befasste sich der Aufsichtsrat mit der neuen Aufstellung des Vorstands und entschied, Rainer Beaujean zusätzlich zu seiner Funktion als Finanzvorstand die Rolle des Vorstandssprechers zu übertragen sowie Wolfgang Link und Christine Scheffler in den Vorstand zu berufen. Der Aufsichtsrat beschloss zudem die Abberufung von Max Conze als CEO des Unternehmens.

Mit der neuen Aufstellung des Vorstands richtet die ProSiebenSat.1 Group ihr operatives Geschäft wieder stärker auf den Entertainment-Sektor in der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) aus. Der Schwerpunkt liegt hier – in enger Kooperation mit den Red Arrow Studios und dem Digital-Studio Studio71 – auf lokalen und Live-Formaten.

- In einer außerordentlichen Sitzung am 6. April 2020 beschäftigte sich der Aufsichtsrat mit der am 30. März 2020 erfolgten nochmaligen Aufstockung des Stimmrechtsanteils der im Mai 2019 als Aktionärin bei der Gesellschaft eingestiegenen Mediaset Group. In dieser Sitzung erhielt der Aufsichtsrat zudem einen vorläufigen Ausblick auf die Geschäftsentwicklung im ersten Quartal 2020, insbesondere im Hinblick auf die möglichen wirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Pandemie. Des Weiteren wurden wir durch den Vorstand informiert, dass geprüft werde, die für den 10. Juni 2020 geplante Hauptversammlung aufgrund der Pandemie auf einen späteren Termin zu verschieben. Außerdem verkündeten wir die gerichtliche Bestellung von Dr. Antonella Mei-Pochtler als neues Mitglied des Aufsichtsrats mit Wirkung zum 13. April 2020.
- In einer außerordentlichen Sitzung am 22. April 2020 folgte der Aufsichtsrat dem Vorschlag des Vorstands und entschied, die diesjährige Hauptversammlung wie geplant am 10. Juni 2020 abzuhalten – aber aufgrund der Pandemie virtuell und ohne physische Präsenz der Aktionäre oder ihrer Bevollmächtigten. Damit machte die Gesellschaft von einer Möglichkeit Gebrauch, die der deutsche Gesetzgeber angesichts der COVID-19-Pandemie neu und temporär eingeführt hat. Des Weiteren hat der Aufsichtsrat beschlossen, sich dem Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands anzuschließen und der Hauptversammlung vorzuschlagen, den Bilanzgewinn in voller Höhe auf neue Rechnung vorzutragen. Überdies begrüßten wir Dr. Antonella Mei-Pochtler als neues Mitglied im Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE.

In der sich anschließenden Closed Session hat sich der Aufsichtsrat eingehend mit der Beurteilung seiner Leistung anhand eines detaillierten Fragenkataloges auseinandergesetzt. Wesentliche Themen waren unter anderem das Selbstverständnis des Aufsichtsrats, die Organisation seiner Tätigkeit, die Unabhängigkeit der Aufsichtsratsmitglieder, die Behandlung von potenziellen Interessenkonflikten sowie die Besetzung der Ausschüsse.

- In unserer ordentlichen Sitzung am 9. Juni 2020 bekamen wir einen ausführlichen Bericht über kapitalmarktrelevante Themen sowie über die zu erwartende finanzielle Geschäftsentwicklung im zweiten Quartal 2020. In diesem Kontext hat uns der Vorstand vollumfassend über die geplante

strategische Ausrichtung der Gruppe sowie der Segmente informiert und im Umfeld der COVID-19-Pandemie erläutert. Ferner erhielten wir einen Einblick in die Strategieentwicklung der Gruppe und der einzelnen Segmente. In dieser Sitzung genehmigten wir zudem den Erwerb des Free-TV-Live-Rechte-Pakets für die Bundesliga, das für vier Spielzeiten gilt. Ab Sommer 2021 werden pro Saison neun Spiele im Free-TV in SAT.1 sowie auf den entsprechenden Digital-Plattformen gezeigt. Zudem wurde Dr. Antonella Mei-Pochtler in den Präsidial- und Nominierungsausschuss sowie in den Prüfungsausschuss gewählt.

- In der Hauptversammlung am 10. Juni 2020 stellte sich das neue Vorstandsteam – Rainer Beaujean, Wolfgang Link sowie Christine Scheffler – den Aktionärinnen und Aktionären vor. Auch Dr. Antonella Mei-Pochtler, die als neues Mitglied des Aufsichtsrats der Hauptversammlung zur Wahl vorgeschlagen wurde, stellte sich dem Publikum persönlich vor.

Die Hauptversammlung stimmte dem Vorschlag des Vorstands und Aufsichtsrats zu, den Bilanzgewinn in voller Höhe auf neue Rechnung vorzutragen und die Dividende für das Geschäftsjahr 2019 auszusetzen. Gleichzeitig bestätigte der Konzern grundsätzlich seine bisherige Dividendenpolitik. Mit deutlicher Mehrheit hat die Hauptversammlung zudem Dr. Antonella Mei-Pochtler als Aufsichtsratsmitglied gewählt. Darüber hinaus hat die Hauptversammlung die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2019 mit deutlicher Mehrheit entlastet. Alle weiteren Beschlussvorschläge wurden ebenfalls mehrheitlich mit einer Quote von über 90 Prozent angenommen.

- In einer ordentlichen Aufsichtsratssitzung am 9. September 2020 gab der Vorstand einen Ausblick für das dritte Quartal 2020 und informierte uns über die bisherige Geschäftsentwicklung des Konzerns. Auch wurden wir über die zu erwartende Marktlage im Geschäftsjahr 2021 unterrichtet. Wir erhielten einen ausführlichen Bericht zur Strategie der Gruppe und der einzelnen Segmente, die wir eingehend mit dem Vorstand diskutiert haben. Vertieft wurden hierbei insbesondere die Themen Digital-Strategie und ihre Monetarisierung durch den Ausbau von Reichweite. Über die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens wurde überdies ein umfassender Bericht gegeben.
- In unserer ordentlichen Aufsichtsratssitzung am 9. Dezember 2020 verabschiedete der Aufsichtsrat die Budget-Planung 2021 für den ProSiebenSat.1-Konzern, die uns zuvor ausführlich vorgestellt und erläutert wurde. Darüber hinaus hat der Aufsichtsrat den Mehrjahresplan sowie die strategische Ausrichtung zustimmend zur Kenntnis genommen. Wir wurden vollumfänglich über die wirtschaftliche Entwicklung der wichtigsten Geschäftsbereiche informiert. In dieser Sitzung verabschiedeten wir außerdem die Finanzzielvorgaben im Rahmen der variablen Vergütung für die Vorstandsmitglieder für das Geschäftsjahr 2021 sowie die jährliche Entsprechenserklärung. In dieser Sitzung wurden wir darüber informiert, dass die Stichprobenprüfung des Konzernabschlusses der Gesellschaft zum 31. Dezember 2019 nebst Konzernlagebericht sowie des Jahresabschlusses der Gesellschaft zum 31. Dezember 2019 nebst Lagebericht durch die Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung (DPR) keine Feststellungen ergeben hat. Wir haben diese Sitzung in der Closed Session am Vortag ausführlich vorbesprochen und vorbereitet.

Darüber hinaus fasste der Aufsichtsrat 2020 – nach ausführlicher Diskussion in den ordentlichen Aufsichtsratssitzungen – acht Beschlüsse im schriftlichen Umlaufverfahren; darunter den Antrag des Vorstands auf gerichtliche Ergänzung des Aufsichtsrats durch Dr. Antonella Mei-Pochtler sowie die Ziele des Vorstands hinsichtlich deren kurzfristiger Vergütungskomponenten (STI) für das Jahr 2020. Ebenfalls per Umlaufverfahren genehmigten wir den Verkauf der Virtual-Minds-Tochter myLoc managed IT AG an den italienischen Cloud Anbieter WIIT S.p.A. und stimmten der Veräußerung der WindStar Medical Holding durch die NuCom Group an den Finanzinvestor Oakley Capital zu. Mit diesen Maßnahmen setzt der Konzern seine Strategie des aktiven Portfoliomanagements fort.

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 2020 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.

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 2020 nicht, fasste aber insgesamt fünf Beschlüsse im Umlaufverfahren, darunter die Verlängerung des Vertrags mit Heidi Klum zu „Germany's next Topmodel“, den erfolgreichen Erwerb der Rechte für die Formula E sowie die Vertragsverlängerungen mit den wichtigsten Media-Agenturen.

Der **Personalausschuss** bereitet Beschlussfassungen zu personalspezifischen Vorstandsthemen für das Aufsichtsratsplenium vor. Der Ausschuss führte im Jahr 2020 vier Sitzungen in Form von Videokonferenzen durch und fasste drei Beschlüsse im Umlaufverfahren. In seiner ersten Sitzung am 8. Februar 2020 beschäftigte sich das Gremium mit der vorläufigen Zielerreichung der Vorstandsmitglieder im Rahmen des Group Share Plans 2016/2017, des Performance Share Plans 2018 und 2019 sowie der vorläufigen individuellen Zielerreichungsgrade des Performance Bonus 2019. Zudem wurde mit den Mitgliedern des Ausschusses die Zielvorgabe für den Performance Bonus der einzelnen Vorstandsmitglieder für das Geschäftsjahr 2020 diskutiert und eine entsprechende Empfehlung an den Aufsichtsrat verabschiedet. Ebenfalls verabschiedet wurde der vorgelegte Entwurf des Vergütungsberichts 2019 zur Genehmigung durch den Aufsichtsrat.

In weiteren Sitzungen hat sich der Personalausschuss intensiv mit möglichen Anpassungen des Vergütungssystems für die Mitglieder des Vorstands im Hinblick auf die Vorgaben des Gesetzes zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrechterichtlinie, „ARUG II“, beschäftigt. Diese Sitzungen fanden am 7. September 2020, am 2. November 2020 sowie am 2. Dezember 2020 statt.

Der **Prüfungsausschuss** hat den Jahres- und den Konzernabschluss, den Lage- und den Konzernlagebericht sowie 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 Prüfungsausschuss sah im Rahmen seiner Prüfungen des Jahres- und Konzernabschlusses 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, Fortschritte bei den laufenden Betriebsprüfungen 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 Risikoprüferkennungssystems wurden vom Abschlussprüfer nicht festgestellt.

Darüber hinaus befasste sich der Prüfungsausschuss mit der Vorbereitung des Vorschlags des Aufsichtsrats zur Bestellung des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2020 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 unterbreitete dem Aufsichtsrat eine entsprechende Empfehlung, die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young als Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2020 zu wählen sowie für den Zeitraum bis zur ordentlichen Hauptversammlung im Jahr 2021 zu bestellen. In einer Sitzung am 14. Dezember 2020 hat der Prüfungsausschuss beschlossen, die Abschlussprüfung für das Geschäftsjahr 2021 auszuschreiben. 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 Vorstandssprecher & Finanzvorstand sowie dem Abschlussprüfer. Über die wesentlichen Ergebnisse dieser Gespräche wurde dem Prüfungsausschuss und, soweit erforderlich, dem Aufsichtsrat regelmäßig Bericht erstattet.

Der Ausschuss hat im Berichtsjahr sechsmal in Gegenwart des Vorstandssprechers & Finanzvorstands Rainer Beaujean sowie des Abschlussprüfers getagt. Ich habe als Gast an allen Sitzungen teilgenommen. Der Prüfungsausschuss fasste im Geschäftsjahr 2020 keine Beschlüsse im Umlaufverfahren.

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 2020 fand eine Sitzung des Kapitalmarktausschusses statt. Gegenstand dieser Sitzung war die wirtschaftliche Lage des Konzerns.

PRÜFUNG DES JAHRES- UND KONZERNABSCHLUSSES FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2020

Der Jahres- und Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE sowie der Lage- und Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2020 sind von der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit Sitz in Stuttgart ordnungsgemäß geprüft und am 25. Februar 2021 mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden.

Alle Abschlussunterlagen, der Risikobericht sowie die Prüfungsberichte von Ernst & Young lagen den Mitgliedern des Aufsichtsrats rechtzeitig vor und wurden eingehend von uns geprüft.

Gegenstand der Beratungen war darüber hinaus der zusammengefasste gesonderte nichtfinanzielle Bericht, der zunächst im Prüfungsausschuss und anschließend im Aufsichtsrat jeweils in Gegenwart der zuständigen Wirtschaftsprüfer ausführlich besprochen wurde. 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.

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 Ernst & Young beauftragt. Ernst & Young hat insoweit ein uneingeschränktes Prüfungsurteil erteilt. Das bedeutet, dass nach der Beurteilung durch Ernst & Young 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 Ernst & Young 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 2020 lag aufgrund gleichzeitiger Organmitgliedschaft eines Mitglieds des Aufsichtsrats bei Wettbewerbern bzw. Geschäftspartnern der ProSiebenSat.1 Media SE folgender Anhaltspunkt für Interessenkonflikte vor:

- Dr. Antonella Mei-Pochtler gehört dem Aufsichtsrat der Publicis Groupe SA (Paris, Frankreich) an, welche Kundin der Seven.One Media GmbH ist. Sie hat an der Beschlussfassung im Rahmen der Vertragsverlängerungen mit den wichtigsten Media-Agenturen, die im Umlaufverfahren verabschiedet wurde, nicht teilgenommen.

Darüber hinaus gab es keine Anzeichen für das Vorliegen von Interessenkonflikten.

CORPORATE GOVERNANCE

Vorstand und Aufsichtsrat berichten zum Thema Corporate Governance im Rahmen der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f, 315d HGB, welche Sie im Internet unter → www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/corporate-governance sowie im Geschäftsbericht finden. Im Einklang mit der geänderten Empfehlung des DCGK wurde für das Geschäftsjahr kein separater Corporate-Governance-Bericht mehr erstellt; die entsprechenden Angaben finden sich nun in der Erklärung zur Unternehmensführung.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats nahmen die für ihre Aufgaben erforderlichen Aus- und Fortbildungsmaßnahmen eigenverantwortlich wahr. Neue Mitglieder des Aufsichtsrats werden eingehend eingearbeitet. Dabei haben sie die Gelegenheit, die Mitglieder des Vorstands und fachverantwortliche Führungskräfte zu einem bilateralen Austausch über grundsätzliche und aktuelle Themen der jeweiligen Vorstandsbereiche zu treffen und sich so einen Überblick über die relevanten Themen des Unternehmens sowie die Governance-Struktur zu verschaffen.

VERÄNDERUNGEN IN DER BESETZUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Am 13. März 2020 hat das Unternehmen mitgeteilt, dass Conrad Albert, stellvertretender Vorstandsvorsitzender und General Counsel der ProSiebenSat.1 Media SE, sein Vorstandsmandat im gegenseitigen Einvernehmen zum Ablauf des 30. April 2020 niederlegen und das Unternehmen zu diesem Datum verlassen wird.

Am 26. März 2020 hat der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE beschlossen, dass Finanzvorstand Rainer Beaujean zusätzlich die Funktion des Vorstandssprechers übernehmen und Vorstandsvorsitzender Max Conze das Unternehmen mit sofortiger Wirkung verlassen wird. In den Vorstand berufen wurden Wolfgang Link und Christine Scheffler. In diesem neu aufgestellten Vorstandsteam verantwortet Rainer Beaujean neben Strategie & M&A die Red Arrow Studios, die NuCom Group und die neu geschaffene ParshipMeet Group sowie alle Finanzfunktionen und die Holding-Bereiche IT, Kommunikation, Investor Relations, Legal, Governmental Affairs und Konzernsicherheit. Wolfgang Link steht dem Entertainment-Geschäft vor, das alle Bereiche von Content über Digital bis hin zu Sales und das Streaming-Geschäft mit der Plattform Joyn beinhaltet. Christine Scheffler leitet die Ressorts Personal sowie Compliance, Nachhaltigkeit und Organizational Development & Operational Excellence.

Um die Content-, Digital- und Vermarktungsgeschäfte noch enger zu verzahnen und somit den Zuschauern Inhalte crossmedial und plattformunabhängig anzubieten, werden die Entertainment-Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Media SE gebündelt unter der Dachmarke der Seven.One Entertainment Group geführt. Gleichzeitig stärkt der Konzern seine News-Kompetenz und plant ab 2023 seine Nachrichtensendungen selbst zu produzieren. Dazu baut ProSiebenSat.1 eine zentrale Nachrichtenredaktion für seine Plattformen auf.

Im Zuge der konsequenten Strukturierung des Konzerns nach Synergien und Wertschaffung geht ProSiebenSat.1 noch einen Schritt weiter: Zum 1. Januar 2021 wurde das Produktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios sowie das Digital-Studio Studio71 in das Entertainment-Segment (vormals: Seven.One Entertainment Group) integriert. Damit trägt ProSiebenSat.1 der strategischen Nähe der beiden Geschäfte Rechnung. Die NuCom Group bleibt eine wichtige Säule; sie bildet ab dem Geschäftsjahr 2021 u.a. gemeinsam mit dem Investitionsarm SevenVentures das Segment Commerce & Ventures. Gemeinsam mit der ParshipMeet Group (ab 1. Januar 2021: Segment Dating) stärkt dies die Diversifizierung des Konzerns.

Personelle Veränderungen gab es im Geschäftsjahr 2020 auch im Aufsichtsrat: Mit Wirkung zum 13. April 2020 wurde Dr. Antonella Mei-Pochtler gerichtlich als Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE bis zur Beendigung der Hauptversammlung am 10. Juni 2020 bestellt. Bei der Hauptversammlung am 10. Juni 2020 haben sie die Aktionäre anschließend mit deutlicher Mehrheit als Aufsichtsratsmitglied gewählt. Sie tritt die Nachfolge von Angelika Gifford an, die ihr Amt zum 13. Januar 2020 niederlegte. Dr. Antonella Mei-Pochtler ist selbstständige Unternehmerin sowie Senior Advisor der Boston Consulting Group und Sonderberaterin des Österreichischen Bundeskanzlers. Sie verfügt über umfangreiche Erfahrung sowie ein globales Netzwerk in den Bereichen Strategie, Medien und digitale Transformation.

DANK DES AUFSICHTSRATS

Ich heiße Dr. Mei-Pochtler herzlich willkommen und danke Angelika Gifford, die das Unternehmen als Aufsichtsrätin eng begleitet hat und im vergangenen Jahr aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden ist.

Im Namen meiner Aufsichtsratskollegen möchte ich dem amtierenden Vorstand danken – Rainer Beaujean, Wolfgang Link und Christine Scheffler haben ausgezeichnete Arbeit geleistet und ProSiebenSat.1 souverän durch die COVID-19-Pandemie gesteuert. Mein besonderer Dank gilt gleichermaßen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. In einem sehr herausfordernden Umfeld haben alle außerordentliches Engagement gezeigt und aufgrund ihrer herausragenden Leistungen dafür gesorgt, das Geschäft des Konzerns im Umfeld der Pandemie nicht nur zu sichern, sondern weiter voranzubringen.

Abschließend möchte ich Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, unseren Dank für Ihr Vertrauen in das Unternehmen und die ProSiebenSat.1-Aktie aussprechen. 2020 war ein Jahr, das alle vor neue Herausforderungen gestellt hat. Es war aber auch ein Jahr, in dem sich die strategische Ausrichtung des Konzerns als zukunftsfest erwiesen hat und sich ProSiebenSat.1 zugleich noch synergistischer, diversifizierter und fokussierter aufgestellt hat. Grundsätzlich gilt: Die verstärkte Ergebnisorientierung des Konzerns ist die Basis, um Cashflow, Dividendenfähigkeit und Verschuldung wieder nachhaltig zu verbessern. Wir freuen uns, wenn Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, ProSiebenSat.1 auf diesem Weg weiter begleiten.

Unterföhring, im März 2021
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 Aufsichtsratsvorsitzender der RWE AG	Inländische Mandate: RWE AG, Essen, Siemens AG, Berlin/München
Dr. Marion Helmes, Stellvertretende Vorsitzende	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inländische Mandate: Siemens Healthineers AG, Erlangen Ausländische Mandate: British American Tobacco p.l.c., London, Vereinigtes Königreich, Heineken N.V., Amsterdam, Niederlande
Lawrence A. Aidem	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Reverb Advisors (Managing Partner)	Mandate: keine
Adam Cahan	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Selbständiger Unternehmer	Mandate: keine
Angelika Gifford	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG/ der ProSiebenSat.1 Media SE vom 21. Mai 2015 bis 13. Januar 2020 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inländische Mandate: TUI AG, Berlin/Hannover, Thyssenkrupp AG, Essen Ausländisches Mandat: Rothschild & Co. S.C.A, Paris, Frankreich
Erik Adrianus Hubertus Huggers	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Selbständiger Unternehmer	Ausländisches Mandat: WeTransfer B.V., Amsterdam, Niederlande
Marjorie Kaplan	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 16. Mai 2018 Merryck & Co (Consultant & Mentor)	Ausländisches Mandat: ArtBnk, LLC, Newmarket, New Hampshire, USA
Ketan Mehta	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 24. November 2015 Allen & Company LLC (Managing Director)	Mandate: keine
Dr. Antonella Mei-Pochtler	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 13. April 2020 Sonderberaterin des Österreichischen Bundeskanzlers und Leitung von ThinkAustria, der Strategie- und Planungseinheit des Kanzleramts, Wien, Österreich	Inländische Mandate: Westwing Group AG, München Ausländische Mandate: Assicurazioni Generali SpA, Mailand, Italien, Publicis Groupe S.A., Paris, Frankreich
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Mitglied in verschiedenen Aufsichtsräten	Inländische Mandate: 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

MITGLIEDER DES VORSTANDS

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

Mitglied des Vorstands		Vorstandsbereiche bis 31.12.2020	Vorstandsbereiche ab 01.01.2021	Mandate in Aufsichtsräten
Rainer Beaujean, Vorstandssprecher & Finanzvorstand (CFO)	Finanzvorstand (CFO) seit 1. Juli 2019, Vorstandssprecher seit 26. März 2020	Strategie & M&A, Red Arrow Studios (inkl. Studio71), NuCom Group, ParshipMeet Group, Finanzen (IR, Treasury, Corporate Procurement & Real Estate, Accounting & Taxes, Shared Services, Corporate Security), Internal Audit, Controlling, IT, Kommunikation, Legal, Regulatory & Governmen- tal Affairs	Dating (z. B. ParshipMeet Group), Commerce & Ventures (z. B. NuCom Group, SevenVentures), Strategie, M&A, Controlling, Finanzen (IR, Treasury, Corporate Procurement & Real Estate, Accounting & Taxes, Shared Services, Corporate Security), Internal Audit, IT, Kommunikation, Legal, Regulatory & Governmental Affairs	Inländische Mandate: NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Mitglied des Aufsichtsrats seit 6. Februar 2020 und Aufsichtsratsvorsitzender seit 14. April 2020), Virtual Minds AG, Freiburg im Breisgau (Mitglied des Aufsichtsrats seit 24. April 2020 und Aufsichtsratsvorsitzender seit 11. Mai 2020), Joyn GmbH, München (Beiratsmitglied seit 6. April 2020), ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg (Beiratsmitglied seit 17. August 2020), Rheinisch-Bergische Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf (Mitglied des Aufsichtsrats seit 31. März 2020), Rheinische Post Verlagsgesellschaft mbH, Düsseldorf (Mitglied des Aufsichtsrats seit 31. März 2020), Zeitschrift Controlling (Herausgeberbeirat) Ausländisches Mandat: ProSiebenSat.1 Digital Content GP Ltd, London, Vereinigtes Königreich (bis 23. Dezember 2020)
Wolfgang Link, Vorstand & CEO Seven.One Entertainment Group	Vorstandsmitglied seit 26. März 2020	Seven.One Entertainment Group (Content, Digital inkl. Joyn, Sales, Distribution)	Entertainment: Content, Digital inkl. Joyn, Sales, Distribution, Red Arrow Studios, Studio71	Inländische Mandate: Joyn GmbH, München (Beiratsmitglied), ParshipMeet Holding GmbH, Hamburg (Beiratsmitglied seit 17. August 2020) Ausländisches Mandat: ProSiebenSat.1 Puls 8 TV AG, Zürich, Schweiz (Vizepräsident des Verwaltungsrats)
Christine Scheffler, Vorstand & Chief Human Resources Officer	Vorstandsmitglied seit 26. März 2020	Personal, Compliance, Nachhaltigkeit, Organizational Development & Operational Excellence	Personal, Compliance, Nachhaltigkeit, Organizational Development & Operational Excellence	Inländisches Mandat: JobUfo GmbH, Berlin (Beiratsmitglied)
Max Conze, Vorstandsvorsitzender (CEO)	Vorstandsvorsitzender (CEO) vom 1. Juni 2018 bis 26. März 2020 (Beendigung des Dienstvertrages zum 31. Mai 2020)			Inländische Mandate: Joyn GmbH, München (Beiratsvorsitzender) (bis 6. April 2020) NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring (Aufsichtsratsvorsitzender) (bis 7. April 2020)
Conrad Albert, Stellvertretender Vorstandsvorsitzender, Group General Counsel	Vorstandsmitglied vom 1. Oktober 2011 bis 30. April 2020, Deputy CEO vom 19. November 2017 bis 30. April 2020			Inländische Mandate: VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Sendeunternehmen und Presseverlegern mbH, Berlin (stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender) (bis 18. März 2020) Bavaria Studios & Production Services GmbH, Grünwald

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.

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. Vorstand und Aufsichtsrat sehen eine gute Corporate Governance als wesentlichen Bestandteil einer verantwortungsvollen, transparenten und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichteten Unternehmensführung an. Mit dem Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) wurde ein Standard für eine transparente Kontrolle und Steuerung von Unternehmen etabliert. Vorstand und Aufsichtsrat berichten in der vorliegenden Erklärung zur Unternehmensführung entsprechend dem Grundsatz 22 des DCGK in der Fassung vom 16. Dezember 2019 über die Corporate Governance der Gesellschaft und nehmen dabei Stellung zu den Empfehlungen und Anregungen des DCGK. Informationen zur Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat befinden sich im Vergütungsbericht. Neben der aktuellen Erklärung zur Unternehmensführung sowie Entsprechenserklärung sind auch die Erklärungen der vergangenen fünf Jahre auf der Internetseite der Gesellschaft verfügbar.

ENTSPRECHENSERKLÄRUNG 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 (bisheriger DCGK) im Zeitraum seit Abgabe der letzten Entsprechenserklärung im Dezember 2019 mit der nachstehenden Ausnahme entsprochen wurde:

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 Mitglieder des Aufsichtsrats zu steigern. Ein Selbstbehalt auch für Aufsichtsratsmitglieder ist deswegen entgegen der Empfehlung in Ziff. 3.8 des bisherigen DCGK nicht vereinbart.

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE erklären ferner, dass künftig den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der im amtlichen Teil des Bundesanzeigers

am 20. März 2020 bekannt gemachten Fassung vom 16. Dezember 2019 (DCGK) entsprochen werden soll.

Im Dezember 2020

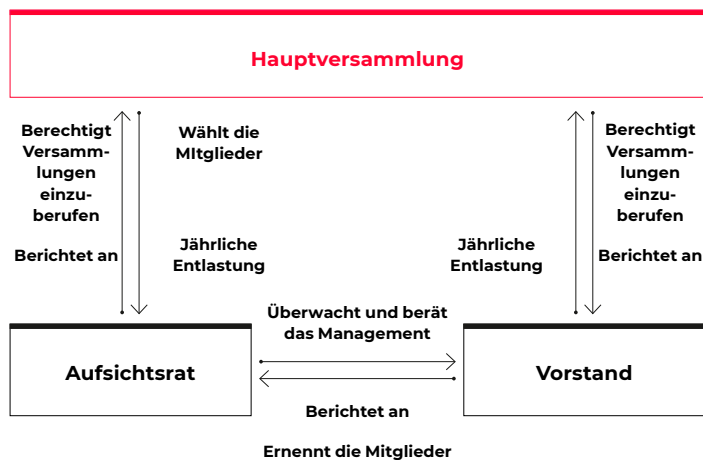
Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE

UNTERNEHMENSVERFASSUNG UND ORGANE DER GESELLSCHAFT

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.

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.

LEITUNG UND ÜBERWACHUNG

Vorstand

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE ist der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf der Grundlage rechtmäßiger Geschäftspraktiken möglich ist. Neben der Korruptionsvermeidung konzentriert sich die Gesellschaft insbesondere auf das Kartell- und das Medienrecht sowie den Datenschutz. Zu diesem Zweck besteht bei der ProSiebenSat.1 Group ein Compliance Management System (CMS). Wesentliche Zielsetzung des CMS ist es, Integrität, richtlinienkonformes und regeltreues 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 Committee) und die vom Group Chief Compliance Officer (CCO) geleitete Abteilung Group Compliance, die bei der Erfüllung ihrer Aufgaben durch Fachexperten aus anderen Bereichen, beispielsweise der Rechtsabteilung, unterstützt werden. Im Compliance Committee sind neben dem für Compliance zuständigen Vorstandsmitglied Christine Scheffler, dem Deputy CFO und dem Chief Compliance Officer noch die Konzernfunktionen Personal, Interne Revision, Risikomanagement und Recht sowie die Unit Compliance Officer

der verschiedenen Geschäftsbereiche und der Konzerndatenschutzbeauftragte vertreten. Das Compliance Committee und der CCO unterstützen und beraten den Vorstand bei der Umsetzung, Überwachung und Weiterentwicklung des CMS. Der im Vorstandsressort Personal, Compliance, Nachhaltigkeit sowie Organizational Development & Operational Excellence angesiedelte 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.

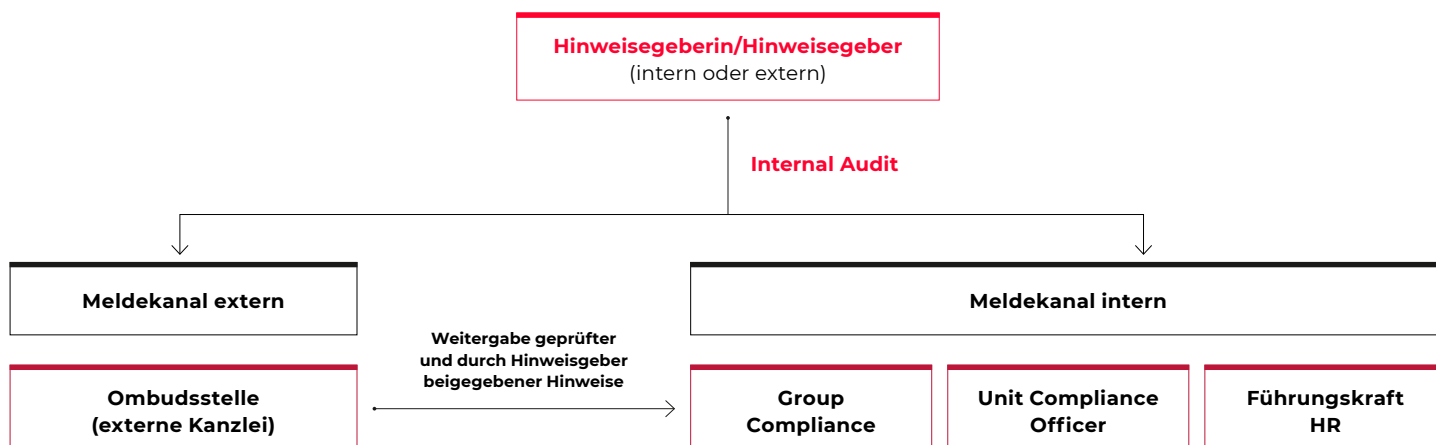
In ihrem Verhaltenskodex („Code of Conduct“) hat die ProSiebenSat.1 Group grundsätzliche Richtlinien und Handlungsweisen festgelegt. Diese Richtlinien definieren die allgemeinen Maßstäbe für das Verhalten in geschäftlichen, rechtlichen und ethischen Angelegenheiten und regeln zudem, wie Mitarbeiter Hinweise 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 abgerufen werden.

Ein weiteres zentrales Compliance-Instrument der ProSiebenSat.1 Group ist das Hinweisgebersystem. Neben internen Meldekanälen besteht zusätzlich die Möglichkeit, Hinweise auf Rechtsverstöße 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.

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 in Führungspositionen ist für die ProSiebenSat.1 Group ein zentraler Diversitätsaspekt. 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: 15 Prozent
- Zweite Führungsebene: 30 Prozent

HINWEISGEBERSYSTEM DER PROSIEBENSAT.1 GROUP



Der Frauenanteil für die erste Führungsebene in der ProSiebenSat.1 Media SE betrug zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres 25,0 Prozent (Vorjahr: 25,0%). Die Frauenquote für die zweite Führungsebene lag bei 30,4 Prozent (Vorjahr: 34,2%). Damit wurden die Ziele im Hinblick auf den Frauenanteil in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands im Berichtszeitraum jeweils übertroffen.

Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat bestellt und entlässt die Mitglieder des Vorstands, überwacht und berät den Vorstand bei der Leitung des Unternehmens und ist in Entscheidungen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen einzubinden. Der Aufsichtsratsvorsitzende wird vom Aufsichtsrat aus seiner Mitte gewählt. Er koordiniert die Arbeit im Aufsichtsrat und nimmt die Belange des Aufsichtsrats nach außen wahr. Vor diesem Hintergrund führt der Aufsichtsratsvorsitzende in angemessenem Rahmen Gespräche mit Investoren über aufsichtsratspezifische Themen.

Hauptversammlung

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.

Vor dem Hintergrund der Ausbreitung des neuartigen SARS-CoV-2-Virus (so genannte COVID-19-Pandemie) hatte der Vorstand der Gesellschaft mit Zustimmung des Aufsichtsrats beschlossen, die Hauptversammlung am 10. Juni 2020 auf der Grundlage des Gesetzes über Maßnahmen im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins-, Stiftungs- und Wohnungseigentumsrechts zur Bekämpfung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie vom 27. März 2020 als virtuelle Hauptversammlung ohne physische Anwesenheit der Aktionäre oder ihrer Bevollmächtigten abzuhalten. Die gesamte virtuelle Hauptversammlung wurde über das Online-Aktionärsportal im Internet in Ton und Bild live übertragen. Aktionäre oder ihre Bevollmächtigten konnten ihre Stimmen schriftlich oder im Wege elektronischer Kommunikation (Briefwahl) sowie mittels Bevollmächtigung eines von der Gesellschaft benannten Stimmrechtsvertreters abgeben. Fragen an den Vorstand und an den Aufsichtsrat konnten Aktionäre mittels elektronischer Kommunikation über das Online-Aktionärsportal bis zwei Tage vor der Hauptversammlung abgeben. Aktionäre, die ihr Stimmrecht per Briefwahl bzw. durch Bevollmächtigte ausgeübt haben, hatten die Möglichkeit, Widerspruch zu den Beschlüssen der Hauptversammlung mittels elektronischer Kommunikation über das Online-Aktionärsportal von Beginn der virtuellen Hauptversammlung bis zu deren Beendigung abzugeben.

ZUSAMMENSETZUNG DES VORSTANDS

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 2020 bestand der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE aus drei Mitgliedern (Vorjahr: drei 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 können Vorstandsmitglieder für einen Zeitraum von höchstens fünf

Jahren bestellt werden. Erstbestellungen erfolgen in der Regel aber nicht unter Ausschöpfung dieser Höchstdauer, sondern grundsätzlich für höchstens drei Jahre. 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. Der Aufsichtsrat hat sich auch im vergangenen Jahr zu Fragen der langfristigen Nachfolgeplanung für den Vorstand beraten, sich dazu mit dem Vorstand ausgetauscht und dabei sowohl inhaltliche Schwerpunkte der künftigen Vorstandsarbeit als auch im Unternehmen verfügbare Führungskräfte analysiert.

→ [Mitglieder des Vorstands](#)

Ziele für die Zusammensetzung des Vorstands

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat für die Zusammensetzung des Vorstands mit Blick auf die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen gemäß §111 Abs. 5 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO Zielgröße sowie Fristen für eine entsprechende Zielerreichung festgelegt:

Der Aufsichtsrat hat 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 Frist zur Umsetzung der Zielgröße läuft am 31. Dezember 2024 ab. Mit der Bestellung von Christine Scheffler zum Mitglied des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE im März 2020 wird diese Zielgröße für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen im Vorstand im Berichtszeitraum bereits erfüllt. 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.

ARBEITSWEISE DES VORSTANDS

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. Die Geschäftsordnung regelt insbesondere auch den Geschäftsverteilungsplan und die dem Gesamtvorstand vorbehaltenen Angelegenheiten. Der Vorstand hat keine Ausschüsse eingerichtet.

Sitzungen des Gesamtvorstands fanden in der Regel wöchentlich statt und werden vom Vorstandssprecher 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 Stimmgleichheit entscheidet die Stimme des Vorstandssprechers. 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 Vorstandssprecher bzw. dem Vorsitzenden der Sitzung unterzeichnet wird. Dieses Protokoll wird unverzüglich jedem Vorstandsmitglied schriftlich oder in Textform zugeleitet und in der nächsten Vorstandssitzung zur Genehmigung vorgelegt. Erhebt keine der Personen, die an der Sitzung bzw. Beschlussfassung teilgenommen haben, Widerspruch gegen Inhalt oder Formulierung des Protokolls, 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.

ZUSAMMENSETZUNG DES AUFSICHTSRATS

Dem Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE gehören zum 31. Dezember 2020 satzungsgemäß neun Mitglieder (Vorjahr: neun Mitglieder) an, die sämtlich von der Hauptversammlung gewählt wurden. 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 Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat hat sich mit den Empfehlungen des DCGK in der Fassung vom 7. Februar 2017 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 am 12. März 2018 beschlossen. Danach strebt der Aufsichtsrat an, dass

- der Anteil der im Sinne des 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 2020 sämtliche Aufsichtsratsmitglieder als unabhängig.

ÜBERSICHT DER AMTSZEITEN DER MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATES

Name	Datum der Bestellung	Ende der Amtszeit [jeweils bis Ablauf der ordentlichen HV des Jahres oder Niederlegung]
Brandt, Dr. Werner Vorsitzender	12.06.2019	HV 2022 [3 Jahre]
Helmes, Dr. Marion (Stellvertreterin)	12.06.2019	HV 2023 [4 Jahre]
Aidem, Lawrence	12.06.2019	HV 2023 [4 Jahre]
Cahan, Adam	12.06.2019	HV 2022 [3 Jahre]
Gifford, Angelika	12.06.2019	HV 2023 [4 Jahre] [Niederlegung zum 13.01.2020]
Huggers, Erik	12.06.2019	HV 2024 [5 Jahre]
Kaplan, Marjorie	12.06.2019	HV 2024 [5 Jahre]
Mehta, Ketan	12.06.2019	HV 2024 [5 Jahre]
Mei-Pochtler, Dr. Antonella	10.06.2020 (durch die HV bestätigt) 13.04.2020 (gerichtliche Bestellung)	HV 2023 [Ergänzungswahl für Angelika Gifford] HV 2020
Nonnenmacher, Prof. Dr. Rolf	12.06.2019	HV 2022 [3 Jahre]

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

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat sich vor dem Hintergrund der Empfehlung des DCGK in der Fassung vom 16. Dezember 2019 unter Ziff. C.1 (Zusammensetzung des Aufsichtsrats) das nachstehend erläuterte Kompetenzprofil für das Gesamtgremium erarbeitet und am 12. März 2018 beschlossen, so dass eine qualifizierte Kontrolle und Beratung 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 in der Anwendung von Rechnungslegungsgrundsätzen und internen Kontrollverfahren verfügen und mit der Abschlussprüfung vertraut sein.

Im Rahmen von Wahlvorschlägen an die Hauptversammlung soll insbesondere auf Persönlichkeit, Integrität, Leistungsbereitschaft und Unabhängigkeit der Kandidatinnen und Kandidaten geachtet werden. Zudem sollen die Aufsichtsratsmitglieder der vom DCGK unter Ziff. C.4 empfohlenen Begrenzung von Mandaten in konzernexternen börsennotierten Gesellschaften nachkommen.

Bei Wahlvorschlägen des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung sollen sämtliche Voraussetzungen erfüllt und die vorangehenden Ziele berücksichtigt sein, so dass eine gesamtheitliche Ausfüllung des Kompetenzprofils für den Aufsichtsrat gewährleistet ist.

Weitere Informationen zum Kompetenzprofil des Aufsichtsrats sind auf der Website der ProSiebenSat.1 Media SE unter www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/organe zu finden.

ARBEITSWEISE DES AUFSICHTSRATS

Der Aufsichtsrat wird vom Vorstand zeitnah und umfassend schriftlich informiert sowie in den quartalsweise stattfindenden Aufsichtsratssitzungen über die Planung, die Geschäftsentwicklung und die Lage des Konzerns einschließlich des Risikomanagements sowie über Fragen der Compliance unterrichtet. 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 2020 sind im Bericht des Aufsichtsrats zu finden. → [Bericht des Aufsichtsrats](#)

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, die auch auf der Internetseite der Gesellschaft unter www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/organe einsehbar ist: Danach koordiniert der Aufsichtsratsvorsitzende die Arbeit im Aufsichtsrat, leitet dessen Sitzungen und nimmt die Belange des Gremiums nach außen wahr. 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 Stimmgleichheit 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.

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. D.4 des 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 Gesamtaufwandsrats 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 D.13 des DCGK führt der Aufsichtsrat regelmäßig eine Selbstbeurteilung 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. Die letzte Überprüfung seiner Effizienz der Aufsichtsratsarbeit fand am 22. April 2020 im Rahmen einer „Closed Session“ anhand eines detaillierten Fragenkataloges statt.

ZUSAMMENSETZUNG UND ARBEITSWEISE DER AUFSICHTSRATSAUSSCHÜSSE

Der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2020 vier Ausschüsse eingesetzt. Die Besetzung der Aufsichtsratsausschüsse erfolgt durch den Aufsichtsrat. Bei der Auswahl der Ausschussmitglieder werden potenzielle Interessenkonflikte der Aufsichtsratsmitglieder und die jeweiligen beruflichen Qualifikationen berücksichtigt.

ZUSAMMENSETZUNG DER AUFSICHTSRATSAUSSCHÜSSE ZUM 31. DEZEMBER 2020

PRÄSIDENTIAL- UND NOMINIERUNGS-AUSSCHUSS

Dr. Werner Brandt (Co-Vorsitzender), Dr. Marion Helmes (Co-Vorsitzende), Lawrence Aidem, Marjorie Kaplan, Ketan Mehta, Dr. Antonella Mei-Pochtler (seit 10.06.2020)

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 des DCGK), Angelika Gifford (bis 13.01.2020), Dr. Marion Helmes, Dr. Antonella Mei-Pochtler (seit 10.06.2020)

PERSONAL-AUSSCHUSS

Dr. Werner Brandt (Vorsitzender), Angelika Gifford (bis 13.01.2020), Dr. Marion Helmes, Lawrence Aidem (seit 01.04.2020), Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher

KAPITALMARKT-AUSSCHUSS

Dr. Werner Brandt (Vorsitzender), Dr. Marion Helmes, Ketan Mehta, Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher

Die Aufsichtsratsausschüsse kommen in der Regel quartalsweise bzw. nach Bedarf 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 Stimmgleichheit 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 einem Monat nach Zustellung widerspricht. Die Ausschussvorsitzenden berichten in den Aufsichtsratssitzungen über die Arbeit in den Ausschüssen.

Der Vorstandssprecher & Finanzvorstand 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.

Die individualisierte Offenlegung der Sitzungsteilnahmen des Aufsichtsrats im Geschäftsjahr 2020 befindet sich im → „Bericht des Aufsichtsrats“.

TRANSPARENZ UND EXTERNE BERICHTERSTATTUNG

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. Das Unternehmen stellt Informationen grundsätzlich zeitgleich allen Aktionären, Finanzanalysten 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 Veröffentlichung von Finanzberichten und Quartalsmitteilungen 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 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 werden alle relevanten Unternehmensinformationen publiziert. Geschäfts- und Halbjahresfinanzberichte sowie Quartalsmitteilungen, aktuelle Kurs-Charts und Unternehmenspräsentationen sind dort jederzeit abrufbar. Auf Sonderseiten informiert der Konzern über organisatorische und rechtliche Themen im Zusammenhang mit der jährlichen Hauptversammlung. Neben der Tagesordnung selbst sind dort im Anschluss an die Hauptversammlung auch die Rede des Vorstandssprechers sowie die Abstimmungsergebnisse abrufbar. In der Rubrik „Corporate Governance“ veröffentlicht die ProSiebenSat.1 Media SE zudem die aktuelle Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §289f HGB und §§289f, 315d, 315e HGB sowie die Entsprechenserklärung zum DCGK gemäß §161 AktG einschließlich eines Archivs mit den Erklärungen der vorhergehenden fünf Jahre sowie die Satzung des Unternehmens.

Im Rahmen der Jahres- und Zwischenberichterstattung werden viermal im Geschäftsjahr die Geschäftsentwicklung sowie die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group erläutert. Der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht werden binnen 90 Tagen nach Geschäftsjahresende, die verpflichtenden unterjährigen Finanzinformationen binnen 45 Tagen nach Ende des Berichtszeitraums unter → www.prosiebensat1.com/investor-relations/publikationen/ergebnisse öffentlich zugänglich gemacht.

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 → www.prosiebensat1.com/presse/newsroom/ad-hoc-publizitaet zugänglich gemacht.

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 abrufbar.

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 veröffentlicht. Im Geschäftsjahr 2020 wurden der ProSiebenSat.1 Media SE gemäß Art. 19 MAR neun 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 2020 hielten Mitglieder des Vorstands insgesamt 131.102 Aktien (Vorjahr: 413.107) und Mitglieder des Aufsichtsrats insgesamt 102.235 Aktien (Vorjahr: 84.710) an der ProSiebenSat.1 Media SE.

INDIVIDUALISIERTER AKTIENBESITZ VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT ZUM 31. DEZEMBER 2020

	Anzahl Aktien	Aktienwert bei Kauf (in Euro)	Aktienwert zum 31.12.2020 (in Euro) ²
VORSTAND¹			
Rainer Beaujean	131.102 ³	1.501.567,44	1.803.963,52
Wolfgang Link	0	—	—
Christine Scheffler	0	—	—
AUFSICHTSRAT			
Dr. Werner Brandt	47.800	775.769,93	657.728,00
Dr. Marion Helmes	9.205	190.892,78	126.660,80
Lawrence A. Aidem	4.155	107.529,97	57.172,80
Adam Cahan	6.257	109.044,97	86.096,32
Erik Huggers	3.707	100.012,01	51.008,32
Marjorie Kaplan	3.047	33.857,50	41.926,72
Dr. Antonella Mei-Pochtler	0	—	—
Ketan Mehta	15.000	240.983,00	206.400,00
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	13.064	209.961,22	179.760,64

¹ Bis zum Erreichen der vorgeschriebenen Höhe von 100% eines jährlichen fixen Brutto-Basis-Gehalts sind die Vorstandsmitglieder verpflichtet, 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. Rainer Beaujean hat seine Investitionsverpflichtung bereits freiwillig direkt bei Eintritt erfüllt. Für Wolfgang Link und Christine Scheffler erfolgt die erstmalige Anwendung mit der Auszahlung des Performance Bonus 2020 im Geschäftsjahr 2021.

² Aktienkurs zum 31.12.2020: 13,76 Euro

³ Davon 1.102 Stück vor Amtsantritt.

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

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 2020 sind sie von der Ernst & Young Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mit Nathalie Mielke als verantwortlicher Prüferin ordnungsgemäß geprüft und am 25. Februar 2021 mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden. Zudem hat Prof. Dr. Sven Hayn den Bestätigungsvermerk unterschrieben. Nathalie Mielke ist seit dem Geschäftsjahr 2019 als verantwortliche Prüferin von Ernst & Young für die Gesellschaft tätig. → [Bericht des Aufsichtsrats](#)

NACHHALTIGKEIT

BERICHTSSTANDARDS UND WESENTLICHE THEMEN

Das vorliegende Nachhaltigkeitskapitel fasst die wesentlichen ökologischen sowie gesellschaftlichen und sozialen Entwicklungen der ProSiebenSat.1 Group zusammen. In Kombination mit den weiteren Inhalten des Geschäftsberichts 2020 bietet dieses eine umfassende Darstellung der Unternehmensleistung der ProSiebenSat.1 Group auf Basis finanzieller und nichtfinanzieller Informationen. Das Nachhaltigkeitskapitel umfasst den in Übereinstimmung mit den Standards der Global Reporting Initiative (GRI): Option „Kern“ erstellten Nachhaltigkeitsbericht (NHB) der ProSiebenSat.1 Group. Der vollständige GRI-Inhaltsindex findet sich im Abschnitt „Informationen“ des Geschäftsberichts 2020. Darüber hinaus dient das Nachhaltigkeitskapitel als Fortschrittsbericht (Communication on Progress, COP), dessen jährliche Veröffentlichung für alle Unternehmen im UN Global Compact verpflichtend ist.

Das Nachhaltigkeitskapitel enthält den zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht (NFB) für die ProSiebenSat.1 Media SE und die ProSiebenSat.1 Group gemäß §289b Abs. 1 und 3 sowie §315b Abs. 1 und 3 HGB. Die Inhalte des NFB sind durch eine graue Linie am linken bzw. rechten Seitenrand des Textes gekennzeichnet. Wir orientieren uns bei der Erstellung des NFB an den GRI-Standards als internationales Rahmenwerk für die Nachhaltigkeitsberichterstattung. Im NFB für das Geschäftsjahr 2020 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. Der nichtfinanzielle Konzernbericht wurde mit dem nichtfinanziellen Bericht des Mutterunternehmens i. S. d. §315b Abs.1 Satz 2 HGB zusammengefasst. Sofern nicht anders vermerkt, betreffen die Angaben in diesem Bericht sowohl den Konzern als auch das Mutterunternehmen.

Gemäß §317 Abs.2 Satz 4 HGB wurde vom Abschlussprüfer geprüft, dass der NFB entsprechend der gesetzlichen Vorschriften vorgelegt wurde. Zusätzlich beauftragte der Aufsichtsrat die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft den NFB inhaltlich mit hinreichender Sicherheit zu prüfen. Eine Wiedergabe des Prüfungsvermerks vom 25. Februar 2021, in dem Art, Umfang und Ergebnisse dieser Prüfung dargestellt sind, findet sich im Geschäftsbericht 2020 im Abschnitt „Informationen“. 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 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, die sowohl die gesetzlichen Anforderungen als auch den Wesentlichkeitsbegriff nach GRI berücksichtigt hat, und diese seitdem jährlich validiert. Zuletzt haben wir die Definition der wesentlichen Themen im Dezember 2020 in Form einer Umfrage unter den Mitgliedern des Sustainability Committee der ProSiebenSat.1 Group überprüft. Dafür haben die Teilnehmer bisher als wesentlich eingestufte Nachhaltigkeitsthemen noch einmal hinsichtlich ihrer Materialität aus drei Perspektiven bewertet (Relevanz für Geschäftserfolg, Auswirkungen des Unternehmens und Bedeutung für Stakeholder). Im Vergleich zum NFB und NHB des Vorjahres gab es keine wesentlichen Änderungen bei den berichteten Themen.

Die berichteten Themen sind grundsätzlich das Ergebnis der regelmäßigen Validierung der Materialitätsanalyse, der Implementierung und Weiterentwicklung der ProSiebenSat.1-Nachhaltigkeitsstrategie sowie des kontinuierlichen Dialogs mit internen und externen Stakeholdergruppen. Dazu gehört insbesondere der Austausch mit den Mitarbeitern zu Nachhaltigkeitsthemen und mit ESG-Analysten im Rahmen von Kapitalmarkttratings sowie die Beantwortung von Presseanfragen und das Media Monitoring.

INHALTE DES ZUSAMMENGEFASSTEN NICHTFINANZIELLEN BERICHTS (NFB)

Aspekte und Angaben gemäß §289c HGB	Berichtete Themen	Berichterstattung im Nachhaltigkeitskapitel
Umweltbelange	nicht wesentlich i.S.d. §289c Abs. 3 HGB	k.A.
Arbeitnehmerbelange	Talent Acquisition, Mitarbeiterbindung und Personalentwicklung, Diversity Management	Mitarbeiter, Diversität
Sozialbelange	Gesellschaftliche Verantwortung, Produktverantwortung (Datenschutz und Medienregulierung)	Gesellschaft, Governance & Compliance
Achtung der Menschenrechte	Anti-Diskriminierung	Gesellschaft
Bekämpfung von Korruption und Bestechung	Anti-Korruption und Kartellrecht	Governance & Compliance

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 vorliegenden NFB.

Nach Definition der GRI gelten Themen als wesentlich, die die wichtigsten wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen der Organisation wiedergeben oder Beurteilungen und Entscheidungen der Stakeholder maßgeblich beeinflussen. Aufgrund dieses im Vergleich zum NFB

unterschiedlichen Wesentlichkeitsbegriffs umfasst der NHB zusätzliche Themen, darunter auch Umwelt und Klimaschutz, die sich ebenfalls in den Handlungsfeldern unserer Nachhaltigkeitsstrategie wiederfinden.

ZUSÄTZLICHE INHALTE DES NACHHALTIGKEITSBERICHTS (NHB)

Berichtete Themen	Berichterstattung im Nachhaltigkeitskapitel
Arbeits- und Gesundheitsschutz	Mitarbeiter
Barrierefreie Angebote	Diversität
Energie, Emissionen, Abfall	Umwelt

BERICHTSGRENZEN UND DATENERFASSUNG

Der organisatorische Berichtsrahmen für die im Nachhaltigkeitskapitel enthaltenen Angaben zu Konzepten und Kennzahlen für unsere Nachhaltigkeitsleistung umfasst grundsätzlich alle Konzernunternehmen und entspricht dem zum Ende des Geschäftsjahres 2020 gültigen 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 Inhalte sowie die Datenerfassung von Kennzahlen erläutern wir im Folgenden oder werden bei den Angaben zu den einzelnen Themen entsprechend kenntlich gemacht. Sofern nicht anders gekennzeichnet, beziehen sich die Aussagen und Kennzahlen im Abschnitt „Mitarbeiter“ sowie zum Diversity Management im Wesentlichen auf den HR-Managementansatz und die Mitarbeiter der Konzerngesellschaften vor allem am Hauptstandort Unterföhring, die neben der ProSiebenSat.1 Media SE (100 % der Mitarbeiter) insbesondere das größte Segment Seven.One Entertainment Group (75 % der Mitarbeiter) sowie das Segment Red Arrow Studios (32 % der Mitarbeiter) umfassen. Die Portfoliounternehmen der ProSiebenSat.1 Group verfolgen oftmals einen eigenständigen HR-Managementansatz. Die im Bericht genannten Betriebsvereinbarungen betreffen die Unternehmen des Gemeinschaftsbetriebs „Holding“ Unterföhring. Die Informationen zur gesellschaftlichen Verantwortung

der ProSiebenSat.1 Group beziehen sich vor allem auf die Geschäftstätigkeiten des Konzerns im Segment Seven.One Entertainment Group. Durch das Compliance-Management-System (CMS) deckt die ProSiebenSat.1 Group wesentliche für die nichtfinanzielle Berichterstattung relevante Rechtsgebiete (Anti-Korruption, Kartellrecht, Datenschutz und Medienregulierung) 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 in erster Linie auf die Unternehmen des Segments Seven.One Entertainment Group in Deutschland.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Der Konzern definiert nachhaltiges unternehmerisches Handeln als einen integrierten Ansatz, um sowohl seine ökonomische als auch ökologische und soziale Leistung zu steigern. Wir sind uns unserer unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und sehen sie als ganzheitliche Herausforderung. Erfolg bedeutet für ProSiebenSat.1, nicht nur die wirtschaftlichen Ergebnisse der ProSiebenSat.1 Group langfristig zu steigern. Es heißt für uns auch, die Nachhaltigkeitsstrategie des Konzerns weiterzuentwickeln und an neue Herausforderungen anzupassen, die nichtfinanziellen Kennzahlen zu verbessern sowie die teilweise konträren Interessen unserer Zielgruppen in Einklang zu bringen, insbesondere jene von Mitarbeitern, den Nutzern unserer Angebote und Plattformen, Aktionären und Investoren sowie Geschäftspartnern. Vorrangig verfolgt ProSiebenSat.1 den Dialog mit Stakeholdern, die die finanzielle und nichtfinanzielle Leistung des Unternehmens sowie die dafür gegebenen regulatorischen Rahmenbedingungen stark beeinflussen sowie von den Auswirkungen des Unternehmens signifikant betroffen sind.

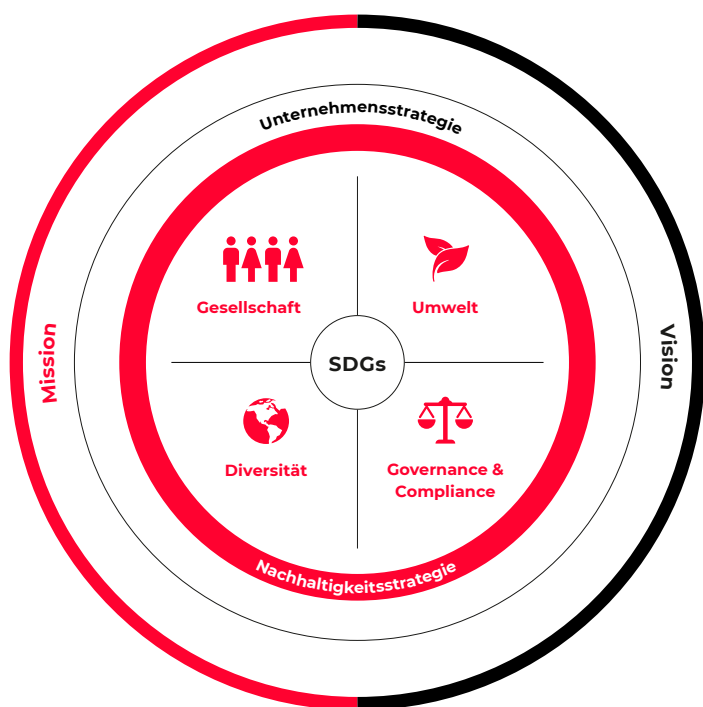
Im Jahr 2018 hat ProSiebenSat.1 eine konzernweit gültige Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt. Diese wurde 2019 vom Vorstand verabschiedet und wird seitdem sukzessive implementiert. Zielsetzung des Strategieprozesses war es, die Nachhaltigkeitsaspekte stärker mit der Unternehmensstrategie von ProSiebenSat.1 zu verknüpfen und die wirtschaftliche, ökologische und soziale Leistung des Konzerns ganzheitlich zu betrachten.

HANDLUNGSFELDER UND LEITSÄTZE

 <p>Gesellschaft</p> <p>Wir bilden Meinungen und fördern Demokratie.</p>	 <p>Diversität</p> <p>Wir treten für Gleichberechtigung und Chancengleichheit ein.</p>	 <p>Umwelt</p> <p>Wir setzen uns für ökologische Nachhaltigkeit und Klimaschutz ein.</p>	 <p>Governance & Compliance</p> <p>Wir stehen für Offenheit und Ehrlichkeit.</p>
---	---	--	---

Neben einer Bestandsaufnahme und einem Sektor-Benchmarking waren die Überprüfung der Materialitätsanalyse und eine Stakeholderbefragung Bestandteil der Strategieentwicklung. Nach der Definition von Prioritäten und der Auswahl von relevanten UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) folgte die Konzeption der Nachhaltigkeitsstrategie, die auch die Definition von ersten Nachhaltigkeitszielen, strategischen Maßnahmen und KPIs beinhaltet. 2020 standen insbesondere die Konkretisierung und Ausgestaltung der Nachhaltigkeitsziele im Fokus.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE



Basis unserer Nachhaltigkeitsstrategie sind die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Sie definieren globale Prioritäten und Ziele für nachhaltige Entwicklung bis 2030 und zielen darauf ab, globale Anstrengungen zu mobilisieren, um einen gemeinsamen Katalog von Zielen und Vorgaben zu erreichen. Zu dieser Transformation will auch die ProSiebenSat.1 Group beitragen. Folgende sechs Ziele haben wir im Zuge der Strategieentwicklung für unsere unternehmerischen Aktivitäten und ihren Beitrag zu den SDGs 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 haben wir unser Nachhaltigkeitsmanagement in vier Handlungsfelder überführt, in denen wir unsere Aktivitäten thematisch bündeln und jeweils individuelle Leitsätze setzen: Gesellschaft, Diversität, Umwelt sowie Governance & Compliance.

Seit Januar 2020 ist ProSiebenSat.1 zudem Unterzeichner des Global Compact der Vereinten Nationen (UN) und bekennt sich

damit ausdrücklich zu dessen zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umwelt und Klima sowie Korruptionsprävention. Die konkreten Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie und deren Umsetzung im Jahr 2020 beschreiben wir in den folgenden Abschnitten zu den jeweiligen berichteten Themen.

ORGANISATION UND MANAGEMENT

Die Verantwortung für nichtfinanzielle Aspekte, Indikatoren zur Nachhaltigkeitsleistung sowie ESG-Informationen (Environment, Social, Governance) der ProSiebenSat.1 Group liegt auf Vorstandsebene insbesondere bei Christine Scheffler, zu deren Vorstandsbereichen unter anderem Personal, Compliance und Nachhaltigkeit gehören. Im Zuge der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie hat der Konzern im Berichtsjahr weitere Maßnahmen ergriffen, um die Nachhaltigkeitsorganisation auszubauen und die Governance-Strukturen weiterzuentwickeln. Das Sustainability Committee (vormals: Sustainability Board) bildet das zentrale und interdisziplinäre Gremium zur Steuerung, Überwachung und Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie. Es besteht aus Führungskräften und Fachexperten aus relevanten Zentralfunktionen und operativen Konzernbereichen sowie einem Betriebsratsvertreter. Im vergangenen Jahr tagte das Sustainability Committee zwei Mal. Schwerpunktthemen der Sitzungen waren die Präsentation und Diskussion der Nachhaltigkeitsziele 2020, Updates zu verschiedenen Projekten wie dem Engagement von Seven.One Sports in der Formel E sowie die Vorstellung der Compliance-Ziele der ProSiebenSat.1 Group. Im Januar 2020 wurde zudem mit dem Corporate Sustainability Office ein eigenes Nachhaltigkeits-Ressort etabliert. Das Corporate Sustainability Office ist für die Koordinierung, Implementierung und Kommunikation der Nachhaltigkeitsaktivitäten sowie den Stakeholderdialog zuständig. Ein Fokus liegt dabei insbesondere auf der noch stärkeren Integration der Tochtergesellschaften außerhalb des Entertainment-Bereichs in das Nachhaltigkeitsmanagement der ProSiebenSat.1 Group.

MITARBEITER

Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl der ProSiebenSat.1 Group (umgerechnet auf vollzeitäquivalente Stellen) sank im Berichtsjahr um 2 Prozent auf 7.128 Mitarbeiter (Vorjahr: 7.265). 2020 waren durchschnittlich 368 Mitarbeiter (Vorjahr: 506) in der ProSiebenSat.1 Media SE beschäftigt; davon waren 127 Mitarbeiter (Vorjahr: 136) in der strategischen Holding tätig. Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl im Segment Seven.One Entertainment Group erhöhte sich aufgrund der Bündelung des Entertainment-Geschäfts des Konzerns und der damit einhergehenden Eingliederung einzelner Geschäftsfelder (+3% auf 3.256 Mitarbeiter). Durch den Zusammenschluss mit der The Meet Group stieg die Mitarbeiterzahl der neu geschaffenen ParshipMeet Group auf 436 Mitarbeiter (+62%). Die Anzahl der Beschäftigten der NuCom Group sank vor allem bei be Around und durch den Verkauf von WindStar Medical um 4 Prozent auf 1.779 Mitarbeiter. Die Mitarbeiterzahl der Red Arrow Studios entwickelte sich insbesondere aufgrund der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf das Produktionsgeschäft ebenfalls rückläufig (-13% auf 1.289 Mitarbeiter). In Deutschland, Österreich und der Schweiz hatte der Konzern im Berichtsjahr

durchschnittlich 5.981 vollzeitäquivalente Stellen (Vorjahr: 6.071). Dies entspricht wie im Vorjahr einem Anteil von 84 Prozent am Gesamtkonzern.

KONZERNMITARBEITER NACH SEGMENTEN

Durchschnittliche vollzeitäquivalente Mitarbeiter (FTE)

Segment	2020	2019
Seven.One Entertainment Group	3.256	3.152
ParshipMeet Group	436	270
NuCom Group	1.779	1.859
Red Arrow Studios	1.289	1.477

KONZERNMITARBEITER NACH REGIONEN

Durchschnittliche vollzeitäquivalente Mitarbeiter (FTE)

Region	2020	2019
Deutschland	5.535	5.612
Österreich/Schweiz	447	459
USA	890	968
UK	85	79
Sonstige	172	147

In einer Branche, die sich durch die fortschreitende Digitalisierung schneller und grundlegender als viele andere Industrien wandelt, tragen die Kreativität und Innovationsgeschwindigkeit unserer Mitarbeiter wesentlich zum Erfolg unseres Konzerns bei. Zu den Erfolgsfaktoren der Zukunft gehört dabei auch, die ProSiebenSat.1 Group zu einem digital erfolgreichen und diversifizierten Unternehmen zu transformieren. Teil dieser Transformation ist ein adäquates Personalmanagement: Es gehört zu unserem Selbstverständnis als Arbeitgeber, durch unsere Personalarbeit Rahmenbedingungen zu schaffen, die den Prozess des Wandels unterstützen und den individuellen Interessen unserer Mitarbeiter gerecht werden. Mit unserem Gesamtangebot, das neben einer am Marktstandard orientierten Vergütung auch betriebliche Zusatzleistungen sowie individuelle Entwicklungsmöglichkeiten umfasst, möchten wir Talente für uns gewinnen, halten und weiterentwickeln.

Arbeitnehmerbelange fallen operativ in die Verantwortlichkeit des Personalbereichs, der in Personalunion vom Vorstand und Chief Human Resources Officer geführt wird. Mit einem businessorientierten Portfolio aus Produkten, Leitlinien und Prozessen unterstützt der Personalbereich Vorstand, Führungskräfte und Mitarbeiter dabei, die ProSiebenSat.1 Group nachhaltig attraktiv und unternehmerisch erfolgreich zu machen. Neben der quartalsweisen Meldung von Personalrisiken im Rahmen des konzernweiten Risikomanagements spielt 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 Herausforderungen sensibilisiert. Expertenteams für alle Personalbelange von Talent & Management Development und Talent Acquisition über Compensation & Benefits bis zu Arbeitsrecht komplettieren unsere strategische Personalarbeit; auch das Diversity Management wird durch die HR-Organisation mitgestaltet.

Ausführliche Informationen zum Diversity Management von ProSiebenSat.1 finden sich im Abschnitt „Diversität“.

Im Jahr 2020 haben wir umfangreiche Maßnahmen ergriffen, um eine bestmögliche Vereinbarkeit von beruflichen, privaten und familiären Bedürfnissen während der COVID-19-Pandemie zu fördern: Neben der Flexibilisierung von Arbeitszeit und -ort haben wir im Berichtszeitraum in der Betriebsvereinbarung „Pandemie“, die bis zum 31. März 2021 verlängert wurde, weitere Erleichterungen für Mitarbeiter mit besonderen familiären Verpflichtungen beschlossen. Diese umfassen die Möglichkeit der kurzfristigen Arbeitszeitreduzierung ebenso wie die Umwandlung von Entgelt in zusätzlichen Urlaub. Darüber hinaus erhielten Beschäftigte mit Betreuungsverpflichtungen, die sowohl bereits ihren Jahresurlaub aufgebraucht als auch ihr Arbeitszeitkonto ausgeglichen hatten und denen keine andere Betreuungsmöglichkeit offenstand, bis zu fünf Tage Sonderurlaub.

Die in Deutschland und Österreich im Sommer 2020 durchgeführte Mitarbeiterbefragung „Speak Up for P7S1“ lieferte umfassende Einblicke in die Bedürfnisse der Belegschaft, insbesondere vor dem Hintergrund der Corona-Krise. Rund 2.500 Mitarbeiter und damit rund 60 Prozent der Teilnahmeberechtigten beteiligten sich am Unternehmensdialog und teilten in knapp 20.000 Kommentaren ihre Erfahrungen, die sie seit Beginn der COVID-19-Pandemie im Frühjahr in der virtuellen Arbeitswelt gesammelt hatten. Die Ergebnisse sollen in die Gestaltung einer hybriden Arbeitswelt in einer Zeit nach der Pandemie mit einfließen.

Talent Acquisition

Wir sind davon überzeugt, dass unsere Mitarbeiter mit ihrem Wissen wesentlich zum Unternehmenserfolg beitragen. Um die richtigen Talente für ProSiebenSat.1 zu gewinnen, setzen wir auf verschiedene Employer-Branding-Maßnahmen. Einen wesentlichen Erfolgsfaktor stellt die Verbreitung von relevanten und zielgruppenübergreifenden Inhalten an potenzielle Kandidaten dar, zum Beispiel durch den ProSiebenSat.1-Karriere-Blog. Gleichzeitig ist es essenziell, erfolgskritische Zielgruppen gezielt anzusprechen, wie etwa Talente im Tech-Bereich. Aus diesem Grund haben wir den P7S1 Tech-Blog entsprechend den Bedürfnissen unserer Zielgruppe angepasst, um Interessenten Einblicke in relevante Themen wie Künstliche Intelligenz (KI), Addressable TV oder Entertainment Thinking sowie die bei ProSiebenSat.1 verantwortlichen Teams zu geben. Die Veranstaltung virtueller Tech-Meetups bietet uns eine weitere Plattform, um mit Tech-Talenten in Kontakt zu treten.

Generell stellen Frauen für ProSiebenSat.1 eine wichtige Zielgruppe dar, die wir deshalb in besonderer Form ansprechen wollen. Durch den regelmäßigen Austausch mit Initiativen wie „PANDA – The Women Leadership Network“ und eigenen, auf weibliche Zielgruppen spezialisierten Employer-Branding-Events wollen wir uns als attraktiver Arbeitgeber für Frauen positionieren. Unsere Karriereseite ([→ karriere.prosiebensat1.com](https://karriere.prosiebensat1.com)) fungiert dabei als zentrale Plattform für alle Interessenten sowie Bewerber und verbindet Karriereinformationen mit konkreten Jobmöglichkeiten. Zur Ansprache neuer Kandidaten nutzten wir neben Sourcing-Kanälen wie Social Media, Direktansprache sowie Hochschulkooperationen auch ein Mitarbeiter-Empfehlungsprogramm.

Insgesamt verzeichnete das Group Recruiting für 2020 einen Anstieg der Bewerbungen auf rund 34.400 Bewerbungen (Vorjahr: rund 31.300); in der ProSiebenSat.1 Media SE belief sich die Anzahl der Bewerbungen auf rund 4.300 (Vorjahr: rund 4.500). Ein wichtiges Instrument unserer Personalmarketingstrategie im Employer Branding und Recruiting sind externe Arbeitgeberankings wie Universum oder Trendence. Zielgruppen dieser Ranglisten sind unter anderem Schüler, Studenten und Absolventen in den Bereichen Geistes- und Wirtschaftswissenschaften sowie IT. Bei Universum belegte ProSiebenSat.1 zum Beispiel im Young Professionals Ranking IT den Rang 37 (Vorjahr: 41). Im Trendence Studentenranking kam das Unternehmen im abgelaufenen Jahr in der Kategorie Medien/Werbung auf den ersten Platz nach Rang 2 im Vorjahr.

Mit unseren Ausbildungskonzepten wollen wir junge Talente für die ProSiebenSat.1 Group gewinnen. Durch Volontariate, Traineeprogramme, IHK-Ausbildungen, Praktika und Werkstudententätigkeiten bieten wir jungen Menschen vielfältige Einstiegsmöglichkeiten in unser Unternehmen. 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 Rahmen der Charta für Ausbildungsprogramme haben wir im Jahr 2020 zudem spezifische Kriterien für jedes unserer Ausbildungsprogramme festgelegt. Die definierten Anforderungen an die Auszubildenden, die Ausbilder und Lehrkräfte sollen eine qualitativ hohe und zeitgemäße Ausbildung unserer Nachwuchskräfte sicherstellen.

Mit dem im Berichtsjahr implementierten Kompetenzmodell setzen wir zukünftig noch stärker auf kompetenzbasiertes Recruiting. Die „P7S1 Kompetenzen“ in den Kategorien „Reflect“, „Cooperate“, „Create“, „Deliver“, „Know How“ sowie „Lead & Empower“ bieten einen Überblick über all jene Fähigkeiten, die wichtig sind, um unsere strategischen Unternehmensziele zu erreichen.

Mitarbeiterbindung und Personalentwicklung

Insbesondere im Zuge eines Transformationsprozesses ist es aus unserer Sicht entscheidend, qualifizierte und engagierte Mitarbeiter zu motivieren und an das Unternehmen zu binden. Wir sind davon überzeugt, dass die kontinuierliche Fort- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter entscheidend für deren berufliche und persönliche Entwicklung sowie eine ausgeprägte Leistungskultur im Konzern ist. Um unsere Mitarbeiter bei den heutigen beruflichen Aufgaben zu unterstützen und auf zukünftige Herausforderungen zum Beispiel durch die Digitalisierung vorzubereiten, investierte die ProSiebenSat.1 Group im Berichtsjahr insgesamt 2,4 Mio Euro (Vorjahr: 4,5 Mio Euro) in Aus- und Weiterbildungsprogramme; der Rückgang ist in erster Linie auf die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie zurückzuführen. Ein Teil der Investitionen entfiel auf die Angebote der P7S1 Academy, die den Konzerngesellschaften und deren Mitarbeitern diverse Trainings zur fachlichen und persönlichen Weiterbildung anbietet.

Aufgrund der Kontaktbeschränkungen während der COVID-19-Pandemie konnte im Berichtsjahr der Großteil der Präsenzschulungen nicht wie ursprünglich geplant stattfinden. Die

P7S1 Academy hat daher verstärkt in die Digitalisierung ihrer Schulungsangebote investiert und wir planen dies 2021 weiterzuführen und weiter auszubauen. Ergänzend hierzu können unsere Beschäftigten auf zahlreiche digitale Weiterbildungsangebote auf der Plattform LinkedIn Learning zugreifen. Zudem haben wir das unternehmensinterne Wissensmanagement mit eigenproduzierten Lerninhalten zu unternehmensspezifischen Themen gestärkt und dazu eine Initiative in der P7S1 Academy gestartet. Überdies bieten wir Mitarbeitern die Möglichkeit, sich durch Angebote wie Job Rotation, Job Shadowing oder Mentoring weiterzubilden.

Die Kompetenzen unserer Führungskräfte sind für unseren Erfolg von großer Bedeutung. Durch unsere Programme zur Führungskräfteentwicklung wollen wir ihre Performance und Entwicklung auf allen Managementebenen stärken. Dazu gehören Pflichttrainings für neue Führungskräfte und Geschäftsführerseminare. Die virtuelle Arbeitswelt stellt insbesondere auch unsere Führungskräfte vor neue Herausforderungen. Um den gegenseitigen Austausch zu intensivieren und das Teilen von Best Practices zu erleichtern, haben wir deshalb im Berichtsjahr eine Leadership Community ins Leben gerufen. Zudem verfügen wir über ein internes Netzwerk für weibliche Führungskräfte („LeadingWomen@P7S1“).

Des Weiteren wollen wir durch unsere Initiativen zur Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu einem attraktiven Arbeitsumfeld beitragen. Dazu zählt auch die Möglichkeit zur Teilzeitarbeit. Die entsprechende Quote im Konzern (ohne internationale Beteiligungen im Segment Red Arrow Studios mit Ausnahme von Studio71) lag im Jahr 2020 bei 18,7 Prozent (Vorjahr: 18,8%). In Deutschland betrug sie 18,4 Prozent nach 18,5 Prozent im Vorjahr, für die ProSiebenSat.1 Media SE stieg sie auf 20,3 Prozent (Vorjahr: 18,4%). Gleichzeitig bieten wir unserer Belegschaft zahlreiche Sozialleistungen, Sportprogramme sowie eine gesunde Verpflegung in den Campus-Kantinen. Eine Work-Life-Trainingsreihe, familienorientierte Dienstleistungen sowie unsere betriebseigene Kindertagesstätte ergänzen das Angebot, das jedoch infolge der COVID-19-Pandemie im Berichtsjahr nur eingeschränkt genutzt werden konnte.

Die Fluktuationsrate im Konzern (ohne internationale Beteiligungen im Segment Red Arrow Studios mit Ausnahme von Studio71) ging im Berichtsjahr auf 13,6 Prozent (Vorjahr: 15,6%) zurück. In Deutschland betrug sie 13,2 Prozent nach 14,9 Prozent im Vorjahr, für die ProSiebenSat.1 Media SE lag sie bei 18,6 Prozent (Vorjahr: 17,7%). 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 dabei nicht berücksichtigt.

GRI 401-1

ÜBERSICHT MITARBEITERKENNZAHLEN

MITARBEITER NACH BESCHÄFTIGUNGSVERHÄLTNISS, GESCHLECHT UND REGION Mitarbeiter nach Köpfen (Headcount), zum 31.12.2020 GRI 102-8

	befristet		unbefristet	
	2020	2019	2020	2019
Geschlecht				
Frauen	624	703	2.839	2.716
Männer	403	566	3.292	2.965
	1.027	1.269	6.131	5.681
Region				
Deutschland	1.008	1.245	5.065	4.803
Österreich/Schweiz	15	24	531	505
USA	3	0	360	219
UK	0	0	43	33
Sonstige	1	0	133	121
	1.027	1.269	6.132	5.681

Ohne internationale Beteiligungen im Segment Red Arrow Studios (mit Ausnahme von Studio71).

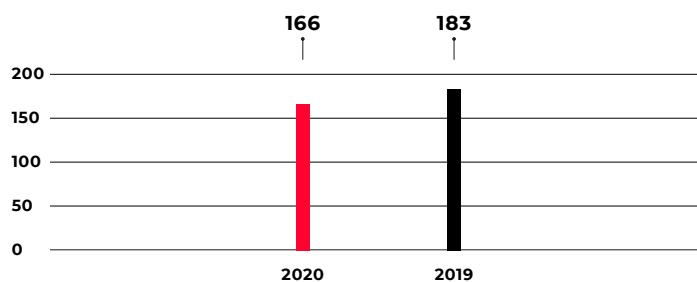
NEUEINSTELLUNGEN NACH ALTER, GESCHLECHT UND REGION Mitarbeiter nach Köpfen (Headcount) GRI 401-1

	Eintritte		Eintrittsrates ¹	
	2020	2019	2020	2019
Alter				
<30 Jahre	715	907	43,6%	53,9%
30–50 Jahre	869	1.151	18,1%	25,0%
>50 Jahre	66	71	9,3%	10,8%
	1.650	2.129	23,0%	30,6%
Geschlecht				
Frauen	835	1.105	24,1%	32,3%
Männer	815	1.024	22,1%	29,0%
	1.650	2.129	23,0%	30,6%
Region				
Deutschland	1.493	1.853	24,6%	30,6%
Österreich/Schweiz	71	84	13,0%	15,9%
USA	33	145	9,1%	66,2%
UK	24	16	55,8%	48,5%
Sonstige	29	31	21,6%	25,6%
	1.650	2.129	23,0%	30,6%

¹ Anteil der Eintritte an Mitarbeitern nach Köpfen.

Ohne internationale Beteiligungen im Segment Red Arrow Studios (mit Ausnahme von Studio71).

ANZAHL YOUNG TALENTS



Volontariate, Traineeprogramme, IHK-Ausbildungen und Duale Hochschulstudiengänge. Konzerngesellschaften vor allem am Hauptstandort Unterföhring.

TRAININGS P7SI ACADEMY

	2020	2019
Trainings	223	492
davon Führungskräfte Trainings	15	58
Teilnahmen	2.871	5.849
davon Führungskräfte Trainings	96	371

Ohne internationale Beteiligungen im Segment Red Arrow Studios (mit Ausnahme von Studio71).

WEITERBILDUNGSSTUNDEN DER MITARBEITER

Mitarbeiter nach Köpfen (Headcount), durchschnittliche Stundenanzahl GRI 404-1

	2020	2019
Geschlecht		
Frauen	4,5	8,6
Männer	2,9	6,4
	3,7	7,5
Management		
Top Management	0,0	0,1
Senior Management	2,2	2,6
Middle Management	3,5	6,2
Team Lead	4,2	9,9
kein Management Level	3,7	7,3
	3,7	7,5
Bereich		
Herstellung	3,1	4,7
Verwaltung	3,7	10,2
Vertrieb	5,4	11,9
	3,7	7,5

Konzerngesellschaften vor allem am Hauptstandort Unterföhring.

MITARBEITER IN VOLL- UND TEILZEIT NACH**GESCHLECHT** Mitarbeiter nach Köpfen (Headcount) zum 31.12.2020

GRI 102-8

	2020			2019		
	Teilzeit	Vollzeit	Gesamt	Teilzeit	Vollzeit	Gesamt
Frauen	924	2.600	3.524	868	2.551	3.419
Männer	426	3.209	3.635	407	3.124	3.531
	1.350	5.809	7.159	1.275	5.675	6.950

Ohne internationale Beteiligungen im Segment Red Arrow Studios (mit Ausnahme von Studio71).

FLUKTUATION NACH ALTER, GESCHLECHT UND REGION

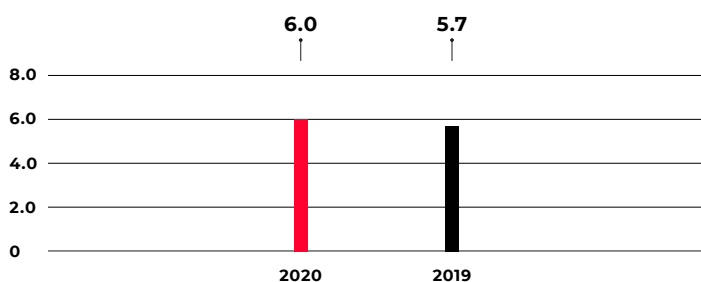
Mitarbeiter nach Köpfen (Headcount) in Prozent GRI 401-1

	Fluktuationsrate	
	2020	2019
Alter		
<30 Jahre	17,6	18,5
30–50 Jahre	13,0	14,7
>50 Jahre	8,8	14,0
	13,6	15,6
Geschlecht		
Frauen	13,0	15,2
Männer	14,2	15,9
	13,6	15,6
Region		
Deutschland	13,2	14,9
Österreich/Schweiz	9,0	14,0
USA	26,7	38,4
UK	32,6	18,2
Sonstige	11,9	11,6
	13,6	15,6

Ohne internationale Beteiligungen im Segment Red Arrow Studios (mit Ausnahme von Studio71).

DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT

In Jahren



Ohne internationale Beteiligungen im Segment Red Arrow Studios (mit Ausnahme von Studio71).

Arbeits- und Gesundheitsschutz

Die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter haben für ProSiebenSat.1 hohe Priorität. Im Februar wurde mit der „COVID-19 Taskforce“ ein eigener Krisenstab gebildet, der zusammen mit der Konzernsicherheit, dem Arbeitsschutz und dem Betriebsrat an der Umsetzung der SARS-CoV-2-Arbeitsschutzstandards arbeitet. Vor dem Hintergrund der COVID-19-Krise arbeitet ein Großteil der Mitarbeiter am Standort Unterföhring seit Mitte März mobil von zuhause. Neben den zwingend für die Aufrechterhaltung des Sendebetriebs notwendigen Mitarbeiter waren seit Anfang September teilweise Mitarbeiter, die seit März ausschließlich out-of-office gearbeitet haben, wieder regelmäßig in Unterföhring. Mit steigenden Infektionszahlen hat der Konzern seine Out-of-Office-Regelung im Oktober erneut verstärkt. Zum Zeitpunkt der Fertigstellung des vorliegenden Berichts arbeitet die Mehrzahl der Mitarbeiter mobil von zuhause. Wir haben die Arbeitsprozesse soweit wie möglich flexibilisiert und bei Bedarf auch individuelle Lösungen für Mitarbeiter gesucht. Darüber hinaus wurde eine Betriebsvereinbarung zum Schutz der Mitarbeiter und zur Aufrechterhaltung der Betriebsabläufe während der Pandemie geschlossen.

Die Mehrheit der Mitarbeiter des Konzerns arbeitet nicht in einem klassischen Produktionsumfeld. Daher sind sie nur in geringem Maße Gefährdungsrisiken im Zusammenhang mit ihrer Beschäftigung ausgesetzt. Wir sind uns jedoch anderer potenzieller Gesundheitsrisiken bewusst, die beispielsweise durch arbeitsbedingten Stress oder mangelnde Bewegung entstehen können. Daher bündeln wir in unserem Work-Life-Programm viele Serviceangebote zum betrieblichen Gesundheitsmanagement. Ebenso bieten wir flexible Arbeitszeiten, Out-of-Office-Work und die Möglichkeit an, ein Sabbatical zu nehmen. Durch das Betriebliche Eingliederungsmanagement (BEM) sorgen wir zudem dafür, dass erkrankte Mitarbeiter ihre Arbeitsunfähigkeit überwinden, eine erneute Arbeitsunfähigkeit vermeiden und der Arbeitsplatz erhalten bleibt. GRI 403-3

GESELLSCHAFT

Gesellschaftliche Verantwortung

Mit unseren TV- und Digital-Angeboten können wir über alle Plattformen jeden Tag Millionen von Zuschauern und Nutzern erreichen. Die ProSiebenSat.1 Group erreichte mit ihren TV-Sendern im Kernmarkt Deutschland 2020 monatlich über 60 Mio Menschen und einen gemeinsamen Zuschauermarktanteil von 27,2 Prozent (Vorjahr: 28,2%) bei den 14- bis 49-Jährigen. Ende 2020 hatten die vom ProSiebenSat.1-Vermarkter Seven.One Media betreuten digitalen Angebote zudem eine monatliche Reichweite von rund 33 Mio Unique Usern (Vorjahr: 36 Mio) im deutschen Markt. 2020 erzielte Studio71, das globale Digital-Studio der ProSiebenSat.1 Group, mit seinen Web-Channels außerdem 10,9 Mrd Video Views im Monat (Vorjahr: 9,9 Mrd). Für eine ausführliche Beschreibung der Entwicklung relevanter Marktumfelder der ProSiebenSat.1 Group mit entsprechenden Reichweitenkennzahlen und Quellenangaben verweisen wir auf das Kapitel „Rahmenbedingungen des Konzerns“ im Konzernlagebericht.

Als Medienunternehmen sind wir uns der erhöhten Aufmerksamkeit bewusst und verfolgen das Ziel, die Reichweite verantwortungsvoll zu nutzen. Aus dieser Haltung heraus will ProSiebenSat.1 neben Unterhaltungssendungen in seinem Programm mit eigenen Formaten, Themenfilmen und Kampagnen auch gesellschaftlich relevante Aspekte in das Bewusstsein der Öffentlichkeit rücken. Hierbei ist der Begriff Public Value von zentraler Bedeutung. Allgemein versteht man darunter den Wertbeitrag und Nutzen, den eine Organisation für eine Gesellschaft erbringt. Bereits in den Programmgrundsätzen des Medienstaatsvertrags (MStV) ist für den privaten Rundfunk festgeschrieben, dass dieser inhaltlich die Vielfalt der Meinungen zum Ausdruck bringen und wichtige politische, weltanschauliche und gesellschaftliche Akteure in angemessener Art und Weise zu Wort kommen lassen soll. Auch vor diesem Hintergrund haben wir Meinungsbildung und Demokratieförderung in die Leitsätze unseres Nachhaltigkeitsengagements im Handlungsfeld der gesellschaftlichen Verantwortung integriert. Als Medienunternehmen wollen wir unsere Nachhaltigkeitsziele programmlich über unsere TV-Sender und im Influencer Marketing des Digital-Studios Studio71 noch besser verknüpfen. Damit wollen wir verstärkt medial und inhaltlich gesellschaftspolitisch relevante Themen setzen und bei der jungen Zielgruppe adressieren. Insbesondere das Corporate Sustainability Office setzt sich innerhalb des Konzerns durch die Kommunikation der Nachhaltigkeitsstrategie und den regelmäßigen Austausch mit den Sender- und Programmverantwortlichen für den Ausbau ein.

Mit der Dokumentation „Rechts.Deutsch.Radikal.“ gewährte zum Beispiel Thilo Mischke im September 2020 nach einer 18-monatigen Recherche einen Blick hinter die Fassade der rechten und rechtsextremen Szene in Deutschland. Die investigative Dokumentation erreichte in der Prime Time und ohne Werbeunterbrechung 15,0 Prozent Marktanteil in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen sowie Platz 1 in den deutschen Twitter-Trends während der Sendezeit. Gleichzeitig war das „ProSieben Spezial“ Ausgangspunkt einer bundesweiten Debatte über Rechtsextremismus. Exemplarisch für gesellschaftspolitisch relevante Inhalte auf den Sendern der

ProSiebenSat.1 Group steht auch das 15-minütige-Format „Joko und Klaas LIVE – A Short Story of Moria“ über die Situation der Geflüchteten auf Lesbos mit rund 1,43 Mio Zuschauern in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen. Im Dezember 2020 hat der Konzern zudem angekündigt, die Nachrichten für ProSieben, SAT.1 und Kabel Eins mit Beginn des Jahres 2023 über alle Plattformen wieder selbst zu produzieren. Dafür wird eine rund 60-köpfige, zentrale Nachrichtenredaktion aufgebaut.

Für weitergehende Erläuterungen zu journalistischen Sorgfaltspflichten sowie der Unabhängigkeit der redaktionellen Arbeit verweisen wir auf den Abschnitt „Governance & Compliance“.

Seit 2011 stellt der Konzern seine Aktivitäten im Bereich der gesellschaftlichen Verantwortung in einen größeren gesellschaftlichen Kontext und hat durch die Gründung eines Beirats die 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 zu wichtigen Themen wie Bildung und Kultur. Im Jahr 2020 traf sich der Beirat zu vier Sitzungen, wobei die Leiterin des Corporate Sustainability Office in zwei Sitzungen über die Nachhaltigkeitsstrategie der ProSiebenSat.1 Group berichtete.

Ausführliche Informationen zu den Programm-Highlights mit gesellschaftspolitischer Relevanz sowie weitere Beispiele, wie die ProSiebenSat.1 Group ihre gesellschaftliche Verantwortung wahrnimmt, finden sich im Geschäftsbericht 2020 im Kapitel „Verantwortung übernehmen“.

Anti-Diskriminierung

Diskriminierung bezeichnet die Benachteiligung von Personen oder Personengruppen aufgrund bestimmter Eigenschaften. Das Verbot der Diskriminierung ist als Menschenrecht definiert und bildet die Grundlage für ein respektvolles Miteinander. Wir sind der Überzeugung, dass insbesondere in Unternehmen die Gewährleistung einer Gleichbehandlung aller Mitarbeiter von wesentlicher Bedeutung ist. Die ProSiebenSat.1 Group toleriert daher keine Diskriminierung aufgrund von Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, Religion und Weltanschauung sowie sexueller Orientierung und Identität. Wir schulen die Belegschaft deutschlandweit mit einem verpflichtenden Training zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG). Mit unserem Verhaltenskodex positionieren wir uns unter anderem auch klar gegen jegliche Art von sexueller Gewalt oder Machtmissbrauch.

Alle Mitarbeiter sind angehalten, Diskriminierungen oder Verstöße gegen andere im Verhaltenskodex festgehaltene Grundsätze zu melden. Ein zentrales Instrument ist das Hinweisgeber-system, das in der Kommunikation im ProSiebenSat.1-Intranet neben anderen Regel- und Gesetzesverstößen ausdrücklich einen Fokus auf Diskriminierung legt. Neben internen Meldekanälen besteht zusätzlich die Möglichkeit, Hinweise auf Verstöße anonym über eine externe Ombudsstelle abzugeben. Sie nimmt Hinweise telefonisch oder per E-Mail entgegen, prüft diese auf ihre Plausibilität und leitet sie anschließend an den

Bereich Group Compliance weiter. Bei Meldungen schwerwiegender Verdachtsfälle, die sich nach interner Bewertung als begründet herausstellen, informiert der Chief Compliance Officer unverzüglich die Unternehmensleitung. Darüber hinaus beteiligen wir 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. 2020 gab es einen Vorfall (Vorjahr: vier) aufgrund von Verstößen im Zusammenhang mit Diskriminierungen, der im Berichtsjahr abgeschlossen wurde. **GRI 406-1**

DIVERSITÄT

Diversity Management

Diversität bedeutet für uns die Anerkennung und Wertschätzung von Unterschiedlichkeit und Individualität. Unser Ziel ist es, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen ist und allen Mitarbeitern dieselbe hohe Wertschätzung entgegenbringt – unabhängig von Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft und Nationalität, Geschlecht und geschlechtlicher Identität, Religion und Weltanschauung sowie sexueller Orientierung und Identität. Nur wenn alle Mitarbeiter ihre Talente frei entfalten können und motiviert sind, ihr Potenzial einzubringen, entstehen vielfältige Ideen und damit nachhaltiger Erfolg. Vor diesem Hintergrund hat die ProSiebenSat.1 Group 2014 die Charta der Vielfalt unterzeichnet und folgt den darin vorgegebenen Leitlinien. Auch unsere internen Richtlinien geben vor, dass Mitarbeiter auf allen Hierarchieebenen ausschließlich nach objektiven Kriterien eingestellt und allein aufgrund ihrer Kompetenzen gefördert werden sollen. Wir verfolgen das Ziel, die Vielfalt unserer Belegschaft zu fördern und uns entsprechend des Leitsatzes für das Handlungsfeld Diversität für Gleichberechtigung und Chancengleichheit einzusetzen. Insbesondere der Personalbereich und das Corporate Sustainability Office sind für die Weiterentwicklung des Diversity Management, die gezieltere Ausrichtung sowie die operative Umsetzung von damit verbundenen Maßnahmen verantwortlich. Dazu zählt auch die Verbesserung des Inklusionskonzepts, zum Beispiel durch den geplanten Abschluss einer Inklusionsvereinbarung zwischen der Konzernleitung, dem Betriebsrat und der Schwerbehindertenvertretung.

Zur Diversität trägt insbesondere ein möglichst ausgewogenes Verhältnis von Frauen und Männern in der Belegschaft und in Führungspositionen bei. 2020 waren 49,2 Prozent (Vorjahr: 49,4%) der Mitarbeiter im Konzern weiblich. In den Führungspositionen war im Berichtszeitraum eine Erhöhung der Frauenquote von 34,8 Prozent auf 35,4 Prozent zu verzeichnen. Bei der Besetzung von Führungsfunktionen in der Gruppe sollen bei Frauen und Männern gleichermaßen Fachwissen und persönliche Eignung ausschlaggebend sein. Darüber hinaus haben wir „Geschlechtergleichheit“ als ein für uns besonders relevantes UN-Ziel für nachhaltige Entwicklung (SDG) in die Nachhaltigkeitsstrategie der ProSiebenSat.1 Group integriert. Die Kommunikation dieses Ziels nach innen und nach außen setzt sowohl ein klares Signal an potenzielle Führungskräfte als auch an die Entscheider auf allen Führungsebenen beim Auswahlprozess. **GRI 405-1**

ANTEIL DER FRAUEN UND MÄNNER

Mitarbeiter nach Köpfen (Headcount) im Jahresdurchschnitt, in Prozent

	Mitarbeiter		Führungskräfte	
	2020	2019	2020	2019
Konzern				
Frauen	49,2	49,4	35,4	34,8
Männer	50,8	50,6	64,6	65,2
	100,0	100,0	100,0	100,0
Deutschland				
Frauen	49,4	49,6	34,7	33,9
Männer	50,6	50,4	65,3	66,1
	100,0	100,0	100,0	100,0
ProSiebenSat.1 Media SE				
Frauen	60,6	62,5	34,2	39,0
Männer	39,4	37,5	65,8	61,0
	100,0	100,0	100,0	100,0

Ohne internationale Beteiligungen im Segment Red Arrow Studios (mit Ausnahme von Studio71).

Ein aufgeschlossenes Betriebsklima in Bezug auf die sexuelle Orientierung und geschlechtliche Identität ist für uns ein entscheidendes Kriterium, um als moderner Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Deshalb unterstützen wir ausdrücklich Initiativen, die darauf ausgerichtet sind, Vielfalt und Inklusion zu fördern. Das im Jahr 2020 von Mitarbeitern gegründete LGBTIQ-Netzwerk PROUD@ProSiebenSat.1 hat sich zum Ziel gesetzt, die Diversität im Konzern weiter sichtbar zu machen. Neben wöchentlichen Projektterminen und einer internen Event-Reihe hat das Netzwerk die Interviewreihe „Queer im Job“ ins Leben gerufen, die intern sowie extern auf dem ProSiebenSat.1 Karriereblog veröffentlicht wird.

Seit 2019 gibt es zudem den Schultag „Diversity Day“ im Rahmen der Ausbildung der Volontäre, um unsere Nachwuchskräfte in den Redaktionen für Diversität in ihren verschiedenen Dimensionen zu sensibilisieren. Dazu gehört die Vielfalt unter den Mitarbeitern, aber auch im TV-Programm. Im Berichtsjahr absolvierten unsere Volontäre daher im Rahmen ihres theoretischen Schulungsblocks ein Training der MaLisa-Stiftung zu audiovisueller Diversität. ProSiebenSat.1 unterstützte in diesem Zusammenhang im Jahr 2020 die Folgestudie der MaLisa-Stiftung und der Universität Rostock zur Geschlechterdarstellung in Film und Fernsehen in Deutschland. Die Ergebnisse werden 2021 veröffentlicht.

Die ProSiebenSat.1 Group nutzt außerdem ihre Reichweite und will mithilfe ihrer TV-Sender und digitalen Angebote ein Zeichen für Vielfalt setzen. Mit der Aktion #ranGEGENrassismus rief ran 2020 alle Football-, Fußball-, Motorsport- und Sportfans auf, sich für ein respektvolles Miteinander und gegen Diskriminierung jeglicher Art auszusprechen. Auch ProSieben setzte im Berichtsjahr ein Zeichen für Toleranz sowie eine diverse Gesellschaft und unterstützte in Kooperation mit Instagram den Christopher Street Day, der aufgrund der COVID-19-Pandemie erstmals nur virtuell stattfinden konnte.

ÜBERSICHT DIVERSITÄTSKENNZAHLEN

DIVERSITÄT UNTER ANGESTELLTEN

Zum 31.12.2020 (Headcount), in Prozent GRI 405-1

		2020	2019
Top Management ¹	Frauen	0	29
	Männer	100	71
Senior Management	Frauen	17	17
	Männer	83	83
Middle Management	Frauen	26	27
	Männer	74	73
Team Lead	Frauen	36	36
	Männer	64	64
kein Management Level	Frauen	54	54
	Männer	46	46
Top Management	<30 Jahre	0	0
	30–50 Jahre	50	57
	>50 Jahre	50	43
Senior Management	<30 Jahre	0	0
	30–50 Jahre	52	61
	>50 Jahre	48	39
Middle Management	<30 Jahre	1	0
	30–50 Jahre	66	72
	>50 Jahre	33	28
Team Lead	<30 Jahre	2	3
	30–50 Jahre	83	83
	>50 Jahre	15	14
kein Management Level	<30 Jahre	21	22
	30–50 Jahre	66	66
	>50 Jahre	13	12
Herstellung	Frauen	44	44
	Männer	56	56
Verwaltung	Frauen	57	59
	Männer	43	41
Vertrieb	Frauen	55	54
	Männer	45	46
Herstellung	<30 Jahre	18	19
	30–50 Jahre	65	66
	>50 Jahre	17	15
Verwaltung	<30 Jahre	16	17
	30–50 Jahre	71	72
	>50 Jahre	13	11
Vertrieb	<30 Jahre	17	17
	30–50 Jahre	71	71
	>50 Jahre	12	12

¹ Alle 2019 im Top Management enthaltenen weiblichen Führungskräfte sind 2020 in Organstellung gewechselt.
Konzerngesellschaften vor allem am Hauptstandort Unterföhring.

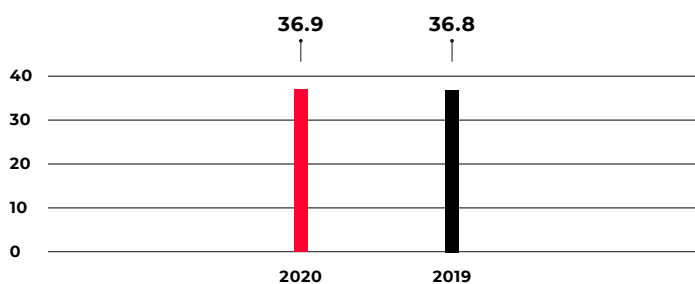
DIVERSITÄT IN ORGANEN DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Zum 31.12.2020 (Headcount), in Prozent GRI 405-1

	Vorstand		Aufsichtsrat	
	2020	2019	2020	2019
Geschlecht				
Frauen	33	0	33	33
Männer	67	100	67	67
	100	100	100	100
Alter				
<30 Jahre	0	0	0	0
30–50 Jahre	0	33	33	33
>50 Jahre	100	67	67	67
	100	100	100	100

DURCHSCHNITTSALTER DER MITARBEITER

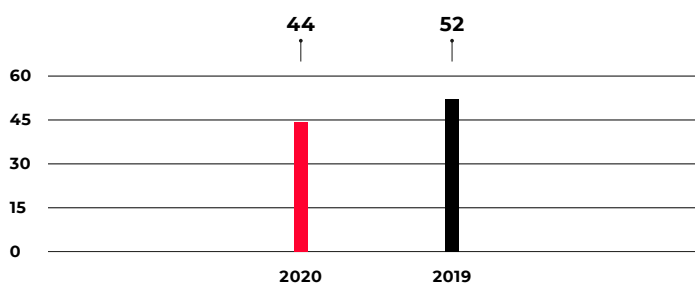
Zum 31.12.2020, in Jahren



Ohne internationale Beteiligungen im Segment Red Arrow Studios (mit Ausnahme von Studio71).

ANZAHL NATIONALITÄTEN DER MITARBEITER

Zum 31.12.2020



Konzerngesellschaften vor allem am Hauptstandort Unterföhring.

Barrierefreie Angebote

Die ProSiebenSat.1 Group setzt sich für einen barrierefreien Zugang zu ihren Angeboten ein. Daher bieten wir unter anderem auf unseren Sendern untertitelte Programmflächen sowie Audiodeskriptionen für gehörlose und schwerhörige Menschen an, um die Informationsverbreitung zu verbessern. ProSieben startete bereits im Jahr 2000 das erste regelmäßige Untertitelangebot für Gehörlose im Privatfernsehen. In fast allen Free-TV-Sendern der Gruppe werden barrierefreie Inhalte ausgestrahlt, wobei ein kontinuierlicher Ausbau zu verzeichnen ist. So wurden 2020 beispielsweise auch der Superbowl sowie Dokumentationen wie „Rechts.Deutsch.Radikal.“ oder „Diagnose Trump“, aber auch Unterhaltungsformate wie „The Fame Maker“ oder „Pretty in Plüsch“ mit Untertiteln ausgestrahlt. Zudem wurde 2020 das Angebot an Live-Audiodeskription erweitert. Wir streben auch für die Zukunft eine Erweiterung der barrierefreien Angebote an.

Überdies wird auch durch den neuen Medienstaatsvertrag von Veranstaltern bundesweit verbreiteter Rundfunkprogramme der Ausbau barrierefreier Angebote im Rahmen der technischen und finanziellen Möglichkeiten gefordert. Einzelne Bundesländer und die Bundesregierung haben Aktionspläne zur Umsetzung der UN-Behindertenrechtskonvention veröffentlicht, die unter anderem eine stärkere Einbeziehung barrierefreier Formate im Fernsehen zum Ziel haben. Die Landesmedienanstalten überwachen diesen Ausbau regelmäßig. Aktuell sind auf fünf deutschen ProSiebenSat.1-Sendern Untertitel im Programm: SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx und ProSieben MAXX. Auch im aktuellen Erhebungszeitraum, der dem Monitoring der Landesmedienanstalten zu Grunde liegt, konnte die Anzahl der untertitelten Sendungen sowie die Sendezeit erneut deutlich gesteigert werden. Die Anzahl untertitelter Sendungen innerhalb der Sendergruppe erhöhte sich um 29 Prozent (September bis Dezember 2020: 4.452 Sendungen; Vorjahr: 3.458). Die entsprechende Sendezeit stieg um 33 Prozent.

UMWELT

Auch wenn die ProSiebenSat.1 Group als Medienkonzern nicht in einem Industriesektor mit großem Ressourceneinsatz und hoher Energieintensität agiert, sind wir uns unserer ökologischen Verantwortung bewusst. Gemeinsam mit unseren Mitarbeitern und im Dialog mit unseren externen Stakeholdern möchten wir einen Beitrag zur Abschwächung des Klimawandels und zur Bewahrung unserer Umwelt leisten, beispielsweise durch einen schonenden und effizienten Umgang mit natürlichen Ressourcen oder der Reduzierung unseres Energieverbrauchs und CO₂-Ausstoßes. Wir schätzen jedoch 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.

Im Juni 2020 haben wir im Rahmen der Veröffentlichung des Nachhaltigkeitsberichts 2019 angekündigt, die betrieblichen CO₂-Emissionen der ProSiebenSat.1 Group bis 2030 auf null reduzieren zu wollen und damit klimaneutral zu werden. Dieses Ziel wollen wir vorrangig durch einen geringeren Energieverbrauch sowie den Bezug von Strom aus erneuerbaren Energien erreichen. Wir haben zudem CO₂-Einsparpotenziale in Bereichen wie „Green Productions“, Geschäftsreisen und

Mitarbeitermobilität identifiziert. Überdies sind CO₂-Kompensationen durch Klimaschutzprojekte geplant. Das Corporate Sustainability Office arbeitet zusammen mit den Fachbereichen und in enger Abstimmung mit dem Vorstand an der Weiterentwicklung der Klimastrategie und der Umsetzung von konkreten Maßnahmen.

In diesem Zusammenhang hat der Konzern im Berichtszeitraum die Reiserichtlinie angepasst. Die Änderungen betrafen unter anderem die Vereinheitlichung der Regeln für Mitarbeiter und Management, Einschränkungen bei Flugreisen sowie einer Erweiterung des Bahnangebots als umweltfreundliche Reisealternative. Zudem werden die Emissionen von Geschäftsreisen mit dem Flugzeug seit 2020 teilweise kompensiert. An den Standorten Unterföhring und Berlin nutzen wir für die elektrische Energieversorgung unserer Bürogebäude, Produktionsstudios und Rechenzentren ausschließlich Ökostrom. Bei der Wärmeerzeugung für die Gebäude am Hauptstandort hat ProSiebenSat.1 die umweltfreundliche Versorgung sukzessive ausgebaut und vollständig auf Geothermie umgestellt. Wir nutzen zudem die Abwärme der eigenen Rechenzentren zur Heizung unserer Bürogebäude. Die sukzessive Umrüstung auf LED-Beleuchtung trägt ebenfalls zur Erhöhung der Energieeffizienz bei. Außerdem werden die Maßnahmen zur Mülltrennung und -reduzierung kontinuierlich optimiert. So wird am ProSiebenSat.1-Campus in den Kantinen und Cafés bereits komplett auf Einwegplastik verzichtet. Zudem ist für das neue, im Bau befindliche Campus-Gelände in Unterföhring eine Nachhaltigkeitszertifizierung nach dem LEED-Modell (Leadership in Energy and Environmental Design) geplant.

Als Medienunternehmen möchte ProSiebenSat.1 auch seiner ökologischen Verantwortung im Produktionsbereich gerecht werden und entwickelte aus diesem Selbstverständnis heraus 2019 die Initiative „Sauber gedreht!“. Erstes Ergebnis war ein Katalog mit vier Handlungsfeldern, in denen für TV-Produktionen Maßnahmen von der Reduzierung der CO₂-Emissionen über den Schutz natürlicher Ressourcen bis hin zur Vermeidung von umweltschädlichen Substanzen, einem reduzierten Einsatz von Plastik sowie einer allgemeinen Reduktion des Mülls zusammengefasst sind. 2020 wurde der Maßnahmenkatalog an Produzenten im Rahmen einer Pilotphase versandt. Die wachsende Bedeutung grüner Produktionen unterstreicht zudem die „Gemeinsame Branchenerklärung für Nachhaltigkeit in der Film- und Serienproduktion“, zu deren Unterzeichnern im Februar 2020 auch ProSiebenSat.1 gehörte. In der alljährlichen Aktionswoche „Green Seven“ nutzt ProSieben seine Reichweite, um insbesondere junge Zuschauer für Nachhaltigkeit im ökologischen Bereich zu sensibilisieren. Im September 2020 fand die „Green Seven Week“ bereits zum 12. Mal statt und machte unter dem Motto „Unser Wald brennt!“ auf die globalen Folgen von Waldbränden und Waldsterben aufmerksam.

Die operative Verantwortung für die Erfassung und Konsolidierung von Aktivitätsdaten im ökologischen Bereich liegt für den Hauptstandort bei der Abteilung Corporate Procurement & Real Estate sowie bei den ProSiebenSat.1-Beteiligungen bei der jeweiligen Geschäftsführung. Für die CO₂-Bilanzierung, die Ermittlung weiterer berichteter Umweltkennzahlen sowie deren Reporting und Kommunikation sind die Zentralfunktionen Corporate Communications sowie Corporate Sustainability zuständig.

Energie

Der Energieverbrauch von ProSiebenSat.1 setzt sich im Wesentlichen aus dem Bezug von Strom und Wärme zusammen. Der Gesamtenergieverbrauch (inkl. Strom) innerhalb des Konzerns ging im Berichtsjahr auf rund 37 GWh (Vorjahr: rund 41 GWh) zurück, im Wesentlichen begründet durch einen niedrigeren Stromverbrauch und die stark eingeschränkte Mitarbeitermobilität in Folge der COVID-19-Pandemie. Die wesentlichen Energieverbräuche außerhalb des Konzerns werden indirekt durch die Scope-3-Emissionen in der CO₂-Bilanz dargestellt. Im Jahr 2020 betrug der Gesamtverbrauch an elektrischem Strom am Hauptstandort in Unterföhring rund 15 GWh, was einen leichten Rückgang zum Vorjahr darstellt (16 GWh). Bei der Wärmeerzeugung wurde größtenteils umweltfreundliche Geothermie anstelle von Heizöl oder Erdgas verwendet. Insgesamt belief sich der Heiz- und Kühlenergieverbrauch von ProSiebenSat.1 in Unterföhring wie im Vorjahr auf rund 7 GWh. Der Energieverbrauch der Dienstwagen in Deutschland lag 2020 bei 4,7 GWh (Vorjahr: 6,2 GWh), ein Rückgang von rund 25 Prozent gegenüber dem Vorjahr. **GRI 302-1, GRI 302-2**

INTENSITÄT DES ENERGIEVERBRAUCH GRI 302-3

	2020	2019	2018
Energieverbrauch in GWh	36,67	40,72	44,64
Umsatz in Mio Euro	4.047	4.135	4.009
Durchschnittliche FTE	7.128	7.265	6.239
Energieverbrauch/Umsatz in MWh/MioEuro	9,06	9,85	11,13
Energieverbrauch/ durchschnittliche FTE in MWh/durchschnittliche FTE	5,14	5,60	7,15

Emissionen

Wir erfassen seit 2015 die Treibhausgasemissionen des Konzerns und arbeiten kontinuierlich an einer Verbesserung der Datenqualität unseres CO₂-Fußabdrucks sowie einem möglichst hohen Abdeckungsgrad durch Messdaten. In unserer Klimabilanz sind direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1), indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 2) sowie Treibhausgasemissionen aus vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen (Scope 3) enthalten. Die Abdeckung mit Messdaten beträgt jeweils mindestens 78 Prozent (Vorjahr: 78%) für Scope 1 und mindestens 79 Prozent (Vorjahr: 75%) für Scope 2. Ausführliche Informationen zur Bilanzierung der Treibhausgasemissionen sind in den → „Erläuterungen zum CO₂-Fußabdruck“ zu finden.

Die direkten Emissionen der ProSiebenSat.1 Group resultierten 2020 wie im Vorjahr nahezu ausschließlich aus dem Ausstoß der Dienstwagenflotte von ProSiebenSat.1. Der starke Rückgang ist auf die gesunkene Mobilität aufgrund der Beschränkungen infolge der COVID-19-Pandemie zurückzuführen. Die Scope-2-Emissionen sind im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls zurückgegangen, allerdings weniger deutlich. Der Pendelverkehr der Mitarbeiter macht mit rund 44 Prozent den Großteil der erfassten Treibhausgasemissionen aus vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen aus. Insgesamt ist die Reduzierung der Scope-3-Emissionen – und damit auch der Gesamtemissionen – hauptsächlich auf die verringerte Mitarbeitermobilität als direkte Auswirkung der COVID-19-Pandemie zurückzuführen.

CO₂-FUSSABDRUCK DER PROSIEBENSAT.1 GROUP GRI 305-1, GRI 305-2, GRI 305-3

Treibhausgasemissionen (CO ₂ -Äquivalente), in Tonnen ¹	2020	Veränderung	2019	Veränderung	2018	2017	2016
Scope 1 – Direkte Treibhausgasemissionen	1.599	-24%	2.110	10%	1.910	2.456	2.371
– Dienstwagenflotte ²	1.560	-24%	2.064	19%	1.736		
– Heizöl	40	-13%	46	-21%	58		
– Gas	—	—	—	—	116		
Scope 2 – Indirekte Treibhausgasemissionen³	2.188	-24%	2.882	-72%	10.460	4.035	3.471
– Elektrizität ⁴	1.054	-9%	1.163	-87%	8.662		
– Fernwärme und Geothermie ⁵	1.134	-34%	1.719	-4%	1.798		
Scope 3 – Treibhausgasemissionen aus vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen	5.797	-64%	16.292	-21%	20.605	17.356	15.130
– Nicht in Scope 1 und 2 enthaltene Brennstoffe und energiebezogene Aktivitäten	1.898 ⁶	-4%	1.974	-17%	2.385		
– Durch betriebliche Abläufe entstehende Abfälle	23	-50%	47	-18%	57		
– Pendelverkehr der Mitarbeiter	2.529	-61%	6.474	-33%	9.659		
– Geschäftsreisen (Flug, Bahn, Mietwagen und Taxi)	1.347 ⁷	-83%	7.797	-8%	8.504		
Gesamtemissionen aus Scope 1, 2 und 3⁸	9.584⁹	-55%	21.284	-35%	32.975	23.847	20.973

¹ Bei der Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks haben wir uns an den Kriterien und Definitionen der Sustainability Reporting Guidelines (Standards) der Global Reporting Initiative (GRI) orientiert. Die Datenerhebung erfolgte auf Basis von internen Richtlinien. Darüber hinaus haben wir uns bei der Berechnung unseres CO₂-Fußabdrucks sowie ausgewählter Daten zu indirekten CO₂-Emissionen (Scope 3) an folgenden Standards orientiert: Greenhouse Gas (GHG) Protocol – Corporate Accounting and Reporting Standard, Corporate Value Chain Accounting and Reporting Protocol des World Resources Institute (WRI) sowie World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Einbezogen in den CO₂-Fußabdruck wurden grundsätzlich alle eigenen Standorte und Mitarbeiter der ProSiebenSat.1 Group. Bei der Berechnung haben wir die market-based-Methode verwendet.

² Ohne Hybrid- und E- Fahrzeuge.

³ Energieverbräuche der Produktionsstudios und Rechenzentren außerhalb der Standorte Unterföhring und Berlin sind nicht enthalten. Die Scope-2-Emissionen nach der location-based-Methode betragen im Berichtszeitraum 9.577t CO₂e (Vorjahr: 10.557t CO₂e).

⁴ Die location-based-Emissionen in der Kategorie Elektrizität betragen im Berichtszeitraum 7.401t CO₂e (Vorjahr: 8.340t CO₂e).

⁵ Die location-based-Emissionen in der Kategorie Fernwärme und Geothermie betragen im Berichtszeitraum 2.176t CO₂e (Vorjahr: 2.217t CO₂e).

⁶ Aufgrund von Anpassungen bei der Berechnungsmethodik ist ein Vergleich zur Vorjahresentwicklung nur bedingt möglich.

⁷ In der Kategorie Geschäftsreisen wurden 355t CO₂e kompensiert.

⁸ Die Gesamtemissionen nach der location-based-Methode betragen im Berichtszeitraum bei 16.973t CO₂e (Vorjahr: 28.959t CO₂e).

⁹ Die Menge der verbleibenden nicht-reduzierten und nicht-kompensierten Emissionen lag bei 9.229t CO₂e.

INTENSITÄT DER TREIBHAUSGASEMISSIONEN

GRI 305-4

	2020	2019	2018
Treibhausgasemissionen in t	9.584	21.284	32.975
Umsatz in Mio Euro	4.047	4.135	4.009
Durchschnittliche FTE	7.128	7.265	6.239
Treibhausgasemissionen/Umsatz in t/Mio Euro	2,37	5,15	8,23
Treibhausgasemissionen/ durchschnittliche FTE in t/durchschnittliche FTE	1,34	2,93	5,29

Abfall

Das Abfallaufkommen 2020 am Standort Unterföhring ist im Berichtsjahr deutlich auf 615 Tonnen (Vorjahr: 4.028 Tonnen) gesunken. In der Abfallbilanz waren 188 Tonnen (Vorjahr: 3.228 Tonnen) direkt auf die Abbrucharbeiten im Zusammenhang mit dem Bauvorhaben „New Campus“ zurückzuführen. Abfall, der nicht wiederverwertet werden kann, entsorgen wir umweltgerecht. ProSiebenSat.1 folgt dabei den lokalen Vorgaben und klassifiziert Abfälle entsprechend den jeweiligen nationalen Gesetzen als gefährlich oder nicht gefährlich. Die Menge an gefährlichen Abfällen (zum Beispiel Dämmmaterial und asbesthaltige Baustoffe) sank 2020 von 46 auf 29 Tonnen aufgrund des Baufortschritts. Die Siedlungsabfälle (hausmüll-ähnliche Abfälle aus Gewerbe und Industrie) verringerten sich vor dem Hintergrund der Out-of-Office-Regelungen im Zuge der COVID-19-Pandemie auf 69 Tonnen (Vorjahr: 122 Tonnen).

GRI 306-2

GOVERNANCE & COMPLIANCE

Vorstand und Aufsichtsrat sehen eine gute Corporate Governance als wesentlichen Bestandteil einer verantwortungsvollen, transparenten und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichteten Unternehmensführung an. Weiterführende Informationen befinden sich insbesondere in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f, 315d HGB. Sie umfasst neben der

jährlichen Entsprechenserklärung gemäß §161 AktG weitere relevante Angaben zu den Unternehmensführungspraktiken der ProSiebenSat.1 Group.

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE ist zudem der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf Grundlage rechtmäßiger Geschäftspraktiken möglich ist. Neben der Korruptionsvermeidung konzentriert sich die Gesellschaft insbesondere auf das Kartell- und Medienrecht sowie datenschutzrechtliche Bestimmungen. Zu diesem Zweck besteht bei der ProSiebenSat.1 Group ein Compliance-Management-System (CMS). Wesentliche Zielsetzung des CMS ist es, Integrität sowie richtlinienkonformes und regeltreues Verhalten dauerhaft im Denken und Handeln aller Mitarbeiter zu verankern und auf diese Weise Rechts- und Regelverstöße zu verhindern. Die zentrale Compliance-Organisation bilden der Compliance-Ausschuss (Compliance Committee) und die vom Chief Compliance Officer (CCO) geleitete Abteilung Group Compliance, die bei der Erfüllung ihrer Aufgaben durch Fachexperten aus anderen Bereichen, beispielsweise der Rechtsabteilung, unterstützt werden. 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. 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.

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 sowohl für den Umgang miteinander als auch mit Geschäftspartnern, Kunden, Lieferanten und weiteren Dritten. Ein weiteres zentrales Compliance-Instrument der ProSiebenSat.1 Group ist das Hinweisgebersystem. Neben internen Meldekanälen besteht zusätzlich die Möglichkeit, Hinweise auf Rechtsverstöße anonym über eine externe Ombudsstelle abzugeben.

COMPLIANCE-SCHULUNGEN

Thema	2020			2019		
	Termine (Live)	Teilnehmer (Live)	Online-Trainings	Termine (Live)	Teilnehmer (Live)	Online-Trainings
Medien-, Urheber-, Werberecht, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	1	3	3.448	9	247	4.235
Compliance Kartellrecht	7	295	—	13	250	—
Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG), Arbeitsrecht	—	—	2.338	—	—	2.469
Datenschutz	—	—	2.304	6	77	2.621
Informationssicherheit	—	—	6.500	6	146	2.205
Jugendschutz	2	26	477	6	84	536
Arbeitsschutz	—	—	6.213	4	171	5.820
Steuerrecht	2	42	—	9	79	—
Geschäftsführer-Seminare	2	18	—	3	22	—

Im Geschäftsjahr 2020 wurden Live-Termine teilweise als virtuelle Trainings durchgeführt.

Nähere Informationen, insbesondere zur Compliance-Organisation und zum Hinweisgebersystem, werden in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§289f, 315d HGB gegeben.

Die ProSiebenSat.1 Group hat zudem ein Compliance-Schulungsangebot implementiert, das sowohl Online- als auch Präsenzschulungen beinhaltet. Die Online-Schulungen, die im Turnus von zwei bis drei Jahren in englischer und deutscher Sprache angeboten werden und grundsätzlich für alle Mitarbeiter verpflichtend sind, sollen ein Grundverständnis für die wesentlichen Compliance-Risiken schaffen. Die Präsenzschulungen richten sich gezielt an Risikogruppen und werden von Legal Affairs, Group Compliance, HR Law, Taxes, Corporate Information Security, dem Datenschutzbeauftragten sowie den Jugendschutzbeauftragten jeweils für ihre Bereiche durchgeführt. Zudem bietet die ProSiebenSat.1 Group in ihrer P7S1 Academy Seminare für die Geschäftsführer der deutschen Beteiligungsgesellschaften an, um diesen einen umfassenden Überblick über ihre Rechte und Pflichten sowie die relevanten Rechtsgrundlagen zu geben.

Anti-Korruption und Kartellrecht

Ein rechtskonformes Verhalten und die Prävention von Gesetzes- und Regelverstößen sind Voraussetzung für den nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens. Die Verhinderung von Korruption und wettbewerbswidrigem Verhalten im Zusammenhang mit dem Kartellrecht ist daher von hoher Geschäftsrelevanz und ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Erreichung unserer Unternehmensziele. Der freie Wettbewerb ist eine tragende Säule unserer Wirtschaftsordnung und durch die Kartellgesetze besonders geschützt. Wettbewerbsverstöße können hohe Bußgelder und Schadensersatzklagen nach sich ziehen, die nicht nur das Unternehmen, sondern auch die Mitarbeiter persönlich treffen können. Die entsprechenden konzernweit gültigen Richtlinien zur Vermeidung von Korruption sowie zum Verhalten im Wettbewerb wurden 2020 überarbeitet. Im Jahr 2020 sind uns wie im Vorjahr keine Ermittlungen gegen den Konzern, Beteiligungen oder gegen Mitarbeiter der ProSiebenSat.1 Group hinsichtlich Korruptionsdelikten oder Kartellrechtsverstößen bekannt.

GRI 205-3, GRI 206-1

Produktverantwortung

Wir verstehen Produktverantwortung mit den zentralen Bestandteilen Datenschutzbestimmungen und Medienregulierung 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.

DATENSCHUTZ

In der digitalen Welt werden durch neue Geschäftsmodelle immer mehr personenbezogene Daten generiert und auf unterschiedlichste Art und Weise verarbeitet. Das gilt auch für die ProSiebenSat.1 Group mit ihren vielfältigen Entertainment-

Angeboten und Commerce-Unternehmen im Portfolio. Der Datenschutz schützt in diesem Zusammenhang das Recht auf Privatsphäre und auf informationelle Selbstbestimmung, das heißt das Recht jeder Person, die Weitergabe und Nutzung ihrer personenbezogenen Daten selbst zu bestimmen. Unser Ziel ist es, sorgfältig mit personenbezogenen Daten umzugehen und sie vor Missbrauch zu schützen. Der Konzerndatenschutzbeauftragte verantwortet die Zusammenarbeit und Abstimmung in allen wichtigen Angelegenheiten des Datenschutzes. Er ist organisatorisch dem Bereich Group Compliance zugeordnet und wird in Rechtsfragen durch Fachexperten für Data Protection Law unterstützt. Durch verpflichtende Schulungen und Assessments durch den Konzerndatenschutzbeauftragten sollen Verletzungen der Privatsphäre verhindert und datenschutzrechtliche Compliance gewahrt werden.

Wir verfolgen dabei das Ziel, die Datenschutzkonformität auf Basis eines risikoorientierten Datenschutzmanagementsystems (DSMS) sicherzustellen und personenbezogene und andere sensible Daten vor Verlust, Zerstörung, unautorisiertem Zugriff oder unautorisierter Verwendung, Bearbeitung oder Offenlegung zu schützen. Als Grundlage für konkrete Maßnahmen gelten dabei die gesetzlichen Regelungen, insbesondere die europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) sowie unsere eigenen Datenschutzrichtlinien. Die datenschutzrechtlichen Vorgaben sind Bestandteil unseres CMS. Die ProSiebenSat.1 Group hat Prozesse implementiert, um personenbezogene Daten vor Missbrauch zu schützen. Diese betreffen die Erstellung von datenschutzrechtlichen Vereinbarungen zur Erfüllung der Vorgaben gem. Art. 26, 28 DSGVO und die Weitergabe personenbezogener Daten an Behörden. Ebenso werden durch die Datenschutzprozesse die Informationspflichten und Betroffenenrechte sowie die Meldung von Datenschutzvorfällen abgebildet, d.h. die unrechtmäßige Kenntniserlangung von personenbezogenen Daten durch Dritte, gem. Art. 33, 34 DSGVO.

Im Jahr 2020 wurden 18 Fälle (Vorjahr: acht) begründeter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden bei den Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group in Deutschland ermittelt; davon waren 15 Beschwerden von externen Parteien und drei von Aufsichtsbehörden. Zudem wurden sechs gemäß Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) meldepflichtige Fälle (Vorjahr: zwölf) von Datenlecks sowie Datenklau oder -verlust ermittelt. **GRI 418-1**

MEDIENREGULIERUNG

Die medienrechtlichen Bestimmungen des CMS befassen sich unter anderem mit journalistischer Unabhängigkeit, den Grundsätzen zur Trennung von Werbung und Programm sowie den Anforderungen an den Jugendschutz. Zusätzlich sind diese Themen auch Bestandteil des Verhaltenskodex („Code of Conduct“). Wir haben für 2020 insgesamt zwölf Verstöße (Vorjahr: 11) gegen journalistische Sorgfaltspflichten, Programmgrundsätze sowie jugendschutzrechtliche Bestimmungen und Persönlichkeitsrechte erfasst. **GRI 416-2**

Bei all unseren Aktivitäten sind wir der freiheitlich demokratischen Grundordnung verpflichtet, die insbesondere auch auf dem Grundrecht der Meinungsfreiheit basiert. Die zentrale Chefredaktion der Seven.One Entertainment Group ist auf

operativer Ebene dafür verantwortlich, dass bei der redaktionellen Arbeit aller Sender die journalistische Unabhängigkeit gewahrt bleibt. In täglich stattfindenden Konferenzen mit den Redaktionen und Programmmanagern werden die inhaltlichen Schwerpunkte der Berichterstattung und des Programms diskutiert. Bei der Freigabe von redaktionellen Beiträgen gilt grundsätzlich das Vier-Augen-Prinzip. Der Konzern hat zudem Leitlinien formuliert, denen alle Journalisten und redaktionell Verantwortlichen verpflichtet sind. Die „Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit“ konkretisieren dabei das Verständnis der publizistischen Grundsätze des Pressekodex des Deutschen Presserates. Sie sind demnach in der Gestaltung ihrer redaktionellen Beiträge grundsätzlich frei und sollen unabhängig von gesellschaftlichen, wirtschaftlichen oder politischen Interessen berichten. In internen Schulungen werden zudem Themen wie Presserecht und Jugendschutz geschult und vertieft.

Die ProSiebenSat.1 Group verpflichtet sich zur Abgrenzung zwischen redaktioneller Berichterstattung und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. In begründeten Einzelfällen, die den Verdacht des Einsatzes von Schleichwerbung nahelegen, kann ein Ad-hoc-Kontrollgremium tätig werden. Der Konzern ist zudem in Deutschland 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“ bzw. seit November 2020 an deren Stelle den Bestimmungen des Medienstaatsvertrags zu folgen. Die ProSiebenSat.1-Werberichtlinien zur Trennung von Werbung und Programm enthalten konkrete Erläuterungen zu Platzierungsverboten für bestimmte Produkte und Dienstleistungen auf Grundlage des Rundfunkstaatsvertrags. Sie geben den Mitarbeitern der deutschen Gesellschaften der ProSiebenSat.1 Group verbindliche Vorgaben im Rahmen ihres Arbeitsverhältnisses, um Verstöße gegen Programmgrundsätze möglichst zu verhindern. Für die deutschen Sender sollen die Richtlinien dem Erhalt der journalistischen Glaubwürdigkeit dienen und inhaltlich die Unabhängigkeit von Einflüssen Dritter als oberste programmliche Leitlinie absichern.

Auch jugendschutzrechtliche Bestimmungen werden im Rahmen der Medienregulierung durch das CMS abgedeckt. Eine zentrale Rolle spielen dabei die Jugendschutzbeauftragten der ProSiebenSat.1 Group. Sie 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 (JMStV) setzt dafür klare Vorgaben. Anbieter müssen ihre telemedialen Inhalte zum Beispiel hinsichtlich einer entwicklungsbeeinträchtigenden Wirkung für Kinder und Jugendliche prüfen. Die Jugendschutzbeauftragten 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 möglichst frühzeitig in die Produktion und den Einkauf von Programmen eingebunden. Sie beurteilen

im Rahmen ihres Auftrags bereits im Vorfeld Drehbücher, begleiten Produktionen und erstellen hierzu Gutachten. 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 den Jugendschutz, zum Beispiel Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) und Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM).

VERGÜTUNGSBERICHT¹

Der Vergütungsbericht beschreibt die Grundzüge des Vergütungssystems von Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2020. 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 Vorstandsdiensverträge sehen bereits das neue Vergütungssystem vor; alle zum damaligen Zeitpunkt bestehenden Vorstandsdiensverträge wurden auf das neue Vorstandsvergütungssystem umgestellt, das damit rückwirkend seit dem 1. Januar 2018 gültig ist.

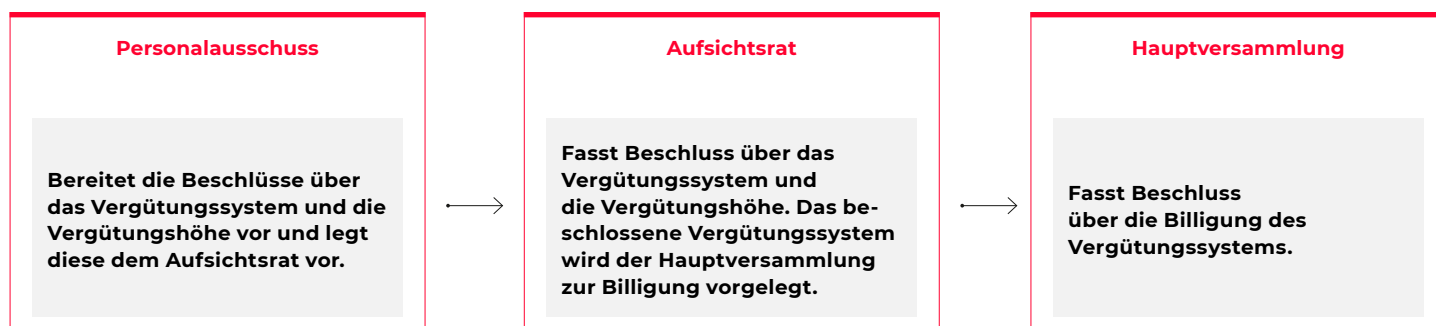
Der vorliegende Vergütungsbericht ist Bestandteil des geprüften Lageberichts und entspricht den anwendbaren gesetzlichen Vorschriften. Die durch das Gesetz zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrechterichtlinie (ARUG II) eingeführten aktienrechtlichen Vorgaben für den Vergütungsbericht finden verpflichtend erstmals auf das Geschäftsjahr 2021 der Gesellschaft Anwendung. Auf den diesjährigen Vergütungsbericht sind daher die bisherigen gesetzlichen Regelungen anwendbar. Ferner berücksichtigt er die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) in der Fassung vom 16. Dezember 2019 (siehe hierzu auch die Entsprechenserklärung vom Dezember 2020). Dieser verweist vor dem Hintergrund des ARUG II für Zwecke der Berichterstattung über die Vergütung im Wesentlichen auf die gesetzlichen Bestimmungen und verzichtet insbesondere auf die Mustertabellen für die Vorstandsvergütung; gleichwohl hat die Gesellschaft sich entschieden, aus Gründen einheitlicher und damit besser nachvollziehbarer Darstellung der Vergütung die etablierten Mustertabellen im diesjährigen Vergütungsbericht beizubehalten.

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 Vorstandsdiensverträge 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 Aufsichtsratsplenum festgelegt und regelmäßig überprüft. Hierbei beachtet der Aufsichtsrat, dass die persönliche Leistung sowie der Tätigkeits- und Verantwortungsbereich der einzelnen Vorstandsmitglieder einerseits und die wirtschaftliche Lage der Gesellschaft andererseits in einem angemessenen Verhältnis zueinanderstehen.

FESTLEGUNG DER VORSTANDSVERGÜTUNG



¹ Dieser Abschnitt ist Bestandteil des geprüften Konzernlageberichts.

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 unter anderem 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 hatten wir bei der Etablierung des aktuellen Vergütungssystems auch den Dialog mit relevanten Kapitalmarktteilnehmern gesucht und monitoren regelmäßig aktuelle Entwicklungen zu Vergütungsfragen im Hinblick auf erforderliche Anpassungsbedarfe. 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-Aktie abhängt. Die Mitglieder des Vorstands sollen durch das Vergütungssystem motiviert werden, die in der Geschäftsstrategie der ProSiebenSat.1 Media SE verankerten Ziele zu erreichen und unverhältnismäßige Risiken zu vermeiden.

Struktur und Bestandteile der Vorstandsvergütung

Das Vorstandsvergütungssystem setzt sich aus drei Bestandteilen zusammen: Einem fixen Basisgehalt, einem einjährigen und einem mehrjährigen variablen Vergütungsbestandteil. Die Gewichtung der einzelnen Vergütungsbestandteile beträgt für die Vorstandsmitglieder einschließlich des Vorstandssprechers 40 : 20 : 40 (fixes Basisgehalt zu einjähriger variabler Vergütung zu mehrjähriger variabler Vergütung); die Gewichtung für einen etwaigen Vorstandsvorsitzenden, der aber in der Struktur der ProSiebenSat.1 Media SE nicht mehr vorgesehen ist, würde 35:30:35 betragen.

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 (Performance-Zeitraum).
Zuteilungswert	Vertraglich festgelegter jährlicher Zuteilungswert.
Cap	Obergrenze: 200% des Zielwerts (Cap).
Zielverfehlung	Bei Zielverfehlung ist ein Totalausfall möglich.
Zielparameter	– Jährliche adjusted net income Ziele des Konzerns während der Laufzeit der jeweiligen Tranche (Gewichtung mit 50%) – Relative Positionierung des Total Shareholder Return (TSR) gegenüber den Unternehmen des STOXX Europe 600 Media während der Laufzeit der jeweiligen Tranche (Gewichtung mit 50%).
Zuteilung	Zuteilung sog. Performance Share Units (PSUs) in jährlichen Tranchen. Bestimmung der Anzahl der PSUs anhand des Zuteilungswerts auf Basis des Volumen-gewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurses der ProSiebenSat.1-Aktie der 30 Börsenhandeltage vor dem Beginn der Laufzeit (1. Januar) der jeweiligen Tranche.

Ermittlung Auszahlungsbetrag	Bestimmung der endgültigen Anzahl an Performance Share Units am Ende der Laufzeit der Tranche durch Multiplikation der PSUs mit einem erfolgsabhängigen Umrechnungsfaktor. Der Umrechnungsfaktor ist abhängig – zu 50% von der Erreichung jährlicher adjusted net income Ziele während der Laufzeit der jeweiligen Tranche und – zu 50% von der relativen Positionierung des Total Shareholder Return (TSR) gegenüber den Unternehmen des STOXX Europe 600 Media während der Laufzeit der jeweiligen Tranche. Keine Möglichkeit der nachträglichen Anpassung des Umrechnungsfaktors oder einer diskretionären Anpassung der Zielerreichung. Der Auszahlungsbetrag je Performance Share Unit entspricht dem Volumen-gewichteten durchschnittlichen XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1-Aktie der 30 Börsenhandelstage vor dem Ende der Laufzeit der jeweiligen Tranche zuzüglich der kumulierten Dividendenzahlungen je Aktie während der Laufzeit der Tranche. Bei Abwicklung in eigenen Aktien wird der Auszahlungsbetrag anhand des vorstehenden Börsenkurses in eigene Aktien umgerechnet.
Dividendenzahlungen	Berücksichtigung sämtlicher Dividendenzahlungen während der Laufzeit der Tranche durch Einrechnung der kumulierten Dividendenzahlungen je Aktie in den Auszahlungsbetrag.
Vesting	Unverfallbarkeit von je 1/12 der gewährten PSUs zum Ende eines jeden Monats des ersten Jahres der Laufzeit der jeweiligen Tranche. Wenn das Amt als Mitglied des Vorstands 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 Performance-Zeitraums der betreffenden Tranche ausbezahlt bzw. abgewickelt.

ERWERBS- UND HALTEVERPFLICHTUNGEN

Bis zum Erreichen des festgelegten Volumens besteht die Verpflichtung zur Investition von 25% der jährlichen Brutto-Auszahlung aus einjähriger und neuer mehrjähriger variabler Vergütung in ProSiebenSat.1-Aktien.

Aktien sind mindestens bis zum Ablauf der Bestellung als Vorstandsmitglied zu halten.

Volumen:

- Vorstandsvorsitzender: 200% des fixen Brutto-Basisgehalts
- Übrige Vorstandsmitglieder einschließlich des Vorstandssprechers: 100% des fixen Brutto-Basisgehalts

FIXES BASISGEHALT

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

VARIABLE VERGÜTUNG

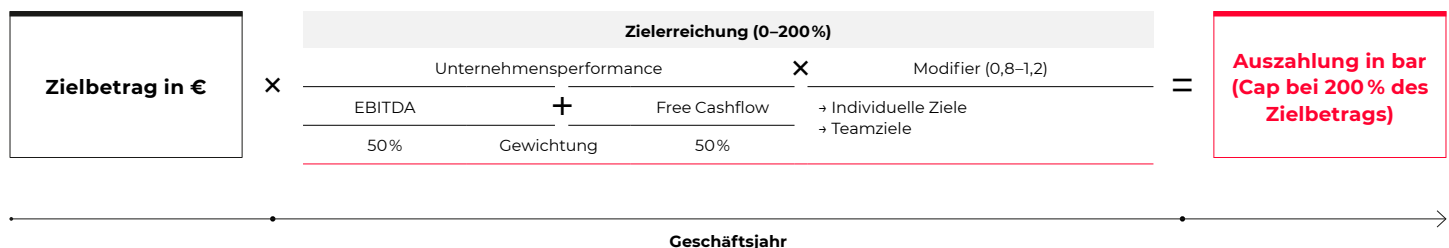
Die variable Vergütung besteht aus zwei Elementen, einer einjährigen variablen Vergütung (Short Term Incentive) in Form einer jährlichen Bonuszahlung (Performance Bonus) sowie einer mehrjährigen variablen Vergütung (Long Term Incentive) in Form virtueller Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE (Performance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

SHORT TERM INCENTIVE (PERFORMANCE BONUS)

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

Der Aufsichtsrat hat die beiden Finanzkennzahlen EBITDA sowie FCF als relevante Zielparame-ter festgelegt, da sie die erfolgreiche Umsetzung operativer und strategischer Maßnahmen widerspiegeln und somit auf die Ertragskraft der ProSiebenSat.1 Group abzielen. Sie leiten sich aus der Konzernstrategie ab und werden auch im unternehmensinternen Steuerungssystem reflektiert, das zur Erreichung der strategischen Ziele des Konzerns dient. 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. Gleichermäßen ist der FCF ein wichtiger Indikator zur Messung des sog. Cash>Returns auf Investitionen und

FUNKTIONSWEISE SHORT TERM INCENTIVE



eine gängige Berechnungsgrundlage im Rahmen von Cash-flow-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.

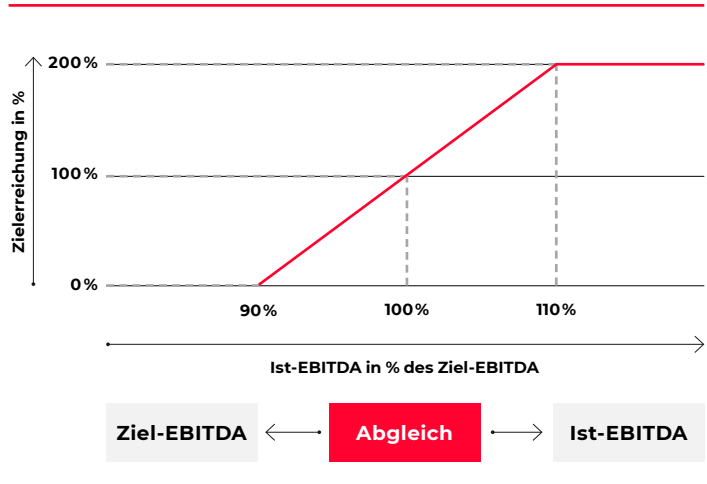
Der Zielwert für das EBITDA-Ziel wird vom Aufsichtsrat jährlich in Euro festgelegt und leitet sich aus der Budgetplanung für die ProSiebenSat.1 Group ab. In der Budgetplanung sind die finanziellen Auswirkungen operativer und strategischer Maßnahmen abgebildet.

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.

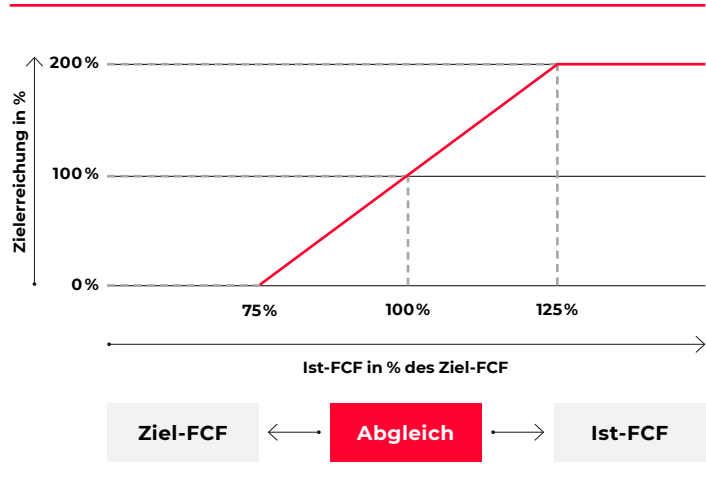
Der Zielwert für das FCF-Ziel wird vom Aufsichtsrat jährlich in Euro festgelegt und leitet sich aus der Budgetplanung für die ProSiebenSat.1 Group ab. In der Budgetplanung sind die finanziellen Auswirkungen operativer und strategischer Maßnahmen abgebildet.

Sofern erforderlich, wird der von der ProSiebenSat.1 Media SE berichtete Ist-FCF des Konzerns zur Ermittlung der Zielerreichung um Effekte aus (i) Akquisitionen und Veräußerungen (d.h. (x) Effekte von Investitionen auf den Free Cashflow aus Investitionstätigkeit durch Akquisitionen und Veräußerungen in vorherigen Geschäftsjahren und (y) Effekte auf den Free Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit und aus Investitionstätigkeit durch neue Akquisitionen und Veräußerungen im betreffenden Geschäftsjahr einschließlich zugehöriger Finanzierungseffekte), und aus (ii) wesentlichen Änderungen in der IFRS-Rechnungslegung 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 Performance-Zeitraum. Die

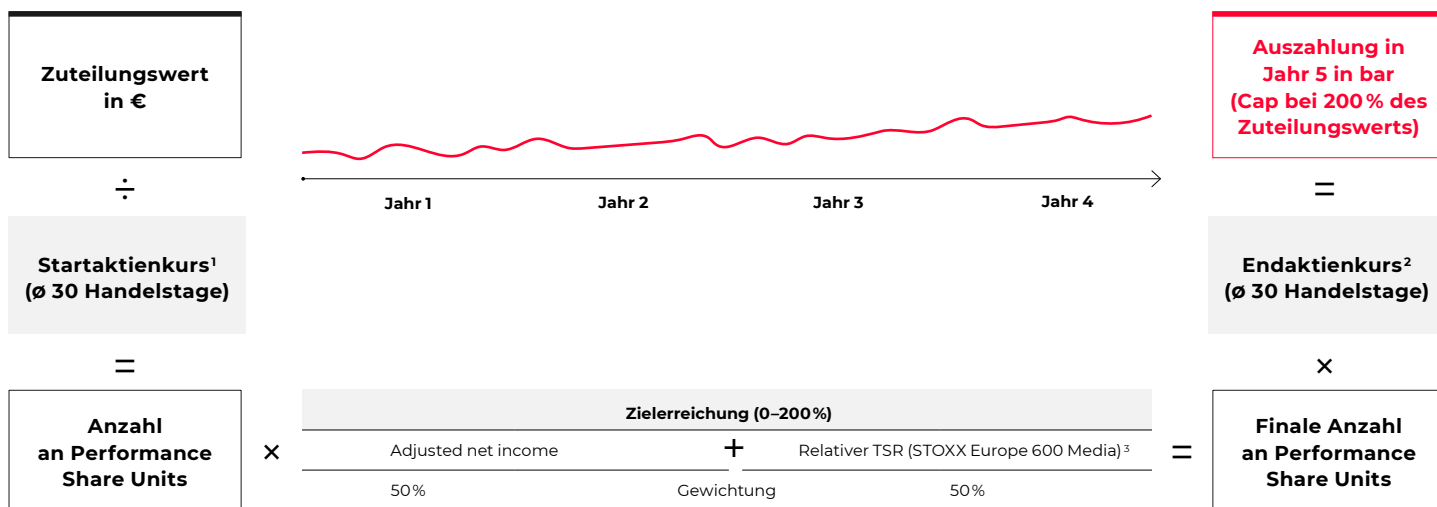
Auszahlung erfolgt jeweils in bar in Jahr fünf, dem Jahr nach Ablauf des Performance-Zeitraums. Die Gesellschaft hat das Recht, statt der Auszahlung in bar alternativ eine Abwicklung in eigenen Aktien zu wählen und hierzu eine entsprechende Zahl an Aktien der Gesellschaft zu liefern.

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-Aktie relativ zur Aktienrendite der Unternehmen im gewählten Vergleichsindex). Der Performance Share Plan wird in jährlichen Tranchen mit einem Performance-Zeitraum von jeweils vier Jahren aufgelegt.

Die Ermittlung der Unternehmensperformance basiert zum einen auf der Kennzahl adjusted net income. Diese ist eine wichtige operative und strategische 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, welcher die Aktienrendite der ProSiebenSat.1-Aktie zur Aktienrendite einer relevanten Gruppe von Vergleichsunternehmen in Relation setzt. Der relative TSR berücksichtigt die Aktienkursentwicklung und Dividenden an die Aktionäre über den vierjährigen Performance-Zeitraum.

Für die Vorstandsmitglieder ist jeweils ein individueller Zuteilungswert im Dienstvertrag festgelegt. Mit Wirkung zum Beginn eines Geschäftsjahres wird auf Basis des Volumen-gewichteten

FUNKTION PERFORMANCE SHARE PLAN



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

² Volumen-gewichteter Durchschnittskurs XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1-Aktie über die letzten 30 Börsenhandelstage vor Ende des Performance-Zeitraums, kaufmännisch gerundet auf zwei Dezimalstellen, zzgl. kumulierter Dividendenzahlungen je ProSiebenSat.1-Aktie.

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

durchschnittlichen XETRA-Schlusskurs der ProSiebenSat.1-Aktie der letzten dreißig Börsenhandelstage vor Beginn des Geschäftsjahres eine dem Zuteilungswert entsprechende Anzahl an Performance Share Units (PSUs) gewährt. Nach Ablauf des vierjährigen Performance-Zeitraums 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-Aktie der vorangegangenen dreißig Börsenhandelstage vor Ende des Performance-Zeitraums zuzüglich der im Performance-Zeitraum kumulierten Dividendenzahlungen auf die ProSiebenSat.1-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 Performance-Zeitraums 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 Performance-Zeitraums herangezogen. Der Zielwert eines jeden Geschäftsjahres des Performance-Zeitraums für das adjusted net income wird vom Aufsichtsrat jährlich in Euro festgelegt und leitet sich aus der Budgetplanung der ProSiebenSat.1 Group ab. In der Budgetplanung sind die finanziellen Auswirkungen operativer und strategischer Maßnahmen abgebildet.

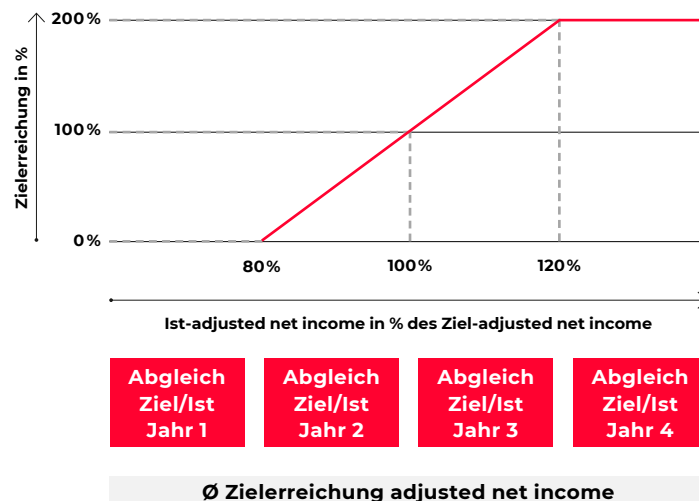
Sofern erforderlich, wird das von der ProSiebenSat.1 Media SE berichtete Ist-adjusted net income des Konzerns zur Ermittlung der Zielerreichung um Effekte aus wesentlichen Änderungen in der IFRS-Rechnungslegung sowie aus nicht in der Planung enthaltenen Auswirkungen von innerhalb der Berichtsperiode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

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

Entspricht das Ist-adjusted net income dem Zielwert, beträgt die Zielerreichung 100 Prozent. Bei einer Negativabweichung von 20 Prozent oder mehr vom Ziel-adjusted net income beträgt die Zielerreichung 0 Prozent. Für die maximale Zielerreichung von 200 Prozent muss das Ist-adjusted net income

das Ziel-adjusted net income um 20 Prozent oder mehr übersteigen. Zwischenwerte werden linear interpoliert. Die adjusted net income-Zielerreichungskurve ist symmetrisch ausgestaltet, einer Zielunter- bzw. -überschreitung wird somit gleichermaßen Rechnung getragen.

ZIELERREICHUNGSKURVE ADJUSTED NET INCOME

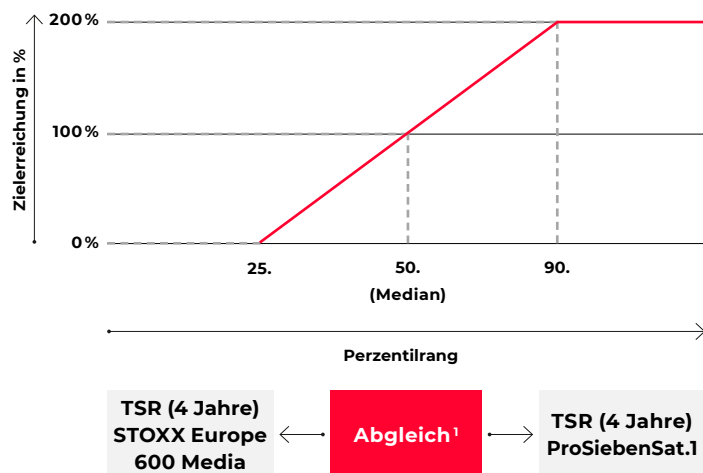


RELATIVER TOTAL SHAREHOLDER RETURN (TSR)

Zusätzlich sind 50 Prozent der finalen Anzahl an Performance Share Units vom relativen TSR der Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE über den vierjährigen Performance-Zeitraum 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-Aktie relativ zur Aktienrendite dieser Unternehmen im gewählten Vergleichsindex. Zur Ermittlung werden der TSR der ProSiebenSat.1-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 Performance-Zeitraum 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 Performance-Zeitraums der betreffenden Tranche im Folgejahr ausbezahlt bzw. abgewickelt.

Weitere Informationen zum Performance Share Plan finden sich im → [Anhang, Ziffer 35 „Anteils- und leistungs-basierte 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 100 Prozent (200 Prozent bei einem etwaigen Vorstandsvorsitzenden, der aber in der Struktur der ProSiebenSat.1 Media SE nicht mehr vorgesehen ist) 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 2020 getätigten Investitionsbeträge:

AKTIENERWERBS- UND HALTEVERPFLICHTUNGEN

Vorstandsmitglied	Anzahl Aktien	Investitionsbetrag zum Erwerbszeitpunkt ¹ in Euro	Investitionsverpflichtung in Euro
Rainer Beaujean	131.102	1.501.567	1.400.000
Wolfgang Link	—	—	800.000
Christine Scheffler	—	—	640.000

¹ Bis zum Erreichen der vorgeschriebenen Höhe von 100% eines jährlichen fixen Brutto-Basis-Gehalts sind die Vorstandsmitglieder verpflichtet, 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. Rainer Beaujean hat seine Investitionsverpflichtung bereits freiwillig direkt bei Eintritt erfüllt. Für Wolfgang Link und Christine Scheffler erfolgt die erstmalige Anwendung mit der Auszahlung des Performance Bonus 2020 im Geschäftsjahr 2021.

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 des ehemaligen Vorstandsmitglieds 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.

CLAW-BACK-REGELUNGEN; AUFSCHUB DER AUSZAHLUNG VARIABLER VERGÜTUNGSBESTANDTEILE / SCHADENERSATZ

Vor dem Hintergrund der neuen Empfehlung G.11 des DCGK in der Fassung vom 16. Dezember 2019 enthalten die Vorstandsverträge der amtierenden Vorstandsmitglieder Claw-back-Regelungen, wonach die Gesellschaft den bereits ausgezahlten Performance Bonus insoweit zurückfordern kann, wie sich der maßgebliche Konzernabschluss nachträglich in einer Weise als unrichtig erweist, die Auswirkungen auf die Ermittlung der Höhe des Performance Bonus für das entsprechende Geschäftsjahr hat.

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

Schließlich 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).

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 G.13 des DCGK in der Fassung vom 16. Dezember 2019, 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 nach den derzeit geltenden Vorstandsverträgen, die eine Laufzeit bis zum 30. Juni 2022 (Rainer Beaujean) bzw. bis zum 31. März 2023 (Wolfgang Link und Christine Scheffler) haben, bis einschließlich zum 30. September 2021 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 – bei Wolfgang Link und Christine Scheffler jeweils zwei – 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.

NACHLAUFENDES VERGÜTUNGSELEMENT AUS DEM ABGELÖSTEN VERGÜTUNGSSYSTEM BIS 2017 – GROUP SHARE PLAN

Das bis Ende 2017 gültige Vergütungssystem für die Vorstände der ProSiebenSat.1 Media SE enthielt als mehrjährigen variablen Vergütungsbestandteil den Group Share Plan, der über den Performance-Zeitraum 2017 hinaus wirkt.

Der Group Share Plan wurde letztmalig im Geschäftsjahr 2017 an die Vorstandsmitglieder gewährt, von denen das im Geschäftsjahr 2020 ausgeschiedene Vorstandsmitglied Conrad Albert noch über Ansprüche verfügt. 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 Performance-Zeitraum virtuelle Aktien an die Vorstandmitglieder ausgegeben wurden. Detaillierte Informationen entnehmen Sie bitte dem Vergütungsbericht 2017.

Zum Jahresende 2020 steht noch der Group Share Plan aus dem Jahr 2017 (mit der Performance-Periode 2017 bis 2020) aus. Die erforderlichen Mindestwerte beim Konzernjahresüberschuss und EBITDA des Konzerns wurden bisher für jedes Jahr der jeweiligen vierjährigen Performance-Periode des ausstehenden Group Share Plans erfüllt. Der jeweilige Jährliche Umrechnungsfaktor für das Geschäftsjahr 2017 beträgt 78 Prozent, für das Geschäftsjahr 2018 56 Prozent sowie für das Geschäftsjahr 2019 97 Prozent. Der Jährliche Umrechnungsfaktor für das Geschäftsjahr 2020 beträgt 86 Prozent. Damit beträgt der PSU-Umrechnungsfaktor (gerechnet als Durchschnitt der Jährlichen Umrechnungsfaktoren aller vier Jahre) für die abgeschlossene vierjährige Performance-Periode des Group Share Plans 2017 nunmehr 79 Prozent. Im Vorjahr betrug der PSU-Umrechnungsfaktor des Group Share Plan 2016 für die abgeschlossene vierjährige Performance-Periode 84 Prozent.

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

VORSTANDSVERGÜTUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2020

Variable Vergütung – Zielerreichung

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

Im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie wurden im Geschäftsjahr 2020 keine Anpassungen in Bezug auf die Zielparameter der variablen Vergütung vorgenommen.

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 2020 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 2020 (vor Bereinigung)	IST-Wert GJ 2020 (nach Bereinigung)	Zielerreichung
EBITDA auf Konzernebene	50%	769,7	801,0	661,3	0%
Free Cashflow (FCF) auf Konzernebene	50%	106,9	235,3	233,9	200%
Gewichtete Zielerreichung	100%				100%

Der Aufsichtsrat hat für das Geschäftsjahr 2020 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 2020 hat der Aufsichtsrat mit den Vorständen als einziges kollektives Ziel das erfolgreiche Krisenmanagement der COVID-19-Pandemie festgelegt.

Nach wertender Gesamtschau der kollektiven Leistung der Vorstandsmitglieder hat der Aufsichtsrat den Modifier zur Anpassung des Performance Bonus mit 1,2 bewertet.

Unter Berücksichtigung der Zielerreichungen für EBITDA und FCF sowie des Modifiers resultiert folgende Gesamt-Zielerreichung des Performance Bonus im Geschäftsjahr 2020 in Höhe von 120 Prozent für die Vorstandsmitglieder Rainer Beaujean, Wolfgang Link und Christine Scheffler.

Conrad Albert, der zum Ablauf des 30. April 2020 aus dem Vorstand ausgeschieden ist, erhält für das Geschäftsjahr 2020

erfolgsunabhängig einen zeitanteiligen Betrag in Höhe von 4/12 des Zielbonus für den Performance Bonus. Max Conze, dessen Dienstvertrag zum Ablauf des 31. Mai 2020 endete, erhält für das Geschäftsjahr 2020 erfolgsunabhängig einen zeitanteiligen Betrag in Höhe von 5/12 des Zielbonus für den Performance Bonus. Bei beiden Vorstandsmitgliedern entspricht der Zielbonus einer angenommenen Zielerreichung für den Performance Bonus von 100 Prozent sowie einem Modifier von 1.

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 geltenden 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 2020 stehen die Performance Share Pläne aus dem Jahr 2018 (mit der Performance-Periode 2018 bis 2021), aus dem Jahr 2019 (mit der Performance-Periode 2019 bis 2022) und aus dem Jahr 2020 (mit der Performance-Periode 2020 bis 2023) aus. Die jeweilige Zielerreichung für das Geschäftsjahr 2018 beträgt 88 Prozent (für Performance Share Plan 2018), für das Geschäftsjahr 2019 68 Prozent (für Performance Share Pläne 2018 und 2019) und für das Geschäftsjahr 2020 0 Prozent (für Performance Share Pläne 2018, 2019 und 2020). Der relative TSR berücksichtigt die Aktienkursentwicklung über den vierjährigen Performance-Zeitraum und kann erst am Ende des vierjährigen Performance-Zeitraums 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, 2019 und 2020 kann erst nach Abschluss des letzten Geschäftsjahres des jeweiligen vierjährigen Performance-Zeitraums ermittelt werden.

VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES VORSTANDS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2020 NACH DRS 17

Für die im Geschäftsjahr 2020 amtierenden Vorstandsmitglieder wurde folgende Gesamtvergütung nach DRS 17 festgesetzt:

VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES VORSTANDS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2020 NACH DRS 17 in Tsd Euro

	Rainer Beaujean Vorstandssprecher & Finanzvorstand (Mitglied des Vorstands seit 01.07.2019)		Wolfgang Link ³ Mitglied des Vorstands & CEO Seven.One Entertainment Group (Mitglied des Vorstands seit 26.03.2020)		Christine Scheffler ³ Mitglied des Vorstands & Chief Human Resources Officer (Mitglied des Vorstands seit 26.03.2020)		Max Conze ⁴ Vorstandsvorsitzender (CEO) (Mitglied des Vorstands bis 26.03.2020)		Conrad Albert ⁵ Stellvertretender Vorstandsvorsitzender, Group General Counsel (Mitglied des Vorstands bis 30.04.2020)	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Festvergütung	1.295,0	490,0	600,0	—	480,0	—	612,5	1.470,0	366,7	1.100,0
Nebenleistungen ¹	26,5	16,2	6,2	—	1,5	—	5,7	39,3	3,2	10,3
Summe fixe Vergütung	1.321,5	506,2	606,2	—	481,5	—	618,2	1.509,3	369,9	1.110,3
Einjährige variable Vergütung	777,0	269,5	360,0	—	288,0	—	525,0	1.386,0	183,3	605,0
Mehrfährige variable Vergütung	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Performance Share Plan (2019–2022)	—	490,0	—	—	—	—	—	1.470,0	—	1.100,0
Performance Share Plan (2020–2023)	1.295,0	—	600,0	—	480,0	—	—	—	366,7	—
Summe variable Vergütung	2.072,0	759,5	960,0	—	768,0	—	525,0	2.856,0	550,0	1.705,0
Gesamtvergütung	3.393,5	1.265,7	1.566,2	—	1.249,5	—	1.143,2	4.365,3	919,9	2.815,3
Erhöhung der Pensions- verpflichtung (DBO)	423,2	95,6	127,2	—	114,2	—	—	312,2	717,8	555,0
davon Ansprüche aus Entgeltumwandlungen	—	—	—	—	11,1	—	—	—	576,8	221,2
Bestand der Pensions- verpflichtung (DBO) ²	518,8	95,6	127,2	—	114,2	—	—	455,1	3.660,0	2.942,2
davon Ansprüche aus Entgeltumwandlungen	—	—	—	—	11,1	—	—	—	1.970,7	1.393,9

	Dr. Jan Kemper ⁶ Vorstand Finanzen und Commerce (Mitglied des Vorstands bis 31.03.2019)		Sabine Eckhardt ⁷ Vorstand Vertrieb & Marketing (Mitglied des Vorstands bis 30.04.2019)		Jan David Frouman ⁸ Vorstand (Mitglied des Vorstands bis 28.02.2019)		Summe	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Festvergütung	—	245,0	—	270,0	—	142,5	3.354,2	3.717,5
Nebenleistungen ¹	—	9,5	—	2,7	—	2,1	43,1	80,1
Summe fixe Vergütung	—	254,5	—	272,7	—	144,6	3.397,3	3.797,6
Einjährige variable Vergütung	—	—	—	—	—	66,7	2.133,3	2.327,2
Mehrfährige variable Vergütung	—	—	—	—	—	—	—	—
Performance Share Plan (2019–2022)	—	—	—	—	—	810,0	—	3.870,0
Performance Share Plan (2020–2023)	—	—	—	—	—	—	2.741,7	—
Summe variable Vergütung	—	0,0	—	0,0	—	876,7	4.875,0	6.197,2
Gesamtvergütung	—	254,5	—	272,7	—	1.021,3	8.272,3	9.994,8
Erhöhung der Pensions- verpflichtung (DBO)	—	—	—	—	—	113,8	1.382,4	1.076,5
davon Ansprüche aus Entgeltumwandlungen	—	—	—	—	—	41,5	587,9	262,7
Bestand der Pensions- verpflichtung (DBO) ²	—	—	—	—	—	735,9	4.420,2	4.228,8
davon Ansprüche aus Entgeltumwandlungen	—	—	—	—	—	276,8	1.981,8	1.670,6

¹ Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Rainer Beaujean sind zusätzlich Leistungen für Heimflüge enthalten. Im Geschäftsjahr 2019 sind bei Max Conze zusätzlich Leistungen für Heimflüge und Umzugskosten und bei Dr. Jan Kemper für Heimflüge und eine doppelte Haushaltsführung enthalten.

² Defined Benefit Obligation (DBO) zum 31.12. des Berichtsjahres.

³ Wolfgang Link und Christine Scheffler sind mit Wirkung zum 26.03.2020 zum Mitglied des Vorstands bestellt worden, ihre Anstellungsverträge traten mit Wirkung zum 01.04.2020 in Kraft.

⁴ Max Conze ist mit Wirkung zum 26.03.2020 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 31.05.2020. Für das Geschäftsjahr 2020 hat Max Conze als einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) einen zeitanteiligen, erfolgsunabhängigen Betrag in Höhe von 0,5 Mio Euro erhalten. Eine Zuteilung unter dem Performance Share Plan 2020 ist nicht erfolgt; stattdessen ist der zugehörige Anspruch mit Zahlung der Abfindung vollständig abgegolten.

⁵ Conrad Albert ist mit Wirkung zum 30.04.2020 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete ebenfalls mit Wirkung zum 30.04.2020. Für das Geschäftsjahr 2020 hat Conrad Albert als einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) einen zeitanteiligen, erfolgsunabhängigen Betrag in Höhe von 0,2 Mio Euro erhalten, der allerdings erst mit Ablauf des April 2021 zur Zahlung fällig wird. Eine Zuteilung unter dem Performance Share Plan 2020 erfolgt nur zeitanteilig für einschließlich April 2020; der Anspruch auf Zuteilung für die Monate Mai bis Dezember 2020 ist durch Zahlung der Abfindung vollständig abgegolten.

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. 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. 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.

ERLÄUTERUNGEN ZUR VERGÜTUNG AUSGESCHIEDENER VORSTANDSMITGLIEDER

Conrad Albert ist zum 30. April 2020 aus dem Vorstand ausgeschieden. Sein Anstellungsvertrag, der noch eine Restlaufzeit bis 30. April 2021 gehabt hätte, endete ebenfalls mit Wirkung zum 30. April 2020. Gemäß Aufhebungsvereinbarung wurde die vertragliche Vergütung von Conrad Albert bis zum Beendigungszeitpunkt unverändert fortgezahlt. Dabei wurde der zeitanteilige Performance Bonus bis einschließlich April 2020 erfolgsunabhängig unter Annahme einer Zielerreichung von 100 Prozent und einem Modifier von 1 gewährt, der allerdings erst mit Ablauf des April 2021 zur Zahlung fällig wird. Ferner wurden Conrad Albert zeitanteilig bis einschließlich April 2020 Performance Share Units (PSUs) unter dem Performance Share Plan 2020 zugeteilt, mit denen er gemäß den Planbedingungen unverändert am Performance Share Plan teilnimmt.

Vergütungsansprüche von Conrad Albert für die verbleibende Restlaufzeit des Anstellungsvertrags wurden gemäß Aufhebungsvereinbarung im Anschluss an den Beendigungszeitpunkt in voller Höhe von 3,1 Mio Euro ausgezahlt bzw. im Falle der vertraglichen Versorgungsbeiträge regulär für die Restlaufzeit fortgewährt und im Falle der Regelungen zum Group Share Plan zurückgestellt. Der Auszahlungsbetrag setzt sich wie folgt zusammen: Die zeitanteilige Festvergütung für die verbleibende Restlaufzeit des Anstellungsvertrags (Mai 2020 bis April 2021) in Höhe von insgesamt 1,1 Mio Euro wurde als Teil der Abfindung ausgezahlt. Zur Abgeltung des Anspruchs auf den zeitanteiligen Performance Bonus von Mai 2020 bis April 2021 erhielt Conrad Albert auf Basis einer angenommenen Zielerreichung von 110 Prozent sowie eines Modifiers von 1 eine Zahlung in Höhe von 0,6 Mio Euro.

Darüber hinaus wurde die Dotierung des Versorgungsvertrags für die Restlaufzeit des Vertrags in Höhe von 0,2 Mio Euro fortgeführt, wobei für Zwecke der Bestimmungen des Versorgungsvertrags im Hinblick auf die Unverfallbarkeit Conrad Albert so gestellt wurde, als ob das Anstellungsverhältnis erst zum regulären Vertragsende 30. April 2021 geendet hätte.

Zu den mehrjährigen Vergütungskomponenten von Conrad Albert wurde Folgendes vereinbart: Zum Group Share Plan wurde im Rahmen der Aufhebungsvereinbarung geregelt, dass Conrad Albert 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 30. April 2021 eingetreten. Danach waren die unter dem GSP 2017 zugeteilten PSUs bei Ausscheiden zu 100 Prozent unverfallbar; hierfür wurde bei Ausscheiden eine Rückstellung in Höhe von 0,05 Mio Euro gebildet. Der Rückstellungsbetrag wird sich im weiteren Zeitverlauf der vierjährigen Performance-Periode bis zur Auszahlung verändern. Unter dem Performance Share Plan stand Conrad Albert gemäß Anstellungsvertrag eine jährliche Zuteilung von PSUs im Wert von 1,1 Mio Euro mit jeweils vierjähriger Performance-Periode zu. Die im Jahr 2018 und 2019 zugeteilten PSUs waren zu 100 Prozent unverfallbar und werden regulär nach Ablauf der vierjährigen Performance-Periode abgewickelt. Anstelle der noch ausstehenden anteiligen Zuteilung für das Jahr 2020 (Mai bis Dezember) und 2021 (Januar bis April) 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 April 2021 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 von Mai 2020 bis April 2021 ein Ablösungsbetrag in Höhe von insgesamt 1,1 Mio Euro.

Weiterhin wurde vereinbart, dass das nachvertragliche Wettbewerbsverbot unverändert für ein Jahr beginnend ab dem Beendigungszeitpunkt gilt und die Karenzentschädigung durch die Abfindung abgegolten ist.

Max Conze ist zum 26. März 2020 aus dem Vorstand ausgeschieden. Sein Anstellungsvertrag, der noch eine Restlaufzeit bis 31. Mai 2021 gehabt hätte, endete mit Wirkung zum 31. Mai 2020. Gemäß Aufhebungsvereinbarung wurde die vertragliche Vergütung von Max Conze bis zum Beendigungszeitpunkt unverändert fortgezahlt. Dabei wurde der zeitanteilige Performance Bonus bis einschließlich Mai 2020 erfolgsunabhängig unter Annahme einer Zielerreichung von 100 Prozent und einem Modifier von 1 gewährt, der zusammen mit der Abfindung fällig war.

Vergütungsansprüche von Max Conze für die verbleibende Restlaufzeit des Anstellungsvertrags wurden gemäß Aufhebungsvereinbarung im Anschluss an den Beendigungszeitpunkt in Höhe von 3,9 Mio Euro ausgezahlt bzw. im Falle der vertraglichen Versorgungsbeiträge regulär für die Restlaufzeit fortgewährt. Der Auszahlungsbetrag setzt sich wie folgt zusammen: 75 Prozent der zeitanteiligen Festvergütung für die verbleibende Restlaufzeit des Anstellungsvertrags (Juni 2020 bis Mai 2021) in Höhe von insgesamt 1,1 Mio Euro wurde als Teil der Abfindung ausgezahlt. Zur Abgeltung des Anspruchs auf 75 Prozent des zeitanteiligen Performance Bonus von Juni 2020 bis Mai 2021 erhielt Max Conze auf Basis einer angenommenen Zielerreichung von 100 Prozent sowie eines Modifiers von 1 eine Zahlung in Höhe von 0,9 Mio Euro.

Darüber hinaus wurde die Dotierung des Versorgungsvertrags für die Restlaufzeit des Vertrags in Höhe von 0,3 Mio Euro fortgeführt, wobei für Zwecke der Bestimmungen des Versorgungsvertrags im Hinblick auf die Unverfallbarkeit Max Conze so gestellt wurde, als ob das Anstellungsverhältnis erst zum regulären Vertragsende 31. Mai 2021 geendet hätte. Jedoch war Max Conze unter dem Aufhebungsvertrag berechtigt, die vorzeitige Liquidation und Auszahlung seiner Anwartschaften zuzüglich der noch ausstehenden Dotierungszahlungen zu verlangen. Max Conze hat von diesem Anspruch Gebrauch gemacht und seine Versorgungsanwartschaften in Höhe von insgesamt 0,9 Mio Euro wurden abgelöst. Somit sind sämtliche Ansprüche aus dem Versorgungsvertrag abgegolten.

Zu den mehrjährigen Vergütungskomponenten von Max Conze wurde Folgendes vereinbart: Unter dem Performance Share Plan stand Max Conze gemäß Anstellungsvertrag eine jährliche Zuteilung von PSUs im Wert von 1,47 Mio Euro mit jeweils vierjähriger Performance-Periode zu. Die im Jahr 2018 und 2019 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 2020 und 2021 wurde jeweils 75 Prozent des 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 2021 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 von Januar 2020 bis Mai 2021 ein Ablösungsbetrag in Höhe von insgesamt 1,6 Mio Euro.

Weiterhin wurde vereinbart, dass das nachvertragliche Wettbewerbsverbot beginnend ab dem Beendigungszeitpunkt bis zum 31. März 2021 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 2020 wie folgt entwickelt:

ZUSÄTZLICHE ANGABEN ZU AKTIENBASIERTEN VERGÜTUNGSTRUMENTEN

		Group Share Plan/Performance Share Plan ⁴						
		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 ausgezahlte Performance Share Units	Am Ende des Geschäftsjahres ausstehende Performance Share Units	Gesamtaufwand für aktienbasierte Vergütung ⁵
		Anzahl	Anzahl		Anzahl	Anzahl	Anzahl	in Euro
Rainer Beaujean	2020	28.977	108.445	1.295.000	0	0	137.422	368.761
	2019	0	28.977	490.000	0	0	28.977	41.256
Wolfgang Link ¹	2020	0	69.205	600.000	0	0	69.205	153.232
	2019	—	—	—	—	—	—	—
Christine Scheffler ¹	2020	0	55.364	480.000	0	0	55.364	122.586
	2019	—	—	—	—	—	—	—
Max Conze ²	2020	121.369	0	0	0	0	121.369	889.869
	2019	34.438	86.931	1.470.000	0	0	121.369	283.551
Conrad Albert ²	2020	162.805	26.981	366.667	0	23.558	166.228	960.188
	2019	114.158	65.051	1.100.000	0	16.404	162.805	164.000
Dr. Jan Kemper ³	2020	—	—	—	—	—	—	—
	2019	69.377	0	0	7.504	0	61.873	138.536
Sabine Eckhardt ³	2020	—	—	—	—	—	—	—
	2019	62.550	0	0	7.504	0	55.046	101.917
Jan David Frouman ³	2020	—	—	—	—	—	—	—
	2019	86.108	47.901	810.000	60.814	0	73.195	-33.159
Gesamt	2020	313.151	259.995	2.741.667	0	23.558	549.588	2.494.636
	2019	366.631	228.860	3.870.000	75.822	16.404	503.265	696.101

¹ Wolfgang Link und Christine Scheffler verfügen zudem über PSUs aus ihrer Tätigkeit vor der Zugehörigkeit zum Vorstand, die ihnen nicht als Vergütung für ihre Funktion als Vorstand gewährt worden sind und daher auch nicht in der Übersicht aufgeführt werden.

² Max Conze ist zum 26.03.2020 und Conrad Albert zum 30.04.2020 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“.

³ 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.

⁴ 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.

⁵ Der Gesamtaufwand im Geschäftsjahr 2020 beinhaltet für den Group Share Plan 2017 eine Anpassung des Umrechnungsfaktors für die gewährten Performance Share Units (79%) bewertet zum Stichtag 31.12.2020. Es wurden keine Anpassungen aufgrund des Verwässerungsschutzes oder aufgrund einer individuellen Erhöhung durch den Aufsichtsrat vorgenommen. 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. Aufgrund von Aktienkursrückgängen im Geschäftsjahr 2019 ist der Gesamtaufwand bei Jan David Frouman negativ.

Im Geschäftsjahr 2020 wurden 23.558 Performance Share Units aus dem Group Share Plan ausgezahlt. Es sind keine Performance Share Units aus dem Group Share Plan bzw. Performance Share Plan verfallen. Bezüglich der für das Geschäftsjahr 2020 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 2020 NACH DEM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX (DCGK)

Der DCGK in der Fassung vom 7. Februar 2017 (DCGK 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 2017 beigefügten Mustertabellen zu verwenden. Der neue DCGK in der Fassung vom 16. Dezember 2019 verzichtet auf die Mustertabellen. Im Hinblick auf eine einheitliche und damit besser nachvollziehbare Darstellung der Vergütung werden die etablierten Mustertabellen beibehalten.

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN NACH DCGK 2017

In der nachfolgenden Tabelle werden die für das Geschäftsjahr 2020 gewährten Zuwendungen einschließlich der Nebenleistungen sowie die für das Geschäftsjahr 2020 erreichbaren Minimal- und Maximalvergütungen dargestellt, die den aktiven Vorständen für ihre Tätigkeit als Vorstand gewährt wurden. Abweichend zur Darstellung der Gesamtvergütung nach DRS 17 wird die einjährige variable Vergütung den bisherigen Anforderungen des DCGK 2017 entsprechend mit dem Zielwert, das heißt dem Wert, der bei einer Zielerreichung von 100 Prozent an das Vorstandsmitglied gewährt wird, angegeben. 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 2017. Des Weiteren ist der Versorgungsaufwand, das heißt der Dienstzeitaufwand nach IAS 19, in die Gesamtvergütung nach DCGK 2017 einzurechnen.

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Rainer Beaujean Vorstandsprecher & Finanzvorstand (Mitglied des Vorstands seit 01.07.2019)			
	2020	2020 (min)	2020 (max)	2019
Festvergütung	1.295,0	1.295,0	1.295,0	490,0
Nebenleistungen ¹	26,5	26,5	26,5	16,2
Summe fixe Vergütung	1.321,5	1.321,5	1.321,5	506,2
Einjährige variable Vergütung	647,5	0,0	1.295,0	245,0
Mehrfährige variable Vergütung				
Performance Share Plan (2019–2022)	—	—	—	490,0
Performance Share Plan (2020–2023)	1.295,0	0,0	2.590,0	—
Summe variable Vergütung	1.942,5	0,0	3.885,0	735,0
Versorgungsaufwand ²	193,4	193,4	193,4	95,6
Gesamtvergütung (DCGK)	3.457,4	1.514,9	5.399,9	1.336,8

¹ Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Rainer Beaujean sind zusätzlich Leistungen für Heimflüge enthalten.

² Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Bei Rainer Beaujean handelt es sich für 2019 aufgrund der unterjährigen Gewährung der Pensionszusage um den nachzuerrechnenden Dienstzeitaufwand (Past Service Costs).

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Wolfgang Link ¹ Mitglied des Vorstands & CEO Seven.One Entertainment Group (Mitglied des Vorstands seit 26.03.2020)			
	2020	2020 (min)	2020 (max)	2019
Festvergütung	600,0	600,0	600,0	—
Nebenleistungen ²	6,2	6,2	6,2	—
Summe fixe Vergütung	606,2	606,2	606,2	—
Einjährige variable Vergütung	300,0	0,0	600,0	—
Mehrfährige variable Vergütung				
Performance Share Plan (2020–2023)	600,0	0,0	1.200,0	—
Summe variable Vergütung	900,0	0,0	1.800,0	—
Versorgungsaufwand ³	127,2	127,2	127,2	—
Gesamtvergütung (DCGK)	1.633,4	733,4	2.533,4	—

¹ Wolfgang Link ist mit Wirkung zum 26.03.2020 zum Mitglied des Vorstands bestellt worden, sein Anstellungsvertrag trat mit Wirkung zum 01.04.2020 in Kraft.

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

³ Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Bei Wolfgang Link handelt es sich für aufgrund der unterjährigen Gewährung der Pensionszusage um den nachzuerrechnenden Dienstzeitaufwand (Past Service Costs).

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Christine Scheffler¹ Mitglied des Vorstands & Chief Human Resources Officer (Mitglied des Vorstands seit 26.03.2020)			
	2020	2020 (min)	2020 (max)	2019
Festvergütung	480,0	480,0	480,0	—
Nebenleistungen ²	1,5	1,5	1,5	—
Summe fixe Vergütung	481,5	481,5	481,5	—
Einjährige variable Vergütung	240,0	0,0	480,0	—
Mehrjährige variable Vergütung				
Performance Share Plan (2020–2023)	480,0	0,0	960,0	—
Summe variable Vergütung	720,0	0,0	1.440,0	—
Versorgungsaufwand ³	103,2	103,2	103,2	—
Gesamtvergütung (DCGK)	1.304,7	584,7	2.024,7	—

¹ Christine Scheffler ist mit Wirkung zum 26.03.2020 zum Mitglied des Vorstands bestellt worden, ihr Anstellungsvertrag trat mit Wirkung zum 01.04.2020 in Kraft.

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

³ Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Bei Christine Scheffler handelt es sich aufgrund der unterjährigen Gewährung der Pensionszusage um den nachzuerrechnenden Dienstzeitaufwand (Past Service Costs).

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Max Conze¹ Vorstandsvorsitzender (CEO) (Mitglied des Vorstands bis 26.03.2020)			
	2020	2020 (min)	2020 (max)	2019
Festvergütung	612,5	612,5	612,5	1.470,0
Nebenleistungen ²	5,7	5,7	5,7	39,3
Summe fixe Vergütung	618,2	618,2	618,2	1.509,3
Einjährige variable Vergütung ³	525,0	525,0	525,0	1.260,0
Mehrjährige variable Vergütung				
Performance Share Plan (2019–2022)	—	—	—	1.470,0
Performance Share Plan (2020–2023) ⁴	—	—	—	—
Summe variable Vergütung	525,0	525,0	525,0	2.730,0
Versorgungsaufwand ⁵	290,6	290,6	290,6	250,5
Gesamtvergütung (DCGK)	1.433,8	1.433,8	1.433,8	4.489,8

¹ Max Conze ist mit Wirkung zum 26.03.2020 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 31.05.2020.

² Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Max Conze sind im Geschäftsjahr 2019 zusätzlich Leistungen für Heimflüge und Umzugskosten enthalten.

³ Für das Geschäftsjahr 2020 hat Max Conze als einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) einen zeitanteiligen, erfolgsunabhängigen Betrag in Höhe von 0,5 Mio Euro erhalten.

⁴ Eine Zuteilung unter dem Performance Share Plan 2020 ist nicht erfolgt; stattdessen ist der zugehörige Anspruch mit Zahlung der Abfindung vollständig abgegolten.

⁵ Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2020.

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Conrad Albert¹ Stellvertretender Vorstandsvorsitzender, Group General Counsel (Mitglied des Vorstands bis 30.04.2020)			
	2020	2020 (min)	2020 (max)	2019
Festvergütung	366,7	366,7	366,7	1.100,0
Nebenleistungen ²	3,2	3,2	3,2	10,3
Summe fixe Vergütung	369,9	369,9	369,9	1.110,3
Einjährige variable Vergütung ³	183,3	183,3	183,3	550,0
Mehrjährige variable Vergütung				
Performance Share Plan (2019–2022)	—	—	—	1.100,0
Performance Share Plan (2020–2023) ⁴	366,7	0,0	733,3	—
Summe variable Vergütung	550,0	183,3	916,7	1.650,0
Versorgungsaufwand ⁵	189,5	189,5	189,5	171,2
Gesamtvergütung (DCGK)	1.109,4	742,7	1.476,1	2.931,5

¹ Conrad Albert ist mit Wirkung zum 30.04.2020 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete ebenfalls mit Wirkung zum 30.04.2020.

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

³ Für das Geschäftsjahr 2020 hat Conrad Albert als einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) einen zeitanteiligen, erfolgsunabhängigen Betrag in Höhe von 0,2 Mio Euro erhalten, der allerdings erst mit Ablauf des April 2021 zur Zahlung fällig wird.

⁴ Eine Zuteilung unter dem Performance Share Plan 2020 erfolgt nur zeitanteilig für einschließlich April 2020. Der Anspruch auf Zuteilung für die Monate Mai bis Dezember 2020 ist durch Zahlung der Abfindung vollständig abgegolten.

⁵ Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2020.

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Dr. Jan Kemper¹ Vorstand Finanzen und Commerce (Mitglied des Vorstands bis 31.03.2019)			
	2020	2020 (min)	2020 (max)	2019
Festvergütung	—	—	—	245,0
Nebenleistungen ²	—	—	—	9,5
Summe fixe Vergütung	—	—	—	254,5
Einjährige variable Vergütung	—	—	—	—
Mehrjährige variable Vergütung				
Performance Share Plan (2019–2022)	—	—	—	—
Summe variable Vergütung	—	—	—	0,0
Versorgungsaufwand ³	—	—	—	149,6
Gesamtvergütung (DCGK)	—	—	—	404,1

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. 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 Heimflüge und eine doppelte Haushaltsführung enthalten.

³ Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Sabine Eckhardt ¹ Vorstand Vertrieb & Marketing (Mitglied des Vorstands bis 30.04.2019)			
	2020	2020 (min)	2020 (max)	2019
Festvergütung	—	—	—	270,0
Nebenleistungen ²	—	—	—	2,7
Summe fixe Vergütung	—	—	—	272,7
Einjährige variable Vergütung	—	—	—	—
Mehrfährige variable Vergütung	—	—	—	—
Performance Share Plan (2019–2022)	—	—	—	—
Summe variable Vergütung	—	—	—	0,0
Versorgungsaufwand ³	—	—	—	133,1
Gesamtvergütung (DCGK)	—	—	—	405,8

¹ Sabine Eckhardt ist mit Wirkung zum 30.04.2019 aus dem Vorstand ausgeschieden, ihr Anstellungsvertrag endete ebenfalls mit Wirkung zum 30.04.2019. 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 Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Jan David Frouman ¹ Vorstand (Mitglied des Vorstands bis 28.02.2019)			
	2020	2020 (min)	2020 (max)	2019
Festvergütung	—	—	—	142,5
Nebenleistungen ²	—	—	—	2,1
Summe fixe Vergütung	—	—	—	144,6
Einjährige variable Vergütung	—	—	—	66,7
Mehrfährige variable Vergütung	—	—	—	—
Performance Share Plan (2019–2022)	—	—	—	810,0
Summe variable Vergütung	—	—	—	876,7
Versorgungsaufwand ³	—	—	—	139,1
Gesamtvergütung (DCGK)	—	—	—	1.160,4

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 war bei Ausscheiden zu 2/12 unverfallbar.

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

³ Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

Bezüglich der Aufhebungsvereinbarungen von Conrad Albert und Max Conze verweisen wir auf den Abschnitt → „Erläuterungen zur Vergütung ausgeschiedener Vorstandsmitglieder“.

ZUFLUSS GEMÄSS DCGK 2017

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 bisherigen Empfehlung des DCGK 2017 – in einer gesonderten Tabelle dargestellt, in welcher Höhe ihnen für das Geschäftsjahr für ihre Tätigkeit als Vorstand Mittel zufließen.

Entsprechend den bisherigen Empfehlungen des DCGK 2017 sind die fixe Vergütung und die einjährige variable Vergütung als Zufluss für das jeweilige Geschäftsjahr anzugeben. Aktienbasierte Vergütungen gelten gemäß DCGK 2017 zu dem nach deutschem Steuerrecht maßgeblichen Zeitpunkt und Wert als zugeflossen.

Den bisherigen Empfehlungen des DCGK 2017 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 und ein Modifier von 1 zu unterstellen und bei mehrjährigen Vergütungsbestandteilen der Wert bei Zuteilung, bzw., sofern keine jährliche Zuteilung erfolgt, der anteilig auf ein Jahr der Planlaufzeit entfallende Wert bei Zuteilung zugrunde zu legen. Ein durch eigene Arbeitskraft während der Dauer des Wettbewerbsverbots erworbenes Einkommen ist auf die Karenzentschädigung insoweit anzurechnen, als es – bezogen auf ein Jahr – 50 Prozent der zuletzt bezogenen Jahresvergütung übersteigt. Die Gesellschaft kann vor Beendigung des Vertrages auf das Wettbewerbsverbot verzichten; in diesem Fall besteht der Anspruch auf Karenzentschädigung nur für den Zeitraum zwischen Beendigung des Vertrages und dem Ablauf von sechs Monaten nach Zugang der Verzichtserklärung. Im Übrigen gelten die §§ 74 ff. HGB entsprechend.

ZUFLUSS in Tsd Euro

	Rainer Beaujean Vorstandssprecher & Finanzvorstand (Mitglied des Vorstands seit 01.07.2019)		Wolfgang Link⁶ Mitglied des Vorstands & CEO Seven.One Entertainment Group (Mitglied des Vorstands seit 26.03.2020)		Christine Scheffler⁶ Mitglied des Vorstands & Chief Human Resources Officer (Mitglied des Vorstands seit 26.03.2020)		Max Conze⁷ Vorstandsvorsitzender (CEO) (Mitglied des Vorstands bis 26.03.2020)	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Festvergütung	1.295,0	490,0	600,0	—	480,0	—	612,5	1.470,0
Nebenleistungen ¹	26,5	16,2	6,2	—	1,5	—	5,7	39,3
Summe fixe Vergütung	1.321,5	506,2	606,2	—	481,5	—	618,2	1.509,3
Einjährige variable Vergütung	777,0	269,5	360,0	—	288,0	—	525,0	1.386,0
Mehrjährige variable Vergütung ²								
Group Share Plan (2015–2018) ³	—	—	—	—	—	—	—	—
Group Share Plan (2016–2019) ⁴	—	—	—	—	—	—	—	—
Summe variable Vergütung	777,0	269,5	360,0	—	288,0	—	525,0	1.386,0
Versorgungsaufwand ⁵	193,4	95,6	127,2	—	103,2	—	290,6	250,5
Gesamtvergütung (DCGK)	2.291,9	871,3	1.093,4	—	872,7	—	1.433,8	3.145,8

	Conrad Albert⁸ Stellvertretender Vorstandsvorsitzender, Group General Counsel (Mitglied des Vorstands bis 30.04.2020)		Dr. Jan Kemper⁹ Vorstand Finanzen und Commerce (Mitglied des Vorstands bis 31.03.2019)		Sabine Eckhardt¹⁰ Vorstand Vertrieb & Marketing (Mitglied des Vorstands bis 30.04.2019)		Jan David Frouman¹¹ Vorstand (Mitglied des Vorstands bis 28.02.2019)	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Festvergütung	366,7	1.100,0	—	245,0	—	270,0	—	142,5
Nebenleistungen ¹	3,2	10,3	—	9,5	—	2,7	—	2,1
Summe fixe Vergütung	369,9	1.110,3	—	254,5	—	272,7	—	144,6
Einjährige variable Vergütung	183,3	605,0	—	—	—	—	—	66,7
Mehrjährige variable Vergütung ²								
Group Share Plan (2015–2018) ³	—	221,2	—	—	—	—	—	—
Group Share Plan (2016–2019) ⁴	233,1	—	—	—	—	—	—	—
Summe variable Vergütung	416,4	826,2	—	0,0	—	0,0	—	66,7
Versorgungsaufwand ⁵	189,5	171,2	—	149,6	—	133,1	—	139,1
Gesamtvergütung (DCGK)	975,8	2.107,7	—	404,1	—	405,8	—	350,4

¹ Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Rainer Beaujean sind zusätzlich Leistungen für Heimflüge enthalten. Im Geschäftsjahr 2019 sind bei Max Conze zusätzlich Leistungen für Heimflüge und Umzugskosten und bei Dr. Jan Kemper für Heimflüge und 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 2019 zugeflossen.

³ 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.

⁴ Die Auszahlung für den Group Share Plan 2016 beinhaltet eine Anpassung des Umrechnungsfaktors für die gewährten Performance Share Units (84%) 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 Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Bei Rainer Beaujean handelt es sich für 2019 und bei Wolfgang Link und Christine Scheffler für 2020 aufgrund der unterjährigen Gewährung der Pensionszusage um den nachzuverrechnenden Dienstzeitaufwand (Past Service Costs).

⁶ Wolfgang Link und Christine Scheffler sind mit Wirkung zum 26.03.2020 zum Mitglied des Vorstands bestellt worden, ihre Anstellungsverträge traten mit Wirkung zum 01.04.2020 in Kraft.

⁷ Max Conze ist mit Wirkung zum 26.03.2020 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 31.05.2020. Für das Geschäftsjahr 2020 hat Max Conze als einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) einen zeitanteiligen, erfolgsunabhängigen Betrag in Höhe von 0,5 Mio Euro erhalten. Der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Jahr 2020.

⁸ Conrad Albert ist mit Wirkung zum 30.04.2020 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete ebenfalls mit Wirkung zum 30.04.2020. Für das Geschäftsjahr 2020 hat Conrad Albert als einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) einen zeitanteiligen, erfolgsunabhängigen Betrag in Höhe von 0,2 Mio Euro erhalten, der allerdings erst mit Ablauf des April 2021 zur Zahlung fällig wird. Der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Jahr 2020.

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. 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. 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.

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
Rainer Beaujean	30.06.2022	2.629,9
Wolfgang Link	31.03.2023	1.501,7
Christine Scheffler	31.03.2023	1.201,3
Summe		5.332,9

¹ Für diese Berechnung wurden die folgenden Abzinsungssätze nach IAS 19 verwendet: Rainer Beaujean –0,12%, Wolfgang Link –0,05% und Christine Scheffler –0,05%.

GESAMTBZÜGE DER EHEMALIGEN MITGLIEDER DES VORSTANDS

An ehemalige Mitglieder des Vorstands wurden im Geschäftsjahr 2020 Gesamtbezüge in Höhe von 9,5 Mio Euro (Vorjahr: 9,1 Mio Euro) ausbezahlt. Darin enthalten sind die Auszahlung von 76.900 Performance Share Units aus dem Group Share Plan 2016 in Höhe von 0,8 Mio Euro (Vorjahr: 0,3 Mio Euro) sowie die mit dem Ausscheiden verbundenen Zahlungen für Conrad Albert in Höhe von 3,1 Mio Euro und für Max Conze in Höhe von 3,9 Mio Euro, die mit Beendigungszeitpunkt zum 30. April 2020 bzw. 31. Mai 2020 zahlbar waren bzw. im Falle der vertraglichen Versorgungsbeiträge regulär für die Restlaufzeit fortgewährt und im Falle der Regelungen zum Group Share Plan zurückgestellt wurden. Im Zusammenhang mit dem Ausscheiden wurde mit Max Conze vereinbart, dass seine Versorgungsanswartschaften in Höhe von insgesamt 0,9 Mio Euro abgelöst werden und damit sämtliche Ansprüche aus dem Dienstvertrag abgegolten sind. Sowohl Conrad Albert als auch Max Conze haben in ihren Aufhebungsverträgen vereinbart, dass sie den Dienstwagen bis zum Ablauf des 31. Dezember 2020 weiterhin zu unveränderten Bedingungen auf Kosten der Gesellschaft nutzen können. Für die Dienstwagenbereitstellung belaufen sich die Kosten auf 0,01 Mio Euro. Darüber hinaus wurden an ehemalige Mitglieder des Vorstands Versorgungsleistungen in Höhe von 0,8 Mio Euro (Vorjahr: 1,9 Mio Euro) gezahlt. Die Pensionsrückstellungen für frühere Vorstandsmitglieder betragen zum 31. Dezember 2020 nach IFRS 27,9 Mio Euro (Vorjahr: 26,6 Mio Euro). Die Rückstellungen für Conrad Albert und Max Conze sind in der Tabelle Gesamtvergütung des Vorstands nach DRS 17 enthalten.

PENSIONS-RÜCKSTELLUNGEN

Im Geschäftsjahr 2020 haben sich die Pensionsrückstellungen für aktive und ehemalige Mitglieder des Vorstands nach IFRS um insgesamt 1,5 Mio Euro (Vorjahr: 2,8 Mio Euro) erhöht. Hiervon entfallen 0,7 Mio Euro auf den laufenden Dienstzeitaufwand (Vorjahr: 0,8 Mio Euro), 0,3 Mio Euro auf Zinsaufwendungen (Vorjahr: 0,4 Mio Euro), minus 0,8 Mio Euro auf Pensionszahlungen (Vorjahr: minus 1,9 Mio Euro), minus 0,9 Mio Euro auf Abgeltungen von Versorgungsanswartschaften (Vorjahr: minus 1,0 Mio Euro), 0,8 Mio Euro auf den nachzuerrechnenden Dienstzeitaufwand (Vorjahr: 0,2 Mio Euro), 0,2 Mio Euro auf Auswirkungen der Abgeltungen (Vorjahr: 0,3 Mio Euro) sowie 1,3 Mio Euro auf versicherungsmathematische Verluste (Vorjahr: 4,0 Mio Euro versicherungsmathematische Verluste). Im nachzuerrechnenden Dienstzeitaufwand sind die Versorgungsbeiträge an im Berichtsjahr neu bestellte Vorstandsmitglieder in Höhe von 0,2 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro) und Entgeltumwandlungen in Höhe von 0,5 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro) berücksichtigt. Zum 31. Dezember 2020 beliefen sich die Pensionsrückstellungen für aktive und ehemalige Mitglieder des Vorstands in Summe auf 32,4 Mio Euro (Vorjahr: 30,8 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 mindestens 10 Prozent des Schadens und für alle Versicherungsfälle in einem Versicherungsjahr maximal 150 Prozent der jeweiligen festen jährlichen Vergütung selbst trägt und entspricht damit den Anforderungen des §93 Absatz 2 Satz 3 AktG. 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-Aktien und zum Halten dieser Aktien wollen die Aufsichtsratsmitglieder ihr Interesse an einem langfristigen, nachhaltigen Unternehmenserfolg unterstreichen.

Die Aufsichtsratsmitglieder bezogen für das Geschäftsjahr 2020 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 2020 nicht gewährt. Mitgliedern des Aufsichtsrats wurden vom Unternehmen keine Kredite gewährt.

VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2020 in Tsd Euro

		Fixe Grundvergütung	Vergütung Präsidial- ausschuss	Vergütung Prüfungs- ausschuss	Vergütung Personal- ausschuss	Sitzungsgeld persönliche Teilnahme	Gesamt
Dr. Werner Brandt Vorsitzender	2020	250,0	30,0	0,0	30,0	69,0	379,0
	2019	250,0	30,0	0,0	30,0	66,0	376,0
Dr. Marion Helmes Stellvertretende Vorsitzende	2020	150,0	30,0	7,5	7,5	46,0	241,0
	2019	150,0	30,0	7,5	7,5	42,0	237,0
Lawrence A. Aidem	2020	100,0	7,5	0,0	5,6	32,0	145,1
	2019	100,0	7,5	0,0	0,0	28,0	135,5
Adam Cahan	2020	100,0	0,0	0,0	0,0	24,0	124,0
	2019	100,0	0,0	0,0	0,0	24,0	124,0
Angelika Gifford ¹	2020	3,6	0,0	2,7	2,7	0,0	4,1
	2019	100,0	0,0	7,5	7,5	38,0	153,0
Erik Adrianus Hubertus Huggers	2020	100,0	0,0	0,0	0,0	26,0	126,0
	2019	100,0	0,0	0,0	0,0	24,0	124,0
Marjorie Kaplan	2020	100,0	7,5	0,0	0,0	26,0	133,5
	2019	100,0	4,2	0,0	0,0	26,0	130,2
Dr. Antonella Mei-Pochtler ²	2020	71,6	4,2	4,2	0,0	20,0	100,0
	2019	—	—	—	—	—	—
Ketan Mehta	2020	100,0	7,5	0,0	0,0	28,0	135,5
	2019	100,0	7,5	0,0	0,0	32,0	139,5
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	2020	100,0	0,0	50,0	7,5	46,0	203,5
	2019	100,0	0,0	50,0	7,5	42,0	199,5
Summe	2020	1.075,2	86,7	61,9	50,9	317,0	1.591,7
	2019	1.100,0	79,2	65,0	52,5	322,0	1.618,7

¹ Mitglied des Aufsichtsrats bis 13. Januar 2020.

² Mitglied des Aufsichtsrats seit 13. April 2020.

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN¹

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 Satz 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.1lit. c) ii) SE-VO.

ZUSAMMENSETZUNG DES GEZEICHNETEN KAPITALS

Zum 31. Dezember 2020 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 2020 betrug die Gesamtzahl eigener Aktien der Gesellschaft 6.771.747 Stück; dies entspricht einem Anteil von 2,9 Prozent am Grundkapital. → [Vermögenslage des Konzerns](#)

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 2020 zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§33, 34 WpHG bestehen keine Beteiligungen am Kapital der Gesellschaft, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten.

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 einer oder 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

¹ Dieser Abschnitt ist Bestandteil des geprüften Konzernlageberichts.

SEAG) sowie der Schaffung bedingten Kapitals (§193 Abs.1 Satz 1 und 2 AktG i. V. m. Art. 57 SE-VO, §51 Satz 2 SEAG) oder genehmigten Kapitals (§202 Abs.2 Satz 2 und 3 AktG i. V. m. Art. 57 SE-VO, §51 Satz 2 SEAG) der Fall, wofür jeweils eine Mehrheit von mindestens drei Vierteln der gültig abgegebenen Stimmen erforderlich ist. Der Aufsichtsrat ist berechtigt, Änderungen der Satzung, die nur die Fassung betreffen, zu beschließen (§179 Abs.1 Satz 2 AktG i. V. m. Art. 9 Abs.1 lit. c) ii) SE-VO, §13 der Satzung der Gesellschaft).

BEFUGNISSE DES VORSTANDS, AKTIEN AUSZUGEBEN ODER ZURÜCKZUKAUFEN

Die Hauptversammlung vom 12. Juni 2019 hat die Gesellschaft gemäß §71 Abs.1 Nr. 8 AktG ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 11. Juni 2024 (einschließlich) eigene Aktien der Gesellschaft im Umfang von insgesamt bis zu 10,0 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung zu erwerben und diese, in den in der Ermächtigung näher bezeichneten Fällen auch unter Ausschluss des Bezugsrechts, zu verwenden. Der Erwerb eigener Aktien kann dabei im Umfang von insgesamt bis zu 5,0 Prozent des zum 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 Geschäftsjahr 2020 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 Aktienaussgabe 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 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 2020 ein fälliges Darlehen in Höhe von 2,1 Mrd Euro sowie eine revolvingierende Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro umfasst. Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control“) haben die Kreditgeber das Recht, ihre Beteiligung an dem Kredit zu kündigen und die Rückzahlung der auf sie entfallenden Kreditinanspruchnahmen innerhalb einer bestimmten Frist nach Eintritt des Kontrollwechsels zu verlangen. → [Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur](#)
- Die ProSiebenSat.1 Media SE hatte zum 31. Dezember 2020 eine im April 2021 fällige Anleihe in Höhe von 600 Mio Euro ausstehen. Diese Anleihe hat die Gesellschaft am 11. Dezember 2020 vorzeitig unter den Anleihebedingungen gekündigt und am 15. Januar 2021 zum Nominalwert (zuzüglich bis zu diesem Rückzahlungstag aufgelaufenen Zinsen) vollständig zurückgezahlt. Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE 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“ hätten die Anleihegläubiger ihre Anleihen kündigen und Rückzahlung verlangen können. → [Anhang, Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)
- Zusätzlich hat die ProSiebenSat.1 Media SE drei syndizierte Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro mit Laufzeitbändern von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinst und 50 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinst) begeben. Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen

Dritten („Change of Control“) haben die Darlehensgeber das Recht, ihre Darlehensbeteiligung zu kündigen und Rückzahlung zu verlangen. → [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 KONTROLLWECHSELS MIT DEN MITGLIEDERN DES VORSTANDS ODER ARBEITNEHMERN GETROFFEN SIND

Die Vorstandsdiensverträge sehen eine „Change-of-Control-Klausel“ 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. Das Vorstandsmitglied hat in diesem Fall nach den derzeit geltenden Vorstandsdiensverträgen, die eine Laufzeit bis zum 30. Juni 2022 (Rainer Beaujean) bzw. bis zum 31. März 2023 (Wolfgang Link und Christine Scheffler) haben, bis einschließlich zum 30. September 2021 das Recht, den Vorstandsdiensvertrag mit einer Frist von drei Monaten zu kündigen und sein Amt niederzulegen, sofern es im Zusammenhang mit dem Kontrollwechsel zu einer erheblichen Beeinträchtigung der Stellung des Vorstands kommt. Bei wirksamer Ausübung des Kündigungsrechts erhält das Vorstandsmitglied eine bare Abfindung, welche drei – bei Wolfgang Link und Christine Scheffler jeweils zwei – 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

Die COVID-19-Pandemie wirkt sich weltweit auf die konjunkturelle Entwicklung aus und auch in Deutschland sind die Folgen weitreichend: Milliardenschwere Hilfspakete wurden von Regierungen und Notenbanken verabschiedet, um die noch nicht abschätzbaren Auswirkungen der Pandemie abzufedern. Vor diesem Hintergrund waren 2020 weltweit auch die Kapitalmärkte von starken Auf- und Abschlügen gezeichnet.

Die steigenden Infektionszahlen und damit verbundenen Beschränkungen des öffentlichen und wirtschaftlichen Lebens führten im Frühjahr 2020 zu einem Einbruch des deutschen Aktienmarkts. Allein der DAX verlor im März mehr als ein Drittel seines Wertes gegenüber dem Jahresende 2019. Im weiteren Jahresverlauf erholten sich die Aktienmärkte und der Leitindex DAX lag mit der Ankündigung eines Konjunkturpakets für Deutschland Anfang Juni nur noch drei Prozentpunkte unter dem Schlusskurs des Jahres 2019. Nach einer vergleichsweise stabilen Entwicklung in den Sommermonaten gaben die Kurse angesichts der Sorge um rapide steigende COVID-19-Infektionszahlen jedoch erneut nach; insbesondere die Ankündigung eines „Teil-Lockdowns“ Ende Oktober führte zu sinkenden Kursen am deutschen Aktienmarkt. Im November und Dezember tendierten die Börsenwerte wieder deutlich positiv. Die Zulassung von Impfstoffen gegen das COVID-19-Virus weckt die Hoffnung auf eine Verbesserung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in den kommenden Monaten.

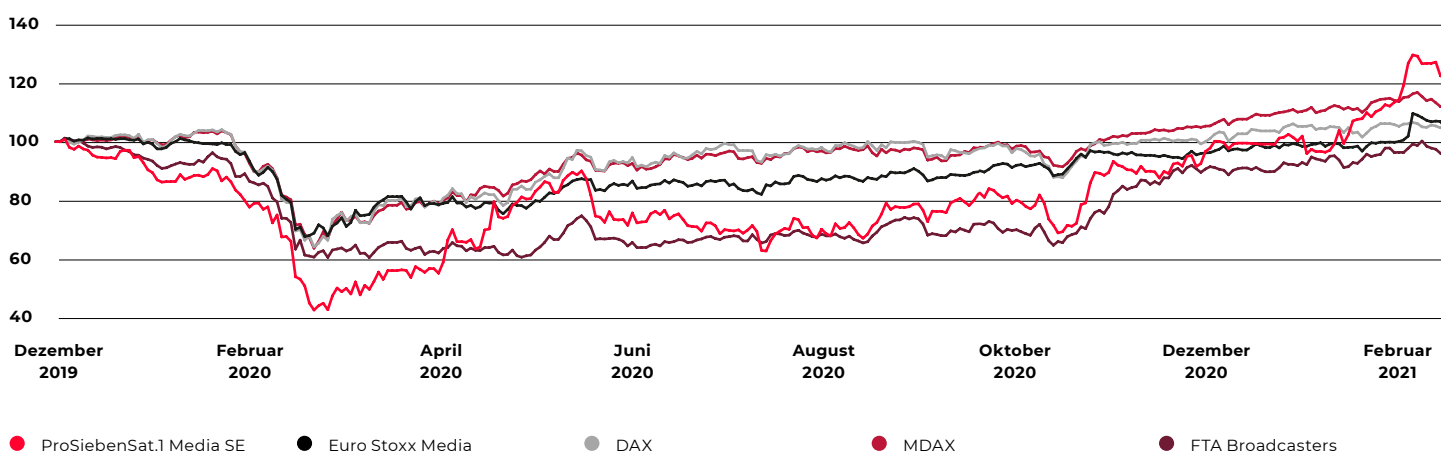
Der DAX beendete das Jahr 2020 mit einem Plus von 3,5 Prozent gegenüber dem Vorjahresende, der MDAX lag sogar um 8,8 Prozent über dem Vorjahresvergleichswert. Der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex EURO STOXX Media,

in dem neben TV-Unternehmen auch andere Medienwerte enthalten sind, lag zum Jahresende hingegen im Minus (-2,3% ggü. 31. Dezember 2019). Vor allem in Spanien, Italien und Frankreich haben sich die Aktienwerte von TV-Unternehmen aufgrund der Pandemie-bedingten Auswirkungen auf die Werbeeinnahmen deutlich unter Vorjahr entwickelt.

Als breit diversifiziertes Medienhaus kam der ProSiebenSat.1-Konzern besser durch die Krise als viele seiner Wettbewerber: Obwohl der Rückgang unserer Werbeeinnahmen in den ersten neun Monaten im Wettbewerbsschnitt lag, ist der Konzernumsatz angesichts der teilweise deutlich positiven Entwicklung in anderen Geschäftsbereichen weniger stark gesunken als bei den meisten Vergleichsunternehmen. Unsere Strategie der Diversifizierung hat sich ausgezahlt. Zugleich hat sich die ProSiebenSat.1 Group mit der Veränderung im Konzernvorstand Ende März 2020 noch synergistischer und fokussierter aufgestellt. Vor diesem Hintergrund legte auch der Aktienkurs von ProSiebenSat.1 im Laufe des zweiten Halbjahres wieder deutlich zu und schloss am letzten Handelstag 2020 mit 13,76 Euro (Vorjahr: 13,91 Euro) annähernd auf Vorjahresniveau. Somit beendete die Aktie das Börsenjahr 2020 insgesamt schwächer als die Vergleichsindizes DAX und MDAX, jedoch deutlich besser als die internationalen Vergleichsunternehmen, deren Aktienkurse mit knapp 13 Prozent unter dem Schlusskurs des Vorjahres lagen.

Seit Ende des Jahres 2020 hat sich der Aktienkurs der ProSiebenSat.1 Media SE bis zum Vorabend der Testaterteilung am 24. Februar 2021 weiter positiv entwickelt und einen Anstieg um 25,5 Prozent auf 17,27 Euro verzeichnet. Damit übertraf unsere Kursperformance die deutschen Indizes DAX und MDAX deutlich, die sich mit 1,9 bzw 3,1 Prozent gegenüber dem Jahresende 2020 ebenfalls positiv, aber schwächer entwickelt

KURSENTWICKLUNG DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE



Basis: Xetra Schlusskurse, Index 100 = Letzter Handelstag 2019; Quelle: Reuters.

KENNZAHLEN ZUR PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE AKTIE IM MEHRJAHRESVERGLEICH

		2020	2019	2018	2017	2016
Grundkapital zum Bilanzstichtag	Euro	233.000.000	233.000.000	233.000.000	233.000.000	233.000.000
Anzahl Aktien zum Bilanzstichtag ¹	Stück	233.000.000	233.000.000	233.000.000	233.000.000	233.000.000
Free-Float-Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende (gemäß Deutsche Börse)	Mio Euro	2.421	2.900	3.734	6.502	8.149
Börsenkurs zum Geschäftsjahresende (XETRA)	Euro	13,76	13,91	15,55	28,71	36,61
Höchster Börsenschlusskurs (XETRA)	Euro	14,04	16,58	32,78	41,51	48,66
Tiefster Börsenschlusskurs (XETRA)	Euro	5,89	10,76	15,16	24,28	31,80
Dividende je dividendenberechtigter Aktie	Euro	-/- ²	0,0 ³	1,19	1,93	1,90
Dividendensumme	Mio Euro	-/- ²	0 ³	269	442	435
Bereinigtes Ergebnis je Aktie	Euro	0,98	1,71	2,36	2,40 ⁴	2,47 ⁴
Bereinigter Konzernjahresüberschuss (Adjusted net income) ⁵	Mio Euro	221	387	541	550	536
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien	Stück	226.147.133	226.088.493	228.702.815	228.854.304	216.755.645
Dividendenrendite auf Basis Börsenschlusskurs	Prozent	-/- ²	0,0 ³	7,7	6,7	5,2
Handelsvolumen XETRA insgesamt	Mio Stück	462,3	377,8	357,4	348,0	231,2

¹ Inklusiv eigener Aktien.

² Dividendenvorschlag siehe Unternehmensausblick.

³ Die Aktionäre der ProSiebenSat.1 Media SE haben auf der Hauptversammlung am 10. Juni 2020 dem Vorschlag des Vorstands und Aufsichtsrats zugestimmt, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2019 in voller Höhe auf neue Rechnung vorzutragen. Diese Maßnahme war Teil eines stringenten Finanzmanagements in einem COVID-19-geprägten Umfeld. Dadurch hat sich der Konzern eine zusätzliche Liquidität von 192 Mio Euro gesichert, die ursprünglich für die Dividendenausschüttung vorgesehen war.

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

haben. Auch die Kursentwicklung der internationalen Vergleichsunternehmen lag mit 12,3 Prozent unter dem Anstieg der ProSiebenSat.1-Aktie.

Zur guten Entwicklung der ProSiebenSat.1-Aktie hat die Ad-hoc-Mitteilung vom 21. Januar 2021 beigetragen: Nach einem starken vierten Quartal 2020 hat der Konzern mit selbiger den Kapitalmarkt darüber informiert, dass er die zuletzt veröffentlichte Umsatz- und Ergebniserwartung deutlich übertroffen hat. Als Reaktion auf die positiven Geschäftszahlen haben die meisten Analysten ihr Kursziel angehoben und ihr Vertrauen in die Aktie bestärkt. So lag das durchschnittliche Kursziel (Median) am 24. Februar 2021, dem Vorabend der Testaterteilung, bei 16,25 Euro. Zudem gab der erfolgreiche IPO Börsengang von Bumble, einer US-amerikanischen Dating-Plattform, der Aktie einen positiven Impuls; auch die ProSiebenSat.1 Group plant, ihr Dating-Segment an die Börse zu bringen.

Zum Jahresende 2020 lag der Wert noch bei 14,00 Euro. Dabei haben 63 Prozent der Analysten die Aktie zum Kauf empfohlen, 26 Prozent sprachen sich dafür aus, sie zu halten und 11 Prozent gaben eine Verkaufsempfehlung. Insgesamt haben am Ende des Berichtsjahres 19 Brokerhäuser und Finanzinstitute die Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE aktiv bewertet und Research-Berichte veröffentlicht.

AKTIONÄRSSTRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE werden größtenteils von institutionellen Investoren aus den USA und Europa gehalten. Größter Einzelaktionär ist zum 31. Dezember 2020 die Czech Media Invest, a.s., Prag, Tschechische Republik („CMI“), die

gemäß Stimmrechtsmitteilung vom 9. Juni 2020 über ihr Investmentunternehmen RUBY Equity Investment S.à r.l., Luxemburg, Luxemburg („RUBY“) 9,8 Prozent der Aktien hält. Mediaset S.p.A., Mailand, Italien und Mediaset España Comunicación, S.A., Madrid, Spanien halten zusammen Anteile, die sich ausweislich der Stimmrechtsmitteilung vom 15. Juni 2020 zu 8,9 Prozent aus Aktien mit Stimmrechten und zu 15,2 Prozent aus Instrumenten i.S. des §38 Abs. 1 Nr. 1 und Nr. 2 WpHG zusammensetzen. Ein weiterer großer Investor war zum 31. Dezember 2020 – gemäß Stimmrechtsmitteilung vom 22. Juni 2020 – Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P., New York City, USA („KKR“) mit einem Anteil an Stimmrechten von 6,6 Prozent.

Insgesamt waren zum 31. Dezember 2020 78,3 Prozent der Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE im Streubesitz (31. Dezember 2019: 89,7%), darin enthalten sind 24,7 Prozent, die im Besitz von Privataktionären waren (31. Dezember 2019: 24,0%). 9,8 Prozent wurden von CMI und 8,9 Prozent von Mediaset gehalten. Die restlichen 2,9 Prozent waren im eigenen Bestand (31. Dezember 2019: 2,9%).

Gemäß Stimmrechtsmitteilung vom 14. Januar 2021 hält KKR noch 0,3 Prozent Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE, der Finanzinvestor hat am 12. Januar 2021 11 Mio Aktien veräußert. Mediaset hat seine Beteiligung hingegen durch die Ausübung von Instrumenten aufgestockt. So hat der Konzern zusätzlich 3,4 Prozent erworben und hält damit insgesamt 12,4 Prozent an Aktien mit Stimmrechten und 11,2 Prozent an Stimmrechten aus Instrumenten, wie aus einer Stimmrechtsmitteilung vom 21. Januar 2021 hervorgeht. CMI hat seinen Anteil gemäß Stimmrechtsmitteilungen vom 29. Januar 2021 und 17. Februar 2021 um insgesamt 5,0 Prozent reduziert und hält nunmehr einen Anteil von 4,8 Prozent. Zum 24. Februar 2021, dem Vorabend

der Testaterteilung hat sich der Streubesitz demzufolge auf 79,9 Prozent erhöht.

HAUPTVERSAMMLUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2019

Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2019 fand am 10. Juni 2020 als virtuelle Veranstaltung statt. Die Austragung ohne physische Präsenz der Aktionäre oder ihrer Bevollmächtigten erfolgte in Übereinstimmung mit dem vom deutschen Gesetzgeber verabschiedeten COVID-19-Gesetz¹.

Der Konzern hat den öffentlichen Teil der Hauptversammlung als Livestream auf der Website des Unternehmens übertragen. Dabei stellten sich Vorstand und Aufsichtsrat – wie auch in der Vergangenheit – den Fragen der Aktionäre. Die Aussprache selbst erfolgte über das Online-Aktionärsportal, bei dem sich die Aktionäre anmelden konnten. Im Vorfeld der Hauptversammlung haben die Aktionäre insgesamt 115 Fragen eingereicht, die zum Teil aus mehreren Einzelfragen bestanden.

Alle zustimmungspflichtigen Beschlussvorschläge wurden mit deutlicher Mehrheit angenommen: Die Aktionäre stimmten dem Vorschlag des Vorstands und Aufsichtsrats zu, den Bilanzgewinn in voller Höhe auf neue Rechnung vorzutragen und somit für das Geschäftsjahr 2019 keine Dividende auszuschütten. Diese Maßnahme sicherte dem Konzern in einem COVID-19-bedingt unsicheren Umfeld eine zusätzliche Liquidität in Höhe von 192 Mio Euro, die ursprünglich für die Dividendenausschüttung vorgesehen waren. Der Konzern bestätigte gleichzeitig seine bisherige Dividendenpolitik. Generelles Ziel ist eine Ausschüttungsquote von 50 Prozent des bereinigten Konzernjahresüberschusses (adjusted net income) der Gruppe. In einem weiteren Tagesordnungspunkt hat die Hauptversammlung Dr. Antonella Mei-Pochtler mit deutlicher Mehrheit als neues Aufsichtsratsmitglied gewählt. Antonella Mei-Pochtler ist selbstständige Unternehmerin sowie Senior Advisor der Boston Consulting Group und Sonderberaterin des Österreichischen Bundeskanzlers. Sie wurde bereits mit Wirkung zum 13. April 2020 gerichtlich als Mitglied des Aufsichtsrats bestellt und tritt damit die Nachfolge von Angelika Gifford an, die ihr Amt zum 13. Januar 2020 niedergelegt hatte. Darüber hinaus hat die Hauptversammlung die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2019 mit deutlicher Mehrheit entlastet.

KAPITALMARKTKOMMUNIKATION

Auch 2020 haben wir Investoren, Analysten sowie Privataktionäre in zahlreichen Terminen u.a. im Rahmen von Roadshows und Konferenzen umfassend über die wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens informiert. Bedingt durch die COVID-19-Pandemie erfolgte der Dialog ab März 2020 vorwiegend in virtueller Form. Schwerpunkte der Gespräche waren – neben dem Geschäftsverlauf von ProSiebenSat.1 und die Auswirkungen der Pandemie – die Portfolioveränderungen des

Konzerns. Zudem rückten ESG-Themen (Environment, Social, Governance) verstärkt in den Fokus der Investoren.

Alle relevanten Unternehmensinformationen werden auf der Homepage www.ProSiebenSat1.com zeitnah und gegebenenfalls auch ad hoc in deutscher und englischer Sprache publiziert. Zusätzlich stellt der Konzern den Kapitalmarktteilnehmern Audio-Aufzeichnungen anlässlich der Quartalsberichterstattung zur Verfügung; diese sind abrufbar unter → <https://www.prosiebensat1.com/investor-relations/publikationen/ergebnisse>.

ESG-RATINGS

Wir sind uns unserer unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und sehen sie als ganzheitliche Herausforderung. Denn Erfolg bedeutet für die ProSiebenSat.1 Group nicht nur, die wirtschaftlichen Ergebnisse des Konzerns langfristig zu steigern. Erfolg heißt für uns auch, die Nachhaltigkeitsleistung und die nichtfinanziellen Leistungsindikatoren des Konzerns konsequent weiterzuentwickeln. Dabei haben wir als Medienkonzern eine besondere Verantwortung: Wir wollen eine weltoffene und demokratische Gesellschaft darstellen und vor allem über unsere Programme befördern.

Die Aktie der ProSiebenSat.1 Media SE ist seit März 2020 Bestandteil des DAX® 50 ESG: Der Index bildet die Kursentwicklung der 50 größten und liquidesten Aktien auf dem deutschen Markt ab, die als besonders nachhaltig bewertet sind. Dabei werden die Aktienwerte nach standardisierten ESG-Kriterien gemäß dem Global Standards Screening beurteilt. Die nichtfinanzielle Leistung von ProSiebenSat.1 in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (Environmental, Social, Governance) wird zudem von verschiedenen Rating-Agenturen analysiert. Im Jahr 2020 wurden wir unter anderem im Rahmen der ESG-Ratings von ISS, MSCI und Sustainalytics bewertet.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, die Nachhaltigkeitsstrategie des Konzerns weiterzuentwickeln, die nichtfinanziellen Kennzahlen zu verbessern und die Transparenz gegenüber unseren Interessensgruppen zu erhöhen. Vor diesem Hintergrund hat der Aufsichtsrat die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft beauftragt, den zusammengefassten gesonderten nichtfinanziellen Bericht (NFB) inhaltlich zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit (Reasonable Assurance) bezüglich der gemäß §§ 315b, 315c i. V. m. 289b bis 289e HGB gesetzlich geforderten Angaben zu prüfen. → [Nachhaltigkeit](#)

¹ Gesetz über Maßnahmen im Gesellschafts-, Genossenschafts-, Vereins-, Stiftungs- und Wohnungseigentumsrechts zur Bekämpfung der Auswirkungen der COVID-19-Pandemie vom 27. März 2020.

KONZERN LAGEBERICHT

50	Vergütungsbericht ¹		
68	Übernahmerechtliche Angaben ¹		
75	UNSER KONZERN: GRUNDLAGEN		
75	Gesamtaussage aus Sicht der Unternehmensleitung: Unser Konzern		
75	Organisation und Konzernstruktur		
79	Strategie und Steuerungssystem		
84	WIRTSCHAFTSBERICHT: DAS FINANZJAHR 2020	105	RISIKO- UND CHANCENBERICHT
84	Gesamtaussage aus Sicht der Unternehmensleitung: Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf	105	Gesamtaussage aus Sicht der Unternehmensleitung: Risiko- und Chancenlage
84	Rahmenbedingungen des Konzerns	105	Risikobericht
90	Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf	113	Chancenbericht
92	Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis	116	PROGNOSEBERICHT
94	Ertragslage des Konzerns	116	Gesamtaussage aus Sicht der Unternehmensleitung: Prognose 2021
99	Vermögenslage des Konzerns	116	Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen
101	Finanz- und Liquiditätslage des Konzerns	118	Unternehmensausblick

¹ Dieser Abschnitt ist Bestandteil des geprüften Konzernlageberichts. Er befindet sich in diesem Geschäftsbericht im Abschnitt „An unsere Aktionäre“.

GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: UNSER KONZERN

2020 war global ein Ausnahmejahr. Trotz COVID-19-Pandemie haben wir bei ProSiebenSat.1 jedoch wichtige Weichen für unsere Zukunft gestellt: Wir haben uns darauf fokussiert, unsere Strategie in allen Segmenten konsequent fortzuführen und ProSiebenSat.1 noch synergetischer und kosteneffizienter aufzustellen. Wir konzentrieren uns dabei einerseits auf profitables Wachstum und andererseits auf die mittelfristige Verbesserung unseres P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) auf über 15 Prozent. Mit dem Start der Dachmarke Seven.One Entertainment Group sowie der Bildung unserer ParshipMeet Group treiben wir zudem den Umbau des Konzerns voran: Während uns das Dating-Geschäft in der Diversifizierung klar unterstützt, fokussieren wir uns im Entertainment-Bereich auf unsere Kernkompetenzen. Im Commerce & Ventures-Segment bündeln wir unsere Investmentbereiche und bauen gleichzeitig über unsere Media-Reichweite Digitalunternehmen zu führenden Consumer-Marken auf. Dazu zählt auch ein gruppenweites aktives Portfoliomanagement, zu dem wertschaffende Akquisitionen ebenso gehören wie die Option, uns von Unternehmen zu trennen, die nicht mehr auf unsere Konzernstrategie einzahlen.

ORGANISATION UND KONZERNSTRUKTUR

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND SEGMENTE

Unternehmensprofil und Geschäftstätigkeit

Die ProSiebenSat.1 Group ist eines der diversifiziertesten Medienhäuser Europas. Mit unseren 15 Free- und Pay-TV-Sendern in Deutschland, Österreich und der Schweiz adressieren wir unterschiedliche Zielgruppen und erreichen in unserem Kernmarkt Deutschland monatlich über 60 Mio Menschen. Auch digital verfügen wir über ein reichweitenstarkes und komplementäres Portfolio, vor allem über die werbefinanzierten Sender-Webseiten sprechen wir monatlich rund 33 Mio Unique User im deutschen Markt an.

Dabei ist ProSiebenSat.1 schon seit langem kein reines Medienhaus mehr. Wir nutzen unsere Millionen-Reichweite und Expertise im Entertainment-Geschäft, um auch in anderen Branchen führende Marken aufzubauen und digitale Umsatzmärkte zu erschließen.

Unser Geschäft basierte zum Abschluss des Jahres 2020 auf vier Segmenten: der Seven.One Entertainment Group, unserer internationalen Programmproduktions- und Vertriebstochter Red Arrow Studios sowie einem großen Commerce-Portfolio unter dem Dach der NuCom Group. Die NuCom Group ist aktiv in den Bereichen Verbraucherberatung, Erlebnisse sowie Beauty & Lifestyle und fokussiert damit Marken, die in besonderem Maße von Bewegtbild-Werbung profitieren. Mit der ParshipMeet Group haben wir 2020 ein weiteres Segment

etabliert. Die ParshipMeet Group ist ein weltweit führender Anbieter im Dating-Markt und unterstreicht unsere Position als Wachstumspartner für digitale Unternehmen.

Hinter ProSiebenSat.1 stehen rund 7.100 Mitarbeiter, die mit großem Engagement die Diversifikation und digitale Transformation der gesamten Gruppe vorantreiben. Die ProSiebenSat.1 Media SE mit Hauptsitz in München-Unterföhring ist börsennotiert.

Segmente und Markenportfolio

Das Segment Seven.One Entertainment Group bildet die Basis unseres Unternehmens. Gleichzeitig intensivierte die ProSiebenSat.1 Group im Geschäftsjahr 2020 den Austausch mit den Segmenten ParshipMeet Group, NuCom Group und Red Arrow Studios. → [Strategie und Steuerungssystem](#) → [Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis](#)

Seven.One Entertainment Group. Die Seven.One Entertainment Group umfasst unsere Free-TV-Sender und digitalen Plattformen sowie deren Vermarktung und Verbreitung in Deutschland, Österreich und der Schweiz. In Deutschland ist die Senderfamilie um SAT.1, ProSieben, Kabel Eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX und Kabel Eins Doku sowohl im Zuschauer- als auch im TV-Werbemarkt führend. Gleichzeitig stärkt der Konzern die Reichweite seines Digital-Portfolios und baut sein Angebot an Nutzungsmöglichkeiten immer weiter aus – etwa

über die Sender-Webseiten oder die Streaming-Plattform Joyn GmbH („Joyn“). Ziel ist es, unterschiedliche Zuschauergruppen zu erreichen und Menschen unabhängig von Zeit, Ort oder Endgerät mit passenden Bewegtbildangeboten zu versorgen.

→ [Strategie und Steuerungssystem](#)

Auch in der Vermarktung treibt der Konzern Innovationen voran. In diesem Kontext investiert ProSiebenSat.1 etwa in die Bereiche AdTech und Data, um Zielgruppen immer passgenauer zu erreichen. Der Konzern entwickelt kontinuierlich neue Werbeformen und konzipiert Kampagnen, die ausgehend vom Leitmedium TV verschiedene Plattformen und Kommunikationswege einbeziehen. Ein Beispiel aus dem Jahr 2020 ist die Erfolgsshow „The Masked Singer“. Hier haben wir umfassende 360-Grad-Kampagnen vom TV-Format über unsere Digital-Angebote wie die ProSieben-App bis hin zum Merchandising im Handel umgesetzt. → [Forschung und Entwicklung](#) → [Chancenbericht](#)

Von diesem Medienmix profitiert ProSiebenSat.1 im Werbe- wie auch im Zuschauermarkt: Durch eine multimediale Ansprache bieten wir unseren Werbekunden ein crossmediales Vermarktungsportfolio, sichern die Relevanz von TV-Inhalten auch bei jungen Zielgruppen und stärken die Zuschauerbindung. Dabei begleitet der Konzern mit den Tochterunternehmen Seven.One Media GmbH („Seven.One Media“) und Seven.One AdFactory GmbH („Seven.One AdFactory“) Werbekunden und Agenturen von der Ideenfindung über die Konzeption bis zur Umsetzung.

ParshipMeet Group: In den vergangenen Jahren hat ProSiebenSat.1 mit der Parship Group einen profitabel wachsenden Plattformbetreiber im Bereich Online-Matchmaking etabliert, der neben Parship in den deutschsprachigen Ländern und Benelux auch ElitePartner betreibt sowie mit eharmony in den USA präsent ist. Die The Meet Group ergänzt dieses Portfolio seit September 2020 synergetisch, sowohl inhaltlich als auch geographisch. Zur The Meet Group gehören US-amerikanische

Marken wie MeetMe und Tagged sowie im deutschsprachigen Raum Lovoo. → [Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis](#)

Mit dem Zusammenschluss zur ParshipMeet Group ist ein führender internationaler Player entstanden, der das gesamte Spektrum des Dating-Geschäfts abdeckt: vom Social-Dating via Video über Social-Entertainment bis hin zu Online-Matchmaking basierend auf wissenschaftlich fundierten Verfahren. Diese breite Aufstellung hebt die ParshipMeet Group von ihren Wettbewerbern ab. Gleichzeitig ist das Umsatzmodell sehr diversifiziert und umfasst sowohl lang- und kurzfristige Abonnement-Modelle als auch zusätzliche Monetarisierungsoptionen wie In-App-Käufe und Werbung.

NuCom Group: In der NCG – NUCOM GROUP SE („NuCom Group“) bündelt die ProSiebenSat.1 Group ihr Commerce-Geschäft in Partnerschaft mit der General Atlantic PD GmbH („General Atlantic“). Das Portfolio der NuCom Group besteht überwiegend aus digitalen Handelsplattformen, die von TV-Werbung profitieren, und gliedert sich in die drei Bereiche Verbraucherberatung/Consumer advice (u.a. Verivox), Erlebnisse/Experiences (Jochen Schweizer mydays Group) sowie Beauty & Lifestyle (u.a. Flaconi). Die NuCom Group leistet einen wichtigen Beitrag zum Ausbau der digitalen Erlösquellen, profitiert von den Synergien mit dem Entertainment-Geschäft und stärkt zugleich die Unabhängigkeit des Konzerns vom TV-Werbemarkt. So agiert der Konzern als Wachstumsinvestor für junge Digitalunternehmen.

Red Arrow Studios: Das internationale Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft von ProSiebenSat.1 wird unter der Dachmarke Red Arrow Studios GmbH („Red Arrow Studios“) zusammengefasst. Dazu zählen internationale Produktionsgesellschaften, darunter die deutschsprachige Redseven Entertainment GmbH („Redseven Entertainment“), die globalen Film- und TV-Vertriebshäuser Red Arrow Studios

SEGMENTE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP IM GESCHÄFTSJAHR 2020



SEVEN.ONE ENTERTAINMENT GROUP

Die Seven.One Entertainment Group umfasst unsere Free-TV-Sender, die digitalen Plattformen sowie deren Vermarktung und Verbreitung.



RED ARROW STUDIOS

Die Red Arrow Studios vereinen das internationale Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft sowie das lokale Produktionsgeschäft und unser Digital-Studio.



NUCOM GROUP

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



PARSHIPMEET GROUP

In der ParshipMeet Group vereinen wir sämtliche Marken unserer Dating-Sparte. Von Online-Matchmaking bis zu Social-Entertainment umfasst die Säule alle Bereiche des Datings.

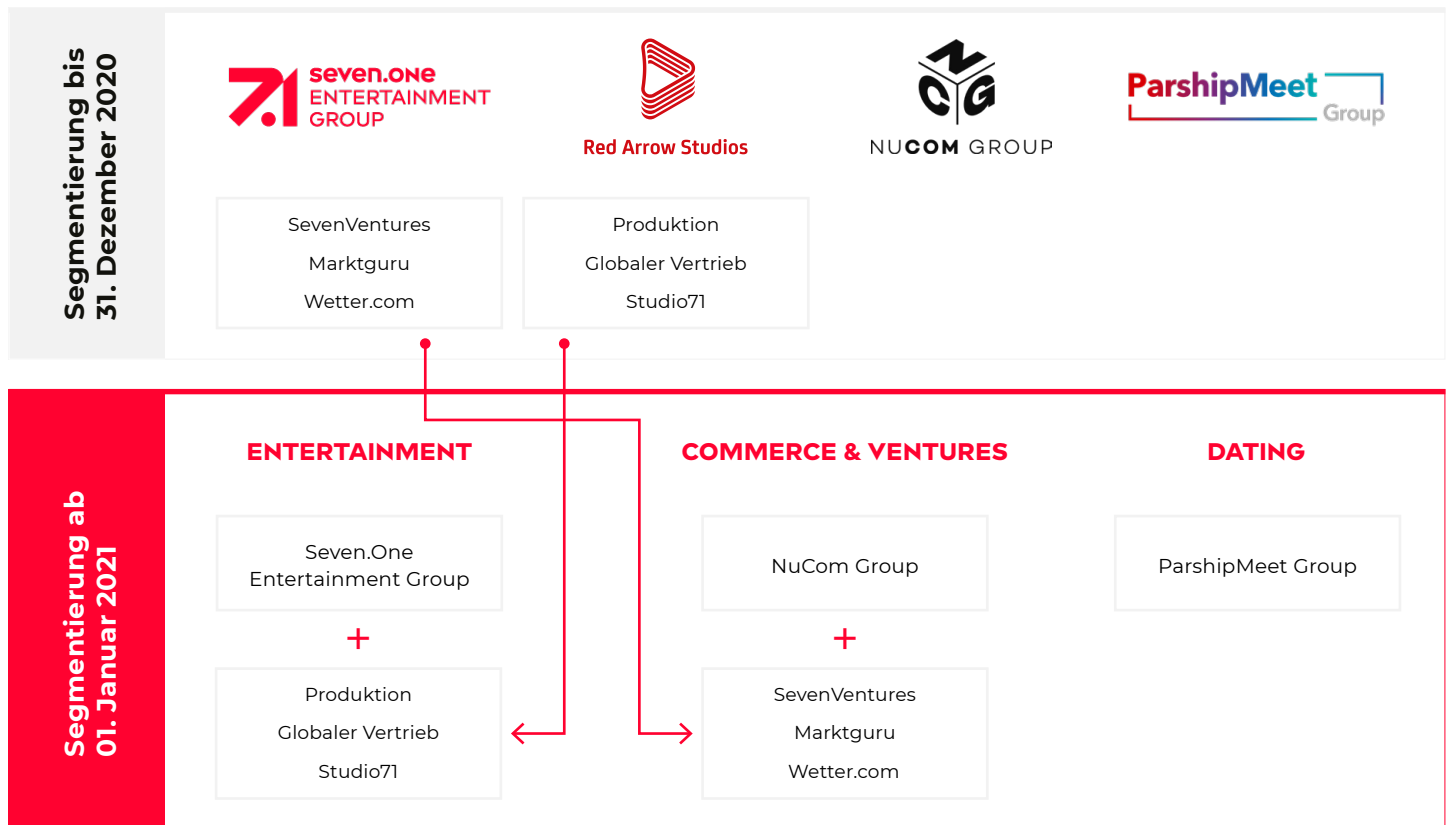
International und Gravitas Ventures sowie das Digital-Studio Studio71. Mit Redseven Entertainment und Studio71 fokussiert sich Red Arrow Studios zudem verstärkt auf das deutsche Produktionsgeschäft und intensiviert so den Austausch mit dem Entertainment-Geschäft. → [Strategie und Steuerungssystem](#)

Das Programmangebot der Red Arrow Studios reicht von Unterhaltungs-, Reality- und Factual-Formaten über TV-Serien und Fernsehfilme bis hin zu digitalen Inhalten und deckt damit alle wichtigen Genres ab. Formate wie „The Taste“, „Hochzeit auf den ersten Blick“ oder „Germany’s next Topmodel“ werden in Deutschland von Redseven Entertainment produziert und tragen wesentlich zur Markenprofilierung der ProSiebenSat.1-Senderfamilie bei.

i Seit 1. Januar 2021 berichtet die ProSiebenSat.1 Group in den drei Segmenten Entertainment, Dating sowie Commerce & Ventures und setzt damit die konsequente Strukturierung des Konzerns nach Synergien und Wertschaffung fort. In diesem Zusammenhang wird das Produktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios sowie das Digital-Studio Studio71 im

Segment Entertainment (vormals: Seven.One Entertainment Group) integriert. Damit trägt ProSiebenSat.1 der strategischen Nähe der beiden Geschäfte Rechnung, da sich die Red Arrow Studios insbesondere darauf fokussieren, vermehrt Inhalte für die Entertainment-Plattformen des Konzerns zu produzieren. Nachdem damit im Segment Entertainment die Kernkompetenzen sowie die komplette Wertschöpfungskette des Entertainment-Geschäfts abgebildet sind, werden nun Entertainment-fernere Geschäftsmodelle wie der Investitionsarm SevenVentures im neuen Segment Commerce & Ventures berichtet. Auch die Unternehmen der NuCom Group zählen zu diesem neu formierten Segment. Auf diese Weise werden dort die Minderheits- und Mehrheitsinvestitionsbereiche des Konzerns gebündelt, die ProSiebenSat.1 insbesondere über Medialeistung und -unterstützung aufbaut und die so zur Wachstumsstrategie des Konzerns beitragen. Gleichzeitig können damit Synergien und daraus resultierende Wertschaffung zwischen den beiden Segmenten hervorgehoben werden. Das Segment Dating (vormals: ParshipMeet Group) bleibt im Vergleich zum Jahresende 2020 unverändert.

NEUSEGMENTIERUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP AB 01. JANUAR 2021



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 Seven.One Entertainment Group (vormals: ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH). Unter ihrem Dach sind die Free-TV-Sender der ProSiebenSat.1 Group sowie die Pay-TV-Kanäle („Seven.One Pay TV“) und digitalen Angebote (z. B. Joyn) gebündelt. Auch an den Vermarktungsunternehmen Seven.One Media und Seven.One 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. → [Geschäftstätigkeit und Segmente](#) → [Strategie und Ziele](#) → [Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis](#)

- i** Eine detaillierte Übersicht der Beteiligungsverhältnisse der ProSiebenSat.1 Group befindet sich im Abschnitt → [Anhang, Ziffer 40 „Aufstellung des Anteilsbesitzes der ProSiebenSat.1 Group gemäß §313 Abs.2 HGB“](#).
- i** Die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§289f, 315d HGB ist im Geschäftsbericht sowie auf der Homepage der Gesellschaft veröffentlicht.

STRATEGIE UND STEUERUNGSSYSTEM

STRATEGIE UND ZIELE

Die Digitalisierung hat den Mediensektor rasant verändert: Fernsehinhalte können unabhängig von Zeit, Ort und Gerät abgerufen werden, wodurch auch die Mediennutzung und der Medienkonsum immer digitaler werden. Zugleich profitiert die TV-Vermarktung von Technologien wie „Hybrid Broadcast Broadband TV“ (HbbTV), die es ermöglichen, TV-Werbung auf internetfähigen Geräten in Echtzeit auszusteuern und Zielgruppen passgenau anzusprechen. Darüber hinaus beschleunigt sich der digitale Wandel auch in vielen Consumer-Märkten, in denen die ProSiebenSat.1 Group aktiv ist und die Nutzung von Online-Angeboten vorantreibt. Diese Entwicklung wurde 2020 nicht zuletzt durch die COVID-19-Pandemie verstärkt. Dies gilt auch für den Einsatz von Online-Videos in Entertainment-fremden Branchen wie Dating, der durch die zunehmende Digitalisierung weiter an Bedeutung gewinnt und uns zusätzliches Vernetzungspotenzial eröffnet. → [Geschäftstätigkeit und Segmente](#)

Für die ProSiebenSat.1 Group ergeben sich vielfältige Chancen aus den sich verändernden Marktumfeldern. Wir nutzen diese konsequent in allen Geschäftsbereichen, um nachhaltig zu wachsen und unser hohes Synergiepotenzial zu heben. Mit dem Start der Dachmarke Seven.One Entertainment Group sowie der Bildung unserer ParshipMeet Group treiben wir den Umbau des Konzerns voran. Während uns das Dating-Geschäft in der Diversifizierung klar unterstützt, fokussieren wir uns im Entertainment-Bereich auf unsere Kernkompetenzen: Wir treiben lokale Inhalte und digitale Innovationen voran, bauen unsere Reichweite aus und monetarisieren sie stärker. Im Commerce & Ventures-Bereich bündeln wir unsere Investmentbereiche und bauen gleichzeitig über unsere Media-Reichweite Digitalunternehmen zu führenden Consumer-Marken auf. Dazu zählt auch ein gruppenweites aktives Portfoliomanagement, zu dem wertschaffende Akquisitionen ebenso gehören wie die Option, uns von Unternehmen zu trennen, die nicht mehr auf unsere Konzernstrategie einzahlen. Insgesamt fokussieren wir uns auf noch mehr Synergien innerhalb der Gruppe. Dabei strebt der Konzern an, mit einer klaren Ergebnisorientierung in allen drei Segmenten profitabel zu wachsen und mittelfristig unseren P7S1 ROCE (Return on Capital Employed)-Zielwert auf über 15 Prozent zu verbessern. → [Unternehmensausblick](#)

Um Profitabilität, Diversifizierung und Synergien unseres Unternehmens zu beschleunigen, stellt sich ProSiebenSat.1 seit Januar 2021 in den drei Segmenten Entertainment, Dating sowie Commerce & Ventures auf:

Das Segment **Entertainment** konzentriert sich mit der Seven.One Entertainment Group auf die Kernmärkte Deutschland, Österreich und die Schweiz. Das plattformunabhängige Entertainment-Segment vereint die Sendermarken des Konzerns mit dem Content-, Distributions- und Vermarktungsgeschäft. Mit dieser Aufstellung können wir uns noch stärker auf die Produktion von lokalen, relevanten und Live-Inhalten sowie deren digitale Verbreitung und Monetarisierung fokussieren. Für die Produktion eigener Inhalte ist das Produktionsgeschäft von

Red Arrow Studios und Studio71 besonders wichtig; beide Bereiche sind nun auch in diesem Segment integriert. Gleichzeitig spielt die digitale Erweiterung unserer TV-Inhalte eine wesentliche strategische Rolle. Unterstützt durch den Megatrend werbefinanziertes Video-on-Demand bieten zusätzliche Distributionswege eine höhere Gesamtreichweite unserer Angebote und damit auch zusätzliche Möglichkeiten der Monetarisierung. Damit schaffen wir ein profitables Entertainment-Geschäft und die Grundlage für Wachstum in unseren anderen Geschäftsbereichen. So treiben wir aus eigener Kraft unsere Diversifizierung voran. Dies bedeutet insbesondere, dass wir über die Stärke unseres Unterhaltungsgeschäfts und unsere hohe Werbereichweite führende verbraucherorientierte Digital-Plattformen auf- und ausbauen und dieses Portfolio mit Zu- und Verkäufen aktiv und wertschaffend weiterentwickeln.

→ [Geschäftstätigkeit und Segmente](#) → [Chancenbericht](#)

Auf diese Weise ist auch die ParshipMeet Group entstanden, die das Segment **Dating** bildet. Nach dem Aufbau eines vorwiegend deutschsprachigen Portfolios rund um das Online-Matchmaking-Geschäft und der Steigerung der Markenbekanntheit durch den Einsatz von TV-Werbung folgten wertsteigernde Akquisitionen mit einem Schwerpunkt in den USA. So haben wir einen führenden globalen Player im Dating-Segment geschaffen, dessen Angebote von Online-Matchmaking über Dating bis hin zu Social-Entertainment reichen. Die ParshipMeet Group agiert in einem attraktiven Marktumfeld, verfügt über diversifizierte Erlöse aus Abonnementmodellen und Werbung und spricht eine breite Zielgruppe in einem großen geografischen Raum an. Darüber hinaus erwartet ProSiebenSat.1 nicht nur Synergiepotenzial innerhalb der ParshipMeet Group, sondern arbeitet auch an einem Austausch mit dem Entertainment-Geschäft, der besonders durch den Trend zu Video-Angeboten im Dating-Geschäft getrieben wird. Das Segment soll entsprechend das künftige Wachstum des Konzerns deutlich unterstützen. ProSiebenSat.1 wird deshalb auch bei dem für das Jahr 2022 geplanten Teil-Börsengang der ParshipMeet Group weiterhin die Mehrheit am Unternehmen halten.

In unserem dritten Segment **Commerce & Ventures** bündeln wir die Wachstumsgeschäfte der ProSiebenSat.1 Group, die wir über Medialeistung aufbauen und fördern. Am Anfang unserer Wertschöpfungskette steht hier unser Investitionsarm SevenVentures, zu dem auch der ProSiebenSat.1 Accelerator gehört. Über ihn unterstützen wir mit unserer TV-Reichweite junge Unternehmen durch Media-for-Revenue- oder Media-for-Equity-Geschäfte dabei, ihre Markenbekanntheit in kürzester Zeit zu erhöhen. Neben diesen so entstehenden Minderheitsbeteiligungen entwickeln wir zudem Mehrheitsbeteiligungen in der NuCom Group zu führenden Digital-Unternehmen in verbraucherorientierten Märkten. Dabei ist unsere Maxime: Sowie ein Unternehmen die ersten Wachstumsphasen abgeschlossen hat und nächste Entwicklungsschritte anstehen, prüfen wir, ob ProSiebenSat.1 hierfür immer noch der beste Eigentümer ist. Sollte ein Geschäft keine starke Nähe mehr zu TV-Werbung haben bzw. Wachstumsperspektiven mit einem anderen Eigentümer besser umgesetzt werden können, können wir

diese gut entwickelten Commerce-Marken an einen geeigneten Eigentümer verkaufen. ProSiebenSat.1 konzentriert sich im Sinne einer fokussierten Konzernaufstellung auf Investments, die starke Synergien zum Entertainment-Geschäft haben. Entscheidend bei dieser Strategie ist, dass jeder Teil des Konzerns zur Wertsteigerung der gesamten Gruppe beiträgt und die Geschäfte aufeinander einzahlen.

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 2020

BEDEUTSAMSTE NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Segment Seven.One Entertainment Group
– Zuschauermarktanteile

BEDEUTSAMSTE FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Konzern

- Umsatzerlöse
- Adjusted EBITDA
- Adjusted net income
- P7S1 ROCE
- Verschuldungsgrad
- Free Cashflow vor M&A

Segmente

- Externe Umsatzerlöse
- Adjusted EBITDA

Bedeutsamste 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: Sie sagen aus, wie viele potenzielle Kunden eine Sendung erreicht. Dabei rücken

die Zuschauermarktanteile in der Access und Prime Time verstärkt in den Fokus, da insbesondere die Prime Time von 20:15 Uhr bis 23 Uhr die Hauptwerbezeit darstellt. → [Entwicklung relevanter Marktumfelder der ProSiebenSat.1 Group](#)

Die 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. Ein Beispiel hierfür sind die gemessenen Daten aus HbbTV. → [Chancenbericht](#)

Bedeutsamste finanzielle Leistungsindikatoren: Die zentralen Kennzahlen zur Profitabilitätssteuerung sind die Umsatzerlöse, das adjusted EBITDA, das adjusted net income sowie der P7S1 ROCE (Return on Capital Employed). 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 Flexibilität eine wichtige Voraussetzung für unseren Erfolg, da sich die ProSiebenSat.1 Group in einem sehr dynamischen Branchenumfeld bewegt. Die Organisationseinheiten treffen ihre operativen Entscheidungen daher – innerhalb der zentral verabschiedeten Rahmenvorgaben – eigenständig und abgestimmt auf das Wettbewerbsumfeld. → [Organisation und Konzernstruktur](#)

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 und der Segmente dient. Das adjusted net income ist das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende bereinigte Konzernergebnis; es 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 dar, die nachhaltige Entwicklung der Ertragskraft des Konzerns und seiner Segmente zu bewerten. Die Betrachtung unbereinigter Ertragskennzahlen ermöglicht jedoch den ganzheitlichen Blick auf die Aufwands- und Ertragsstruktur. Relevant ist in diesem Kontext – zusätzlich zu den bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren Umsatzerlöse, adjusted EBITDA, adjusted net income und P7S1 ROCE – auf Konzernebene das EBITDA als weniger bedeutsamer Leistungsindikator. Da Steuer- und Abschreibungseinflüsse sowie die Finanzierungsstruktur nicht berücksichtigt werden, ermöglicht das EBITDA zudem eine einfachere Bewertung im internationalen Vergleich insbesondere mit Wettbewerbern.

Ein weiterer bedeutsamster finanzieller Leistungsindikator zur Profitabilitätssteuerung ist der P7S1 ROCE: Ziel ist, mittelfristig eine Rendite auf das eingesetzte Kapital, also einen P7S1 ROCE (Return on Capital Employed), von mindestens 15 Prozent zu erzielen. Dafür sollen sich Erweiterungs- und Neuinvestitionen grundsätzlich innerhalb von drei Jahren amortisieren und dabei eine Verzinsung von mindestens 18 Prozent erwirtschaften. Strategische Projekte sollen sich im Regelfall innerhalb von fünf Jahren amortisieren. Dazu betreibt der Konzern fortan eine noch konsequentere Steuerung von Investitionen und bewertet dafür jedes Projekt in den Segmenten nach gleichen Zielparametern.

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 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 ein Faktor 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 in diesem Zusammenhang. Zur Berechnung dieser Kennzahl wird der Free Cashflow bereinigt um verwendete und erwirtschaftete Mittel aus M&A-Transaktionen im Rahmen von durchgeführten und geplanten Mehrheitserwerben (exkl. Transaktionskosten), Mittel aus dem Erwerb und Verkauf von at-Equity bewerteten Anteilen sowie sonstigen Beteiligungen mit der Ausnahme von Media-for-Equity-Beteiligungen. → [Vergütungsbericht](#) → [Liquiditäts- und Investitionsanalyse](#) → [Finanzierungsanalyse](#)

Finanzielle und nichtfinanzielle Leistungsindikatoren sind Grundlage der Unternehmenssteuerung. Es ist daher konsequent, sie als Bemessungsgrundlage für eine zielorientierte variable Vergütung einzubeziehen: Für Mitarbeiter auf den oberen Managementebenen sowie ausgewählte Vertriebsfunktionen ist der Performance Bonus relevant; dieser bemisst sich am Unternehmenserfolg und basiert auf den bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren Umsatz, adjusted EBITDA, Free Cashflow vor M&A (Holding) sowie auf der Finanzgröße adjusted Operating Free Cashflow (Segmente).

Als variable Bemessungsgrundlage für die Vergütung des Vorstands dienten im Geschäftsjahr 2020 das adjusted net income, das EBITDA, der Free Cashflow vor M&A sowie der relative Total Shareholder Return. → [Vergütungsbericht](#)

ÜBERSICHT BEDEUTSAMSTE LEISTUNGSINDIKATOREN AB 01. JANUAR 2021

BEDEUTSAMSTE NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Segment Entertainment

- Zuschauermarktanteile

BEDEUTSAMSTE FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Konzern

- Umsatzerlöse
- Adjusted EBITDA
- Adjusted net income
- P7S1 ROCE
- Verschuldungsgrad
- Adjusted Operating Free Cashflow

Zur weiteren Fokussierung auf die operative Cashflow-Steuerung der Segmente führt der Konzern anstelle der bisherigen Segmentsteuerung ab dem Geschäftsjahr 2021 den „adjusted Operating Free Cashflow“ als bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikator ein. Dieser wird definiert als operativer Free Cashflow vor Zinsen und Steuern und berechnet sich aus dem adjusted EBITDA abzüglich Investitionen (Programm- und sonstige Investitionen) sowie Veränderungen im Net Working Capital. Seit 2021 ersetzt der adjusted Operating Free Cashflow (adjusted OFCF) den Free Cashflow vor M&A als relevante Cashflow-Steuerungsgröße des Konzerns. Für die zu bereinigenden Sondereffekte verweisen wir auf die → [Definition von ausgewählten Non-IFRS-Kennzahlen](#) → [Unternehmensausblick](#).

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 sowie Integrationskosten, die innerhalb eines Jahres nach dem wirtschaftlichen Erwerb anfallen.
- Reorganisationsaufwendungen enthalten Sach- und Personalkosten für Reorganisationen und Restrukturierungen. Sie umfassen Aufwendungen wie Abfindungen, Freistellungsgehälter, Beratungskosten, Rechtsberatungskosten sowie Wertminderungen.
- Aufwendungen für Rechtstreitigkeiten enthalten Ansprüche, Strafen, Bußgelder sowie Beratungskosten, die im Zusammenhang mit wesentlichen abgeschlossenen, 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.
- Ergebnisse aus Änderungen des Konsolidierungskreises beinhalten Erträge und Aufwendungen im Rahmen von Fusionen, Unternehmensabsplaltungen, Erwerben oder Verkäufen von Konzernunternehmen.
- Ergebnisse aus sonstigen wesentlichen Einmaleffekten beinhalten 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 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 dargestellte 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 bilanzierter 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 Sicherungsgeschäften enthalten Ineffektivitäten und Auflösungen von im sonstigen Gesamtergebnis erfassten Beträgen aus Cashflow-Hedges sowie Effekte aus Sicherungsgeschäften, für die kein Hedge-Accounting im Sinne des IAS 39 Anwendung findet.
- Ergebnisse aus sonstigen wesentlichen Einmaleffekten beinhalten 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.

Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte und Effekte auf das anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Periodenergebnis 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.

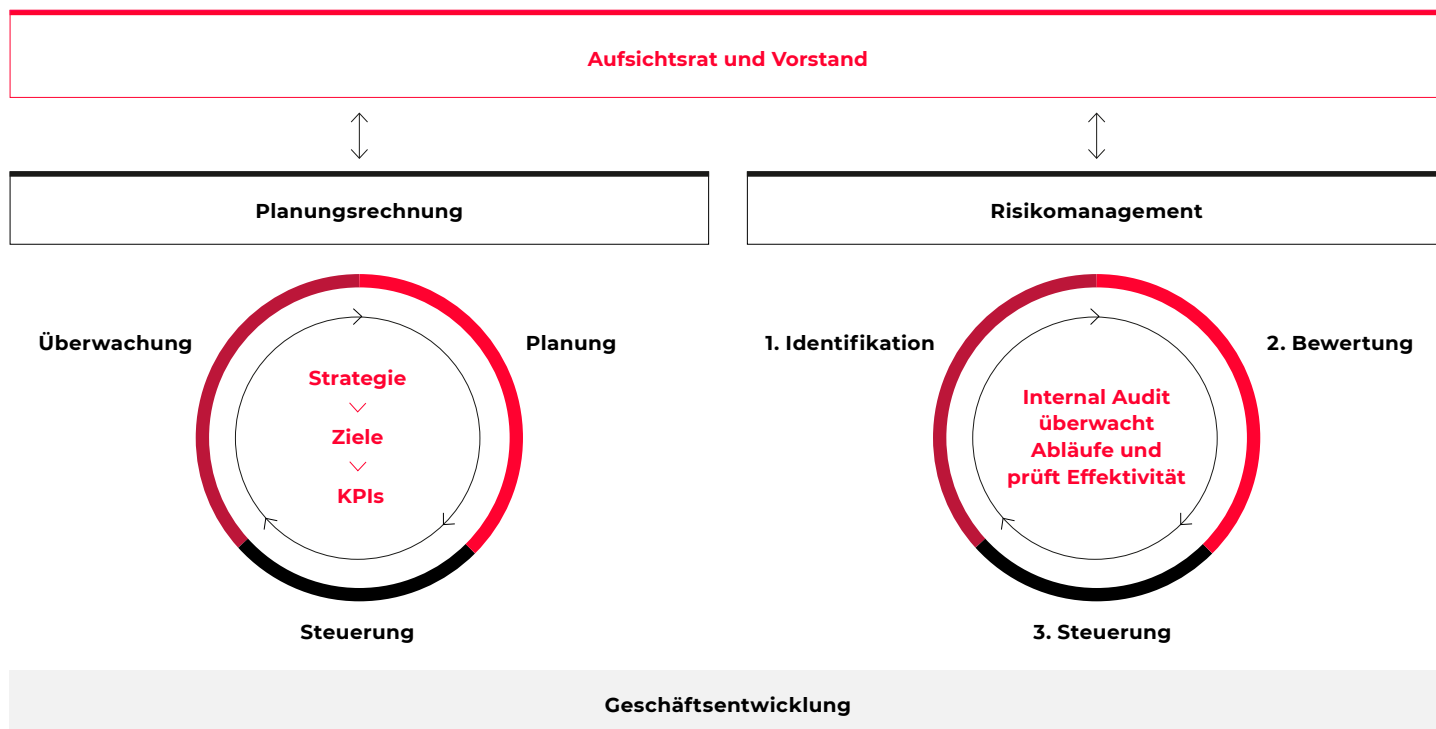
Die ProSiebenSat.1 Media SE verwendet für ihre finanziellen, strategischen und operativen Entscheidungen primär Non-IFRS-Kennzahlen als Entscheidungsgrundlage. Diese liefern auch Investoren Zusatzinformationen, die einen Vergleich der Performance im Mehrjahresvergleich erlauben, da sie um bestimmte Einflüsse 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,

PLANUNGSRECHNUNG UND RISIKOMANAGEMENT DER PROSIEBENSAT.1 GROUP



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 2020 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.

GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: AUSWIRKUNGEN DER RAHMENBEDINGUNGEN AUF DEN GESCHÄFTSVERLAUF

Wir konnten das für alle schwierige COVID-19-Jahr 2020 versöhnlich abschließen, dabei sind wir insbesondere mit unseren Ergebnissen im wichtigen vierten Quartal sehr zufrieden. Alle Segmente entwickelten sich zum Jahresende wieder positiv. Als frühzyklisches Unternehmen konnten wir insbesondere nach dem schwierigen zweiten Quartal von der konjunkturellen Erholung profitieren und haben auch im Werbemarkt einen klaren Aufwärtstrend gesehen. Es hat sich zudem gezeigt, dass sich unsere Investitionen ins Programm ausgezahlt haben: Wir haben im Wettbewerb mit hochattraktiven Entertainment- und Infotainment-Formaten überzeugt und damit auch unsere Position im TV-Werbemarkt gestärkt. Gleichzeitig greift unser konsequentes Kosten- und Cash-Management: Seit dem dritten Quartal wächst unser adjusted EBITDA wieder und auch unsere Netto-Finanzverschuldung ist zum Jahresende gesunken.

RAHMENBEDINGUNGEN DES KONZERNES

ENTWICKLUNG VON KONJUNKTUR UND WERBEMARKT

Das Jahr 2020 war maßgeblich durch die weltweite Ausbreitung des Coronavirus bestimmt. Die Pandemie stellte und stellt nicht nur Gesundheitssysteme und Gesellschaften vor höchste Herausforderungen, sondern auch die gesamte Weltwirtschaft. Aufgrund der Beschränkungen des öffentlichen Lebens und des Einzelhandels wird sie nach Einschätzung des Internationalen Währungsfonds 2020 real um 3,5 Prozent schrumpfen. In der Euro-Zone ist sogar mit einem Rückgang von 7,2 Prozent zu rechnen. Auch für die Vereinigten Staaten als eine der größten Volkswirtschaften der Welt wird für das Jahr 2020 mit einem Rückgang um 3,4 Prozent gerechnet.

Der Rückgang des realen Bruttoinlandsprodukts in Deutschland betrug laut aktueller Prognose des Statistischen Bundesamts (Destatis) 5 Prozent. In Deutschland traten die ersten Infektionsfälle durch das neuartige Coronavirus Ende Januar 2020 auf. Die schnell ansteigenden Fallzahlen führten ab Mitte März bis Anfang Mai zu einer Phase flächendeckender Lockdown-Maßnahmen mit erheblichen Einschränkungen des öffentlichen und privaten Lebens. Zur Bewältigung der COVID-19-Auswirkungen verabschiedete die Bundesregierung ein umfangreiches Konjunkturpaket, das unter anderem eine zeitweise Senkung des Mehrwertsteuersatzes und Überbrückungshilfen für kleine und mittelständische Unternehmen vorsah. Zudem kamen weitreichende Kurzarbeitsregelungen zum Einsatz.

Vor dem Hintergrund dieser politischen Maßnahmen verlief die erste Phase der COVID-19-Pandemie in Deutschland wie auch in Österreich und der Schweiz, und damit in den Kernmärkten der ProSiebenSat.1 Group, vergleichsweise milde. Dennoch sind die Auswirkungen tiefgreifend: Bereits im ersten Quartal 2020

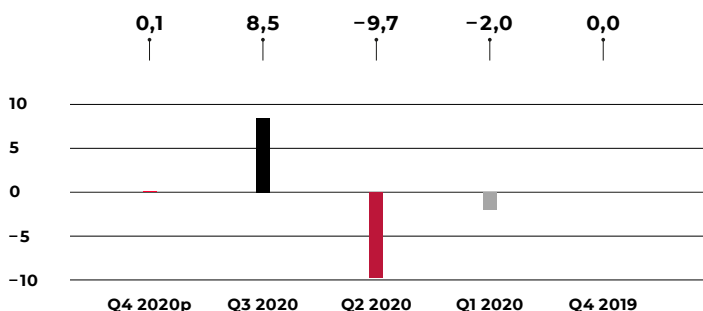
sank das Bruttoinlandsprodukt in Deutschland im Vorquartalsvergleich real um 2,0 Prozent, im zweiten Quartal sogar um 9,7 Prozent. Ursache hierfür ist zum einen die Abhängigkeit von der Entwicklung der Weltwirtschaft, die ebenfalls stark von den COVID-19-Auswirkungen betroffen ist. Zum anderen belasteten die umfassenden Einschränkungen vor allem den privaten Konsum, der in den Vorjahren die zentrale Stütze der deutschen Konjunktur darstellte (Q1: -2,3%, Q2: -11,1% jeweils vs. Vorquartal).

Mit dem Ende der rigiden Lockdown-Regelungen und stabilen bzw. niedrigeren Fallzahlen im In- und benachbarten Ausland sowie China kam es im dritten Quartal 2020 zu einer schnellen und unerwartet deutlichen Erholung der Wirtschaftsaktivitäten in Deutschland. Im Vergleich zum zweiten Quartal erhöhte sich das Bruttoinlandsprodukt real um 8,5 Prozent. Starke Nachholeffekte zeigten sich insbesondere beim privaten Konsum (+10,8%), den Ausrüstungsinvestitionen der Unternehmen (+16,0%) sowie den Exporten (+18,1%).

Zu Beginn des Herbstes schien sich die Erholung der deutschen Wirtschaft in einem gemäßigteren Tempo zunächst weiter fortzusetzen: Im September und Oktober tendierten Auftragseingänge, Industrieproduktion und Exporte weiter aufwärts, der ifo-Geschäftsklimaindex stabilisierte sich bei über 90 Punkten. Der deutsche Einzelhandel verzeichnete dank hoher E-Commerce-Umsätze von Januar bis November sogar ein reales Wachstum von 4,2 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Mit den sinkenden Temperaturen breitete sich jedoch in ganz Europa eine zweite COVID-19-Welle mit deutlich ansteigenden Infektionszahlen aus. Ab dem 16. Dezember verhängte die Bundesregierung daher erneut einen strengen Lockdown. Allerdings hinterließen – entgegen ursprünglicher Befürchtungen – die erneuten COVID-19-Schutzmaßnahmen

im vierten Quartal deutlich geringere Spuren als im Frühjahr. Warenexporte sowie weniger betroffene Wirtschaftsbereiche wie die Bauwirtschaft erholten sich weiter. Im Vorquartalsvergleich dürfte das Bruttoinlandsprodukt im Schlussquartal nahezu stagniert haben. → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen](#)

ENTWICKLUNG DES BRUTTOINLANDSPRODUKTS IN DEUTSCHLAND in Prozent, Veränderung gegenüber Vorquartal



Verkettet, preis-, saison- und kalenderbereinigt. p: Prognose.

Quelle: Destatis, ifo Konjunkturprognose Winter 2020 vom 16.12.2020.

Die konjunkturellen Unsicherheiten und Beschränkungen des öffentlichen und sozialen Lebens durch die COVID-19-Pandemie haben auch das Investitionsverhalten der Werbekunden geprägt, vor allem im zweiten Quartal 2020. Mit Lockerung der Beschränkungen angesichts sinkender Infektionszahlen erholte sich die Konjunktur im Sommerhalbjahr und die Investitionsneigung verbesserte sich. Dies zeigen auch die Daten für den deutschen TV- und Online-Werbemarkt:

Laut Nielsen Media Research sind die Investitionen in TV-Werbung im Jahr 2020 um 1,8 Prozent auf 16,01 Mrd Euro gesunken (Vorjahr: 16,31 Mrd Euro); besonders hoch waren die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie im zweiten Quartal (-18,1%). Als Reaktion auf die unerwartet deutliche Konjunkturerholung im dritten Quartal erhöhten sich die Brutto-TV-Werbeinvestitionen im Jahresendquartal um 6,7 Prozent auf 5,87 Mrd Euro (Vorjahr: 5,50 Mrd Euro). Dabei ist die ProSiebenSat.1 Group Marktführer im deutschen TV-Werbemarkt und erwirtschaftete

laut Nielsen Media Research 2020 TV-Werbeinnahmen von 6,09 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 6,36 Mrd Euro). Daraus resultierte ein Marktanteil von 38,0 Prozent (Vorjahr: 39,0%). Im wichtigen vierten Quartal lagen die TV-Werbeinnahmen des Konzerns wieder über Vorjahr und betrugen 2,32 Mrd Euro (Vorjahr: 2,17 Mrd Euro).

Aus der Vermarktung von InStream-Videoanzeigen, die online vor, nach oder während eines Bewegtbild-Streams gezeigt werden, erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group auf Jahresbasis einen Brutto-Umsatz von 262,6 Mio Euro (Vorjahr: 308,8 Mio Euro). Dies entspricht einem Rückgang von 14,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das Marktvolumen für Werbebudgets in InStream-Videoanzeigen verzeichnete in Deutschland ein Minus von 4,1 Prozent auf 717,4 Mio Euro brutto (Vorjahr: 748,2 Mio Euro).

Auf Netto-Umsatzbasis meldete der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) bereits für März 2020 – je nach Werbeträger und Segment – Rückgänge in den Erlösen zwischen 30 und 80 Prozent. Im April war ein Rückgang der Werbung über alle Medien hinweg von mindestens 40 Prozent netto im Vergleich zum Vorjahresmonat zu verzeichnen. In den im Juni bzw. Juli veröffentlichten Prognosen für das Gesamtjahr 2020 erwarteten die Media-Agenturen Magna Global und ZenithOptimedia ein Minus der Gesamt-Netto-Werbeausgaben von 10,5 bzw. 12,3 Prozent, die Werbeinvestitionen in TV sahen sie mit 15,5 bzw. 10,0 Prozent im Minus. Diese Einschätzungen wurden nach der sommerlichen Marktbelebung deutlich nach oben korrigiert: In der Dezember-Prognose rechnete Magna Global im Gesamtmarkt nur noch mit einem Verlust von 4,6 Prozent, im TV-Markt von 11,0 Prozent. ZenithOptimedia lag bei minus 3,1 bzw. minus 9,0 Prozent.

Diesen Trend konstatiert auch die ProSiebenSat.1 Group: Auf Netto-Basis entwickelte sich der TV-Werbemarkt 2020 unter Vorjahr. Aus Sicht der ProSiebenSat.1 Group konnte der TV-Werbemarkt auf Netto-Basis jedoch von der konjunkturellen Erholung im Sommer profitieren und ab dem dritten Quartal einen Aufwärtstrend gegenüber dem jeweiligen Vorquartal verzeichnen. Deutlich negativ hat sich der TV-Werbemarkt vor allem von April bis Juni 2020 entwickelt. Einen vergleichbaren Verlauf zeigte der Online-Werbemarkt. → [Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf](#)

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

	Entwicklung TV-Werbemarkt Q4 2020 (Abweichung vs. Vorjahr)		Entwicklung TV-Werbemarkt 2020 (Abweichung vs. Vorjahr)	
	Deutschland	Österreich	Deutschland	Österreich
	+6,7	+2,4	-1,8	-4,3
	-11,5		-13,3	

	Marktanteile ProSiebenSat.1 Group Q4 2020		Marktanteile ProSiebenSat.1 Group 2020	
	ProSiebenSat.1 Group Q4 2020	ProSiebenSat.1 Group Q4 2019	ProSiebenSat.1 Group 2020	ProSiebenSat.1 Group 2019
Deutschland	39,5	39,5	38,0	39,0
Österreich	41,3	44,2	42,4	44,5
Schweiz	25,2	27,1	26,8	27,6

Deutschland: Januar – Dezember, brutto, Nielsen Media.

Österreich: Januar – Dezember, brutto, Media Focus.

Schweiz: Januar – Dezember, die Werbemarktanteile beziehen sich auf die deutschsprachige Schweiz, brutto, Media Focus.

Über Bewegtbild-Werbung im TV wird eine Marke stärker emotional geprägt als über jedes andere Medium. Dies ist wichtig für die Markenbindung und letztendlich den Verkauf von Produkten. Hinzu kommt, dass Werbung im TV infolge der hohen Reichweiten besonders effektiv ist. Begleitforschungen zeigen zudem, dass sich crossmediale Werbekampagnen in ihrer Wirkung verstärken und dabei Online-Werbung in Kombination mit TV-Kampagnen besonders wirksam ist.

Die Effektivität von Werbung im TV wird über den sogenannten ROI Analyzer (Return on Investment) quantifizierbar: Im Rahmen eines Modellings-Ansatzes werden Daten des GfK Verbraucherpanels mit TV-Nutzungsdaten der AGF zusammengeführt mit dem Ziel, die kurz- und langfristige Abverkaufswirkung von Werbung im TV zu messen. Für Konsumgüter des täglichen Bedarfs zeigte der Wert (FMCG-Produkte, Fast Moving Consumer Goods), dass sich der Abverkauf der beworbenen Marken deutlich steigert. So lag der Kurzfrist-ROI nach einem Jahr im Durchschnitt der 71 untersuchten Kampagnen bei 1,13, nach fünf Jahren sogar bei 2,57. Das heißt, dass jeder in TV-Werbung investierte Euro im Mittel kurzfristig 1,13 Euro und langfristig 2,57 Euro zurückspielte. Der ROI Analyzer wurde von Seven.One Media entwickelt und wird seit Anfang 2015 unter dem Dach der Gattunginitiative Screenforce geführt.

ENTWICKLUNG RELEVANTER MARKTUMFELDER DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

Entertainment

Die Mediennutzung in Deutschland ist von zwei grundlegenden Entwicklungen geprägt: Zum einen wächst im Zeitalter der Digitalisierung die Vielfalt an Entertainment-Angeboten, Endgeräten und Nutzungsoptionen, was gleichzeitig eine zunehmende Fragmentierung mit sich bringt. Zum anderen steigt, angetrieben durch diese Vielfalt, der Medienkonsum: Die Menschen verbringen immer mehr Zeit mit Medien. Das Medium mit der höchsten Reichweite und der längsten Nutzungsdauer ist TV. Dabei hat 2020 auch die COVID-19-Pandemie die Mediennutzung stark geprägt und zu einem neuen Höchstwert geführt. Laut AGF stieg die tägliche TV-Mediennutzung bei den 14- bis 69-jährigen Zuschauern im Berichtszeitraum 2020 auf 211 Minuten (Vorjahr: 202 Minuten).

i 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 Mess-Instrumentarium 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.

¹ Exkl. HbbTV.

ProSiebenSat.1 treibt die digitale Entwicklung im Entertainment-Sektor mit dem Ziel voran, Inhalte plattformunabhängig anzubieten und – zusätzlich zum klassischen linearen Fernsehen – alle Möglichkeiten der digitalen Zuschaueransprache zu nutzen. Diese Reichweite reflektiert die Total Video Viewtime¹ als Gesamtsumme der gesehenen Minuten über die linearen und nicht-linearen Plattformen des Konzerns hinweg. Im Jahr 2020 erzielte der Konzern für seine linearen und nicht-linearen Angebote eine Total Video Viewtime von 1.083.629 Mio Minuten (Vorjahr: 1.075.542 Mio Minuten) und damit ein Plus von 0,8 Prozent.

Die Zuschauermarktanteile der Free-TV-Sender entwickelten sich in den einzelnen Märkten wie folgt: In Deutschland verzeichnete die ProSiebenSat.1-Senderfamilie im Jahr 2020 einen gemeinsamen Marktanteil von 27,2 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern (Vorjahr: 28,2%). Die von der IP Deutschland vermarkteten Sender RTL, VOX, n-tv, Super RTL, NITRO, RTLplus und VOXup kamen auf einen gemeinsamen Zuschauermarktanteil von 25,3 Prozent (Vorjahr: 25,7%). Die Entwicklung der Zuschauermarktanteile reflektiert die Auswirkungen des deutschlandweiten Lockdowns im Frühjahr bzw. zum Ende des Jahres 2020 und das damit einhergehende erhöhte Informationsangebot, insbesondere auf den öffentlich-rechtlichen Sendern.

ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN DEUTSCHLAND in Prozent

Zielgruppe 14–49 Jahre	Q4 2020	Q4 2019	2020	2019
ProSiebenSat.1 Group	26,4	27,9	27,2	28,2
SAT.1	7,7	7,9	7,7	7,8
ProSieben	9,1	9,3	9,1	9,6
Kabel Eins	4,4	5,0	5,0	5,2
sixx	1,1	1,5	1,3	1,4
SAT.1 Gold	1,4	1,6	1,5	1,6
ProSieben MAXX	1,7	1,7	1,6	1,7
Kabel Eins Doku	1,0	0,9	1,0	0,9

Relevanzzielgruppen ¹	Q4 2020	Q4 2019	2020	2019
SAT.1	7,1	7,6	7,3	7,6
ProSieben	11,4	11,8	11,7	12,6
Kabel Eins	4,4	5,0	5,0	5,2
sixx	1,4	2,1	1,7	1,8
SAT.1 Gold	2,8	3,0	2,9	3,0
ProSieben MAXX	3,1	3,3	2,7	2,8
Kabel Eins Doku	1,0	1,0	1,0	0,9

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).

Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.01.2019–31.12.2020, Marktstandard: TV.

Als systemrelevantes Medienunternehmen hat ProSiebenSat.1 eine besondere Verantwortung: Der Konzern leistet einen wichtigen Beitrag zur Informationsvielfalt und setzt seinen Fokus dabei verstärkt auf lokale, relevante und Live-Inhalte in der Programmstrategie. Einen wichtigen Baustein hierfür stellen

Eigenproduktionen wie die Formate „Joko & Klaas Live: A Short Story of Moria“ oder die Reportage-Reihe „ProSieben Spezial“ dar, die gesellschaftsrelevante Themen zielgruppenadäquat aufbereitet. Im „ProSieben Spezial: Rechts. Deutsch. Radikal.“ beleuchtete die Gruppe beispielsweise die rechte und rechts-extreme Szene in Deutschland. Das Format erreichte im TV bei den jungen Zuschauern von 14 bis 39 Jahren einen Marktanteil von 20,4 Prozent und zudem auf den digitalen Kanälen der Gruppe bis zum 31. Dezember 2020 einen Spitzenwert von 667.342 Video Views.

Unseren Anteil an Eigenproduktionen haben wir im Berichtszeitraum auf den großen Sendern allein in der Prime Time um 11,6 Prozent gesteigert, insgesamt verzeichnete die Senderfamilie in der Prime Time ein Plus von 0,6 Prozentpunkten bei den Marktanteilen im Vergleich zu 2019 (Zuschauer 14–49 Jahre). ProSieben und SAT.1 sind die einzigen großen Privatsender in Deutschland, die hier ihre Marktanteile im Vergleich zum Vorjahr ausbauen konnten. Dies unterstreicht den Erfolg unserer Programmstrategie, Eigenproduktionen vor allem in der Prime Time auszuspielen. Die Prime Time von 20:15 Uhr bis 23 Uhr ist aufgrund der hohen Reichweite für die Werbewirtschaft besonders relevant und stellt daher die Hauptwerbezeit dar.

ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN DER PRIME TIME IN DEUTSCHLAND in Prozent

Zielgruppe 14–49 Jahre	Q4 2020	Q4 2019	2020	2019
ProSiebenSat.1 Group	27,3	27,2	27,4	26,8
SAT.1	8,6	8,4	8,2	8,1
ProSieben	10,5	9,7	10,3	9,9
Kabel Eins	4,1	4,7	4,7	4,7
sixx	1,0	1,2	1,1	1,1
SAT.1 Gold	0,9	0,9	1,1	0,9
ProSieben MAXX	1,5	1,6	1,3	1,4
Kabel Eins Doku	0,7	0,7	0,7	0,6

Prime Time bezieht sich auf die Sendezeit von 20:15 Uhr bis 23 Uhr. Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo–So).
Quelle: AGF Videoforschung in Zusammenarbeit mit GfK; VIDEOSCOPE 1.4, 01.01.2019–31.12.2020, Marktstandard: TV.

Die österreichischen Sender ATV, ATV2, PULS 4 und PULS 24 erzielten 2020 einen gemeinsamen Marktanteil bei den 12- bis 49-jährigen Zuschauern von 11,9 Prozent (Vorjahr: 11,2%). Damit ist die ProSiebenSat.1 PULS 4 GmbH („ProSiebenSat.1 PULS 4“) der mit Abstand führende private TV-Anbieter in Österreich. Der noch vergleichsweise junge Sender PULS 24 steigerte seinen Marktanteil dabei auf 0,8 Prozent. Puls 24 ging im September 2019 auf Sendung und setzt seinen Fokus auf News, Wirtschaft, Live-Events sowie österreichische Inhalte. Insgesamt verzeichnete die Senderfamilie in Österreich in der für Werbekunden besonders wichtigen Prime Time ein Plus von 1,0 Prozentpunkten bei den Marktanteilen im Vergleich zu 2019 (Zuschauer 12–49 Jahre). In der Schweiz lag der Zuschauermarktanteil der ProSiebenSat.1-Sender bei den 15- bis 49-Jährigen auf Jahres-sicht mit 15,9 Prozent unter dem Vorjahresniveau.

ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN ÖSTERREICH in Prozent

Zielgruppe 12–49 Jahre	Q4 2020	Q4 2019	2020	2019
ProSiebenSat.1 PULS 4	28,5	29,3	28,4	28,5
SAT.1 Österreich	4,1	3,9	3,6	3,8
ProSieben Austria	6,2	6,6	6,3	6,6
Kabel Eins Austria	2,6	2,9	2,7	2,8
PULS 4	4,9	4,9	5,1	4,9
PULS 24	0,9	0,3	0,8	0,1
sixx Austria	1,0	1,3	1,1	1,2
SAT.1 Gold Österreich	1,1	1,0	1,0	0,9
ProSieben MAXX Austria	0,9	1,2	1,0	1,1
Kabel Eins Doku Austria	0,7	0,9	0,8	0,9
ATV	4,7	4,9	4,5	4,8
ATV2	1,4	1,5	1,5	1,4

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, PULS 24 (seit 01.09.2019);
Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting; 01.01.2019–31.12.2020; personengewichtet; inklusive VOSDAL/Timeshift; Standard.

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

Zielgruppe 15–49 Jahre	Q4 2020	Q4 2019	2020	2019
ProSiebenSat.1 Group	16,0	17,2	15,9	17,7
SAT.1 Schweiz	5,2	5,3	4,6	5,2
ProSieben Schweiz	4,7	5,3	4,7	5,8
Kabel Eins Schweiz	2,2	2,1	2,4	2,5
sixx Schweiz	1,3	1,3	1,4	1,2
SAT.1 Gold Schweiz	1,0	1,2	0,9	0,9
ProSieben MAXX Schweiz	0,9	1,2	0,9	1,1
Puls 8	0,9	0,9	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; werberelevante Zielgruppe 15–49 Jahre; Marktanteile beziehen sich auf die deutschsprachige Schweiz; D–CH; Totalsignal;
Quelle: Mediapulse TV Data.

Insgesamt betreibt der Konzern 15 Free- und Pay-TV-Sender in der DACH-Region, die unterschiedliche Zielgruppen adressieren und durch digitale Angebote ergänzt werden. Sein Portfolio baut der Konzern sukzessive aus, um Programme über möglichst viele Verbreitungswege anzubieten. In diesem strategischen Kontext hat die ProSiebenSat.1 Group gemeinsam mit Discovery Communications Europe Ltd. („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 Previews. Seit November 2019 ergänzt der kostenpflichtige Service Joyn PLUS+ mit exklusiven Inhalten, Originals, Pay-TV-Sendern sowie Inhalten in HD das Angebot. Laut AGOF-Messung (Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e. V.) erreichte der kostenfreie Streaming-Dienst Joyn im Dezember 2020 in Deutschland 3,84 Mio Unique User (Vorjahr: 3,46 Mio).

Die fortschreitende Digitalisierung bietet neue Möglichkeiten zur Zuschaueransprache. Sie eröffnet zugleich zusätzliche Optionen zur Umsatzgenerierung, auch jenseits der Werbefinanzierung. Die Distribution von Programmen in HD-Qualität über unterschiedliche Übertragungswege ist ein Beispiel hierfür: Die ProSiebenSat.1 Group partizipiert bei diesem Geschäftsmodell an den technischen Freischaltentgelten, die Endkunden für Programme in HD-Qualität an die jeweiligen Anbieter entrichten. In Deutschland verzeichneten die HD-Sender der ProSiebenSat.1 Group in der Berichtsperiode 10,6 Mio Nutzer, das sind 6,2 Prozent mehr als im Vorjahr. Zusätzlich wurden vermehrt Sendungen im neuen Standard Ultra High Definition (UHD) ausgestrahlt.

Der Anteil lokaler Programminhalte auf den eigenen Kanälen ist in besonderem Maße in den Fokus der Unternehmensstrategie gerückt: Mit lokal produzierten Formaten kann sich ProSiebenSat.1 von Wettbewerbern abheben und die Markenprofile der Sender schärfen. So steuerte die deutsche Produktionstochter Redseven Entertainment 2020 lokale Prime-Time-Inhalte für die Sender SAT.1, ProSieben und Kabel Eins bei. Ebenso entwickelte und produzierte Studio71 verstärkt neue Formate für den deutschen Markt wie beispielsweise die Mini-Serie „Join me @ home“ für die Streaming-Plattform Joyn. Das Digital-Studio Studio71 konzentriert die Angebote an web-only Inhalten der ProSiebenSat.1 Group und distribuiert sie über digitale Plattformen. Dabei bespielte Studio71 im Jahr 2020 rund 1.400 Kanäle und generierte damit 10,9 Mrd Video Views im Monat (Vorjahr: 9,9 Mrd Video Views).

Dating

Dating und dabei insbesondere interaktives Live-Video haben sich zu globalen Megatrends entwickelt. In den USA und Deutschland hat der Online-Dating- und Partnervermittlungsmarkt zwischenzeitlich einen Wert von insgesamt bis zu 2,3 Mrd Euro (Stand: 2019), wobei rund die Hälfte des Marktvolumens auf den Bereich des Social-Datings entfällt. Das gesamte Marktvolumen dürfte jährlich um 7 bis 8 Prozent wachsen (CAGR 2019–2022), Social-Dating sogar um 11 bis 13 Prozent (CAGR 2019–2022).

i Als „Social-Dating“ werden zwanglose Chats und Treffen mit Menschen in der Nähe bezeichnet. Anders als beim Matchmaking, das auf feste Beziehungen abzielt, geht es darum, mit offener Intention eine Reihe von unterschiedlichen Personen auf eine entspannte Art und Weise kennenzulernen.

Mit der steigenden Anzahl an Singles – darunter immer mehr Digital Natives – wird Online-Dating zu einem immer stärker akzeptierten und normalen Weg, einen Partner zu treffen. Im Zuge der COVID-19-Pandemie und der damit einhergehenden Beschränkungen sozialer Kontakte hat die Branche zusätzlich an Relevanz gewonnen. Mit der ParshipMeet Group hat ProSiebenSat.1 einen globalen Player im Dating-Segment aufgebaut, der das ganze Spektrum des Datings abdeckt und geografisch breit diversifiziert ist.

Die ParshipMeet Group wächst sehr dynamisch und verzeichnete auf Jahressicht einen positiven Trend in der Plattform- und Kommunikationsaktivität. Dabei sind auf allen Plattformen die Zugriffszahlen bei Treffen per Video stark gestiegen. Um die Mitglieder in Zeiten von Social Distancing bei der Partnersuche bestmöglich zu unterstützen, haben auch die Online-Matchmaking-Portale von Parship, ElitePartner und eharmony Mitte April ihr Angebot um ein Video-Date-Feature erweitert: Singles können sich damit ganz einfach und ohne den Austausch von persönlichen Kontaktdaten im sicheren Umfeld virtuell sehen und kennenlernen. Ein Video-Date dauert im Schnitt 30 Minuten, was unterstreicht, dass Kunden diese Art des Austauschs zu einem vertiefenden Kennenlernen sehr gut annehmen und nutzen.

Commerce & Ventures

Kaufentscheidungen werden immer häufiger im Internet getroffen: Der Online-Einkauf ist heute fester Bestandteil unseres Alltags und auch Dienstleistungen wie Verbraucherberatung finden zunehmend online statt. Die verschiedenen Verbrauchermärkte, in denen die ProSiebenSat.1 Group mit der NuCom Group präsent ist, unterscheiden sich jedoch in ihrer Dynamik und sind unterschiedlich von den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie betroffen:

– **Beauty & Lifestyle:** Bereits vor dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie zählte der digitale Handel weltweit zu den Wachstumsmärkten. Laut einer Studie des Instituts für Handelsforschung Köln dürfte er im Jahr 2020 allein in Deutschland insgesamt um rund 20 Prozent gewachsen sein und nun ein Marktvolumen von 84,0 Mrd Euro aufweisen. Damit machte der Online-Handel voraussichtlich 13,1 Prozent des gesamten Einzelhandelsgeschäfts aus (Vorjahr: 11,1 %).

Der Gesamtumsatz im Handel mit Beauty- und Körperpflegeprodukten dürfte sich 2020 auf 18,9 Mrd Euro (Vorjahr: 19,0 Mrd Euro) belaufen haben, wie eine Studie von Euro-monitor für Deutschland und Österreich zeigt. Insgesamt dürfte der Beauty-Markt besonders von der Veränderung der Einkaufsgewohnheiten von offline zu online profitiert haben und im Zuge der Lockdown-Maßnahmen an Dynamik gewonnen haben. Dabei dürfte der Anteil des Online-Markts aus Sicht von ProSiebenSat.1 auf rund 9 Prozent gestiegen sein.

– **Erlebnisse:** In einer Studie von mydays und Statista aus dem Jahr 2020 wurden gemeinsame Erlebnisse und Erfahrungen als präferiertes Geschenk unter dem Weihnachtsbaum ermittelt. Für 26 Prozent ist es von Bedeutung, dass man ein Geschenk als gemeinsames Erlebnis, bei dem man Zeit zusammen verbringt, einlösen kann. Das Marktpotenzial ist daher hoch, die Freizeitbranche verzeichnete jedoch vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie und den damit einhergehenden Beschränkungen des öffentlichen Lebens einen Rückgang. → [Risikobericht](#)

- **Verbraucherberatung:** Das Marktvolumen von Online-Vergleichsportalen in Deutschland für die Bereiche Energie, Telekommunikation, Autoversicherungen und Konsumentenkredite dürfte sich laut Bundesnetzagentur im Jahr 2020 auf rund 870 Mio Euro belaufen (Vorjahr: 760 Mio Euro). Haupttreiber für das Wachstum dürfte insbesondere der Energiebereich gewesen sein. Im Bereich Verbraucherberatung ist auch das von der Pandemie besonders betroffene Mietwagenportal billiger-mietwagen.de enthalten. Die gesamte Reisebranche wies im Jahr 2020 einen Rückgang von rund 50 Prozent aufgrund der COVID-19-Einschränkungen auf. → [Risikobericht](#)

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.

ProSiebenSat.1 betreibt 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 2020 auf rund 7 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 Medienutzung 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 arbeitet die Gruppe insbesondere daran, ihre Werbeprodukte „smarter“ zu machen. Das bedeutet, dass intelligente Angebote entwickelt werden, um TV- und Video-Werbung zielgruppengenaue auszuspielen. Dies geschieht beispielsweise auf Basis von bezüglich Alter, Geschlecht, Haushaltseinkommen oder Wetter anonymisierten Nutzerdaten. In diesem Kontext setzt ProSiebenSat.1 auch auf neue Technologien und hat 2019 zusätzlich zu den bestehenden Angeboten im Bereich zielgerichteter Werbung den Addressable-TV-Spot im Werbemarkt eingeführt. Diese Spots ermöglichen, dass Eigenwerbespots in allen Werbeblöcken mit adressierbaren Spots überblendet werden und Zuschauer so interessenbasiert ansprechen. Das Angebot basiert auf einer Werbetechnologie, die Seven.One Media entwickelt und europaweit zum Patent angemeldet hat. Der nächste Schritt in Richtung „Smart Reach“ ist die CrossDevice-Bridge – ein Produkt, das die zielgerichtete Adressierung von unterschiedlichen Endgeräten in einem Haushalt ermöglicht. Darüber hinaus entwickeln wir unsere eigenen digitalen Plattformen wie beispielsweise im Commerce-Geschäft kontinuierlich weiter. → [Chancenbericht](#)

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM ERWARTETEN GESCHÄFTSVERLAUF

Der Konzern hat im Jahr 2020 – bezogen auf die unterjährig im November angepasste Prognose – wichtige Finanzziele erreicht oder sogar deutlich übertroffen. ProSiebenSat.1 hat im Gesamtjahr 2020 einen Konzernumsatz zwischen 3,85 Mrd Euro und 3,95 Mrd Euro sowie ein adjusted EBITDA zwischen 600 Mio Euro und 650 Mio Euro angestrebt, nachdem das Geschäft der Gruppe insbesondere im zweiten Quartal stark von den COVID-19-bedingten Einschränkungen geprägt war. Zum Jahresende lag der Konzernumsatz bei 4.047 Mio Euro, das adjusted EBITDA erreichte 706 Mio Euro.

Die deutlich besser als erwartete Geschäftsentwicklung ist auf ein starkes viertes Quartal zurückzuführen, zu dem alle Segmente der ProSiebenSat.1 Group beigetragen haben. Wichtiger Treiber war hierbei das Werbegeschäft des Konzerns, das im vierten Quartal im niedrigen einstelligen Prozentbereich im Vergleich zum Vorjahr gewachsen ist. Das spiegelt auch die stetige Verbesserung des Unternehmens im Werbegeschäft im Verlauf der COVID-19-Pandemie im Jahr 2020 wider.

Vor dem Hintergrund der weltweiten COVID-19-Pandemie und den damit verbundenen wirtschaftlichen Unsicherheiten – auch hinsichtlich des möglichen Ausmaßes der negativen Geschäftsauswirkungen – hatte die ProSiebenSat.1 Group am 22. April 2020 ihren Anfang März 2020 veröffentlichten Finanzausblick für das Geschäftsjahr 2020 bezüglich all ihrer bedeutendsten finanziellen Leistungsindikatoren zurückgenommen. Bereits zu diesem Zeitpunkt zeichnete sich ab, dass sämtliche in diesem Finanzausblick genannten Zielgrößen für den Konzernumsatz, das adjusted EBITDA, das adjusted net income, den Free Cashflow vor M&A und den Verschuldungsgrad des Konzerns aufgrund der COVID-19-bedingten Auswirkungen auf das Geschäft der ProSiebenSat.1 Group nicht zu erreichen sein werden. Diese Erwartungen haben sich im zweiten Quartal 2020 für sämtliche steuerungsrelevanten Zielgrößen bestätigt. Mit Veröffentlichung der Zahlen für das dritte Quartal 2020 am 5. November 2020 hat die ProSiebenSat.1 Group eine neue Prognose für 2020 veröffentlicht und am 21. Januar 2021 per Ad-hoc-Mitteilung auf Basis vorläufiger ungeprüfter Zahlen mitgeteilt, dass der Konzern seine Prognose für Umsatz und adjusted EBITDA deutlich übertroffen hat.

An seiner mittelfristigen Zielsetzung für den P7S1 ROCE (Return on Capital Employed) hält ProSiebenSat.1 unverändert fest: Der Konzern konzentriert sich verstärkt auf eine kontinuierliche Wertsteigerung, die sich in einem verbesserten P7S1 ROCE widerspiegeln soll; mittelfristig soll diese Kennzahl für den Gesamtkonzern bei über 15 Prozent liegen. Kurzfristig kann der P7S1 ROCE – wie beispielsweise auch im Jahr 2020 – unter der Zielmarke von 15 Prozent liegen, etwa aufgrund verstärkter Investitionstätigkeit. Im Umfeld der Pandemie lag der Wert zum Jahresende bei 10 Prozent. Gleichzeitig hat die ProSiebenSat.1 Group unterstrichen, dass sie weiterhin grundsätzlich einen Verschuldungsgrad (Verhältnis der Netto-Finanzverbindlichkeiten in Relation zum LTM adjusted EBITDA) in einer Bandbreite zwischen 1,5x und 2,5x anstrebt. Im von der COVID-19-Pandemie geprägten Geschäftsjahr 2020 erreichte der Konzern zum Jahresende einen Verschuldungsgrad von 2,8x.

Eine Übersicht der angepassten Prognose für 2020 zeigt nachfolgende Tabelle; die verschiedenen Leistungsindikatoren werden zudem in den nachstehenden Kapiteln erläutert und analysiert.

Doch nicht nur mit Blick auf die Finanzkennzahlen hat der Konzern 2020 wichtige Zielvorgaben erreicht, die ProSiebenSat.1 Group hat auch ihre starke Wettbewerbsposition unterstrichen. So hat der Konzern seine führende Position bei den Zuschauermarktanteilen in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen mit 27,2 Prozent auf hohem Niveau gehalten (Vorjahr: 28,2%). Die Entwicklung der Zuschauermarktanteile in Deutschland ist der bedeutsamste nichtfinanzielle Leistungsindikator, wobei verstärkt die Access und Prime Time infolge der hohen Reichweite für die Werbewirtschaft in den Fokus rückt. In der Prime Time verzeichnete ProSiebenSat.1 ein Plus von 0,6 Prozentpunkten bei den Marktanteilen im Vergleich zu 2019 (Zuschauer 14–49 Jahre, Deutschland).

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM ERWARTETEN GESCHÄFTSVERLAUF

	Ergebnisse 2019	GJ 2020 4. März 2020	22. April 2020	3. Quartal 2020 5. November 2020	Ad-hoc- Mitteilung 21. Januar 2021	Ergebnisse 2020
Umsatzerlöse (in Mio Euro)	4.135	Insgesamt strebt der Konzern an, im Gesamtjahr 2020 – auf Basis von konstanten Wechselkursen ¹ 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.	Rücknahme der Prognose	Der Konzern strebt im Gesamtjahr 2020 – auf Basis von konstanten Wechselkursen ² sowie ohne weitere Portfolioveränderungen – einen Konzernumsatz zwischen 3,85 Mrd Euro und 3,95 Mrd Euro an.	Rund 4.040	4.047
Adjusted EBITDA (in Mio Euro)	872	Für das adjusted EBITDA strebt der Konzern im Gesamtjahr 2020 – auf Basis konstanter Wechselkurse ¹ sowie ohne Portfolioveränderungen – einen Wert zwischen 800 Mio Euro und 900 Mio Euro an. Im Basis-Szenario rechnet der Konzern mit einem etwa stabilen adjusted-EBITDA-Wert im Vergleich zum Vorjahr von rund 870 Mio Euro.	Rücknahme der Prognose	Der Konzern strebt im Gesamtjahr 2020 – auf Basis von konstanten Wechselkursen ² sowie ohne weitere Portfolioveränderungen – ein adjusted EBITDA zwischen 600 Mio Euro und 650 Mio Euro an.	Rund 700	706
Adjusted net income (in Mio Euro)	387	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.	Rücknahme der Prognose			221
Verschuldungsgrad (Netto-Finanzverbindlichkeiten/ LTM adjusted EBITDA)	2,6x	Zum Jahresende 2020 kann der Verschuldungsgrad – abhängig von der Geschäftsentwicklung und ohne Berücksichtigung eventueller Portfolioveränderungen – leicht über dem oberen Ende der Zielbandbreite zwischen 1,5x und 2,5x liegen.	Rücknahme der Prognose			2,8x
Free Cashflow vor M&A (in Mio Euro)	339	Rückgang im mind. zweistelligen Mio-Euro-Bereich.	Rücknahme der Prognose			235

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.

² Die wesentliche Währung neben dem Euro bleibt der US-Dollar. Im Jahresdurchschnitt liegt ein US-Dollarkurs im Verhältnis zum Euro von rund 1,1349 US-Dollar zugrunde. Dies entspricht einem US-Dollarkurs im vierten Quartal von 1,1660 USD/EUR.

WESENTLICHE EREIGNISSE UND ÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Am 5. März 2020 haben ProSiebenSat.1 und General Atlantic über die NuCom Group eine Vereinbarung zur vollständigen Übernahme des US-amerikanischen Online-Dating- und Social-Entertainment-Unternehmens The Meet Group, Inc., New Hope, Pennsylvania, USA („The Meet Group“) unterzeichnet. Der Übernahmevertrag sah einen Kaufpreis von 6,30 US-Dollar pro Aktie der The Meet Group vor, was einem Unternehmenswert von ca. 500 Mio US-Dollar entspricht. Am 4. September 2020 erfolgte die Zustimmung aller erforderlichen Behörden, sodass die Übernahme der The Meet Group auch wirtschaftlich zu den zuvor genannten Bedingungen vollzogen werden konnte.

i **Nachdem die Parship Group im Zuge der Übernahme der The Meet Group aus der NuCom Group herausgelöst wurde, hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Segmentberichterstattung umgestellt und berichtet seit dem dritten Quartal 2020 in den Segmenten Seven.One Entertainment Group, ParshipMeet Group, NuCom Group und Red Arrow Studios. Die Holding wird in der Überleitungsspalte ausgewiesen (Holding & Sonstiges). Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst. Seit 1. Januar 2021 berichtet die ProSiebenSat.1 Group in den drei Segmenten Entertainment, Dating sowie Commerce & Ventures und setzt damit die konsequente Strukturierung des Konzerns auf Synergien und Wertschaffung fort.** → [Ertragslage des Konzerns](#) → [Organisation und Konzernstruktur](#)

Mit dem Zusammenschluss der Parship Group mit der The Meet Group zur ParshipMeet Group entsteht ein führender Anbieter im internationalen Dating-Markt. Die ParshipMeet Group bietet ein breit diversifiziertes Produktportfolio von Social-Dating und Entertainment bis hin zu Online-Matchmaking. Die ProSiebenSat.1 Group hält einen Anteil von 53 Prozent (zzgl. 350 Mio Euro Vorzugskapital) an der neuen Unternehmensgruppe und General Atlantic einen Anteil von 43 Prozent; die verbleibenden Anteile hält das Management. Die vom Management gehaltenen Anteile unterliegen einer Put-Optionsvereinbarung und werden unter Anwendung der Anticipated-Acquisition-Methode bilanziert. Das bedeutet, dass auf die ProSiebenSat.1 Group – nach Berücksichtigung des der ProSiebenSat.1 Group zustehenden Vorzugskapitals – 55 Prozent und auf General Atlantic 45 Prozent des Periodenergebnisses und Nettovermögens der ParshipMeet Group allokiert wird. → [Anhang, Ziffer 5 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#) → [Anhang, Ziffer 26 „Eigenkapital“](#)

Die NuCom Group, an der General Atlantic als Minderheitsinvestor mit 28,4 Prozent beteiligt ist, bleibt ein synergetisch wichtiger Teil des Konzerns und unserer Portfoliostrategie: Ziel ist es, Consumer-Marken über Medialeistung unserer Entertainment-Plattformen werthaltig weiterzuentwickeln und Marktführer in diesem Bereich zu etablieren. Im Zuge einer aktiven Portfoliopolitik veräußern wir auch einzelne Beteiligungen,

wenn ProSiebenSat.1 nicht oder nicht mehr der richtige Eigentümer sein sollte. Ein Beispiel hierfür ist der Verkauf des OTC-Anbieters WSM Holding GmbH („WindStar“). Der Unternehmenswert von WindStar konnte innerhalb von vier Jahren um das 2,4-fache gesteigert werden; dies demonstriert die Wertschaffung, die ProSiebenSat.1 vor allem durch Medialeistung erzielt. → [Strategie und Ziele](#) → [Chancenbericht](#)

Am 30. September 2020 hat die ProSiebenSat.1 Group die Virtual Minds AG-Tochter („Virtual Minds“) myLoc managed IT AG („myLoc“) an den italienischen Cloud-Anbieter WIIT S.p.A., Mailand, Italien („WIIT“) veräußert. Damit führt die ProSiebenSat.1 Group ihre Strategie fort, sich auf Bereiche mit Synergien zum Entertainment-Geschäft zu fokussieren. Der Infrastrukturanbieter myLoc wurde mit dem Verkauf aus der Technologieholding Virtual Minds herausgelöst, die sich nun noch stärker auf ihre Kernkompetenzen im Bereich AdTech konzentriert. Virtual Minds bietet Werbetreibenden ein umfassendes Technologieangebot zur Buchung und Ausspielung von Werbung an. Der Verkaufserlös betrug 51 Mio Euro.

Am 22. Oktober 2020 veräußerte die NuCom Group sämtliche ihrer 92 Prozent-Anteile an WindStar an den Finanzinvestor Oakley Capital Limited, London, Großbritannien („Oakley Capital“). Oakley Capital hat gleichzeitig die restlichen 8 Prozent der Minderheitsgesellschafter erworben. Der Transaktion liegt ein Unternehmenswert von 280 Mio Euro bei einem für 2020 erwarteten Umsatz von 127 Mio Euro und einem adjusted EBITDA von 21 Mio Euro zu Grunde. Dies entspricht einem adjusted EBITDA-Multiple von 13,6x. Am 1. Dezember 2020 war die Zustimmung der zuständigen Kartellbehörden erfolgt, sodass die Entkonsolidierung von WindStar im vierten Quartal auch wirtschaftlich vollzogen werden konnte.

Die ProSiebenSat.1 Group hatte zu Beginn des Geschäftsjahres verschiedene Optionen für die weitere Ausrichtung des internationalen Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios geprüft. Diesen strategischen Review hatte der Konzern im März 2020 abgeschlossen und entschieden, dass das internationale Produktionsgeschäft Teil des Konzerns bleibt. Die geprüften Optionen waren in einem durch die COVID-19-Krise geprägten Umfeld nicht mehr umsetzbar.

Weitere wesentliche Ereignisse waren personelle Veränderungen hinsichtlich der Besetzung des Aufsichtsrats und Vorstands: Mit Wirkung zum 13. April 2020 wurde Dr. Antonella Mei-Pochtler gerichtlich als Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE bestellt. Bei der Hauptversammlung am 10. Juni 2020 haben sie die Aktionäre anschließend mit deutlicher Mehrheit als neues Aufsichtsratsmitglied gewählt. Sie tritt die Nachfolge von Angelika Gifford an, die ihr Amt zum 13. Januar 2020 niedergelegt hat. Dr. Antonella Mei-Pochtler ist

selbstständige Unternehmerin sowie Senior Advisor der Boston Consulting Group und Sonderberaterin des Österreichischen Bundeskanzlers. Sie verfügt über umfangreiche Expertise sowie ein globales Netzwerk in den Bereichen Strategie, Medien und digitale Transformation.

Am 13. März 2020 hat das Unternehmen verkündet, dass Conrad Albert, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media SE, sein Vorstandsmandat im gegenseitigen Einvernehmen zum Ablauf des 30. April 2020 niederlegen und das Unternehmen zu diesem Datum verlassen wird. Zudem hat der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE am 26. März 2020 beschlossen, dass Finanzvorstand Rainer Beaujean zusätzlich die Funktion des Vorstandssprechers übernehmen und Vorstandsvorsitzender Max Conze das Unternehmen mit sofortiger Wirkung verlassen wird. Neu in den Vorstand berufen wurden zudem Wolfgang Link und Christine Scheffler. Im Vorstandsteam verantwortet Rainer Beaujean neben Strategie & M&A die Red Arrow Studios, die NuCom Group und die neu geschaffene ParshipMeet Group sowie alle Finanzfunktionen und die Holding-Bereiche IT, Kommunikation, Investor Relations, Legal, Medienpolitik und Konzernsicherheit. Wolfgang Link führt das Entertainment-Geschäft, das alle Bereiche von Content über Digital bis hin zu Sales und das Streaming-Geschäft mit der Plattform Joyn beinhaltet. Christine Scheffler leitet die Ressorts Personal sowie Compliance, Nachhaltigkeit und Organizational Development & Operational Excellence.

In diesem Zuge richtet die ProSiebenSat.1 Group ihr Entertainment-Geschäft wieder stärker auf die DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) aus. Gleichzeitig werden die Content-, Digital- und Vermarktungsgeschäfte nun noch enger verzahnt und somit den Zuschauern Inhalte crossmedial und plattformunabhängig angeboten. Seit 1. Oktober 2020 werden daher auch alle Entertainment-Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Media SE gebündelt unter der Dachmarke der Seven.One Entertainment Group GmbH („Seven.One Entertainment Group“) geführt. → [Organisation und Konzernstruktur](#) → [Strategie und Ziele](#)

In diesem strategischen Kontext hat die ProSiebenSat.1 Group im Juni 2020 für ihren Sender SAT.1 Ausstrahlungsrechte für die Fußball-Bundesliga ab der Saison 2021/22 erworben. Das einzige und exklusive Live-Free-TV-Paket umfasst insgesamt neun Live-Spiele pro Saison, darunter neben dem Supercup und dem Bundesliga-Auftakt auch die Spiele vor und nach der Winterpause sowie den Auftakt der 2. Bundesliga und die Relegationsspiele für die 1. und 2. Bundesliga. Das Rechtepakete gilt für insgesamt vier Spielzeiten. Zu sehen sein werden die Live-Begegnungen in SAT.1 sowie parallel auf den Plattformen ran.de und sat1.de, in den ran- und SAT.1-Apps sowie im SAT.1-Livestream auf Joyn. Damit erweitert ProSiebenSat.1 das Sportangebot der Gruppe, zu dem unter anderem auch die Übertragung der U21 Europameisterschaft und die National Football League (NFL) zählen.

Vor dem Hintergrund, dass die ProSiebenSat.1 Group verstärkt auf lokale, relevante und Live-Inhalte in ihrer Programmstrategie setzt, hat der Konzern zudem angekündigt, die eigenen Produktionsaktivitäten weiter auszubauen: Das Unternehmen wird die Nachrichten für ProSieben, SAT.1 und Kabel Eins mit Beginn des Jahres 2023 über alle Plattformen selbst produzieren. Dafür wird eine rund 60-köpfige, zentrale Nachrichtenredaktion aufgebaut und ein hochmoderner, crossmedialer Newsroom inklusive State-of-the-art-Studio entstehen. In Berlin ist darüber hinaus ein Hauptstadtbüro geplant.

i Die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter haben für die ProSiebenSat.1 Group oberste Priorität. Vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie arbeitet ein Großteil der Mitarbeiter am Standort Unterföhring seit Mitte März mobil von zuhause, auch um die zwingend für die Aufrechterhaltung des Sendebetriebs notwendigen Mitarbeitern am Campus in Unterföhring zu schützen.

ERTRAGSLAGE DES KONZERNS

UMSATZ

Der Konzern erreichte 2020 einen **Umsatz** von 4.047 Mio Euro. Damit lag der Konzernumsatz – trotz großer Auswirkungen der COVID-19-Pandemie – nur 2 Prozent unter Vorjahr (Vorjahr: 4.135 Mio Euro). Nachdem das Geschäft der Gruppe insbesondere im zweiten Quartal von den Pandemie-bedingten Einschränkungen geprägt war, beendete die ProSiebenSat.1 Group das Jahr mit einem starken vierten Quartal: Der Konzernumsatz stieg in diesem Zeitraum um 11 Prozent auf 1.492 Mio Euro (Vorjahr: 1.349 Mio Euro), da alle Segmente wieder ein Wachstum verbuchen konnten.

Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen sind die Umsatzerlöse des Konzerns auf Jahressicht um 4 Prozent auf 3.930 Mio Euro gesunken (Vorjahr: 4.115 Mio Euro).¹

→ [Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis](#)

Die Entwicklung der Umsatzerlöse im Jahresverlauf reflektiert die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, wobei neben dem Werbegeschäft das internationale Produktionsgeschäft besonders betroffen war. Aufgrund der Beschränkungen des öffentlichen und wirtschaftlichen Lebens lagen 2020 zudem die Umsätze unseres Mietwagenvergleichsportals sowie der Angebote im Bereich Erlebnisse unter dem Vorjahr. In der zweiten Jahreshälfte zeigten bei positiven Konjunktursignalen sowohl das Werbegeschäft als auch das internationale Produktionsgeschäft wieder einen Aufwärtstrend, sodass die Umsätze des Konzerns im vierten Quartal über dem Vorjahreszeitraum lagen. Die insbesondere aus dem zweiten Quartal resultierenden negativen Effekte konnten jedoch auf Jahressicht nicht vollständig kompensiert werden. Vor diesem Hintergrund sowie infolge wachsender Umsatzerlöse unseres Commerce- und Dating-Geschäfts ist der Anteil des Nicht-Werbegeschäfts am Konzernumsatz auf Jahressicht auf 52 Prozent gestiegen (Vorjahr: 47%).

AUSSENUMSATZERLÖSE DES KONZERNS NACH SEGMENTEN¹ in Mio Euro

	2020	2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
Seven.One Entertainment Group	2.286	2.518	-231	-9,2
ParshipMeet Group	333	209	124	59,3
NuCom Group	807	756	51	6,8
Red Arrow Studios	620	652	-32	-4,9
Umsatzerlöse	4.047	4.135	-88	-2,1

¹ Die Vorjahreswerte wurden an die seit dem dritten Quartal 2020 bestehende Segmentstruktur angepasst.

¹ Hierbei wurden im aktuellen Geschäftsjahr die Umsatzerlöse des im September 2020 erworbenen US-amerikanischen Online-Dating- und Social-Entertainment-Unternehmens The Meet Group sowie die Monate Januar und Februar 2020 des im März 2019 erworbenen Portals für Online-Vermittlung für Produkte und Dienstleistungen be Around Holding GmbH („be around“) nicht berücksichtigt. Ebenfalls nicht enthalten sind die Beiträge des per Ende September 2020 veräußerten Hosting- und Infrastruktur-Anbieters myLoc für die Monate Oktober bis Dezember 2019 sowie die Beiträge des per Anfang Dezember 2020 veräußerten OTC-Anbieters WindStar für den Monat Dezember 2019. Zur Bestimmung der Währungseffekte wird der Vorjahresumsatz mit den Durchschnittskursen, die der Währungsumrechnung des aktuellen Geschäftsjahres zu Grunde liegen, umgerechnet.

Der **Außenumsatz** des Segments **Seven.One Entertainment Group** betrug 2.286 Mio Euro (Vorjahr: 2.518 Mio Euro) und lag damit 9 Prozent unter dem Vorjahreswert. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag der Rückgang des Segmentumsatzes ebenfalls bei 9 Prozent; 2020 wurde der Hosting- und Infrastrukturanbieter myLoc verkauft.

Nachdem erste Auswirkungen der Pandemie auf den Werbemarkt bereits Mitte März zu verzeichnen waren, verstärkte sich diese Entwicklung im zweiten Quartal deutlich. Nach einer konjunkturell gestützten Erholung im dritten Quartal stieg der Außenumsatz im vierten Quartal um 2 Prozent gegenüber dem Vorjahreswert, insbesondere dank des Wachstums im Werbegeschäft um 3 Prozent. Auf Jahressicht führte die beschriebene Entwicklung jedoch zu einem Rückgang der gesamten Werbeerlöse um 10 Prozent. Positiv in allen Quartalen entwickelten sich die Werbeerlöse des AdTech-Bereichs mit dem automatisierten Werbezeitenhandel. Die sonstigen Umsatzerlöse verzeichneten einen leichten Rückgang in Höhe von 3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr und waren ebenfalls geprägt vom schwachen zweiten Quartal. Hier war vor allem der Bereich Sport betroffen, da Pandemie-bedingt keine Veranstaltungen stattfinden konnten. Die Distributionserlöse verzeichneten aufgrund weiter steigender HD-Nutzerzahlen hingegen in allen Quartalen ein dynamisches Wachstum. → [Rahmenbedingungen des Konzerns](#)

Der **Außenumsatz** im Segment **ParshipMeet Group** stieg im Geschäftsjahr 2020 um 59 Prozent auf 333 Mio Euro (Vorjahr: 209 Mio Euro); das Wachstum ist primär geprägt vom Erwerb der The Meet Group im September 2020. Auch bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen ist der Umsatz deutlich gewachsen und stieg um 11 Prozent. Dabei entwickelten sich die Unternehmen der ehemaligen Parship Group (Parship, ElitePartner und eHarmony) sehr positiv. Dies unterstreicht zum einen die zunehmende Bedeutung des Dating-Geschäfts auch in einem COVID-19-geprägten Umfeld. Zum anderen verzeichnete eHarmony nach der vollständigen Integration ein hohes organisches Wachstum. Die Parship Group wurde im Zuge der Übernahme der The Meet Group aus dem Segment NuCom Group herausgelöst und wird seit dem dritten Quartal im neuen Segment ParshipMeet Group abgebildet.

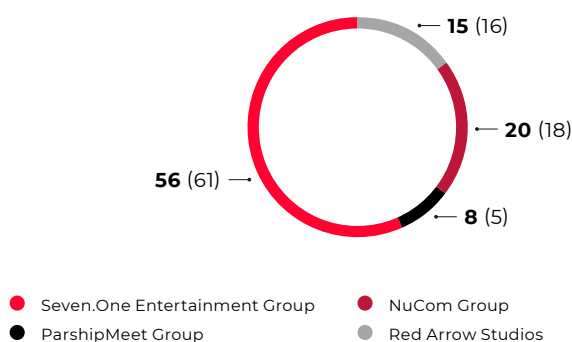
Im Segment **NuCom Group** ist der **Außenumsatz** im Berichtszeitraum 2020 um 7 Prozent auf 807 Mio Euro angestiegen (Vorjahr: 756 Mio Euro). Das Wachstum wurde durch den Erwerb von be Around im März 2019 sowie gegenläufig durch den Verkauf von WindStar Anfang Dezember beeinflusst. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen belief sich das Wachstum auf 6 Prozent. Trotz der COVID-19-bedingten

Beschränkungen konnte insbesondere der Online-Beauty-Anbieter Flaconi GmbH („Flaconi“) mit deutlichen Zuwächsen seine positive Umsatzentwicklung fortsetzen. Negative Auswirkungen hatten die Einschränkungen des öffentlichen Lebens seit März 2020 hingegen auf das Reise- und Transportgeschäft sowie die Freizeitbranche. Die dort entstandenen Rückgänge dämpften dementsprechend das Wachstum der NuCom Group.

Der **Außenumsatz** im Segment **Red Arrow Studios** verringerte sich im Geschäftsjahr 2020 um 5 Prozent auf 620 Mio Euro (Vorjahr: 652 Mio Euro). Bereinigt um Währungseffekte lag der Umsatz um 3 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Auch hier waren die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie vor allem im zweiten Quartal deutlich spürbar, wobei das internationale Programmproduktionsgeschäft besonders betroffen war. Nachdem insbesondere in den USA Programmproduktionen bereits Mitte März weitgehend gestoppt bzw. verschoben werden mussten, gab es dort auch im weiteren Jahresverlauf noch Einschränkungen. Angesichts von Lockerungen der öffentlichen Beschränkungen erholte sich das Produktionsgeschäft im dritten Quartal leicht und lag im vierten Quartal unter anderem aufgrund von Nachholeffekten wieder über dem Vorjahr. Deutlich positiv entwickelte sich auf Jahressicht zudem der Programmvertrieb. Dies konnte den Rückgang des Produktionsgeschäfts in den ersten neun Monaten 2020 aber nicht ausgleichen. → [Rahmenbedingungen des Konzerns](#)

ANTEIL DER UMSATZERLÖSE NACH SEGMENTEN¹

in Prozent, Vorjahreswerte 2019 in Klammern



¹ Die Vorjahreswerte wurden an die seit dem dritten Quartal 2020 bestehende Segmentstruktur angepasst.

ADJUSTED EBITDA NACH SEGMENTEN in Mio Euro

	2020	2019	Veränderung abs.	Veränderung in %	Adjusted EBITDA-Marge 2020 (in %) ¹	Adjusted EBITDA-Marge 2019 (in %) ¹
Seven.One Entertainment Group	571	787	-217	-27,5	24,0	30,2
ParshipMeet Group	80	44	36	81,4	23,9	21,0
NuCom Group	32	54	-22	-40,9	3,9	7,0
Red Arrow Studios	42	48	-6	-12,6	6,2	6,6
Überleitung (Holding & Sonstiges)	-19	-62	42	-69,1	—	—
Summe adjusted EBITDA	706	872	-166	-19,1	17,4	21,1

¹ Auf Basis der Umsatzerlöse des Segments.

UMSATZERLÖSE NACH REGIONEN in Mio Euro

	2020	2019
DACH	3.349	3.516
USA	620	540
Sonstige	77	78
Umsatzerlöse	4.047	4.135

i Die ProSiebenSat.1 Group generiert den Großteil ihres Umsatzes mit 82,8 Prozent in der DACH-Region (Vorjahr: 85,0%).

ADJUSTED EBITDA

Das **adjusted EBITDA** verringerte sich im Geschäftsjahr 2020 um 19 Prozent oder 166 Mio Euro auf 706 Mio Euro. Die **adjusted EBITDA-Marge** betrug 17,4 Prozent (Vorjahr: 21,1%). Dabei wirkte sich besonders der Umsatzrückgang des margenstarken Werbegeschäfts negativ auf die Profitabilität der ProSiebenSat.1 Group aus. Während sich vor allem im zweiten Quartal die Auswirkungen der Pandemie zeigten, hat sich die Ertragskraft ab dem dritten Quartal parallel zu den Umsätzen wieder deutlich verbessert. Im vierten Quartal verzeichnete der Konzern beim adjusted EBITDA ein Wachstum um 12 Prozent auf 377 Mio Euro (Vorjahr: 338 Mio Euro). Mit Beginn der COVID-19-Pandemie wurden verschiedene Kostenmaßnahmen über den gesamten Konzern umgesetzt. So hat der Konzern unter anderem Kurzarbeit in den Bereichen eingesetzt, in denen es zu Arbeitsausfällen kam, IT-Aufwendungen verringert und sonstige Kosten wie zum Beispiel Reisekosten oder Beratungskosten reduziert.

Die Implikationen der COVID-19-Pandemie prägen die Ergebnis- und Margenentwicklung des Segments **Seven.One Entertainment Group** insbesondere durch den Rückgang der Werbeerlöse deutlich: Trotz gezielter Kostenmaßnahmen ging das **adjusted EBITDA** auf Jahressicht um 28 Prozent bzw. 217 Mio Euro auf 571 Mio Euro zurück, die **adjusted EBITDA-Marge** sank auf 24,0 Prozent (Vorjahr: 30,2%). Im vierten Quartal verzeichnete das adjusted EBITDA hingegen wieder ein Wachstum von 4 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum; die **adjusted EBITDA-Marge** lag im vierten Quartal 2020 mit 34,9 Prozent zudem leicht über dem Vorjahr (34,2%).

Das Segment **ParshipMeet Group** verzeichnete 2020 ein deutliches Wachstum beim **adjusted EBITDA**: Der Wert stieg

von 44 Mio Euro auf 80 Mio Euro. Dies ist neben einem starken operativen Wachstum bedingt durch den Erwerb der The Meet Group. Die **adjusted EBITDA-Marge** verbesserte sich auf 23,9 Prozent (Vorjahr: 21,0 %). → [Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis](#)

Das **adjusted EBITDA** des Segments **NuCom Group** betrug 32 Mio Euro und lag damit um 41 Prozent unter dem Vorjahreswert von 54 Mio Euro. Die **adjusted EBITDA-Marge** verringerte sich auf 3,9 Prozent (Vorjahr: 7,0%). Die Veränderung ist hauptsächlich auf die rückläufigen hochmargigen Umsatzerlöse in unserem Reise- und Freizeitgeschäft im Zusammenhang mit COVID-19-bedingten geringeren Buchungen zurückzuführen. Positiv wirkten sich hingegen vor allem die strikten Kostenmaßnahmen aus, zudem haben sich die Ergebnisbeiträge bei Flaconi und Verivox verbessert. Dabei beeinflussen die unterschiedlichen Margenstrukturen der einzelnen Geschäftsmodelle die Ertragslage.

Im Segment **Red Arrow Studios** verringerte sich das **adjusted EBITDA** um 13 Prozent auf 42 Mio Euro (Vorjahr: 48 Mio Euro). Die **adjusted EBITDA-Marge** entwickelte sich hingegen nahezu stabil und betrug 6,2 Prozent (Vorjahr: 6,6%). Der Umsatzrückgang im Produktionsgeschäft konnte durch entsprechende Kostenmaßnahmen sowie einen dynamischen Programmvertrieb teilweise kompensiert werden.

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

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED EBITDA ZUM KONZERNERGEBNIS in Mio Euro

	2020	2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
Adjusted EBITDA	706	872	-166	-19,1
Sondereffekte	95	-34	129	~
EBITDA	801	838	-37	-4,4
Abschreibungen und Wertminderungen	-248	-260	11	-4,3
davon aus Kaufpreisallokationen	-52	-69	16	-23,7
Betriebsergebnis (EBIT)	553	578	-26	-4,5
Finanzergebnis	-183	-6	-176	~
Ertragsteuern	-118	-161	43	-26,6
Konzernergebnis	252	412	-159	-38,7

Die **Sondereffekte** belaufen sich im Geschäftsjahr 2020 auf 95 Mio Euro gegenüber minus 34 Mio Euro im Vorjahr und sind im Geschäftsjahr 2020 mehrheitlich im vierten Quartal entstanden. Größte Einzelposition waren dabei die Erträge aus Änderungen im Konsolidierungskreis in Höhe von 140 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro), darin enthalten sind Erträge aus den Veräußerungen von WindStar (106 Mio Euro) und myLoc (35 Mio Euro). Aus M&A-Projekten resultierten 2020 Aufwendungen in Höhe von 24 Mio Euro (Vorjahr: 12 Mio Euro), die im Wesentlichen auf den Erwerb der The Meet Group sowie den Verkauf von WindStar zurückgehen. Die Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten in Höhe von 7 Mio Euro enthalten vor allem Aufwendungen im Zusammenhang mit Veränderungen im Vorstand (Vorjahr: 5 Mio Euro). → [Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis](#)

DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE INNERHALB DES ADJUSTED EBITDA in Mio Euro

	2020	2019
Adjusted EBITDA	706	872
Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises	140	0
Erträge aus sonstigen Einmaleffekten	1	0
Zu bereinigende Erträge	141	1
M&A-bezogene Aufwendungen	-24	-12
Reorganisationsaufwendungen	-6	-45
Aufwendungen für Rechtsstreitigkeiten	-3	0
Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen	-5	5
Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten	-7	-5
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	-1	23
Zu bereinigende Aufwendungen	-46	-35
Sondereffekte	95	-34
EBITDA	801	838

Insgesamt belaufen sich die **Abschreibungen und Wertminderungen** im Jahr 2020 auf 248 Mio Euro (Vorjahr: 260 Mio Euro). Dabei sind die Wertminderungen im Vergleich zum Vorjahr deutlich zurückgegangen und betragen 8 Mio Euro (Vorjahr: 31 Mio Euro). Maßgeblich für den hohen Vorjahreswert war eine Wertminderung in Höhe von 19 Mio Euro auf Kundenbeziehungen im Segment Red Arrow Studios. Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte sind hingegen um 11 Mio Euro auf 160 Mio Euro angestiegen (Vorjahr: 149 Mio Euro). Dies ist insbesondere auf höhere selbsterstellte immaterielle Vermögenswerte sowie auf erworbene sonstige immaterielle Vermögenswerte im Rahmen des Erwerbs der The Meet Group zurückzuführen. Die Abschreibungen auf Sachanlagen betragen unverändert 80 Mio Euro.

FINANZERGEBNIS

Das **Finanzergebnis** betrug im Berichtszeitraum 2020 minus 183 Mio Euro (Vorjahr: -6 Mio Euro) und ist durch unterschiedliche, teilweise gegenläufige Entwicklungen und Vorjahresvergleichseffekte geprägt:

Das **Zinsergebnis** belief sich auf minus 73 Mio Euro (Vorjahr: -56 Mio Euro) und reflektiert unter anderem höhere Fremdkapitalkosten. Ausschlaggebend dafür waren im Vergleich zum Vorjahr höhere Aufwendungen in Zusammenhang mit dem endfälligen Darlehen (Term Loan) in Höhe von 6 Mio Euro sowie die aus der Inanspruchnahme der revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) zwischen April 2020 und November 2020 entstandenen Zinsaufwendungen in Höhe von 2 Mio Euro. Der Vorjahreswert ist dabei vergleichsweise niedrig und unter anderem geprägt durch einen positiven Steuerzinseffekt in Höhe von 4 Mio Euro (2020: negativer Steuerzinseffekt in Höhe von 5 Mio Euro), der im Wesentlichen in Zusammenhang mit dem steuerlichen Abzug von Einmalgebühren für den Konsortialkredit aus dem Jahr 2007 steht.

Das ebenfalls im Finanzergebnis erfasste **Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen** verringerte sich auf minus 77 Mio Euro (Vorjahr: -50 Mio Euro) und enthält im Wesentlichen den 50-prozentigen Anteil des Konzerns am Periodenergebnis von Joyn. Das Periodenergebnis des Geschäftsjahres

2020 von Joyn ist insbesondere durch Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 26 Mio Euro belastet (Vorjahr: 0 Mio Euro).

Das **sonstige Finanzergebnis** belief sich 2020 auf minus 32 Mio Euro (Vorjahr: 100 Mio Euro). Es beinhaltet zum einen Effekte aus der Bewertung von Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten in Höhe von minus 30 Mio Euro (Vorjahr: 76 Mio Euro), die primär auf das Segment ParshipMeet Group entfielen. Größte Einzelpositionen im Jahr 2019 waren Bewertungseffekte im Zusammenhang mit Studio71 und dem Social-Advertising-Anbieter esome advertising technologies GmbH („esome“). Zum anderen sind im sonstigen Finanzergebnis die Bewertungs- und Veräußerungsergebnisse aus sonstigen Finanzinstrumenten in Höhe von 5 Mio Euro ausgewiesen (Vorjahr: 41 Mio Euro). Der Wert für 2019 reflektiert Effekte in Zusammenhang mit verschiedenen Transaktionen: Dazu zählen der Verkauf der Anteile am globalen Videodienst Pluto Inc. („Pluto“) in Höhe von 22 Mio Euro, die Neubewertung der at-Equity-Anteile an der Marketplace GmbH („Marketplace“) im Rahmen der Anteilsaufstockung sowie die Vollkonsolidierung der neu gegründeten be Around in Höhe von 26 Mio Euro.

Gegenläufig wirkte sich das Ergebnis aus Währungsumrechnung in Höhe von minus 6 Mio Euro aus (Vorjahr: –9 Mio Euro). Darüber hinaus sind die Finanzierungskosten gesunken und beliefen sich auf minus 7 Mio Euro (Vorjahr: –10 Mio Euro).

ERTRAGSTEUERN

Die **Ertragsteuern** beliefen sich für das Geschäftsjahr 2020 auf 118 Mio Euro (Vorjahr: 161 Mio Euro). Diese Entwicklung gegenüber dem Vorjahreswert ergab sich im Wesentlichen durch den Rückgang des Ergebnisses vor Steuern.

Die Steuerquote erhöhte sich von 28 Prozent auf 32 Prozent. Zu dieser Erhöhung führten hauptsächlich die beschriebenen Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis sowie das Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen. Gegenläufig minderten die größtenteils steuerfreien Erträge aus den Veräußerungen von WindStar und myLoc die Steuerquote.

KONZERNERGEBNIS UND ADJUSTED NET INCOME

Das **Konzernergebnis** verringerte sich im Geschäftsjahr 2020 um 159 Mio Euro und betrug 252 Mio Euro. Dies ist neben den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie ebenfalls im Wesentlichen auf die beschriebene negative Entwicklung des Finanzergebnisses, insbesondere durch einmalige Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten, zurückzuführen. Vor diesem Hintergrund verzeichnete auch das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnende Konzernergebnis einen Rückgang; es sank um 146 Mio Euro auf 267 Mio Euro.

Das **adjusted net income** betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 221 Mio Euro (Vorjahr: 387 Mio Euro). Die zur Berechnung des adjusted net income relevanten Sondereffekte werden in der nachstehenden Überleitungsrechnung dargestellt. Dazu zählen neben den im sonstigen Finanzergebnis erfassten

Bewertungseffekten auch Auswirkungen aus der Fremdwährungsbewertung, die im Zusammenhang mit der Übernahme der The Meet Group stehen. Diese werden in der Überleitungsrechnung in den sonstigen wesentlichen Einmaleffekten ausgewiesen. Das unverwässerte bereinigte Ergebnis je Aktie betrug im Berichtszeitraum 0,98 Euro (Vorjahr: 1,71 Euro).

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED NET INCOME

in Mio Euro

	2020	2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
Konzernergebnis	252	412	-159	-38,7
Sondereffekte innerhalb des EBITDA	-95	34	-129	~
Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen	52	70 ¹	-18	-25,1
Bewertungseffekte im sonstigen Finanzergebnis	-7	-41	34	-82,9
Bewertungseffekte aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten ²	33	-70	103	~
Bewertungseffekte aus Sicherungsgeschäften	-1	-3	3	-81,2
Sonstige wesentliche Einmaleffekte	12	10	2	20,6
Aus den Bereinigungen resultierende Steuereffekte	-19	-24	6	-22,9
Zwischensumme	228	386	-159	-41,1
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	15	1	13	~
Anderen Gesellschaftern zuzurechnende Bereinigungen	-21	-1	-20	~
Bereinigtes anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Konzernergebnis	-6	0	-7	~
Adjusted net income	221	387	-165	-42,8
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	0,98	1,71		

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

² Inkl. Aufzinsungs- und Fremdwährungseffekte in Höhe von 3 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro).

WESENTLICHE POSITIONEN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG in Mio Euro

	2020	2019
Umsatzerlöse	4.047	4.135
Umsatzkosten	-2.468	-2.377
Vertriebskosten	-646	-627
Verwaltungskosten	-538	-576
Sonstige betriebliche Erträge/Aufwendungen	157	24
Betriebsergebnis (EBIT)	553	578
Finanzergebnis	-183	-6
Ertragsteuern	-118	-161
Konzernergebnis	252	412
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	267	413
Anteil anderer Gesellschafter	-15	-1

FUNKTIONSKOSTEN

Die **Umsatzkosten** stiegen im Geschäftsjahr 2020 um 4 Prozent auf 2.468 Mio Euro (Vorjahr: 2.377 Mio Euro), wobei der Kostenanstieg durch den Erwerb der The Meet Group geprägt ist (74 Mio Euro). Bereinigt um diesen Effekt liegt der Anstieg der Umsatzkosten bei 16 Mio Euro oder 1 Prozent. Während umsatzbedingt die Kosten bei Flaconi um 68 Mio Euro gestiegen sind, sind die Kosten aufgrund von Pandemie-bedingten Produktionsstopps im Segment Red Arrow Studios um 47 Mio Euro gesunken. Zudem haben sich die Kosten des Reise- und Freizeitgeschäftes aufgrund des COVID-19-bedingten Umsatzrückgangs verringert. Die in den Umsatzkosten erfassten Programmaufwendungen beliefen sich im Geschäftsjahr 2020 insgesamt auf 1.023 Mio Euro (Vorjahr: 1.007 Mio Euro). Sie beinhalten insbesondere den Wertverzehr des Programmvermögens in Höhe von 966 Mio Euro (Vorjahr: 958 Mio Euro) unter Berücksichtigung der erfassten Drohverlustrückstellungen sowie Aufwendungen für direkt aufwandswirksam erfasste Produktionen in Höhe von 57 Mio Euro (Vorjahr: 49 Mio Euro). Im Vorjahr wurde in dieser Position eine Auflösung der Drohverlustrückstellung in Höhe von 23 Mio Euro erfasst; ohne diesen nicht wiederkehrenden Effekt hätten sich die Programmaufwendungen im Geschäftsjahr 2020 gegenüber dem Vorjahr leicht um 7 Mio Euro reduziert. → [Strategie und Ziele](#)

Die **Vertriebskosten** des Konzerns erhöhten sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 3 Prozent auf 646 Mio Euro (Vorjahr: 627 Mio Euro). Die Entwicklung ist zum einen auf wachstumsbedingt höhere Marketing-Aktivitäten von eHarmony und Flaconi zurückzuführen, zum anderen auf den Erwerb der The Meet Group. Darüber hinaus konnten durch konsequentes Kostenmanagement während der COVID-19-Pandemie insbesondere in zahlreichen Gesellschaften der Segmente Seven.One Entertainment Group und NuCom Group die Vertriebskosten annähernd stabil gehalten werden.

Besonders deutlich wirkte sich das strikte Kostenmanagement in allen Segmenten bei den **Verwaltungskosten** aus. Diese sind im Geschäftsjahr 2020 auf 538 Mio Euro gesunken (Vorjahr: 576 Mio Euro). Hierbei zeigten die COVID-19-bedingten Kostenmaßnahmen wie zum Beispiel Einsparungen in den Reise- und Beratungsaufwendungen ihren Effekt. Zudem ist der Jahreswert geprägt durch Aufwendungen in Zusammenhang mit der Neuaufstellung und stärkeren Bündelung von Geschäftsfeldern im Segment Seven.One Entertainment Group.

i Die in den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten ausgewiesenen Personalaufwendungen des Konzerns betragen im abgelaufenen Geschäftsjahr 717 Mio Euro. Dies entspricht einem leichten Anstieg um 1 Prozent oder 10 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Die höheren Personalaufwendungen resultieren insbesondere aus dem Erwerb der The Meet Group in Höhe von 17 Mio Euro. Zudem enthalten die Personalaufwendungen in der Berichtsperiode Abfindungen für ehemalige Vorstandsmitglieder in der Größenordnung von 7 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro). Ohne Berücksichtigung dieser Effekte konnte die ProSiebenSat.1 Group die Personalaufwendungen insbesondere aufgrund der Reorganisation im Segment Seven.One Entertainment Group sowie des Einsatzes von Kurzarbeit im Wesentlichen im Segment NuCom Group reduzieren.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge und Aufwendungen** sind von 24 Mio Euro im Vorjahr auf 157 Mio Euro im Geschäftsjahr 2020 deutlich angestiegen. Dieser Anstieg resultiert im Wesentlichen auf die in der aktuellen Berichtsperiode realisierten Erträge aus dem Verkauf von WindStar (106 Mio Euro) und myLoc (35 Mio Euro).

GEWINNVERWENDUNG

Die ProSiebenSat.1 Media SE verfolgt seit dem Geschäftsjahr 2018 eine Dividendenpolitik, die grundsätzlich 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 sowie zum Schuldenabbau. Im Geschäftsjahr 2020 haben Vorstand und Aufsichtsrat vor dem Hintergrund des COVID-19-Umfelds entschieden, die ursprünglich für das Geschäftsjahr 2019 geplante und in 2020 zahlbare Dividende auszusetzen. Dabei hat der Vorstand die grundsätzliche Dividendenpolitik jedoch bestätigt. Dementsprechend schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2020 eine Dividende in Höhe von 50 Prozent des adjusted net income bzw. von 0,49 Euro je Aktie vor. Dies entspricht einer Dividendenrendite von rund 3,6 Prozent bezogen auf den Schlusskurs der ProSiebenSat.1-Aktie zum Jahresende 2020.

RETURN ON CAPITAL EMPLOYED (ROCE)

Im Geschäftsjahr 2020 betrug der **Return on Capital Employed (ROCE)** der ProSiebenSat.1 Group 10 Prozent nach 16 Prozent im Geschäftsjahr 2019. Der Rückgang ist im Wesentlichen auf den Umsatzrückgang des margenstarken Werbegeschäfts im Rahmen der COVID-19-Pandemie zurückzuführen. Der Anstieg des Eingesetzten Kapitals liegt insbesondere in der Akquisition der The Meet Group begründet. → [Planung und Steuerung](#)

BERECHNUNG P7S1 ROCE in Mio Euro

	2020	2019
Adjusted EBIT ¹	514	684
Zzgl. Pensionsaufwendungen	2	2
Zzgl. Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	-77	-49
Ergebnis (ROCE)	439	637
Eingesetztes Kapital (Durchschnitt)²	4.189	3.945
P7S1 ROCE (in %)	10	16

¹ 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.

² Das Eingesetzte Kapital ist die Differenz aus Immateriellen Vermögenswerten (inkl. Geschäfts- und Firmenwert & Kaufpreisallokation), Sachanlagen, At-Equity bewertete Anteile, Media-for-Equity Investitionen, Programmvermögen, Vorräte, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie kurzfristige sonstige finanzielle Vermögenswerte (exklusive Derivate) und übrige Forderungen und Vermögenswerte abzüglich Sonstige Rückstellungen, Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, Verbindlichkeiten gegenüber at-Equity bewerteten Anteilen und Übrige Verbindlichkeiten. Dabei bezieht sich der Wert auf den Durchschnitt der Stichtage der letzten fünf Quartale.

VERMÖGENSLAGE DES KONZERNS

Die **Bilanzsumme** belief sich zum 31. Dezember 2020 auf 7.081 Mio Euro (31. Dezember 2019: 6.618 Mio Euro), dies ist ein Anstieg um 7 Prozent. Die wichtigsten Bilanzpositionen werden nachfolgend näher erläutert:

VERMÖGENSLAGE in Mio Euro

	31.12.2020	31.12.2019	Veränderung abs.	Veränderung in %
Aktiva				
Geschäfts- oder Firmenwerte	2.177	2.109	68	3
Programmvermögen	1.072	1.057	15	1
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	943	835	108	13
Sachanlagen	443	351	92	26
Sonstige	341	413	-72	-18
Langfristige Vermögenswerte	4.975	4.764	211	4
Programmvermögen	141	148	-6	-4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	569	530	40	7
Sonstige	172	226	-54	-24
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.224	950	274	29
Kurzfristige Vermögenswerte	2.106	1.853	253	14
Bilanzsumme	7.081	6.618	464	7
Passiva				
Eigenkapital	1.687	1.288	399	31
Finanzverbindlichkeiten	2.591	3.190	-598	-19
Sonstige	826	744	81	11
Langfristige Schulden	3.417	3.934	-517	-13
Finanzverbindlichkeiten	601	5	596	~
Sonstige	1.376	1.390	-14	-1
Kurzfristige Schulden	1.977	1.395	582	42
Bilanzsumme	7.081	6.618	464	7

Kurz- und langfristige Vermögenswerte: Die Geschäfts- oder Firmenwerte verzeichneten zum 31. Dezember 2020 eine Zunahme von 68 Mio Euro auf 2.177 Mio Euro (31. Dezember 2019: 2.109 Mio Euro); ihr Anteil an der Bilanzsumme lag bei 31 Prozent (31. Dezember 2019: 32 %). Der Anstieg der Geschäfts- oder Firmenwerte resultiert im Wesentlichen aus dem Erwerb der The Meet Group Anfang September 2020 (239 Mio Euro). Gegenläufig wirkten sich der Verkauf von myLoc und von WindStar (128 Mio Euro) sowie Fremdwährungseffekte aus.

Das Programmvermögen war gegenüber dem Vorjahr annähernd stabil und betrug 1.213 Mio Euro (31. Dezember 2019: 1.204 Mio Euro). Es hatte damit – bezogen auf die Bilanzsumme – einen Anteil von 17 Prozent (31. Dezember 2019: 18 %). Die Entwicklung des Programmvermögens wird im Einzelnen nachfolgend dargestellt: → [Anhang, Ziffer 18 „Programmvermögen“](#).

ANLAGESPIEGEL PROGRAMMVERMÖGEN in Mio Euro

	2020	2019
Buchwert 01.01.	1.204	1.113
Zugänge ¹	1.027	1.170
Abgänge	-17	-17
Werteverzehr	-999	-1.061
Sonstige Veränderung	-1	-2
Buchwert 31.12.	1.213	1.204

¹ Von den Zugängen im Geschäftsjahr 2020 sind bereits 35 Mio Euro durch im Geschäftsjahr 2018 gebildete Drohverlustrückstellungen erfolgswirksam erfasst worden (Vorjahr: 51 Mio Euro).

Der Werteverzehr auf das Programmvermögen unter Berücksichtigung der erfassten Drohverlustrückstellung ist im Geschäftsjahr 2020 leicht gestiegen und betrug 966 Mio Euro (Vorjahr: 958 Mio Euro). Diese Entwicklung reflektiert jedoch insbesondere die Auflösung der Drohverlustrückstellung in Höhe von 23 Mio Euro im Jahr 2019. Ohne diesen nicht wiederkehrenden Sachverhalt hätte der Werteverzehr auf das Programmvermögen im Geschäftsjahr 2020 um 15 Mio Euro unter dem Wert des Vorjahres (981 Mio Euro) gelegen.

ERGEBNISEFFEKTE AUS DEM PROGRAMMVERMÖGEN

in Mio Euro

	2020	2019
Werteverzehr	999	1.061
Veränderung Drohverlustrückstellung	-33	-103 ¹
Werteverzehr inkl. Veränderung Drohverlustrückstellung	966	958

¹ Hierin sind 23 Mio Euro Auflösung der Drohverlustrückstellung enthalten.

Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte erhöhten sich um 108 Mio Euro oder 13 Prozent auf 943 Mio Euro (31. Dezember 2019: 835 Mio Euro). Dieser Anstieg ist vor allem durch den Erwerb der The Meet Group (193 Mio Euro) sowie die Investitionen in sonstige immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 136 Mio Euro begründet. Gegenläufig wirkten sich planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen in Höhe von 168 Mio Euro, der Verkauf von WindStar (38 Mio Euro) sowie Währungseffekte in Höhe von 14 Mio Euro aus. Die Sachanlagen stiegen um 26 Prozent auf 443 Mio Euro (31. Dezember 2019: 351 Mio Euro). Hauptgrund hierfür sind gemietete Büroflächen in Deutschland und den USA.

Die sonstigen langfristigen Vermögenswerte verringerten sich um 18 Prozent auf 341 Mio Euro (31. Dezember 2019: 413 Mio Euro). Ihr Rückgang ist im Wesentlichen auf die Wertentwicklung der langfristigen Fremdwährungsgeschäfte in US-Dollar zurückzuführen. Aus diesem Grund verzeichneten auch die sonstigen kurzfristigen Vermögenswerte einen Rückgang; sie sanken insgesamt um 24 Prozent auf 172 Mio Euro (31. Dezember 2019: 226 Mio Euro). Die kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sind hingegen stichtagsbedingt um 7 Prozent auf 569 Mio Euro gestiegen (31. Dezember 2019: 530 Mio Euro).

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente erhöhten sich auf 1.224 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem 31. Dezember 2019 von 29 Prozent oder 274 Mio Euro und spiegelt die positive Entwicklung der Cashflows wider. Im Vergleich zum Vorjahr beeinflusste die Aussetzung der ursprünglich angekündigten Dividendenzahlung in Höhe von 192 Mio Euro die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente positiv. Im Jahr 2019 wurde eine Dividende in Höhe von 269 Mio Euro gezahlt. → [Liquiditäts- und Investitionsanalyse](#)

Eigenkapital: Das Eigenkapital stieg um 31 Prozent oder 399 Mio Euro auf 1.687 Mio Euro. Die Eigenkapitalquote betrug 23,8 Prozent (31. Dezember 2019: 19,5%). Diese Entwicklung ist zum einen auf die gemeinsam mit General Atlantic getätigte Übernahme der The Meet Group sowie die damit einhergehende Anteilerhöhung an der neu entstandenen ParshipMeet Group zurückzuführen. Zum anderen hat vor allem das positive Konzernergebnis die Eigenkapitalbasis deutlich gestärkt.

Kurz- und langfristige Schulden: Die Summe der lang- und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten betrug 3.192 Mio Euro (31. Dezember 2019: 3.195 Mio Euro). Die im April 2021 fällige und am 15. Januar 2021 frühzeitig zurückgezahlte Anleihe mit einem Buchwert von 600 Mio Euro wurde zum 31. Dezember 2020 in den kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen.

NET WORKING CAPITAL

NET WORKING CAPITAL in Mio Euro

	31.12.2020	31.12.2019
Vorräte	44	48
Forderungen	588	541
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	692	746
Net Working Capital	-60	-156

Das **Net Working Capital** der ProSiebenSat.1 Group stieg zum 31. Dezember 2020 stichtagsbedingt auf minus 60 Mio Euro (31. Dezember 2019: -156 Mio Euro). Bezogen auf die Umsatzerlöse der letzten zwölf Monate lag das durchschnittliche Net Working Capital zum 31. Dezember 2020 bei minus 1,5 Prozent (31. Dezember 2019: -3,8%).

FINANZ- UND LIQUIDITÄTSLAGE DES KONZERNS

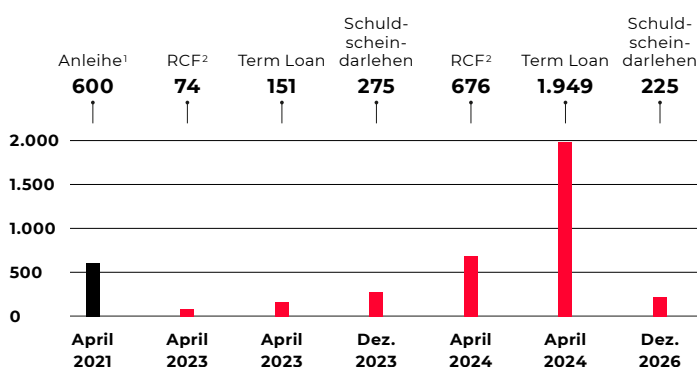
FREMDKAPITALAUSSTATTUNG UND FINANZIERUNGSSTRUKTUR

Die ProSiebenSat.1 Group nutzt verschiedene Finanzierungsinstrumente und verfolgt ein aktives Finanzmanagement. Die Finanzierungsinstrumente des Konzerns unterliegen dabei nicht der Einhaltung von Finanzkennzahlen. Das Fremdkapital hatte zum 31. Dezember 2020 einen Anteil von 76 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2019: 81%). Der Großteil entfiel mit 3.192 Mio Euro bzw. 59 Prozent auf lang- und kurzfristige Finanzverbindlichkeiten (31. Dezember 2019: 3.195 Mio Euro bzw. 60%). → [Vermögenslage des Konzerns](#)

Die überwiegenden Teile des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) in Höhe von insgesamt 2,1 Mrd Euro sowie der syndizierten revolving Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmen von bis zu 750 Mio Euro haben eine Laufzeit bis April 2024. Darüber hinaus verfügte die ProSiebenSat.1 Group in der Berichtsperiode über Mittel aus einer im April 2014 begebenen siebenjährigen Anleihe mit einem Volumen von 600 Mio Euro. Die originär im April 2021 fällige Anleihe war bis zu ihrer frühzeitigen Rückzahlung am 15. Januar 2021 am regulierten Markt der Luxemburger Börse notiert (ISIN DE000A11QFA7); der Kupon der Anleihe betrug 2,625 Prozent per annum. Im Dezember 2020 machte die ProSiebenSat.1 Group von ihrem dreimonatigen vorzeitigen Kündigungsrecht unter den Anleihebedingungen Gebrauch und zahlte die Anleihe zum Nominalwert im Januar 2021 zurück. 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.

Der Konzern beobachtet und bewertet laufend die Entwicklungen an den Geld- und Kapitalmärkten. Der Konzern hatte Anfang April 2020 350 Mio Euro seiner syndizierten revolving Kreditfazilität, die ein Rahmenvolumen von 750 Mio Euro hat, in Anspruch genommen, um angesichts des COVID-19-geprägten Umfelds jederzeit einen Zugriff auf die Liquiditätsreserven des Unternehmens abzusichern. Im Zuge der positiven Entwicklungen im vierten Quartal haben wir diese im November 2020 wieder zurückgeführt.

FREMDFINANZIERUNGSMITTEL UND LAUFZEITEN ZUM 31. DEZEMBER 2020 in Mio Euro



¹ Im Dezember 2020 machte die ProSiebenSat.1 Group von ihrem dreimonatigen vorzeitigen Kündigungsrecht unter den Anleihebedingungen Gebrauch und zahlte die Anleihe zum Nominalwert im Januar 2021 zurück.

² Nicht in Anspruch genommen.

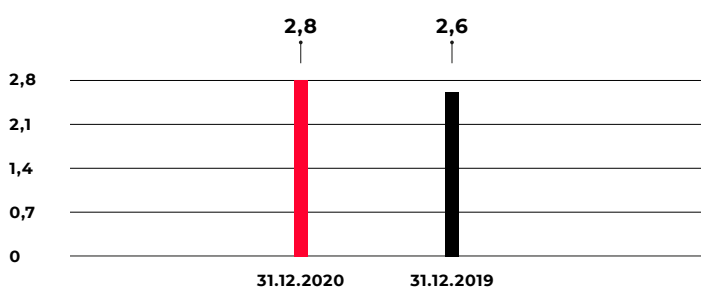
Die Verzinsung des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolving Kreditfazilität erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge, wobei der Vertrag eine Untergrenze für den Basiszins bei 0 Prozent vorsieht. Um sich gegen marktbedingte Zinssatzveränderungen abzusichern, setzt der Konzern derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ein. Zum 31. Dezember 2020 lag der Festzinsanteil bei ca. 95 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio (31. Dezember 2019: ca. 98%). Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinsscaps belief sich zum 31. Dezember 2020 auf 0 Prozent per annum für den Zeitraum bis 2024. → [Vermögenslage des Konzerns](#)

FINANZIERUNGSANALYSE

Der Verschuldungsgrad spiegelt das Verhältnis der Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate wider (LTM adjusted EBITDA) und stieg zum 31. Dezember 2020 auf den Faktor 2,8x (31. Dezember 2019: 2,6x). Dies ist bedingt durch die Entwicklung des adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate, das im Umfeld der COVID-19-Pandemie gesunken ist. Die Netto-Finanzverschuldung hat sich hingegen verbessert, konnte diesen Effekt aber nur teilweise ausgleichen. Die Verbesserung der Netto-Finanzverschuldung auf 1.968 Mio Euro (31. Dezember 2019: 2.245 Mio Euro) reflektiert das Cashflow-Management des Konzerns. → [Liquiditäts- und Investitionsanalyse](#)

NETTO-FINANZVERBINDLICHKEITEN in Mio Euro

	31.12.2020	31.12.2019
Finanzverbindlichkeiten		
Term Loan	2.092	2.090
Anleihe	600	599
Schuldscheindarlehen	499	499
Sonstige Darlehen	1	8
Summe Finanzverbindlichkeiten	3.192	3.195
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.224	950
Netto-Finanzverbindlichkeiten	1.968	2.245

VERSCHULDUNGSGRAD¹

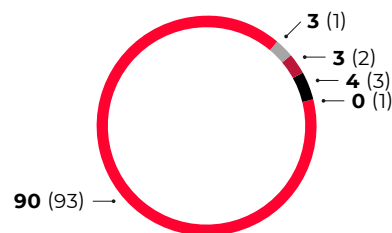
¹ Der Verschuldungsgrad ergibt sich, indem die Netto-Finanzverbindlichkeiten in Relation zum LTM adjusted EBITDA gesetzt werden.

i In der Definition der Netto-Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group sind zum 31. Dezember 2020 keine Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16 in Höhe von 228 Mio Euro (31. Dezember 2019: 171 Mio Euro) sowie Immobilienverbindlichkeiten in Höhe von 71 Mio Euro (31. Dezember 2019: 48 Mio Euro) enthalten.

LIQUIDITÄTS- UND INVESTITIONSANALYSE**KAPITALFLUSSRECHNUNG** in Mio Euro

	2020	2019
Konzernergebnis	252	412
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	1.511	1.603
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.391	-1.396
davon Akquisition The Meet Group	-368	—
davon Verkauf myLoc	48	—
davon Verkauf WindStar	257	—
Free Cashflow	120	207
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	205	-294
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-50	6
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	274	-81
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	950	1.031
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	1.224	950

Die ProSiebenSat.1 Group erzielte im Geschäftsjahr 2020 einen **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** von 1.511 Mio Euro (Vorjahr: 1.603 Mio Euro). Der Rückgang resultiert aus einem niedrigeren operativen Konzernergebnis. Demgegenüber stehen insbesondere geringere Steuerzahlungen.

INVESTITIONEN NACH SEGMENTEN VOR M&A-AKTIVITÄTEN in Prozent, Vorjahreswerte 2019 in Klammern

● Seven.One Entertainment Group ● Überleitung (Holding & Sonstiges)
 ● NuCom Group ● ParshipMeet Group
 ● Red Arrow Studios

Die ProSiebenSat.1 Group weist für den Berichtszeitraum 2020 einen **Cashflow aus Investitionstätigkeit** von minus 1.391 Mio Euro aus; er liegt damit nahezu auf Vorjahresniveau von minus 1.396 Mio Euro und ist durch gegenläufige Zahlungsmittelströme geprägt. So hat unter anderem ein höherer Mittelabfluss aus Unternehmenserwerben, insbesondere für den Erwerb der The Meet Group, höhere Einzahlungen aus Unternehmensverkäufen durch die Veräußerungen von WindStar und myLoc nahezu ausgeglichen. Im Einzelnen ergaben sich folgende Mittelflüsse:

– Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmvermögen betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 1.063 Mio Euro (Vorjahr: 1.072 Mio Euro). Die Programminvestitionen entfielen auf das Segment Seven.One Entertainment Group.

i Programminvestitionen bilden den wesentlichen 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 Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen beliefen sich im Geschäftsjahr 2020 auf 397 Mio Euro (Vorjahr: 100 Mio Euro). Hier ist im Wesentlichen der Erwerb der The Meet Group in Höhe von 418 Mio Euro abzüglich der daraus übernommenen Zahlungsmittel in Höhe von 49 Mio Euro enthalten. Zudem beinhaltet der Mittelabfluss nachgelagerte Kaufpreiszahlungen unter anderem für US-Produktionsgesellschaften.

i Vermögenswerte, die aus Erstkonsolidierungen stammen, werden nicht als segmentspezifische Investitionen erfasst.

– Die Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen betrugen nach Abzug der abgegangenen Zahlungsmittel 305 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro). Der Mittelzufluss resultiert aus dem Verkauf sämtlicher Anteile an WindStar und myLoc.

- Für sonstige immaterielle Vermögenswerte flossen im Berichtszeitraum 155 Mio Euro ab (Vorjahr: 159 Mio Euro). Diese setzen sich im Wesentlichen aus Entwicklungskosten, Lizenzen aus der Vermarktung von digitalen Angeboten, Software sowie gewerblichen Schutzrechten zusammen. Die Investitionen in Sachanlagen betragen 79 Mio Euro (Vorjahr: 54 Mio Euro). Diese beinhalten neben technischen Anlagen sowie Mietereinbauten den Campus-Neubau am Standort Unterföhring.

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultiert ein **Free Cashflow** von 120 Mio Euro für das Geschäftsjahr 2020 (Vorjahr: 207 Mio Euro).

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** belief sich auf 205 Mio Euro (Vorjahr: –294 Mio Euro). Die Entwicklung des Finanzierungs-Cashflows war im Geschäftsjahr 2020 geprägt durch Einzahlungen des nicht beherrschenden Gesellschafters General Atlantic im Zusammenhang mit dem Erwerb der The Meet Group in Höhe von 259 Mio Euro. Demgegenüber führten die Rückzahlungen eines Bankdarlehens der The Meet Group zu einem Mittelabfluss in Höhe von 27 Mio Euro. Der im April 2020 in Anspruch genommene Anteil der revolvingierenden Kreditfazilität des Konzerns in Höhe von 350 Mio Euro wurde zudem im November 2020 zurückgeführt. Im Vorjahr flossen 269 Mio Euro für die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2018 ab; die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2019 wurde im Berichtszeitraum 2020 zur Sicherung der Liquidität des Konzerns ausgesetzt. → [Anhang, Ziffer 26 „Eigenkapital“](#)

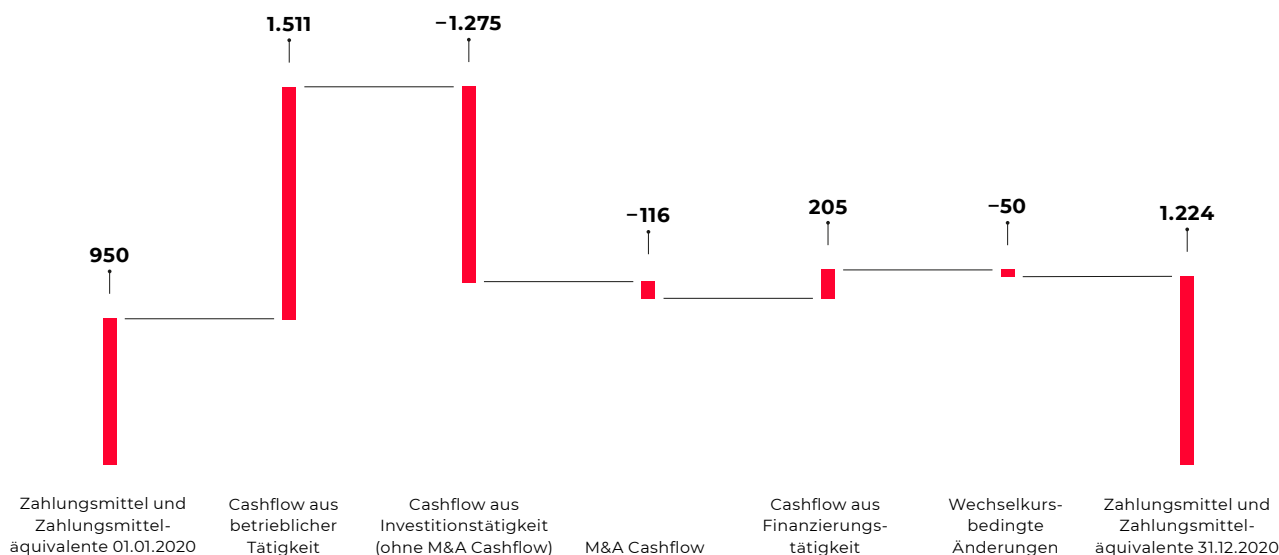
Aus den beschriebenen Zahlungsströmen resultierte ein Anstieg der **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** auf 1.224 Mio Euro (31.12.2019: 950 Mio Euro). Der Konzern verfügt damit über eine komfortable Liquiditätsausstattung. Aus diesem Grund wurde im Januar 2021 die Anleihe in Höhe von 600 Mio Euro frühzeitig zurückgeführt.

Der **M&A Cashflow** belief sich auf minus 116 Mio Euro, nach minus 133 Mio Euro im Vorjahr. Neben sich im Wesentlichen kompensierenden Effekten aus Unternehmenserwerben und -verkäufen ist die Entwicklung bedingt durch im Vergleich zum Vorjahr gestiegene Einzahlungen aus der Veräußerung finanzieller Vermögenswerte.

Der **Free Cashflow vor M&A** betrug im Berichtszeitraum 235 Mio Euro (Vorjahr: 339 Mio Euro). Die Veränderung reflektiert die rückläufige Entwicklung des operativen Ergebnisses infolge der COVID-19-Auswirkungen sowie gegenläufig geringere Steuerzahlungen.

i 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.

VERÄNDERUNG DER ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE in Mio Euro



ÜBERLEITUNG FREE CASHFLOW VOR M&A MASSNAHMEN in Mio Euro

	Cashflow gesamt	M&A Cashflow	Cashflow vor M&A
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	1.511	—	1.511
Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten	58	58	1
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-234	—	-234
Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte	-81	-81	0
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	20	—	20
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-1.063	—	-1.063
Einzahlungen aus gewährten Darlehen	1	—	1
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente) – im Wesentlichen The Meet Group	-397	-397	—
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente) – WindStar und myLoc	305	305	—
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.391	-116	-1.275
Free Cashflow	120	-116	235

GRUNDSÄTZE UND ZIELE DES FINANZMANAGEMENTS

Der Bereich 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:

- **Kapitalstrukturmanagement:** 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, wodurch ein Großteil der konzernweiten liquiden Mittel in der ProSiebenSat.1 Media SE zentralisiert wird. 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 AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: RISIKO- UND CHANCENLAGE

Die digitale Entwicklung eröffnet uns für alle Segmente neue Wachstumsmärkte. So wird die Mediennutzung etwa immer vielfältiger, Bewegtbild wird zunehmend unabhängig von Ort und Zeit konsumiert. Um diesen Wandel aktiv zu gestalten und in Wachstumspotenziale zu übersetzen, haben wir unser gesamtes Entertainment-Portfolio in einem Segment gebündelt. So können wir noch synergetischer arbeiten und Programme plattformunabhängig anbieten sowie Werbekonzepte crossmedial entwickeln. Dabei wollen wir uns durch den verstärkten Fokus auf lokale Programme von globalen Streaming-Anbietern stärker differenzieren. Denn der Trend zur Digitalisierung wird sich in den kommenden Jahren fortsetzen und hat im Zuge der COVID-19-Pandemie in vielen Bereichen nochmals an Dynamik gewonnen. Dies birgt auch Risiken. 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. Obwohl sich das Gesamtrisiko infolge der Pandemie 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, wobei neben strategischen Entscheidungen besonders die künftige Entwicklung der Rahmenbedingungen zusätzliche Potenziale bergen könnte.

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 konsolidierten 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.

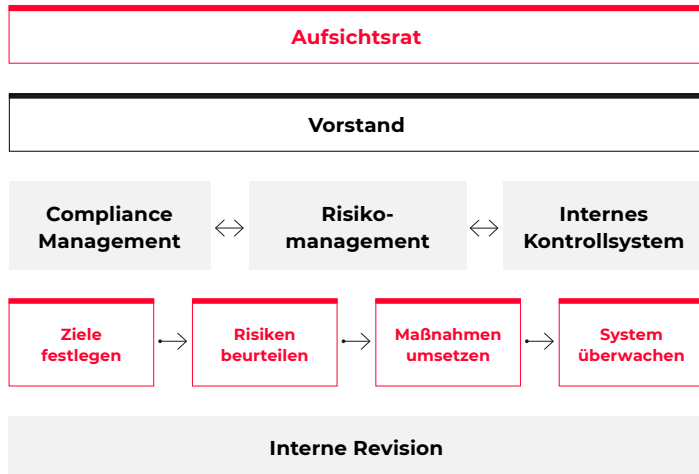
Mithilfe der Matrixdarstellung werden die Risikopotenziale nach ihrer relativen Bedeutung als „hoch“, „mittel“ oder „gering“ klassifiziert. Neben der Klassifizierung ist die Analyse von Ursachen und Wechselwirkungen Teil der Risikobeurteilung. Dabei fließen Maßnahmen zur Gegensteuerung bzw. Risikominimierung 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.

i 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 2020 berücksichtigt haben, nicht unter diese Definition und werden folglich in vorliegendem Risikobericht nicht erläutert.

RISIKOMANAGEMENTSYSTEM



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:

- **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 angemessen 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, 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 RISIKEN

Die Gesamtrisikolage hat sich vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie erhöht. Nach unserer Einschätzung sind derzeit jedoch keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in

RISIKOMANAGEMENTPROZESS IM ABLAUF



● Dezentraler Risikomanager ● Group Risk Officer ● Vorstand/Aufsichtsrat

Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage führen könnten. Die identifizierten Risiken haben keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch nicht in die Zukunft gerichtet.

i Zur Beurteilung der Gesamtrisikolage klassifiziert die ProSiebenSat.1 Group zunächst alle Einzelrisiken im Rahmen des vierteljährlichen Bewertungsprozesses, aggregiert sie und ordnet sie übergreifenden Risiken zu. Diese Risiken 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, Dating sowie Commerce & Ventures.

Im Zuge der Neustrukturierung seiner Segmente zum 1. Januar 2021 hat der Konzern auch seine Risikoberichterstattung weiterentwickelt und berichtet seine Risiken im vorliegenden Risikobericht erstmalig in der Segmentierung Entertainment, Dating sowie Commerce & Ventures. Die Gesellschaften des vormaligen Segments Red Arrow Studios sind folglich im Segment Entertainment aufgegangen. Zusätzlich werden im Segment Entertainment die Risiken aus der Reichweitenentwicklung im Rahmen der allgemeinen Branchenrisiken berichtet. Aufgrund der engen Verknüpfung des Mediennutzungsverhaltens und der Reichweitenentwicklung ist eine klare Trennung der beiden Risiken dabei nicht ohne Weiteres möglich. Wir haben diese deshalb in dem vorliegenden Bericht zusammengefasst, um ein umfassendes und aussagekräftigeres Gesamtbild darzustellen.

Die ProSiebenSat.1 Group unterteilt die Risiken auf Segment- und Konzernebene weiterhin in die Kategorien Operative Risiken, Finanzwirtschaftliche Risiken, Compliance-Risiken, Strategische Risiken und Nichtfinanzielle Risiken. Wir überwachen alle im Rahmen des Risikomanagementprozesses erfassten Risiken. 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. Risiken mit einer geringen Bedeutung werden hier nicht berichtet; Eventualverbindlichkeiten aus möglichen Compliance-Risiken sind im → Anhang, Ziffer 31 „Eventualverbindlichkeiten“ dargestellt.

i Im vorliegenden Geschäftsbericht werden die relevanten Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung dargestellt; über Risiken mit potenziell sehr geringer, geringer oder moderater Auswirkung berichten wir hier nicht. Sollte sich ein Risiko mit derzeit sehr geringer, geringer oder moderater potenzieller Auswirkung jedoch zu einem Risiko mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung entwickeln, werden wir diese Veränderung in unseren künftigen Risikoberichten berücksichtigen. Wenn im Umkehrschluss Risiken, die derzeit mit erheblicher oder wesentlicher Auswirkung eingestuft werden, auf eine sehr geringe, geringe oder moderate Auswirkung herabgestuft werden, werden solche Risiken in diesem Bericht nicht detailliert beschrieben – mit Ausnahme der Veränderung gegenüber der im Geschäftsbericht 2019 veröffentlichten Risikosituation selbst. Die Auswertung der Eintrittswahrscheinlichkeit und der Risikoauswirkung sowie die allgemeinen Konzernschwellenwerte sind im Vergleich zur Vorperiode unverändert geblieben.

ÜBERBLICK DER RELEVANTEN RISIKEN

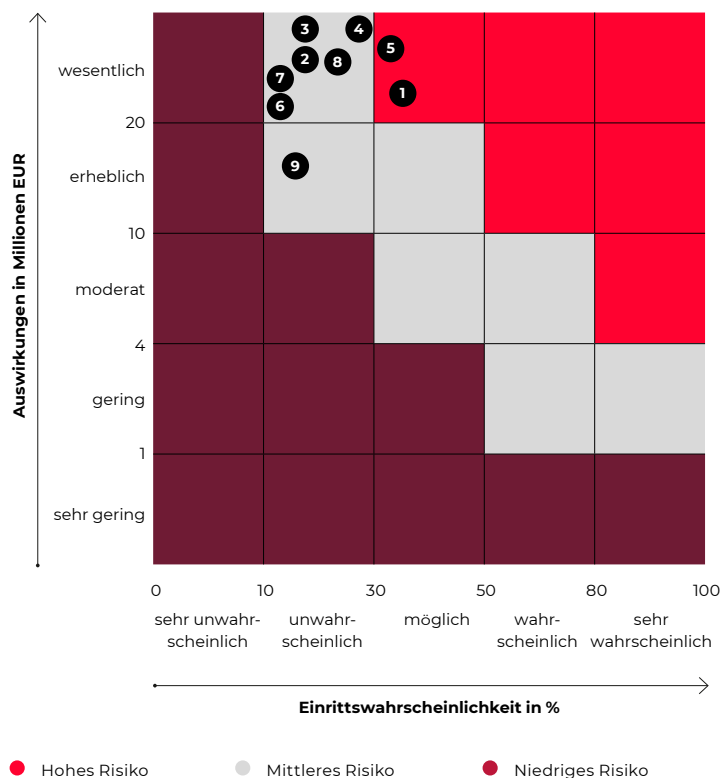
Kategorie	Risiko	Veränderung gegenüber dem Vorjahr	Auswirkungsgrad	Eintrittswahrscheinlichkeit	Risiko-bedeutung	
Konzernebene						
Operative Risiken	→ Makroökonomische Risiken	→	Unverändert	Wesentlich	Möglich	Hoch
	→ Wertminderungsrisiken	↑	Gestiegen	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
Compliance-Risiken	→ Compliance-Risiken	→	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
Segment Entertainment						
Operative Risiken	→ Allgemeine Branchenrisiken	↓	Gesunken	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
	→ Vermarktungsrisiken	↓	Gesunken	Wesentlich	Möglich	Hoch
	→ Risiken aus der Programmproduktion	↑	Gestiegen	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
Segment Dating						
Operative Risiken	→ Allgemeine Branchenrisiken		Neu	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
Segment Commerce & Ventures						
Operative Risiken	→ Allgemeine Branchenrisiken	↑	Gestiegen	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
	→ Vertriebsrisiken	↑	Gestiegen	Erheblich	Unwahrscheinlich	Mittel

→ unverändert

↑ gestiegen

↓ gesunken

RISIKOMATRIX



Konzernebene

1 Makroökonomische Risiken

2 Wertminderungsrisiken

3 Compliance-Risiken

Segment Entertainment

4 Allgemeine Branchenrisiken

5 Vermarktungsrisiken

6 Risiken der Programmproduktion (national und international)

Segment Dating

7 Allgemeine Branchenrisiken

Segment Commerce & Ventures

8 Allgemeine Branchenrisiken

9 Vertriebsrisiken

Grafik ist nicht maßstabsgetreu dargestellt. Im vorliegenden Geschäftsbericht werden die relevanten Risiken mit potenziell erheblicher oder wesentlicher Auswirkung dargestellt; über Risiken mit potenziell sehr geringer, geringer oder moderater Auswirkung berichten wir hier nicht.

KONZERNEBENE

Operative Risiken

Makroökonomische Risiken: Die COVID-19-Pandemie hat in vielen Weltregionen schwere Wirtschaftskrisen ausgelöst. Laut Oktober-Prognose des Internationalen Währungsfonds (IWF) wird das globale Bruttoinlandsprodukt 2020 real um 3,5 Prozent sinken. Auch die deutsche Wirtschaft hat aufgrund der ungünstigen außenwirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie der zahlreichen inländischen Beschränkungen erheblich an Leistung eingebüßt, das BIP ging auf Jahressicht um fünf Prozent zurück. Dabei hinterließen – entgegen ursprünglicher Befürchtungen – die COVID-19-Schutzmaßnahmen im vierten Quartal deutlich geringere Spuren als im Frühjahr. Im Vorquartalsvergleich dürfte das BIP im Schlussquartal 2020 annähernd stagniert haben. Weniger betroffene Wirtschaftsbereiche wie die Bauwirtschaft oder die besonders konjunkturrelevante Industrie erholten sich weiter. Auch der Einzelhandel entwickelte sich dynamisch, u. a. dank eines starken E-Commerce-Geschäfts.

Die Aussichten sind gut, dass die deutsche Wirtschaft 2021 auf den Wachstumspfad zurückkehren wird. Dafür sprechen die zuletzt überraschend robuste Binnenkonjunktur und die Entwicklung wichtiger Stimmungsindikatoren. Zugleich dürfte die absehbare Belebung der Weltwirtschaft wichtige Wachstumsimpulse beisteuern. Aufgrund von Eindämmungsmaßnahmen und flächendeckenden Impfangeboten rechnet der

IWF derzeit mit einem Wachstum von real plus 5,5 Prozent. Das größte Risiko birgt jedoch der Pandemieverlauf: Sollten sich die Beschränkungen – national wie international – signifikant verlängern oder verschärfen, ist mit erneuten und möglicherweise substantziellen Rückschlägen zu rechnen.

Vor diesem Hintergrund erachten wir die makroökonomischen Risiken als unverändert und sehen deren Eintrittswahrscheinlichkeit weiterhin als möglich an. Im Falle des Eintritts können wir wesentliche finanzielle Auswirkungen folglich nicht vollständig ausschließen. Wir stufen diesen Sachverhalt daher weiterhin als hohes Risiko ein. → [Entwicklung von Konjunktur und Werbemarkt](#) → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen](#)

Wertminderungsrisiken: Infolge der COVID-19-Pandemie steigt das Risiko einer möglichen Wertminderung von immateriellen Vermögenswerten. Hierauf reagiert die ProSiebenSat.1 Group mit einer engen Überwachung der zukünftigen Entwicklungen. Die Wertminderungsrisiken werden nun als mittleres Risiko mit potenziell wesentlicher Auswirkung und unwahrscheinlichem Eintritt bewertet. → [Anhang, Ziffer 2 „Bilanzierungsgrundsätze“](#)

Finanzwirtschaftliche Risiken

Im Rahmen unserer Geschäfts- und Finanzierungstätigkeit ist der Konzern verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken

ausgesetzt. Dazu zählen das Finanzierungsrisiko, Ausfallrisiko, Zinsrisiko, Währungsrisiko und Liquiditätsrisiko. Die Ausfallrisiken sind im Jahresverlauf 2020 in ihrer Bewertung gesunken. Infolgedessen bewerten wir diese nun insgesamt als gering. Entsprechend werden sie nicht mehr detailliert in diesem Bericht aufgeführt. → [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.

Compliance-Risiken

Allgemeine Compliance-Risiken (inkl. gesetzliche Berichtspflichten, Kartellrecht, Gerichtsverfahren): Die digitale Entwicklung stellt den Gesetzgeber vor neue Herausforderungen und konfrontiert Unternehmen mit einer zunehmenden Regulierungsdichte, insbesondere in den Bereichen Verbraucher- und Datenschutz. Die daraus resultierende Risikobedeutung hat sich im Vergleich zum Vorjahr für uns nicht verändert: Wir bewerten Compliance-Risiken als mittleres Risiko mit potenziell wesentlicher Auswirkung und unwahrscheinlichem Eintritt. Zur Prävention möglicher gesetzlicher Verstöße beobachten wir die Rechtsentwicklungen genau, um auf Veränderungen angemessen zu reagieren. Gemeinsam mit Politik und Industrie will der Konzern die Chancen der Digitalisierung fördern, um somit den Wirtschafts- und Innovationsstandort Deutschland langfristig zu stärken. Dabei stehen aktuell folgende Themen im Fokus:

Seit Mai 2018 ist die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) wirksam, sie soll die rechtlichen Vorgaben zur Verarbeitung personenbezogener Daten harmonisieren. Dies ist ein wichtiger Schritt zur Vereinheitlichung des Datenschutzes in Europa. Die daraus resultierenden Rechte und Pflichten im Bereich Online-Werbung sind jedoch nach wie vor nicht vollumfänglich abzuschätzen; dies gilt insbesondere hinsichtlich der Vorgaben zur Verarbeitung von Daten für zielgruppenspezifische Werbung im Internet. Die Online-Werbewirtschaft hat daher verschiedene Initiativen gegründet, wie das Transparency & Consent Framework in seiner aktuellen Version 2.0 (TCF 2.0), das die datenschutzrechtliche notwendige Abfrage von Einwilligungen bei den Nutzern ermöglicht. Hier ist noch nicht geklärt, ob die zuständigen Behörden den TCF-Mechanismus anerkennen werden. Ein Scheitern des TCF könnte das werbefinanzierte Geschäftsmodell der ProSiebenSat.1 Group schädigen, da dadurch deutlich erschwert würde, die für Werbeauspielungen nötigen Einwilligungen einzuholen. Wir erwarten ferner weitere gesetzgeberische Maßnahmen zur Einwilligungserfordernis für Cookies und andere Online-Identifizierer in Deutschland; zudem könnte ein Gesetzesentwurf für ein Telekommunikations- und Teledienste-Datenschutzgesetz die für die Online-Werbeindustrie zentrale Wiedererkennung der Nutzer weiter einschränken.

Verschiedene Gesetzgebungsinitiativen zielen darauf ab, die Verbraucherrechte weiter zu stärken. Dabei sollen die Rechte der Verbraucher insbesondere bei der Gewährleistung von digitalen Inhalten bzw. digitalen Dienstleistungen und zum Warenhandel gestärkt werden. Ein Beispiel auf europäischer Ebene ist der „New Deal for Consumers“, der zu Jahresbeginn 2020 in Kraft getreten ist. Wir rechnen damit, dass die Maßnahmen bis Ende 2021 auf nationaler Ebene umzusetzen sind. Geplant sind unter anderem Änderungen am Widerrufsrecht und neue Transparenzregelungen für Online-Marktplätze. Bei Verstößen gegen diese EU-Richtlinie könnten Bußgelder von bis zu vier Prozent des Jahresumsatzes eines Anbieters verhängt werden. Zudem strebt das Bundesjustizministerium mit dem Referentenentwurf für faire Verbraucherverträge u.a. eine stärkere Regulierung von Verträgen mit längeren Laufzeiten an.

Auch im Kartellrecht stehen weitreichende Veränderungen bevor. Marktbeherrschende Digitalunternehmen sollen mit der Einführung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen einer verschärften Missbrauchsaufsicht unterworfen werden. Auf europäischer Ebene werden eine mögliche Ex-ante-Regulierung digitaler Plattformen sowie die Einführung eines möglichen neuen Wettbewerbsinstruments zur Bewältigung struktureller Wettbewerbsprobleme diskutiert. Dies wäre ein entscheidender Schritt zur Schaffung einheitlicher Wettbewerbsverhältnisse in Europa.

Schließlich ist auch die geplante Reformierung des Urhebervertragsrechts von Relevanz. Diese betrifft insbesondere den Austausch von Daten sowie den bereits praktizierten Grundsatz der angemessenen und verhältnismäßigen Vergütung. Die Auswirkungen auf die ProSiebenSat.1 Group sind derzeit nicht absehbar, da die genaue Ausgestaltung unklar ist.

SEGMENT ENTERTAINMENT

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken (inkl. Mediennutzungsverhalten und Reichweitenentwicklung): Fernsehen ist nach wie vor das wichtigste Breitenmedium, dies gilt sowohl mit Blick auf die Reichweite als auch die Mediennutzungszeit. Die steigende Internetnutzung hat das Mediennutzungsverhalten jedoch verändert. Schon seit Langem werden beispielsweise TV-Inhalte nicht nur linear und am stationären TV-Gerät genutzt, sondern auch über mobile Endgeräte wie Laptop oder Smartphone. Dabei vollzieht sich der digitale Wandel immer schneller und die Beliebtheit internetbasierter Bewegtbild-Angebote wird weiter deutlich zunehmen. So gewinnen etwa Streaming-Plattformen mit eigenen Inhalten zunehmend an Bedeutung. Insbesondere bei den jüngeren Zuschauern sind diese Nutzungsformen sehr beliebt: 15 Prozent der gesamten TV-Nutzung der 14- bis 29-Jährigen findet heute nicht auf dem TV-Gerät, sondern via Smartphone, Tablet oder PC/Laptop statt. Darauf haben wir unsere Strategie ausgerichtet und bauen unser Portfolio stetig aus. Ein Beispiel in diesem strategischen Kontext ist der Launch von Joyn als senderübergreifende Streaming-Plattform, die die Bewegtbildinhalte der Free-TV-Sender der ProSiebenSat.1 Group und Discovery sowie weiterer Partner auf einer Plattform bündelt.

Indem der Konzern Inhalte über möglichst viele Kanäle verbreitet und plattformunabhängig anbietet, bedienen wir zusätzliche Mediennutzungsinteressen. Auf diese Weise baut ProSiebenSat.1 die digitale Reichweite aus und stärkt zugleich das Markenprofil seines klassischen Senderportfolios. Gleichzeitig fokussieren wir uns mit unseren Eigenproduktionen vor allem auf die werberelevante Prime Time. 2020 hatte unsere Senderfamilie in dieser Zeitschiene ein Plus von 0,6 Prozentpunkten bei den Marktanteilen im Vergleich zu 2019 erreicht (Zuschauer 14–49 Jahre). Vor diesem Hintergrund erachten wir die Risiken aus einer Veränderung der Bewegtbildnutzung als gesunken und sehen deren Eintritt als unwahrscheinlich an. Im Falle einer grundlegenden Veränderung können wir wesentliche finanzielle Auswirkungen jedoch nicht vollständig ausschließen. Insgesamt stufen wir diesen Sachverhalt als mittleres Risiko ein. → [Rahmenbedingungen des Konzerns](#)

Vermarktungsrisiken: Der Wettbewerb mit globalen Plattformanbietern hat sich intensiviert. Dies birgt für die ProSiebenSat.1 Group das Risiko, dass sich die Investitionsbereitschaft von Werbekunden verringert bzw. das Preisniveau von Werbung im TV sinkt. Wesentliche Auswirkungen auf unsere Umsatzentwicklung im TV-Werbemarkt können wir nicht ausschließen, obgleich wir eine digitale und plattformübergreifende Entertainment-Strategie verfolgen. Diese Entwicklung haben wir bei der Finanzplanung gegenüber dem Vorjahr 2019 stärker berücksichtigt, wodurch sich auch die Risikobewertung verändert hat: Der Eintritt der Vermarktungsrisiken wird nun als möglich eingeschätzt, sodass wir das Vermarktungsrisiko gegenüber dem Vorjahr als gesunken bewerten. Insgesamt kategorisieren wir das Risiko weiterhin als hoch. → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen](#)

Risiken der Programmproduktion (national und international): Der Produktionsmarkt war im Jahr 2020 stark von den Folgen der Pandemie geprägt: Programminhalte konnten zum einen nur in reduzierter Form produziert werden, zum anderen mussten bereits gestartete Produktionen sowohl in Europa als auch in den USA gestoppt werden. Viele Produktionen waren mit Hindernissen wie Schließungen von Drehorten, logistischen Herausforderungen, umfangreichen Hygieneprozessen und sozialer Distanzierung konfrontiert. Zwar wird für 2021 eine gewisse Verbesserung erwartet, aber die Unsicherheit bezüglich der COVID-19-Entwicklung ist nach wie vor hoch. Infolgedessen sind die Risiken der Programmproduktion im Vergleich zum Vorjahresende 2019 gestiegen: Wir stufen das Risiko nun als mittel mit einer potenziell wesentlichen Auswirkung ein. Den Eintritt erachten wir dabei nach wie vor als unwahrscheinlich.

SEGMENT DATING

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken: Der Markt für Dating und Social-Entertainment hat in nur wenigen Jahren eine hohe Verbraucherakzeptanz erreicht und entwickelt sich dynamisch. Allerdings können regulatorische Änderungen und Eingriffe auf nationaler und internationaler Ebene zu Risiken für unser etabliertes Geschäftsmodell im Segment Dating führen. So können diese insbesondere zu Einschränkungen in der freien

Produkt- und Preisgestaltung führen, die wiederum die Entwicklung des Umsatzes und des Ergebnisses auch aus Gründen von Haftungsrisiken mittel bis langfristig negativ beeinflussen können. Außerdem wird der Wettbewerb sehr intensiv geführt. So besteht die Gefahr, dass sich die Konsumenten nachfrage durch neue Marktteilnehmer und Technologien sehr rasch ändert. Zusätzlich birgt das digitale Geschäftsmodell des Segments das Risiko einer Abhängigkeit von Drittanbietern, z.B. bei der Zahlungsabwicklung, der Bereitstellung von Videodiensten oder der Einhaltung von Vorgaben hinsichtlich personalisierter Werbung auf mobilen Endgeräten. Änderungen dieser Beziehungen könnten sich genauso negativ auf den Umsatz auswirken wie eine Zunahme an einschränkenden rechtlichen Vorgaben für diese neuen wie auch für die bestehenden Technologien.

Wir beobachten diese Entwicklungen regelmäßig, um frühzeitig negative Veränderungen abzuschätzen und Gegenmaßnahmen einleiten zu können. Für den Fall, dass sich regulatorische Änderungen andeuten, wird proaktiv an alternativen Angeboten gearbeitet, um potenziell negativen Auswirkungen bei Eintritt der Risiken entgegenzuwirken. Durch die stetige Weiterentwicklung des digitalen Produktangebots wird zudem ein nachhaltiger Wettbewerbsvorteil im Markt angestrebt. Vor dem Hintergrund dieser Maßnahmen gepaart mit der sehr positiven Entwicklung des Dating- und Social-Entertainment-Markts stufen wir die allgemeinen Branchenrisiken insgesamt als mittel mit unwahrscheinlichem Eintritt ein. Falls entscheidende Änderungen auftreten sollten, wäre die Auswirkung wesentlich.

SEGMENT COMMERCE & VENTURES

Operative Risiken

Allgemeine Branchenrisiken: Infolge der COVID-19-Pandemie haben sich die allgemeinen Branchenrisiken für Commerce & Ventures gegenüber dem Jahresende 2019 insgesamt erhöht. Dabei hatte zum einen die allgemeine Konjunkturlage eine potenziell negative Auswirkung auf die wirtschaftliche Lage unserer Geschäfts- und Kooperationspartner, zum anderen wirken sich die COVID-19-bedingten Reise- und Ausgangsbeschränkungen aus. Die verschiedenen für uns relevanten Branchen entwickeln sich zwar unterschiedlich, wir bewerten die allgemeinen Branchenrisiken insgesamt dennoch als mittleres Risiko mit potenziell wesentlicher Auswirkung und unwahrscheinlichem Eintritt.

Vertriebsrisiken: Durch eine verstärkte Aktivität von Wettbewerbern könnten die Vertriebskosten in Zusammenhang mit Kundenakquisitionen im Segment Commerce & Ventures steigen. Um diese Risiken zu begrenzen, arbeitet Commerce & Ventures an einer noch engeren Kommunikation mit den Kunden und erweitert das Angebotsportfolio bspw. durch Apps oder durch geschützte Portale, die dem Kunden einen Mehrwert bieten wie etwa individuelle, zusätzliche Informationen. Wir stufen die resultierenden Vertriebsrisiken nun als mittleres Risiko ein mit einer potenziell erheblichen Auswirkung; zuvor erachteten wir das Risikopotenzial als gering mit einer moderaten Auswirkung. Die Eintrittswahrscheinlichkeit stufen wir weiterhin als unwahrscheinlich ein.

ANGABEN ZUM INTERNEN KONTROLL- UND RISIKO-MANAGEMENTSYSTEM IM HINBLICK AUF DEN (KONZERN-) RECHNUNGSLEGUNGSPROZESS 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 in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards („IFRS“), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, und den nach §315e Abs. 1 HGB ergänzend zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften) 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 und wird von der Abteilung „Group Strategy & Corporate Development“ unterstützt und koordiniert. Die Abteilung steht in engem Kontakt mit den einzelnen operativen Einheiten; so erhält sie einen detaillierten Einblick in die Geschäftssituation. Zudem dienen Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie der Erfahrungsaustausch mit externen Experten als wichtige Quellen, um Wachstumsmöglichkeiten für die ProSiebenSat.1 Group zu identifizieren.

Im Rahmen der Strategieplanung erfasst ProSiebenSat.1 die definierten Chancen. Dabei werden die relevanten Wachstumsoptionen priorisiert, konkrete Ziele abgeleitet sowie Maßnahmen und Ressourcen zur operativen Zielerreichung festgelegt.

→ [Strategie und Steuerungssystem](#)

ERLÄUTERUNG WESENTLICHER CHANCEN

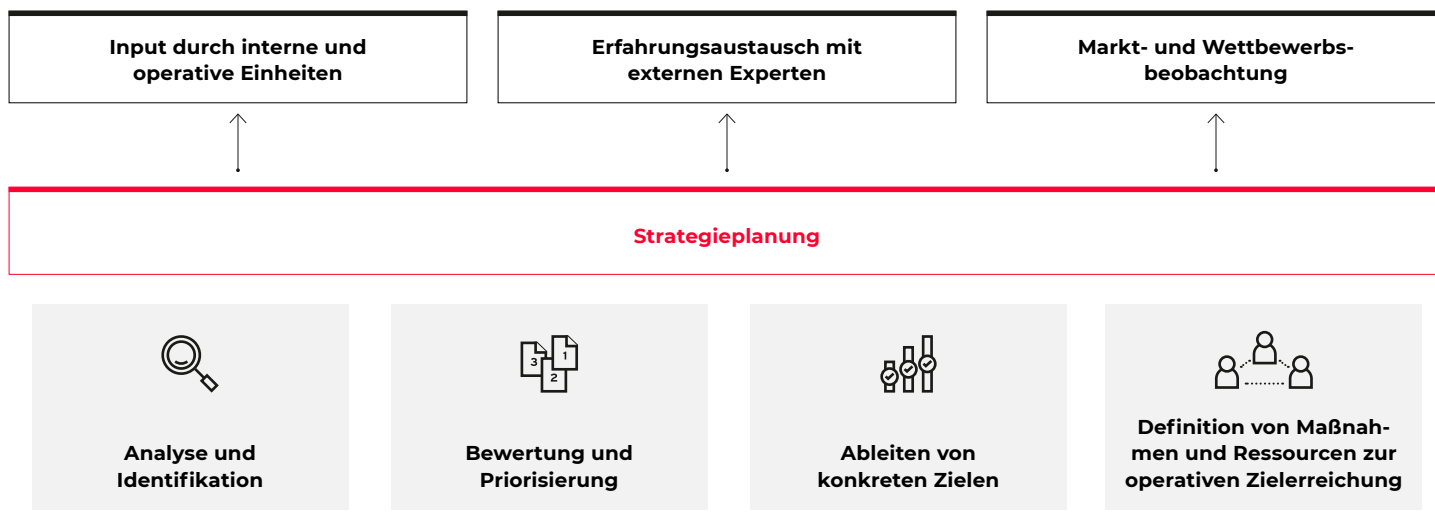
Chancen, deren Eintrittswahrscheinlichkeit wir als hoch einstufen, haben wir bereits in unsere Prognose für 2021 sowie unsere mittelfristige Planung bis 2025 aufgenommen. Diese Wachstumsmöglichkeiten berichten wir im Unternehmensausblick. Daneben existieren Potenziale, die bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert sind; diese möglichen positiven Budgetabweichungen beschreiben wir nachfolgend, sofern

sie für den Planungszeitraum bis 2025 relevant und wesentlich sind. → [Unternehmensausblick](#)

Synergien durch Vernetzung von Geschäftsfeldern. Aus der Vernetzung unserer Segmente und Geschäftsfelder ergeben sich vielfältige und wechselseitige Synergien. Dies ist ein wichtiger Wettbewerbsvorteil. Seit dem 1. Januar 2021 berichtet die ProSiebenSat.1 Group in den drei Segmenten Entertainment, Dating sowie Commerce & Ventures und setzt damit die konsequente Strukturierung des Konzerns auf Synergien und Wertschaffung fort. In diesem Zusammenhang wird das Produktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios sowie das Digital-Studio Studio71 im Segment Entertainment integriert. Damit trägt ProSiebenSat.1 der strategischen Nähe der beiden Geschäfte Rechnung, da sich die Red Arrow Studios insbesondere darauf fokussieren, vermehrt Inhalte für die Entertainment-Plattformen des Konzerns zu produzieren. → [Strategie und Ziele](#)

Zum neuen Segment Commerce & Ventures gehören der Investitionsarm SevenVentures wie auch die Unternehmen der NuCom Group. Auf diese Weise sind dort die Minderheits- und Mehrheitsinvestitionsbereiche des Konzerns gebündelt, die ProSiebenSat.1 insbesondere über Medialeistung und -unterstützung aufbaut und die so zur Wachstumsstrategie des Konzerns beitragen. Gleichzeitig können damit Synergien und daraus resultierende Wertschaffung zwischen den beiden Segmenten Entertainment sowie Commerce & Ventures nachhaltig gestärkt werden und neu entstehen. So sind Produkte und Dienstleistungen aus Consumer-Internet-Bereichen besonders geeignet für Bewegtbild-Werbung im TV wie auch auf unseren digitalen Entertainment-Plattformen. Zudem können wir über verbraucherorientierte Plattformen ein umfangreiches Wissen über Konsumdaten aufbauen und damit wiederum Werbekunden einen Mehrwert bieten. → [Geschäftstätigkeit und Segmente](#)

CHANCENMANAGEMENT



Kern unserer Strategie ist es, Synergien bestmöglich zu heben. Diese Zielsetzung ist auch Grundlage für Investitionsentscheidungen: Wenn interessante Unternehmen das bestehende Portfolio wertsteigernd ergänzen, kann ProSiebenSat.1 Potenziale heben, die über marktübliche Kosten- und Umsatzsynergien hinausgehen. In diesem strategischen Kontext erfolgte die Übernahme der The Meet Group im Jahr 2020, die das Portfolio der Parship Group erweitert. Die Parship Group ist bis dato mit ihren Marken Parship, ElitePartner und eharmony in den deutschsprachigen Ländern, Benelux und über eharmony in den USA präsent. Die neu gegründete ParshipMeet Group, die im Segment Dating gebündelt ist, deckt nun das gesamte Spektrum dieses Geschäfts ab, von Social-Dating über Video bis hin zu Online-Matchmaking. Ziel für die kommenden Monate ist es, die Marken der The Meet Group zu integrieren und organisches Wachstum zu fördern, etwa durch den Austausch von Marketing- und Business-Know-how. Gleichzeitig hat der Konzern Vernetzungspotenzial mit dem Entertainment-Geschäft identifiziert: Die Firmen werden beispielsweise im Bereich Video Erfahrungen austauschen. Daraus können sich zusätzliche Umsatzchancen für die gesamte Gruppe ergeben. → [Strategie und Ziele](#)

Einstieg in neue, wachstumsstarke Geschäftsfelder und Portfoliofokussierungen. ProSiebenSat.1 verfolgt unterschiedliche M&A-Ansätze und akquiriert häufig über ihre Vehikel – die SevenVentures oder die NuCom Group – zunächst eine Minderheitsbeteiligung oder beteiligt sich über Media-Leistungen an Unternehmen (Media-for-Equity- und/oder Media-for-Revenue-Partizipationen). Nach dem Prinzip „Reichweite trifft Geschäftsidee“ kann ProSiebenSat.1 auf diese Weise ohne hohes unternehmerisches Risiko Erkenntnisse über neue Markt- und Geschäftsmodelle gewinnen, Marken aufbauen und das Wachstum von Unternehmen beschleunigen. Der rasche Aufbau von Markenbekanntheit ist wettbewerbsentscheidend, gerade für junge Unternehmen in einem frühen Entwicklungsstadium. Deshalb bieten wir Start-ups mit TV-Werbung eine besondere Anschubfinanzierung und können Unternehmen zu favorablen Multiples erwerben. Dies ist ein Grundpfeiler unserer M&A-Strategie und zugleich ein zentraler Wettbewerbsvorteil, insbesondere auch gegenüber globalen Plattformanbietern.

Sobald ein Unternehmen die ersten Wachstumsphasen erfolgreich durchlaufen hat und nächste Entwicklungsschritte folgen können, tätigt die ProSiebenSat.1 Group auch größere Akquisitionen. Ein Beispiel hierfür ist die Akquisition der The Meet Group im abgelaufenen Geschäftsjahr. Ihr Portfolio ergänzt die Parship Group synergetisch und trägt wesentlich zur Umsatzdiversifizierung des Konzerns bei. Das initiale Investment im Bereich Online-Matchmaking erfolgte 2012 über eine Media-for-Revenue-Partizipation an Parship, in den folgenden Jahren hat ProSiebenSat.1 dann die Mehrheit erworben und weitere Online-Dating-Marken akquiriert. Für das Jahr 2022 wird ein Börsengang der über diese Buy and Build-Strategie entstandenen ParshipMeet Group geprüft, wobei ProSiebenSat.1 auch weiterhin die Mehrheit halten wird. Die ParshipMeet Group agiert in einem hochprofitablen und wachstumsstarken Markt.

Der Konzern bewertet regelmäßig das Synergiepotenzial seines Portfolios. Sind bestimmte Geschäfte jedoch nicht mehr fernsehbezogen genug, verkaufen wir diese gut entwickelten Commerce-Marken an einen besser geeigneten Eigentümer.

Auf diese Weise stellt der Konzern sein Portfolio fokussierter auf und verschafft sich damit finanziellen Freiraum für künftige wertschaffende Investitionen – etwa im Consumer-Internet-Bereich. Vor diesem Hintergrund hat ProSiebenSat.1 im zweiten Halbjahr 2020 WindStar veräußert. WindStar gehörte seit 2016 zu ProSiebenSat.1 und hat seine Markenbekanntheit durch Werbung signifikant vergrößert. Der Unternehmenswert ist in nur vier Jahren um das 2,4-fache gestiegen. Die Transaktion ist ein weiterer Beleg für die erfolgreiche Strategie von ProSiebenSat.1, mit Medialeistung Marktführer zu etablieren und dadurch eine bedeutsame Kaufpreisverzinsung zu erzielen.

Datenbasierte Geschäftsmodelle und Digitalisierung von TV-Werbung. Globale Plattformanbieter wie Google, Facebook oder Netflix haben auch aufgrund ihrer datenbasierten Geschäftsmodelle eine hohe Marktmacht. Durch ihre Größe können sie Nutzungsgewohnheiten beeinflussen. Dies gilt insbesondere auch für die Mediennutzung junger Menschen. Die ProSiebenSat.1 Group hat frühzeitig begonnen, ihre Angebote entsprechend zu erweitern und sich vom klassischen TV-Unternehmen zu einem Digitalkonzern mit einem diversifizierten Geschäftsportfolio weiterentwickelt. Wir bieten heute attraktive Inhalte auf allen Plattformen und für jede Nutzungsform den passenden Service. Ein Beispiel ist das Joint Venture Joyn, eine kostenlose Mediathek unter anderem für die Sendungen unserer TV-Sender. Damit ist Fernsehen jederzeit online und ortsunabhängig möglich. Wir treiben die digitale Transformation des ProSiebenSat.1-Konzerns auch künftig mit Nachdruck voran. Dabei wird es zunehmend bedeutend, datenbasierte Geschäftsmodelle zu etablieren und auszubauen.

Eine wichtige Rolle dafür spielt die European netID Foundation: Die Brancheninitiative unterstützt Online-Anbieter bei der Umsetzung der im Mai 2018 in Kraft getretenen Datenschutzgrundverordnung mit dem Ziel, die netID als europäisches Login-Standard-System zu etablieren und damit eine sichere Alternative zu US-Anbietern zur Verfügung zu stellen. Neben ProSiebenSat.1 setzen Medien- und Technologieunternehmen wie die Axel Springer SE („Axel Springer“), die Mediengruppe RTL Deutschland GmbH („Mediengruppe RTL Deutschland“) und die United Internet AG („United Internet“) mit den Marken web.de und GMX auf diesen neuen Marktstandard. Ab 2021 wird auch die Deutsche Telekom AG („Deutsche Telekom“) netID-Account-Anbieter. Nutzer können sich mit ihren Telekom-Accounts somit bei allen netID-Partnerseiten direkt einloggen, ohne sich hierfür erneut registrieren zu müssen. Ziel ist es, sich im Online-Marketing einerseits schnell von den Third Party Cookies zu lösen und sich andererseits von den US-Playern zu emanzipieren. Im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten werden wir künftig vermehrt Daten über unsere digitalen Plattformen und die internetbasierte TV-Nutzung verwenden, um Zielgruppen noch individueller anzusprechen.

Darüber hinaus eröffnet uns die Digitalisierung in der Vermarktung neue Möglichkeiten: In Zukunft wird sich Werbung auch im TV noch zielgerichteter, kontextbezogener oder gar personalisiert aussteuern lassen. Ein Beispiel hierfür sind Addressable-TV-Spots, die ProSiebenSat.1 beispielsweise als erster TV-Konzern in Deutschland über den technologischen Standard HbbTV realisiert hat. 2020 wurden insgesamt über 1.000 Addressable-TV-Kampagnen gebucht, davon mehr als 200 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. Das Wachstumspotenzial für datenbasierte Werbeformen ist hoch. Fernsehwerbung erhält so neue Akzente, wird für den Zuschauer interessanter und dadurch im intermedialen Vergleich noch wertvoller.

Ein weiterer Meilenstein in der digitalen Vermarktung ist die CrossDevice-Bridge, die klassische Fernsehwerbung um zusätzliche Digitalkontakte erweitert und umgekehrt. Mit der CrossDevice-Bridge ermöglichen wir unseren Werbekunden seit Dezember 2020 zum ersten Mal die geräteübergreifende Planung und Aussteuerung von TV- und Digital-Werbekampagnen. Dabei buchen die Kunden fortan nicht mehr das Medium, über das sie ihre Werbung ausspielen wollen, sondern die Menge und Häufigkeit von Kontakten, die sie erreichen wollen. Dadurch wird crossmediale Werbeplanung deutlich einfacher und schneller. Insgesamt 37 Mio Haushalte adressiert die Seven.One Media bereits heute mittels der CrossDevice-Bridge und deckt damit den Großteil der digitalen Mediennutzung in Deutschland ab.

ZUSÄTZLICHE CHANCEN AUS DER ENTWICKLUNG VON RAHMENBEDINGUNGEN

Der Konzern hat seine Gesamtjahresprognose 2021 unter spezifischen Annahmen hinsichtlich der weiteren konjunkturellen Rahmenbedingungen getroffen. Eine positive Abweichung von diesen wichtigen Planungsprämissen könnte das Wachstum der gesamten Gruppe zusätzlich beschleunigen. Dies gilt insbesondere für eine günstigere Entwicklung des Werbeumfelds als im Unternehmensausblick beschrieben. → [Unternehmensausblick](#)

GESAMTAUSSAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG: PROGNOSE 2021

Die ProSiebenSat.1 Group ist für die kommenden Geschäftsjahre gut aufgestellt. Wir verfügen über eine solide finanzielle Basis, der eine klare Unternehmensstrategie zugrunde liegt, die dabei die wichtigsten Trends unserer verschiedenen Geschäftsbereiche reflektiert. Unser Fokus liegt insbesondere auf den zunehmenden Synergien zwischen unseren Geschäftsbereichen, dem Wachstum unserer Digital-Aktivitäten im Entertainment- und Commerce & Ventures-Geschäft sowie insbesondere dem Dating-Bereich. Dabei spielt neben dem um Konsolidierungs- und Währungseffekte bereinigten organischen Wachstum auch ein fokussiertes Portfoliomanagement nach sorgfältiger Prüfung aller Chancen und Risiken eine wichtige Rolle.

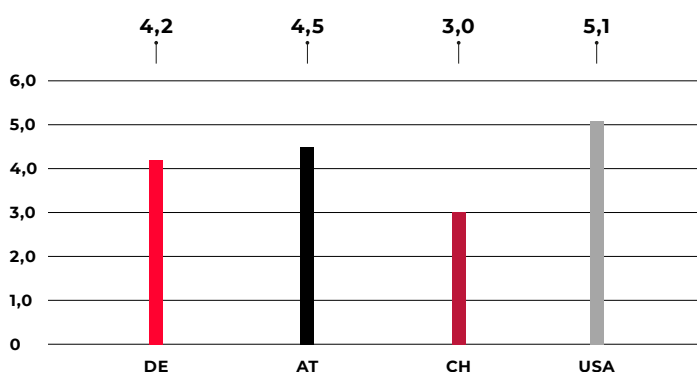
KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die gesamte Weltwirtschaft wurde 2020 durch die Ausbreitung des Coronavirus negativ beeinflusst. Über die weitere Konjunkturentwicklung im Jahr 2021 bestehen erhebliche Unsicherheiten, da sie im hohen Maße vom weiteren Pandemieverlauf abhängig ist. Zwar ist aufgrund der Verfügbarkeit eines Impfstoffes sowie der Witterungsbedingungen ab dem Frühling und Sommer mit einer deutlichen Entspannung zu rechnen. Wie schnell und nachhaltig diese eintritt und wie lange die Schutzmaßnahmen noch beibehalten werden müssen, ist zum aktuellen Zeitpunkt allerdings noch offen. Diese Unsicherheit spiegelt sich auch in den Konjunkturprognosen wider: Der Internationale Währungsfonds erwartet für 2021 derzeit einen Anstieg der weltweiten Wirtschaftsleistung um 5,5 Prozent. Für die US-Wirtschaft rechnen die Experten mit 5,1 Prozent. Für die Eurozone wird ein Plus von 4,2 Prozent vorhergesagt. Für die Entwicklung der deutschen Wirtschaft 2021 reichen die Prognosen derzeit von plus 3,0 Prozent (Jahreswirtschaftsbericht der Bundesregierung) bis zu plus 4,9 Prozent (Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung, RWI).

Einig sind sich die Experten darin, dass die wirtschaftliche Erholung in erheblichem Maße vom privaten Konsum getragen wird. Aufgrund der relativen Stabilität des Arbeitsmarkts haben die verfügbaren Haushaltseinkommen in Deutschland 2020 zwar weniger stark expandiert als in den Vorjahren, sind aber immer noch gewachsen (+0,8%). Gleichzeitig führten die eingeschränkten Konsummöglichkeiten zu einer stärkeren Ersparnisbildung. Die Sparquote ist dadurch auf ein Rekordniveau von 16,3 Prozent gestiegen (2019: 10,9%). Nach Lockerung der derzeit geltenden Lockdown-Beschränkungen ist im Jahresverlauf 2021 mit einem verstärkten Abbau der „aufgestauten“ Ersparnisse zu rechnen. Hoffnung macht überdies der Blick auf 2022: Hier rechnen alle großen Wirtschaftsforschungsinstitute mit einer weiteren Beschleunigung des Wachstums.

Das größte Risiko für die Konjunktur ist weiterhin ein ungünstiger Pandemieverlauf im In- und Ausland. Dazu drohen mittelfristig höhere Belastungen durch die stark gestiegene Staatsverschuldung, mehr Unternehmensinsolvenzen oder nachhaltige Nachfrageverschiebungen hin zu E-Commerce bei den Konsumenten. Umgekehrt könnte die erwartbare Konsumbelebung bei günstigem Pandemieverlauf schneller und umfangreicher eintreten als derzeit vorhersehbar.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES BRUTTO-INLANDSPRODUKTS IN DEN FÜR DIE PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN in Prozent, real, Veränderung gegenüber Vorjahr



2021 p (Prognose).

Quellen: DE: ifo, Konjunkturprognose Winter 2020 vom 16.12.2020.

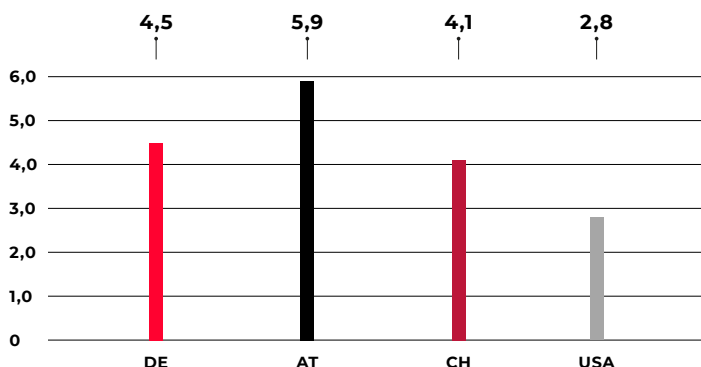
AT: WIFO, Konjunkturprognose vom 18.12.2020.

CH: SECO, Konjunkturprognose vom 15.12.2020.

USA: IWF World Economic Outlook vom Januar 2021.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES PRIVATEN KONSUMS IN DEN FÜR DIE PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN

in Prozent, real, Veränderung gegenüber Vorquartal



2021 p (Prognose).

Quellen: DE: ifo, Konjunkturprognose Winter 2020 vom 16.12.2020.

AT: WIFO, Konjunkturprognose vom 18.12.2020.

CH: SECO, Konjunkturprognose vom 15.12.2020.

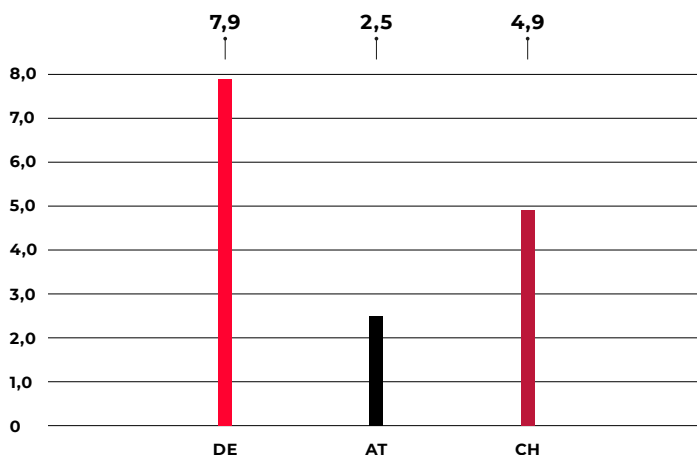
USA: IWF World Economic Outlook vom Oktober 2020.

Die PricewaterhouseCoopers GmbH („PricewaterhouseCoopers“) rechnet für das Jahr 2021 mit einem Volumen des Entertainment-Markts in Höhe von insgesamt rund 38 Mrd Euro, dies ist ein Wachstum der Konsumentenausgaben um rund 6 Prozent. Die Ausgaben für digitale Entertainment-Angebote sollten dann ein Volumen von rund 17 Mrd Euro haben (2020: rund 16 Mrd Euro), wobei sich unter anderem der Streaming-Sektor weiter sehr dynamisch entwickelt. Bis 2024 dürfte der digitale Entertainment-Markt jährlich um 6 Prozent wachsen, der traditionelle Entertainment-Markt – darunter bspw. Print, TV oder Konzerte – dürfte in diesem Zeitraum durchschnittlich um 2 Prozent pro Jahr ansteigen. Bezüglich der weiteren Entwicklung der Konsumentenausgaben für Entertainment-Angebote bestehen angesichts der COVID-19-Pandemie jedoch nach wie vor hohe Unsicherheiten. Dies gilt auch für die gesamte Werbebranche.

Für die Werbeausgaben prognostizieren die Mediaagenturen Magna Global und ZenithOptimedia infolge der COVID-19-Auswirkungen ein Minus von insgesamt 4,6 bzw. 3,1 Prozent netto im Jahr 2020. Der Rückgang bei den Werbeinvestitionen in TV dürfte laut Magna Global und ZenithOptimedia bei 11,0 bzw. 9,0 Prozent netto liegen. Für 2021 sind die derzeitigen Prognosen wieder deutlich positiver. In ihren Prognosen vom Dezember 2020 erwarten beide Agenturgruppen Wachstum – sowohl für den Gesamt-Werbemarkt (Magna Global: +7,9%; ZenithOptimedia: +2,5%) als auch für den TV-Werbemarkt (Magna Global: +5,0%; ZenithOptimedia: +1,0%). InStream-Videowerbung dürfte sich weiter dynamisch entwickeln und das Wachstum des Online-Werbemarkts vorantreiben. Allerdings ist die Prognoseunsicherheit hoch, zumal die erneut in Deutschland bundesweiten und zum Jahresbeginn 2021 verstärkten Lockdown-Maßnahmen darin noch nicht reflektiert sind.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES NETTO-GESAMT-WERBEMARKTS IN DEN FÜR DIE PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN

in Prozent, real, Veränderung gegenüber Vorjahr



2021 p (Prognose).

Quelle: Magna Global, Global Advertising Forecast Dezember 2020, Zahlen auf Netto-Basis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den Ländern und Quellen.

Trotz COVID-19-Pandemie zieht der Einzelhandel in Deutschland eine überraschend positive Bilanz für das abgelaufene Jahr und verzeichnet einen neuen Rekord. Bis 2024 dürfte der deutsche E-Commerce-Markt ein Volumen von 120,4 Mrd Euro haben. Das durchschnittliche jährliche Wachstum zwischen den Jahren 2020 und 2024 dürfte laut Institut für Handelsforschung Köln damit 9,4 Prozent betragen, der Anteil des Online-Handels am Einzelhandel soll bis 2024 auf 16,5 Prozent steigen (2020: 13,1%). Diese Entwicklungstrends kennzeichnen auch den Sektor Beauty & Lifestyle. Die jährliche Wachstumsrate dürfte hier bei 3 Prozent liegen, wobei der Anteil des Online-Markts bis 2024 aus Sicht von ProSiebenSat.1 von 9 auf 14 Prozent steigen soll. Eine Übersicht der für das Segment Commerce & Ventures relevanten Marktumfelder stellt sich wie folgt dar:

ERWARTETE ENTWICKLUNG DER MARKTUMFELDER IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN BRANCHEN

Branche	Prognose
Beauty & Lifestyle	3% pro Jahr bis 2024
Verbraucherberatung	6% pro Jahr bis 2023
Erlebnisse	6% pro Jahr bis 2024

Quelle: Beauty & Lifestyle: Euromonitor 2019. Verbraucherberatung: Eurostat Monitor 2019, Bundesnetzagentur (Bundeskartellamt), VATM, Kraftfahrtbundesamt und Schufa. Erlebnisse: OC&C Strategy Marktmodell.

Die COVID-19-Pandemie hat die Nutzung von Online-Angeboten in vielen Consumer-Märkten verstärkt. Dies zeigt auch der Dating-Markt: Online-Kontakte aufzubauen entspricht den steigenden digitalen Nutzungsgewohnheiten. Digitale Kanäle sind zum alltäglichen Kommunikationsmittel geworden und helfen, soziale Interaktionen aufzubauen oder zu vertiefen. Angesichts der Ausgangsbeschränkungen haben im Jahr 2020 insbesondere „Treffen per Video“ deutlich zugenommen. Bis 2022 dürfte das Gesamt-Volumen des Online-Dating- und Partnervermittlungsmarkts jährlich um bis zu 8 Prozent wachsen (CAGR 2019–2022).

→ [Rahmenbedingungen des Konzerns](#)

UNTERNEHMENSAUSBLICK

Prognose

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

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

Insgesamt strebt der Konzern auf dieser Grundlage im Gesamtjahr 2021 – ohne weitere Portfolioveränderungen – einen Umsatz in Höhe von 4,150 Mrd Euro als unteres Ende der Zielbandbreite an sowie einen Umsatz von 4,350 Mrd Euro als oberes Ende der Zielbandbreite nach einem währungs- und portfoliobereinigten Vorjahreswert von 4,055 Mrd Euro¹. Damit würde sich das Konzernumsatzwachstum im Geschäftsjahr 2021 in einer Bandbreite zwischen 2 Prozent und 7 Prozent bewegen. Die Bandbreite der Zielwerte hängt insbesondere von der Entwicklung der Werbeerlöse in der DACH-Region im Rahmen des weiteren Verlaufs der COVID-19-Pandemie ab: Für den unteren Wert der Umsatz-Zielbandbreite nimmt der Konzern einen Rückgang der Werbeerlöse in der DACH-Region von 2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr an, für den oberen Wert der Umsatz-Zielbandbreite ist ein Wachstum der Werbeerlöse in der DACH-Region von 4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zugrunde gelegt. In allen Szenarien geht der Konzern davon aus, dass insbesondere

das erste Quartal von Lockdown-bedingten Einschränkungen betroffen sein wird und im Anschluss mit einer schnellen Erholung des Werbemarkts zu rechnen ist.

Basierend auf den oben genannten Umsatzannahmen erwartet ProSiebenSat.1 für das adjusted EBITDA der Gruppe im Gesamtjahr 2021 – ohne weitere Portfolioveränderungen – 720 Mio Euro als unteren Wert der Zielbandbreite sowie 780 Mio Euro als oberen Wert der Zielbandbreite nach einem währungs- und portfoliobereinigten Vorjahreswert von 708 Mio Euro². Die Kosten für Programminhalte sollen sich dabei im Gesamtjahr insgesamt auf etwa 1 Mrd Euro belaufen, wobei über die Hälfte auf lokale Inhalte entfallen wird und abhängig von der Werbemarktentwicklung in Höhe von rund 50 Mio Euro gesteuert werden kann.

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

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

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

Für den Verschuldungsgrad (Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum LTM adjusted EBITDA des Konzerns) strebt ProSiebenSat.1 grundsätzlich eine Bandbreite von 1,5x bis 2,5x an. Zum Jahresende 2021 rechnet der Konzern – abhängig von

¹ Basierend auf den Umsatzerlösen des Geschäftsjahres 2020 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2021 abzüglich der Umsatzerlöse der in 2020 entkonsolidierten Gesellschaften WindStar Medical in Höhe von 114 Mio Euro und myLoc in Höhe von 10 Mio Euro sowie zuzüglich der proforma Umsatzerlöse der The Meet Group von Januar bis August 2020 in Höhe von 173 Mio Euro, ebenfalls umgerechnet mit dem Plankurs des Geschäftsjahres 2021.

² Basierend auf dem adjusted EBITDA des Geschäftsjahres 2020 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2021 abzüglich des adjusted EBITDA der in 2020 entkonsolidierten Gesellschaften WindStar Medical in Höhe von 23 Mio Euro und myLoc in Höhe von 3 Mio Euro sowie zuzüglich der proforma adjusted EBITDA-Beiträge der The Meet Group von Januar bis August 2020 in Höhe von 33 Mio Euro, ebenfalls umgerechnet mit dem Plankurs des Geschäftsjahres 2021.

der Geschäftsentwicklung und ohne Berücksichtigung eventueller Portfolioveränderungen – mit einem Verschuldungsgrad voraussichtlich leicht über oder am oberen Ende des Zielkorridors (Vorjahr: 2,8x).

Die Entwicklung der Zuschauermarktanteile ist der bedeutendste nichtfinanzielle Leistungsindikator der ProSiebenSat.1 Group. Für das Geschäftsjahr 2021 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.

Erläuterungen zur Prognose

Die getroffenen Angaben basieren auf der vom Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedeten Planung. Beeinträchtigungen des Geschäfts, die aufgrund der zu Jahresbeginn 2021 bestehenden COVID-19-bedingten Einschränkungen absehbar sind, hat der Konzern entsprechend der bis zur Aufstellung des Geschäftsberichts 2020 am 25. Februar 2021 bekannten staatlichen Maßnahmen in den Kernmärkten Deutschland, Österreich und der Schweiz ebenfalls zusätzlich in seinem Ausblick berücksichtigt. 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 grundsätzlich 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 sowie zum Schuldenabbau. Im Geschäftsjahr 2020 haben Vorstand und Aufsichtsrat vor dem Hintergrund des COVID-19-Umfelds entschieden, die ursprünglich für das Geschäftsjahr 2019 geplante und in 2020 zahlbare Dividende auszusetzen. Dabei hat der Vorstand die grundsätzliche Dividendenpolitik jedoch bestätigt. Dementsprechend schlagen Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2020 eine Dividende in Höhe von 50 Prozent des adjusted net income bzw. von 0,49 Euro je Aktie vor. Dies entspricht einer Dividendenrendite von rund 3,6 Prozent bezogen auf den Schlusskurs der ProSiebenSat.1-Aktie zum Jahresende 2020. → [Vermögenslage des Konzerns](#)

DIVIDENDENVORSCHLAG

Adjusted net income in Mio Euro	221
Anzahl ausstehender Aktien ¹	233.000.000
Anzahl eigener Aktien ¹	6.771.747
Anzahl dividendenberechtigter Aktien ¹	226.228.253
Dividendenvorschlag in Euro	0,49
Ausschüttung in Mio Euro	111
Ausschüttungsquote in Prozent	50

¹ zum Stichtag 31.12.2020.

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 Konjunktdynamik 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.

KONZERN ABSCHLUSS



121	GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG
122	GESAMTERGEBNISRECHNUNG
123	BILANZ
124	KAPITALFLUSSRECHNUNG
125	EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG
126	ANHANG

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

		2020	2019
Umsatzerlöse	[6]	4.047	4.135
Umsatzkosten	[7]	-2.468	-2.377
Bruttoergebnis vom Umsatz		1.579	1.757
Vertriebskosten	[8]	-646	-627
Verwaltungskosten	[9]	-538	-576
Sonstige betriebliche Aufwendungen	[10]	-12	-11
Sonstige betriebliche Erträge	[11]	169	35
Betriebsergebnis		553	578
Zinsen und ähnliche Erträge		3	2
Zinsen und ähnliche Aufwendungen		-76	-58
Zinsergebnis	[12]	-73	-56
Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	[13]	-77	-50
Sonstiges Finanzergebnis	[13]	-32	100
Finanzergebnis		-183	-6
Ergebnis vor Steuern		370	572
Ertragsteuern	[14]	-118	-161
Konzernergebnis		252	412
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE		267	413
Anteil anderer Gesellschafter		-15	-1
Ergebnis je Aktie in Euro			
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	[15]	1,18	1,83
Verwässertes Ergebnis je Aktie	[15]	1,18	1,80

GESAMTERGEBNISRECHNUNG

GESAMTERGEBNISRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	2020	2019
Konzernergebnis	252	412
Posten, die zukünftig möglicherweise in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Währungsumrechnung	-56	12
Cashflow-Hedges	-70	15
Ertragsteuern	20	-4
Posten, die nicht in den Gewinn oder Verlust umgegliedert werden		
Neubewertung leistungsorientierter Versorgungspläne	-1	-4
Ertragsteuern	0	1
Sonstiges Ergebnis	-108	20
Konzern-Gesamtergebnis	144	431
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	167	432
Anteil anderer Gesellschafter	-23	-1

BILANZ

BILANZ DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

		31.12.2020	31.12.2019
AKTIVA			
Geschäfts- oder Firmenwerte	[17]	2.177	2.109
Programmvermögen	[18]	1.072	1.057
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	[19]	943	835
Sachanlagen	[20]	443	351
At-Equity bewertete Anteile	[22]	14	27
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	[23]	271	316
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	[24]	2	4
Latente Ertragsteueransprüche	[14]	54	66
Langfristige Vermögenswerte		4.975	4.764
Programmvermögen	[18]	141	148
Vorräte	[6]	44	48
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	[23]	50	67
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	[23]	569	530
Laufende Ertragsteuerforderungen		31	48
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	[24]	47	46
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	[25]	1.224	950
Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	[5]	—	17
Kurzfristige Vermögenswerte		2.106	1.853
Bilanzsumme		7.081	6.618
		31.12.2020	31.12.2019
PASSIVA			
Gezeichnetes Kapital		233	233
Kapitalrücklage		1.045	1.045
Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital		290	25
Eigene Anteile		-62	-63
Kumuliertes sonstiges Ergebnis		-44	55
Sonstiges Eigenkapital		-129	-236
Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE		1.333	1.059
Anteil anderer Gesellschafter		354	229
Eigenkapital	[26]	1.687	1.288
Finanzverbindlichkeiten	[29]	2.591	3.190
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	[29]	410	329
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[29]	74	79
Übrige Verbindlichkeiten	[30]	4	15
Rückstellungen für Pensionen	[27]	32	31
Sonstige Rückstellungen	[28]	45	55
Latente Ertragsteuerschulden	[14]	260	236
Langfristige Schulden		3.417	3.934
Finanzverbindlichkeiten	[29]	601	5
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	[29]	109	116
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[29]	618	667
Übrige Verbindlichkeiten	[30]	374	357
Laufende Ertragsteuerschulden		133	110
Sonstige Rückstellungen	[28]	142	140
Kurzfristige Schulden		1.977	1.395
Bilanzsumme		7.081	6.618

KAPITALFLUSSRECHNUNG

KAPITALFLUSSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	2020	2019
Konzernergebnis	252	412
Ertragsteuern	118	161
Finanzergebnis	183	6
Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	248	260
Werteverzehr auf das Programmvermögen inkl. Veränderung der Rückstellung für belastende Verträge	966	958
Veränderung der Rückstellungen	25	-12
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	-143	-1
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-4	-5
Veränderung des Working Capital	-39	-40
Erhaltene Dividenden	7	7
Gezahlte Steuern	-41	-92
Gezahlte Zinsen	-67	-54
Erhaltene Zinsen	6	4
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	1.511	1.603
Einzahlungen aus dem Verkauf von langfristigen Vermögenswerten	58	39
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-234	-213
Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte	-81	-75
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	20	20
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-1.063	-1.072
Auszahlungen für gewährte Darlehen	—	-1
Einzahlungen aus gewährten Darlehen	1	0
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	-397	-100
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	305	5
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.391	-1.396
Auszahlung der Dividende	—	-269
Rückzahlung finanzieller Verbindlichkeiten	-386	-13
Einzahlungen aus der Aufnahme von finanziellen Verbindlichkeiten	375	33
Tilgung von Leasingverbindlichkeiten	-39	-42
Auszahlungen aus Transaktionen mit nicht-beherrschenden Gesellschaftern	-1	-5
Einzahlungen anderer Gesellschafter	261	7
Auszahlungen von Dividenden an nicht-beherrschende Gesellschafter	-5	-6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	205	-294
Wechselkursbedingte Änderungen der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-50	6
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	274	-81
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	950	1.031
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	1.224	950

EIGENKAPITAL- VERÄNDERUNGSRECHNUNG

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP 2019

in Mio Euro

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes sonstiges Ergebnis					Sonstiges Eigenkapital	Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	Anteil anderer Gesellschafter	Konzern-eigenkapital
					Unterschiedsbetrag aus Währungs-umrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Neubewertung von Versorgungs-plänen	Latente Steuern					
31. Dezember 2018	233	1.043	-119	-64	4	54	-10	-13	-246	883	187	1.070	
Konzernergebnis	—	—	413	—	—	—	—	—	—	413	-1	412	
Sonstiges Ergebnis	—	—	—	—	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	

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP 2020

in Mio Euro

	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes sonstiges Ergebnis					Sonstiges Eigenkapital	Anteil der Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media SE	Anteil anderer Gesellschafter	Konzern-eigenkapital
					Unterschiedsbetrag aus Währungs-umrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Neubewertung von Versorgungs-plänen	Latente Steuern					
31. Dezember 2019	233	1.045	25	-63	15	70	-14	-16	-236	1.059	229	1.288	
Konzernergebnis	—	—	267	—	—	—	—	—	—	267	-15	252	
Sonstiges Ergebnis	—	—	—	—	-48	-70	-1	20	—	-99	-8	-108	
Konzern-Gesamtergebnis	—	—	267	—	-48	-70	-1	20	—	167	-23	144	
Dividenden	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	-5	-5	
Sonstige Veränderungen	—	0	-1	1	—	—	—	—	107	107	152	259	
31. Dezember 2020	233	1.045	290	-62	-33	0	-15	4	-129	1.333	354	1.687	

KONZERN ANHANG

127 GRUNDLAGEN DES KONZERNABSCHLUSSES

- 127 Allgemeine Angaben
- 127 Bilanzierungsgrundsätze
- 143 Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften
- 144 Konsolidierungskreis
- 144 Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis

148 ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

- 148 Umsatzerlöse
- 149 Umsatzkosten
- 150 Vertriebskosten
- 150 Verwaltungskosten
- 151 Sonstige betriebliche Aufwendungen
- 151 Sonstige betriebliche Erträge
- 151 Zinsergebnis
- 152 Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis
- 153 Ertragsteuern
- 155 Ergebnis je Aktie
- 155 Sonstige Angaben

157 ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

- 157 Geschäfts- oder Firmenwerte
- 159 Programmvermögen
- 160 Sonstige immaterielle Vermögenswerte
- 162 Sachanlagen und Nutzungsrechte an Sachanlagen

- 163 Leasing
- 163 At-Equity bewertete Anteile
- 164 Forderungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte
- 165 Übrige Forderungen und Vermögenswerte
- 166 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente
- 166 Eigenkapital
- 170 Rückstellungen für Pensionen
- 171 Sonstige Rückstellungen
- 173 Finanzielle Verbindlichkeiten
- 174 Übrige Verbindlichkeiten

175 SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

- 175 Eventualverbindlichkeiten
- 175 Sonstige finanzielle Verpflichtungen
- 176 Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten
- 189 Segmentberichterstattung
- 193 Anteils- und leistungs-basierte Vergütung
- 195 Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen
- 196 Honorare des Abschlussprüfers
- 196 Corporate Governance
- 196 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag
- 197 Aufstellung des Anteilsbesitzes der ProSiebenSat.1 Group gemäß §313 Abs.2 HGB

ANHANG

GRUNDLAGEN DES KONZERNABSCHLUSSES

1 / Allgemeine Angaben

Der Konzernabschluss zum 31. Dezember 2020 stellt die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sowie die Cashflows der ProSiebenSat.1 Media SE und ihrer Tochterunternehmen (zusammen „das Unternehmen“, „der Konzern“ oder „ProSiebenSat.1 Group“) dar.

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

Der Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group für das am 31. Dezember 2020 endende Geschäftsjahr wurde in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards („IFRS“), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind, und den nach §315e Abs.1 HGB ergänzend zu beachtenden handelsrechtlichen Vorschriften am 25. Februar 2021 durch den Vorstand aufgestellt.

Die ProSiebenSat.1 Media SE erstellt und veröffentlicht ihren Konzernabschluss in Euro. Aufgrund von Rundungen addieren sich Zahlen gegebenenfalls nicht exakt zu den angegebenen Summen auf.

2 / Bilanzierungsgrundsätze

A) ANNAHMEN, SCHÄTZUNGEN UND ERMESSENSENTSCHEIDUNGEN

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses sind Annahmen zu treffen sowie Schätzungen und Ermessensentscheidungen vorzunehmen, die sich auf den Wertansatz der bilanzierten Vermögenswerte und Schulden sowie auf die Höhe der Aufwendungen und Erträge auswirken können. Die Annahmen und Schätzungen trifft das Management mit angemessener Sorgfalt. Sie berücksichtigen die am Abschlussstichtag vorliegenden Umstände, die bis zur Freigabe des Abschlusses zur Veröffentlichung erlangten Erkenntnisse und Erwartungen über die Entwicklung des unternehmensspezifischen sowie des globalen und makroökonomischen branchenbezogenen Umfelds. Weicht die tatsächliche Entwicklung von den Prognosen ab, können die Buchwerte von Vermögenswerten und Schulden anzupassen und zusätzliche Aufwendungen und Erträge zu erfassen sein. Die ProSiebenSat.1 Media SE berücksichtigt derartige Schätzungsänderungen unmittelbar erfolgswirksam ohne Anpassung der Vorjahreswerte.

Wesentliche Annahmen und Schätzungen sind insbesondere bei folgenden bilanziellen Sachverhalten erforderlich und werden weiter unten in Abschnitt E sowie unter den entsprechenden Ziffern näher erläutert:

- Ansatz und Bewertung von Vermögenswerten, insbesondere Geschäfts- oder Firmenwerten (Ziffer 17 „Geschäfts- oder Firmenwerte“) und sonstigen immateriellen Vermögenswerten (Ziffer 19 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“), sowie Verbindlichkeiten aus Unternehmenszusammenschlüssen (Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“),
- Beurteilung der Werthaltigkeit von Geschäfts- oder Firmenwerten (Ziffer 17 „Geschäfts- oder Firmenwerte“) und von sonstigen immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer, insbesondere Marken (Ziffer 19 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“),
- Umsatzrealisierung (Ziffer 6 „Umsatzerlöse“),
- Ansatz und Bewertung von Programmvermögen (Ziffer 18 „Programmvermögen“),

- Bewertung von Forderungen und erforderlichen Wertberichtigungen (Ziffer 23 „Forderungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte“ und Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“),
- Bewertung von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, einschließlich Leasingverbindlichkeiten (Ziffer 23 „Forderungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte“, Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“ sowie Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“),
- Ansatz und Bewertung von Rückstellungen (Ziffer 28 „Sonstige Rückstellungen“) sowie
- Einschätzung zukünftiger Steuerentlastungen sowie unsichere Steuerpositionen (Ziffer 14 „Ertragsteuern“).

Im Geschäftsjahr 2020 wurde das geschäftliche und wirtschaftliche Umfeld der ProSiebenSat.1 Group insbesondere im zweiten und dritten Quartal durch die COVID-19-Pandemie beeinträchtigt. Für weitere Ausführungen zu den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die steuerungsrelevanten Zielgrößen des Konzerns und der Segmente verweisen wir auf den [→ Konzernlagebericht Kapitel „Ertragslage des Konzerns“](#) und den [→ Konzernlagebericht Kapitel „Finanz- und Liquiditätslage des Konzerns“](#).

Über die weitere Konjunktorentwicklung im Geschäftsjahr 2021 bestehen Unsicherheiten, da sie im hohen Maße vom weiteren Pandemieverlauf abhängig ist. Zwar ist aufgrund der Verfügbarkeit verschiedener Impfstoffe sowie der Witterungsbedingungen ab dem Frühling und Sommer mit einer deutlichen Entspannung zu rechnen. Wie schnell und nachhaltig diese eintritt und wie lange die Schutzmaßnahmen noch beibehalten werden müssen, ist zum aktuellen Zeitpunkt allerdings noch offen. Folglich ist es schwierig, Dauer und Umfang der daraus resultierenden Auswirkungen auf Vermögenswerte, Verbindlichkeiten, Ergebnisse und Cashflows des Konzerns vorherzusagen. Im Rahmen der Erstellung des Konzernabschlusses zum 31. Dezember 2020 wurden die COVID-19-Pandemie und die damit einhergehenden wesentlichen Unsicherheiten, sofern relevant, bei Annahmen, Schätzungen und Ermessensentscheidungen berücksichtigt. Die getroffenen Annahmen, Schätzungen und Ermessensentscheidungen basieren auf dem am 25. Februar 2021, dem Tag der Aufstellung des Konzernjahresabschlusses, vorhandenen Wissensstand und den verfügbaren Informationen.

Im Geschäftsjahr 2020 führte die COVID-19-Pandemie zu keinen wesentlichen Anpassungen der Buchwerte der ausgewiesenen Vermögenswerte und Schulden. Im Besonderen wurden bei der Beurteilung der Werthaltigkeit von Vermögenswerten (insbesondere der Geschäfts- oder Firmenwerte, der sonstigen immateriellen Vermögenswerte, des Programmvermögens, der sonstigen Eigenkapitalinstrumente und der Forderungen aus Lieferung und Leistungen) sowie bei der Bewertung der Verbindlichkeiten aus Put-Optionen mögliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie berücksichtigt. Weiterführende Angaben zu den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie und die damit einhergehend getroffenen Annahmen des Managements finden sich innerhalb der betreffenden Ziffern im Konzernanhang sowie im Konzernlagebericht.

B) ALLGEMEINE GRUNDLAGEN

Die im Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2020 angewendeten Rechnungslegungsmethoden entsprechen, mit Ausnahme der in Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften“ beschriebenen, denen des Vorjahrs.

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. Vermögenswerte gelten als kurzfristig, wenn sie innerhalb eines Jahres oder innerhalb des normalen Geschäftszyklus realisiert werden. Verbindlichkeiten gelten generell als kurzfristig, wenn sie innerhalb eines Jahres oder innerhalb des normalen Geschäftszyklus fällig sind oder aufgrund von nicht durch den Konzern kontrollierbaren Umständen und Handlungen Dritter fällig werden können.

Latente Ertragsteueransprüche bzw. -schulden werden ebenso wie Pensionsrückstellungen als langfristige klassifiziert.

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

C) FREMDWÄHRUNGSUMRECHNUNG

Geschäftsvorfälle in fremder Währung werden mit den Kursen zum Transaktionszeitpunkt bzw. mit Durchschnittskursen in die funktionale Währung des jeweiligen Konzernunternehmens umgerechnet. Die funktionale Währung bestimmt sich nach dem primären Umfeld, in dem ein Unternehmen seine Geschäftstätigkeit ausübt. In der Regel ist dies die Landeswährung. In Folgeperioden werden monetäre Vermögenswerte und Schulden zum Stichtagskurs bewertet und entstehende Umrechnungsdifferenzen erfolgswirksam erfasst. Nichtmonetäre Posten, die zu fortgeführten Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten bewertet werden, werden mit dem Kurs zum Zeitpunkt der Ersterfassung fortgeführt.

Die Abschlüsse von Tochterunternehmen und nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen stellt die ProSiebenSat.1 Group nach dem Konzept der funktionalen Währung auf. Bei nicht in Euro aufgestellten Abschlüssen vollkonsolidierter Konzernunternehmen werden Posten der Gewinn- und Verlustrechnung zum Jahresdurchschnittskurs, das Eigenkapital mit historischen Kursen, Vermögens- und Schuldpositionen zum Stichtagskurs am Abschlussstichtag umgerechnet. Sämtliche aus der Umrechnung der Fremdwährungsabschlüsse resultierenden Differenzen erfasst der Konzern erfolgsneutral als Teil des sonstigen Ergebnisses. Im Fall des Beherrschungsverlusts und somit der Entkonsolidierung des entsprechenden Tochterunternehmens werden derartige Umrechnungsdifferenzen ergebniswirksam erfasst.

Für die Umrechnung der wesentlichen Währungen in die Berichtswährung kamen die folgenden Wechselkurse zur Anwendung:

WECHSELKURSE

1 EUR	Währung	Stichtagskurs		Durchschnittskurs	
		31.12.2020	31.12.2019	2020	2019
Vereinigtes Königreich	GBP	0,89955	0,85010	0,88947	0,87748
Schweiz	CHF	1,08110	1,08560	1,07041	1,11262
Vereinigte Staaten von Amerika	USD	1,22750	1,12280	1,14179	1,11957

D) KONSOLIDIERUNG

Die ProSiebenSat.1 Media SE bezieht alle wesentlichen Tochterunternehmen im Wege der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss ein, über die die ProSiebenSat.1 Media SE mittel- oder unmittelbar die Beherrschung ausübt. Beherrschung eines Unternehmens liegt vor, sofern die ProSiebenSat.1 Media SE 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. Unterschiede zwischen den IFRS-Buchwerten und den Steuerwerten von Vermögenswerten und Schulden als Folge von Konsolidierungsmaßnahmen unterliegen der Steuerlatenzierung. Aktive und passive latente Steuern werden, soweit geboten, miteinander verrechnet.

Die Erstkonsolidierung von Tochterunternehmen erfolgt nach der Erwerbsmethode. Diese sieht die Erfassung der erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Schulden des Tochterunternehmens mit ihren beizulegenden Zeitwerten zum Erwerbszeitpunkt vor. Mit deren Ermittlung beauftragt das Unternehmen externe, unabhängige Gutachter. Übersteigt die Summe aus hingegebener Gegenleistung, beizulegendem Zeitwert zuvor bereits am Tochterunternehmen gehaltener Anteile und dem Anteil nicht beherrschender Gesellschafter den beizulegenden Zeitwert des zugegangenen Nettovermögens, ist in Höhe des Unterschiedsbetrags ein Geschäfts- oder Firmenwert anzusetzen. Nicht beherrschende Anteile werden zum Erwerbszeitpunkt mit ihrem entsprechenden Anteil am

identifizierbaren Nettovermögen des erworbenen Unternehmens bewertet. Erworbene Geschäfts- oder Firmenwerte werden in der funktionalen Währung der erworbenen Einheit geführt.

Sind im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses Put-Optionen über verbleibende Anteile nicht beherrschender Gesellschafter vereinbart, wird ein antizipierter Erwerb dieser Anteile angenommen (Anticipated-Acquisition-Methode). Anstelle der Anteile nicht beherrschender Gesellschafter im Eigenkapital wird der Barwert der bei Ausübung der Option für die Anteile zu entrichtenden Gegenleistung als Verbindlichkeit erfasst. In der Folge erfasst der Konzern Veränderungen des Buchwerts derartiger Optionen erfolgswirksam.

Änderungen des Anteils an Tochterunternehmen, die nicht zu einem Verlust der Beherrschung führen, erfasst der Konzern erfolgsneutral als Transaktionen zwischen den Gesellschaftergruppen ohne Anpassung der zugrunde liegenden Vermögenswerte und Schulden.

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 jeweils die unterste Ebene, auf welcher der Geschäfts- oder Firmenwert für die interne Unternehmenssteuerung überwacht wird. Dies sind die berichtspflichtigen Segmente Seven.One Entertainment Group, ParshipMeet Group, NuCom Group und Red Arrow Studios. 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 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	Lizenzpreisanalogie
Kundenbeziehungen sowie sonstige vertragliche Beziehungen	Residualwertmethode
Genutzte Technologien	Reproduktionskostenmethode bzw. Lizenzpreisanalogie

Anteile an Gesellschaften, auf deren Geschäftspolitik die ProSiebenSat.1 Media SE mittelbar oder unmittelbar lediglich einen 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 Werthaltigkeitstest unterzogen und gegebenenfalls auf den niedrigeren erzielbaren Betrag abgewertet.

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 vollkonsolidiert. Die Altanteile werden in Höhe ihres beizulegenden Zeitwerts als Teil der für die Anteile am Tochterunternehmen hingegenommenen Gegenleistung behandelt. Weicht der beizulegende Zeitwert vom Buchwert der Anteile ab, erfasst der Konzern die Differenz erfolgswirksam.

Veräußert die ProSiebenSat.1 Media SE oder ein Tochterunternehmen ein verbundenes Unternehmen 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 in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen entspricht dem Kalenderjahr.

E) ANSATZ UND BEWERTUNG**ZUSAMMENFASSUNG WESENTLICHER BEWERTUNGSMASSTÄBE**

Posten	Wertmaßstab
VERMÖGENSWERTE	
Geschäfts- oder Firmenwerte	Anschaffungskosten (Folgebewertung: Werthaltigkeitstest)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer	Anschaffungskosten (Folgebewertung: Werthaltigkeitstest)
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 gibt Auskunft über die wesentlichen Umsatzerlöskategorien bzw. Geschäftsmodelle der ProSiebenSat.1 Group sowie über die Art und Weise, wie Umsatzerlöse erfasst werden:

REALISATION VON UMSATZERLÖSEN

Umsatzkategorie	Geschäftsmodell	Erfassung von Umsatzerlösen
Werbeerlöse	Vermarktung von klassischen Werbespots, Sponsorings, Special Creations und auf die Zuschauer zugeschnittenen Werbeangeboten im Free-TV sowie Verbreitung und Verkauf von Online-Werbung (Werbeerlöse aus dem Verkauf von Werbezeiten)	Ausstrahlung Werbespot (zeitpunktbezogen)
	Ausstrahlung von Restwerbezeiten im Free-TV sowie Platzierung von Online-Werbung gegen fixe Vergütung zuzüglich einer variablen, vom Umsatz des Kunden abhängigen Komponente (Media-for-Revenue)	Ausstrahlung Werbespot; variable Anteile bei Erhalt der erforderlichen Zielerreichungsdokumentation des Vertragspartners (zeitpunktbezogen)
	Ausstrahlung von Restwerbezeiten im Free-TV sowie Platzierung von Online-Werbung gegen Eigenkapital oder eigenkapital-ähnliche Instrumente des Vertragspartners (Media-for-Equity)	Ausstrahlung Werbespot (zeitpunktbezogen)
Distribution	Vertrieb von Free- und Pay-TV-Inhalten im Kabel-, Satelliten-, IPTV- und DVBT-Bereich	Bereitstellung des TV-Signals (zeitraumbezogen)
Dating, Matchmaking & Social Entertainment	Dating-, Online-Matchmaking- sowie Entertainment-Dienstleistungen (B2C/B2B)	Geschuldete Einmalleistungen bei Leistungserbringung (zeitpunktbezogen), Dauerleistungen (Abonnements/Verbrauch von Credits) über die Laufzeit/ Nutzungsdauer (zeitraumbezogen)

REALISATION VON UMSATZERLÖSEN

Umsatzkategorie	Geschäftsmodell	Erfassung von Umsatzerlösen
Sonstige Digitale Dienstleistungen und Verkauf von Waren	Vermittlung von Verträgen zwischen Primär-Dienstleistern und Endkunden in den Bereichen Haushalt, Immobilienverkauf, Mietwagen, Versicherungen, Energieversorgung, Mobilfunk und Finanzdienstleistungen über Online-Portale (Consumer Advice bzw. Verbraucherberatung)	Übermittlung der Kundendaten bzw. Beginn der Leistungserbringung durch den Partner (zeitpunktbezogen)
	Verkauf von Event-Gutscheinen (Experiences bzw. Erlebnisse)	Vermittlungsprovision: Bei Freischaltung und Bereitstellung des Gutscheins (zeitpunktbezogen) Zahlungen für Gutscheine, die aufgrund historischer Erfahrungswerte nicht eingelöst werden: Bei Verkauf des Gutscheins (zeitpunktbezogen).
	Verkauf von Produkten über Online-Portale und stationären Handel bzw. Betrieb von werbefinanzierten Suchmaschinen im Bereich Mode und Einrichtung (Beauty & Lifestyle)	Übergabe der Waren an den Endkunden unter Berücksichtigung von Rückgaberechten (zeitpunktbezogen) bzw. zugriffsbasiert im „Cost-per-Click“-Verfahren (zeitpunktbezogen)
Production	Produktion von Programminhalten wie TV-Formate und Serien	Nach Fortschritt der Leistungserbringung (zeitraumbezogen)
Global Sales und sonstige Programmverkäufe	Verkauf/Lizenzierung von Programmvermögen innerhalb von Lizenzgebieten	Lizenzbeginn und Lieferung des sendefähigen Materials (zeitpunktbezogen)
Studio71	Multi-Channel-Network-Vermarktung von Web-Video- und/oder Social-Media-Künstlern	Erbringung der Vermarktungsleistung (zeitpunktbezogen)

In der ProSiebenSat.1 Group werden Umsatzerlöse insbesondere in Form von Werbeerlösen aus dem Verkauf von Werbezeiten erzielt. Diese Werbeerlöse werden in Form klassischer Werbespots aber auch durch Werbeformen generiert, die eine engere Verknüpfung von Programm und Werbung erlauben, wie Sponsorings, Special Creations und TV-Werbung, die zielgruppenspezifisch auf die jeweiligen Zuschauer zugeschnitten wird. Bei Werbeerlösen handelt es sich um Nettoerlöse nach Abzug von Skonti, Agenturprovisionen und Bar-Rabatten sowie Umsatzsteuer. Fernseh-Werbeerlöse erfasst der Konzern, wenn die zugrundeliegenden Werbespots bei den eigenen Fernsehsendern gesendet wurden. Unentgeltlich zu erbringende Werbeleistungen werden als separate Leistungsverpflichtung behandelt. Bei deren Erfüllung wird der anteilig auf diese Leistungsverpflichtung entfallende Umsatz erfasst. Darüber hinaus erwirtschaftet der Konzern Online-Werbeerlöse. Diese enthalten Umsätze aus der Vermarktung von digitalen Angeboten des Konzerns und von externen Dritten. Online-Werbeerlöse werden bei Erbringung der Werbeleistung bzw. bei Auslieferung der Ad Impressions auf den digitalen Kanälen erfasst.

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

Werden Werbeleistungen im Gegenzug für den Erwerb von Unternehmensbeteiligungen oder eigenkapitalähnlichen Instrumenten vereinbart („Media-for-Equity“), wird zum Zeitpunkt des Erwerbs des entsprechenden Instruments eine Verpflichtung zur Ausstrahlung der zugesagten Werbespots passiviert und bei Ausstrahlung der vereinbarten Werbespots erlöserhöhend aufgelöst. Die Behandlung von Online-Werbung erfolgt in gleicher Weise. Die erhaltenen Instrumente stellen finanzielle Vermögenswerte dar, die der Konzern zum Erwerbszeitpunkt zum beizulegenden Zeitwert erfasst und nachfolgend erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Da es sich bei solchen Transaktionen um unbare Tauschgeschäfte handelt, bleibt die Kapitalflussrechnung von diesen Transaktionen unberührt.

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 überwiegend 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, erfasst der Konzern die Umsatzerlöse zeitraumbezogen.

Bei Dating-Dienstleistungen in der Kategorie Dating, Matchmaking & Social Entertainment werden im Leistungszeitpunkt Umsätze aus InApp-Marketingleistungen realisiert. Bei Online-Matchmaking-Leistungen wird der Gesamttransaktionspreis nach Maßgabe relativer Einzelveräußerungspreise auf die einzelnen Leistungsverpflichtungen aufgeteilt. Die Umsatzerlösrealisierung erfolgt zeitpunktbezogen für Leistungsverpflichtungen mit Lieferungscharakter (Persönlichkeitsgutachten und Profilberatung)

und zeitraumbezogen über die Vertragslaufzeit bei Leistungsverpflichtungen mit Abonnementcharakter (Zugang zur Online-Plattform). Das Geschäftsmodell Social Entertainment bietet neben den Leistungen im Abonnement auch die Möglichkeit des käuflichen Erwerbs von Werteinheiten, sogenannten „Credits“, „Points“, „Gold“ oder „Icebreakers“ (nachfolgend „Credits“), die von den Nutzern für die Freischaltung von Premiumfunktionen eingesetzt oder in virtuelle Präsente („virtual gifts“) getauscht und über die Plattform an andere Nutzer verschenkt werden. Die Erlösrealisierung richtet sich in diesen Fällen nach dem durchschnittlichen Verbrauch erworbener Credits im Zeitverlauf. Die technische Infrastruktur wird zudem auch im Rahmen von Business-to-Business-Vereinbarungen Nutzern auf bestimmten Drittplattformen zugänglich gemacht. Basis für die Erlösrealisierung ist der Verbrauch von Credits auf der jeweiligen Drittplattform.

Umsatzerlöse aus Online-Vertragsvermittlungsdienstleistungen, 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, erfasst der Konzern Umsatzerlöse in einer Höhe, die spätere Stornierungen unwahrscheinlich erscheinen lässt. Die Erlöserfassung erfolgt im Regelfall 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 des Verkaufs von Event-Gutscheinen (JochenSchweizer mydays 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 Bereitstellung 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. Der verbleibende Teil der Zahlungen vom Endkunden wird zum Zeitpunkt der Veranstaltung an den Veranstalter weitergeleitet.

Waren verkauft die ProSiebenSat.1 Group im Wesentlichen über Online-Portale und stationäre Händler. Umsatzerlöse erfasst der Konzern zeitraumbezogen bei Übergabe der Waren an den Kunden, unter Berücksichtigung statistischer Rückgabequoten. Für die erwarteten Erstattungszahlungen aus der Inanspruchnahme von gesetzlichen und freiwillig gewährten Rückgaberechten setzt der Konzern eine Rückerstattungsschuld an, deren Höhe sich an Erfahrungswerten orientiert. Die Bildung erfolgt umsatzmindernd. Im Gegenzug wird umsatzkostenmindernd für das Recht auf Rückerhalt der Ware ein Vermögenswert in Höhe des vorigen Buchwerts, gegebenenfalls gemindert um den erwarteten Werteverlust sowie um die erwarteten Kosten der Warenrücksendung angesetzt. Der Ausweis dieses Vermögenswertes erfolgt unter den Vorräten. Im Geschäftsmodell Werbefinanzierte Suchmaschinen werden Umsatzerlöse zugriffsbasiert im „Cost-per-Click-Verfahren“ ermittelt und zeitraumbezogen realisiert.

In der Kategorie Production werden Umsatzerlöse zeitraumbezogen erfasst, da die von der ProSiebenSat.1 Group 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 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 in der Periode ihres Anfalls im Aufwand

erfasst. Ist absehbar, dass die gesamten Auftragskosten die erwarteten Umsatzerlöse übersteigen, erfasst der Konzern den erwarteten Verlust unmittelbar als Aufwand.

In der Kategorie Global Sales und sonstige Programmverkäufe werden Programmsenderechte für bestimmte Lizenzgebiete und -zeiträume veräußert. 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 Umsatzerlöserfassung erfolgt im Wesentlichen zeitpunktbezogen mit Erbringung der Vermarktungsleistung.

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 als Erlöse erfasst, der eine spätere Stornierung unwahrscheinlich erscheinen lässt.

Die Zahlungsbedingungen der Geschäftsmodelle sind weitestgehend kurzfristig ausgestaltet (in der Regel bis zu 30 Tagen). Bei der Veräußerung von Programmrechten, Studio71-Umsätzen und im Bereich Dating, Matchmaking & Social Entertainment werden teilweise längere Zahlungsziele von bis zu 90 Tagen vereinbart. Bei Auftragsproduktionen und bei der Lizenzierung von Programmrechten werden Zahlungen in der Regel kurzfristig nach Erreichen vertraglich vereinbarter Meilensteine fällig, die Anzahl der vereinbarten Raten variiert vertragsindividuell. Im Bereich Dating, Matchmaking & Social Entertainment werden auch monatliche Ratenzahlungen vereinbart. Wesentliche Finanzierungsbestandteile im Sinne des IFRS 15 bestehen nicht.

Für weiterführende Informationen zu den im Geschäftsjahr 2020 erfassten Umsatzerlösen verweisen wir auf [→ Ziffer 6 „Umsatzerlöse“](#).

BETRIEBLICHE AUFWENDUNGEN

Betriebliche Aufwendungen, insbesondere für Personal, Material sowie Abschreibungen und Wertminderungen, erfasst der Konzern nach Funktionsbereichen. Abschreibungen und Wertminderungen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen sind in den Funktionskosten entsprechend der Nutzung der Vermögenswerte enthalten. Wertminderungen auf Marken 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 Steuern ausgewiesen. Die Ertragsteuern werden auf Basis der am Abschlussstichtag gültigen bzw. verabschiedeten gesetzlichen Regelungen in der Höhe erfasst, wie sie voraussichtlich bezahlt bzw. erstattet werden. Latente Steuern werden für abzugsfähige bzw. zu versteuernde temporäre Differenzen zwischen den Wertansätzen der Vermögenswerte und Schulden gemäß IFRS und ihren Steuerwerten gebildet. Zudem setzt der Konzern aktive latente Steuern für Steuervorteile aus wahrscheinlich nutzbaren steuerlichen Verlustvorträgen an.

Latente Steuern aus temporären Differenzen werden in Höhe des Nominalbetrags der voraussichtlichen Steuerbe- oder -entlastung angesetzt, die sich bei Abbau der temporären Differenz ergibt. Ein Ansatz aktiver latenter Steuern erfolgt hierbei nur, soweit in Zukunft ausreichend zu versteuerndes Einkommen zu deren Nutzung zur Verfügung stehen wird.

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 beabsichtigte steuerliche Gestaltungsmaßnahmen einbezogen. Die geplanten Ergebnisse basieren auf unternehmensinternen Prognosen über die zukünftige Ertragsituation der jeweiligen Konzerngesellschaft mit einem Planungshorizont von generell fünf Jahren. Der Konzern überprüft die der Steuerlatenzierung zugrunde gelegten Annahmen fortlaufend. Geänderte Annahmen oder veränderte Umstände können Anpassungen notwendig machen, die sich auf die Höhe der aktiven und passiven latenten Steuern und den latenten Steueraufwand auswirken können. 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.

Laufende und latente Steuern erfasst die ProSiebenSat.1 Group erfolgswirksam. Das gilt jedoch nicht, soweit sich der den Steuereffekt auslösende Sachverhalt unmittelbar auf das Eigenkapital ausgewirkt hat. In diesem Fall sind laufende und latente Steuern ebenfalls direkt im Eigenkapital zu erfassen.

Unsichere Steuerpositionen werden laufend analysiert. Wenn wahrscheinlich ist, dass die Steuerbehörden eine unsichere steuerliche Behandlung nicht akzeptieren werden, bildet der Konzern diese in der Regel mit der Methode des wahrscheinlichsten Betrags oder des Erwartungswertes der Steuerwirkung im Abschluss ab. Ändern sich die Einschätzungen zum Beispiel infolge von Feststellungen im Rahmen der Betriebsprüfung oder aktueller Rechtsprechung im zeitlichen Verlauf, ergeben sich auch entsprechende Auswirkungen auf die Höhe der als erforderlich einzuschätzenden Risikovorsorge. 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.

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

ERGEBNIS JE AKTIE

Das Ergebnis je Aktie entspricht dem Verhältnis aus dem den Gesellschaftern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnenden Konzernergebnis und der gewichteten durchschnittlichen 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 Performance Share Units im Rahmen anteilsbasierter Vergütungspläne. [→ siehe Ziffer 35 „Anteils- und leistungsorientierte Vergütung“](#)

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 eine nachhaltige Marktführer- oder marktführerähnliche Position aufweisen. Sie werden nicht planmäßig abgeschrieben und unterliegen einem jährlichen Werthaltigkeitstest.

Die immateriellen Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer beinhalten zeitlich befristet erworbene Nutzungsrechte an Werbelizenzen zur Vermarktung von digitalen Angeboten externer Anbieter. Die Aktivierung erfolgt in Höhe des fixen Kaufpreises des erworbenen Werbeinventars. Sie werden planmäßig über die Vertragslaufzeit abgeschrieben.

Des Weiteren hält die ProSiebenSat.1 Group erworbene immaterielle Vermögenswerte mit einer unbegrenzten Nutzungsdauer, die hinsichtlich ihrer Nutzung derzeit keinen wirtschaftlichen bzw. rechtlichen Restriktionen unterliegen. Soweit ihre Nutzungsdauer verlässlich schätzbar ist, werden sie als immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer planmäßig über die erwartete wirtschaftliche Nutzungsdauer abgeschrieben.

Gegebenenfalls werden erworbene immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer außerplanmäßig wertgemindert.

Identifizierbare selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte werden aktiviert, wenn sie 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. Entwicklungskosten werden nur dann als Teil der Herstellungskosten aktiviert, wenn das Produkt oder der Prozess technisch und wirtschaftlich realisierbar ist. Dazu 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 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 19 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“](#).

SACHANLAGEN

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen, bewertet. Die Kosten selbst erstellter Sachanlagen umfassen neben den Einzelkosten auch diejenigen Teile der Gemeinkosten, die der Herstellung direkt zurechenbar sind. Fremdkapitalkosten werden aktiviert, wenn der Zeitraum bis zur Fertigstellung zwölf Monate oder länger in Anspruch nimmt.

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

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die [→ Ziffer 20 „Sachanlagen und Nutzungsrechte an Sachanlagen“](#).

LEASING

Aus Leasingverhältnissen erwachsende Nutzungsrechte an den zugrundeliegenden, materiellen Vermögenswerten werden zum Bereitstellungszeitpunkt mit ihren Anschaffungskosten aktiviert. Die planmäßige Abschreibung der Nutzungsrechte erfolgt linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer bzw. über die kürzere Vertragslaufzeit. Zugleich passiviert der Konzern eine Leasingverbindlichkeit in Höhe des Barwerts der voraussichtlich zu entrichtenden Leasingzahlungen, welche nach der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden. 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.

Aufwendungen für Leasingverhältnisse mit einer Laufzeit von nicht mehr als einem Jahr oder einem Neuwert des Leasingobjekts von nicht mehr als 5.000 Euro oder dem Fremdwährungsäquivalent, erfasst der Konzern periodengerecht als laufenden Aufwand in den Funktionskosten. Entsprechendes gilt für nutzungs- oder umsatzabhängige Leasingzahlungen.

Für weiterführende Informationen zur Bilanzierung der Leasingverhältnisse des Konzerns verweisen wir auf [→ Ziffer 21 „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 um die Auswirkungen der Neubewertung der bei Ersterfassung identifizierten Vermögenswerte und Schulden fortgeschrieben. Verluste eines nach der Equity-Methode bilanzierten Beteiligungsunternehmens, die den Anteil des Konzerns am Beteiligungsunternehmen übersteigen, werden nicht angesetzt, es sei denn, dass der Konzern eine rechtliche oder faktische Verpflichtung zur Verlustübernahme bzw. zur Finanzierung eingegangen ist. Erhaltene Dividenden von nach der Equity-Methode bilanzierten Beteiligungen mindern deren Buchwert. Das der ProSiebenSat.1 Group zuzurechnende anteilige Ergebnis der Beteiligungen fließt als „Ergebnis aus at-Equity bilanzierten Anteilen“ in die Gewinn- und Verlustrechnung ein.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf [→ Ziffer 13 „Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis“](#) und [→ Ziffer 22 „At-Equity bewertete Anteile“](#).

PROGRAMMVERMÖGEN

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

Die planmäßige Abschreibung von Lizenzen und der zur mehrmaligen Ausstrahlung vorgesehenen Auftragsproduktionen beginnt mit der ersten Ausstrahlung und ist abhängig von der Anzahl der zulässigen bzw. geplanten Ausstrahlungen. Die ausstrahlungsbedingten Abschreibungen erfasst der Konzern degressiv über die Anzahl der Ausstrahlungen nach einer konzernweit standardisierten Matrix, die das mit der jeweiligen Ausstrahlung verbundene erwartete Zuschauerreichweitenpotenzial widerspiegelt. Die Anschaffungskosten von zur einmaligen Ausstrahlung vorgesehenen Auftragsproduktionen sowie von Sportrechten werden in voller Höhe bei Ausstrahlung aufwandswirksam.

Wertminderungen auf Programmvermögen werden dann erfasst, wenn der Buchwert der Vermögenswerte durch die erwarteten Erlöse aus ihrer Verwertung nicht gedeckt ist. 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.

Teile des Programmvermögens, die keinen Nutzen mehr erwarten lassen oder deren Nutzung eingeschränkt ist, werden in voller Höhe wertberichtigt.

Die Werthaltigkeitsbeurteilung des verbleibenden Programmvermögens erfolgt auf Ebene genrebasierter Programmgruppen. Ein Genre stellt die Einheit dar, deren Einzahlungen weitgehend unabhängig von jenen anderer Programmgruppen sind, insoweit die einzelnen Genres auf die Zuschauerzielgruppen zugeschnitten sind und die Werbekunden für die Bewerbung ihrer Produkte im Umfeld bestimmter Genres buchen. Übersteigt der Gesamtbuchwert einer Gruppe die aus ihrer Verwertung erwarteten Nettoeinzahlungen, wird eine Wertminderung in entsprechender Höhe erfasst.

Um die sich wandelnden Konsumgewohnheiten in Bezug auf Programminhalte und die daraus resultierenden Veränderungen der Nutzungs- und Erlösbasis des Programmvermögens angemessen abbilden zu können, wurden im Geschäftsjahr 2020 die der Werthaltigkeitsprüfung des Programmvermögens zugrunde liegenden Erlösstrukturen an die aktuellen Gegebenheiten angepasst und entsprechend verfeinert.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf [Ziffer 18 „Programmvermögen“](#).

WERTMINDERUNG SONSTIGER NICHT FINANZIELLER VERMÖGENSWERTE

Liegen Hinweise auf eine mögliche Wertminderung langfristiger Vermögenswerte vor, sind diese auf ihre Werthaltigkeit zu überprüfen. Immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer, noch nicht nutzungsbereite sonstige immaterielle Vermögenswerte bzw. Anzahlungen hierauf und erworbene Geschäfts- oder Firmenwerte sind mindestens einmal jährlich einem Werthaltigkeitstest zu unterziehen.

Im Falle einer Wertminderung wird der Differenzbetrag zwischen dem fortgeführten Buchwert und dem niedrigeren erzielbaren Betrag aufwandswirksam erfasst. Wertminderungen werden den relevanten Funktionskosten zugewiesen. Abweichend hiervon erfasst der Konzern Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen. Bei einem erneuten Anstieg des erzielbaren Betrags in der Folgezeit nimmt der Konzern die Wertminderungen zurück oder passt deren Höhe an. Ausgenommen hiervon sind Geschäfts- oder Firmenwerte. Zuschreibungen dürfen die fortgeführten Anschaffungskosten nicht übersteigen.

Der erzielbare Betrag eines Vermögenswerts ermittelt sich als höherer Wert aus Nutzungswert und beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten. Der Nutzungswert entspricht 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 oder zahlungsmittelgenerierender Einheiten sind. In diesen Fällen erfolgt die Überprüfung der Werthaltigkeit auf der jeweils kleinsten Ebene der zahlungsmittelgenerierenden Einheit, der ein Vermögenswert zuzuordnen ist.

Der Konzern 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 dem Buchwert des Bewertungsobjekts, einschließlich gegebenenfalls zuzuordnender Geschäfts- oder Firmenwerte. Die diskontierten Cashflows leitet die ProSiebenSat.1 Group aus den vom Management genehmigten Finanzplanungen ab, die einen Planungshorizont von fünf Jahren aufweisen. Cashflows jenseits der Planungsperiode werden unter Anwendung individueller Wachstumsraten extrapoliert, die jedoch nicht über die Inflationserwartungen für den jeweiligen Sektor hinausgehen. Die wichtigsten Annahmen, auf denen die Ableitung des Nutzungswerts basiert, betreffen zukünftige Cashflows, geschätzte Wachstumsraten, Steuersätze und gewichtete durchschnittliche Kapitalkosten.

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

FINANZINSTRUMENTE

Marktübliche 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 diese die Vertragsbedingungen substantiell modifizieren. 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 eine finanzielle Verbindlichkeit handelt), wird der neue Buchwert unter Verwendung des ursprünglichen 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 nach der Effektivzinsmethode 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 angesetzt. Dies ist der Betrag der Gegenleistung für die auf den Kunden übertragenen Güter und Dienstleistungen. Bei in der Folge nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert erfassten finanziellen Vermögenswerten werden beim erstmaligen Ansatz dem Erwerb zuordenbare Transaktionskosten ebenfalls aktiviert. Bei in der Folge erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert erfassten finanziellen Vermögenswerten werden Transaktionskosten bei Anfall unmittelbar erfolgswirksam erfasst.

Finanzielle Vermögenswerte bewertet die ProSiebenSat.1 Group in der Folgezeit entweder zu fortgeführten Anschaffungskosten oder zum beizulegenden Zeitwert. Die Art der Folgebilanzierung ergibt sich 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 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 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 Bemessungsstichtag 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 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#) näher erläutert wird.

Für zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanzierte finanzielle Vermögenswerte (bei der ProSiebenSat.1 Group im Wesentlichen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen) sowie für Vertragsvermögenswerte aus Verträgen mit Kunden bildet die ProSiebenSat.1 Group eine Risikovorsorge in Höhe der erwarteten Kreditverluste („expected credit losses“).

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 Vertragsvermögenswerte aus Verträgen mit Kunden.

Für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und Vertragsvermögenswerte aus Verträgen mit Kunden erfasst der Konzern Wertberichtigungen für die während der Gesamtlaufzeit des Vermögenswerts erwarteten Kreditverluste („lifetime expected credit losses“) auf Basis historischer und zukunftsorientierter Informationen anhand von Wertberichtigungsmatrizen („simplified approach“). Nähere Erläuterungen zum Vorgehen bei der Ermittlung von Wertberichtigungen finden sich in [→ Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#).

Bei allen anderen in den Anwendungsbereich der Wertminderungsvorschriften fallenden finanziellen Vermögenswerten – 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 aufgrund hoher Liquidität und geringer Ausfallwahrscheinlichkeit die erwarteten Kreditverluste im Regelfall vernachlässigbar.

Bei einer nach der erstmaligen Erfassung eintretenden signifikanten Verschlechterung der Kreditqualität werden 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, macht der Konzern von dem Wahlrecht Gebrauch, 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. Dazu gehören 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.

Bei Eintritt eines Ausfallereignisses werden Forderungen einzelwertberichtigt. Davon geht die ProSiebenSat.1 Group aus, wenn aufgrund eingeschränkter Zahlungsfähigkeit der Vertragspartei der Erhalt der vollständigen Zahlung unwahrscheinlich wird oder eine Forderung mehr als 90 Tage überfällig ist. 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 Bildung von Wertberichtigungen ist erfolgswirksam und unterliegt einer regelmäßigen Überprüfung. Bei Wegfall der Gründe für die Wertberichtigungen erfolgt eine entsprechende Wertaufholung. Bestehen Hinweise für eine endgültige Uneinbringlichkeit, ist die Forderung auszubuchen, gegebenenfalls gegen eine vorher gebildete Vorsorge.

Für weitere Angaben zu Wertminderungen finanzieller Vermögenswerte verweisen wir auf [→ Ziffer 23 „Forderungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte“](#) und [→ Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#).

FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN

Die finanziellen Verbindlichkeiten werden, mit Ausnahme derivativer Finanzinstrumente mit negativen Marktwerten sowie bedingter Gegenleistungen aus Unternehmenszusammenschlüssen (Verbindlichkeiten aus Put-Optionen bzw. Earn-Out-Klauseln), unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Endfällige Darlehen werden in Höhe ihres beizulegenden Zeitwerts eingebucht und nach der Effektivzinsmethode fortgeführt. Bedingte Gegenleistungen aus 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 (Zinscaps) 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 Optionspreismodellen – 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. Die Bewertung derivativer Finanzinstrumente berücksichtigt kontrahentenspezifische Kreditrisiken. Weitere Informationen hierzu sind [→ Ziffer 33 „Erläuterungen 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 sonstigen Ergebnis im 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 erhöhen oder vermindern die im Eigenkapital erfassten Gewinne oder Verluste aus dem Sicherungsinstrument bei Lizenzbeginn, d.h. bei Aktivierung des Grundgeschäfts, dessen Anschaffungskosten, mit entsprechenden Auswirkungen auf die planmäßige Abschreibung.

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 Standards genügen, wird das Hedge Accounting beendet. Nach Beendigung einer Sicherungsbeziehung werden die im sonstigen Ergebnis 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 [→ Ziffer 23 „Forderungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte“](#), [→ Ziffer 24 „Übrige Forderungen und Vermögenswerte“](#), [→ Ziffer 26 „Eigenkapital“](#), [→ Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#) und [→ Ziffer 33 „Erläuterungen 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 nach der versicherungsmathematischen Methode der laufenden Einmalprämien („projected unit credit method“). Abweichungen zwischen den getroffenen Annahmen und den tatsächlich eingetretenen Entwicklungen sowie Änderungen von versicherungsmathematischen Annahmen für die Bewertung leistungsorientierter Pensionspläne sind durch eine Neubewertung der Verpflichtungen zum Abschlussstichtag zu berücksichtigen. Die ProSiebenSat.1 Group erfasst die versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste aus dieser Neubewertung erfolgsneutral im sonstigen Ergebnis. 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 Wesentlichen Anrechte auf Aktien bzw. auf Anteilswerten basierende zukünftige Auszahlungen) stellen teilweise Vergütungspläne dar, die vom Konzern wahlweise durch Hingabe von Anteilen oder durch Barausgleich erfüllt werden können. Die Bilanzierung ist abhängig davon, ob der Konzern eine gegenwärtige rechtliche oder faktische Verpflichtung zum Barausgleich hat oder nicht. Vergütungspläne, die in Anteilen erfüllt werden bzw. bei denen keine Verpflichtung zum Barausgleich vorliegt, werden einmalig zum Zeitpunkt der Gewährung mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Der Konzern erfasst den Personalaufwand über den Erdienungszeitraum in den Funktionskosten. Die Gegenbuchung erfolgt in der Kapitalrücklage. Besteht

bei Vergütungsplänen mit Erfüllungswahlrecht eine rechtliche oder faktische Verpflichtung des Konzerns zum Barausgleich, erfasst die ProSiebenSat.1 Group derartige Pläne nach den Vorschriften für in Barmitteln erfüllte Pläne. Der entsprechende Personalaufwand wird gegen die Verbindlichkeiten erfasst, welche der Konzern zu jedem Abschlussstichtag sowie am Erfüllungstag neu bewertet und Änderungen ergebniswirksam erfasst. Daneben bestehen auch Vergütungspläne, bei denen ausschließlich ein Ausgleich in Barmitteln vereinbart wird, diese werden ebenfalls nach den genannten Vorschriften für in Barmitteln erfüllte Pläne erfasst.

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

SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN

Rückstellungen werden 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 Verpflichtungsumfangs unter Berücksichtigung von Erfahrungswerten. Langfristige Rückstellungen werden zum Abschlussstichtag mit dem Barwert der erwarteten Erfüllungsbeträge angesetzt, die geschätzte Preis- bzw. Kostensteigerungen berücksichtigen. Die Abzinsungssätze werden regelmäßig den vorherrschenden Marktzinssätzen angepasst.

Nettoverpflichtungen aus belastenden Verträgen 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. Im Rahmen des Ansatzes und der Bewertung von Rückstellungen für belastende Beschaffungsgeschäfte über Programmvermögen werden Verträge nach genrebasieren Programmgruppen zusammengefasst.

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

Der Ansatz und die Bewertung von Rückstellungen erfordern Einschätzungen zur Höhe und Wahrscheinlichkeit des künftigen Abflusses von Ressourcen, die sich an Erfahrungswerten und den zum Abschlussstichtag bekannten Umständen orientieren. 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. Sie unterscheidet Cashflows aus betrieblicher Tätigkeit sowie aus Investitions- und Finanzierungstätigkeit.

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. Dazu werden Veränderungen von Bilanzpositionen mit Bezug zur betrieblichen Tätigkeit um Effekte aus der Währungsumrechnung und aus Konsolidierungskreisänderungen bereinigt. Die Veränderungen der betreffenden Bilanzpositionen können 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

Im Geschäftsjahr 2020 hat die ProSiebenSat.1 Group die folgenden vom International Accounting Standards Board (IASB) veröffentlichten und in europäisches Recht umgesetzten Änderungen bestehender Standards erstmalig angewendet, ohne dass dies wesentliche Auswirkungen auf den Konzernabschluss gehabt hätte:

- Diverse IFRS-Standards „Änderungen bezüglich der Verweise auf das Rahmenkonzept“
- Änderungen an IFRS 3 „Definition des Geschäftsbetriebs“
- Änderungen an IAS 1 und IAS 8 „Definition des Wesentlichkeitsbegriffs“

Ebenso hat das IASB zum Abschlussstichtag die nachfolgend aufgezählten Standardänderungen veröffentlicht, welche derzeit noch nicht verpflichtend anzuwenden sind (in Klammern, falls zutreffend, das Datum der Umsetzung in europäisches Recht).

Datum der verpflichtenden Erstanwendung: Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juni 2020 beginnen

- Änderungen an IFRS 16 „COVID-19-bezogene Mietkonzessionen“ (12. Oktober 2020)

Datum der verpflichtenden Erstanwendung: Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2021 beginnen

- Änderung an IFRS 4 „Verlängerung der vorübergehenden Befreiung von der Anwendung von IFRS 9“ (16. Dezember 2020)
- Änderungen an IFRS 9, IAS 39, IFRS 7, IFRS 4 und IFRS 16 „Leitzinsreform Phase II“ (14. Januar 2021)

Datum der verpflichtenden Erstanwendung: Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2022 beginnen

- Änderungen an IFRS 3 „Verweise auf das Rahmenkonzept“
- Änderungen an IAS 37 „Belastende Verträge – Kosten der Vertragserfüllung“
- Änderungen an IAS 16 „Sachanlagen: Einnahmen vor der beabsichtigten Nutzung“
- Jährliches Verbesserungsprojekt 2018–2020 Änderungen an IFRS 1, IFRS 9, IAS 16 und IAS 41

Datum der verpflichtenden Erstanwendung: Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2023 beginnen

- IFRS 17 „Versicherungsverträge“ einschließlich Änderungen
- IAS 1 „Klassifizierung von Verbindlichkeiten als kurz- oder langfristig“ einschließlich Verschiebung der Erstanwendung

Die ProSiebenSat.1 Group geht gegenwärtig davon aus, dass die Anwendung dieser Standards und Änderungen keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss haben wird.

4 / Konsolidierungskreis

Die Anzahl der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich im Geschäftsjahr 2020 wie folgt geändert:

TOCHTERUNTERNEHMEN

	Inland	Ausland	Summe
Einbezogen zum 31.12.2019	101	126	227
Zugänge	5	12	17
Abgänge	-15	-8	-23
Einbezogen zum 31.12.2020	91	130	221

In den Zugängen ist neben Neugründungen auch die unter [→ Ziffer 5 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#) näher beschriebene Akquisition der The Meet Group, Inc., New Hope, Pennsylvania, USA („The Meet Group“) enthalten.

Die Abgänge beinhalten elf Verschmelzungen, acht Verkäufe/Entkonsolidierungen sowie vier Liquidationen.

Neben den beherrschten Unternehmen werden 14 (Vorjahr: 17) assoziierte Unternehmen und 5 (Vorjahr: 5) Gemeinschaftsunternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. [→ siehe Ziffer 22 „At-Equity bewertete Anteile“](#)

Die Aufstellung des Anteilsbesitzes findet sich in [→ Ziffer 40 „Aufstellung des Anteilsbesitzes der ProSiebenSat.1 Group gemäß §313 Abs.2 HGB“](#).

5 / Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis

A) AKQUISITIONEN

Im Geschäftsjahr 2020 wurde die folgende für den Konzernabschluss wesentliche Akquisition abgeschlossen:

Erwerb von 100 Prozent der Anteile an der The Meet Group und Gründung der ParshipMeet Group unter Beteiligung von General Atlantic

Am 5. März 2020 haben die ProSiebenSat.1 Group und die General Atlantic PD GmbH, München („General Atlantic“) über zwei Tochtergesellschaften ihres gemeinsamen Unternehmens, der NCG – NUCOM GROUP SE, Unterföhring („NuCom“) eine Vereinbarung zur vollständigen Übernahme des US-amerikanischen Dating- und Social-Entertainment-Anbieters The Meet Group unterzeichnet. Der Übernahmevertrag sieht einen Kaufpreis von 6,30 US-Dollar pro Aktie vor, was einem Gesamtkaufpreis von 495 Mio US-Dollar (418 Mio Euro) entspricht. Anschaffungsnebenkosten in Höhe von 13 Mio Euro wurden als Teil der Funktionskosten erfasst. Nach Erteilung der Zustimmung durch die zuständigen Behörden wurde die Übernahme am 4. September 2020 wirtschaftlich vollzogen.

Im Zuge der Erwerbstransaktion wurden die Unternehmen der Parship Group aus der NuCom Group herausgelöst und mit den Gesellschaften der The Meet Group in der „ParshipMeet Group“ als eigenständiges Berichtssegment zusammengeschlossen. [→ siehe Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“](#)

Mit dem Zusammenschluss zur ParshipMeet Group entsteht ein führender Anbieter im internationalen Dating- und Social-Entertainment-Markt. Die ProSiebenSat.1 Group hält an der neuen Unternehmensgruppe einen beherrschenden Anteil von 55 Prozent, darunter einen Vorzugsgeschäftsanteil in Höhe von 350 Mio Euro. General Atlantic hat über eine Kapitaleinlage von 259 Mio Euro und der Einbringung ihres Anteils an der Parship Group einen nicht-beherrschenden Anteil von 45 Prozent erworben. [→ siehe Konzernlagebericht Kapitel „Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis“](#) Die vom Management der ParshipMeet Group gehaltenen Anteile unterliegen einer Put-Optionsvereinbarung und werden unter Anwendung der Anticipated-Acquisition-Methode nicht im Eigenkapital, sondern als

Verbindlichkeiten aus Put-Optionsvereinbarungen ausgewiesen. Weitere Erläuterungen zu Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter finden sich in → [Ziffer 26 „Eigenkapital“](#).

Die nachfolgende Tabelle enthält eine Aufstellung der beizulegenden Zeitwerte der zum Erwerbszeitpunkt identifizierten erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Verbindlichkeiten sowie eine Herleitung des Geschäfts- oder Firmenwertes:

AKQUISITION THE MEET GROUP in Mio Euro

	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	193
davon im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierte Vermögenswerte	192
Sachanlagen	8
Langfristige Vermögenswerte	201
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	33
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	49
Kurzfristige Vermögenswerte	88
Finanzielle Verbindlichkeiten	4
Latente Ertragsteuerschulden	33
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	37
Finanzielle Verbindlichkeiten	32
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	22
Sonstige Verbindlichkeiten	12
Rückstellungen	7
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	73
Netto-Reinvermögen	179
Kaufpreis nach IFRS 3	418
Geschäfts- oder Firmenwert	239

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert repräsentiert fast ausschließlich strategische Synergien sowie Entwicklungspotenziale im Dating- und Social-Entertainment-Bereich. Im Zuge der Segmentneuordnung wurde er daher vollständig der zahlungsmittelgenerierenden Einheit ParshipMeet Group zugeordnet. → [siehe Ziffer 17 „Geschäfts- oder Firmenwerte“](#) Der erworbene Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig und auf Basis der Ertragskraft der erworbenen Gesellschaften und deren jeweiliger funktionaler Währung zu 85 Prozent in US-Dollar und zu 15 Prozent in Euro angesetzt. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 33 Mio Euro entsprechen einem Brutto-Forderungsbestand in Höhe von 35 Mio Euro. Die erwarteten Kreditausfälle belaufen sich auf 2 Mio Euro. In den kurzfristigen Verbindlichkeiten ausgewiesen ist ein Darlehen in Höhe von 27 Mio Euro, das im Zuge des Erwerbs vollständig abgelöst wurde.

KAUFPREISALLOKATION THE MEET GROUP

Vermögenswert	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt in Mio Euro	Erwartete Nutzungsdauer in Jahren
Marken	144	11–17
Kundenbeziehungen	21	1–4
Software	28	10

Auf die im Rahmen der vorläufigen Kaufpreisallokation identifizierten und zum beizulegenden Zeitwert angesetzten Vermögenswerte entfallen latente Ertragsteuerschulden in Höhe von 47 Mio Euro.

Eine Einbeziehung der Gesellschaften vom Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung im September 2020 hätte in der Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group zu zusätzlichen Umsatzerlösen von 189 Mio Euro und einem – im Wesentlichen den von The Meet Group zu tragenden Erwerbstransaktionskosten geschuldeten – Rückgang des Konzernergebnisses von 5 Mio Euro geführt. Vom Zeitpunkt der Erstkonsolidierung bis zum 31. Dezember 2020 haben die erworbenen Gesellschaften Umsatzerlöse von 102 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von 9 Mio Euro zum Konzernergebnis beigetragen.

ÜBERSICHT AKQUISITIONEN 2019

Unternehmensname	Geschäftszweck	Erworbene Stimmrechte	Kontroll-erlangung
Marketplace GmbH	Betrieb des Online-Portals Aroundhome für die Vermittlung diverser Haushaltsdienstleistungen	94,0%	21.02.2019

Für weitere Informationen zur Akquisition der Marketplace GmbH verweisen wir auf den veröffentlichten Geschäftsbericht zum 31. Dezember 2019.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Für die Kaufpreisallokation im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen sind Annahmen in Bezug auf 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 Schätzunsicherheiten verbunden. Die Bewertung basiert in hohem Maße auf prognostizierten Cashflows. Die tatsächlichen Cashflows können von den bei der Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte zugrunde gelegten Cashflows 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) VERKÄUFE VON ANTEILEN AN TOCHTERUNTERNEHMEN UND ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN

Veräußerung der myLoc managed IT AG

Mit Vertrag vom 18. September 2020 und wirtschaftlicher Wirkung zum 30. September 2020 hat die ProSiebenSat.1 Group ihren 100-Prozent-Anteil am Hosting-Anbieter myLoc managed IT AG, Freiburg („myLoc“) an den italienischen Cloud-Anbieter WIIT S.p.A, Mailand, Italien verkauft. Die Gesellschaft war als 100%-Tochter der Virtual Minds AG, Freiburg dem Segment Seven.One Entertainment Group zugeordnet.

Veräußerung der WSM Holding GmbH

Mit Vertrag vom 21. Oktober 2020 und wirtschaftlicher Wirkung zum 1. Dezember 2020 hat die ProSiebenSat.1 Group ihren Anteil von 92 Prozent am OTC-Arzneimittelanbieter WSM Holding GmbH, Wehrheim („WindStar“) an eine Tochtergesellschaft der Oakley Capital Limited, London, Vereinigtes Königreich verkauft. Der verbleibende Anteil von 8 Prozent, welcher vor der Transaktion im Rahmen der Anticipated-Acquisition-Methode als Verbindlichkeiten aus Put-Optionsvereinbarungen bilanziert war, wurde von den konzernfremden Anteilseignern im Zuge der Transaktion ebenfalls an die Käufergesellschaft übertragen. WindStar war als Tochtergesellschaft der NuCom dem Segment NuCom Group zugeordnet.

Der Veräußerungserlös, der Abgang der Buchwerte einschließlich Geschäfts- oder Firmenwert sowie die Ermittlung von Veräußerungsgewinn und Nettozahlungsmittelzufluss aus den Veräußerungen der Tochtergesellschaften sind in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

BUCHWERTABGANG UND ABGANGSERFOLG AUS VERKÄUFEN VON TOCHTERUNTERNEHMEN 2020 in Mio Euro

	myLoc	WindStar	Summe
Geschäfts- oder Firmenwert	-10	-118	-128
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	0	-38	-38
Sachanlagen	-10	0	-10
Vorräte	0	-26	-26
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	-1	-11	-12
Übrige Forderungen und Vermögenswerte	-1	-2	-3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-3	-7	-11
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1	12	13
Rückstellungen und sonstige Verbindlichkeiten	8	32	39
Abgang Nettovermögenswerte	-16	-159	-175
Verkaufserlös	51	264	315
Veräußerungsgewinn	35	106	140
Verkaufserlös	51	264	315
abzgl. abgehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-3	-7	-11
Nettozahlungsmittelzufluss	48	257	305

Die Veräußerungsgewinne wurden als Sonstiger betrieblicher Ertrag erfasst. → [siehe Ziffer 11 „Sonstige betriebliche Erträge“](#) Die entstandenen Veräußerungskosten in Höhe von 7 Mio Euro wurden als Teil der Funktionskosten erfasst.

Veräußerung der Anteile an der gamigo AG

Mit Unterzeichnung einer Optionsvereinbarung am 20. Dezember 2019 wurde die 33-Prozent-Beteiligung an der gamigo AG, Hamburg die dem damaligen Segment Entertainment zugeordnet war, per 31. Dezember 2019 als zur Veräußerung gehaltener langfristiger Vermögenswert ausgewiesen. Bis zum 20. Dezember 2019 wurde die Beteiligung als assoziiertes Unternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Die Kaufoption zum Bezug der von der ProSiebenSat.1 Group gehaltenen Aktien der Gesellschaft für einen Ausübungspreis von 17 Mio Euro wurde vom Käufer am 17. Februar 2020 ausgeübt und die Transaktion am 5. März 2020 wirtschaftlich vollzogen. Ein Veräußerungsgewinn oder -verlust fiel nicht an.

ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

6 / Umsatzerlöse

UMSATZERLÖSE 2020 in Mio Euro

	Seven.One Entertainment Group	ParshipMeet Group	NuCom Group	Red Arrow Studios	Summe Konzern
Werbeerlöse ¹	1.961	—	—	—	1.961
Distribution	169	—	—	—	169
Dating, Matchmaking & Social Entertainment	—	333	—	—	333
Consumer Advice	—	—	211	—	211
Experiences	—	—	87	—	87
Beauty & Lifestyle ²	—	—	509	—	509
Production	—	—	—	263	263
Global Sales und sonstige Programmverkäufe	49	—	—	82	132
Studio71	—	—	—	275	275
Sonstige Umsatzerlöse	107	—	0	—	107
Summe	2.286	333	807	620	4.047

¹ Hierin enthalten sind Umsätze aus Media-for-Equity und Media-for-Revenue in Höhe von 97 Mio Euro.

² Hierin enthalten sind Verkäufe von Waren in Höhe von 440 Mio Euro.

UMSATZERLÖSE 2019 in Mio Euro

	Seven.One Entertainment Group	ParshipMeet Group	NuCom Group	Red Arrow Studios	Summe Konzern
Werbeerlöse ¹	2.183	—	—	—	2.183
Distribution	155	—	—	—	155
Dating, Matchmaking & Social Entertainment	—	209	—	—	209
Consumer Advice	—	—	242	—	242
Experiences	—	—	100	—	100
Beauty & Lifestyle ²	—	—	413	—	413
Production	—	—	—	322	322
Global Sales und sonstige Programmverkäufe	48	—	—	63	111
Studio71	—	—	—	267	267
Sonstige Umsatzerlöse	132	—	1	—	133
Summe	2.518	209	756	652	4.135

¹ Hierin enthalten sind Umsätze aus Media-for-Equity und Media-for-Revenue in Höhe von 115 Mio Euro.

² Hierin enthalten sind Verkäufe von Waren in Höhe von 354 Mio Euro.

VERTRAGSVERMÖGENSWERTE UND -VERBINDLICHKEITEN in Mio Euro

	31.12.2020	31.12.2019
Vertragsvermögenswerte	29	30
Vertragsverbindlichkeiten	110	123

Die Vertragsvermögenswerte, d.h. die aktiven Vertragssalden aus Verträgen mit Kunden, betreffen mehrheitlich Ansprüche auf Gegenleistung für abgeschlossene, aber zum Abschlussstichtag 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 Online-Matchmaking-Services.

Die Vertragsverbindlichkeiten betreffen im Wesentlichen erhaltene Anzahlungen für Auftragsproduktionen, Verkauf von Programmrechten und noch nicht erbrachte Medialeistungen sowie Vorleistungen von Kunden im Bereich Online-Matchmaking.

Von den zum 1. Januar 2020 bestehenden Vertragsverbindlichkeiten wurden im Geschäftsjahr 2020 113 Mio Euro (Vorjahr: 89 Mio Euro) als Umsatz realisiert.

Wie nach IFRS 15 zulässig, werden keine Angaben zu den verbleibenden Leistungsverpflichtungen zum 31. Dezember 2020 gemacht, die eine erwartete ursprüngliche Laufzeit von einem Jahr oder weniger haben. Leistungsverpflichtungen, deren erwartete ursprüngliche Laufzeit über den Zeitraum von mehr als einem Jahr nach dem 31. Dezember 2020 hinausgeht, liegen nur in unwesentlichem Umfang vor.

Waren sind in Höhe von 44 Mio Euro (Vorjahr: 48 Mio Euro) bilanziert. Im Geschäftsjahr 2020 wurden Wertminderungen auf Vorräte in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr: 4 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 beruht auf historischen Quoten, welche sich im Zeitablauf ändern können. Die Festlegung relativer Einzelveräußerungspreise ist stark ermessensbehaftet.

7 / Umsatzkosten

in Mio Euro

	2020	2019
Werteverzehr des Programmvermögens	966	958
Sachkosten	876	798
Personalaufwendungen	318	325
Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	127	122
IT-Kosten	53	57
Aufwand aus dem Abgang von Programmvermögen	17	17
Sonstige	111	101
Summe	2.468	2.377

Der Werteverzehr des Programmvermögens umfasst Abschreibungen und Wertminderungen in Höhe von 999 Mio Euro (Vorjahr: 1.061 Mio Euro) sowie gegenläufig die Veränderung der in den Vorjahren gebildeten Rückstellungen für belastende Verträge in Höhe von 33 Mio Euro (Vorjahr: 104 Mio Euro). Für weitere Informationen verweisen wir auf → [Ziffer 28 „Sonstige Rückstellungen“](#). Der Werteverzehr des Programmvermögens lag im abgelaufenen Geschäftsjahr annähernd auf Vorjahresniveau. Vor dem Hintergrund des ursprünglichen Vorhabens, die Programmaufwendungen im Geschäftsjahr 2020 um rund 50 Mio Euro zu reduzieren, hat sich der Konzern aufgrund des zum Jahresende deutlich verbesserten Werbemarktumfelds entschieden, im vierten Quartal seine Programmaufwendungen wieder zu erhöhen, um so von der Markterholung noch stärker zu profitieren.

Die Sachkosten beinhalten im Wesentlichen produktionsbezogene Fremdleistungen, Wareneinsatz im Segment NuCom Group, Lizenzaufwand und Urheberrechtsabgaben. Deren Anstieg steht im Zusammenhang mit dem Erwerb der The Meet Group sowie umsatzbedingt höheren Kosten im Segment NuCom Group. Im Segment Red Arrow Studios hingegen waren die Produktionskosten aufgrund der Pandemie-bedingten Produktionsstopps und -verschiebungen rückläufig.

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 Marketingkosten im Segment NuCom Group enthalten, die umsatzbedingt gestiegen sind.

Für weitere Informationen verweisen wir auf den → [Konzernlagebericht Kapitel „Ertragslage des Konzerns“](#).

8 / Vertriebskosten

in Mio Euro

	2020	2019
Marketing und marketingnahe Aufwendungen	345	319
Personalaufwendungen	131	124
Distribution	59	61
davon Satelliten-Miete	36	34
davon Sendegebühr	24	27
Sachkosten	32	39
Vertriebsprovisionen	28	30
Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	21	21
IT-Kosten	13	15
Sonstige	17	19
Summe	646	627

Marketing und marketingnahe Aufwendungen entfallen vor allem auf Kosten für Marktforschung, Werbung und Public Relations. Deren Anstieg ist zum einen auf wachstumsbedingt höhere Marketing-Aktivitäten bei eHarmony sowie Flaconi zurückzuführen, zum anderen auf den Erwerb der The Meet Group. 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.

Für weitere Informationen verweisen wir auf den → [Konzernlagebericht Kapitel „Ertragslage des Konzerns“](#).

9 / Verwaltungskosten

in Mio Euro

	2020	2019
Personalaufwendungen	268	258
Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	101	117
Beratungskosten	41	40
IT-Kosten	27	27
Kosten für Infrastruktur	24	27
Marketingkosten	12	21
Übrige personalbezogene Aufwendungen	11	15
Bewirtungs- und Reisekosten	2	10
KFZ-Kosten	3	3
Sonstige	49	60
Summe	538	576

Personalaufwendungen enthalten Löhne und Gehälter von Mitarbeitern im Verwaltungsbereich einschließlich leistungsabhängiger Bonusansprüche, Abfindungen und Sozialversicherungsbeiträge. Deren Anstieg im Vergleich zum Vorjahr reflektiert zum einen durch den Erwerb der The Meet Group entstandene Mehraufwände. Zudem enthalten die Personalaufwendungen des Geschäftsjahres 2020 Abfindungen für ehemalige Vorstandsmitglieder in der Größenordnung von insgesamt rund 7 Mio Euro.

Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte entfallen vor allem auf Verwaltungsgebäude, Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Softwarelizenzen. Die Beratungskosten betreffen vor allem Management-, Rechts- und M&A-Beratungsleistungen.

Bei den Verwaltungskosten wirkte sich insbesondere das strikte Kostenmanagement in allen Segmenten positiv aus. Für weitere Informationen verweisen wir auf den → [Konzernlagebericht Kapitel „Ertragslage des Konzerns“](#).

10 / Sonstige betriebliche Aufwendungen

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

11 / Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge belaufen sich im Geschäftsjahr 2020 auf 169 Mio Euro (Vorjahr: 35 Mio Euro). Davon entfallen 140 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) auf Erträge aus dem Verkauf der Tochterunternehmen WindStar (106 Mio Euro) und myLoc (35 Mio Euro). → [siehe Ziffer 5 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#)

12 / Zinsergebnis

in Mio Euro

	2020	2019
Zinsen und ähnliche Erträge	3	2
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-76	-58
davon aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	-60	-51
davon aus Hedge-Derivaten	-5	-4
davon übrige Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-10	-3
Zinsergebnis	-73	-56

Zinsen und ähnliche Erträge betreffen ausschließlich zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Vermögenswerte und werden 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“](#)
Der Anstieg beruht insbesondere auf gestiegenen Finanzierungskosten und der unterjährigen Inanspruchnahme einer revolvingierenden Kreditfazilität. → [siehe Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

In den Zinsen aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten sind 4 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro) an Zinsaufwendungen aus Leasingverbindlichkeiten enthalten. → [siehe Ziffer 21 „Leasing“](#)

Bei den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen aus Hedge Derivaten handelt es sich um Aufwendungen für als Sicherungsinstrumente eingesetzte Zinsswaps. → [siehe Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#) Die Position „Übrige Zinsen und ähnliche Aufwendungen“ beinhaltet im Wesentlichen Aufzinsungseffekte für Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten sowie Zinseffekte aus Steuersachverhalten.

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

in Mio Euro

	2020	2019
Anteiliges Ergebnis aus Gemeinschaftsunternehmen	-82	-55
Anteiliges Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	4	5
Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	-77	-50
Änderungen von Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	-30	76
Bewertungs- und Veräußerungsergebnis aus sonstigen Finanzinstrumenten	12	41
davon aus finanziellen Vermögenswerten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	16	-8
davon aus at-Equity bewerteten Anteilen	-4	49
Währungskursgewinne/-verluste	-6	-9
davon aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	-41	3
davon aus sonstigen finanziellen Vermögenswerten	-7	2
davon aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	38	-5
davon aus Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	1	-1
davon aus sonstigen finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	3	-6
davon aus sonstigen Positionen	0	-3
Finanzierungskosten	-7	-10
Sonstige	-1	2
Sonstiges Finanzergebnis	-32	100

Das anteilige Ergebnis aus Gemeinschaftsunternehmen enthält im Wesentlichen den Anteil des Konzerns am Periodenergebnis der Joyn GmbH, München („Joyn“) in Höhe von minus 82 Mio Euro (Vorjahr: -55 Mio Euro). Das Ergebnis des Geschäftsjahres 2020 von Joyn ist insbesondere durch Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 26 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) belastet. → [siehe hierzu auch Ziffer 22 „At-Equity bewertete Anteile“](#)

Die Änderungen von Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten resultieren aus Bewertungsanpassungen bei den in Verbindung mit Unternehmenserwerben geschlossenen Put-Options- und Earn-Out-Vereinbarungen. → [siehe hierzu auch Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Die Währungskursverluste aus der Stichtagsbewertung der Zahlungsmittelbestände im Geschäftsjahr 2020 resultieren aus der deutlichen Abwertung des US-Dollars im Jahresvergleich sowie aus einem im Vorgriff auf den Erwerb der The Meet Group (→ [siehe hierzu auch Ziffer 5 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#)) zeitweilig erhöhten Bestand an US-Dollar. Die Währungskursgewinne aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten entfallen im Wesentlichen auf die Bewertung der Verbindlichkeiten für das Programmvermögen.

In den Finanzierungskosten sind neben laufenden Bankgebühren insbesondere abgegrenzte Gebühren aus langfristigen Darlehen sowie Bereitstellungsaufwendungen für noch nicht in Anspruch genommene Tranchen der revolvingierenden Kreditfazilität enthalten. → [siehe Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#)

14 / Ertragsteuern

ERTRAGSTEUERAUFWAND in Mio Euro

	2020	2019
Laufender Ertragsteueraufwand – Deutschland	77	130
Laufender Ertragsteueraufwand – Ausland	6	12
Laufender Ertragsteueraufwand	83	142
Latenter Steueraufwand – Deutschland	31	24
Latenter Steueraufwand/(-ertrag) – Ausland	3	-5
Latenter Steueraufwand	35	19
Summe Ertragsteueraufwand	118	161

Der Ertragsteuersatz der deutschen Gesellschaften setzt sich zusammen aus dem Körperschaftsteuersatz von 15,0 Prozent (Vorjahr: 15,0%) zuzüglich Solidaritätszuschlag von 5,5 Prozent (Vorjahr: 5,5%) sowie einem durchschnittlichen Gewerbesteuersatz von 12,2 Prozent (Vorjahr: 12,2%). Insgesamt ergibt sich daraus ein für den Konzern maßgeblicher nominaler Gesamtsteuersatz von 28,0 Prozent (Vorjahr: 28,0%). Die ausländischen Ertragsteuersätze basieren auf den in den einzelnen Ländern gültigen Gesetzen und Verordnungen und variieren zwischen 15,0 Prozent und 28,3 Prozent (Vorjahr: 12,3% und 33,0%).

Die laufenden Ertragsteueraufwendungen beinhalten in- und ausländische Steuern auf Grundlage der steuerpflichtigen Einkommen 2020 in Höhe von 96 Mio Euro (Vorjahr: 151 Mio Euro) sowie Ertragsteuererträge für Vorjahre in Höhe von 13 Mio Euro (Vorjahr: 9 Mio Euro). In einer früheren Periode nicht berücksichtigte steuerliche Verluste oder temporäre Differenzen führten zu einer Minderung des tatsächlichen Ertragsteueraufwands von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

Der latente Steueraufwand beinhaltet einen latenten Steueraufwand in Höhe von 31 Mio Euro (Vorjahr: 24 Mio Euro) aus der laufenden Veränderung von temporären Differenzen. Zusätzlich ergeben sich 11 Mio Euro latenter Steueraufwand (Vorjahr: 4 Mio Euro) auf bisher nicht berücksichtigte temporäre Unterschiede einer früheren Periode. Weiterhin ist ein latenter Steuerertrag in Höhe von 8 Mio Euro (Vorjahr: 10 Mio Euro) enthalten, der aus den laufenden steuerlichen Verlusten in einzelnen Gesellschaften resultiert.

Aktive latente Steuern auf Verlustvorträge wurden in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro) wertberichtigt. Zuschreibungen von aktiven latenten Steuern erfolgten sowohl aufgrund der Nutzung bisher nicht berücksichtigter Verlustvorträge in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) als auch bei aktiven latenten Steuern auf temporäre Differenzen in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

Der für den Konzern maßgebliche effektive Steuersatz (Verhältnis von ausgewiesenem Steueraufwand zu Ergebnis vor Steuern) beträgt 31,8 Prozent (Vorjahr: 28,1%). Der durch Anwendung des nominalen Gesamtsteuersatzes auf das Ergebnis vor Steuern errechnete Steueraufwand lässt sich auf den in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesenen Steueraufwand wie folgt überleiten:

ÜBERLEITUNG STEUERAUFWAND in Mio Euro

	2020	2019
Ergebnis vor Steuern	370	572
Anzuwendender Konzernsteuersatz (in Prozent)	28	28
Erwarteter Ertragsteueraufwand	104	160
Erhöhung/Minderung der Ertragsteuern durch:		
Steuersatzabweichungen		
Steuersatzunterschiede Ausland	1	2
Steuersatzunterschiede Inland	3	1
Effekt Steuersatzänderungen	0	1
Abweichungen in der steuerlichen Bemessungsgrundlage		
Nicht abzugsfähige Zinsaufwendungen	3	0
Sonstige nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	27	15
Steuerfreie Erträge	-14	-37
Nicht steuerwirksame Veräußerungseffekte	-37	-6
At-Equity bewertete Anteile	22	14
Ansatz und Bewertung aktiver latenter Steuern		
Wertänderung und Nichtansatz von aktiven latenten Steuern	11	15
Sonstige Effekte		
Steuern für Vorjahre	-1	-4
Summe Ertragsteueraufwand	118	161
Effektiver Konzernsteuersatz (in Prozent)	32	28

Zum 31. Dezember 2020 wurden auf körperschaftsteuerliche Verlustvorräte in Höhe von 269 Mio Euro (Vorjahr: 258 Mio Euro) und auf gewerbsteuerliche Verlustvorräte in Höhe von 149 Mio Euro (Vorjahr: 127 Mio Euro) keine aktiven latenten Steuern angesetzt. Davon verfallen 20 Mio Euro (Vorjahr: 19 Mio Euro) der im Ausland entstandenen Verlustvorräte innerhalb der nächsten 2 bis 9 Jahre, soweit diese nicht genutzt werden. Für die verbleibenden Verlustvorräte ist die Nutzung zeitlich unbegrenzt möglich.

Die für körperschaftsteuerliche Verlustvorräte nicht erfasste aktive latente Steuer beträgt 51 Mio Euro (Vorjahr: 48 Mio Euro). Für gewerbsteuerliche Verluste beträgt die nicht erfasste aktive latente Steuer 23 Mio Euro (Vorjahr: 19 Mio Euro). Für abzugsfähige Differenzen in Höhe von 6 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro) wurde in der Bilanz kein latenter Steueranspruch erfasst.

Die aktiven und passiven latenten Steuern sind den Bilanzposten wie folgt zuzuordnen:

LATENTE STEUERN in Mio Euro

	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern	Stand netto zum 31.12.2019	Erfolgswirksame Effekte	Erfolgsneutrale Effekte im Sonstigen Ergebnis aus		Effekte aus Änderungen im Konsolidierungskreis	Stand netto zum 31.12.2020	Aktive latente Steuern	Passive latente Steuern
					Cashflow-Hedges und Pensionsverpflichtungen	Währungs-umrechnung				
Geschäfts- und Firmenwerte	8	-69	-61	21	—	—	5	-35	8	-43
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	5	-191	-187	-19	—	1	-41	-245	6	-252
Sachanlagen	0	-63	-63	-27	—	—	1	-89	0	-89
Finanzielle Vermögenswerte	8	-6	2	3	—	—	—	5	8	-3
Programmvermögen	54	-2	51	-28	—	—	—	24	24	0
Vorräte, Sonstige Vermögenswerte	7	-30	-23	2	19	—	0	-2	10	-12
Rückstellungen für Pensionen	3	0	3	0	0	—	—	4	4	0
Sonstige Rückstellungen	30	-1	28	-11	—	—	0	18	22	-5
Verbindlichkeiten	90	-69	21	16	1	—	0	37	112	-74
Verlustvorräte	56	—	56	9	—	0	7	71	71	—
Steuerzuschriften	2	—	2	0	—	—	4	5	5	—
Aktive (passive) latente Steuern vor Saldierungen	262	-432	-170	-35	20	1	-23	-206	270	-477
Saldierungen	-196	196							-216	216
Aktive (passive) latente Steuern nach Saldierungen	66	-236							54	-260

Zur Saldierung von aktiven und passiven latenten Steuern sowie zur Verwendung von Annahmen und Schätzungen bei unsicheren Steuerpositionen → [siehe Ziffer 2 „Bilanzierungsgrundsätze“](#).

Zu den latenten Steuern, die erfolgsneutral im Kumulierten sonstigen Ergebnis im Eigenkapital erfasst worden sind, wird auf → [Ziffer 26 „Eigenkapital“](#) verwiesen.

Für geplante künftige Ausschüttungen aus Tochterunternehmen wurde eine passive latente Steuer in Höhe von 1 Mio Euro gebildet (Vorjahr: 4 Mio Euro). Auf temporäre Unterschiede bei Anteilen an Tochterunternehmen wurden in Höhe von 16 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro) keine latenten Steuerschulden angesetzt, da die ProSiebenSat.1 Group in der Lage ist, den Zeitpunkt der Auflösung selbst zu bestimmen, und da es wahrscheinlich ist, dass sich diese temporären Differenzen in absehbarer Zeit nicht auflösen werden.

15 / Ergebnis je Aktie

	2020	2019
in Mio Euro		
Den Gesellschaftern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis (unverwässert)	267	413
Zu berücksichtigende Bewertungseffekte aus der anteilsbasierten Vergütung nach Steuern	0	-3
Den Gesellschaftern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis (verwässert)	267	409
in Stück		
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (unverwässert)	226.147.133	226.088.493
Zu berücksichtigender Verwässerungseffekt aufgrund von anteilsbasierter Vergütung	863.003	674.732
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (verwässert)	227.010.136	226.763.225
in Euro		
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	1,18	1,83
Verwässertes Ergebnis je Aktie	1,18	1,80

Der Group Share Plan und der Performance Share Plan (→ [siehe Ziffer 35 „Anteils- und leistungsorientierte 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 potenziell resultierenden Verwässerungseffekts werden diese Pläne für die Berechnung des Ergebnisses je Aktie so behandelt, als würden diese in Stammaktien der Gesellschaft erfüllt werden.

Mitglieder des Vorstands sowie ausgewählte Führungskräfte der ProSiebenSat.1 Group hatten zum Abschlussstichtag aus anteilsbasierten Vergütungsprogrammen Anspruch auf 863.003 (Vorjahr: 674.732) virtuelle Aktien, sogenannte Performance Share Units. Aus der möglichen Umwandlung dieser Performance Share Units in Stammaktien ergibt sich im Berichtsjahr ein Verwässerungseffekt von 0,00 Euro je Aktie (Vorjahr: 0,03 Euro je Aktie).

16 / Sonstige Angaben

PERSONALAUFWAND UND MITARBEITERZAHLEN

In den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sind folgende Personalaufwendungen enthalten:

PERSONALAUFWAND in Mio Euro

	2020	2019
Löhne und Gehälter	628	619
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung	89	87
Summe	717	707

Die Aufwendungen für Altersvorsorge belaufen sich auf 2 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro).

An die gesetzliche Rentenversicherung gezahlte Arbeitgeberbeiträge belaufen sich auf 34 Mio Euro (Vorjahr: 30 Mio Euro).

Im Geschäftsjahr 2020 waren durchschnittlich 7.128 Mitarbeiter (Vorjahr: 7.265) für die ProSiebenSat.1 Group tätig. Insgesamt beschäftigte der Konzern neben den 7.128 Festangestellte (Vorjahr: 7.265) auch 551 Auszubildende, Volontäre, Praktikanten und Werkstudenten (Vorjahr: 569).

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

	2020	2019
Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte	160	149
Abschreibungen auf Sachanlagen	80	80
Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte	8	31
Wertminderungen auf Sachanlagen	0	0
Summe	248	260

Die Abschreibungen und Wertminderungen des Programmvermögens in Höhe von 999 Mio Euro (Vorjahr: 1.061 Mio Euro) werden in den Umsatzkosten ausgewiesen und bei der adjusted EBITDA-Ermittlung in Abzug gebracht.

ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

17 / Geschäfts- oder Firmenwerte

ENTWICKLUNG DER GESCHÄFTS- ODER FIRKENWERTE in Mio Euro

	2020	2019
ANSCHAFFUNGSKOSTEN		
Stand 01.01.	2.201	2.055
Kursdifferenzen	-39	9
Zugänge	239	138
Abgänge	-131	0
Stand 31.12.	2.269	2.201
WERTMINDERUNGEN		
Stand 01.01. / 31.12.	93	93
Buchwert 31.12.	2.177	2.109

Weitere Informationen zu den Zugängen und Abgängen im Geschäftsjahr 2020 finden sich in → [Ziffer 5 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#).

In Folge der Resegmentierung im dritten Quartal 2020 erfolgte eine Reallokation der Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 320 Mio Euro, basierend auf relativen Werten, vom bestehenden Segment NuCom Group auf das neue Segment ParshipMeet Group. Aus dem im Rahmen der Reallokation durchgeführten Werthaltigkeitstest resultierte kein Wertminderungsbedarf. Für weitere Details zur Resegmentierung → [siehe Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“](#).

Die Geschäfts- oder Firmenwerte verteilen sich nach der Reallokation wie folgt auf die Segmente:

ALLOKATION DER GESCHÄFTS- ODER FIRKENWERTE AUF DIE SEGMENTE in Mio Euro

Zahlungsmittelgenerierende Einheit ¹	Seven.One Entertainment Group	ParshipMeet Group	NuCom Group	Red Arrow Studios	Summe
Buchwert Geschäfts- oder Firmenwert 31.12.2020	876	549	421	331	2.177
Buchwert Geschäfts- oder Firmenwert 31.12.2019 ²	886	—	860	364	2.109

¹ Die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten entsprechen den Segmenten.

² Den Vorjahresangaben liegt die Segmentstruktur vor der Resegmentierung zugrunde (siehe Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“).

Die Werthaltigkeitstests für die Geschäfts- oder Firmenwerte haben wie im Vorjahr die Buchwerte bestätigt.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die jeweils für den Werthaltigkeitstest der Geschäfts- oder Firmenwerte verwendeten Prämissen:

ANNAHMEN ZUR BEURTEILUNG DER WERTHALTIGKEIT DER GESCHÄFTS- ODER FIRKENWERTE

Zahlungsmittelgenerierende Einheit	Seven.One Entertainment Group	ParshipMeet Group	NuCom Group	Red Arrow Studios
Umsatzwachstum p.a. im Planungszeitraum (CAGR) ¹	3,3% (1,7%)	18,6% (—)	14,5% (18,4%)	9,9% (17,5%)
Ø EBITDA-Marge im Planungszeitraum ¹	20,8% (23,3%)	24,7% (—)	10,5% (14,2%)	7,4% (7,6%)
Planungszeitraum	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre
Umsatzwachstum p.a. nach Ende des Planungszeitraums ¹	1,0% (1,0%)	1,5% (—)	1,5% (1,5%)	1,5% (1,5%)
EBITDA-Marge nach Ende des Planungszeitraums ¹	21,8% (23,0%)	28,1% (—)	14,2% (17,6%)	8,0% (8,3%)
Ø Diskontierungssatz ¹	9,2% (10,5%)	11,0% (—)	12,2% (14,5%)	9,3% (11,6%)

¹ Vorjahreswerte in Klammern.

Die Umsatzwachstumsannahmen im Planungszeitraum basieren auf den zum Stichtag des Werthaltigkeitstests vom Management verabschiedeten Unternehmensplanungen, wobei Risiken in den aktuellen Schätzungen verstärkt in den Zahlungsströmen berücksichtigt wurden. Im Rahmen ihrer Planung berücksichtigen die Unternehmen die erwarteten segmentspezifischen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie. Von besonderer Bedeutung ist hierbei die Abschätzung der Dauer der negativen Beeinträchtigung der Segmentzahlungsströme durch COVID-19. Dabei gehen die Unternehmen in den Segmenten Seven.One Entertainment Group, NuCom Group und Red Arrow Studios davon aus, dass sich die Zahlungsströme nach Ende der COVID-19-Pandemie wieder an das Niveau vor der Pandemie annähern beziehungsweise dieses übertreffen werden. Im Segment ParshipMeet Group stiegen die Umsatzerlöse im Geschäftsjahr 2020. Dies unterstreicht die zunehmende Bedeutung und das Wachstumspotential des Online-Datings auch in einem COVID-19-geprägten Umfeld. → [siehe Konzernlagebericht Kapitel „Ertragslage des Konzerns“](#)

Die in der Fortschreibungsphase verwendeten Umsatzwachstumsannahmen orientieren sich an extern veröffentlichten Quellen. Die prognostizierten EBITDA-Margen berücksichtigen die in der Vergangenheit erzielten Ergebnisse sowie eingeleitete absatzerhöhende oder kostenreduzierende Maßnahmen. Der zur Diskontierung verwendete gewichtete durchschnittliche Gesamtkapitalkostensatz (Weighted Average Cost of Capital, WACC) spiegelt jeweils den vom Kapitalmarkt abgeleiteten, risikoadjustierten Zinssatz vor Steuern wider. Der Diskontierungssatz basiert auf dem laufzeitäquivalenten risikolosen Zinssatz in Höhe von –0,2 Prozent (Vorjahr: 0,2%) sowie einer Marktrisikoprämie von 8,0 Prozent (Vorjahr: 7,8%). Darüber hinaus werden individuell für jede zahlungsmittelgenerierende Einheit ein aus der jeweiligen Peer Group abgeleiteter Beta-Faktor, ein Fremdkapitalkostensatz sowie ein Verschuldungsgrad berücksichtigt. Zusätzlich werden länderspezifische Steuersätze und Risikoprämien in Abhängigkeit der individuellen Zusammensetzung der jeweiligen zahlungsmittelgenerierenden Einheit angesetzt. Der erzielbare Betrag wird in Form eines Nutzungswertes ermittelt, sofern nicht anders angegeben.

Der geschätzte erzielbare Betrag der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Red Arrow Studios übersteigt deren Buchwert um 132 Mio Euro (Vorjahr: 143 Mio Euro). Eine für möglich gehaltene Änderung von zwei wesentlichen Annahmen könnte dazu führen, dass der Buchwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Red Arrow Studios deren erzielbaren Betrag übersteigt. Die nachstehende Tabelle zeigt, wie sich diese beiden Annahmen bei ansonsten gleichbleibenden Parametern sowie isolierter Betrachtung jeweils ändern müssten, damit der geschätzte erzielbare Betrag gleich dem Buchwert ist:

SENSITIVITÄT DER GETROFFENEN ANNAHMEN

Zahlungsmittelgenerierende Einheit	Red Arrow Studios
EBITDA-Marge nach Ende des Planungszeitraums (Veränderung in Prozentpunkten) ¹	–1,3 (–1,3)
Ø Diskontierungssatz (Veränderung in Prozentpunkten) ¹	2,0 (2,4)

¹ Vorjahreswerte in Klammern.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Die Prämissen sowie die zugrundeliegende Methodik bei der Durchführung des Werthaltigkeitstests 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 / Programmvermögen

Das Programmvermögen beinhaltet Rechte an Spielfilmen, Serien, Auftragsproduktionen, digitalem Content sowie geleistete Anzahlungen auf derartige Rechte und Sportrechte.

ENTWICKLUNG DES PROGRAMMVERMÖGENS in Mio Euro

	Aktivierte Rechte	Geleistete Anzahlungen	Summe
Stand 01.01.2019	972	142	1.113
Zugänge	1.074	96	1.170
Abgänge	-17	0	-17
Umbuchungen	89	-89	—
Abschreibungen	-903	—	-903
Wertminderungen	-130	-28	-158
Sonstige	-2	0	-2
Stand 31.12.2019 / 01.01.2020	1.084	121	1.204
davon langfristiges Programmvermögen			1.057
davon kurzfristiges Programmvermögen			148
Zugänge	951	75	1.027
Abgänge	-17	—	-17
Umbuchungen	82	-82	—
Abschreibungen	-866	—	-866
Wertminderungen	-133	—	-133
Sonstige	—	-1	-1
Stand 31.12.2020	1.100	113	1.213
davon langfristiges Programmvermögen			1.072
davon kurzfristiges Programmvermögen			141

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN

Wesentliche Bestandteile des Programmvermögens werden von großen Filmstudios in Form von Filmpaketen erworben. Dabei erfolgt die Erstbewertung der einzelnen Lizenzen dieser Filmpakete unter anderem in Relation zu den erwarteten Zuschauerreichweiten der Ausstrahlungen der einzelnen Lizenzen. Abschreibungen des Programmvermögens erfasst der Konzern degressiv über die Anzahl der Ausstrahlungen nach einer konzernweit standardisierten Matrix, die das mit der jeweiligen Ausstrahlung verbundene erwartete Zuschauerreichweitenpotenzial widerspiegelt. Wertminderungen werden auf Ebene von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten erfasst, falls die geschätzten Erlöse der jeweiligen zahlungsmittelgenerierenden Einheit den Buchwert dieser nicht mehr decken können. Die dabei geschätzten Erlöse unterliegen in umfangreichem Ausmaß Planungsannahmen, die sensitiv auf Änderungen reagieren und damit die Werthaltigkeit signifikant beeinflussen können. Im Rahmen der COVID-19-Pandemie haben sich die damit einhergehenden Schätzunsicherheiten erhöht.

19 / Sonstige immaterielle Vermögenswerte

ENTWICKLUNG DER SONSTIGEN IMMATERIELLEN VERMÖGENSWERTE in Mio Euro

	Marken	Kunden- beziehungen	Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	Übrige immaterielle Vermögenswerte	Geleistete Anzahlungen	Summe
ANSCHAFFUNGSKOSTEN						
Stand 01.01.2019	486	234	133	512	50	1.415
Kursdifferenzen	1	2	0	1	—	4
Veränderungen Konsolidierungskreis	3	18	—	6	—	27
Zugänge	—	—	39	88	40	167
Umbuchungen	—	—	15	16	-30	—
Abgänge	—	—	-20	-92	-8	-120
Stand 31.12.2019 / 01.01.2020	491	254	167	531	51	1.493
Kursdifferenzen	-9	-8	0	-7	—	-24
Veränderungen Konsolidierungskreis	137	-30	—	10	0	117
Zugänge	—	—	37	58	41	136
Umbuchungen	—	—	12	17	-29	—
Abgänge	-2	-14	-18	-62	-3	-99
Stand 31.12.2020	617	203	197	547	60	1.623
ABSCHREIBUNGEN UND WERTMINDERUNGEN						
Stand 01.01.2019	43	85	76	376	11	591
Kursdifferenzen	0	0	0	1	—	1
Zugänge ¹	6	47	29	96	3	181
Abgänge	—	—	-20	-88	-7	-115
Stand 31.12.2019 / 01.01.2020	49	132	85	385	7	658
Kursdifferenzen	0	-5	0	-5	—	-10
Veränderungen Konsolidierungskreis	-2	-27	—	-8	—	-38
Zugänge ¹	10	30	36	91	1	168
Abgänge	-2	-14	-20	-61	-2	-98
Stand 31.12.2020	55	116	101	403	5	680
Buchwert 31.12.2019	441	122	82	146	44	835
Buchwert 31.12.2020	563	86	96	143	55	943

¹ Von den darin erfassten Wertminderungen in Höhe von 8 Mio Euro (Vorjahr: 31 Mio Euro) werden 6 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro) in den Umsatzkosten, 1 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro) in den Vertriebskosten und 2 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro) in den Verwaltungskosten ausgewiesen.

Die übrigen immateriellen Vermögenswerte beinhalten im Wesentlichen 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 Segmente:

ALLOKATION DER MARKEN MIT UNBESTIMMTER NUTZUNGSDAUER AUF DIE SEGMENTE

in Mio Euro

Segment	Seven.One Entertainment Group	ParshipMeet Group	NuCom Group	Red Arrow Studios	Summe
Buchwert Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer 31.12.2020	16	193	160	—	370
Buchwert Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer 31.12.2019 ¹	16	—	358	—	375

¹ Den Vorjahresangaben liegt die Segmentstruktur vor der Resegmentierung zugrunde (siehe Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“).

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Zuordnung der wesentlichen Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer zu den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten für Zwecke des obligatorischen jährlichen Werthaltigkeitstests sowie die in die jeweiligen Werthaltigkeitstests eingeflossenen Prämissen:

ANNAHMEN ZUR BEURTEILUNG DER WERTHALTIGKEIT DER WESENTLICHEN MARKEN MIT UNBESTIMMTER NUTZUNGSDAUER

Zahlungsmittelgenerierende Einheit	Verivox	PARSHIP ELITE Group
Umsatzwachstum p.a. im Planungszeitraum (CAGR) ¹	8,8% (19,4%)	7,7% (2,9%)
Ø EBITDA-Marge im Planungszeitraum ¹	23,8% (24,7%)	36,6% (34,7%)
Planungszeitraum	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	26,7% (29,9%)	38,0% (39,4%)
Ø Diskontierungssatz ¹	11,6% (13,1%)	11,1% (13,6%)
Bewertungsstichtag	31. Dezember 2020	31. Dezember 2020
Buchwert Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer (in Mio Euro)¹	107 (107)	141 (141)

¹ Vorjahreswerte in Klammern.

Die Umsatzwachstumsannahmen im Planungszeitraum basieren auf der zum Stichtag des Werthaltigkeitstests vom Management verabschiedeten Unternehmensplanung. Im Rahmen der Planung berücksichtigen die Unternehmen die spezifischen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf die unterschiedlichen zahlungsmittelgenerierenden Einheiten. Dabei gehen sie bei der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Verivox von einer geringen Beeinflussung durch die Pandemie aus. In der zahlungsmittelgenerierenden Einheit PARSHIP ELITE Group stiegen die Umsatzerlöse im Geschäftsjahr 2020. Dies unterstreicht die zunehmende Bedeutung und das Wachstumspotential des Online-Datings auch in einem COVID-19-geprägten Umfeld.

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
Marken mit bestimmter Nutzungsdauer	3–17
Kundenbeziehungen	1–15
Software	2–10
Lizenzen und andere Schutzrechte	10 bzw. Laufzeit der Lizenzverträge

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 Werthaltigkeitstests 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.

20 / Sachanlagen und Nutzungsrechte an Sachanlagen

Die Entwicklung der Sachanlagen und Nutzungsrechten an Sachanlagen ist in folgender Tabelle dargestellt:

in Mio Euro

	Immobilien	Technische Anlagen	Betriebs- und Geschäftsausstattung	Geleistete Anzahlungen	Summe
ANSCHAFFUNGSKOSTEN					
Stand 01.01.2019	391	165	87	29	671
Kursdifferenzen	1	0	0	—	1
Veränderungen Konsolidierungskreis	23	0	2	—	25
Zugänge	45	15	11	21	92
Umbuchungen	2	2	0	-4	—
Abgänge	-21	-7	-11	-1	-42
Stand 31.12.2019 / 01.01.2020	441	174	89	45	749
Kursdifferenzen	-5	-2	0	-1	-8
Veränderungen Konsolidierungskreis	-1	-10	0	0	-10
Zugänge	119	14	11	45	188
Umbuchungen	1	3	0	-4	—
Abgänge	-26	-5	-8	-1	-39
Stand 31.12.2020	529	174	91	85	879
ABSCHREIBUNGEN UND WERTMINDERUNGEN					
Stand 01.01.2019	162	125	59	—	345
Kursdifferenzen	0	0	0	—	1
Zugänge	46	20	14	—	80
Abgänge	-9	-7	-11	—	-27
Stand 31.12.2019 / 01.01.2020	199	138	62	—	398
Kursdifferenzen	-2	-1	—	—	-3
Veränderungen Konsolidierungskreis	-1	-6	-1	—	-8
Zugänge	51	18	12	—	81
Abgänge	-18	-6	-7	—	-31
Stand 31.12.2020	229	143	64	—	437
Buchwert 31.12.2019	242	37	27	45	351
Buchwert 31.12.2020	300	31	27	85	443

In den Positionen Immobilien und geleistete Anzahlungen sind Grundstücke und Gebäude enthalten, die der Leasing-Objektgesellschaft gehören, mit der die ProSiebenSat.1 Media SE im Geschäftsjahr 2018 einen Leasingvertrag über den Neubau des Firmencampus am Standort Unterföhring geschlossen hat. Da die ProSiebenSat.1 Group die relevanten Aktivitäten der Objektgesellschaft bestimmen kann, wird diese vollkonsolidiert. Die Verbindlichkeiten der Objektgesellschaft gegenüber den finanzierenden Banken werden als Immobilienkredite in den sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten des Konzerns erfasst. → siehe Ziffer 29 „Finanzielle Verbindlichkeiten“ Die Grundstücke und Gebäude (Bestand und neu zu errichten) sind in Höhe der bereits in Anspruch genommenen Finanzierung grundschuldbelastet.

Die im Geschäftsjahr 2020 aktivierten Fremdkapitalkosten beliefen sich auf 4 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro).

NUTZUNGSDAUERN DER SACHANLAGEN

	Jahre
Immobilien	3–50
Technische Anlagen	2–10
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3–20

21 / Leasing

Die von der ProSiebenSat.1 Group abgeschlossenen Leasingverhältnisse beziehen sich auf die Anmietung von Immobilien, insbesondere von Büro- und Lagerflächen, sowie von übrigen Sachanlagen, vor allem Informationstechnologie, Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Fahrzeuge für Mitarbeiter.

Die Buchwertentwicklung der Nutzungsrechte aus Leasingverhältnissen ergibt sich wie folgt:

in Mio Euro

	Immobilien	Übrige Sachanlagen	Summe
BUCHWERT			
Stand 01.01.2019	156	10	166
Kursdifferenzen	1	0	1
Veränderungen Konsolidierungskreis	22	0	22
Zugänge	36	4	40
Abgänge	-11	0	-12
Abschreibungen und Wertminderungen	-33	-6	-39
Stand 31.12.2019 / 01.01.2020	171	8	179
Kursdifferenzen	-3	0	-3
Veränderungen Konsolidierungskreis	1	-1	0
Zugänge	99	5	104
Abgänge	-3	0	-3
Abschreibungen und Wertminderungen	-34	-5	-40
Stand 31.12.2020	229	7	236

Die Zugänge an Nutzungsrechten aus Immobilienleasingverträgen in Höhe von 99 Mio Euro resultieren im Wesentlichen aus der Anmietung neuer Büro- und Lagerflächen.

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:

LEASINGBETRÄGE IN DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG in Mio Euro

	2020	2019
Abschreibungen und Wertminderungen	40	39
Zinsaufwendungen	4	4
Nicht bilanzierte kurzfristige Leasingverhältnisse und Leasingverhältnisse über Vermögenswerte von geringem Wert	1	1
Summe der Aufwendungen für Leasing	45	44

Die gesamten Zahlungsmittelabflüsse aus Leasingverhältnissen, in denen die ProSiebenSat.1 Group als Leasingnehmer auftritt, einschließlich nicht bilanzierter kurzfristiger oder geringwertiger Leasingverhältnisse, betragen im Geschäftsjahr 2020 44 Mio Euro (Vorjahr: 47 Mio Euro). Davon entfielen 4 Mio Euro auf Zinszahlungen (Vorjahr: 4 Mio Euro).

22 / At-Equity bewertete Anteile

Die ProSiebenSat.1 Group hält als wesentliche, mit der Equity-Methode bilanzierte Anteile eine Beteiligung in Höhe von 50,0 Prozent (Vorjahr: 50,0%) an Joyn. Hierbei handelt es sich um ein Gemeinschaftsunternehmen mit Discovery Communications Europe Ltd., London, Vereinigtes Königreich („Discovery“).

Folgende Übersicht zeigt zusammengefasste Finanzinformationen sowie eine Überleitung auf den Buchwert des Anteils des Konzerns an Joyn:

FINANZINFORMATIONEN ZU JOYN in Mio Euro

	Joyn	
	31.12.2020	31.12.2019
Langfristige Vermögenswerte	61	78
Kurzfristige Vermögenswerte	60	69
davon Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	21	27
Langfristige Schulden	15	16
davon finanzielle Verbindlichkeiten (ausschl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und Rückstellungen)	8	9
Kurzfristige Schulden	85	97
davon finanzielle Verbindlichkeiten (ausschl. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und Rückstellungen)	1	1
Nettovermögen (100%)	20	34
Anteil des Konzerns am Nettovermögen (50%)	10	17
Anteilige Eliminierung des Entkonsolidierungsgewinns aus der Veräußerung der maxdome GmbH	-10	-10
Buchwert des Anteils am Gemeinschaftsunternehmen	0	6
Umsatzerlöse	58	91
Planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	-40	-4
Periodenergebnis (100%)	-163	-110
Anteil des Konzerns am Periodenergebnis (50%)	-82	-55

In den Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 40 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro) sind Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 26 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) enthalten.

Der Mittelabfluss für Kapitalerhöhungen des Geschäftsjahres 2020 in Höhe von 75 Mio Euro (Vorjahr: 62 Mio Euro) ist in den Auszahlungen für Investitionen in at-Equity bewertete Anteile und finanzielle Vermögenswerte im Cashflow aus Investitionstätigkeit ausgewiesen.

Zu den am Abschlussstichtag bestehenden Finanzierungszusagen gegenüber Joyn → [siehe Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#). Da die Anteile an Joyn nicht börsennotiert sind, liegen keine Marktwerte vor. Im Berichtsjahr 2020 hat die ProSiebenSat.1 Group von Joyn, wie im Vorjahr, keine Dividenden vereinnahmt.

Die ProSiebenSat.1 Group hält neben Joyn weitere Anteile an assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen, die für den Konzern von untergeordneter Bedeutung sind. Der Buchwert dieser Anteile beträgt zum Abschlussstichtag 14 Mio Euro (Vorjahr: 21 Mio Euro).

23 / Forderungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte

in Mio Euro

	31.12.2020			31.12.2019		
	kurzfristig	langfristig	Summe	kurzfristig	langfristig	Summe
Vertragsvermögenswerte	29	—	29	30	—	30
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	540	19	559	500	12	511
Summe Forderungen	569	19	588	530	12	541
Derivate	12	7	19	31	63	94
Beteiligungen	—	144	144	—	145	145
Wertpapiere	—	96	96	—	88	88
Übrige finanzielle Vermögenswerte	37	5	42	37	8	45
Summe sonstige finanzielle Vermögenswerte	50	252	302	67	304	371
Summe	619	271	890	597	316	913

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 Devisentermingeschäfte, die der Absicherung gegen Währungsrisiken dienen. → [siehe Ziffer 33 „Erläuterungen 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 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Die Wertpapiere bestehen im Wesentlichen aus Venture Capital Fonds Investments in Höhe von 69 Mio Euro (Vorjahr: 61 Mio Euro). Daneben werden in dieser Position Anteile an Investmentfonds in Höhe von 28 Mio Euro (Vorjahr: 26 Mio Euro) ausgewiesen, die der Deckung der Pensionsverpflichtungen dienen, allerdings kein Planvermögen darstellen.

Die übrigen finanziellen Vermögenswerte enthalten im Wesentlichen Erstattungsforderungen gegenüber Lieferanten und Forderungen aus der Stellung von Sicherheiten.

Die folgende Tabelle gibt die Veränderungen der Wertberichtigungen auf den Bruttobestand an Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und an Vertragsvermögenswerten aus Verträgen mit Kunden wieder:

WERTBERICHTIGUNGEN in Mio Euro

	2020	davon auf einzelwertberichtigte Forderungen	2019	davon auf einzelwertberichtigte Forderungen
Stand 01.01.	44	36	45	41
Zuführung	25	24	30	26
Auflösung	-8	-8	-6	-6
Verbrauch	-17	-17	-27	-27
Änderung Konsolidierungskreis	1	0	2	2
Stand 31.12.	45	35	44	36

Näheres zur Kreditvorsorge findet sich in → [Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#).

24 / Übrige Forderungen und Vermögenswerte

in Mio Euro

	31.12.2020			31.12.2019		
	kurzfristig	langfristig	Summe	kurzfristig	langfristig	Summe
Abgrenzungsposten	24	0	24	22	0	23
Geleistete Vorauszahlungen	9	—	9	8	—	8
Sonstige	14	2	16	15	4	19
Summe übrige Forderungen und Vermögenswerte	47	2	49	46	4	50

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 Bankguthaben und die Anlagen in Termingeld zum Zeitpunkt der Ersterfassung eine Fälligkeit von bis zu drei Monaten haben.

in Mio Euro

	31.12.2020	31.12.2019
Bankguthaben	1.028	895
Termingeld	196	53
Kassenbestand und Schecks	0	2
Summe Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.224	950

Die zahlungswirksamen und zahlungsunwirksamen Veränderungen finanzieller Schulden sind in folgender Tabelle dargestellt:

ENTWICKLUNG DER VERBINDLICHKEITEN AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN in Mio Euro

	01.01.2020	Zahlungswirksame Änderungen	Zahlungsunwirksame Änderungen			31.12.2020
			Veränderungen Konsolidierungskreis	Auswirkungen von Wechselkurs- änderungen	Zugänge/Sonstige	
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	3.190	-2	—	0	-596	2.591
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	12	-33	27	1	600	608
Leasingverbindlichkeiten	171	-39	0	-5	101	228
Immobilienkredite	48	24	—	—	—	71
Summe	3.420	-50	27	-4	105	3.498

	01.01.2019	Zahlungswirksame Änderungen	Zahlungsunwirksame Änderungen			31.12.2019
			Veränderungen Konsolidierungskreis	Auswirkungen von Wechselkurs- änderungen	Zugänge/Sonstige	
Langfristige Finanzverbindlichkeiten	3.189	-7	1	0	7	3.190
Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	5	-3	9	0	—	12
Leasingverbindlichkeiten	155	-42	22	1	36	171
Immobilienkredite	22	31	—	—	-5	48
Summe	3.371	-22	32	1	37	3.420

26 / Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt zum 31. Dezember 2020 233 Mio Euro (Vorjahr: 233 Mio Euro) mit einem rechnerischen Wert je Aktie von 1,00 Euro. Zum 31. Dezember 2020 beträgt die Zahl der ausgegebenen Aktien somit 233.000.000 (Vorjahr: 233.000.000 Aktien), von denen die Gesellschaft 6.771.747 Aktien (Vorjahr: 6.859.180 Aktien) im Eigenbestand hält. → siehe [Unterabschnitt „Eigene Anteile“](#)

Die Kapitalrücklage beträgt 1.045 Mio Euro (Vorjahr: 1.045 Mio Euro). Sie umfasst im Wesentlichen von den Gesellschaftern über das gezeichnete Kapital hinaus zugeführte eigene Mittel.

Das kumulierte sonstige Ergebnis im Eigenkapital der ProSiebenSat.1 Group von minus 44 Mio Euro (Vorjahr: 55 Mio Euro) setzt sich zusammen aus der Cashflow-Hedge-Rücklage in Höhe von 0 Mio Euro nach Steuern (Vorjahr: 50 Mio Euro), der Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen in Höhe von minus 33 Mio Euro (Vorjahr: 15 Mio Euro) und den Effekten aus der Neubewertung leistungsorientierter Versorgungspläne in Höhe von minus 11 Mio Euro nach Steuern (Vorjahr: -10 Mio Euro).

Die im Laufe des Geschäftsjahres 2020 im Sonstigen Ergebnis erfassten Aufwendungen und Erträge ergeben sich im Einzelnen wie folgt:

SONSTIGES ERGEBNIS in Mio Euro

	2020			2019		
	vor Steuern	Ertragssteuern	nach Steuern	vor Steuern	Ertragssteuern	nach Steuern
Währungsumrechnung¹	-56	—	-56	12	—	12
Cashflow-Hedges	-70	20	-50	15	-4	11
Neubewertung leistungsorientierter Versorgungspläne	-1	0	-1	-4	1	-3
Summe Sonstiges Ergebnis¹	-128	20	-108	23	-3	20

¹ Von den Vor- und Nachsteuerbeträgen entfallen im Geschäftsjahr 2020 minus 8 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) auf nicht-beherrschende Anteile anderer Gesellschafter.

ANTEILE ANDERER GESELLSCHAFTER

An Tochterunternehmen sind mit Ausnahme von General Atlantic keine anderen Gesellschafter wesentlich beteiligt. General Atlantic hält einen nicht-beherrschenden Geschäfts- und Stimmrechtsanteil von 28,4 Prozent an der NuCom Group und seit dem 4. September 2020 einen nicht-beherrschenden Geschäfts- und Stimmrechtsanteil von 45,0 Prozent an der ParshipMeet Group. → [siehe Ziffer 5 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#)

Da die ProSiebenSat.1 Group jeweils einen Vorzugsgeschäftsanteil an der NuCom Group und der ParshipMeet Group hält, erfolgt die Aufteilung des Nettovermögens und des Periodenergebnisses disproportional zum jeweiligen Anteil am Kapital. Die Vorzugsgeschäftsanteile gewähren einen fixen Verzinsungsanspruch in Höhe von 8 Prozent p.a. auf den Vorzugsbetrag sowie eine Liquidationspräferenz. Sofern die Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende beschließt, wird die Verzinsung in Form einer Vorabdividende geleistet. Andernfalls erhöht der Zinsanspruch den Vorzugsbetrag. Die quotale Verteilung des Nettovermögens erfolgt entsprechend nach Abzug der Vorzugsgeschäftsanteile, die des Periodenergebnisses nach Abzug der erworbenen Vorzugszinsansprüche. Zum 31. Dezember 2020 belaufen sich die Ansprüche aus den Vorzugsgeschäftsanteilen auf 658 Mio Euro (Vorjahr: 610 Mio Euro).

Die folgende Tabelle enthält Finanzinformationen zu den betroffenen Unternehmensgruppen sowie eine Überleitung vom Nettovermögen der Unternehmensgruppen zum quotalen Anteil der General Atlantic als nicht-beherrschender Gesellschafterin. Die Darstellung basiert auf Angaben vor Intra-Group-Eliminierungen.

FINANZINFORMATIONEN ZUR NUCOM GROUP UND PARSHIPMEET GROUP in Mio Euro

31.12.2020	NuCom Group	ParshipMeet Group
Langfristige Vermögenswerte	854	956
Kurzfristige Vermögenswerte	455	153
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	222	221
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	225	110
Nettovermögen	862	778
Vorzugs Geschäftsanteil	-299	-359
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Nettovermögen (ohne General Atlantic)	-2	—
Anteil General Atlantic	28,4%	45,0%
General Atlantic zuzurechnendes Nettovermögen	159	189

2020	NuCom Group	ParshipMeet Group ¹
Umsatzerlöse	960	197
Ergebnis vor Steuern	90	-14
Periodenergebnis	88	-32
Den Gesellschaftern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Periodenergebnis	85	-14
General Atlantic zuzurechnendes Periodenergebnis	4	-19
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Periodenergebnis	0	—
Sonstiges Ergebnis	-3	-17
Gesamtergebnis	85	-49
Den Gesellschaftern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Gesamtergebnis	81	-23
General Atlantic zuzurechnendes Gesamtergebnis	4	-27
Anderen Gesellschaftern zuzurechnendes Gesamtergebnis	0	—
Verzinsung Vorzugs Geschäftsanteil	40	9
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	239	66

¹ Es werden die Ergebnisse der ParshipMeet Group ab deren Gründung im August 2020 gezeigt.

Sowohl bei der NuCom Group als auch der ParshipMeet Group verfügt General Atlantic als nicht-beherrschende Gesellschafterin über vertraglich fixierte Schutzrechte (unter anderem im Zusammenhang mit der Veräußerung wesentlicher Vermögenswerte), welche die Möglichkeit des Konzerns, Zugang zu Vermögenswerten von Tochterunternehmen zu erlangen oder diese zu verwenden, maßgeblich beschränken können.

Ein Betrag von 4 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro) am Nettovermögen der ProSiebenSat.1 Group sowie ein Betrag von 0 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) am Gesamtergebnis entfällt auf mehrere weitere nicht-beherrschende Anteile anderer Gesellschafter.

SONSTIGES EIGENKAPITAL

Zum 31. Dezember 2020 beträgt das Sonstige Eigenkapital minus 129 Mio Euro (Vorjahr: -236 Mio Euro). Die Veränderung resultiert im Wesentlichen aus dem Erwerb eines nicht-beherrschenden Anteils an der ParshipMeet Group durch General Atlantic. → [siehe Ziffer 5 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#)

Im Vorjahr hat die im Zuge der Einbringung von Stimmrechtsanteilen an der Marketplace GmbH, Berlin erfolgte Erhöhung von General Atlantics nicht-beherrschendem Anteil an der NuCom Group zu einer Erhöhung des sonstigen Eigenkapitals in Höhe von 10 Mio Euro geführt.

GEWINNVERWENDUNG

In der Hauptversammlung am 10. Juni 2020 stimmten die Aktionäre dem Vorschlag des Vorstands und Aufsichtsrats zu, den Bilanzgewinn in voller Höhe auf neue Rechnung vorzutragen und somit für das Geschäftsjahr 2019 keine Dividende auszuschütten. Diese Maßnahme sicherte dem Konzern eine zusätzliche Liquidität in Höhe von 192 Mio Euro in einem durch COVID-19-bedingten unsicheren Umfeld.

Der nach dem Aktiengesetz für Dividendenausschüttungen maßgebliche im handelsrechtlichen Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE ausgewiesene Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2020 in Höhe von 573 Mio Euro soll wie folgt verwendet werden:

GEWINNVERWENDUNGSVORSCHLAG in Euro

Bilanzgewinn ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2019	454.433.209
Jahresüberschuss der ProSiebenSat.1 Media SE im Geschäftsjahr 2020	118.613.269
Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2020	573.046.478
Ausschüttung einer Dividende von 0,49 Euro je auf den Namen lautende Stammaktie	110.851.844
Vortrag auf neue Rechnung	462.194.634

Der Gewinnverwendungsvorschlag folgt der im Jahr 2018 kommunizierten Dividendenpolitik, die eine Ausschüttung in Höhe von 50 Prozent des adjusted net income vorsieht. Die Ausschüttung ist abhängig von der Zustimmung der Hauptversammlung am 1. Juni 2021. Der endgültige Ausschüttungsbetrag wird von der Anzahl der im Zeitpunkt des Gewinnverwendungsbeschlusses dividendenberechtigten Aktien bestimmt.

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 einschließlich 30. Juni 2021 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. Der Vorstand ist ermächtigt, das gesetzliche Bezugsrecht der Aktionäre auf neue Aktien mit Zustimmung des Aufsichtsrats 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 Abs. 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.

Nach der teilweisen Ausnutzung beträgt das Genehmigte Kapital 2016 noch 73.316.080 Euro.

BEDINGTES KAPITAL

Durch den Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 ist das Grundkapital mit entsprechender Änderung der Satzung in § 4 (Höhe und Einteilung des Grundkapitals) bedingt erhöht worden. Die bedingte Erhöhung ist begrenzt auf einen Betrag von bis zu 21.879.720 Euro und hat durch Ausgabe von bis zu 21.879.720 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien zu erfolgen (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 einschließlich 29. Juni 2021 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 hat die Gesellschaft mit Beschluss vom 12. Juni 2019 gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis einschließlich 11. Juni 2024 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.

In den Geschäftsjahren 2020 und 2019 wurden keine eigenen Aktien erworben.

Das Mitarbeiteraktienprogramm „myShares“ wird regelmäßig über die Ausgabe eigener Aktien bedient. Im Geschäftsjahr 2020 wurden im Rahmen des Programms 87.433 (Vorjahr: 60.333) eigene Aktien an Mitarbeiter ausgegeben. Insgesamt verringerte sich die Anzahl der eigenen Aktien von 6.859.180 zum 31. Dezember 2019 auf 6.771.747 zum 31. Dezember 2020.

ANGABEN ZUM KAPITALMANAGEMENT

Als Instrumente zur Kapitalsteuerung stehen der ProSiebenSat.1 Group 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. Änderungen der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie Risiken aus den zugrundeliegenden Geschäftsaktivitäten trägt das Management Rechnung. 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 werden 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 Abschlussstichtag wie folgt dar:

KAPITALSTRUKTUR in Mio Euro

	31.12.2020	31.12.2019
Eigenkapital	1.687	1.288
Anteil am Gesamtkapital	23,8 %	19,5 %
Finanzverbindlichkeiten gesamt	3.192	3.195
Anteil am Gesamtkapital	45,1 %	48,3 %
Verschuldungsgrad	2,8	2,6
Gesamtkapital (Bilanzsumme)	7.081	6.618

Weitere Informationen zum Finanzmanagement der ProSiebenSat.1 Group sind im → [Konzernlagebericht Kapitel „Finanz- und Liquiditätsslage des Konzerns“](#) aufgeführt.

27 / Rückstellungen für Pensionen

Die Pensionsrückstellungen wurden für leistungsorientierte Versorgungsverpflichtungen gegenüber aktiven und ehemaligen Mitgliedern des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE sowie deren Hinterbliebenen gebildet. Die biometrischen Rechnungsgrundlagen entstammen den Heubeck-Richttafeln 2018G. Die Versorgungsverträge sehen Leistungen nach Erreichen der vertraglichen Altersgrenze, bei dauerhafter Arbeitsunfähigkeit und nach Tod des Begünstigten vor. Die Begünstigten besitzen ein vertragliches Wahlrecht zwischen einer lebenslangen Rente, mehreren Jahresraten oder einer Einmalzahlung.

Der erfolgswirksam erfasste Pensionsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand und die Aufzinsung der Pensionsverpflichtung. Die gesamte Veränderung des Anwartschaftsbarwerts ergibt sich wie folgt:

ANWARTSCHAFTSBARWERT in Mio Euro

	2020	2019
Stand 01.01.	31	28
Dienstzeitaufwand	1	1
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	1	0
Zinsaufwand	0	0
Summe der erfolgswirksam erfassten Beträge	2	2
Neubewertungen:		
Versicherungsmathematische Verluste aus Änderungen der finanziellen Annahmen	1	4
Summe der im sonstigen Ergebnis erfassten Beträge	1	4
Pensionszahlungen	-1	-2
Abgeltungen von Versorgungsanwartschaften	-1	-1
Stand 31.12.	32	31

Bei der Berechnung kamen die folgenden Parameter zur Anwendung:

BEWERTUNGSPARAMETER DER PENSIONSVERPFLICHTUNGEN

	2020	2019
Diskontierungszins	0,8 %	1,1 %
Gehaltstrend	0,0 %	0,0 %
Rententrend	1,0 %	1,0 %

Die gewichtete Duration der Pensionsverpflichtung beträgt im Durchschnitt 12,2 Jahre (Vorjahr: 12,7 Jahre) bis zum Renteneintrittsalter.

In den kommenden Jahren erwartet der Konzern die folgenden Pensionszahlungen:

ERWARTETE PENSIONSZAHLUNGEN in Mio Euro

	2021	2022	2023	2024	2025
Erwartete Pensionszahlungen	1	1	2	1	3

Zur Deckung der Pensionsverpflichtungen hält die ProSiebenSat.1 Group Anteile an Investmentfonds mit einem Wert von 28 Mio Euro zum Abschlussstichtag (Vorjahr: 26 Mio Euro). Diese Fondsanteile qualifizieren nicht als Planvermögen. Sie sind als finanzielle Vermögenswerte bilanziert und werden erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet. → siehe Ziffer 23 „Forderungen und sonstige finanzielle Vermögenswerte“

28 / Sonstige Rückstellungen

in Mio Euro

	Stand 01.01.2020	Zuführung	Verbrauch	Auflösung	Währungs- und Zinseffekte	Veränderung Konsolidierungskreis	Stand 31.12.2020
Belastende Verträge	93	2	-35	-3	-3	—	54
davon kurzfristig	52						43
Risiken des laufenden Geschäftsbetriebs	22	28	-16	-4	0	1	30
davon kurzfristig	22						30
Rückstellungen für Leistungen an Arbeitnehmer	16	24	-2	-3	0	—	34
davon kurzfristig	5						3
Übrige	63	19	-7	-8	0	2	69
davon kurzfristig	61						67
Summe	195	72	-61	-18	-3	3	188

Die Rückstellungen setzen sich zusammen aus kurzfristigen Rückstellungen in Höhe von 142 Mio Euro (Vorjahr: 140 Mio Euro) und langfristigen Rückstellungen in Höhe von 45 Mio Euro (Vorjahr: 55 Mio Euro).

Die ProSiebenSat.1 Group erwartet für den überwiegenden Teil der langfristigen Rückstellungen einen Mittelabfluss innerhalb der nächsten fünf Jahre.

Die Rückstellungen für belastende Verträge betreffen mit 51 Mio Euro (Vorjahr: 87 Mio Euro) das Programmvermögen. Sie gehen im Wesentlichen auf die strategische Neuausrichtung des Programmvermögens im Geschäftsjahr 2018 zurück.

Die Rückstellungen für Risiken aus dem laufenden Geschäftsbetrieb beziehen sich auf Vertragsbeziehungen mit Kunden und betreffen insbesondere der Höhe nach ungewisse Rückerstattungsverpflichtungen. Die Rückstellungen für Leistungen für Arbeitnehmer beinhalten vor allem geschuldete variable Vergütungen für Mitglieder des Vorstandes sowie ausgewählte weitere Führungskräfte.

→ siehe Ziffer 35 „Anteils- und leistungs-basierte Vergütung“

Die übrigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

ÜBRIGE RÜCKSTELLUNGEN in Mio Euro

	31.12.2020	31.12.2019
Rückstellungen für Steuerzinsen	32	26
Rückstellungen für Zusatzvergütungen von Bestsellerberechtigten	11	11
Rückstellungen für Umsatzsteuer	9	7
Rückstellungen für Prozesskosten	3	5
Rückstellungen für Restrukturierungen	1	4
Sonstige Rückstellungen	13	11
Summe	69	63

Effekte aus der Aufzinsung der Rückstellungen sind im Geschäftsjahr 2020 mit 0 Mio Euro (Vorjahr: 1 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 Abschlussstichtag bekannten Umständen. Zur Beurteilung der Rückstellungshöhe werden alle verfügbaren Sachverhaltsinformationen, insbesondere geltend gemachte Ansprüche und Erfahrungen mit vergleichbaren Vorgängen, berücksichtigt sowie Annahmen über Eintrittswahrscheinlichkeiten und Bandbreiten möglicher Inanspruchnahmen getroffen. Der Beurteilung, ob vom Bestehen einer gegenwärtigen Verpflichtung auszugehen ist, liegen in der Regel Expertisen interner bzw. externer Sachverständiger zugrunde. Insbesondere Rückstellungen für belastende Verträge beruhen hinsichtlich ihrer Höhe und Eintrittswahrscheinlichkeit in erheblichem Maße auf Einschätzungen des Managements. Aufgrund neuerer Informationen können sich die Einschätzungen ändern und die tatsächlichen Belastungen von der Höhe der passivierten Verpflichtungen abweichen.

29 / Finanzielle Verbindlichkeiten

in Mio Euro

	kurzfristig	langfristig	Summe 31.12.2020
Darlehen und Kredite	1	2.092	2.094
Anleihe	600	0	600
Schuldscheindarlehen	—	499	499
Summe Finanzverbindlichkeiten	601	2.591	3.192
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	618	74	692
Geschuldete Zinsen	16	—	16
Leasingverbindlichkeiten	38	189	228
Immobilienkredite	1	70	71
Derivate	2	17	19
Put-Options- und Earn-Out-Verbindlichkeiten	25	131	156
Verbindlichkeiten gegenüber Verwertungsgesellschaften	11	—	11
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	16	3	18
Summe sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	109	410	520
Summe finanzielle Verbindlichkeiten	1.328	3.076	4.404
	kurzfristig	langfristig	Summe 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
Geschuldete Zinsen	15	—	15
Leasingverbindlichkeiten	37	134	171
Immobilienkredite	1	47	48
Derivate	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

Unter den langfristigen Darlehen und Krediten wird ein endfälliges Darlehen (Term Loan) ausgewiesen, dessen Nominalvolumen sich zum 31. Dezember 2020 auf 2.100 Mio Euro (Vorjahr: 2.100 Mio Euro) beläuft. → [siehe auch Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Die am Abschlussstichtag am regulierten Markt der Luxemburger Börse notierte Anleihe mit einem Nominalvolumen von 600 Mio Euro verfügte über einen Kupon von 2,625 Prozent und hatte eine vertragliche Laufzeit bis April 2021. Die ProSiebenSat.1 Group hat im Dezember 2020 von ihrem Wahlrecht auf vorzeitige Rückzahlung Gebrauch gemacht und die Anleihe am 15. Januar 2021 zurückgezahlt. → [siehe auch Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Im Geschäftsjahr 2016 hat die ProSiebenSat.1 Media SE drei syndizierte Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio begeben. → [siehe auch Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE als Folge eines direkten oder indirekten Erwerbs von mehr als 50,0 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control“) haben die Gläubiger aller voranstehend genannten Fremdkapitalinstrumente das Recht zu kündigen und eine 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. → [Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Für die Finanzverbindlichkeiten wurden keine Pfandrechte oder ähnliche Sicherheiten gestellt.

30 / Übrige Verbindlichkeiten

in Mio Euro

	31.12.2020		31.12.2019	
	kurzfristig	langfristig	kurzfristig	langfristig
Abgrenzungsposten und erhaltene Anzahlungen	127	—	113	—
Erlebnisgutscheine	70	—	68	—
Leistungen an Mitarbeiter	68	—	77	—
Umsatzsteuer	42	—	29	—
Sonstige Steuern	18	—	16	—
Ausstehende Werbeleistungen	8	0	17	8
Sonstige	42	4	37	7
Summe	374	4	357	15

Die Abgrenzungsposten und erhaltenen Anzahlungen setzen sich im Wesentlichen aus erhaltenen Anzahlungen sowie Abgrenzungen für Vermarktungsrechte und sonstigen Abgrenzungen zusammen.

In der Position „Sonstige“ sind Vertragsverbindlichkeiten aus unentgeltlich zu erbringenden Werbeleistungen aus Rabattvereinbarungen in Höhe von 19 Mio Euro (Vorjahr: 13 Mio Euro) enthalten.

Insgesamt sind in den übrigen Verbindlichkeiten Vertragsverbindlichkeiten in Höhe von 110 Mio Euro (Vorjahr: 123 Mio Euro) enthalten. → [siehe Ziffer 6 „Umsatzerlöse“](#)

SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

31 / Eventualverbindlichkeiten

Wesentliche Rechtsstreitigkeiten, in die die ProSiebenSat.1 Media SE und von ihr 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 Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group:** Die Klägerinnen machen Auskunfts- und Schadensersatzansprüche im Zusammenhang mit der Vermarktung von Werbezeiten durch die Seven.One Media GmbH geltend. Das mit Beschluss des Landgerichts vom 13. April 2012 in Auftrag gegebene externe Gutachten liegt der ProSiebenSat.1 Group seit 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. Der Gerichtsgutachter ist zu Jahresbeginn 2020 verstorben, ohne dass das Gericht ihn befragt oder über den Antrag der Klägerinnen entschieden hätte. Es ist daher möglich, dass der Sachverhalt ein weiteres Mal begutachtet werden muss. Der Ausgang des Verfahrens ist somit weiterhin nicht prognostizierbar. Rückstellungen wurden daher nicht 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. Abgeleitet aus diesen Gemeinsamen Vergütungsregeln hat die Sendergruppe weiterhin mit dem Regie-Verband Gemeinsame Vergütungsregeln für das Genre Telenovela abgeschlossen. Für diesen Themenkomplex und weitere verwandte Ansprüche wurden zum 31. Dezember 2020 insgesamt 11 Mio Euro als Rückstellung passiviert (Vorjahr: 11 Mio Euro). Dieser Betrag beruht auf bestmöglicher Schätzung der Nachvergütungen, welche voraussichtlich auf Grundlage der bereits abgeschlossenen Gemeinsamen Vergütungsregeln, der konkreten von der Sendergruppe bereits entwickelten Modelle für weitere Gemeinsame Vergütungsregeln, welche den Verbänden zum Teil bereits vorgestellt und konkret mit diesen verhandelt wurden, sowie in Einzelfällen auf der Grundlage von Vergleichen 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 darüber hinaus möglich, dass weitere Urheber weitere berechnete Ansprüche nach §32a UrhG geltend machen, die nicht durch die bestehenden Gemeinsamen Vergütungsregeln oder Rückstellungen abgedeckt sind (zum Beispiel auch für andere Programmgenere). Eine verlässliche Einschätzung der Auswirkungen auf unsere Ergebnisentwicklung ist daher 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

Die nachfolgende Tabelle enthält die neben den in der Bilanz erfassten Verbindlichkeiten bestehenden sonstigen finanziellen Verpflichtungen:

in Mio Euro

	31.12.2020	31.12.2019
Einkaufsobligo für Programmvermögen	2.023	2.532
Distribution	158	177
Leasing- und Mietverpflichtungen	17	75
Übrige finanzielle Verpflichtungen	281	294
Summe	2.479	3.078

Die dargestellten Beträge sind undiskontiert.

Das Einkaufsobligo für Programmvermögen resultiert aus vor dem 31. Dezember 2020 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.

Die Leasing- und Mietverpflichtungen beinhalten im Wesentlichen Verpflichtungen aus bereits abgeschlossenen Leasingverträgen, bei denen die Nutzung der vertragsgegenständlichen Mietobjekte zum Abschlussstichtag noch nicht begonnen hat.

In den übrigen finanziellen Verpflichtungen sind Finanzierungszusagen seitens des Konzerns gegenüber seinem Gemeinschaftsunternehmen Joyn enthalten. → [siehe Ziffer 33 „Erläuterungen zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

33 / Erläuterungen 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. Sie beruhen im Wesentlichen auf einer syndizierten Kreditvereinbarung über ein endfälliges Darlehen (Term Loan) mit einem Nominalvolumen von 2.100 Mio Euro (Vorjahr: 2.100 Mio Euro) und einer revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro (Vorjahr: 750 Mio Euro). Aus der RCF wurden zwischen April 2020 und November 2020 Mittel in Höhe von 350 Mio Euro abgerufen. Zum 31. Dezember 2020 ist sie nicht in Anspruch genommen (Vorjahr: keine Inanspruchnahme). Die syndizierte Kreditvereinbarung wurde im April 2019 zum überwiegenden Teil um ein Jahr bis April 2024 verlängert, wobei der nicht verlängerte Anteil des Term Loans (151 Mio Euro) und der RCF (74 Mio Euro) weiterhin eine Laufzeit bis April 2023 haben. Die Verzinsung des Term Loans und der RCF erfolgt 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 mit 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 aus den gesicherten Darlehen wirtschaftlich in fixe Zinszahlungen überführt. Der Marktwert der Zinsswaps wird durch Abzinsung der erwarteten zukünftigen Zahlungsströme ermittelt. Bei den Zinsoptionen erwirbt die ProSiebenSat.1 Group als Käuferin das Recht, aber nicht die Verpflichtung, zukünftige variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen zu tauschen. Damit kommt es zu einer Überführung der zukünftigen variablen Zinszahlungen in fixe Zinszahlungen nur dann, wenn dies für die ProSiebenSat.1 Group vorteilhaft ist. Für das erworbene Tauschrecht ist eine Optionsprämie zu leisten. Die Berechnung der Marktwerte der Zinsoptionen erfolgt auf Grundlage eines marktgängigen Optionspreismodells. Da die Zinsderivate ausschließlich der Absicherung des bestehenden Zinsrisikos dienen, besteht keine Intention einer vorzeitigen Glättstellung.

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 anhand der hypothetischen Derivate-Methode, bei der die Marktwertänderungen des Sicherungsinstruments ins Verhältnis gesetzt werden zu den Marktwertänderungen eines „perfekten“, d.h. die zinsinduzierten Zahlungsströme und Wertveränderungen des Grundgeschäfts vollständig nachbildenden, 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 für Zwecke der Effektivitätsmessung potentielle Cashflow-Effekte infolge der Reform internationaler Referenzzinssätze wie dem Euribor für die Dauer der Sicherungsbeziehung auszublenden sind, 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 überschießende 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.

Zum 31. Dezember 2020 hält die ProSiebenSat.1 Group wie im Vorjahr Zinsswaps mit einem Nominalvolumen in Höhe von insgesamt 1.000 Mio Euro, die das Euribor-Zinsrisiko im Zeitraum bis 2023 absichern und als Sicherungsinstrumente in einem Cashflow-Hedge designiert wurden. Diese Zinsswaps sind analog zu den gesicherten Grundgeschäften mit einer Zinsuntergrenze ausgestattet.

Zusätzlich hält die Gruppe wie im Vorjahr Zinsoptionen über 1.000 Mio Euro, die zur Absicherung des Zinsrisikos bis 2024 dienen. Die Zinsoptionen werden bilanziell als freistehende Sicherungsgeschäfte behandelt und nicht in das Hedge Accounting einbezogen.

Die im Geschäftsjahr 2016 infolge unzureichender Hedge-Effektivität aus der Sicherungsbeziehung herausgelösten Zinsswaps sind neben den dazugehörigen, die Risiken aus dem Negativzinsumfeld begrenzenden Zinsoptionen im Februar 2020 ausgelaufen. Entsprechend wurde auch der am Vorjahresende in der Cashflow-Hedge-Rücklage noch verbleibende nicht amortisierte Teil des Bewertungseffektes aus dieser Sicherungsbeziehung im Geschäftsjahr vollständig erfolgswirksam erfasst. Der sich daraus im Geschäftsjahr 2020 ergebende Aufwand von 0 Mio Euro (Vorjahr: –1 Mio Euro) wurde im sonstigen Finanzergebnis erfasst. Gegenläufig entstand aus der erfolgswirksamen Bewertung der vormaligen Sicherungsinstrumente ein ebenfalls im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesener Ertrag in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro). Der Nettoergebniseffekt aus diesem Sachverhalt beläuft sich im Geschäftsjahr 2020 damit auf 1 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro).

Bei den im Rahmen des Zinsrisikomanagements gesteuerten Finanzverbindlichkeiten liegt der Festzinsanteil bezogen auf den Nominalbetrag der gesamten Finanzverbindlichkeiten zum 31. Dezember 2020 bei ca. 95 Prozent (Vorjahr: ca. 98%). Der durchschnittliche Festzinssatz der Zinsswaps beläuft sich zum 31. Dezember 2020 wie im Vorjahr auf 0,5 Prozent per annum. Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinsoptionen beläuft sich zum 31. Dezember 2020 auf 0,0 Prozent per annum (Vorjahr: 1,0% für Fälligkeiten im Geschäftsjahr 2020 und 0,0 Prozent für Fälligkeiten im Zeitraum von 2021 bis 2024). Für das Berichtsjahr entstand aus diesen Geschäften ein Zinsaufwand in Höhe von 5 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro).

Zum 31. Dezember 2020 beträgt der Marktwert sämtlicher von der ProSiebenSat.1 Group gehaltener Zinsswaps minus 12 Mio Euro (Vorjahr: -16 Mio Euro). Der Marktwert der Zinsoptionen beträgt 0 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro).

Das zum Geschäftsjahresende verbleibende variable Zinsrisiko stammt aus dem nicht abgesicherten Teil des Term Loans und der variablen Tranche des Schuldscheindarlehens.

Das Zinsrisiko im Sinne eines Marktwertänderungsrisikos wird als nicht relevant angesehen, da die Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group nicht zu Handelszwecken oder für anderweitige 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	31.12.2020	31.12.2019
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	variabel	1.224	950
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	variabel	-2.092	-2.090
Schuldscheindarlehen	variabel	-50	-50
Schuldscheindarlehen	fix	-449	-449
Anleihe	fix	-600	-599
Brutto-Exposure variabel		-918	-1.190
Brutto-Exposure fix		-1.049	-1.048
Zinssicherungsgeschäfte		2.000	2.100
Hedge Ratio (bezogen auf den Buchwert der variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten)		93,4%	98,1%
Netto-Exposure variabel		1.082	910
Sensitivitäten der variablen Netto-Exposure			
Jährlicher Mehraufwand aus einem Anstieg der kurzfristigen Zinsen um 100 Basispunkte (1 Prozentpunkt)		10	7
Jährlicher Minderaufwand aus einer Reduktion der kurzfristigen Zinsen um 100 Basispunkte (1 Prozentpunkt)		-12	-9

Im Falle einer Zinserhöhung um einen Prozentpunkt würde sich aus der Marktwertänderung nur der Zinssicherungsgeschäfte das Finanzergebnis um 14 Mio Euro und die Cashflow-Hedge-Rücklage um 9 Mio Euro verbessern. Bei einer Zinssenkung um einen Prozentpunkt hingegen wäre der Effekt sowohl im Finanzergebnis als auch in der Cashflow-Hedge-Rücklage vernachlässigbar gering. Ursache für diese Diskrepanz sind die Zinsuntergrenzen und das negative Zinsumfeld: Eine weitere Zinssenkung hat wegen der Zinsbegrenzung kaum eine Auswirkung auf den Marktwert der Sicherungsgeschäfte.

Die ProSiebenSat.1 Group verfügte zum Abschlussstichtag 31. Dezember 2020 über folgende Zinssicherungsinstrumente:

	Jahr der Fälligkeit			Nominalbetrag 31.12.2020 in Mio Euro	Durchschnittlich gesicherter Zins		Fair Value	
	2021 in Mio Euro	2022-2025 in Mio Euro	ab 2026 in Mio Euro		31.12.2020 in %	31.12.2019 in %	31.12.2020 in Mio Euro	31.12.2019 in Mio Euro
Zinsrisiken								
Zinsswaps	—	1.000	—	1.000	0,535	0,526	-12	-16
davon innerhalb von Cashflow-Hedges ¹	—	1.000	—	1.000	0,535	0,535	-12	-15
Zinsoptionen	—	1.000	—	1.000	0,000	0,620	0	3
davon innerhalb von Cashflow-Hedges	—	—	—	—	n. a.	n. a.	—	—

¹ Die als Sicherungsinstrumente in einem Cashflow-Hedge designierten Zinsswaps beinhalten, wie oben erläutert, eine Zinsuntergrenze. Im Vorjahr befanden sich weitere 500 Mio Euro an Zinsswaps im Bestand, die, wie oben erläutert, seit dem Geschäftsjahr 2016 für ein Hedge Accounting nicht länger qualifizierten.

WÄHRUNGSRISEN

Unter Währungsrisiken versteht die ProSiebenSat.1 Group die aus Devisenkursänderungen resultierende Gefahr von Verlusten. Dabei steht beim Währungsmanagement primär das Transaktionsrisiko im Fokus. Das Transaktionsrisiko ergibt sich aus bereits buchhalterisch erfassten Forderungen und Verbindlichkeiten sowie aus zukünftigen, vertraglich festgelegten oder geplanten Zahlungseingängen und -ausgängen in Fremdwährung. Die Zahlungen können aus betrieblicher Tätigkeit sowie aus Investitions- und Finanzierungstätigkeit resultieren. Abzugrenzen zum Transaktionsrisiko ist das Translationsrisiko.

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. Das Translationsrisiko beschreibt die Auswirkungen der Wechselkursentwicklungen auf das Ergebnis und die Bilanzpositionen bei der Konsolidierung ausländischer Tochtergesellschaften, deren funktionale Währungen von der Konzernwährung abweichen. Im Rahmen des Fremdwährungsmanagements werden die Beteiligungen an diesen Gesellschaften grundsätzlich als langfristiges Engagement betrachtet. 2020 wurde daher keine Absicherung des Translationsrisikos durchgeführt.

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 unter bestimmten Umständen 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, Devisenswaps, 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 erwirbt der Käufer der Option das Recht, einen vereinbarten Währungsbetrag an einem bestimmten Zeitpunkt zu einem zum Geschäftsabschluss festgelegten Preis zu kaufen. Als Käuferpartei muss die ProSiebenSat.1 Group für das erworbene Ausübungsrecht eine Optionsprämie zahlen. Devisenoptionen werden nur gelegentlich als Sicherungsinstrumente eingesetzt.

Im Berichtszeitraum und im Vorjahr wurden als derivative Währungsinstrumente ausschließlich Devisentermingeschäfte verwendet. Der Großteil dieser Geschäfte wurde als Sicherungsinstrument in einem Cashflow-Hedge der künftigen Lizenzzahlungen in US-Dollar designiert. Die Designation erfolgte auf Basis der Forwardkurse. Die Hedge-Effektivität wird 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 nachbildet.

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 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. 80 Prozent (Vorjahr: ca. 79 %) bezogen auf die gesamten künftigen US-Dollar-Zahlungsverpflichtungen aus bestehenden Verträgen abgesichert.

Darüber hinaus hält die ProSiebenSat.1 Group gelegentlich Währungsderivate, 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 der formalen Designierung in einer Sicherungsbeziehung und der Anwendung der Vorschriften zum Hedge Accounting ab.

Die ProSiebenSat.1 Group hat zum 31. Dezember 2020 zur Absicherung der finanziellen Verpflichtungen aus Programmrechteerwerben Devisentermingeschäfte mit einem Nominalvolumen in Höhe von 1.140 Mio US-Dollar (Vorjahr: 1.466 Mio US-Dollar) im Bestand. Die Marktwerte der Devisensicherungsgeschäfte beruhen auf dem am Markt festgestellten Devisenterminkursen zum 31. Dezember 2020. Die für das Währungsmanagement relevante US-Dollar-Devisenkassaposition belief sich zum 31. Dezember 2020 auf 327 Mio US-Dollar (Vorjahr: 387 Mio US-Dollar).

DEISENBEZOGENE GESCHÄFTE UND SALDEN

	Jahr der Fälligkeit			Nominalbetrag 31.12.2020 Mio US-Dollar	Durchschnittlich gesicherter USD / EUR-Währungskurs				Fair Value	
	2021	2022-2025	ab 2026		31.12.2020		31.12.2019		31.12.2020	31.12.2019
	Mio US-Dollar	Mio US-Dollar	Mio US-Dollar		kurzfristig	langfristig	kurzfristig	langfristig	in Mio Euro	in Mio Euro
Devisentermingeschäfte	410	705	25	1.140	1,2671	1,2601	1,2335	1,2665	11	85
davon innerhalb von Cashflow-Hedges	385	705	25	1.115	1,2701	1,2601	1,2335	1,2665	11	85
Devisenkassaposition	n. a.	n. a.	n. a.	327	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	267	348

Die Risikoposition in US-Dollar wird regelmäßig mit aktuellen Marktdaten bewertet und die bestehenden Risiken werden unter Zuhilfenahme von Sensitivitätsanalysen quantifiziert. Die nachfolgende Tabelle gibt unter Berücksichtigung der Währungssicherung die Netto-Auswirkungen einer zehnpromtigen Auf- und Abwertung des US-Dollars auf den Euro-Gegenwert der in den zukünftigen Jahren fälligen Zahlungen in US-Dollar an:

WÄHRUNGSRIKIN in Mio US-Dollar

	31.12.2020	31.12.2019
Brutto-Fremdwährungsexposure	-1.811	-2.360
Devisensicherungsgeschäfte	1.442	1.853
davon Hedge-Accounting	1.115	1.466
davon zu Handelszwecken gehalten	—	—
Devisenkassaposition	327	387
Netto-Exposure	-369	-507
Hedge Ratio	79,6%	78,5%
Stichtagskurs USD / EUR	1,2275	1,1113
Aufwertung US-Dollar um 10%	1,1048	1,0002
Abwertung US-Dollar um 10%	1,3503	1,2225
in Mio Euro		
Veränderung zukünftiger Zahlungen aufgrund einer 10%igen Aufwertung des US-Dollars	-33	-51
Veränderung zukünftiger Zahlungen aufgrund einer 10%igen Abwertung des US-Dollars	27	41

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 83 Mio Euro nach sich ziehen, der in der Cashflow-Hedge-Rücklage direkt im Eigenkapital zu erfassen wäre. Entsprechend würde eine US-Dollar-Aufwertung um 10 Prozent zu einem Cashflow-Hedge-Gewinn im Eigenkapital in Höhe von 102 Mio Euro führen.

Direkt im Währungsergebnis der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst werden hingegen die Kurseffekte aus Lizenzverbindlichkeiten und die gegenläufigen Effekte aus der Devisenkassaposition sowie die Kurseffekte aus nicht im Hedge Accounting bilanzierten und aus eingebetteten Währungsderivaten. Eine Abwertung (Aufwertung) des US-Dollars um 10 Prozent würde im Währungsergebnis zu einem Effekt in Höhe von 7 Mio Euro (–8 Mio Euro) führen.

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 2020:

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	—	12	Sonstige finanzielle Vermögenswerte/ Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	–2
Absicherung von Währungsrisiken	883	18	7	Sonstige finanzielle Vermögenswerte/ Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	–43

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	—	15	Sonstige finanzielle Vermögenswerte/ Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	–9
Absicherung von Währungsrisiken	1.166	85	—	Sonstige finanzielle Vermögenswerte/ Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	79

Die in Sicherungsbeziehungen designierten Grundgeschäfte haben zum 31. Dezember 2020 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	2	-12
Beendete Sicherungsbeziehungen	—	—
Absicherung von Währungsrisiken	43	11
Beendete Sicherungsbeziehungen	—	—

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	9	-15
Beendete Sicherungsbeziehungen	0	0
Absicherung von Währungsrisiken	-79	85
Beendete Sicherungsbeziehungen	—	—

Die vorstehenden Sicherungsbeziehungen haben im Geschäftsjahr 2020 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 erfasster Gewinn oder Verlust aus Hedging	In der GuV erfasste Ineffektivität	Posten in der GuV, in dem Ineffektivität erfasst wird	Betrag, welcher von der Cashflow-Hedge-Rücklage in die GuV bzw. die Anschaffungskosten umklassifiziert wurde	Posten in der GuV, in dem die umklassifizierten Beträge bzw. der Werteverzehr der Anschaffungskosten erfasst werden
Absicherung von Zinsrisiken	-2	—	Sonstiges Finanzergebnis	-5	Zinsergebnis bzw. Sonstiges Finanzergebnis
Absicherung von Währungsrisiken	-43	—	Sonstiges Finanzergebnis	31	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 erfasster Gewinn oder Verlust aus Hedging	In der GuV erfasste Ineffektivität	Posten in der GuV, in dem Ineffektivität erfasst wird	Betrag, welcher von der Cashflow-Hedge-Rücklage in die GuV bzw. die Anschaffungskosten umklassifiziert wurde	Posten in der GuV, in dem die umklassifizierten Beträge erfasst werden
Absicherung von Zinsrisiken	-9	—	Sonstiges Finanzergebnis	-1	Zinsergebnis bzw. Sonstiges Finanzergebnis
Absicherung von Währungsrisiken	79	—	Sonstiges Finanzergebnis	55	Umsatzkosten

Die Cashflow-Hedge-Rücklage hat sich über die Perioden wie folgt entwickelt:

CASHFLOW-HEDGE-RÜCKLAGE in Mio Euro

	Zinsrisiken	Währungsrisiken
Stand 01.01.2019	-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 31.12.2019 / 01.01.2020	-11	61
Veränderungen durch effektive Sicherungsbeziehungen	-2	-43
Umbuchungen zu Anschaffungskosten des Grundgeschäfts	—	-31
Reklassifizierungen in die Gewinn- und Verlustrechnung	5	—
Beendete Sicherungsbeziehungen wegen GuV-Wirksamkeit des Grundgeschäfts	0	—
Beendete Sicherungsbeziehungen wegen nicht mehr erwarteter Cashflows	—	—
Latente Steuern	-1	21
Stand 31.12.2020	-8	8

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 Vertragsvermögenswerten 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 Abschlussstichtag 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 Abschlussstichtag 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 2020 – ohne Berücksichtigung eines Credit Value Adjustments – insgesamt 7 Mio Euro (Vorjahr: 73 Mio Euro).

Für das Kreditausfallrisiko in Zusammenhang mit dem operativen Geschäft (Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie Vertragsvermögenswerte 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 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 Vertragsvermögenswerte, (ii) bis zu 90 Tagen überfällige Forderungen und (iii) mehr als 90 Tage überfällige Forderungen separat ermittelt. In Geschäftsbereichen, in denen aufgrund 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.

Zum Abschlussstichtag erfolgt eine Überprüfung der verwendeten Ausfallraten unter Einbeziehung aktueller Informationen und Erwartungen bezüglich künftiger Entwicklungen. Insbesondere werden bei der Überprüfung 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. Angesichts der COVID-19-Pandemie wurde bei der Überprüfung im Geschäftsjahr 2020 ein Aufschlag als erforderlich angesehen und es kam insoweit zu einem leichten Anstieg der erwarteten Kreditverluste. Dennoch blieben wie im Vorjahr die im Rahmen der Portfoliobetrachtung ermittelten erwarteten Kreditausfälle für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie für Vertragsvermögenswerte – ohne die einzeln wertgeminderten – über sämtliche Kundengruppen und Altersklassen hinweg in einem engen Korridor von 0,0 Prozent bis maximal 1,5 Prozent.

Aufgrund des allgemein geringen Ausfallrisikos bei den in die Portfoliobetrachtung einbezogenen Kunden ergeben sich 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 „Forderungen und sonstige finanzielle 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 Schuldscheindarlehen (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 2020 ist die RCF nicht in Anspruch genommen (Vorjahr: keine Inanspruchnahme), sodass zum 31. Dezember 2020 aus der RCF Mittel in Höhe 750 Mio Euro (Vorjahr: 750 Mio Euro) zum Abruf zur Verfügung stehen. Der Term Loan und die RCF haben zum weit überwiegenden Teil eine Laufzeit bis April 2024 (der verbleibende Teil bis April 2023) und die Schuldscheindarlehen bis Dezember 2023 (275 Mio Euro) bzw. Dezember 2026 (225 Mio Euro). Die Anleihe hat eine vertragliche Laufzeit bis April 2021. Die ProSiebenSat.1 Group hat jedoch im Dezember 2020 von ihrem Wahlrecht auf vorzeitige Rückzahlung Gebrauch gemacht und die Anleihe im Januar 2021 vollständig zurückgeführt. Die Rückzahlung erfolgt durch Eigenmittel und aus der syndizierten revolving Kreditfazilität.

Als weitere Maßnahme zur Stärkung der Liquidität angesichts einer möglicherweise länger anhaltenden COVID-19-Pandemie hat die Hauptversammlung am 10. Juni 2020 dem Vorschlag, auf die Ausschüttung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2019 zu verzichten, zugestimmt und damit dem Konzern zusätzliche Liquidität in Höhe von 192 Mio Euro verschafft.

Die ProSiebenSat.1 Group weist zum 31. Dezember 2020 einen Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten von 1.224 Mio Euro (Vorjahr: 950 Mio Euro) auf und verfügt somit zum 31. Dezember 2020 über insgesamt 1.974 Mio Euro (Vorjahr: 1.700 Mio Euro) an liquiden Mitteln und ungenutzter RCF.

Bei 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 2020 und dem Vorjahr pro Laufzeitband jeweils die vertraglich vereinbarten, nicht diskontierten Zahlungen (inklusive der Zinsen) gezeigt.

FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN NACH FÄLLIGKEIT in Mio Euro

	bis 1 Jahr	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	Summe vertragliche Cashflows 31.12.2020
Anleihe	612	—	—	612
Darlehen und Kredite	33	2.174	—	2.207
Schuldscheindarlehen	7	296	229	532
Verbindlichkeiten aus Immobilienfinanzierung	2	58	23	83
Verbindlichkeiten aus Leasingverträgen	42	136	67	244
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	618	74	—	692
Nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten	1.314	2.738	319	4.370
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten¹	33	148	1	183

¹ Unter die derivativen finanziellen Verbindlichkeiten fallen auch Euro-Zahlungsverpflichtungen aus Devisentermingeschäften. Da der Zahlungsverpflichtung in Euro zugleich Zahlungsansprüche in US-Dollar gegenüberstehen, weist die Tabelle jeweils nur die Nettzahlungsverpflichtung aus. Der entsprechende Bruttzahlungsbeitrag beläuft sich am 31. Dezember 2020 auf 382 Mio Euro, davon sind 102 Mio Euro innerhalb der nächsten 12 Monate fällig, 272 Mio Euro im Zeitraum zwischen 1 Jahr und 5 Jahren und 8 Mio Euro nach 5 Jahren.

	bis 1 Jahr	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 Immobilienfinanzierung	2	34	24	60
Verbindlichkeiten aus Leasingverträgen	40	107	35	182
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	667	79	—	746
Nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten	760	3.326	292	4.378
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten¹	42	147	2	191

¹ Unter die derivativen finanziellen Verbindlichkeiten fallen auch Euro-Zahlungsverpflichtungen aus Devisentermingeschäften. Da der Zahlungsverpflichtung in Euro zugleich Zahlungsansprüche in US-Dollar gegenüberstehen, weist die Tabelle jeweils nur die Nettzahlungsverpflichtung aus. Zum 31. Dezember 2019 bestanden keine finanziellen Verbindlichkeiten aus Devisentermingeschäften.

Über die in der Tabelle erfassten finanziellen Verbindlichkeiten hinaus bestehen Finanzierungszusagen seitens des Konzerns gegenüber dem Gemeinschaftsunternehmen Joyn in Höhe von insgesamt bis zu 60 Mio Euro (Vorjahr: 140 Mio Euro). Die zugesagten Mittel können bis zum 30. Juni 2022 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 definiert:

- Stufe 1: Die Marktwertermittlung erfolgt auf Basis notierter, nicht angepasster Preise auf aktiven Märkten für identische Vermögenswerte und Schulden.
- Stufe 2: Die Marktwertermittlung erfolgt auf Basis von anderen als den zur Stufe 1 gehörenden, am Markt beobachtbaren Preisnotierungen oder anhand von Bewertungsmethoden, die entweder unmittelbar oder mittelbar am Markt beobachtbare Inputfaktoren verwenden.
- Stufe 3: Die Marktwertermittlung erfolgt zu einem erheblichen Teil auf Basis von Inputfaktoren, für die keine beobachtbaren Marktdaten zur Verfügung stehen.

BUCH- UND MARKTWERTE (FAIR VALUES) VON FINANZINSTRUMENTEN PER 31. DEZEMBER 2020 UND 31. DEZEMBER 2019 in Mio Euro

In der Bilanz ausgewiesen in	31.12.2020						31.12.2019				
	Buchwert	Fair Value	Fair Value			Buchwert	Fair Value	Fair Value			
			Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3			Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Finanzielle Vermögenswerte											
Bewertet zum Fair Value											
Fondsanteile zur Absicherung von Pensionsverpflichtungen	28	28	28	—	—	26	26	26	—	—	
Sonstige Eigenkapitalinstrumente	209	209	—	—	209	206	206	—	—	206	
Sonstige Stufe-3-Instrumente sowie Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	1	1	—	1	—	9	9	—	3	6	
Hedge Derivate	18	18	—	18	—	85	85	—	85	—	
Bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten											
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ¹	1.224	1.224				950	950				
Darlehen und Forderungen ¹	630	630				586	586				
Summe	2.111	2.111	28	19	209	1.863	1.863	26	88	212	
Finanzielle Verbindlichkeiten											
Bewertet zum Fair Value											
Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs	156	156	—	—	156	166	166	—	—	166	
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	0	0	—	0	—	2	2	—	2	—	
Hedge Derivate	19	19	—	19	—	15	15	—	15	—	
Bewertet zu fortgeführten Anschaffungskosten											
Darlehen und Kredite	2.094	2.180	—	2.180	—	2.098	2.179	—	2.179	—	
Anleihen	600	601	601	—	—	599	615	615	—	—	
Schuldscheindarlehen	499	521	—	521	—	499	525	—	525	—	
Immobilienkredite	71	79	—	79	—	48	57	—	57	—	
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten ¹	737	737				789	789				
Summe	4.176	4.293	601	2.799	156	4.215	4.348	615	2.779	166	

¹ Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert (Fair Value bzw. Marktwert) dar. Eine gesonderte Ermittlung eines beizulegenden Zeitwertes erfolgt insoweit nicht. In der Fair Value Spalte ist daher der Buchwert angegeben und eine Zuordnung zu einer der Fair-Value-Hierarchiestufen entfällt.

Unter den Sonstigen Eigenkapitalinstrumenten ausgewiesen sind Minderheitenbeteiligungen an anderen Unternehmen bzw. Options- oder Bezugsrechtevereinbarungen über solche Minderheitenbeteiligungen, die die ProSiebenSat.1 Group im Rahmen ihrer „Media-for-Equity“-Strategie erwirbt. Daneben enthält die Position Venture Capital Fund Investments.

Die Bewertung dieser Instrumente erfolgt erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert. Bei der Ermittlung des Zeitwertes wird auf Barwertverfahren unter Verwendung von risikoadjustierten Diskontierungszinssätzen zurückgegriffen bzw. in Bezug auf die Wandlungsrechte und sonstige optionale Elemente auf Binomialmodelle, Monte-Carlo-Simulationen oder Szenarioanalysen. 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 sonstige 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.

In den zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Verbindlichkeiten werden Verbindlichkeiten aus Put-Options, die sich auf Anteile anderer Gesellschafter an Tochterunternehmen 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 DCF-Verfahren verwendet. Die Ermittlung diskontierter Cashflows unterliegt in erheblichem Ausmaß Planungsannahmen, die sensitiv auf Änderungen reagieren und damit die Werthaltigkeit signifikant beeinflussen können. Die COVID-19-Pandemie hat die Unsicherheit der Planungsannahmen erhöht. 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 Abschlussstichtag um 9 Mio Euro erhöhen, eine Verschlechterung um 5 Prozent würde ihn um 9 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.

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 Finanzinstrumente, die regelmäßig zum beizulegenden Zeitwert bewertet und der Stufe 3 zugeordnet werden, die Überleitung der jeweiligen beizulegenden Zeitwerte auf den Abschlussstichtag 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
Stand 01.01.2019	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
Stand 31.12.2019 / 01.01.2020	206	166	6
In der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasste Ergebnisse ¹	19	33	0
Zugänge aus Akquisitionen	17	2	—
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	-36	-43	—
Sonstige Veränderungen	6	-3	-6
Stand 31.12.2020	212	156	—

¹ Von den in der Berichtsperiode erfassten Gewinnen und Verlusten waren bei den Sonstigen Eigenkapitalinstrumenten Gewinne von 9 Mio Euro unrealisiert (im Vorjahr: Verluste von 1 Mio Euro), bei den Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs Verluste von 39 Mio Euro (im Vorjahr: Gewinne von 50 Mio Euro) und bei den Sonstigen Stufe-3-Instrumenten Verluste von 0 Mio Euro (Vorjahr: 9 Mio Euro).

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

Die in der Berichtsperiode für Sonstige Eigenkapitalinstrumente erfassten Gewinne aus gestiegenen beizulegenden Zeitwerten in Höhe von 19 Mio Euro sowie die Abgänge aus Veräußerungen in Höhe von 36 Mio Euro betreffen im Wesentlichen die vom Konzern gehaltenen Venture Capital Fond Investments. Bei den sonstigen Veränderungen handelt es sich im Wesentlichen um erfolgsneutrale Wechselkurseffekte sowie um eine Umgliederung aus den Sonstigen Stufe-3-Instrumenten infolge der Ausübung von Anteilsbezugsrechten.

Die in der Berichtsperiode für die Verbindlichkeiten aus Put-Options und Earn-Outs in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Verluste in Höhe von 34 Mio Euro ergeben sich im Wesentlichen aus der Neubewertung der Put-Option im ParhipMeet Group Segment sowie einem gegenläufigen Gewinn im Zusammenhang mit der Neubewertung der Put-Option der Studio71. Die Abgänge aus Veräußerungen / Tilgungen in Höhe von 43 Mio Euro resultieren vor allem aus dem Abgang der Put-Options-Verbindlichkeit im Zuge der Veräußerung der WindStar-Gruppe (→ siehe Ziffer 5 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“) sowie aus Auszahlungen für den nachträglichen Erwerb von Anteilen an der Left/Right Holdings, LLC, Dover, Delaware, USA und der Fabrik Entertainment, LLC, Wilmington, Delaware, USA und für die Erfüllung von Earn-Out-Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit Unternehmenserwerben aus Vorjahren.

Sowohl im Geschäftsjahr 2020 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 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 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 Angaben zur Saldierung von Finanzinstrumenten und zu Saldierungsvereinbarungen. 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 2020	19	—	19	-11	7
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2019	89	—	89	-16	73
	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 2020	19	—	19	-11	8
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2019	17	—	17	-16	1

34 / Segmentberichterstattung

Im Geschäftsjahr 2020 hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Berichtssegmente umbenannt und berichtete in den Segmenten Seven.One Entertainment Group (vormals: Entertainment), NuCom Group (vormals: Commerce) und Red Arrow Studios (vormals: Content Production & Global Sales). Neben der Umbenennung wurden in diesem Zuge die Holdingfunktionen der ProSiebenSat.1 Group aus dem vormaligen Segment Entertainment herausgelöst und in der Überleitungspalte (Holding & Sonstiges) berichtet. Die Vorjahreswerte wurden der neuen Segmentstruktur entsprechend angepasst.

Zudem wurde im Zuge des Erwerbs der The Meet Group (→ [siehe Ziffer 5 „Akquisitionen und Verkäufe mit Auswirkungen auf den Konsolidierungskreis“](#)) das bislang in der Parship Group gebündelte Matchmaking-Geschäft der ProSiebenSat.1 Group aus dem Segment NuCom Group herausgelöst und als eigenständiges Segment mit dem Namen ParshipMeet Group etabliert. Es ergeben sich somit zum Ende des Geschäftsjahres folgende vier Berichtssegmente des Konzerns:

- Das Segment Seven.One Entertainment Group fasst das Free-TV- und Online-Videogeschäft der ProSiebenSat.1 Group mit den TV-Sendern der Brand-Families 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 Seven.One Media GmbH und Seven.One 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-, DVBT- 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 zugeordnet.
- Das Segment ParshipMeet Group ist das neue Dating-Segment der ProSiebenSat.1 Group und bietet ein umfassendes Produktportfolio von Online-Matchmaking bis hin zu Social-Dating und Entertainment. Das Portfolio der ParshipMeet Group besteht aus international erfolgreichen und etablierten Marken, deren Schwerpunkte sich ideal ergänzen. Online-Matchmaking-Services wie Parship, ElitePartner oder eHarmony nutzen wissenschaftlich fundierte Verfahren, um Singles bei der Suche nach ihrem Partner und einer langfristig glücklichen Beziehung zu unterstützen. Social-Dating- und Entertainment Apps wie LOVOO, MeetMe oder Tagged ermöglichen zwanglose Kontakte und Unterhaltung. Seit dem 4. September 2020 hält General Atlantic einen nicht-beherrschenden Anteil in Höhe von 45,0 Prozent an der ParshipMeet Group.

- Das Segment NuCom Group umfasst die Bereiche Verbraucherberatung, Erlebnisse und Beauty & Lifestyle. Die Tochterunternehmen bündelt ProSiebenSat.1 in der NuCom Group, die 2018 eine langfristige Partnerschaft mit General Atlantic geschlossen hat. General Atlantic hält einen nicht-beherrschenden Anteil in Höhe von 28,4 Prozent an der NuCom Group. Zu den Marken des Segments gehören u.a. Verivox, Aroundhome, Jochen Schweizer, mydays, Amorelie und Flaconi.
- Das Segment Red Arrow Studios umfasst alle Aktivitäten im Bereich Produktion und weltweiter Vertrieb von Programminhalten, die unter dem Dach der Red Arrow Studios GmbH, Unterföhring gebündelt werden. Zu Red Arrow Studios gehört neben den globalen Film- und TV-Vertriebs-häusern Red Arrow Studios International und Gravitas Ventures eine Gruppe internationaler Fernsehproduktionsunternehmen in sieben Ländern sowie Studio71, eine Digital-Media- und Entertainment-Company, mit einem globalen Angebot von digitalen Inhalten und Web-Produktionen vor allem in den Bereichen Branded Content, Original Productions, Content Distribution, Influencer Products und Creator Management. Das umfangreiche Programmangebot von Red Arrow Studios umfasst unter anderem Unterhaltungs-, Reality- und Factual-Formate sowie TV-Serien, Fernsehfilme und digitale Inhalte.

In der Überleitungsspalte (Holding & Sonstiges) werden neben den Holdingfunktionen sonstige Effekte erfasst. Sonstige Effekte resultieren aus der Eliminierung bzw. Konsolidierung von konzerninternen Transaktionen zwischen den Segmenten. Diese Geschäftsbeziehungen erfolgen zu marktüblichen Bedingungen.

Der Vorstand als Hauptentscheidungsträger misst den Erfolg der Segmente anhand einer Segment-ergebnisgröße, die in der internen Steuerung und Berichterstattung als „adjusted EBITDA“ bezeichnet wird. Die Ertragskennzahl „adjusted EBITDA“ steht für adjusted Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization. Sie beschreibt das um bestimmte Einfluss-Faktoren (Sondereffekte) bereinigte Betriebsergebnis (Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen). Als weitere Steuerungsgröße wird der Umsatz des Segments herangezogen.

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

SEGMENTINFORMATIONEN 2020 in Mio Euro

	Seven.One Entertainment Group	ParshipMeet Group	NuCom Group	Red Arrow Studios	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Umsatzerlöse	2.374	333	823	684	4.215	-168	4.047
Außenumsatzerlöse	2.286	333	807	620	4.047	—	4.047
Innenumsatzerlöse	88	0	16	64	168	-168	—
Adjusted EBITDA	571	80	32	42	725	-19	706
Sondereffekte	30	-11	91	-3	107	-12	95
Abschreibungen und Wertminderungen ¹	102	18	56	45	221	27	248
Investitionen	1.159	4	47	40	1.250	47	1.297
davon Programminvestitionen	1.063	—	—	—	1.063	—	1.063

¹ Enthält Wertminderungen in Höhe von 8 Mio Euro. Hiervon entfallen auf die Segmente Seven.One Entertainment Group 7 Mio Euro und Red Arrow Studios 2 Mio Euro.

SEGMENTINFORMATIONEN 2019 in Mio Euro

	Seven.One Entertainment Group	ParshipMeet Group	NuCom Group	Red Arrow Studios	Summe Segmente	Überleitung (Holding & Sonstiges)	Summe Konzern
Umsatzerlöse	2.604	209	775	730	4.319	-184	4.135
Außenumsatzerlöse	2.518	209	756	652	4.135	—	4.135
Innenumsatzerlöse	87	0	19	78	184	-184	—
Adjusted EBITDA	787	44	54	48	934	-62	872
Sondereffekte	7	-9	-11	0	-13	-21	-34
Abschreibungen und Wertminderungen ¹	108	12	54	59	233	27	260
Investitionen	1.183	7	35	30	1.255	30	1.285
davon Programminvestitionen	1.072	—	—	—	1.072	—	1.072

¹ Enthält Wertminderungen in Höhe von 31 Mio Euro. Hiervon entfallen auf die Segmente Seven.One Entertainment Group 7 Mio Euro, ParshipMeet Group 1 Mio Euro und Red Arrow Studios 23 Mio Euro.

Die Abschreibungen und Wertminderungen entfallen auf das den einzelnen Segmenten zugeordnete Vermögen. Nicht enthalten sind Abschreibungen und Wertminderungen auf das Programmvermögen und Wertminderungen auf Finanzanlagen und kurzfristige finanzielle Vermögenswerte.

Die Investitionen umfassen Zugänge zu sonstigen immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen sowie zum Programmvermögen.

Von den in der Spalte „Überleitung (Holding & Sonstiges)“ dargestellten Beträgen entfallen auf die strategische Holding minus 19 Mio Euro adjusted EBITDA (Vorjahr: –62 Mio Euro), minus 12 Mio Euro Sondereffekte (Vorjahr: –21 Mio Euro), 27 Mio Euro Abschreibungen und Wertminderungen (Vorjahr: 27 Mio Euro) und 47 Mio Euro Investitionen (Vorjahr: 30 Mio Euro). Auf Eliminierungen bzw. Konsolidierungen entfallen minus 168 Mio Euro Innenumsatzerlöse (Vorjahr: –184 Mio Euro).

Nachfolgend wird das adjusted EBITDA der Segmente auf das Konzernergebnis übergeleitet:

ÜBERLEITUNG DES SEGMENTERGEBNISSES in Mio Euro

	2020	2019
Adjusted EBITDA		
Adjusted EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	725	934
Eliminierungen und sonstige Überleitungsposten	-19	-62
Adjusted EBITDA des Konzerns	706	872
Sondereffekte	95	-34
Finanzergebnis	-183	-6
Abschreibungen und Wertminderungen	-248	-260
Ertragsteuern	-118	-161
Konzernergebnis	252	412

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

DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE in Mio Euro

	2020	2019
Erträge aus Änderungen des Konsolidierungskreises	140	0
Erträge aus sonstigen Einmaleffekten	1	0
Zu bereinigende Erträge	141	1
M&A-bezogene Aufwendungen	-24	-12
Reorganisationsaufwendungen	-6	-45
Aufwendungen für Rechtsstreitigkeiten	-3	0
Anpassungen des beizulegenden Zeitwerts anteilsbasierter Vergütungen	-5	5
Aufwendungen aus sonstigen Einmaleffekten	-7	-5
Bewertungseffekte aus strategischen Neuausrichtungen von Business Units	-1	23
Zu bereinigende Aufwendungen	-46	-35
Sondereffekte	95	-34

Nachstehend sind Informationen über die geographische Verteilung von Außenumsatzerlösen und langfristigen Vermögenswerten der ProSiebenSat.1 Group zu finden. Dabei wird unterschieden nach den geographischen Regionen Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH), den Vereinigten Staaten (USA), sowie Sonstige.

ANGABEN NACH GEOGRAPHISCHER AUFTEILUNG in Mio Euro

	DACH		USA		Sonstige		Summe Konzern	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Außenumsatzerlöse	3.349	3.516	620	540	77	78	4.047	4.135
Langfristiges Vermögen	3.774	3.796	825	517	35	38	4.634	4.351

In der geographischen Region DACH entfallen auf Deutschland Außenumsatzerlöse in Höhe von 3.112 Mio Euro (Vorjahr: 3.239 Mio Euro) und langfristiges Vermögen in Höhe von 3.723 Mio Euro (Vorjahr: 3.744 Mio Euro).

Die Zuordnung der Umsätze und des langfristigen Vermögens erfolgt nach dem Land des Sitzes der Tochtergesellschaft, die die Umsatzerlöse realisiert beziehungsweise die langfristigen Vermögenswerte hält.

Das langfristige Vermögen beinhaltet die Geschäfts- oder Firmenwerte, die sonstigen immateriellen Vermögenswerte, die Sachanlagen und das langfristige Programmvermögen.

Im Geschäftsjahr 2020 wurde mit keinem Kunden mehr als 10 Prozent der Konzernumsatzerlöse erzielt. Im Vorjahr war das mit einem Kunden im Segment Seven.One Entertainment Group, bei dem es sich um einen Agenturverband handelte, dem verschiedene Mediaagenturen angeschlossen waren, der Fall.

Grundlage für die voranstehend dargestellte Segmentierung ist die am 31. Dezember 2020 gültige Konzernstruktur. Nach einer Überprüfung ihrer Konzern-Segmentstruktur hat die ProSiebenSat.1 Group zum 1. Januar 2021 die Berichterstattung folgendermaßen umgestellt: Sie wird fortan in den drei Segmenten Entertainment, Dating sowie Commerce & Ventures berichten:

- In das Segment Entertainment wird in diesem Zusammenhang das Produktions- und Vertriebsgeschäft der Red Arrow Studios sowie Studio71 integriert. Das Segment Entertainment enthält somit die Bereiche Werbung, Distribution & Sonstiges, Produktion, Globaler Vertrieb und Studio71.
- Das Segment Dating entspricht dem Segment ParshipMeet Group und bleibt in seiner Zusammensetzung im Vergleich zum Jahresende 2020 unverändert. Es enthält somit die Bereiche Parship, eHarmony und The Meet Group.
- Im neuen Segment Commerce & Ventures werden Entertainment-fernere Geschäftsmodelle wie der Investitionsarm SevenVentures, die bisher im Segment Seven.One Entertainment Group (fortan: Entertainment) gebündelt waren, berichtet. Auch die Unternehmen der NuCom Group zählen zu diesem neuen Segment. Das Segment Commerce & Ventures, enthält somit die Bereiche Verbraucherberatung, Erlebnisse, Beauty & Lifestyle sowie SevenVentures und die Geschäftstätigkeiten der Gesellschaften Markt guru und Wetter.com.

35 / Anteils- und leistungsbasierte Vergütung

PERFORMANCE SHARE PLAN

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 der ProSiebenSat.1 Group entwickelt wurde. Die 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. Für weitere Informationen verweisen wir auf den → [Konzernlagebericht Kapitel „Vergütungsbericht“](#).

Planbedingungen

Der PSP ist als mehrjährige variable Vergütung in Form virtueller Aktien 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 PSUs 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 in Bezug auf das adjusted net income wird für jede Tranche die durchschnittliche jährliche Zielerreichung über den vierjährigen Performancezeitraum herangezogen. Der Zielwert eines jeden Geschäftsjahres des Performancezeitraums wird vom Aufsichtsrat jährlich in Euro festgelegt und leitet sich aus der Budgetplanung für den Konzern ab. Dabei wird in einem ersten Schritt, sofern erforderlich, das nach dem maßgeblichen geprüften und gebilligten Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE tatsächlich erzielte Ist-adjusted net income 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. Das sich daraus ergebende adjusted net income wird dann in einem zweiten Schritt mit dem Ziel-adjusted net income für das jeweilige Geschäftsjahr verglichen.

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

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 Tranchen des PSP der ProSiebenSat.1 Group wieder:

PERFORMANCE SHARE PLAN

in PSUs	PSP 2020	PSP 2019	PSP 2018
Stand 01.01.2020	0	372.580	286.754
Zugeteilt in 2020	425.088	—	—
Verfallen in 2020	—	5.914	—
Stand 31.12.2020	425.088	366.666	286.754
Zusagezeitpunkt	1. Januar 2020	1. Januar 2019	29. Juni 2018
Erdienungszeitraum	2020 bis 2023	2019 bis 2022	2018 bis 2021

Die Bewertung der erwarteten Verpflichtungen aus den einzelnen Tranchen des PSP erfolgt zum jeweiligen beizulegenden Zeitwert. Diese werden anhand eines Optionspreismodells ermittelt.

Der auf das Geschäftsjahr 2020 entfallende Personalaufwand aus den ausgegebenen PSUs beträgt netto 4 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro). Die langfristige Rückstellung beträgt zum 31. Dezember 2020 8 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro).

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

SONSTIGE ANTEILS- UND LEISTUNGSBASIERTE VERGÜTUNGSMODELLE

Der PSP löste im Geschäftsjahr 2018 den Group Share Plan (GSP) als langfristiges Vergütungsinstrument für die Mitglieder des Vorstands sowie ausgewählte Führungskräfte der ProSiebenSat.1 Group ab. Im Geschäftsjahr 2020 erfolgte die Auszahlung der Tranche aus dem Geschäftsjahr 2016. Die letzte noch laufende Tranche des Group Share Plans aus dem Geschäftsjahr 2017 wird nach Vorliegen des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses im Geschäftsjahr 2021 ausbezahlt. Im Geschäftsjahr 2020 wurde im Rahmen der PSU-Bewertung ein Ertrag in Höhe von 0,2 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) in den Funktionskosten erfasst. Die Rückstellung für den Group Share Plan beträgt zum 31. Dezember 2020 2 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro).

Darüber hinaus unterhält der Konzern in den Segmenten ParshipMeet Group und NuCom Group weitere anteilsbasierte, langfristige Vergütungsinstrumente für Geschäftsführer und Führungskräfte von Konzernunternehmen. Diese sind hauptsächlich in Barmitteln zu erfüllen, wobei sich die jeweilige Auszahlung anhand der relevanten Unternehmenswertsteigerung während des jeweiligen Erdienungszeitraums oder bei Vorliegen eines Exit-Events (beispielsweise eines Börsengangs oder Verkaufs der Anteile) bemisst. Die beizulegenden Zeitwerte der erdienten Vergütungsansprüche werden unter Anwendung des Black-Scholes-Optionspreismodells ermittelt und beruhen auf der aktuell verabschiedeten Planung des Managements. 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 2020 in Summe erfassten Beträge belaufen sich in den sonstigen langfristigen Rückstellungen auf 17 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro). Der erfasste Personalaufwand beträgt 14 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro).

Darüber hinaus besteht im Segment Red Arrow Studios ein wesentliches leistungsorientiertes langfristiges Vergütungsinstrument für die Geschäftsführung eines Konzernunternehmens. Der hierfür erfasste Personalaufwand beträgt im Geschäftsjahr 2020 6 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro). Der zum Abschlussstichtag erfasste Betrag beläuft sich in den sonstigen langfristigen Rückstellungen auf 5 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

36 / Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Als nahestehende Personen und Unternehmen 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 Abschlussstichtag 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 einschließlich ihrer Mitgliedschaft in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien sind in den Kapiteln des Geschäftsberichts → [Mitglieder des Vorstands](#) und → [Mitglieder des Aufsichtsrats](#) aufgeführt. Das Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats wird im → [Konzernlagebericht Kapitel „Vergütungsbericht“](#) näher erläutert.

Die Vergütung der im Geschäftsjahr 2020 amtierenden Vorstandsmitglieder, einschließlich der im abgelaufenen Geschäftsjahr ausgeschiedenen Mitglieder, beträgt im Berichtsjahr 8,3 Mio Euro (Vorjahr: 10,0 Mio Euro). In diesen Vergütungen sind variable Bestandteile in Höhe von 4,9 Mio Euro (Vorjahr: 6,2 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 2020 in Summe 9,5 Mio Euro (Vorjahr: 9,1 Mio Euro). Darin enthalten sind die Abfindungen des ehemaligen Vorstandsvorsitzenden Max Conze und des ehemaligen stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden und General Counsel Conrad Albert in Höhe von insgesamt 7,0 Mio Euro. Beide ehemaligen Vorstände schieden im ersten Halbjahr 2020 vor Ablauf ihrer regulären Dienstzeit aus dem Vorstand aus.

Am Ende des Geschäftsjahres 2020 halten amtierende und im Geschäftsjahr ausgeschiedene Mitglieder des Vorstands im Rahmen des PSP insgesamt 519.569 PSUs (Vorjahr: 371.978 PSUs) sowie im Rahmen des GSP 30.019 PSUs (Vorjahr: 131.287 PSUs). → [siehe Ziffer 35 „Anteils- und leistungsorientierte Vergütung“](#). Der Gesamtaufwand für aktienbasierte Vergütung beträgt im Berichtsjahr 2,5 Mio Euro (Vorjahr: 0,7 Mio Euro).

Für Pensionszusagen gegenüber im Geschäftsjahr 2020 amtierenden und im Geschäftsjahr ausgeschiedenen Mitgliedern des Vorstands hat die ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2020 insgesamt Pensionsrückstellungen in Höhe von 4,4 Mio Euro (Vorjahr: 4,2 Mio Euro) gebildet. Die Pensionsrückstellungen für frühere Vorstandsmitglieder betragen zum 31. Dezember 2020 27,9 Mio Euro (Vorjahr: 26,6 Mio Euro).

Der zum 31. Dezember 2020 aufgelaufene Anspruch auf Versorgungsleistungen beträgt für im Geschäftsjahr 2020 amtierende Vorstandsmitglieder insgesamt 5,6 Mio Euro (Vorjahr: 4,6 Mio Euro) und für ausgeschiedene Vorstandsmitglieder insgesamt 6,7 Mio Euro (Vorjahr: 6,7 Mio Euro).

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

Die Gesamtvergütung der Aufsichtsratsmitglieder einschließlich des an sie gezahlten Sitzungsgelds betrug im Geschäftsjahr 2020 1,6 Mio Euro (Vorjahr: 1,6 Mio Euro).

Wie im Vorjahr fanden außer der Vergütung für die Beratungsleistung von Erik Huggers bei Joyn im ersten Quartal 2019, keine weiteren bedeutenden Geschäftsvorfälle zwischen der Gesellschaft und Mitgliedern des Vorstands und Aufsichtsrats statt.

GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN UND ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN

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.

UMFANG DER TRANSAKTIONEN MIT GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN UND ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN in Mio Euro

	2020 bzw. 31.12.2020			2019 bzw. 31.12.2019		
	Assoziierte Unternehmen	Gemeinschaftsunternehmen	Summe	Assoziierte Unternehmen	Gemeinschaftsunternehmen	Summe
Gewinn- und Verlustrechnung						
Umsätze aus erbrachten Lieferungen und Leistungen	104	41	145	124	44	169
Aufwendungen aus erhaltenen Lieferungen und Leistungen	27	5	32	28	2	30
Bilanz						
Forderungen	20	15	35	17	21	38
Verbindlichkeiten	5	6	11	3	12	15

37 / Honorare des Abschlussprüfers

Für Dienstleistungen des Abschlussprüfers Ernst & Young fielen folgende Honorare an:

in Mio Euro

	2020	2019
Abschlussprüfungsleistungen	3,2	3,5
Andere Bestätigungsleistungen	0,2	0,2
Steuerberatungsleistungen	0,0	0,1
Gesamthonorar Abschlussprüfer	3,4	3,8

Die Angaben beziehen sich ausschließlich auf die rechtlich selbständige Einheit des bestellten Abschlussprüfers, die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Stuttgart.

38 / Corporate Governance

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE haben im Dezember 2020 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

Die am Abschlussstichtag am regulierten Markt der Luxemburger Börse notierte Anleihe mit einem Nominalvolumen von 600 Mio Euro und einer vertraglichen Laufzeit bis April 2021 wurde von der ProSiebenSat.1 Group am 15. Januar 2021 vorzeitig zum Nominalwert zurückgezahlt.

Die ProSiebenSat.1 Group unterliegt auf Ebene bestimmter Gesellschaften in Deutschland aufgrund gewisser im Drittland erzielter Einkünfte grundsätzlich der Hinzurechnungsbesteuerung. Mit Urteil des Bundesfinanzhofes vom 11. März 2015 wurde entschieden, dass der Hinzurechnungsbetrag als Teil des Gewerbeertrags eines inländischen Unternehmens auf eine nicht im Inland gelegene Betriebsstätte entfällt und damit nicht der deutschen Gewerbesteuer unterliegt. Die Finanzverwaltung wendet dieses Urteil nun gemäß Erlass vom 4. Februar 2021 allgemein über den Einzelfall hinaus an. Hieraus könnten sich gemäß gegenwärtiger Einschätzungen Steuerminderungen inkl. Zinsen im niedrigen zweistelligen Millionen-Euro-Bereich ergeben.

40 / Aufstellung des Anteilsbesitzes der ProSiebenSat.1 Group gemäß § 313 Abs. 2 HGB

(Stand: 31. Dezember 2020)

Name Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital (%)
ProSiebenSat.1 Media SE	Unterföhring	
VERBUNDENE UNTERNEHMEN		
Deutschland		
7Love Holding GmbH ¹	Unterföhring	95,60
9Live Fernsehen GmbH	Unterföhring	100,00
Aboalarm GmbH	München	100,00
AdClear GmbH	Berlin	100,00
ADITION technologies AG	Düsseldorf	100,00
AdTech S8 GmbH	Unterföhring	100,00
Alpina Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Unterföhring KG ²	Mainz	0,00
be Around GmbH	Berlin	100,00
be Around Holding GmbH ³	Berlin	80,00
BrightCat Agentur für Neue Medien UG (haftungsbeschränkt)	Berlin	100,00
DOSB New Media GmbH	Unterföhring	67,50
esome advertising technologies GmbH	Hamburg	100,00
eSports.com GSA GmbH	Unterföhring	100,00
Fem Media GmbH	Unterföhring	100,00
Flaconi GmbH	Berlin	100,00
Glomex GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Hip Trips GmbH	München	100,00
i12 GmbH	Linden	100,00
Jochen Schweizer GmbH	München	100,00
Jochen Schweizer Leisure & Travel Holding GmbH	München	100,00
Jochen Schweizer mydays Holding GmbH ¹	München	89,90
Jochen Schweizer Technology Solutions GmbH	München	100,00
JSMD Event GmbH	München	100,00
Kairion GmbH	Frankfurt am Main	100,00
LOVOO GmbH	Dresden	100,00
Marketplace GmbH	Berlin	100,00
markt guru Deutschland GmbH	München	90,00
Masterpiece Gaming GmbH	Norderstedt	100,00
MMP Event GmbH	Köln	100,00
moebel.de Einrichten & Wohnen AG	Hamburg	50,10
mydays GmbH	München	100,00
NCG – NUCOM GROUP SE	Unterföhring	71,59
NCG Commerce GmbH	Unterföhring	100,00
P7S1 SBS Holding GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
PARSHIP ELITE Service GmbH	Hamburg	100,00
Parship Group GmbH	Hamburg	100,00
ParshipMeet Holding GmbH	Hamburg	55,00
PE Digital GmbH	Hamburg	100,00
PEG Management GmbH & Co. KG ⁵	Unterföhring	0,00
Preis24.de GmbH	Heidelberg	100,00
ProSiebenSat.1 Achte Verwaltungsgesellschaft mbH ⁴	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Digital Content GmbH	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Digital Data GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Digital GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Einundzwanzigste Verwaltungsgesellschaft mbH ⁴	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Entertainment Investment GmbH ⁴	Unterföhring	100,00

Name Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital (%)
ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH ⁴	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Fünfzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH ⁴	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 GP GmbH	Heidelberg	100,00
ProSiebenSat.1 GP II GmbH	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Services GmbH	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Tech Solutions GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
ProSiebenSat.1 Warehouse GmbH	Unterföhring	100,00
Pyjama Pictures GmbH	Berlin	55,00
Red Arrow Studios GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Red Arrow Studios International GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
RedSeven Entertainment GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Regiondo GmbH	München	100,00
SAM Sports – Starwatch Artist Management GmbH	Hamburg	100,00
Sat.1 Norddeutschland GmbH ⁴	Hannover	100,00
Seven.One AdFactory GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Seven.One Entertainment Group GmbH	Unterföhring	100,00
Seven.One Media GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Seven.One Pay TV GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Seven.One Production GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Seven.One Sports GmbH	Unterföhring	100,00
SevenOne Capital (Holding) GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
SevenPictures Film GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
SevenVentures GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
SilverTours GmbH	Köln	100,00
SMARTSTREAM.TV GmbH	München	91,00
Sonoma Digital GmbH	Berlin	100,00
Sonoma Internet GmbH	Berlin	97,82
Spontacts GmbH	München	100,00
Studio 71 GmbH	Berlin	100,00
Stylight GmbH	München	100,00
Tannhauser Media Group GmbH	Berlin	100,00
The ADEX GmbH	Berlin	100,00
THMMS Holding GmbH	Hamburg	100,00
TMG Holding Germany GmbH	Berlin	100,00
Toptarif Internet GmbH	Berlin	100,00
tv weiss-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH ⁴	Unterföhring	100,00
Verivox Finanzvergleich GmbH	Heidelberg	100,00
Verivox GmbH	Heidelberg	100,00
Verivox Holding GmbH	Unterföhring	100,00
Verivox Versicherungsvergleich GmbH	Heidelberg	100,00
Virtual Minds AG	Freiburg im Breisgau	100,00
VVX Co-Investor GmbH & Co. KG ¹	Heidelberg	92,28
VX Sales Solutions GmbH	Heidelberg	100,00
wetter.com GmbH ⁴	Konstanz	100,00
yieldlab AG	Hamburg	100,00
Armenien		
Markt guru LLC	Jerewan	100,00
Australien		
eHarmony Australia Pty Limited	Sydney	100,00
Dänemark		
Snowman Productions ApS	Kopenhagen	100,00

Name Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital (%)
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 (MI)	51,00
Mexiko		
Quepasa.com de Mexico, S.A. de C.V.	Hermosillo	100,00
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
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	Wien	100,00
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
Seven.One Entertainment Group Schweiz AG	Küsnacht (ZH)	100,00
SevenVentures (Schweiz) AG	Küsnacht (ZH)	100,00
Verivox Schweiz AG in Liquidation	Zürich	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 Yapım Anonim Şirketi	Istanbul	100,00
Ukraine		
Glomex TOV	Kiew	100,00
Vereinigtes Königreich		
ADITION UK Limited ¹	Cullompton	74,00
CPL Good Vibrations Limited	London	100,00
CPL Productions Limited	London	100,00
CPL Tiny Beast Limited	London	100,00
eHarmony UK Limited	London	100,00
Endor (DS2) Limited	London	100,00
Endor (Max) Limited	London	100,00
Endor (TDO) Limited	London	100,00
Endor (Vienna 2) Limited	London	100,00
Endor (Vienna) Limited	London	100,00
Endor Productions Limited	London	100,00
Glomex Limited	Birmingham	100,00
LHB Limited ¹	London	84,13

Name Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital (%)
P7S1 Broadcasting (UK) Limited	London	100,00
ProSiebenSat.1 Digital Content GP Limited ¹	London	91,25
ProSiebenSat.1 Digital Content LP ¹	London	90,51
Red Arrow Studios Limited	London	100,00
Spider Pictures 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 ¹	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
Collected Labs LLC	Wilmington, DE	100,00
Collective Digital Studio GP, LLC	Wilmington, DE	100,00
Crow Magnon, LLC ¹	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 ¹	Dover, DE	60,00
Driving Force TV, LLC	Wilmington, DE	100,00
eHarmony, Inc.	Wilmington, DE	100,00
Fabrik Entertainment, LLC	Wilmington, DE	100,00
Fortitude Production Services, LLC	Dover, DE	100,00
Fourteenth Hour Productions, LLC	Beverly Hills, CA	100,00
Gravitas Ventures LLC ¹	Wilmington, DE	62,50
GTG Production Services LLC	Los Angeles, CA	100,00
Half Yard Productions, LLC ¹	Wilmington, DE	91,25
HIS Inc.	Wilmington, DE	100,00
Ifwe Inc.	Wilmington, DE	100,00
Initech, LLC	Olympia, WA	100,00
Jot It Down Productions, LLC	Wilmington, DE	100,00
K OPS TV Louisiana, LLC	Baton Rouge, LA	100,00
Karga Seven Pictures, LLC	Los Angeles, CA	100,00
Keep it Down Music Publishing, LLC	Los Angeles, CA	100,00
Kenilworth Productions Inc.	Dover, DE	100,00
Kinetic Content Publishing LLC	Wilmington, DE	100,00
Kinetic Content, LLC	Wilmington, DE	100,00
Kinetic Operations LLC	Wilmington, DE	100,00
Kingdom TV Productions, LLC	Wilmington, DE	100,00
KinPro Music Publishing LLC	Wilmington, DE	100,00
Kinpro LLC	Wilmington, DE	100,00
Left/Right Holdings, LLC ¹	Dover, DE	90,00
Left/Right, LLC	Dover, DE	100,00
Move Along Music Publishing, LLC	Los Angeles, CA	100,00
Moving TV LLC	Wilmington, DE	100,00
NAR Pictures, LLC	Los Angeles, CA	100,00

Name Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital (%)
New Kinetic, LLC	Wilmington, DE	50,22
New Picture Perfect, LLC	Wilmington, DE	100,00
Next of Kin TV, LLC	Los Angeles, CA	100,00
Node Productions, LLC	Beverly Hills, CA	100,00
Overture, LLC	Los Angeles, CA	100,00
Pacific View TV, LLC	Wilmington, DE	100,00
ParshipMeet US Holding Inc.	Wilmington, DE	100,00
Pave Network, LLC	Beverly Hills, CA	100,00
PBP, LLC	Baton Rouge, LA	100,00
Prank Film, LLC	Beverly Hills, CA	100,00
Presidio Post, LLC	Los Angeles, CA	100,00
Production Connection LLC	Wilmington, DE	100,00
Ranger Media, LLC	Wilmington, DE	100,00
Red Arrow Studios International, Inc.	Wilmington, DE	100,00
Skout, LLC	Wilmington, DE	100,00
Studio 71 (Canada), Inc.	Beverly Hills, CA	100,00
Studio 71, LP	Wilmington, DE	100,00
Stylight Inc.	Lewes, DE	100,00
The Fred Channel, LLC	Beverly Hills, CA	70,00
The Meet Group, Inc.	Wilmington, DE	100,00
The Weekly, LLC	New York, NY	100,00
Third Voice Productions, Inc.	Dover, DE	100,00
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
BuzzBird Beteiligungsgesellschaft mbH	Berlin	42,92

Name Gesellschaft	Sitz	Anteil am Kapital (%)
eFashion Boulevard GmbH	Georgsmarienhütte	30,00
koakult GmbH	Berlin	33,33
Sportority Germany GmbH	München	40,00
SPREE Interactive GmbH	Nürnberg	19,55
VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Sendeunternehmen und Presseverlegern mbH	Berlin	27,66
Frankreich		
Studio 71 SAS	Boulogne-Billancourt	49,00
Kanada		
Mad Rabbit Productions, Inc.	Toronto	25,00
Schweiz		
Goldbach Audience (Switzerland) AG	Küsnacht (ZH)	24,95
Goldbach Media (Switzerland) AG	Küsnacht (ZH)	22,96
Swiss Radioworld AG	Küsnacht (ZH)	22,96
Vereinigtes Königreich		
Cove Pictures Limited	London	25,00
Vereinigte Staaten von Amerika		
Remagine Media Ventures, L.P.	Wilmington, DE	30,51
GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN		
Deutschland		
AdAudience GmbH	München	16,67
d-force GmbH	Freiburg im Breisgau	50,00
Joyn GmbH	München	50,00
Vereinigtes Königreich		
European Broadcaster Exchange (EBX) Limited	London	25,00
Nit Television Limited	London	50,01

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	67.915	—
Gibraltar					
Sportority Limited ⁶	Gibraltar	3,79	GIP	—	—
Luxemburg					
FRIDAY Insurance S.A. ⁶	Bartringen	12,35	EUR	89.611	-35.516

¹ Aufgrund von Optionsrechten im Berichtsjahr wird mit einer Anteilsquote von 100% konsolidiert.

² Beherrschender Einfluss aufgrund vertraglicher Vereinbarungen zur Lenkung der maßgeblichen Tätigkeiten.

³ Aufgrund von Optionsrechten im Berichtsjahr wird mit einer Anteilsquote von 90% 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 Werte gemäß letztem verfügbarem Jahresabschluss (nach lokalen Rechnungslegungsvorschriften), sofern veröffentlicht.

INFORMATIONEN



- 201 ERLÄUTERUNGEN ZUM BERICHT
- 202 VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER
- 203 BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS
- 210 VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS: NICHTFINANZIELLER BERICHT
- 212 GRI-INHALTSINDEX
- 217 KENNZAHLEN: MEHRJAHRÜBERSICHT KONZERN
- 218 KENNZAHLEN: MEHRJAHRÜBERSICHT SEGMENTE
- 219 KENNZAHLEN: ÜBERLEITUNG NEUE SEGMENTSTRUKTUR
- 220 FINANZKALENDER
- 221 IMPRESSUM

ERLÄUTERUNGEN ZUM CO₂-FUSSABDRUCK

VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS:
NACHHALTIGKEITSBERICHT

ERLÄUTERUNGEN ZUM BERICHT

INHALT UND FORM DES KONZERNLAGEBERICHTS

Der vorliegende Geschäftsbericht 2020 enthält den Konzernlagebericht der ProSiebenSat.1 Group. Der Vergütungsbericht sowie die Übernahmerechtlichen Angaben gemäß §315a Satz 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 2020 ist der 4. März 2021.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verwenden wir im vorliegenden Geschäftsbericht die männliche Form (generisches Maskulinum). Die entsprechenden Begriffe gelten im Sinne der Gleichberechtigung für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

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 Konzernabschluss angewendeten Rechnungslegungsgrundsätzen und in Konsistenz mit den im Konzernlagebericht 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 Konjunktdynamik 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.

[→ Risiko- und Chancenbericht](#) [→ Prognosebericht](#)

RUNDUNGEN VON ZAHLENGABEN

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich Zahlen gegebenenfalls nicht exakt zu den angegebenen Summen addieren 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 25. Februar 2021



Rainer Beaujean
Vorstandssprecher & Finanzvorstand



Wolfgang Link
Vorstand & CEO Seven.One Entertainment Group



Christine Scheffler
Vorstand & Chief Human Resources Officer

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 Konzern-Bilanz zum 31. Dezember 2020, der Konzern-Gewinn-und-Verlustrechnung, der Konzern-Gesamtergebnisrechnung, der Konzern-Eigenkapitalveränderungsrechnung und der Konzern-Kapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 sowie den Konzernanhang, einschließlich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden –, geprüft. Darüber hinaus haben wir den Konzernlagebericht der ProSiebenSat.1 Media SE vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 geprüft. Die auf der im Konzernlagebericht angegebenen Internetseite veröffentlichte Konzernerklärung zur Unternehmensführung nach § 315d HGB, die Bestandteil des Lageberichts ist, haben wir in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte 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 2020 sowie der Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 und
- 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 Konzernerklärung 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 bedeutendsten in unserer Prüfung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 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] WERTHALTIGKEITSTEST 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 – wie im Geschäftsjahr 2020 aus Anlass der COVID-19 Pandemie – 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 Diskontierungssätze ableiten.

Vor dem Hintergrund der der Bewertung zugrundeliegenden Komplexität, aufgrund der durch die gesetzlichen Vertreter zu treffenden Annahmen und Ermessensspielräume, war der Werthaltigkeitstest 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 für die nächsten fünf Jahre, die verwendete Wachstumsrate und der verwendete Diskontierungssinssatz.

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, auch unter Berücksichtigung möglicher Folgewirkungen aus der COVID-19 Pandemie. In die Analyse haben wir auch die prognostizierte Marktentwicklung vergleichbarer Unternehmen einbezogen. Bei der Würdigung der zugrunde liegenden Planungsrechnungen 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 Diskontierungssinssatz und die Wachstumsrate, auf Basis einer Analyse der allgemeinen Marktindikatoren beurteilt. Die Ableitung des risikoadjustierten Kapitalisierungssinssatzes haben wir gewürdigt, in dem wir insbesondere 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 Werthaltigkeitstest 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 der Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte im Hinblick auf die Anforderungen der Vorschriften nach IAS 1 und IAS 36 gewürdigt.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich hinsichtlich des Werthaltigkeitstests 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) „Bilanzierungsgrundsätze“, unter Kapitel (E) „Ansatz und Bewertung“ der Abschnitt zu „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 bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikator dar und unterliegen in den einzelnen Segmenten vielfältigen Geschäftsmodellen. In den Segmenten Seven.One Entertainment Group und NuCom Group besteht hierbei insbesondere für die Existenz sowie die zeitgerechte Realisierung der Umsatzerlöse ein Risiko wesentlicher falscher Darstellung. Im Segment Seven.One Entertainment Group besteht ein Risiko insbesondere in der Übertragung und Verarbeitung von Kampagnendaten aus den Vorssystemen, während im Segment NuCom Group bei der Bemessung der Umsatzerlöse, insbesondere aufgrund von Storno- oder Rückgaberechten, Schätzunsicherheiten vorliegen. Im Segment Red Arrow Studios 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 Seven.One Entertainment Group 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 NuCom Group haben wir die Annahmen des Managements für die zugrunde gelegten Storno- und Rückgabequoten auf Basis historischer Erfahrungswerte analysiert.

Im Segment Red Arrow Studios 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 Verlauf des einzelnen Projektes deckt. Hierzu haben wir auch die Entwicklung vergleichbarer Projekte herangezogen.

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) „Bilanzierungsgrundsätze“ unter dem Kapitel (E) „Ansatz und Bewertung“ im Abschnitt „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 und wertmäßigen Relevanz sowie aufgrund dem bei der Bewertung anzuwendenden Ermessens 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.

Ebenfalls haben wir die von den gesetzlichen Vertretern der ProSiebenSat.1 Media SE durchgeführte Werthaltigkeitsbeurteilung auf Ebene genrebasierter Programmgruppen überprüft. Hierzu haben wir die erwarteten Nettoeinzahlungen nachgerechnet und die zugrundeliegenden Annahmen mit den Verantwortlichen für das Programmvermögen erörtert und mit der aktuellen Ergebnis- und Marktentwicklung verglichen.

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) „Bilanzierungsgrundsätze“ unter dem Kapitel (E) „Ansatz und Bewertung“ im Abschnitt „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 (18) „Programmvermögen“ im Konzernanhang beschrieben.

SONSTIGE INFORMATIONEN

Der Aufsichtsrat ist für den Bericht des Aufsichtsrates verantwortlich. Für die Erklärung nach §161 AktG zum Deutschen Corporate Governance Kodex, die Bestandteil der Konzernklärung zur Unternehmensführung ist, sind die gesetzlichen Vertreter und der Aufsichtsrat verantwortlich. Im Übrigen sind die gesetzlichen Vertreter für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen die oben genannte Konzernklärung zur Unternehmensführung. Ferner umfassen die sonstigen Informationen weitere für den Geschäftsbericht vorgesehene Bestandteile, 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 Aufsichtsrates nach §171 Abs.2 AktG,
- die Inhalte der Abschnitte „Arbeits- und Gesundheitsschutz“, „Barrierefreie Angebote“ und „Energie, Emission, Abfall“ des Nachhaltigkeitsberichts,
- sowie die Abschnitte „Unsere Ergebnisse & Ambitionen“, „Unser Vorstand“, „Unsere Strategie“, „Mitglieder des Aufsichtsrats“, „Mitglieder des Vorstands“, „ProSiebenSat.1 Media SE Aktie“, „Erläuterungen zum Bericht“, „Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Konzern“, „Kennzahlen: Mehrjahresübersicht Segmente“, „Kennzahlen: Überleitung neue Segmentstruktur“ und „Finanzkalender“,

aber nicht den Konzernabschluss, nicht die in die inhaltliche Prüfung einbezogenen Konzernlageberichtsangaben und nicht unseren dazugehörigen Bestätigungsvermerk.

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 bedeutende 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

VERMERK ÜBER DIE PRÜFUNG DER FÜR ZWECKE DER OFFENLEGUNG ERSTELLTEN ELEKTRONISCHEN WIEDERGABEN DES KONZERNABSCHLUSSES UND DES KONZERNLAGEBERICHTS NACH § 317 ABS. 3B HGB

Prüfungsurteil

Wir haben gemäß § 317 Abs. 3b HGB eine Prüfung mit hinreichender Sicherheit durchgeführt, ob die in der beigefügten Datei ProSiebenSat.1_Media_SE_KA+KLB_ESEF-2020-12-31.zip enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts (im Folgenden auch als „ESEF-Unterlagen“ bezeichnet) den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat („ESEF-Format“) in allen wesentlichen Belangen entsprechen. In Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften erstreckt sich diese Prüfung nur auf die Überführung der Informationen des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in das ESEF-Format und daher weder auf die in diesen Wiedergaben enthaltenen noch auf andere in der oben genannten Datei enthaltene Informationen.

Nach unserer Beurteilung entsprechen die in der oben genannten beigefügten Datei enthaltenen und für Zwecke der Offenlegung erstellten Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in allen wesentlichen Belangen den Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat. Über dieses Prüfungsurteil sowie unsere im voranstehenden „Vermerk über die Prüfung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts“ enthaltenen Prüfungsurteile zum beigefügten Konzernabschluss und zum beigefügten Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2020 bis zum 31. Dezember 2020 hinaus geben wir keinerlei Prüfungsurteil zu den in diesen Wiedergaben enthaltenen Informationen sowie zu den anderen in der oben genannten Datei enthaltenen Informationen ab.

Grundlage für das Prüfungsurteil

Wir haben unsere Prüfung der in der oben genannten beigefügten Datei enthaltenen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts in Übereinstimmung mit § 317 Abs. 3b HGB unter Beachtung des Entwurfs des IDW Prüfungsstandards: Prüfung der für Zwecke der Offenlegung erstellten elektronischen Wiedergaben von Abschlüssen und Lageberichten nach § 317 Abs. 3b HGB (IDW EPS 410) durchgeführt. Unsere Verantwortung danach ist im Abschnitt „Verantwortung des Konzernabschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen“ weitergehend beschrieben. Unsere Wirtschaftsprüferpraxis hat die Anforderungen an das Qualitätssicherungssystem des IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1) angewendet.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Aufsichtsrats für die ESEF-Unterlagen

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Erstellung der ESEF-Unterlagen mit den elektronischen Wiedergaben des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 1 HGB und für die Auszeichnung des Konzernabschlusses nach Maßgabe des § 328 Abs. 1 Satz 4 Nr. 2 HGB.

Ferner sind die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig erachten, um die Erstellung der ESEF-Unterlagen zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Vorgaben des § 328 Abs. 1 HGB an das elektronische Berichtsformat sind.

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind zudem verantwortlich für die Einreichung der ESEF-Unterlagen zusammen mit dem Bestätigungsvermerk und dem beigefügten geprüften Konzernabschluss und geprüften Konzernlagebericht sowie weiteren offenzulegenden Unterlagen beim Betreiber des Bundesanzeigers.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung der Erstellung der ESEF-Unterlagen als Teil des Rechnungslegungsprozesses.

Verantwortung des Konzernabschlussprüfers für die Prüfung der ESEF-Unterlagen

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob die ESEF-Unterlagen frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – Verstößen gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB sind. 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 – Verstöße gegen die Anforderungen des § 328 Abs. 1 HGB, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil zu dienen;
- gewinnen wir ein Verständnis von den für die Prüfung der ESEF-Unterlagen relevanten internen Kontrollen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Kontrollen abzugeben;
- beurteilen wir die technische Gültigkeit der ESEF-Unterlagen, d.h. ob die die ESEF-Unterlagen enthaltende Datei die Vorgaben der Delegierten Verordnung (EU) 2019/815 in der zum Abschlussstichtag geltenden Fassung an die technische Spezifikation für diese Datei erfüllt;
- beurteilen wir, ob die ESEF-Unterlagen eine inhaltsgleiche XHTML-Wiedergabe des geprüften Konzernabschlusses und des geprüften Konzernlageberichts ermöglichen;

- beurteilen wir, ob die Auszeichnung der ESEF-Unterlagen mit Inline XBRL-Technologie (iXBRL) eine angemessene und vollständige maschinenlesbare XBRL-Kopie der XHTML-Wiedergabe ermöglicht.

ÜBRIGE ANGABEN GEMÄSS ARTIKEL 10 EU-APRVO

Wir wurden von der Hauptversammlung am 10. Juni 2020 als Abschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 20. Februar 2020 vorbehaltlich der Wahl auf der Hauptversammlung 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 und Compliance Assessment.

VERANTWORTLICHER WIRTSCHAFTSPRÜFER

Die für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüferin ist Nathalie Mielke.

München, den 25. Februar 2021

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Prof. Dr. Hayn
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, bestehend aus den im Kapitel „Nachhaltigkeit“ des Geschäftsberichts 2020 gesondert durch eine graue Linie am linken bzw. rechten Seitenrand des Textes gekennzeichneten Angaben sowie dem durch Verweisung als Bestandteil qualifizierten Abschnitt „Organisation und Konzernstruktur“ des Konzernlageberichts, für den Zeitraum vom 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 (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.

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

- Gewinnung eines Verständnisses hinsichtlich der Auswahl der Themen für den zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht, der Risikoeinschätzung und der Konzepte der ProSiebenSat.1 Media SE und des Konzerns für die als wesentlich identifizierten Themen,
- Identifizierung und Beurteilung der Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im zusammengefassten nichtfinanziellen Bericht, Planung und Durchführung von Prüfungshandlungen als

Reaktion auf diese Risiken sowie Erlangung von Prüfungsnachweisen, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unser Prüfungsurteil 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,

- Gewinnung eines Verständnisses von dem für die Prüfung des zusammengefassten nichtfinanziellen Berichts relevanten internen Kontrollsystem, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme abzugeben,
- Einholung ausreichender, geeigneter Prüfungsnachweise für die Nachhaltigkeitsinformationen der Gesellschaften innerhalb des Konzerns, um unser Prüfungsurteil abzugeben,
- Beurteilung der Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Methoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben und
- Beurteilung der Darstellung der Angaben 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 für den Zeitraum vom 1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020 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 25. Februar 2021

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Nicole Richter
Wirtschaftsprüferin

Annette Johne
Wirtschaftsprüferin

GRI-INHALTSINDEX

Der im Rahmen des Geschäftsberichts 2020 veröffentlichte Nachhaltigkeitsbericht der ProSiebenSat.1 Group wurde in Übereinstimmung mit den Standards der Global Reporting Initiative (GRI): Option „Kern“ erstellt. Die verwendeten Standards beziehen sich auf die von der GRI im Jahr 2016 veröffentlichten Version. Die Verweise auf den Geschäftsbericht beziehen sich immer auf den Anfang des jeweiligen Kapitels, in

dem Informationen zu den entsprechenden Standardangaben zu finden sind. Gleichzeitig bietet der vorliegende GRI-Inhaltsindex Informationen, wie die ProSiebenSat.1 Group zu den UN Sustainable Development Goals (SDGs) beiträgt. SDGs, die wir im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsmanagements als besonders relevant erachten, sind gefettet.

ALLGEMEINE ANGABEN

Allgemeine Angaben		Link/Verweis	Erläuterungen	SDG
ORGANISATIONSPROFIL				
GRI 102-1	Name der Organisation	→ Berichtsstandard und wesentliche Themen		
GRI 102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	→ Organisation und Konzernstruktur		
GRI 102-3	Hauptsitz der Organisation	→ Berichtsstandard und wesentliche Themen		
GRI 102-4	Betriebsstätten	→ Berichtsstandard und wesentliche Themen → Organisation und Konzernstruktur		
GRI 102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform	→ Berichtsstandard und wesentliche Themen → ProSiebenSat.1 Media SE Aktie → Organisation und Konzernstruktur		
GRI 102-6	Belieferte Märkte	→ Berichtsstandard und wesentliche Themen → Organisation und Konzernstruktur	Die ProSiebenSat.1 Group veröffentlicht über die Verteilung nach Segmenten und Regionen hinaus keine weitergehenden Informationen zu Umsätzen nach Märkten.	
GRI 102-7	Größe der Organisation	→ Organisation und Konzernstruktur → Wirtschaftsbericht: Das Finanzjahr 2020		
GRI 102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	→ Mitarbeiter → Diversität	Die ProSiebenSat.1 Group setzt Arbeitnehmer oder weisungsgebundenes Personal von Vertragspartnern lediglich in einem zum Vergleich zur Gesamtbelegschaft unwesentlichen Umfang ein.	8, 9
GRI 102-9	Lieferkette	→ Organisation und Konzernstruktur → Wirtschaftsbericht: Das Finanzjahr 2020		
GRI 102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	→ Organisation und Konzernstruktur → Wesentliche Ereignisse und Änderungen im Konsolidierungskreis		
GRI 102-11	Vorsorgeprinzip/-ansatz	→ Umwelt		
GRI 102-12	Externe Initiativen	→ Nachhaltigkeitsstrategie → Talent Acquisition → Diversity Management		
GRI 102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen		Ausgewählte Mitgliedschaften: AGF Videoforschung, Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (agma), Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF), BITKOM, Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW), Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK), European Group of Television Advertising (egta), Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Dienstanbieter (FSM), Initiative D21, Initiative for a Competitive Online Marketplace (ICOMP), Verband österreichischer Privatsender (VÖP), Verband Privater Medien (VAUNET)	

STRATEGIE			
GRI 102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	→ Unser Vorstand	
ETHIK UND INTEGRITÄT			
GRI 102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen	→ Nachhaltigkeitsstrategie → Mitarbeiter → Gesellschaft → Diversität → Umwelt → Governance & Compliance → Erklärung zur Unternehmensführung	16
UNTERNEHMENSFÜHRUNG			
GRI 102-18	Führungsstruktur	→ Organisation und Management → Erklärung zur Unternehmensführung → Organisation und Konzernstruktur	
EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN			
GRI 102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	→ Nachhaltigkeitsstrategie	
GRI 102-41	Tarifverträge		Wir arbeiten bei allen Entscheidungen, die unsere Mitarbeiter betreffen, eng mit der gesetzlichen Vertretung der Arbeitnehmer zusammen. Seit 2015 gibt es bei ProSiebenSat.1 zudem das sogenannte European Employee Board (EEB). Der entsprechende Indikator wird aktuell noch nicht berichtet.
GRI 102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	→ Berichtsstandard und wesentliche Themen	8
GRI 102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	→ Berichtsstandard und wesentliche Themen	
GRI 102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen	→ Berichtsstandard und wesentliche Themen → Mitarbeiter	
VORGEHENSWEISE BEI DER BERICHTERSTATTUNG			
GRI 102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten	→ Berichtsstandard und wesentliche Themen → Anteilsbesitzliste	
GRI 102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen	→ Berichtsstandard und wesentliche Themen	
GRI 102-47	Liste der wesentlichen Themen	→ Berichtsstandard und wesentliche Themen	
GRI 102-48	Neudarstellung von Informationen		Es sind keine wesentlichen Neudarstellungen im Vergleich zum Vorjahr erforderlich.
GRI 102-49	Änderungen bei der Berichterstattung		Es sind keine wesentlichen Änderungen im Vergleich zum Vorjahr eingetreten.
GRI 102-50	Berichtszeitraum		1. Januar 2020 bis 31. Dezember 2020
GRI 102-51	Datum des letzten Berichts		25. Juni 2020
GRI 102-52	Berichtszyklus		Jährlich
GRI 102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht	→ Impressum	
GRI 102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards	→ Berichtsstandard und wesentliche Themen → GRI-Inhaltsindex	
GRI 102-55	GRI-Inhaltsindex	→ GRI-Inhaltsindex	
GRI 102-56	Externe Prüfung	→ Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers: Nachhaltigkeitsbericht	Der Nachhaltigkeitsbericht wurde durch die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft einer unabhängigen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit (Limited Assurance) unterzogen. Basis derartiger Prüfungen ist der einschlägige Standard ISAE 3000 revised.

Themenspezifische Angaben		Link/Verweis	Erläuterungen	SDG
Ökonomie				
WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG				
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Erklärung zur Unternehmensführung → Wirtschaftsbericht: Das Finanzjahr 2020 → Risiko- und Chancenbericht		
GRI 201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	→ Kennzahlenübersicht → Ertragslage des Konzerns → Finanz- und Liquiditätslage des Konzerns → Anhang, Ziffer 16 Sonstige Angaben		8, 9
KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG				
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Governance & Compliance → Anti-Korruption und Kartellrecht		
GRI 205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	→ Anti-Korruption und Kartellrecht		16
WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN				
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Governance & Compliance → Anti-Korruption und Kartellrecht		
GRI 206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	→ Anti-Korruption und Kartellrecht		16
Ökologie				
ENERGIE				
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Umwelt		
GRI 302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	→ Energie		7, 8, 12, 13
GRI 302-2	Energieverbrauch außerhalb der Organisation	→ Energie		7, 8, 12, 13
GRI 302-3	Intensität des Energieverbrauchs	→ Energie		7, 8, 12, 13
EMISSIONEN				
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Umwelt		
GRI 305-1	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	→ Emissionen		3, 12, 13, 14, 15
GRI 305-2	Indirekte energiebedingte Treibhausgasemissionen (Scope 2)	→ Emissionen		3, 12, 13, 14, 15
GRI 305-3	Sonstige indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)	→ Emissionen	Ausführliche Informationen zur Bilanzierung der Treibhausgasemissionen sind in den → „Erläuterungen zum CO₂-Fußabdruck“ zu finden.	3, 12, 13, 14, 15
GRI 305-4	Intensität der Treibhausgasemissionen	→ Emissionen		13, 14, 15
ABFALL				
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Umwelt		
GRI 306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	→ Abfall		3, 6, 12, 15
Soziales				
BESCHÄFTIGUNG				
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Mitarbeiter → Mitarbeiterbindung und Personalentwicklung		
GRI 401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	→ Mitarbeiterbindung und Personalentwicklung → Übersicht Mitarbeiterkennzahlen		5, 8, 10

ARBEITNEHMER-ARBEITGEBER-VERHÄLTNIS			
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Mitarbeiter	
GRI 402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen		Die Frist zur Mitteilung von betrieblichen Veränderungen beträgt üblicherweise einen Monat. Im Wesentlichen sind alle Unternehmen am Standort Unterföhring, der Sender PULS 4 in Wien, die ATV Privat TV GmbH & Co. KG in Wien, die Verkaufsbüros der Seven.One Media und der Seven.One AdFactory, der Standort Freiburg der SilverTours GmbH sowie Sat.1 Norddeutschland durch eine Arbeitnehmervertretung vertreten. Im Übrigen vertritt das European Employee Board (EEB) die Mitarbeiter der Gruppe auf europäischer Ebene. Zudem gibt es für den Gemeinschaftsbetrieb Unterföhring auch eine Schwerbehindertenvertretung.
			8
ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ			
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Arbeits- und Gesundheitsschutz	
GRI 403-3	Arbeitnehmer mit hoher Häufigkeit oder hohem Risiko für berufsbedingte Krankheiten	→ Arbeits- und Gesundheitsschutz	8
AUS- UND WEITERBILDUNG			
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Mitarbeiter → Mitarbeiterbindung und Personalentwicklung	
GRI 404-1	Durchschnittliche Stundenzahl der Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	→ Übersicht Mitarbeiterkennzahlen	4, 5, 8, 10
DIVERSITÄT UND CHANCENGLEICHHEIT			
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Mitarbeiter → Diversity Management	
GRI 405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	→ Übersicht Diversitätskennzahlen	5, 8, 10
DISKRIMINIERUNGSFREIHEIT			
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Anti-Diskriminierung	
GRI 406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	→ Anti-Diskriminierung	5, 8, 10
POLITISCHE EINFLUSSNAHME			
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Verantwortung übernehmen → Gesellschaftliche Verantwortung → Medienregulierung	
GRI 415-1	Politische Einflussnahme		Als Medienunternehmen ist politische Unabhängigkeit für uns von größter Bedeutung. Parteispenden und Sponsorings zugunsten politischer Parteien sind daher unzulässig; über Ausnahmen entscheidet der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Das gleiche gilt für politische Veranstaltungen auf dem Betriebsgelände und alle anderen Formen der Unterstützung politischer Parteien oder parteinaher Stiftungen sowie für die Unterstützung von Parteifunktionären oder Amtsbewerbern. Im Jahr 2020 hat die ProSiebenSat.1 Group wie im Vorjahr keine Geld- oder Sachspenden an politische Parteien getätigt.
			16

KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT			
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Produktverantwortung → Medienregulierung	
GRI 416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	→ Medienregulierung	16
MARKETING UND KENNZEICHNUNG			
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Produktverantwortung	
GRI 417-2	Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung		Im Jahr 2020 wurde ein Verstoß (Vorjahr: fünf) gegen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf die Informationen über die Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen ermittelt. 16
GRI 417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation		Im Jahr 2020 wurden zwölf Fälle (Vorjahr: 21) von Lauterkeits-, AGB- und Werbeverstößen bei der Bewerbung eigener Produkte ermittelt. 16
SCHUTZ DER KUNDENDATEN			
GRI 103-1/2/3	Angaben zum Managementansatz	→ Produktverantwortung → Datenschutz	
GRI 418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten	→ Datenschutz	Der Vorjahreswert zu den begründeten Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden enthielt aus methodischen Gründen noch keine Fälle im Zusammenhang mit Unterlassungserklärungen. 16

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT KONZERN

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT KONZERN

in Mio Euro

	2020	2019	2018	2017	2016
Umsatzerlöse	4.047	4.135	4.009	4.078	3.799
Adjusted EBITDA ¹	706	872	1.013	1.050	1.018
Adjusted EBITDA-Marge (in %)	17,4	21,1	25,3	25,8	26,8
EBITDA	801	838	570	1.084	982
Betriebsergebnis (EBIT)	553	578	348	820	777
Ergebnis vor Steuern	370	572	344	646	658
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis	267	413	248	471	402
Adjusted net income ²	221	387	541	550	536 ⁵
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (in Euro)	0,98	1,71	2,36	2,40	2,47 ⁵
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	1.063	1.072	1.070	1.048	992
Free Cashflow vor M&A	235	339	244	468	485
Free Cashflow	120	207	-78	728	-4
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.391	-1.396	-1.536	-894	-1.623

	31.12.2020	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2017	31.12.2016
Programmvermögen	1.213	1.204	1.113	1.198	1.312
Eigenkapital	1.687	1.288	1.070	1.252	1.432
Eigenkapitalquote (in %)	23,8	19,5	16,5	19,1	21,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.224	950	1.031	1.552	1.271
Finanzverbindlichkeiten	3.192	3.195	3.194	3.185	3.185
Verschuldungsgrad ³	2,8	2,6	2,1	1,6 ⁶	1,9
Netto-Finanzverbindlichkeiten	1.968	2.245	2.163	1.632 ⁶	1.913
Mitarbeiter ⁴	7.307	7.253	6.583	6.483	6.565

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, Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften sowie sonstige wesentliche Einmaleffekte. 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 von den zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften.

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT SEGMENTE

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT SEGMENTE

in Mio Euro

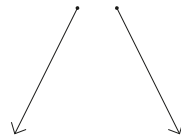
	2020	2019	2018
Seven.One Entertainment Group			
Außenumsatzerlöse	2.286	2.518	2.626
Adjusted EBITDA ¹	571	787	971
Adjusted EBITDA-Marge (in %) ²	24,0	30,2	35,4
ParshipMeet Group			
Außenumsatzerlöse	333	209	143
Adjusted EBITDA ¹	80	44	40
Adjusted EBITDA-Marge (in %) ²	23,9	21,0	28,0
NuCom Group			
Außenumsätze	807	756	688
Adjusted EBITDA ¹	32	54	62
Adjusted EBITDA-Marge (in %) ²	3,9	7,0	8,8
Red Arrow Studios			
Außenumsatzerlöse	620	652	552
Adjusted EBITDA ¹	42	48	31
Adjusted EBITDA-Marge (in %) ²	6,2	6,6	5,1
Überleitung (Holding & Sonstiges)			
Adjusted EBITDA ¹	-19	-62	-91

¹ Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.² Auf Basis der Umsatzerlöse des Segments; siehe Anhang, Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“.

KENNZAHLEN: ÜBERLEITUNG NEUE SEGMENTSTRUKTUR

GESAMTJAHRESZAHLEN 2020 – BISHERIGE STRUKTUR in Mio Euro

	Red Arrow Studios	Seven.One Entertainment Group	NuCom Group	ParshipMeet Group	Holding/Sonstiges
Außenumsätze	620	2.286	807	333	
Adjusted EBITDA	42	571	32	80	-19
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	6	24	4	24	



ÜBERLEITUNG in Mio Euro

	Red Arrow Studios	Entertainment-nähe Geschäfte	Entertainment-fernere Geschäfte	NuCom Group	ParshipMeet Group	Holding/Sonstiges
Außenumsätze	620	2.148	138	807	333	
Adjusted EBITDA	42	519	52	32	80	-19
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	6	23	36	4	24	



GESAMTJAHRESZAHLEN 2020 – NEUE STRUKTUR² in Mio Euro

	Entertainment	Commerce & Ventures	Dating	Holding/Sonstiges
Außenumsätze	2.768	945	333	
Adjusted EBITDA	561	84	80	-19
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	19	9	24	

¹ In % vom Umsatz des Segments.

² Gültig ab 1. Januar 2021.

FINANZKALENDER

PRÄSENTATIONEN & EVENTS 2021



Datum	Event
04.03.2021	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2020 Pressekonferenz/Analysten-Telefonkonferenz anlässlich der Zahlen 2020
12.05.2021	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 1. Quartal 2021
01.06.2021	Ordentliche Hauptversammlung 2021
05.08.2021	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2021
04.11.2021	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 3. Quartal 2021

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

Unser Vorstand: Alle Fotos © ProSiebenSat.1 Media SE // **Unsere Strategie:** Duell um die Welt © ProSieben/Jens Hartmann // **Fokusschärfen:** The Masked Singer © ProSieben/Willi Weber // Henrik Pabst © Seven.One Entertainment Group/Florian Bachmeier // Nicole Agudo Berbel © Seven.One Entertainment Group/Florian Bachmeier // Thomas Wagner © Seven.One Entertainment Group/Florian Bachmeier // Andreas Kösling © Seven.One Entertainment Group/Florian Bachmeier // The Voice of Germany © ProSiebenSat.1/Richard Hübner // Galileo © ProSiebenSat.1 // Das ist Ja Claaßen © Bibi & Julian Claaßen // Friedrich Thoma © ProSiebenSat.1 TV Deutschland/ Martin Saumweber // Wien-Wahl auf Puls 24 © Chris Glanzl/ PULS 24 // **Wert schaffen:** Parship TV © Parship // Tim Schiffers © ProSiebenSat.1 // Henning Rönneberg © Christoph Mannhardt // Marc Schachtel © Christoph Mannhardt // Geoff Cook © privat // Screens TV und PC © Parship // Frau mit Hund © Tobias Schult // CrossDevice Bride © Seven.One Entertainment Group // Florian Hirschberger © Kubinska & Hofmann // Claas von Delden © ProSiebenSat.1/Myrzik und Jarisch // Florian Tappeiner © ProSiebenSat.1/Myrzik und Jarisch // **Verantwortung übernehmen:** The Taste © SAT.1/Jens Hartmann // Thilo Mischke © ProSieben/Wolf Lux // Deutsch.Rechts.Radikal. © ProSieben // Daniel Rosemann © ProSiebenSat.1/ Myrzik und Jarisch // Heidi Brückl © privat // Henning Kruse © privat // Tobias Gramann © privat // Slider The Taste © SAT.1/Jens Hartmann / A Short Story of Moria © ProSieben / Gemeinsam das Gute sehen © ProSiebenSat.1 Produktion im Auftrag der Seven.One Entertainment Group // **Chronik:** The Voice of Germany © ProSiebenSAT.1/Richard Hübner // Love is Blind: © Netflix/Kinetic Content // Vorstand ProSiebenSat.1 Media SE © ProSiebenSat.1 Media SE // ProSiebenSat.1 Hauptversammlung 2020 © ProSiebenSat.1 Media SE / Kathrin Baumann // Deutscher Fernsehpreis © Deutscher Fernsehpreis // The Weekly © The New York Times/FX/Annie Flanagan // Seven.One Entertainment Group © Seven.One Entertainment Group // Nachrichten © ProSieben/Claudius Pflug

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. Dieser Bericht liegt ebenfalls in einer englischen Übersetzung vor; bei Abweichungen geht die deutsche maßgebliche Fassung des Berichts der englischen Übersetzung vor.