



# ProSiebenSat.1 Media AG

Jahresabschluss und Lagebericht 2010



## Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2010

<b>Geschäft und Rahmenbedingungen</b>	Seite 4
<b>Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage und zur Geschäftsentwicklung – Beurteilung aus Sicht der Unternehmensleitung</b>	Seite 4
<b>Das Unternehmen ProSiebenSat.1</b>	Seite 4
<b>Organisation und Konzernstruktur</b>	Seite 5
<b>Konzerninternes Steuerungssystem</b>	Seite 6
<b>Vergütungsbericht</b>	Seite 11
<b>Rechtliche Rahmenbedingungen</b>	Seite 17
<b>Konjunkturelle und branchenspezifische Rahmenbedingungen</b>	Seite 18
<b>Geschäftsverlauf im Jahr 2010</b>	Seite 19
<b>Wesentliche Ereignisse und Merkmale des Geschäfts</b>	Seite 19
<b>Erläuterungen zur Berichtsweise</b>	Seite 20
<b>Umsatz- und Ergebnisentwicklung</b>	Seite 20
<b>Finanz- und Vermögenslage</b>	Seite 21
<b>Mitarbeiter</b>	Seite 28
<b>Die ProSiebenSat.1 Aktie</b>	Seite 30
<b>Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren</b>	Seite 33
<b>Marktforschung</b>	Seite 36
<b>Nachtragsbericht</b>	Seite 37
<b>Risikobericht</b>	Seite 37
<b>Gesamtaussage zur Risikosituation des Konzerns – Beurteilung aus Sicht der Unternehmensleitung</b>	Seite 37
<b>Risikomanagement</b>	Seite 38
<b>Risikolage: Entwicklung der Einzelrisiken</b>	Seite 40



---

## **Prognosebericht**

Seite 50

**Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns –**

**Beurteilung aus Sicht der Unternehmensleitung**

Seite 50

**Chancenbericht**

Seite 51

**Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen**

Seite 53

**Unternehmensausblick**

Seite 55

## **Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG**

**Bilanz der ProSiebenSat.1 Media AG**

**Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Media AG**

**Anhang der ProSiebenSat.1 Media AG**

**Erklärung des Vorstands**

**Bestätigungsvermerk**

**Finanzkalender und Impressum**



## Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2010

### Geschäft und Rahmenbedingungen

#### Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage und zur Geschäftsentwicklung – Beurteilung aus Sicht der Unternehmensleitung

Der Jahresüberschuss der ProSiebenSat.1 Media AG erhöhte sich im Geschäftsjahr 2010 deutlich. Die Ergebnisverbesserung ist vor allem auf ein signifikant verbessertes Finanzergebnis zurückzuführen. Das Finanzergebnis der ProSiebenSat.1 Media AG ist wesentlich geprägt von Beherrschungs- und Ergebnisabführungsverträgen mit Tochterunternehmen. Zum positiven Ergebnis der ProSiebenSat.1 Media AG des Geschäftsjahres 2010 trugen vor allem auch Wertaufholungen auf Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group bei.

#### Das Unternehmen ProSiebenSat.1

Im Jahr 2000 wurde die ProSiebenSat.1 Media AG als größtes Fernsehunternehmen in Deutschland gegründet. Heute ist der Konzern ein international agierendes Medienunternehmen und nimmt eine führende Position in Europa ein.

Die ProSiebenSat.1-Senderfamilie ist mit den Marken SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx die Nummer eins im deutschen TV-Werbemarkt. Starke Marktpositionen im Free-TV hat die Gruppe auch in den Niederlanden mit Veronica, Net 5 und SBS 6, in Ungarn mit TV2 oder in Schweden mit Kanal 5 und Kanal 9. Insgesamt erreicht die ProSiebenSat.1 Group mit ihren TV-Programmen über 78 Mio TV-Haushalte und ist damit Europas zweitgrößte Sendergruppe. Neben dem Kerngeschäft werbefinanziertes Fernsehen (Free-TV) zählt der Konzern zu seinem Portfolio zahlreiche Internetmarken, Beteiligungen an Radio-, Print- und New Media-Unternehmen sowie Aktivitäten in den Bereichen Music, Live- und Artist-Management.

Hauptsitz und größter Standort des Unternehmens ist München/Unterföhring in Deutschland. Dort erzielt die Gruppe rund 65 Prozent ihres Umsatzes (Vorjahr: 65,1%). Europaweit beschäftigt die ProSiebenSat.1 Group rund 5.000 Mitarbeiter.

#### Geschäftstätigkeit und Märkte

Die ProSiebenSat.1 Group ist in 14 europäischen Ländern tätig und unterhält darüber hinaus weltweit Kooperationen im Bereich Programmentwicklung- und -produktion. Seine Geschäftstätigkeit gliedert der Konzern in die drei Segmente „Free-TV Deutschsprachig“, „Free-TV International“ und „Diversifikation“:

- Im Segment **Free-TV Deutschsprachig** (Deutschland, Österreich und Schweiz) werden unter anderem die Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx sowie die Vermarktungsunternehmen SevenOneMedia und SevenOne AdFactory ausgewiesen. Auch die Aktivitäten in Österreich und der Schweiz sowie die Red Arrow Entertainment Group mit ihrem Vertriebspartner SevenOne International werden hier konsolidiert.
- Die ebenfalls überwiegend werbefinanzierten TV-Sender in den Benelux-Ländern (Niederlande, Belgien), in Nordeuropa (Dänemark, Finnland, Norwegen,



Schweden) und im CEE-Raum (Bulgarien, Ungarn, Rumänien) bilden das **Segment Free-TV International**.

- Die Diversifikationsaktivitäten werden im **Segment Diversifikation** zusammengefasst. Darunter fallen alle nicht mittelbar vom TV-Werbemarkt abhängigen Erlösmodelle wie Call-TV, Online, Music, Commerce, Licensing/Merchandising oder Pay-TV und Video-on-Demand. Auch die Bereiche Print (Niederlande) und Radio (Nordeuropa und CEE) werden dem Diversifikationssegment zugerechnet.

### Organisation und Konzernstruktur

Die ProSiebenSat.1 Media AG ist das Mutterunternehmen des ProSiebenSat.1-Konzerns. Sie ist eine Aktiengesellschaft mit Sitz in Deutschland. Im Geschäftsjahr 2010 hat sich die rechtliche Unternehmensstruktur nicht geändert, die Anzahl der in der ProSiebenSat.1 Group konsolidierten Gesellschaften blieb im Jahr 2010 nahezu unverändert.

**Die ProSiebenSat.1 Media AG ist die Holding der Unternehmensgruppe.** In ihrer Rolle als funktionsübergreifende Dachgesellschaft ist die ProSiebenSat.1 Media AG nicht operativ tätig, sondern nimmt die steuernden Aufgaben einer Holdinggesellschaft wahr. Zu diesen Aufgaben gehören Schlüsselfunktionen wie die Unternehmensstrategie, die zentrale Finanzierung und das Risikomanagement.

Der ProSiebenSat.1-Konzern wird zentral von München/Unterföhring gesteuert. Stark lokal geprägte Märkte und Zielgruppeninteressen erfordern jedoch gleichzeitig Kundennähe und Flexibilität vor Ort. Daher agieren die einzelnen Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Media AG in den verschiedenen Ländern auf der Basis zentraler Zielvorgaben operativ eigenständig in voller Umsatz- und Ergebnisverantwortung.

**Die Beteiligungsstruktur hat sich 2010 nicht wesentlich geändert.** Die ProSiebenSat.1 Media AG schloss am 16. Juni 2010 mit der Bietergruppe um N24-Geschäftsführer Dr. Torsten Rossmann und dem ehemaligen Chefredakteur des deutschen Nachrichtenmagazins „Der Spiegel“ Stefan Aust einen Anteilskaufvertrag für N24 und die Produktionsgesellschaft MAZ&More ab. Die Gesellschaften wurden zum 30. Juni 2010 entkonsolidiert. Darüber hinaus hat sich die Beteiligungsstruktur der ProSiebenSat.1 Group im Jahr 2010 nicht wesentlich verändert.

Eine der wichtigsten direkten Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Media AG ist die ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH mit Sitz in Unterföhring. Sie bündelt Gesellschaften, die in Deutschland, Österreich und der Schweiz Free-TV-Sender betreiben. Dazu zählen neben der deutschen Senderfamilie mit SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx auch die SAT.1-Beteiligungsgesellschaften in Österreich und der Schweiz. Die Vertriebsgesellschaften für den Kernmarkt Deutschland – die SevenOne Media GmbH sowie die SevenOne AdFactory GmbH – sind hundertprozentige Tochterunternehmen der SevenOne Brands GmbH. Unter ihrem Dach werden auch die Vermarktungstöchter für Österreich und Schweiz sowie der österreichische Sender PULS 4 gebündelt.

Die P7S1 Erste SBS Holding GmbH und P7S1 Zweite SBS Holding GmbH, deren Firmensitz ebenfalls Unterföhring ist, bündeln die Gesellschaften der ehemaligen SBS Broadcasting Group. Dazu zählen neben den werbefinanzierten TV-Sendern in den Benelux-Ländern, Nord- und Osteuropa auch die internationalen Print- und Radioangebote der ProSiebenSat.1 Group.



**Leitungs- und Überwachungsbefugnisse sind personell getrennt.** Eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht hat drei Hauptorgane: Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung. Die Entscheidungsbefugnisse der Organe sind streng voneinander abgegrenzt.

Der **Vorstand** verantwortet das Gesamtergebnis der ProSiebenSat.1 Group und führt die Leiter der Geschäftsbereiche sowie Holdingeinheiten fachlich wie auch disziplinarisch. Der **Aufsichtsrat** überwacht und berät den Vorstand bei der Führung der Geschäfte und ist so in alle Unternehmensentscheidungen von grundlegender Bedeutung unmittelbar eingebunden. Die Grundordnung dieses dualen Führungssystems ist in der Satzung sowie in der Geschäftsordnung für den Vorstand und den Aufsichtsrat festgelegt. Die Satzung definiert auch den Umfang der Unternehmenstätigkeit. Sie kann gemäß § 179 des deutschen Aktiengesetzes (AktG) nur durch einen mehrheitlichen Beschluss der Hauptversammlung geändert werden.

Die Aktionäre der ProSiebenSat.1 Media AG nehmen ihre Mitverwaltungs- und Kontrollrechte auf der **Hauptversammlung** wahr. Jede Stammaktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme, die Vorzugsaktien gewähren vorbehaltlich zwingender gesetzlicher Vorschriften kein Stimmrecht. Sie sind gemäß § 19 der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG mit einem Vorrecht bei der Gewinnverteilung und einem höheren Dividendenanspruch ausgestattet.

### **Konzerninternes Steuerungssystem**

Der Vorstand steuert den Konzern bzw. die operativen Segmente der ProSiebenSat.1 Group durch strategische Vorgaben sowie anhand einer Reihe von Kennzahlen. Das interne Steuerungssystem besteht im Wesentlichen aus folgenden Komponenten:

- Strategieprozess
- Finanzielle und operative Steuerungsgrößen
- Integriertes Budget- und Planungssystem
- Monatliche Berichterstattung an den Aufsichtsrat und Vorstand
- Kontinuierliches Risiko- und Chancenmanagement
- Management by Objectives auf allen Unternehmensebenen

### **Unternehmensstrategie**

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG gibt die Unternehmensstrategie und daraus resultierend die operativen kurzfristigen und langfristigen Planungsziele für den Konzern und seine Segmente vor. Im Rahmen der Strategieklausur werden die Zielsetzungen zweimal jährlich beleuchtet. Teil der **Strategieentwicklung** sind umfassende SWOT-Analysen, im Rahmen derer die Marktbedingungen und Wettbewerbspositionen systematisch bewertet werden. Dazu werden Erfolgsfaktoren definiert, Risiken bewertet, Chancen priorisiert und Maßnahmen abgeleitet, mit denen die strategischen Unternehmensziele erreicht werden sollen.

Die strategische Planung ist fest in die operativen Prozesse eingebunden. So folgt zum Ende jedes Geschäftsjahres aus der Definition der strategischen Ziele die Budgeterstellung für die kommenden zwölf Monate sowie die Mehrjahresplanung. Darüber hinaus sind alle Mitarbeiter dazu angehalten – auch losgelöst vom formalen Prozess – bewusst mit potenziellen Risiken umzugehen und sich bietende Chancen zu analysieren.

**Drei strategische Handlungsfelder definiert.** Unser Leitgedanke lautet „Fascinating People“: Wir begeistern Menschen mit erstklassiger Unterhaltung und aktuellen Informationen – rund um die Uhr, wo immer der Konsument es wünscht. Für unsere Werbekunden entwickeln wir individuelle



und medienübergreifende Werbekonzepte. Unser oberstes Ziel ist es dabei nachhaltig profitabel zu wachsen und unsere Wertschöpfungskette in zukunftsweisende Wachstumsfelder zu verlängern. Die ProSiebenSat.1 Group hat dazu drei strategische Handlungsschwerpunkte festgelegt:

1. Das Kerngeschäft werbefinanziertes Fernsehen stärken.
2. Neue Geschäftsmodelle in verwandten Bereichen entwickeln und das klassische Diversifikationssegment ausbauen.
3. Effizienz durch herausragende Umsetzung sicherstellen.

Um uns von unseren Wettbewerbern im Zuschauermarkt abzuheben, sind **faszinierende TV-Inhalte, herausragende Marken und bekannte Gesichter** gestützt durch eine zielgruppengerechte Programmierung unserer Sender die entscheidenden Erfolgsfaktoren. Durch den Launch neuer Sender wie beispielsweise die speziell für Frauen zugeschnittenen Sender sixx (Deutschland) oder Fem3 (Ungarn) im Jahr 2010 sprechen wir zusätzliche Zuschauer an. In Abhängigkeit von der Kernzielgruppe der einzelnen Sender setzen wir dabei auf eine individuelle Mischung aus Lizenzprogramm aus Hollywood, das oftmals auf unseren Sendern erstmalig im europäischen Free-TV ausgestrahlt wird, und Programmformaten, die speziell für einzelne Sender konzipiert werden. Auftrags- und Eigenproduktionen schärfen jedoch nicht nur das Senderprofil. Sie helfen auch dabei, die Kosteneffizienz zu verbessern und konzernweit Synergien zu heben.

Erfolgreiche Formate versetzen uns in die Lage, unsere Werbeflächen zu angemessenen Preisen zu vermarkten. Neben leistungsstarken Vertriebsstrukturen ist es unser Anspruch, uns durch Kundenfokussierung und wegweisende Sales-Konzepte gegenüber unseren Wettbewerbern abzugrenzen. Als Spezialist für vernetzte Konzepte vermarktet beispielsweise die SevenOne AdFactory sixx und spricht mit kreativen Kommunikationslösungen vor allem TV-Neukunden an.

Durch unsere **Diversifikationsstrategie** können wir unterschiedliche Gewohnheiten der Mediennutzung bedienen und unseren Werbekunden individuelle Kommunikationslösungen aus einer Hand bieten - von TV, Online, Mobile und Licensing bis zu Testimonials und Events. Für das Unternehmen ProSiebenSat.1 bedeutet die Portfolioerweiterung aber auch zusätzliches Potenzial für ein nachhaltiges Umsatz- und Ergebniswachstum. Indem wir unsere Marken in verwandte Bereiche verlängern, können wir die Abhängigkeit von einzelnen Märkten verringern und zyklische Schwankungen ausgleichen.

Bedeutend für unser profitables Wachstum ist auch, die Auslastung der vorhandenen Kapazitäten zu optimieren - das bedeutet für uns als Medienkonzern freie Werbeflächen und das bestehende Programmvermögen best möglichst zu nutzen. Durch kreative Vermarktungsmodelle beispielsweise nach dem Prinzip Umsatzbeteiligung gegen Werbezeiten („Media for Revenue Share“) können wir freie Werbekapazitäten kapitalisieren. Indem wir unsere TV-Inhalte über verschiedene Plattformen ausstrahlen und unsere Marken ins Internet verlängern oder gegen Nutzungsentgelte anbieten, generieren wir zusätzliche Erlöse. Neben dieser crossmedialen Contentverwertung erschließt die ProSiebenSat.1 Group zusätzliche Erlösquellen durch die internationale Vermarktung von Formaten bzw. die Produktion von eigenen Programmen. Mit der Gründung der Red Arrow Entertainment Group im Januar 2010 hat der ProSiebenSat.1-Konzern seine Wertschöpfungstiefe im Programmbereich ausgebaut.

Ebenso entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg ist es, attraktive Inhalte in überdurchschnittlich **effizienten Prozessen** zu entwickeln, zu produzieren, zu verwerten und zu vertreiben. Schwierige Konjunkturphasen wie das Jahr 2009 sind mit besonders hohen



Anforderungen an die Leistungsfähigkeit von Unternehmen verbunden. Die ProSiebenSat.1 Group hatte 2009 mit strukturellen Maßnahmen ihre Prozesse neu gestaltet und mit einem umfassenden Effizienzsteigerungsprogramm auf die Konjunkturlage reagiert. Seit Mitte 2009 arbeiten beispielsweise alle deutschen TV-Sender in einer funktionsübergreifenden Matrixorganisation unter dem Dach der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH zusammen. Durch den damit verbundenen Umzug von SAT.1 nach München und die Bündelung von Ressourcen in den Bereichen Personal, Rechnungswesen und Kommunikation am Münchner Standort wurden die operativen Kosten des Konzerns nachhaltig gesenkt. Mit der Auslagerung der Nachrichtenproduktion hat der ProSiebenSat.1-Konzern seine Kostenstruktur im Jahr 2010 weiter verbessert. Gleichzeitig sichert eine Vertragsvereinbarung die Versorgung der Sendergruppe mit qualitativ hochwertigen Nachrichtenformaten langfristig.

Kostenbewusstsein sowie Effizienz durch schlanke Prozesse sind auch in Zukunft notwendig, um zu den führenden Medienkonzernen Europas zu gehören. Der Aufbau einer „**Best Practice Organisation**“ wird daher künftig eine wichtige strategische Aufgabe darstellen. Regelmäßige Treffen, sogenannte Best-Practice-Sharing-Days, sollen die bereichsübergreifende Vernetzung und den systematischen Wissenstransfer konzernweit fördern. Ein zentraler Baustein für die Erreichung dieses Ziels ist zudem, ein einheitliches Prozessmanagement zu etablieren. Dies wurde im Rahmen des Projektes PRIME gestartet. Das Prozessmanagement unterstützt eine interne Kundenorientierung, Erhöhung von Transparenz sowie die parallele Optimierung von Effizienz und Effektivität. Als zweiten Baustein enthält PRIME das Thema IKS-Management: Im Rahmen von PRIME werden für jeden Prozess potenzielle Risiken identifiziert und Kontrollen formalisiert. Diese lassen sich den im Risikobericht beschriebenen Kategorien Compliance-Risiken, Finanzielle Risiken und Operative Risiken zuordnen.

Voraussetzung für eine „herausragende Umsetzung“ sind neben effizienten Prozessen und Strukturen eine Kultur der Spitzenleistung. Leistungsstarke und motivierte Mitarbeiter, die ein gemeinsames Selbstverständnis leitet, sind der Kern einer „Best Practice Organisation“. Die ProSiebenSat.1 Group hat daher 2010 ihre Personalentwicklungsmaßnahmen intensiviert und ihr Anreizsystem ergänzt. Ziel des Anfang 2010 unter dem Namen „Performance Development“ gestarteten Programms ist, den Leistungsbeitrag im gesamten Unternehmen zu steigern und Talente systematisch zu fördern. Weitere Informationen hierzu finden sich im Kapitel „Mitarbeiter“.

### **Kennzahlenbasiertes Steuerungssystem**

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

- **Ergebnissteuerung.** Als Ergebnisgröße wird auf Konzern- und Segmentebene bzw. für die einzelnen Tochterunternehmen das recurring EBITDA bzw. die recurring EBITDA-Marge herangezogen. Das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA, also das Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen, spiegelt die operative Ertragskraft wider. Da Steuer- und Abschreibungseinflüsse sowie die Finanzierungsstruktur keine Berücksichtigung finden, ermöglicht das recurring EBITDA auch im internationalen Vergleich eine aussagekräftige Beurteilung der Profitabilität.



- **Finanzplanung.** Der Free Cashflow ist der finanzwirtschaftliche Überschuss. Er wird ermittelt als die Summe der im operativen Geschäft erwirtschafteten liquiden Mittel abzüglich des Saldos der im Rahmen der Investitionstätigkeit verwendeten und erwirtschafteten Mittel. Die Kennzahl drückt aus, wie viel Liquidität den Eigen- und Fremdkapitalgebern aus der Geschäftstätigkeit einer Periode zur Verfügung steht.

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

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

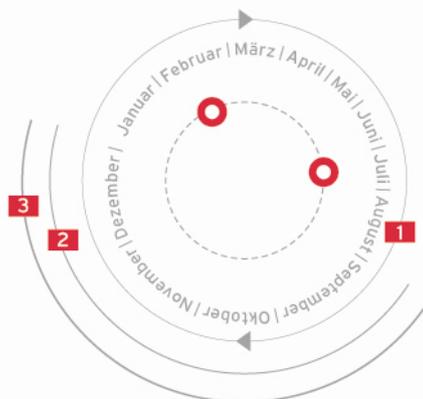
Der konzernweite Steuerungs- und Planungsprozess umfasst zusätzlich zu diesen konzern-eigenen Leistungsindikatoren externe Kennzahlen. Aktuelle Konjunkturdaten wie die Entwicklung des privaten Konsums oder des Brutto-Inlandsprodukts dienen beispielsweise als wichtige Indikatoren für die Investitionsbereitschaft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

### **Integriertes Budget- und Planungssystem**

Die Planung wird auf Basis der strategischen und operativen Unternehmensziele erstellt. So werden für die zuvor erläuterten Kennzahlen interne Zielgrößen für die einzelnen Tochterunternehmen der Gruppe, für die Segmente und den Konzern insgesamt definiert. Die einzelnen Planungsprozesse - das Budget sowie die Mehrjahresplanung - sind systematisch aufeinander abgestimmt. Dies ist von grundlegender Bedeutung für eine wirksame Steuerung der Zielgrößen bzw. für die Bewertung von Chancen und Risiken.



## Planungsuhr



<b>1</b> <b>Budget</b> (Operative Jahresplanung auf Monatsbasis)	Die operative Jahresplanung erfolgt bottom-up. Das bedeutet, unternehmensspezifische Daten werden über die Gewinn- und Verlustrechnung bzw. die Bilanzstellung und Kapitalflussrechnung der einzelnen Tochterunternehmen auf Segment- und Konzernebene verdichtet. Dabei werden insbesondere die Volumen- und Preisplanung, die Programmplanung, die Kosten- und Investitionsplanung und die Personalplanung berücksichtigt. Das Budget wird jeweils zum Ende eines Geschäftsjahres für das nächstfolgende Berichtsjahr erstellt und beinhaltet Zielgrößen auf Monatsbasis.
<b>2</b> <b>Mehrjahresplanung</b> (langfristige Unternehmens- planung auf Quartalsbasis)	Das Budget bildet die Grundlage für den Mehrjahresplan: Auf Quartalsbasis werden für die finanziellen und operativen Steuerungskennzahlen Zielwerte festgelegt. Diese für die kommenden fünf Jahre geplanten Soll-Werte werden wie das Budget bottom-up kalkuliert und von Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedet.
<b>3</b> <b>Monatsberichtswe- sen</b> (Trendprognosen)	Mithilfe unterjähriger Trendprognosen können Abweichungen von geplanten Soll-Werten rasch erkannt und etwaigen negativen Entwicklungen kurzfristig entgegen- gewirkt werden. Dazu wird auf Basis der Ist-Zahlen die voraussichtliche Umsatz-, Ergebnis- und Liquiditätsentwicklung des aktuellen Geschäftsjahres berechnet und im Vergleich zum Budget analysiert.  Neben dieser monatlichen Berichterstattung an Vorstand und Aufsichtsrat werden potentielle Risiken im Rahmen des vierteljährlichen Reportings an den Group Risk and Compliance Officer gemeldet. Hier wird insbesondere analysiert, wie sich die zuvor genannten Frühwarnindikatoren im Zeitablauf verändert haben, so dass ge- eignete Steuerungsmaßnahmen rechtzeitig eingeleitet werden können.
<b>Strategieklausur</b>	Im Rahmen der Strategieklausur werden die strategischen Ziele beleuchtet.



---

## Vergütungsbericht

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

**Vergütungssystem für den Vorstand.** Die Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG stehen neben ihrer Organfunktion auch in vertraglicher Beziehung zu der Gesellschaft. Für den Abschluss der Dienstverträge mit den Mitgliedern des Vorstands ist der Aufsichtsrat zuständig. Die Dienstverträge der ProSiebenSat.1 Media AG mit ihren Vorstandsmitgliedern haben eine maximale Laufzeit von fünf Jahren. Sie regeln unter anderem auch die Vorstandsvergütung.

Struktur und Höhe der Vorstandsvergütung werden auf Vorschlag des Personalausschusses (Compensation Committee) vom Aufsichtsrat festgelegt und regelmäßig überprüft.

Das Vergütungssystem für den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG ist auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet und setzt sich aus fixen und erfolgsbezogenen Komponenten zusammen. Kriterien für die Angemessenheit der Vergütung orientieren sich einerseits an der persönlichen Leistung und dem Tätigkeits- und Verantwortungsbereich der einzelnen Vorstandsmitglieder, andererseits an der Höhe und Struktur der Vorstandsvergütung in vergleichbaren Unternehmen und der wirtschaftlichen Lage der Gesellschaft.

Im abgelaufenen Geschäftsjahr setzte sich die Vergütung der Vorstandsmitglieder wie folgt zusammen:

- Sämtliche Vorstandsmitglieder erhielten entsprechend ihren Anstellungsverträgen jeweils ein fixes Basisgehalt, das sich am Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds orientiert und monatlich ausgezahlt wird. Das Niveau der fixen Vergütung der Vorstände in 2010 war im Vergleich zum Vorjahr unverändert.
- Neben diesem Basisgehalt erhielten die einzelnen Vorstandsmitglieder eine erfolgsabhängige variable Vergütung in Form eines Jahresbonus. Die konkrete Ausgestaltung des Jahresbonus ist in den einzelnen Vorstandsdienstverträgen einheitlich geregelt. Seine Höhe steht teilweise im Ermessen des Aufsichtsrats und hängt von dem Erreichen im Voraus festgelegter Erfolgsziele ab, die aus dem Konzern-Recurring-EBITDA, der Konzern-Netto-Finanzverschuldung und persönlichen Zielen bestehen. Der Bonus kann maximal 200 Prozent des zu Jahresbeginn festgelegten Zielbetrages entsprechen. Im Falle von Zielverfehlungen kann die variable Vergütung auch vollständig entfallen.
- Ferner nehmen die Mitglieder des Vorstands an einem **Aktienoptionsprogramm** der ProSiebenSat.1 Media AG (Long Term Incentive Plan — LTIP) teil, das erstmals im Jahr 2005 eingeführt und zuletzt im Jahr 2010 erneuert wurde. Am LTIP 2010 nehmen ausgewählte Führungskräfte des ProSiebenSat.1-Konzerns teil, die Mitglieder des Vorstands sind erstmals nicht bezugsberechtigt. Mit diesem Aktienoptionsprogramm hat die Gesellschaft zur Förderung des Shareholder-Value eine zusätzliche, am langfristigen Unternehmenserfolg ausgerichtete Vergütungskomponente geschaffen. Jede



Aktienoption im Rahmen des LTIP berechtigt bei Erfüllung der Ausübungsvoraussetzungen - insbesondere Ablauf der Wartezeit und Erreichung der Erfolgsziele - zum Erwerb einer ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie. Zum 31. Dezember 2010 wurden von den aktiven Mitgliedern des Vorstands 300.000 im Jahr 2008 ausgegebene Aktienoptionen sowie 1.100.000 im Jahr 2009 ausgegebene Aktienoptionen gehalten. Im Geschäftsjahr 2010 wurden an die Mitglieder des Vorstands keine Aktienoptionen gewährt. Aus dem LTIP 2005 (Cycle 2006) wurden im Geschäftsjahr 2010 29.500 Aktienoptionen von den Mitgliedern des Vorstandes ausgeübt sowie 665.000 Aktienoptionen von im Geschäftsjahr 2010 ausgeschiedenen und ehemaligen Mitgliedern des Vorstands zurückgekauft. Eine Ausübung von Aktienoptionen aus dem LTIP 2008 fand im Jahr 2010 nicht statt. Die im Jahr 2009 ausgegebenen Aktienoptionen aus dem LTIP 2008 können frühestens im Juli 2011 ausgeübt werden.

Weiterführende Angaben zum Aktienoptionsplan der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Anhang des Konzernabschlusses enthalten.

- Die Gesellschaft hat zudem mit allen aktiven Mitgliedern des Vorstands Versorgungsverträge abgeschlossen, nach denen Anspruch auf Zahlung eines Ruhegehalts besteht, wenn das Vorstandsmitglied das 60. Lebensjahr vollendet hat und es nach Eintritt der vertraglichen Unverfallbarkeit aus seinem Anstellungsverhältnis mit der Gesellschaft ausgeschieden ist oder eine dauerhafte Arbeitsunfähigkeit besteht. Die vertragliche Unverfallbarkeit tritt mit Ablauf von drei Jahren ein. Das monatliche Ruhegehalt ergibt sich aus einer zum Zeitpunkt der Anspruchsberechtigung versicherungsmathematisch errechneten lebenslangen Altersrente (beitragsorientierte Leistungszusage). Anstelle einer lebenslangen Altersrente können die Vorstandsmitglieder bei Eintritt der Anspruchsvoraussetzungen die Auszahlung des Garantiekapitals in einem Einmalbetrag verlangen. Die Gesellschaft zahlt für die Dauer des Anstellungsverhältnisses mit dem Vorstand für jedes Geschäftsjahr 20 Prozent des jeweiligen fixen Jahresbruttogehalts auf ein von der Gesellschaft geführtes persönliches Versorgungskonto ein. Die jeweiligen Vorstände haben das Recht, im Rahmen der Entgeltumwandlung zusätzliche Beiträge in beliebiger Höhe auf das Versorgungskonto einzuzahlen. Endet das Anstellungsverhältnis während eines Geschäftsjahres, so werden die einzuzahlenden Beiträge anteilig gekürzt. Nach Beendigung des Anstellungsverhältnisses erfolgen keine weiteren Einzahlungen. Die Gesellschaft garantiert das eingezahlte Kapital sowie eine jährliche Verzinsung in Höhe von zwei Prozent auf das eingezahlte Kapital. Die garantierte Verzinsung wird jeweils am Ende jedes Geschäftsjahres dem Garantiekapital zugeführt. Die eingezahlten Beträge werden am Geld- und Kapitalmarkt angelegt.
- Schließlich erhalten die Mitglieder des Vorstands sonstige Nebenvergütungsleistungen in Form geldwerter Vorteile unter anderem aus der Bereitstellung von Dienstwagen, dem Abschluss von Versicherungen zugunsten der Mitglieder des Vorstands sowie der Zahlung von Übergangsgeldern in Umzugsfällen.
- Für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Dienstverhältnisses enthalten die Vorstandsverträge keine ausdrücklichen Abfindungszusagen.



Für die zum Ablauf des Geschäftsjahres 2010 bei der Gesellschaft angestellten Vorstandsmitglieder wurde die folgende Gesamtvergütung festgesetzt:

**Vergütung der Mitglieder des Vorstands für das Geschäftsjahr 2010**

in Tsd. Euro		Jahreseinkommen			Insgesamt	LTIP	Pensionen	
		Fixum	Variable Vergütung	Nebenleistungen <sup>1)</sup>			Aufwand aus aktienbasierter Vergütung im Geschäftsjahr	Dienstzeitaufwand <sup>2)</sup>
Thomas Ebeling	<b>2010</b>	<b>1.000,0</b>	<b>916,7</b>	<b>10,1</b>	<b>1.926,8</b>	<b>314,5</b>	<b>157,1</b>	<b>29,2</b>
	2009 <sup>4)</sup>	833,3	1.050,0	- / -	1.883,3	570,7	142,5	13,4
Axel Salzmann	<b>2010</b>	<b>650,0</b>	<b>470,0</b>	<b>19,4</b>	<b>1.139,4</b>	<b>183,9</b>	<b>98,3</b>	<b>29,7</b>
	2009	650,0	600,0	14,7	1.264,7	332,8	85,2	18,5
Andreas Bartl	<b>2010</b>	<b>650,0</b>	<b>425,0</b>	<b>20,4</b>	<b>1.095,4</b>	<b>168,9</b>	<b>92,7</b>	<b>27,9</b>
	2009	650,0	261,5	15,5	927,0	305,7	82,7	17,1
Insgesamt	<b>2010</b>	<b>2.300,0</b>	<b>1.811,7</b>	<b>49,9</b>	<b>4.161,6</b>	<b>667,3</b>	<b>348,1</b>	<b>86,8</b>
	2009	2.133,3	1.911,5	30,2	4.075,0	1.209,2	310,4	49,0

<sup>1)</sup> Enthalten geldwerte Vorteile aus Dienstwagenbereitstellung, Versicherungen (exkl. D&O) sowie Übergangsgeldern in Umzugsfällen. <sup>2)</sup> Dienstzeitaufwand nach IFRS für die im jeweiligen Geschäftsjahr erdienten Versorgungsansprüche. Ohne Berücksichtigung von Ansprüchen aus eigenen Zuzahlungen. <sup>3)</sup> Entspricht dem Jahresbezug bei Eintritt des Pensionsfalls ohne Berücksichtigung von Ansprüchen aus eigenen Zuzahlungen (Stand: 31.12.2010 und 31.12.2009) <sup>4)</sup> 10-Monatsbasis: Mitglied des Vorstands seit 01.03.2009.

Für die während des Geschäftsjahres 2010 ausgeschiedenen Vorstandsmitglieder wurde die folgende Gesamtvergütung festgesetzt:

Dr. Marcus Englert gehörte dem Unternehmen bis zum 31. Juli 2010 an und erhielt für seine Tätigkeit im Geschäftsjahr 2010 eine Gesamtbarvergütung von 612.500 Euro (Vorjahr: 662.500 Euro). Darin waren neben der fixen Vergütung von 262.500 Euro (Vorjahr: 450.000 Euro) und der variablen Vergütung von 116.700 Euro (Vorjahr: 212.500 Euro) auch eine Kompensationszahlung für ein Wettbewerbsverbot in Höhe von 233.300 Euro sowie Nebenleistungen in Höhe von 5.300 Euro (Vorjahr: 10.200 Euro) enthalten. Dr. Marcus Englert hatte zum Ende des Jahres 2010 einen jährlichen Pensionszahlungsanspruch von 29.200 Euro (Vorjahr: 24.600 Euro). Im Geschäftsjahr 2010 wurde für Dr. Marcus Englert im IFRS-Konzernabschluss kein Dienstzeitaufwand erfasst (Vorjahr: 86.900 Euro).

Daniel Marks gehörte dem Vorstand vom 1. Mai 2010 bis zum 30. September 2010 an und erhielt für seine Tätigkeit eine Gesamtbarvergütung von 1.353.000 Euro. Darin waren neben der fixen Vergütung in Höhe von 175.000 Euro eine Abfindung von 1.178.300 Euro sowie Nebenleistungen von 14.100 Euro enthalten. Es bestehen keine Pensionsansprüche.

Insgesamt sind den Pensionsrückstellungen nach IFRS für aktive und ehemalige Mitglieder des Vorstands im Geschäftsjahr 2010 1,4 Mio Euro (Vorjahr: 1,3 Mio Euro) zugeführt worden. Hiervon entfallen 1,0 Mio Euro auf Personalaufwendungen (Vorjahr: 0,9 Mio Euro) und 0,4 Mio Euro (Vorjahr: 0,4 Mio Euro) auf Zinsaufwendungen. Dem stehen im Geschäftsjahr 2010 Pensionszahlungen an rentenberechtigte ehemalige Mitglieder des Vorstands in Höhe von 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,3 Mio Euro) gegenüber. Zum 31. Dezember 2010 belaufen sich die Pensionsrückstellungen für aktive und ehemalige Mitglieder des Vorstands damit auf 9,1 Mio Euro (Vorjahr: 8,0 Mio Euro).



## Zusätzliche Angaben zu aktienbasierten Vergütungsinstrumenten

Die Entwicklung des Bestandes der von den aktiven Vorständen gehaltenen Aktienoptionen (Stock Options) hat sich im Geschäftsjahr 2010 wie folgt entwickelt:

### Zusätzliche Angaben zu aktienbasierten Vergütungsinstrumenten

Aktienoptionen (Long Term Incentive Plan - LTIP)	Bestand am Anfang des Geschäfts- jahres 2010		In der Berichts- periode gewährte Optionen	In der Berichts- periode verwirkte Optionen	In der Berichtsperiode ausgeübte Optionen			Bestand am Ende des Geschäftsjahres 2010	
	Stück	Marktwert bei Gewährung			Stück	Durchschn. Aktienkurs	Ausübungs- preis	Stück	Marktwert bei Gewährung
Thomas Ebeling	525.000	1.208.550 €	0	0	0			525.000	1.208.550 €
Axel Salzmann	450.000	715.500 €	0	0	0			450.000	715.500 €
Andreas Bartl	454.500	835.245 €	0	0	29.500	22,17 €	13,99 €	425.000	657.950 €

Dr. Marcus Englert hielt zu Beginn des Geschäftsjahres 2010 330.000 Aktienoptionen. Hiervon sind im Geschäftsjahr 2010 147.000 Aktienoptionen ersatzlos verfallen. Weitere 120.000 Aktienoptionen wurden im Rahmen eines Rückkaufs durch das Unternehmen zu einem Stückpreis von 7,01 Euro abgelöst, sodass Dr. Marcus Englert zum Abschluss des Geschäftsjahres einen Restbestand von 63.000 Aktienoptionen hielt.

Die am Ende der Berichtsperiode ausstehenden Optionen beziehen sich auf die Cycles 2008 und 2009 aus dem Long Term Incentive Plan 2008 und haben einen Ausübungspreis von 16,00 Euro bzw. 1,58 Euro. Sie verfallen spätestens mit Ablauf des 31. Dezember 2014 bzw. 31. Dezember 2015. Nähere Angaben zu den Ausübungsbedingungen der einzelnen Tranchen sind im Anhang des Jahresabschlusses zu finden.

An Daniel Marks wurden keine Aktienoptionen im Rahmen des Long Term Incentive Plans ausgegeben.

### Nebenleistungen und sonstige Zusagen im Geschäftsjahr 2010

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

Die Mitglieder des Vorstands haben im Geschäftsjahr 2010 und in der Vorperiode keine Leistungen von Dritten erhalten, die im Hinblick auf die Tätigkeit als Vorstand zugesagt oder gewährt worden sind.

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

Es besteht eine Vereinbarung zwischen der Gesellschaft und dem ehemaligen Vorstandsmitglied Daniel Marks über eine Übernahme der Kosten im Falle seiner Rechtsverteidigung durch die



---

Gesellschaft. Für alle aktiven und sonstigen ehemaligen Mitglieder des Vorstands ist diesbezüglich keine Vereinbarung getroffen worden.

#### **Gesamtbezüge der früheren Mitglieder des Vorstands im Geschäftsjahr 2010**

An frühere Mitglieder des Vorstands wurden im Geschäftsjahr 2010 Gesamtbezüge (Versorgungsleistungen) in Höhe von 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,3 Mio Euro) ausbezahlt. Die Pensionsrückstellungen im IFRS-Konzernabschluss für frühere Mitglieder des Vorstands betragen zum 31. Dezember 2010 insgesamt 8,3 Mio Euro (Vorjahr: 7,5 Mio Euro).

Insgesamt wurden im Geschäftsjahr 2010 545.000 Aktienoptionen von früheren Mitgliedern des Vorstands zurück erworben. Der Stückpreis berechnet sich aus der Differenz des Aktienkurses am Tag der Ausübung abzüglich des Ausübungspreises in Höhe von 13,99 Euro und bewegte sich zwischen 6,31 Euro und 7,01 Euro.

#### **Vergütung des Aufsichtsrats**

##### **Vergütungssystem für den Aufsichtsrat**

Die Aufsichtsratsmitglieder erhalten eine fixe Vergütung, wobei der Vorsitzende des Aufsichtsrats und sein Stellvertreter jeweils den doppelten Betrag dieser fixen Vergütung erhalten. Die Mitarbeit in Ausschüssen des Aufsichtsrats wird durch ein gesondertes Sitzungsgeld vergütet, das für jede Teilnahme an einer Ausschusssitzung zu zahlen ist. Ausschussvorsitzende erhalten den doppelten Betrag des Sitzungsgeldes. Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG festgelegt.

Vergütungen und Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Geschäftsjahr 2010 und in der Vorperiode nicht gewährt.

##### **Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2010**

Die Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats stellte sich im Geschäftsjahr 2010 wie folgt dar:



### Individualisierte Aufstellung der Vergütung des Aufsichtsrats

in Tsd. Euro		Fixe Grundvergütung	Sitzungsgelder Präsidialausschuss	Sitzungsgelder Prüfungsausschuss	Sitzungsgelder Personalausschuss	Gesamt
Johannes Peter Huth	2009	100,0	3,0	3,0	21,0	127,0
	<b>2010</b>	<b>100,0</b>	<b>12,0</b>	<b>6,0</b>	<b>9,0</b>	<b>127,0</b>
Götz Mäuser	2009	100,0	3,0	12,0	15,0	130,0
	<b>2010</b>	<b>100,0</b>	<b>12,0</b>	<b>15,0</b>	<b>6,0</b>	<b>133,0</b>
Robin Bell-Jones	2009	50,0	1,5	12,0	0,0	63,5
	<b>2010</b>	<b>50,0</b>	<b>6,0</b>	<b>12,0</b>	<b>0,0</b>	<b>68,0</b>
Gregory Dyke	2009	50,0	0,0	0,0	10,5	60,5
	<b>2010</b>	<b>50,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>4,5</b>	<b>54,5</b>
Stefan Dziarski <sup>1)</sup>	2009	21,4	0,0	0,0	0,0	21,4
	<b>2010</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Philipp Freise	2009	50,0	1,5	15,0	0,0	66,5
	<b>2010</b>	<b>50,0</b>	<b>4,5</b>	<b>15,0</b>	<b>0,0</b>	<b>69,5</b>
Reinhard Gorenflos <sup>2)</sup>	2009	16,8	0,0	3,0	0,0	19,8
	<b>2010</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Lord Clive Hollick	2009	50,0	1,5	0,0	0,0	51,5
	<b>2010</b>	<b>50,0</b>	<b>4,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>54,5</b>
Thomas Krenz <sup>3)</sup>	2009	21,4	0,0	0,0	0,0	21,4
	<b>2010</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Dr. Jörg Rockenhäuser <sup>4)</sup>	2009	28,7	0,0	0,0	0,0	28,7
	<b>2010</b>	<b>50,0</b>	<b>4,5</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>54,5</b>
Christoph Röttele <sup>5)</sup>	2009	21,4	1,5	0,0	0,0	22,9
	<b>2010</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Silke Scheiber <sup>6)</sup>	2009	21,4	0,0	0,0	0,0	21,4
	<b>2010</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Harry Sloan <sup>7)</sup>	2009	21,4	0,0	0,0	0,0	21,4
	<b>2010</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Adrianus Johannes Swartjes	2009	50,0	0,0	0,0	12,0	62,0
	<b>2010</b>	<b>50,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>6,0</b>	<b>56,0</b>
Marinus Maria Petrus van Lent <sup>8)</sup>	2009	8,2	0,0	0,0	0,0	8,2
	<b>2010</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Prof. Dr. Harald Wiedmann	2009	50,0	0,0	30,0	0,0	80,0
	<b>2010</b>	<b>50,0</b>	<b>0,0</b>	<b>30,0</b>	<b>0,0</b>	<b>80,0</b>
<b>Summe</b>	2009	660,7	12,0	75,0	58,5	806,2
	<b>2010</b>	<b>550,0</b>	<b>43,5</b>	<b>78,0</b>	<b>25,5</b>	<b>697,0</b>

<sup>1)</sup> Die Amtszeit von Stefan Dziarski endete mit Ablauf der Hauptversammlung am 04.06.2009.

<sup>2)</sup> Reinhard Gorenflos legte sein Amt als Aufsichtsrat zum 30.04.2009 nieder.

<sup>3)</sup> Thomas Krenz schied mit Ablauf der Hauptversammlung am 04.06.2009 aus dem Aufsichtsrat aus.

<sup>4)</sup> Dr. Jörg Rockenhäuser wurde am 04.06.2009 von der ordentlichen Hauptversammlung als neues Mitglied in den Aufsichtsrat gewählt.

<sup>5)</sup> Mit Ablauf der Hauptversammlung am 04.06.2009 endete die Amtszeit von Christoph Röttele.

<sup>6)</sup> Silke Scheiber schied mit Ablauf der Hauptversammlung am 04.06.2009 aus dem Aufsichtsrat aus.

<sup>7)</sup> Harry Sloan schied ebenfalls mit Ablauf der Hauptversammlung am 04.06.2009 aus dem Aufsichtsrat aus.

<sup>8)</sup> Marinus van Lent legte sein Amt als Aufsichtsrat zum 01.03.2009 nieder.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten Ersatz aller Auslagen sowie Ersatz der auf ihre Vergütung und Auslagen zu entrichtenden Umsatzsteuer. Sie erhalten ausschließlich eine feste Vergütung; eine erfolgsorientierte, variable Vergütung ist daneben nicht vorgesehen. Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten vom Unternehmen keine Kredite. Die Gesellschaft unterhält eine D&O-Versicherung für Organmitglieder. Die Versicherung deckt das persönliche Haftungsrisiko für den Fall ab, dass Aufsichtsratsmitglieder bei der Ausübung ihrer Tätigkeit für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. Ein Selbstbehalt ist für Aufsichtsratsmitglieder in der Versicherung nicht vereinbart.



## Rechtliche Rahmenbedingungen

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

**Übernahmerechtliche Angaben gemäß § 289 Abs. 4 des Handelsgesetzbuchs (HGB) und deren Erläuterungen gemäß §§ 124 a Satz 1 Nr. 3, 176 Abs. 1 Satz 1 AktG.** Die auf den Inhaber lautenden, stimmrechtslosen Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Teilbereich des regulierten Markts der Frankfurter Wertpapierbörse mit weiteren Zulassungsfolgepflichten (Prime Standard) zum Börsenhandel zugelassen. Für die auf den Namen lautenden, stimmberechtigten Stammaktien der Gesellschaft wird hingegen kein organisierter Markt im Sinne des § 2 Abs. 7 WpÜG in Anspruch genommen. Sie sind nicht zum Börsenhandel zugelassen und gemäß der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG nur mit Zustimmung der Gesellschaft übertragbar. Vor diesem Hintergrund entfallen übernahmerechtliche Angaben gemäß § 289 Abs. 4 HGB im Lagebericht bzw. gemäß § 315 Abs. 4 HGB Konzernlagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG. Auch ein erläuternder Bericht des Vorstands zu diesen Angaben gemäß §§ 124 a Satz 1 Nr. 3, 176 Abs. 1 Satz 1 AktG ist daher nicht erforderlich.

- **Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen.** Gemäß § 312 AktG hat der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2010 einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgestellt.
- **Schlusserklärung des Vorstands nach § 312 Abs. 3 AktG:** Bei den im Berichtsjahr vorgenommenen Rechtsgeschäften zwischen der ProSiebenSat.1 Media AG und der Lavena 1 S.à r.l. sowie den mit ihr verbundenen Unternehmen hat die ProSiebenSat.1 Media AG in jedem Einzelfall eine angemessene Gegenleistung im Sinne des § 312 AktG vereinbart und – soweit dies im Berichtsjahr zu erfüllen war – eine entsprechende Leistung erhalten.
- **Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB.** Die Erklärung der Gesellschaft zur Unternehmensführung ist auf der Homepage der Gesellschaft veröffentlicht. Zudem berichten Vorstand und Aufsichtsrat jährlich im Geschäftsbericht über die Corporate Governance der ProSiebenSat.1 Group. Der Abschlussprüfer hat den Corporate Governance-Bericht gemäß IDW-Prüfungsstandard kritisch gelesen.
- **Beschreibung der wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess gemäß § 289 Abs. 5 HGB.** Die gemäß § 289 Abs. 5 HGB erforderlichen Angaben zum internen Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess umfasst der Risikobericht.



---

## Konjunkturelle und branchenspezifische Rahmenbedingungen

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

### Makroökonomische Rahmenbedingungen

Nach der schweren Rezession im Jahr 2009 ist die Weltwirtschaft im Berichtsjahr erstaunlich schnell auf den Erholungspfad zurückgekehrt. In der zweiten Jahreshälfte hat sich das starke Expansionstempo nach Abklingen der unmittelbaren Aufholeffekte erwartungsgemäß wieder etwas verlangsamt. Der Internationale Währungsfonds spricht derzeit von einem realen Wachstum von fünf Prozent für das Gesamtjahr 2010. In den einzelnen Weltmärkten verlief die Entwicklung allerdings unterschiedlich. Während die Wirtschaftsleistung in den großen Schwellenländern Ende 2010 bereits deutlich über Vorkrisenniveau lag, war die Wachstumskurve der entwickelten Volkswirtschaften flacher. Auch in der Eurozone fiel der Anstieg des Bruttoinlandsprodukts mit plus 1,7 Prozent eher gemäßigt aus.

Überraschend stark zeigte sich die deutsche Wirtschaft. Das Statistische Bundesamt meldete mit einem Plus von 3,6 Prozent den höchsten Zuwachs seit der Wiedervereinigung. Getrieben durch die starke Auslandsnachfrage verlief vor allem das erste Halbjahr 2010 ausgesprochen schwungvoll. Im zweiten Halbjahr verlangsamte sich das Tempo aufgrund der zurückgehenden Nachfrage aus Schwellen- und Industrieländern etwas, der Aufwärtstrend blieb bei zunehmend positivem Investitionsklima aber weiter erhalten. Zudem sorgte die günstige Arbeitsmarktlage bei den privaten Verbrauchern für gute Stimmung. Das Schlussquartal entwickelte sich mit plus 0,4 Prozent gegenüber dem Vorquartal leicht gedämpft, dies dürfte aber vor allem auf den frühen und harten Wintereinbruch sowie einen entsprechenden Rückgang der Bauinvestitionen zurückzuführen sein. Positive Impulse setzten dagegen Export und Binnennachfrage.

### Entwicklung des Werbemarkts

**Kernmarkt Deutschland wächst deutlich.** Die TV-Werbemärkte weisen eine hohe Korrelation mit den makroökonomischen Rahmenbedingungen auf. Entsprechend positiv fallen die von Nielsen Media Research veröffentlichten Brutto-Zahlen für den deutschen TV-Werbemarkt aus. So lagen die Brutto-Investitionen in TV-Werbung 2010 mit 10,91 Mrd Euro um 16,2 Prozent über dem Vorjahreswert von 9,39 Mrd Euro. Vor allem das vierte Quartal 2010 trug mit 3,62 Mrd Euro (+14,9%) zum Wachstum der Brutto-Werbeinvestitionen bei. Die Verteilung der Werbebudgets auf die einzelnen Mediengattungen spiegelt den positiven Trend wider: Das Fernsehen konnte seinen Anteil am Brutto-Werbemarkt auf Basis von Nielsen-Zahlen mit einem Plus von 2,0 Prozentpunkten auf 43,6 Prozent am stärksten ausbauen – ein klarer Indikator für die Attraktivität und Effektivität des Mediums als Werbeplattform.

Mit einem Brutto-Marktanteil von 43,6 Prozent baute die SevenOne Media GmbH, die Vermarktungsgesellschaft der ProSiebenSat.1 Group für den deutschen Markt, ihre Wettbewerbsposition in ihrem wichtigsten Umsatzmarkt aus (Vorjahr: 42,9 Prozent). Das Unternehmen profitierte von der Marktdynamik und konnte seine Quoten entsprechend gut kapitalisieren.

Im deutschen Online-Werbemarkt setzte die ProSiebenSat.1 Group ihr Wachstum ebenfalls fort. Im Vermarkteranking der AGOF (Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung) verbesserte sich das Unternehmen von Platz vier auf Platz drei. Der Konzern steigerte seine Online-Werbeumsätze



2010 auf der Basis von Nielsen Media Research um brutto 14,0 Prozent auf 125,5 Mio Euro (Vorjahr: 110,1 Mio Euro). Der Online-Werbemarkt verzeichnete ein Umsatzplus von 35,5 Prozent auf 2,37 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 1,75 Mrd Euro).

**Positiver Trend in den meisten internationalen Märkten.** In den meisten internationalen TV-Märkten der ProSiebenSat.1 Group hat die anziehende Konjunktur das Buchungsverhalten der Werbewirtschaft ebenfalls positiv beeinflusst. Vor allem in den skandinavischen Ländern stiegen die Netto-Investitionen in TV-Werbung deutlich an. In den osteuropäischen Märkten Ungarn und Rumänien lagen die Investitionen in TV-Werbung vor dem Hintergrund einer nach wie vor schwachen Konjunktur unter dem Vorjahreswert.

### **Entwicklung des Zuschauermarkts**

Die TV-Sender der ProSiebenSat.1 Group konnten im vergangenen Jahr ihre Marktposition in fast allen Ländern ausbauen und insbesondere im vierten Quartal bei ihren Zuschauern punkten.

In Deutschland kamen SAT.1, ProSieben und kabel eins auf einen gemeinsamen Marktanteil von 28,5 Prozent bei den 14-bis 49-jährigen Zuschauern (ohne N24). Damit haben sich die deutschen TV-Sender in einem wettbewerbsintensiven Branchenumfeld mit der Übertragung der olympischen Winterspiele zum Jahresauftakt und der Fußball-WM im Juni und Juli 2010 auf den Konkurrenzprogrammen vergleichsweise gut behauptet: 2009 betrug der Marktanteil ohne N24 28,8 Prozent. Durch die Fußball-Weltmeisterschaft im Jahr 2010 verlor die deutsche Senderfamilie 0,4 Prozentpunkte. In den Niederlanden ging der Gruppenmarktanteil der TV-Sender Veronica, SBS6 und Net5 im Jahr 2010 um 3,3 Prozentpunkte auf 24,0 Prozent zurück. Hier wirkten sich neben den beiden großen Sportevents auch quotenstarke Neustarts der Wettbewerber auf das Ergebnis aus. In Schweden beeinflusste zudem die Wahlberichterstattung und die Übertragung der Königshochzeit die Entwicklung der Marktanteile. Kanal 5 und Kanal 9 verloren vor diesem Hintergrund zusammen 0,6 Prozentpunkte.

Die ProSiebenSat.1-Sender haben sich unter anderem aufgrund ihrer komplementären Programmierung sowie der „Mehr-Sender-Strategie“ in einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld behauptet. Ziel dieser Strategie ist es, durch den Launch neuer Sender weitere Zielgruppen zu erschließen. Bereits 2009 wurde der Sender 6'eren in Dänemark gegründet, der sich speziell an das männliche Publikum richtet. 2010 folgten mehrere ProSiebenSat.1-Länder diesem Beispiel: In Deutschland ging im Mai der deutsche Frauensender sixx on Air. Im November startete die norwegische Sendergruppe den Männersender MAX. Seit Januar 2011 gibt es in Ungarn mit PRO4 ebenfalls einen Sender für das männliche Publikum, nachdem schon im Januar 2010 FEM3 für die weibliche Zielgruppe auf Sendung gegangen war. Neben der Schärfung der Senderprofile durch zielgruppengenaue Abstimmung geht es weiterhin um eine effektive Nutzung des Programmvermögens. Innerhalb der ProSiebenSat.1 Group setzen die einzelnen Sender auf eine Mischung aus regionalen Eigen- und Auftragsproduktionen sowie internationalen Lizenzformaten, zumeist aus den USA.

## **Geschäftsverlauf im Jahr 2010**

### **Wesentliche Ereignisse und Merkmale des Geschäfts**

**Verkauf der Nachrichtensparte vollzogen.** Die ProSiebenSat.1 Group hat im Jahr 2010 N24 und MAZ & More veräußert. Durch die Auslagerung der Nachrichtenproduktion hat der Konzern seine Kostenstruktur weiter optimiert. Gleichzeitig sichert eine Vertragsvereinbarung die langfristige Versorgung der Sendergruppe mit qualitativ hochwertigen Nachrichtenformaten. Die N24 Media



GmbH wird bis Ende 2016 alle Nachrichtenformate für die Sender SAT.1, ProSieben und kabel eins weiter produzieren. Auch das SAT.1-Frühstücksfernsehen und das SAT.1-Magazin werden bis mindestens Mitte 2014 von dem neuen Unternehmen erstellt. Der Anteilskaufvertrag wurde Ende Juni 2010 vollzogen.

**Positives Werbemarktklima treibt Wachstum.** Die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen hatten im Wesentlichen folgende Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf der ProSiebenSat.1 Group:

- Die Konjunktur hat sich 2010 wieder kräftig erholt. Davon haben auch die TV-Werbemärkte profitiert. Vor diesem Hintergrund steigerte die ProSiebenSat.1 Group ihre Umsätze aus TV-Werbung in nahezu allen Märkten und konnte insbesondere in ihrem Kernmarkt die Zuschauerleistung der TV-Sender in allen vier Quartalen kapitalisieren. Höhere Distributionserlöse unter anderem aufgrund zusätzlicher Vereinbarungen mit Kabelnetzbetreibern trieben zudem das Umsatzwachstum im internationalen TV-Geschäft.
- Den Großteil der Erlöse erzielt die ProSiebenSat.1 Group in der Euro-Zone. In ihren nord- und osteuropäischen Märkten wird die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns und seiner Segmente allerdings auch durch Schwankungen der jeweiligen Heimatwährungen gegenüber der Konzernwährung Euro beeinflusst. Im Vorjahresvergleich hat insbesondere die Schwedische Krone gegenüber dem Euro an Wert gewonnen und damit das Umsatzniveau positiv beeinflusst.
- **Q4 ist das wichtigste Umsatzquartal.** Die saisonalen Schwankungen im TV-Geschäft spiegeln sich größtenteils in der Entwicklung der Zuschauerquoten, d.h. der Reichweite der TV-Programme und damit auch der Werbespots, wider. Da sowohl die Fernsehnutzung als auch die Konsumbereitschaft in der Vorweihnachtszeit steigen, verbucht die ProSiebenSat.1 Group im vierten Quartal den Großteil ihrer TV-Werbeeinnahmen. Insgesamt werden jährlich typischerweise rund 30 Prozent des Umsatzes und rund 40 Prozent des recurring EBITDA im vierten Quartal erzielt.

### Erläuterungen zur Berichtsweise

Die ProSiebenSat.1 Media AG wendet im Berichtsjahr erstmalig die durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) geänderten Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften des HGB gemäß Art. 66 Abs. 3 S. 1 EGHGB an. Die Anpassung der Wertansätze erfolgt unter Beachtung der Übergangsvorschriften zum 1. Januar 2010. Die Vorjahresvergleichszahlen wurden gemäß Art. 67 Abs. 8 S. 2 EGHGB nicht an die geänderten Ansatz- und Bewertungsmethoden angepasst.

### Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Der **Umsatz** der ProSiebenSat.1 Media AG stieg im Geschäftsjahr 2010 um 8,3 Mio Euro oder 73,5 Prozent auf 19,6 Mio Euro. Der Umsatzanstieg gegenüber dem Jahr 2009 ist hauptsächlich auf höhere Erlöse aus dem Verkauf von Programmnebenrechten zurückzuführen.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** verzeichneten gegenüber dem Vorjahr einen Anstieg um 161,9 Mio Euro auf 258,7 Mio Euro im Jahr 2010. Diese Zunahme resultiert im Wesentlichen aus



nicht steuerwirksamen Zuschreibungen auf Unternehmen der deutschen Sendergruppe in Höhe von 160,0 Mio Euro.

Die **Betriebsaufwendungen** betragen 195,3 Mio Euro, nach 196,0 Mio Euro im Jahr 2009. Die darin beinhalteten sonstigen betrieblichen Aufwendungen und Abschreibungen auf das Anlagevermögen verzeichneten im vergangenen Geschäftsjahr einen leichten Anstieg. Durch niedrigere Personal- sowie Programm- und Materialaufwendungen wurde dieser Effekt jedoch mehr als ausgeglichen.

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich im Geschäftsjahr 2010 auf 1.306,0 Mio Euro. Im Vorjahr wies die ProSiebenSat.1 Media AG ein Finanzergebnis von 96,6 Mio Euro aus. Die signifikante Verbesserung des Finanzergebnisses ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen:

- Das **Beteiligungsergebnis**, das heißt die Erträge aus Beteiligungen und Gewinnabführungsverträgen abzüglich der Aufwendungen aus Verlustübernahme, stieg um 1.160,3 Mio Euro auf 1.442,8 Mio Euro. Insgesamt verzeichneten die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen im Geschäftsjahr 2010 einen Anstieg um 1.010,3 Mio Euro auf 1.458,6 Mio Euro. Dies resultiert einerseits aus einer Zunahme der abgeführten Gewinne durch die deutsche Senderfamilie, die sich um 392,2 Mio Euro auf 542,0 Mio Euro erhöhten. Andererseits beeinflussten nicht steuerwirksame Zuschreibungen auf die internationalen Geschäftstätigkeiten in Höhe von 862,0 Mio Euro die deutlich höheren Erträge aus Gewinnabführungsverträgen. Die Aufwendungen aus Verlustübernahmen sind hingegen gesunken und betragen 15,8 Mio Euro (Vorjahr: 166,4 Mio Euro). Im Vorjahr waren die Aufwendungen aus Verlustübernahme insbesondere durch Wertberichtigungen auf die internationalen Geschäftsfelder des ProSiebenSat.1-Konzerns geprägt.
- Die **Abschreibungen auf Finanzanlagen und Wertpapiere des Umlaufvermögens** reduzierten sich im Geschäftsjahr 2010 um 19,5 Mio Euro auf 0,5 Mio Euro. Im Vorjahr ergaben sich außerplanmäßige Abschreibungen aus der rückläufigen Umsatzentwicklung des deutschen Call-TV-Geschäfts in Höhe von EUR 20,0 Mio Euro.
- Die **Zinsaufwendungen** verringerten sich um 30,1 Mio Euro auf 150,6 Mio Euro. Ihr Rückgang resultiert im Wesentlichen aus einem weiter gesunkenen Zinsniveau sowie einer reduzierten Nettoverschuldung.

Das **Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit** verzeichnete vor diesem Hintergrund einen deutlichen Anstieg um insgesamt 1.380,3 Mio Euro auf 1.389,0 Mio Euro. Im außerordentlichen Ergebnis von 1.074,0 Mio Euro (Vorjahr 0,0 Mio Euro) sind die Umstellungseffekte aus der erstmaligen Anwendung des BilMoG erfasst. Nach Abzug des ergebnisbedingt höheren Aufwands für Steuern vom Einkommen und vom Ertrag in Höhe von 106,6 Mio Euro (Vorjahr: 64,3 Mio Euro) sowie sonstiger Steuern weist die ProSiebenSat.1 Media AG 2010 ein **Jahresüberschuss** von 1.280,5 Mio Euro aus (Vorjahr: Jahresfehlbetrag 56,1 Mio Euro).

## Finanz- und Vermögenslage

### Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

Risikokontrolle und zentrale Steuerung sind Grundsätze des Finanzmanagements der ProSiebenSat.1 Group. Das Finanzmanagement erfolgt zentral durch den Bereich Group Finance & Treasury der ProSiebenSat.1 Media AG. Dieser Bereich steuert das konzernweite



Finanzmanagement und ist zentraler Ansprechpartner der für Finanzen zuständigen Geschäftsführer und Mitarbeiter auf Ebene der internationalen Tochtergesellschaften. Die übergeordneten Ziele unseres Finanzmanagements sind:

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

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

- Ziel des **Kapitalstrukturmanagements** ist es, die Ausgestaltung der Kapitalstruktur bzw. der Finanzierung des Konzerns über den Einsatz unterschiedlicher Finanzierungsinstrumente zu optimieren. Hierzu gehören Eigenkapital oder eigenkapitalähnliche Instrumente wie auch Fremdfinanzierungsinstrumente. Bei der Auswahl von Finanzierungsinstrumenten werden Marktaufnahmefähigkeit, Refinanzierungsbedingungen, Flexibilität bzw. Auflagen, Investorendiversifikation und Laufzeit- bzw. Fälligkeitsprofile berücksichtigt. Fremdfinanzierungsmittel im Konzern werden zentral aufgenommen bzw. gesteuert. Auf diese Weise können Größenvorteile genutzt und Kapitalkosten optimiert werden. Im Rahmen des Kapitalstrukturmanagements der ProSiebenSat.1 Group kommt der Steuerung des Verschuldungsgrades ein besonderer Stellenwert zu.
- Die Optimierung und Zentralisierung der Zahlungsströme innerhalb des Konzerns sowie die Sicherung der konzernweiten Liquidität erfolgt im Rahmen des **Cash- und Liquiditätsmanagements**. Ein wichtiges Instrument sind Cash-Pooling-Verfahren. Beim Liquiditätsmanagement werden im Rahmen einer rollierenden konzernweiten Liquiditätsplanung die operativen Cashflows sowie die Cashflows aus nicht operativen Geschäften erfasst bzw. prognostiziert und hieraus gegebenenfalls Liquiditätsüberschüsse oder Bedarfe abgeleitet. Liquiditätsbedarfe werden über die bestehenden Cashpositionen oder die revolvingende Betriebsmittellinie (RCF) abgedeckt.
- Das **Management von Marktpreisrisiken** umfasst das Zins- und Währungsmanagement. Es wird zentral vorgenommen bzw. gesteuert und hat die Aufgabe, die Auswirkungen von Schwankungen im Zinsergebnis und auf das Ergebnis der operativen Geschäftseinheiten und den Konzern zu begrenzen. Zum Einsatz kommen neben Kassageschäften auch derivative Finanzinstrumente wie bedingte und unbedingte Termingeschäfte. Diese Instrumente werden allerdings nur zu Sicherungszwecken eingesetzt.
- Im Mittelpunkt des **Managements von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken** stehen Handelsbeziehungen und Gläubigerposition gegenüber Finanzinstituten. Bei Handelsgeschäften wird auf eine möglichst breite Streuung der Volumina mit Kontrahenten ausreichend guter Bonität geachtet. Hierzu werden unter anderem externe Ratings der internationalen Agenturen herangezogen. Das Kreditrisiko gegenüber Finanzinstituten entsteht vor allem durch die Anlage liquider Mittel



---

und den Abschluss von derivativen Finanzinstrumenten im Rahmen des Zins- und Währungsmanagements.

## **Fremdkapitalausstattung**

### **Syndizierte Kreditvereinbarung**

Zum 31. Dezember 2010 betragen die Darlehensverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Media AG 2.286,7 Mio Euro (Vorjahr: 2.562,0 Mio Euro). Wesentlicher Bestandteil der konzernweiten Unternehmensfinanzierung sind verschiedene besicherte endfällige Darlehen in Höhe von ursprünglich insgesamt 3,6 Mrd Euro mit einer Laufzeit bis Juli 2014 (**Term Loan B**) bzw. Juli 2015 (**Term Loan C**). Im Geschäftsjahr erfolgte eine Rückzahlung der endfälligen Darlehen in Höhe von 10,9 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro). Die Summe der endfälligen Darlehen belief sich somit zum 31. Dezember 2010 konzernweit auf 3.559,7 Mio Euro (Vorjahr: 3.570,6 Mio Euro). Sämtliche Term Loans sind in Euro in Anspruch genommen. Die von der ProSiebenSat.1 Media AG ausgewiesenen Darlehensverbindlichkeiten betreffen Term Loan B in Höhe von 1.239,1 Mio Euro (Vorjahr: 1.241,6 Mio Euro) und Term Loan C in Höhe von 817,6 Mio Euro (Vorjahr: 823,1 Mio Euro).

Darüber hinaus beinhaltet die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung des ProSiebenSat.1-Konzerns eine **revolvierende Kreditfazilität** (RCF) mit einer Laufzeit bis Juli 2014 und einem Rahmenvolumen von ursprünglich 600,0 Mio Euro. Infolge der globalen Finanzkrise können seit Herbst 2008 zwei RCF-Kreditgeber ihren vertraglichen Verpflichtungen nicht mehr nachkommen, so dass der aktuell verfügbare Kreditrahmen - unter Berücksichtigung bereits in Anspruch genommener Mittel dieser beiden Fremdkapitalgeber - nunmehr 581,8 Mio Euro (Vorjahr: 594,7 Mio Euro) beträgt. Da derzeit davon auszugehen ist, dass diese Kreditgeber bei einer Neu-Inanspruchnahme nicht partizipieren werden, würde eine zwischenzeitliche vollständige Rückführung der revolvierenden Kreditfazilität vermutlich zu einer Reduktion ihres Volumens um insgesamt 32,7 Mio Euro auf dann 567,3 Mio Euro führen.



### Konzernweite Unternehmensfinanzierung

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

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

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

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

**RCF im Berichtsjahr teilweise zurückgeführt.** Der Konzern kann die bestehende revolvingende Kreditfazilität in verschiedenen Währungen variabel für allgemeine betriebliche Zwecke in Anspruch nehmen. Dazu zählen neben Barinanspruchnahmen für notwendige Investitionen und Betriebsmittel beispielsweise auch Bürgschaften für Anzahlungen und Gewährleistungen (Avale). Inanspruchnahmen erfolgten bisher ausschließlich in Euro.

Unter Berücksichtigung von Avalinanspruchnahmen in Höhe von 26,5 Mio Euro wurden zum 31. Dezember 2010 aus der revolvingenden Kreditfazilität 256,5 Mio Euro in Anspruch genommen. Zum 31. Dezember 2009 hat der ProSiebenSat.1-Konzern den RCF noch in Höhe von 528,0 Mio Euro genutzt (inklusive Avalinanspruchnahmen von 30,8 Mio Euro).

Der bei der ProSiebenSat.1 Media AG ausgewiesenen Barinanspruchnahme der revolvingenden Kreditfazilität in Höhe von 230,0 Mio Euro (Vorjahr: 497,2 Mio Euro) stehen die liquiden Mittel der ProSiebenSat.1 Group von 740,7 Mio Euro gegenüber (Vorjahr: 737,4 Mio Euro). Die liquiden Mittel auf Ebene der ProSiebenSat.1 Media AG betragen zum Stichtag 629,1 Mio Euro (Vorjahr: 646,9 Mio Euro).

**Großteil der verzinslichen Finanzverbindlichkeiten durch Derivate abgesichert.** Risiken aus der Änderung von variablen Zinssätzen werden durch derivative Finanzgeschäfte in Form von Zinsswaps abgesichert. Die Absicherungsquote auf Ebene der ProSiebenSat.1 Media AG liegt per 31. Dezember 2010 bei 76,5 Prozent (Vorjahr: 68,3%). Der Konzern hat 78,7 Prozent der aus den Term Loans resultierenden variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten über verschiedene Zinsswaps abgesichert.

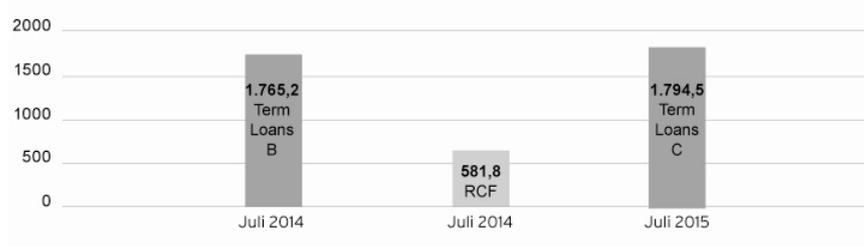


Der durchschnittliche, festverzinsliche Swapsatz beträgt rund 4,60 Prozent per annum. Die Verzinsungen der ungesicherten Term Loan Teilbeträge sowie der Inanspruchnahmen aus dem RCF erfolgen variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen.

Die zusätzliche Kreditmarge an die Kreditgeber betrug im Geschäftsjahr 2010 für das Term Loan C 1,875 Prozent per annum. Die Kreditmarge für das Term Loan B und den RCF reduzierte sich im Geschäftsjahr 2010 aufgrund des geringeren Verschuldungsgrads von ursprünglich 1,750 Prozent per annum auf 1,500 Prozent per annum.

#### Fremdkapitalausstattung und Laufzeiten

in Mio EUR



#### Leasing

Die ProSiebenSat.1 AG hat Mietverträge für am Standort Unterföhring genutzte Immobilien abgeschlossen. Die Verträge enden frühestens im Jahre 2019.

#### Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente

Im Berichtsjahr bestanden in der ProSiebenSat.1 Group keine wesentlichen außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente.

#### Liquidität und Cashflow

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

Die ProSiebenSat.1 Media AG fungiert für die Konzernunternehmen, insbesondere für die deutschen Sender, als Einkaufskommissionär für das Programmvermögen. 2010 flossen 458,2 Mio Euro für **Investitionen in das Programmvermögen** ab (Vorjahr: 342,2 Mio Euro). Die gesamten künftigen finanziellen Verpflichtungen aus bereits abgeschlossenen Programmeinkaufsverträgen belaufen sich zum 31. Dezember 2010 auf 1.745,0 Mio Euro (Vorjahr: 2.416,7 Mio Euro).

Die Zahlungsmittelabflüsse für Investitionen in das Anlagevermögen auf Ebene der ProSiebenSat.1 Media AG betragen im Berichtsjahr 8,7 Mio Euro (Vorjahr: 14,7 Mio EUR).

Die folgende Darstellung des Cashflows bezieht sich auf die gesamte ProSiebenSat.1 Group, da diese die Liquidität der ProSiebenSat.1 Media AG in hohem Maße beeinflusst:

- **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit.** Der 2010 erwirtschaftete Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit betrug 1,607 Mrd Euro und lag damit um 8,8 Prozent



bzw. 129,8 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr ist von gegenläufigen Effekten geprägt: Die gute Geschäftsentwicklung in nahezu allen Märkten führte zu einem im Vergleich zum Vorjahr deutlich verbesserten Konzernergebnis, das den Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit positiv beeinflusste. Die positive Entwicklung wurde durch u.a. höhere Steuerzahlungen teilweise kompensiert.

- **Cashflow aus Investitionstätigkeit.** Aus der Investitionstätigkeit ergab sich im Jahr 2010 ein Mittelabfluss von 1,325 Mrd Euro (Vorjahr: 1,314 Mrd Euro).

Schwerpunkt der Investitionstätigkeit bildet bei der ProSiebenSat.1 Group der Lizenzeinkauf sowie der Programmwerb durch Auftrags- und Fremdproduktion. Der Mittelabfluss aus dem Programmwerb betrug im Berichtszeitraum 1,234 Mrd Euro und lag damit auf Vorjahresniveau von 1,227 Mrd Euro (Vorjahr: +0,5%). Im laufenden Jahr hat der Konzern unter anderem einen mehrjährigen Lizenzvertrag mit Constantin Film für seine deutschsprachigen TV-Sender geschlossen. Für seine internationalen Sender hat der Konzern beispielsweise die Free-TV-Rechte für neue Produktionen aus dem Hause Warner Brothers International (Belgien: VT4 und VIJFtv) und der Regency Tochter Monarchy Enterprises (Niederlande: Veronica, Net 5) erworben. Auch in den Erwerb von Sportrechten hat der Konzern investiert. So hat sich das Unternehmen bis 2013 die Live-Übertragungsrechte an Spielen der englischen Premier League für Dänemark und des niederländischen Fußball-Pokals gesichert. Für seine deutsche Sendergruppe hat der Konzern die Übertragungsrechte an jeweils zwei Weltmeisterschaftskämpfen der Boxer Felix Sturm und Robert Stieglitz bis 2011 erworben.

Die Mittelabflüsse aus Änderungen im Konsolidierungskreis betragen im Jahr 2010 insgesamt 11,8 Mio Euro (Vorjahr: 18,8 Mio Euro). Zu einem Mittelabfluss führte unter anderem die sukzessive Portfolioerweiterung der Red Arrow Entertainment Group. Red Arrow hat im Jahr 2010 Beteiligungen an den Produktionsfirmen Kinetic Content (USA) sowie Sultan Sushi (Belgien) erworben. Die Auszahlungen im Rahmen von Desinvestitionen beliefen sich auf 37,3 Mio Euro (Vorjahr: Einzahlungen von 5,5 Mio Euro). Sie stehen im Zusammenhang mit der Veräußerung von N24 und MAZ&More.

- **Free Cashflow.** Der Free Cashflow stieg als einer der wichtigsten Indikatoren für die Ertrags- und Finanzkraft gegenüber dem Vorjahr deutlich an. Er verbesserte sich vor allem ergebnisbedingt im Berichtszeitraum um 72,5 Prozent auf 282,2 Mio Euro (Vorjahr: 163,6 Mio Euro).
- **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit.** Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrug in 2010 minus 290,4 Mio Euro gegenüber minus 62,6 Mio Euro im Vorjahr. Im Jahr 2010 hat die ProSiebenSat.1 Group in vergleichsweise größerem Umfang Finanzverbindlichkeiten zurückgeführt: Zu einem hohen Mittelabfluss von insgesamt 267,2 Mio Euro führte vor allem die Rückführung der revolvingierenden Kreditfazilität im vierten Quartal 2010. Darüber hinaus trug die partielle Rückführung der bestehenden Term Loans in Höhe von 10,9 Mio Euro zu dem gestiegenen Mittelabfluss bei. Für die Dividendenzahlung im Juni 2010 flossen wie im Vorjahr 2,1 Mio Euro ab.



---

## Vermögenslage und Kapitalstruktur

Die **Bilanzsumme** der ProSiebenSat.1 Media AG stieg gegenüber dem 31. Dezember 2009 um 1.265,0 Mio Euro auf 8.538,1 Mio Euro am 31. Dezember 2010 (+17,4%).

Das **Anlagevermögen** erhöhte sich 2010 im Vergleich zum Vorjahresstichtag um 160,0 Mio Euro auf 5.917,6 Mio Euro (+2,8%). Die in den Finanzanlagen ausgewiesenen Anteile an verbundenen Unternehmen stiegen um 159,9 Mio Euro auf 5.862,9 Mio Euro (+2,8%). Der Anstieg ergibt sich im Wesentlichen aus einer Zuschreibung auf Unternehmen der deutschen Sendergruppe in Höhe von 160,0 Mio Euro.

Das **Umlaufvermögen** erhöhte sich gegenüber dem 31. Dezember 2009 um 1.110,9 Mio Euro auf 2.597,8 Mio Euro (+74,7%). Ursache hierfür sind vor allem die gegenüber dem Vorjahr wegen der Zuschreibungen auf die internationalen Geschäftstätigkeiten in Höhe von 862,0 Mio Euro höheren Forderungen gegen verbundene Unternehmen. Sie verzeichneten einen Anstieg um 1.176,4 Mio Euro auf 1.856,6 Mio Euro. Darin enthalten sind Forderungen aus Ergebnisabführungsverträgen in Höhe von 1.458,6 Mio Euro, nach 449,7 Mio Euro zum 31. Dezember 2009.

Außerdem werden im Gegensatz zum Vorjahr die Forderungen bzw. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen sowie aus Vorgängen des Cash- Poolings nicht mehr saldiert, sondern einzeln als Forderung respektive Verbindlichkeit ausgewiesen. In diese Saldierung nicht einbezogen wurden im Vorjahr Darlehen mit Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group sowie Forderungen bzw. Verbindlichkeiten aus der Ergebnisabführung. Im Wesentlichen aufgrund niedriger Vorauszahlungen für das Programmvermögen nahmen die sonstigen Vermögensgegenstände um 35,2 Mio Euro auf 86,7 Mio Euro ab (-28,9%).

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen verzeichneten stichtagsbedingt einen Anstieg um 9,3 Mio Euro auf 21,5 Mio Euro (+76,2%).

Die **liquiden Mittel** haben sich gegenüber dem Vorjahr um 17,8 Mio Euro auf 629,1 Mio Euro verringert (-2,8%). Die zum 31. Dezember 2009 noch mit 24,5 Mio Euro in den Wertpapieren des Umlaufvermögens ausgewiesenen eigenen Anteile wurden offen vom Gezeichneten Kapital abgesetzt bzw. mit den frei verfügbaren Rücklagen verrechnet. Rechtsgrundlage hierfür bildet der durch das BilMoG eingeführte § 272 Abs. 1a HGB.

Die aktiven **Rechnungsabgrenzungsposten** reduzierten sich zum 31. Dezember 2010 gegenüber dem Vorjahr um 5,9 Mio Euro auf 22,7 Mio Euro (-20,6%).

Vor dem Hintergrund des hohen Jahresüberschusses von 1.280,5 Mio (Vorjahr: -56,1 Mio Euro), stieg das **Eigenkapital** zum 31. Dezember 2010 von 2.643,2 Mio Euro auf 3.908,3 Mio Euro (+47,9%). Zudem prägten Effekte aus der Erstanwendung des BilMoG das Eigenkapital. Zum 31. Dezember 2010 sind eigene Anteile im Nennbetrag von 5,7 Mio Euro vom gezeichneten Kapital abgesetzt. Die Gewinnrücklagen enthalten die wertmäßige Differenz zwischen Nennbetrag und den Anschaffungskosten der eigenen Anteile in Höhe von 10,8 Mio Euro sowie Beträge aus den Aktienoptionsplänen in Höhe von 6,0 Mio Euro. Die zum 31. Dezember 2009 ausgewiesene Rücklage für eigene Anteile wurde aufgelöst und in die Gewinnrücklagen eingestellt.

Zum 31. Dezember 2010 stieg die Eigenkapitalquote auf 45,8 Prozent gegenüber 36,3 Prozent zum 31. Dezember 2009.

Der Rückgang der gesamten **Rückstellungen** um 31,7 Mio Euro auf 102,1 Mio Euro (Vorjahr 133,8 Mio Euro) resultiert größtenteils aus niedrigeren Steuerrückstellungen.



Mit 4.527,6 Mio Euro liegen die **Verbindlichkeiten** am 31. Dezember 2010 nahezu auf Vorjahresniveau von 4.496,1 Mio Euro (+0,7%). Die darin enthaltenen Darlehensverbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten reduzierten sich um 275,3 Mio Euro auf 2.286,7 Mio Euro (Vorjahr: 2.562,0 Mio Euro). Ihr Rückgang ist im Wesentlichen auf die niedrigere Inanspruchnahme der revolvingierenden Kreditfazilität in Höhe von 230,0 Mio Euro (Vorjahr: 497,2 Mio Euro) zurückzuführen. Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen stiegen demgegenüber um 267,6 Mio Euro bzw. 15,4 Prozent auf 2.007,4 Mio Euro. Den erhöhenden Effekten aus dem zuvor genannten Verzicht aus der Saldierung stehen niedrigere Verbindlichkeiten aus Verlustübernahmen gegenüber. Diese haben sich um 150,6 Mio Euro auf 15,8 Mio verringert (-90,5%).

Weitere Informationen zur Vermögens- und Finanzlage sind dem Anhang zum Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG zu entnehmen.

### **Mitarbeiter**

Im Geschäftsjahr 2010 waren durchschnittlich 385 Personen bei der ProSiebenSat.1 Media AG beschäftigt, darunter 353 Mitarbeiter sowie 32 Auszubildende, Volontäre und Praktikanten. Im Vorjahr beschäftigte die ProSiebenSat.1 Media AG durchschnittlich 397 Personen (363 Mitarbeiter, 34 Auszubildende, Volontäre und Praktikanten).

**Diversity-Management.** Wir schätzen die Vielfalt, die unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an persönlichen Eigenschaften, Talenten und Fähigkeiten mitbringen. Unsere Zukunftsfähigkeit wird maßgeblich davon beeinflusst, wie wir die Vielfalt aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördern und nutzen. Ein zentraler Handlungsschwerpunkt liegt auf der gezielten Förderung von Frauen, um in Führungspositionen ein angemessenes Verhältnis zwischen Frauen und Männern herzustellen.

Das Verhältnis von Männern und Frauen bei der ProSiebenSat.1 Group ist sehr ausgeglichen. Im Jahr 2010 waren 52,4 Prozent der Angestellten männlich (Vorjahr: 51,2%) und 47,6 Prozent der Mitarbeiter weiblich (Vorjahr: 48,8%).

Für das Top-Management strebt die ProSiebenSat.1 Group innerhalb der nächsten fünf Jahre einen Frauenanteil von 30 Prozent an. Im Rahmen des Talent- und Nachfolgeplanungsprozesses „Performance Development“ legt die ProSiebenSat.1 Group deshalb besonderen Wert auf die Identifikation weiblicher Talente und Potenzialträger und fördert nachhaltig die Karriere- und Entwicklungsplanung von Mitarbeiterinnen. In Deutschland lag die Frauenquote auf Führungsebene zum Stichtag 31. Dezember 2010 bei 29,3 Prozent (Vorjahr: 30,7%).

Schon heute liegt die ProSiebenSat.1 Group mit ihrem Anteil an weiblichen Angestellten und Frauen in Führungspositionen deutlich über dem Schnitt der deutschen Wirtschaft. Nach einer Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung sind in den 200 größten deutschen Firmen nur 3,2 Prozent der Führungsposten mit Frauen besetzt. In den DAX-Unternehmen liegt der Frauenanteil im Management bei 2,2 Prozent.

**Interne Kindertagesstätte ausgebaut.** Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist ProSiebenSat.1 als Arbeitgeber ein wichtiges Anliegen. Aus diesem Grund gründete das Unternehmen in Unterföhring bereits 2002 eine betriebseigene Kindertagesstätte, in der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Kinder ganztägig betreuen lassen können. Aufgrund der großen Nachfrage hat das Unternehmen die Anzahl der Plätze 2010 verdoppelt. Dazu investierte die ProSiebenSat.1 Group rund 700.000 Euro, unter anderem in einen Gebäudeanbau. Seit August 2010 bietet das Unternehmen nun 74 Betreuungsplätze auf dem Firmengelände für Kinder von ProSiebenSat.1-Mitarbeitern an. Die ProSiebenSat.1 Group investierte 2010 rund 600.000 Euro in die Kinderbetreuung. 240.000 Euro entfielen auf die Kindertagesstätte, 360.000 Euro auf



Betreuungszuschüsse, die monatlich an Eltern mit Kindern im Vorschulalter ausbezahlt werden, die außer Haus betreut werden.

**ProSiebenSat.1 fördert flexible Arbeitsmodelle und Teilzeitarbeit.** Die ProSiebenSat.1 Group setzt seit Jahren auf ein flexibles Gleitzeitmodell für ihre Mitarbeiter. Damit geht der Konzern bewusst auf die unterschiedlichen Leistungsspitzen seiner Mitarbeiter ein und fördert das Engagement seiner Arbeitskräfte. Darüber hinaus haben Mitarbeiter die Möglichkeit, in Teilzeit zu arbeiten. Im Jahr 2010 lag die Teilzeitquote bei 12,5 Prozent (Vorjahr: 12,9%).

**Leistungsgerechte Vergütung nach objektiven Kriterien.** Die Mitarbeiter und Führungskräfte der ProSiebenSat.1 Media AG werden nach dem Prinzip Management by Objectives geführt. Basis hierfür ist ein Zielesystem, das die übergeordneten Unternehmensziele für Mitarbeiter und Führungskräfte konkretisiert, indem es diese systematisch auf Bereichs-, Abteilungs- sowie Individualziele herunterbricht. In Jahresgesprächen definieren die Mitarbeiter mit ihren Vorgesetzten ihre persönlichen Ziele für das Geschäftsjahr, die nicht nur eine klare Zielsetzung vorgeben, sondern gleichzeitig zur Motivation beitragen sollen. So ist das Zielesystem an ein spezielles, leistungsabhängiges Prämienmodell gekoppelt, das den individuellen Zielerreichungsgrad honoriert. Die maximale Prämienhöhe wird unter anderem auf Basis des recurring EBITDA ermittelt. Aufgrund des erfolgreichen Geschäftsjahres lag der EBITDA-abhängige Prämienteil 2010 bei 130 Prozent.

Der Konzern bietet seinen Mitarbeitern neben einem leistungsorientierten Vergütungsmodell ein attraktives Paket an Sozialleistungen. Dazu gehören Angebote zur privaten Altersvorsorge genauso wie Sonderurlaub bei besonderen persönlichen Ereignissen.

**Programm zur Leistungs- und Talentförderung eingeführt.** Die ProSiebenSat.1 Group honoriert Spitzenleistungen und bietet talentierten Mitarbeitern eine Perspektive. Dazu wurde 2010 das Talentmanagement-Programm „Performance Development“ für Führungskräfte und potenzielle Führungskräfte ins Leben gerufen. Mitarbeiter mit sehr guter Leistung und überdurchschnittlichem Potenzial erhalten einen individuellen und langfristig angelegten Entwicklungsplan. Die Teilnehmer bekommen regelmäßig Feedback; dabei spielen Faktoren wie das Verhalten als Führungsperson, als Medienunternehmer und das betriebswirtschaftliche Handeln eine Rolle. Ziel des Programms ist es, den Leistungsbeitrag im gesamten Unternehmen zu steigern. Das Programm ist mit einem Bonussystem verknüpft und ermöglicht im Idealfall eine einmalige Ausschüttung von bis zu 200 Prozent des individuellen Zielbonus.

**Bildungsoffensive gestartet.** Wissen ist ein Wettbewerbsvorteil. Aus diesem Grund startete die ProSiebenSat.1 Group im vergangenen Geschäftsjahr eine interne Weiterbildungsoffensive. Im Juni 2010 gründete das Unternehmen in Deutschland die ProSiebenSat.1 Academy. Das neue Bildungsprogramm zeichnet sich durch individuell entwickelte Bausteine aus, die speziell auf den Qualifizierungsbedarf von ProSiebenSat.1-Mitarbeitern zugeschnitten sind. Im Fokus steht die kontinuierliche Wissensvermittlung in Theorie und Praxis. Kernstück sind Trainings sowie fortlaufende Informationsveranstaltungen mit Expertenvorträgen, die für alle Angestellten offen sind. Ziel ist es, den Mitarbeitern regelmäßig Best-Practice-Beispiele sowie Analysen, Einschätzungen und Trends zu Entwicklungen der Branche vorzustellen, die im Zuge der Digitalisierung immer schneller voranschreiten. Darüber hinaus bietet die ProSiebenSat.1 Academy zahlreiche Seminare zur fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung für Mitarbeiter. Seit Start im Juni 2010 hatte die ProSiebenSat.1 Academy bereits rund 2.000 Teilnehmer.

**Crossmediales Ausbildungskonzept entwickelt.** Die ProSiebenSat.1 Group bildet TV-, Multimedia- und PR-Volontäre aus. Im Geschäftsjahr 2010 hat das Unternehmen für alle Bereiche ein neues Ausbildungskonzept mit crossmedialem Schwerpunkt eingeführt, das noch stärker künftige Marktanforderungen berücksichtigt. Damit lernen ProSiebenSat.1-Volontäre von Beginn an, wie Inhalte plattformübergreifend für unterschiedliche Mediengattungen entwickelt und produziert werden. Zur 24-monatigen Ausbildung gehört ein achtwöchiger Theoriepart. Auch hier



steht der Crossmedia-Gedanke im Vordergrund. Der erste Jahrgang, der nach dem neuen Konzept ausgebildet wird, startete im September 2010 mit 14 Volontären.

Insgesamt beschäftigte ProSiebenSat.1 2010 in Deutschland 164 Auszubildende. Dazu gehören auch Trainees und Auszubildende in den Ausbildungsgängen Kaufleute für audiovisuelle Medien, Veranstaltungskaufleute, Bürokaufleute, Mediengestalter Bild und Ton sowie Mediengestalter Digital und Print.

**Recruiting-Instrumente ausgebaut.** Der Erfolg der ProSiebenSat.1 Group hängt maßgeblich davon ab, wie gut es ihr auch in Zukunft gelingen wird, hochqualifizierte Mitarbeiter für sich zu gewinnen. Aus diesem Grund hat das Unternehmen seine Recruiting-Instrumente 2010 weiter ausgebaut. Zu den zentralen Maßnahmen gehörte die Neugestaltung der Karriereseiten auf der Unternehmens-Homepage unter [www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com). Neben einem deutlichen Ausbau des Informationsbereichs wurde vor allem auf eine unternehmens- und zielgruppenadäquate Gestaltung Wert gelegt. Die neue Website nutzt zahlreiche multimediale Funktionen, um Bewerber anzusprechen – vom Mitarbeitertrailer bis zur interaktiven Stellenanzeige. Gleichzeitig haben die ProSiebenSat.1-Personalverantwortlichen ein Leitbild formuliert, das Bewerbern zeigt, wofür ProSiebenSat.1 als Arbeitgeber steht und welche Anforderungen wir an künftige Mitarbeiter stellen. Darüber hinaus beteiligte sich ProSiebenSat.1 2010 an Karrieremessen.

**Mitarbeiterbefragung mit hoher Teilnahmequote.** 2010 führte die ProSiebenSat.1 Group erneut eine Mitarbeiterumfrage durch. Im Mittelpunkt stand die Frage, in welchen Bereichen sich die Gruppe 2010 im Vergleich zur Mitarbeiterbefragung 2009 verbessert hat und wo Optimierungsbedarf besteht. 66 Prozent der Mitarbeiter beteiligten sich an der Umfrage (Vorjahr: 51%). Insgesamt hat sich das Unternehmen im Vergleich zu 2009 in nahezu allen Kategorien verbessert. Dies gilt insbesondere für das „Vertrauen in Vorstandsentscheidungen“ und dem „Gefühl der Wertschätzung“. Gut schneidet die Gruppe ab, wenn es um die „Leidenschaft für den täglichen Aufgabenbereich“ oder den „Spaß bei der Arbeit“ geht. Der „offene und ehrliche Dialog mit dem Vorgesetzten“, der „faire Umgang“ und die „Atmosphäre im Team“ wurden ebenfalls positiv bewertet. Die Führungskräfte des Unternehmens haben die Ergebnisse im Detail mit ihren Teams besprochen. Für die Punkte, die in der Umfrage als verbesserungswürdig genannt wurden, haben Führungskräfte gemeinsam mit dem Personalmanagement Maßnahmen erarbeitet, die bereits in die Umsetzung gegangen sind.

### **Die ProSiebenSat.1-Aktie**

**Börsenwert verdreifacht.** Nachdem das Börsenjahr 2009 von einer hohen Volatilität und anhaltenden Unsicherheit geprägt war, erholten sich die Bewertungen an den Börsen 2010 deutlich. Der DAX konnte seit Jahresbeginn um 14,3 Prozent zulegen, der MDAX stieg um 31,9 Prozent.

Die im MDAX notierte Aktie der ProSiebenSat.1 Media AG hat von der allgemeinen Erholung stark profitiert und ihren Wert im Jahr 2010 fast verdreifacht. Ihr Kurs ist gegenüber dem letzten Handelstag 2009 um 179,2 Prozent auf 22,50 Euro gestiegen (30. Dezember 2009: 8,06 Euro) und entwickelte sich somit deutlich besser als die Vergleichsindizes.

Die ProSiebenSat.1-Aktie befand sich 2010 in einem nahezu kontinuierlichen Aufwärtstrend. Lediglich gegen Ende des ersten Halbjahres wurde die Kursentwicklung nach einem vorläufigen Jahreshöchstkurs bei 14,20 Euro (30. April 2010) vorübergehend gebremst. Ursächlich hierfür waren wirtschaftspolitische Faktoren wie die Schuldenkrise einiger EU-Staaten, die folgende Euro-Talfahrt sowie Diskussionen um die Auswirkungen möglicher Sparpakete der europäischen Regierungen. Am 7. Dezember 2010 erreichte die ProSiebenSat.1-Aktie mit 23,88 Euro ihren Jahreshöchststand.



Insgesamt wurden im Berichtsjahr 196.464.510 Aktien (Vorjahr: 276.687.511) über das Handelssystem Xetra gehandelt. Das entspricht einem durchschnittlichen täglichen Handelsvolumen von 767.439 Stück (Vorjahr: 1.097.195).

#### Kennzahlen zur ProSiebenSat.1-Aktie

		2010	2009	2008	2007	2006
Grundkapital	Stück	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200
Anzahl Vorzugsaktien* zum Bilanzstichtag	Stück	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600
Anzahl Stammaktien zum Bilanzstichtag (nicht notiert)	Stück	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600
Börsenwert zum Geschäftsjahresende	Mio Euro	4.923	1.764	525	3.586	5.437
Börsenkurs zum Ende des Geschäftsjahres (XETRA)	Euro	22,50	8,06	2,40	16,39	24,85
Höchster Börsenkurs (XETRA)	Euro	23,88	8,98	16,62	30,10	24,85
Tiefster Börsenkurs (XETRA)	Euro	8,13	0,90	1,26	16,00	16,02
Dividende je dividendenberechtigte Vorzugsaktie	Euro	-/-	0,02	0,02	1,25	0,89
Dividendensumme	Mio Euro	-/-	2,07	2,08	269,9	192,5
Dividendenrendite auf Basis Börsenschlusskurs	Prozent	-/-	0,25	0,83	7,60	3,60
Aktienumsatz XETRA (durchschnittlicher Tagesumsatz)	Stück	767.439	1.097.195	1.235.341	716.820	550.670

\* Inkl. eigener Aktien.

#### Stammdaten der ProSiebenSat.1-Aktie

Name	ProSiebenSat.1 Media AG
Aktienart	Nennwertlose Inhaber-Vorzugsaktien
Zulassungssegment	Prime Standard/ Regulierter Markt
Branche	Media
ISIN	DE0007771172

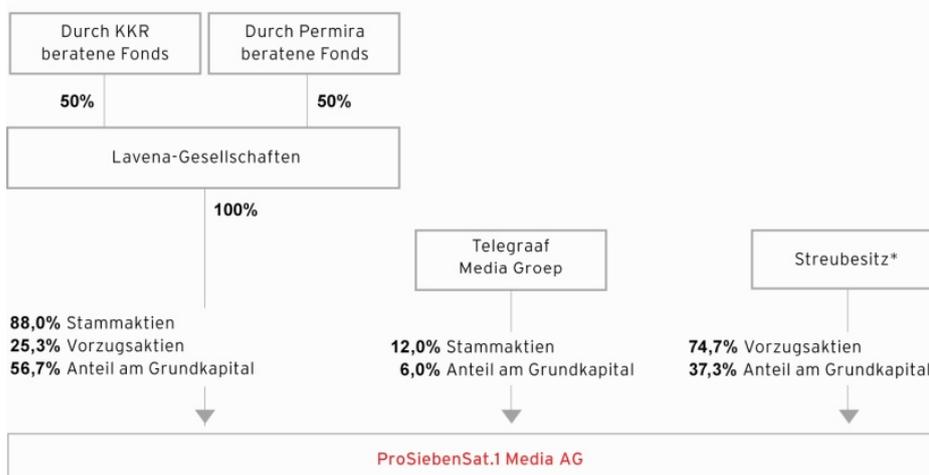
**Hauptgesellschafter sind die Lavena-Holdinggesellschaften.** Das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt 218.797.200 Euro und setzt sich aus 109.398.600 stimmberechtigten Stamm- und 109.398.600 nicht stimmberechtigten, börsennotierten Vorzugsaktien zusammen.

Im Geschäftsjahr 2010 haben sich keine Änderungen an der Aktionärsstruktur ergeben. Hauptgesellschafter der ProSiebenSat.1 Media AG sind die Lavena-Holdinggesellschaften. Sie werden von durch Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. (KKR) bzw. Permira Beteiligungsberatung GmbH (Permira) beratene Fonds kontrolliert.

Die Lavena-Holdinggesellschaften hielten zum 31. Dezember 2010 88,0 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien und 25,3 Prozent der nicht stimmberechtigten Vorzugsaktien. Dies entspricht einem Anteil von 56,7 Prozent am Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media AG. Der niederländische Medienkonzern Telegraaf Media Groep N.V. (TMG) besitzt 12,0 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien bzw. 6,0 Prozent des Grundkapitals. Die verbleibenden rund 74,7 Prozent der Vorzugsaktien, rund 37,3 Prozent des Grundkapitals, befinden sich im Streubesitz (Free Float) bzw. werden von der ProSiebenSat.1 Media AG als eigene Aktien gehalten. Der Bestand an eigenen Aktien betrug am 31. Dezember 2010 knapp 5,7 Mio Stück. Das entspricht 5,2 Prozent der Vorzugsaktien bzw. 2,6 Prozent des Grundkapitals. Große Teile des börsennotierten Vorzugskapitals werden von institutionellen Anlegern gehalten, vor allem aus den USA und Großbritannien.



#### Gesellschafterstruktur der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2010



\* Prozentwert beinhaltet Vorzugsaktien, die als eigene Aktien gehalten werden. Im Berichtsjahr hat sich der Bestand an eigenen Vorzugsaktien um 365.666 Stück auf 5.661.834 Aktien reduziert. Der ProSiebenSat.1 Media AG stehen aus diesen eigenen Aktien gemäß § 71b AktG keine Rechte zu, von der Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar gehaltene eigene Aktien sind nicht dividendenberechtigt.

Nach Ablauf des Berichtsjahrs veräußerten die Lavena-Holdinggesellschaften acht Millionen stimmrechtslose Vorzugsaktien. Mit dem Verkauf am 13. Januar 2011 sank der von den Lavena-Holdinggesellschaften gehaltene Anteil an stimmrechtslosen Vorzugsaktien von 25,3 auf 18,0 Prozent. Nach der Transaktion halten die Lavena-Holdinggesellschaften damit 53,0 Prozent des Grundkapitals und 88,0 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien.

**Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2009.** Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2009 fand am 29. Juni 2010 in der Alten Kongresshalle am Bavariapark in München statt. An der Aktionärsversammlung nahmen rund 300 Anteilseigner und Gäste teil.

Sämtliche zur Wahl gestellten Beschlussvorschläge wurden einstimmig angenommen. Unter anderem wurde den Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats für ihre Tätigkeit im Geschäftsjahr 2009 Entlastung erteilt. Zudem wurde dem Gewinnverwendungsvorschlag für das Geschäftsjahr 2009 zugestimmt und – wie im Vorjahr – die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 0,02 Euro je dividendenberechtigter Inhaber-Vorzugsaktie beschlossen. Auf die Stammaktien entfiel keine Dividende in 2010 für das Jahr 2009. Die Ausschüttungssumme beträgt damit wie im Vorjahr rund 2,1 Mio Euro. Die Dividende wurde am 30. Juni 2010 ausgeschüttet.

**Dialog mit dem Kapitalmarkt intensiviert.** Es ist unser Anspruch, alle Kapitalmarktteilnehmer transparent, zeitnah und umfassend über die Geschäftslage und Zukunftsperspektiven unseres Unternehmens zu informieren. Im Jahr 2010 haben wir die Beziehungen zu Investoren und Analysten weiter intensiviert. Der Vorstand und das IR-Team stellten sich in fast 400 Einzelgesprächen der Diskussion mit Analysten und Investoren. Das Unternehmen präsentierte sich auf zahlreichen Roadshows und nahm an rund 20 Analysten- und Investorenkonferenzen teil. Anlässlich der Veröffentlichung der Jahres- und Quartalszahlen fanden darüber hinaus Telefonkonferenzen statt.

Im Zuge der Neukonzeption des Internetauftritts der ProSiebenSat.1 Media AG wurde zudem der Investor-Relations-Bereich überarbeitet und übersichtlicher strukturiert.



**IR-Aktivitäten und Finanzkommunikation ausgezeichnet.** Für ihre Kapitalmarktkommunikation erhielt die ProSiebenSat.1 Group 2010 erneut Auszeichnungen: Im Wettbewerb „Der beste Geschäftsbericht“ des manager magazins belegte die ProSiebenSat.1 Group in der Kategorie MDAX Platz 7. In der Gesamtwertung aller Börsen-Indizes erlangten wir Platz 22 von rund 160 Unternehmen und verbesserten uns im Ranking damit um 10 Plätze gegenüber dem Vorjahr. Beim „Deutschen Investor Relations Preis 2010“ platzierte sich die ProSiebenSat.1 Group auf Rang 5 im MDAX. Über 800 Fondsmanager und Analysten bewerteten hier die Investor Relations-Abteilungen anhand von Kriterien wie Klarheit der Berichterstattung, Fach- und Branchenwissen und Reaktionsschnelligkeit.

**Analysten empfehlen ProSiebenSat.1-Aktie.** Empfehlungen von Finanzanalysten sind eine wichtige Entscheidungsgrundlage für den Anleger. Im zweiten Halbjahr 2010 haben 19 Brokerhäuser und Finanzinstitute Studien zur ProSiebenSat.1 Media AG veröffentlicht. 53 Prozent der Analysten empfahlen die ProSiebenSat.1-Aktie zum Kauf.

### **Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren**

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

### **Starke Marken**

Alle Free-TV-Sender der ProSiebenSat.1 Group – aber auch die meisten Unternehmen im Geschäftsbereich Diversifikation – sind hundertprozentige Tochtergesellschaften. Dies eröffnet dem Konzern operative Wettbewerbsvorteile bei der Werbezeitenvermarktung, der Verwertung von Programmrechten oder der Zielgruppenausrichtung der Sender. ProSiebenSat.1 betreibt in den meisten Märkten mehrere Kanäle mit komplementärer Programmierung. Die Sender fokussieren verschiedene Kernzielgruppen, um mit speziellen Angeboten alle werberelevanten Altersgruppen zu erreichen.

Die im Rahmen der SBS-Akquisition 2007 erworbenen Markenwerte werden in der Konzernbilanz als sogenannte immaterielle Vermögenswerte ausgewiesen. Als „eigene Marken“ werden SAT.1 und ProSieben hingegen nicht bilanziell erfasst. Sie zählen zu den besonders wichtigen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren der ProSiebenSat.1 Group. Beide Marken stehen seit Jahren für die beliebtesten und erfolgreichsten Fernsehsender in Deutschland. Die Popularität der Sender spiegelt auch die Studie „Relevant Set – Sendervielfalt und Sendernutzung“ aus dem Jahr 2010 wider: Selbst bei Haushalten, die in Deutschland über 150 Sender empfangen können, konzentrieren sich 80 Prozent der täglichen Fernsehnutzung auf nur sechs Sender. Im sogenannten Relevant Set sind vor allem die großen Sendermarken vertreten, darunter SAT.1 und ProSieben:

- **SAT.1:** Seit über 25 Jahren begeistert SAT.1 seine Zuschauer mit vielfältigem und preisgekröntem Fernsehen für die ganze Familie. Neben Filmevents wie „Die Säulen der Erde“, eigenproduzierten TV-Movies und Erfolgsserien wie „Danni Lowinski“ oder „Der letzte Bulle“ prägen Shows wie „Die perfekte Minute“ und populäre Comedyformate das unverwechselbare Programm. Ergänzt wird das Profil durch europäischen Spitzenfußball aus der Champions League, erfolgreiche US-Serien und packende Hollywood-Blockbuster. Eine Umfrage zu den Imagewerten der Sender hat gezeigt, dass SAT.1 die



---

Nummer eins in den Genres Comedysows, Frühstücksfernsehen und Fußballsendungen ist.

- **ProSieben:** Nationale und internationale TV-Preise bestätigen die herausragende Programmqualität von ProSieben. In einer Umfrage des Werbezeitenvermarkters SevenOne Media wählten die 14-49 jährigen ProSieben auf Platz eins, wenn es darum geht, wie sympathisch, unterhaltsam, modern, spannend, vielseitig oder innovativ ein Sender ist. Besonders gute Imagewerte erzielt ProSieben in seiner Kernzielgruppe, den unter 30-Jährigen. Außerdem rangiert ProSieben in den Genres Unterhaltung, Spielfilme, Serien am Abend, Mysteryserien, Kultserien für Frauen sowie amerikanische Comedyserien unangefochten auf Platz eins. Bei der Frage, welchen Sender die Teilnehmer mit auf eine einsame Insel nehmen würden, entschieden sich die meisten für ProSieben. Darüber hinaus wurde ProSieben mit 57 Prozent zum generell beliebtesten deutschen TV-Sender gewählt.

Für die Qualität und Beliebtheit der ProSiebenSat.1-Programme stehen auch Fanseiten in sozialen Netzwerken. Allein bei Facebook haben TV-Formate wie „Galileo“ oder „TV Total“ mehrere Hunderttausend Fans. Zuschauer haben die Möglichkeit, Programme zu bewerten und zu diskutieren. Die Sender nutzen die Portale als Marketingtools und informieren Zuschauer tagesaktuell über TV-Programme. Zugleich sind die Kommentare für Redaktionen ein wichtiges Instrument, um qualitatives Feedback von Zuschauern zu gewinnen.

Die Marketingaufwendungen des Konzerns betragen im Jahr 2010 rund 75 Mio Euro (Vorjahr: 76,0 Mio Euro). Dazu zählen alle Aufwendungen im Rahmen der Programm- und Imagekommunikation der ProSiebenSat.1 Group mit Ausnahme der Marktforschung und der Kommunikationsaktivitäten der ProSiebenSat.1 Holding. Auf den deutschsprachigen Raum entfallen rund 50 Prozent der Marketingaufwendungen (Vorjahr: 56,5%).

### **Langjährige Lieferantenbeziehungen**

Voraussetzung für den Erfolg der ProSiebenSat.1-Sender bei den Zuschauern sind attraktive Programme. Aus diesem Grund pflegt das Unternehmen ein enges Netzwerk zu nationalen und internationalen Filmstudios sowie Film- und TV-Produzenten. Die ProSiebenSat.1 Group hat langfristige Verträge mit nahezu allen großen Hollywood-Studios, darunter Twentieth Century Fox Television, Sony Pictures International, Paramount, CBS, Disney, Warner, Dreamworks, die New Regency-Tochter Monarchy Enterprises und Constantin Film. Diese Verträge sichern die langfristige Programmversorgung der Gruppe. Zusätzlich arbeitet die ProSiebenSat.1 Group in den jeweiligen Märkten mit Kreativpartnern zusammen. Dazu zählen externe Magazin- und Showproduzenten, die neue Formate für die Gruppe entwickeln und produzieren. Große und länderübergreifende Content-Pakete verhandelt ProSiebenSat.1 zentral, Lizenzverträge werden von den europäischen Sendern selbst geschlossen.



## Solide Kundenbeziehungen

### Werbekunden

Stabile Beziehungen zu Werbekunden sind notwendig, um die Kurzfristigkeit und Fluktuation in der Werbezeitenvermarktung abzufedern. Daher haben Maßnahmen zur Kundenbindung einen hohen Stellenwert bei ProSiebenSat.1. Mit ihren regionalen Verkaufsstrukturen können die Vermarktungstöchter im deutschen Kernmarkt eine intensive Beratung vor Ort bieten und damit gezielt auf die Anforderungen der Kunden eingehen.

**Vorteile im Werbemarkt durch Kreativität.** Im Geschäftsjahr 2010 hat SevenOne Media mit seinem Schwesterunternehmen SevenOne AdFactory intensiv daran gearbeitet, das Angebot an individuellen Kommunikationslösungen deutlich auszubauen, um Werbekunden einen Wettbewerbsvorteil in ihren Märkten zu verschaffen.

### Neukunden im TV-Werbemarkt 2010

in Prozent



Quelle: Nielsen Media Research

SevenOne AdFactory entwickelt crossmediale Konzepte und inszeniert Marken passend zum Programm. Die sogenannten 360-Grad-Lösungen kombinieren alle Plattformen der ProSiebenSat.1 Group – von TV über Online bis zu Mobile und Games. 2010 konnte die SevenOne AdFactory die Zahl der maßgeschneiderten Kreativ-Lösungen deutlich ausbauen. Zum Jahresende hatte das Unternehmen rund 100 aktive Kunden. Auch die Umsetzungsrate wurde 2010 gesteigert, rund 50 Prozent der entwickelten Konzepte gingen in Produktion. Für die Gewinnung von Neukunden, die bislang nicht über ProSiebenSat.1 in TV oder Internet geworben haben, gab die SevenOne AdFactory ebenfalls wichtige Impulse. Insgesamt konnte SevenOne Media im vergangenen Geschäftsjahr 427 Neukunden in Deutschland für sich gewinnen. Fast die Hälfte aller TV-Neukunden (46,7%) entschieden sich 2010 für die Sender der ProSiebenSat.1 Group.

**Wachstum durch innovative Geschäftsideen.** Unternehmertum und kreative Ideen zahlen sich aus. 2009 entwickelte die ProSiebenSat.1 Group mit „Media for Revenue Share“ ein neues Erlösmodell. Inzwischen hat sich dieser Bereich als strategisch wichtiges Wachstumsfeld etabliert. Ein Großteil der Partner kommt aus den Branchen Internetversand und Internetdienstleistungen, dazu gehören beispielsweise Reiseportale oder Datingplattformen. Bei „Media for Revenue Share“ erhalten Firmen gegen eine Umsatzbeteiligung Werbeflächen auf den ProSiebenSat.1-Sendern. Voraussetzung ist, dass sie bislang nicht im Fernsehen für sich geworben haben. Seit 2009 hat ProSiebenSat.1 rund 40 Kooperationen geschlossen, etwa 20 Kampagnen sind derzeit auf Sendung. Die Neukunden profitieren von der Reichweite und Mediakompetenz von ProSiebenSat.1 in Form eines höheren Bekanntheitsgrads, der Erschließung neuer Zielgruppen sowie höherer Umsätze. In Deutschland können Privatsender laut Rundfunkstaatsvertrag maximal zwölf Minuten pro Stunde Werbung zeigen. Je nach Marktsituation wird dieses Volumen zeitweise



nicht ausgeschöpft. Mit Modellen wie „Media for Revenue Share“ können nicht ausgelastete Werbeblöcke auf den ProSiebenSat.1-Sendern vermarktet werden.

### Zuschauermarkt

Um die Beziehung zu den Zuschauern zu stärken, bietet die ProSiebenSat.1 Group umfangreichen Informations- und Auskunftsservice. Die Zuschauerredaktionen in verschiedenen Ländern der Gruppe nehmen Fragen und Anregungen entgegen. In Deutschland verzeichnete die zentrale Zuschauerredaktion für die Free-TV-Sender 2010 rund 138.000 Kontakte. Jeder Kontakt wurde einzeln bearbeitet. Im Fokus standen Informationen und Einschätzungen zum aktuellen Programm oder inhaltliche Auskünfte zu gesendeten Beiträgen. Die Kommentare und Anregungen der Zuschauer helfen bei der Optimierung des Programms. Dafür werden sie qualitativ und quantitativ ausgewertet und in zweiwöchigen Berichten für Senderverantwortliche und Programmredaktionen zusammengefasst. Hinzu kommen themenbezogene Sonderauswertungen, die direkt von den Redaktionsverantwortlichen in Auftrag gegeben werden.

### Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Unternehmen agieren in einem Marktumfeld, das von knapper werdenden Ressourcen und steigendem Kostendruck geprägt ist. Auch für einen Medienkonzern ist nachhaltiges Wirtschaften daher ein wichtiger Garant für den künftigen Unternehmenserfolg, wobei neben ökonomischer und ökologischer Nachhaltigkeit auch soziale Aspekte von Bedeutung sind. Nachhaltiges Wirtschaften heißt für ProSiebenSat.1 vor allem, einen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung durch professionelle Inhalte zu leisten und sich zugleich für die wirtschaftliche Zukunftssicherung des Konzerns einzusetzen.

**Public value.** Mit seinen Programmen unterstützt der Medienkonzern die öffentliche Meinungsbildung, denn sie sensibilisieren für kritische Themen und tragen zur gesellschaftlichen Integration bei: Entertainment-Formate vermitteln Bildung auf originelle Art, Beratungssendungen greifen Probleme der Zuschauer auf und bieten Orientierung. Darüber hinaus eröffnen Talentshows und Initiativen wie der FIRST STEPS AWARD jungen Künstlern eine Bühne und schaffen Raum für Kreativität. Als Konzern nutzt die ProSiebenSat.1 Group ihre öffentliche Wirkung, um gute Ideen zu unterstützen und wohltätigen Initiativen wie startsocial und dem RED NOSE DAY eine breite öffentliche Aufmerksamkeit zu verschaffen.

**Economic value.** Ökonomisch nachhaltig zu arbeiten bedeutet, Ressourcen schonend einzusetzen. Dazu zählt auch das Thema Umweltschutz im Berufsalltag. Unter dem Motto „Green World“ erhalten Mitarbeiter der ProSiebenSat.1 Group im Intranet regelmäßig Informationen und Tipps, wie sie ihren Büroalltag zum Beispiel durch bewussten Strom- und Papierverbrauch ökologischer gestalten können. Als Medienunternehmen betreibt ProSiebenSat.1 keinen Umweltschutz im Ausmaß eines Produktionsunternehmens. Mit seinen Programmen leistet das Unternehmen aber einen wichtigen Beitrag, Zuschauer für Umweltthemen zu sensibilisieren. So nutzt unter anderem der Sender ProSieben seine Reichweite, um sich mit Aktionen wie „GreenSeven“ für einen bewussten Umgang mit natürlichen Ressourcen einzusetzen.

### Marktforschung

Die ProSiebenSat.1 Group betreibt intensive Marktforschung in allen Bereichen, die sich aus ihrer Geschäftstätigkeit ergeben, oder in denen das Unternehmen Wachstumspotenzial sieht.

Marktanalysen werden als Steuerungsgrößen für die operative und strategische Planung herangezogen. Gleichzeitig sind Marktdaten und Analysen eine wichtige Grundlage für die kompetente Beratung unserer Werbekunden. Die Ausgaben für die konzernweiten



---

Marktforschungsaktivitäten beliefen sich 2010 auf rund 17,5 Mio Euro (Vorjahr: 18,1 Mio Euro), davon entfallen etwa 52,4 Prozent auf den deutschsprachigen Raum (Vorjahr: 51,2%).

In Deutschland ist die Forschungs-Unit beim Werbezeitenvermarkter SevenOne Media aufgehängt. Die zentrale Abteilung führt konzernweit Untersuchungen und Analysen zu Themen durch, die im Radar eines modernen audiovisuellen Medienhauses liegen. Dazu gehören etwa die Mediennutzung, Werbewirkung, Trends im Werbemarkt, die Erstellung von Konjunktur- und Werbemarktprognosen sowie die quantitative und qualitative Auswertung einzelner Programmformate. Die Studienergebnisse bilden auch für Werbekunden eine wichtige Basis für Investitionsentscheidungen. Im Geschäftsjahr 2010 legte SevenOne Media unter dem Titel „Navigator Mediennutzung“ eine umfangreiche Untersuchung zur Nutzung unterschiedlicher Mediengattungen vor. Die Studie bestätigte die steigende Popularität von Bildschirmmedien und zeigte zugleich, dass vor allem Angebote aus dem Printbereich im Zuge der Digitalisierung immer stärker unter Druck geraten.

### **Nachtragsbericht**

Die ProSiebenSat.1 Group hat zum 1. Januar 2011 das Video-on-Demand-Portal maxdome komplett übernommen. Bislang hielten die Gesellschafter, ProSiebenSat.1 und die 1&1 Internet AG jeweils 50 Prozent der Anteile. maxdome ist mit 35.000 Titeln aus Spielfilmen, Serien, Comedy, Sport, Musik und Cartoons Deutschlands größte Online-Videothek und Marktführer. Das Portal soll in den kommenden Monaten ausgebaut werden und die Position der ProSiebenSat.1 Group im Bereich Pay-VoD stärken. Vertriebs- und Servicepartner bleibt die 1&1 Internet AG.

### **Risikobericht**

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

### **Gesamtaussage zur Risikosituation des Konzerns – Beurteilung aus Sicht der Unternehmensleitung**

Das unternehmerische Handeln der ProSiebenSat.1 Group ist darauf ausgerichtet, bestehende Chancen zu erkennen und zu nutzen sowie mögliche Risiken zu erfassen, zu analysieren und möglichst zu minimieren. Gegenüber dem 31. Dezember 2009 hat sich keine grundlegende Änderung der Gesamtrisikolage ergeben: Der Vorstand bewertet die Gesamtrisikolage zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts weiterhin als begrenzt und beherrschbar. Nach der Konjunkturkrise 2009 hat sich die Wirtschaft wieder deutlich erholt und die Situation an den Finanzmärkten entschärft. Vor diesem Hintergrund sind sowohl die externen Konjunkturrisiken der ProSiebenSat.1 Group als auch die Finanzrisiken im Vergleich zum Jahr 2009 gesunken.

Zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts sind keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group führen könnten. Auf Basis unserer Planungskenntnisse sind auch keine wesentlichen Änderungen zu erwarten, die den Fortbestand der ProSiebenSat.1 Group künftig gefährden könnten.



## Entwicklung der Einzelrisiken zum 31. Dezember 2010

Veränderung 2010 vs. 2009



## Risikomanagement

Die Gesamtrisikosituation der ProSiebenSat.1 Group wird im Rahmen des konzernweiten Risikomanagements analysiert und aktiv gesteuert. Sie ist das Resultat der Bewertung der wichtigsten Einzelrisiken bzw. der konsolidierten Betrachtung der drei Hauptrisikogruppen des Konzerns (Operative Risiken, Finanzielle Risiken, Compliance-Risiken). Risiko wird dabei als denkbare Ereignis verstanden, das die Erreichung unserer Ziele bzw. die Umsetzung unserer Strategie nachhaltig oder signifikant negativ beeinflussen könnte. Das Monitoring von Wachstumspotenzialen ist ebenso wie das Risikomanagement Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems.

## Risikomanagementsystem

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

- Für das Erfassen und Melden der Risiken sind **dezentrale Risikomanager** in den verschiedenen Unternehmenseinheiten verantwortlich.
- Der „**Group Risk and Compliance Officer**“ ist für die regelmäßige quartalsweise sowie gegebenenfalls bedarfsgesteuerte Berichterstattung an den Vorstand verantwortlich.
- Die Funktionsfähigkeit und Effizienz des Risikomanagementsystems werden vom Bereich „**Internal Audit**“ geprüft. Grundlage für die Prüfung ist das **Risikomanagementhandbuch**, das neben unternehmensspezifischen Grundsätzen auch die Organisation und die Prozesse des Risikomanagements zusammenfasst.

## Risikomanagementprozess

Der Risikomanagementprozess der ProSiebenSat.1 Group besteht aus folgenden aufeinander abgestimmten Schritten:



## Risikomanagementprozess



### Risikoidentifizierung und -kategorisierung

Grundlage für die Identifizierung und Kategorisierung der Risiken sind Risikomanagement-Reviews, die für alle wesentlichen Tochtergesellschaften bzw. Geschäftsbereiche regelmäßig und zeitnah zum Planungsprozess durchzuführen sind. Die identifizierten Risiken werden definierten Risikokategorien zugeordnet, um eine logische Zusammenfassung und Verdichtung der Einzelrisiken zu ermöglichen. Die Risikoidentifizierung unterliegt infolge sich ständig ändernder Rahmenbedingungen einem kontinuierlichen Aktualisierungsprozess und fließt in die vierteljährliche Risikoberichterstattung ein.

### Risikobewertung

Im Rahmen der Risikobewertung werden Eintrittswahrscheinlichkeit sowie Auswirkungen für die operative Geschäftsentwicklung und strategische Planung der ProSiebenSat.1 Group beurteilt. Die Bewertung der möglichen Auswirkungen erfolgt grundsätzlich mit Blick auf den Einfluss der Risiken auf das recurring EBITDA und die Liquidität bzw. die Netto-Finanzverschuldung. Teil der Risikobeurteilung ist auch die Analyse von Ursachen und Wechselwirkungen mit sonstigen Risiken. Neben quantitativen Methoden, unter anderem auf Basis der Frühwarnindikatoren, werden die Risiken durch qualitative Einschätzungen bewertet. Bei der Bewertung werden kompensierende Faktoren und Maßnahmen berücksichtigt. Chancen fließen in die Bewertung nicht mit ein.

### Risikosteuerung und Risikoüberwachung

Sogenannte Frühwarnindikatoren werden für alle bedeutenden Risikokategorien ermittelt. Sie umfassen im Wesentlichen Daten zur Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group im Zuschauer- und Werbemarkt, der Werthaltigkeit des Programmbestands, der Personalentwicklung sowie zur Entwicklung der Liquidität bzw. der Netto-Finanzverschuldung und zur Einhaltung der in Finanzierungsverträgen definierten Finanzkennzahlen. Die Berichterstattung über relevante Risiken wird anhand bestimmter Wertgrenzen gesteuert, die durch den Vorstand festgelegt wurden. Für jedes identifizierte und als zu minimieren eingestufte Risiko leitet das verantwortliche Management Gegenmaßnahmen ein, die im Rahmen des Reportingsystems dokumentiert und überwacht werden. Der Vorstand erörtert und beschließt die erforderlichen Maßnahmen zur Risikobewältigung und berichtet dem zuständigen Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats. Sofern neue Chancen und Risiken auftreten oder sich einzelne Indikatoren signifikant verändern, werden Vorstand und Aufsichtsrat auch außerhalb der vierteljährlichen Risikoberichterstattung informiert.



## Risikolage: Entwicklung der Einzelrisiken

### Operative Risiken

<b>Wesentliche Steuerungsmaßnahmen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Externe Risiken:</b> Fortlaufende Analyse von Konjunktur- und Branchentrends und kontinuierliche Investitionen in Programm- und Marktforschung, effizientes Kostenmanagement</li><li>• <b>Vertriebsrisiken:</b> Regelmäßige und systematische Bewertung des Auftragsbestands</li><li>• <b>Content-Risiken:</b> Langfristige Beziehungen mit Lizenzgebern und enger Kontakt zu Produzenten, Aufbau einer Inhouse-Produktionseinheit</li><li>• <b>Technologische Risiken:</b> Regelmäßige Investitionen in IT-Updates, Back-up-Systeme zur Risikominimierung möglicher Ausfälle der Studio- und Sendetechnik</li><li>• <b>Organisatorische Risiken:</b> Überwachung der Frühwarnindikatoren, Strategische Personalrekrutierungs- und Entwicklungsprogramme, Mitarbeitermotivation durch variable Vergütungssysteme</li></ul>
<b>Eintrittswahrscheinlichkeit insgesamt:</b> Mittel	Nicht zuletzt aufgrund der branchentypisch geringen Visibilität des Werbemarktes und der Kurzfristigkeit der Buchung von TV-Werbung ist ein effektives Risikomanagement von großer Bedeutung für die ProSiebenSat.1 Group. Unsere Erfahrungen im TV-Werbemarkt, unser Know-how im Mediensektor sowie klare Organisationsstrukturen ermöglichen den sicheren Umgang mit operativen Risiken und die Umsetzung von wirksamen Strategien zu ihrer Reduzierung. Den konjunkturellen Herausforderungen - der potenziell größte externe Risikofaktor - begegnen wir mit systematischem Kosten- und Effizienzmanagement. Zudem optimieren wir unser Chancen- und Risikoprofil, indem wir durch sukzessive Diversifikation unsere Abhängigkeit von einzelnen Märkten reduzieren und durch innovative Geschäftsmodelle wie „Media for Revenue Share“ zusätzliche Wachstumspotenziale nutzen.
<b>Auswirkung (Stärke):</b> Hoch	

### Externe Risiken

**Konjunkturlage und Werbemarkt.** Der Geschäftsverlauf der ProSiebenSat.1 Group wird maßgeblich von der Entwicklung der TV-Werbemärkte beeinflusst. Die TV-Werbemärkte werden wesentlich von makroökonomischen Parametern beeinflusst: Bei positiven Konjunkturaussichten steigen neben einer erhöhten Investitionsbereitschaft der Unternehmen auch die Werbeausgaben. Umgekehrt reagieren Unternehmen in Krisenzeiten relativ schnell mit einer Kürzung ihrer Werbebudgets.

Mit der Festigung des Aufschwungs haben die Konjunkturrisiken in den vergangenen Monaten deutlich abgenommen. Allerdings stehen Konjunkturprognosen immer unter dem Vorbehalt bestimmter Prämissen und unterliegen somit auch Unsicherheiten. Insbesondere die aktuellen Ereignisse in Japan und ihre möglichen Folgen für die globale bzw. europäische Konjunktur sind derzeit nicht absehbar.

**Mediennutzungsverhalten.** Eine Fehleinschätzung des Mediennutzungsverhaltens könnte die Umsatzperformance der ProSiebenSat.1 Group signifikant beeinflussen. Kontinuierliche Marktforschung ist daher Teil der systematischen Risikoüberwachung. Die ProSiebenSat.1 Group reagiert mit crossmedialen Werbeformen von TV über Online, Mobile und Video-on-Demand auf neue Gewohnheiten der Mediennutzung und verringert damit gleichzeitig ihre Abhängigkeit von den zyklischen Schwankungen einzelner Branchen und Märkte.

Trotz des ständig wachsenden Angebots an alternativen Medien steht das Fernsehen bei Konsumenten an erster Stelle. Das Risiko einer strukturellen Veränderung der TV-Nutzung schätzt der Konzern daher als gering ein. Die durchschnittliche tägliche Sehdauer bei den 14- bis 49-Jährigen ist im Jahr 2010 um elf Minuten auf 223 Minuten gestiegen und erreichte damit einen



neuen Höchststand. Eine „Kannibalisierung“ im Sinne einer Abwanderung der Zuschauer zu konkurrierenden Mediengattungen zeichnet sich nicht ab – vielmehr ist eine additive Nutzung von Medien wie TV und Internet zu beobachten. Darüber hinaus zeigen aktuelle Untersuchungen, dass von allen Medien vor allem das Fernsehen als Werbeplattform vom Konjunkturaufschwung profitiert hat. Alle großen Branchen, von Konsumgütern bis zum Handel, haben ihre Werbeinvestitionen im Fernsehen im Jahr 2010 erhöht.

**Zuschauermarkt.** Neben den makroökonomischen und branchenspezifischen Rahmenbedingungen haben die Zuschauermarktanteile einen wesentlichen Einfluss auf die Umsatzentwicklung im TV-Geschäft: Sie spiegeln wider, ob ein Programmangebot dem Publikumsgeschmack entspricht und wie hoch die Reichweite der Werbespots ist. Damit sind die Zuschauerquoten ein wichtiger Leistungsnachweis für unsere Werbekunden und können die Preispolitik wesentlich beeinflussen.

Die Zuschauermarktanteile haben sich 2010 im Ländervergleich unterschiedlich entwickelt. Mit einem Zuschauermarktanteil von 28,5 Prozent bei den 14- bis 49-Jährigen lag der Wert bei den deutschen TV-Sendern der ProSiebenSat.1 Group im Sportjahr 2010 unter dem des Vorjahres (Vorjahr ohne N24: 28,8%). Vor dem Hintergrund eines in allen Ländern herrschenden wettbewerbsintensiven Branchenumfelds mit steigender Tendenz ist ein kontinuierliches Monitoring der Zuschauerquoten über alle Länder hinweg von elementarer Bedeutung.

Ein deutlicher Rückgang der Zuschauermarktanteile könnte unter Umständen erhebliche finanzielle Auswirkungen für die ProSiebenSat.1 Group nach sich ziehen. Daher werden sie täglich analysiert. Für die Erfolgskontrolle der deutschsprachigen Sender nutzt die ProSiebenSat.1 Group beispielsweise die Daten der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF). Die AGF ist ein Zusammenschluss der großen Fernsehanbieter in Deutschland. Ihre Daten bilden eine zentrale Grundlage für die Planung und Abrechnung mit Werbekunden. Im Auftrag der AGF misst die GfK die Fernsehnutzung von 5.640 repräsentativ ausgewählten Panel-Haushalten mit circa 13.000 Personen rund um die Uhr. Neben diesen quantitativen Daten sind qualitative Studien ein wichtiges Instrument, die Performance im Zuschauermarkt zu steuern. Deshalb hat die Programmforschung auch im Jahr 2010 eng mit einer ganzen Reihe von Instituten zusammengearbeitet. Die Forschungsinstitute haben im Auftrag von ProSiebenSat.1 beispielsweise in Deutschland zahlreiche Telefoninterviews mit Zuschauern geführt. So erhalten die Sender ein unmittelbares Feedback von ihrem Publikum und können ihre Programme kontinuierlich optimieren und weiterentwickeln.

### **Vertriebsrisiken**

Die ProSiebenSat.1 Group erzielt den Großteil ihrer Erlöse aus der Vermarktung von TV-Werbezeiten. Vertriebsrisiken für das Kerngeschäft TV können sich unter anderem aus möglichen negativen Veränderungen der makroökonomischen und branchenspezifischen Rahmenbedingungen, der Zuschauermarktanteile oder der Preisentwicklung für Werbezeiten ergeben. Sie stehen aufgrund ihrer potenziell hohen Auswirkung auf den kommerziellen Erfolg des ProSiebenSat.1-Konzerns im Fokus des Risikomanagements. Im Zuge der Risikokontrolle werden die Ist- und Planwerte der Werbeerlöse und Werbemarktanteile den entsprechenden Vorjahreswerten gegenübergestellt und im Rahmen der monatlichen Berichterstattung bewertet. Auf diese Weise können Budgetabweichungen früh erkannt und Gegenmaßnahmen wie Kostenanpassungen oder Änderungen in der Programmplanung auch kurzfristig ergriffen werden. Zudem diversifiziert die ProSiebenSat.1 Group ihre Geschäftstätigkeit kontinuierlich und erweitert mit neuen Erlösmodellen wie „Media for Revenue Share“ ihr Portfolio.



---

## Content-Risiken

Ein attraktives und vielfältiges Programmangebot ist das entscheidende Kriterium für den unternehmerischen Erfolg der ProSiebenSat.1 Group. Unser Programm setzt sich aus Lizenzprogrammen sowie Auftrags- und Eigenproduktionen zusammen. Aufgrund der nachfolgend beschriebenen umfassenden Aktivitäten zur Sicherstellung einer attraktiven und langfristig gesicherten Programmversorgung bewerten wir die Eintrittswahrscheinlichkeit von Content-Risiken als gering.

**Programmbestand.** Der Erfolg der Programmplanung hängt von der Attraktivität und Rentabilität der Programminhalte ab. Programmverträge werden in der Regel einige Jahre vor der Ausstrahlung abgeschlossen. Die Aktivierung von Programmrechten erfolgt in Höhe des vertraglich vereinbarten Kaufpreises. Um Bestandsrisiken zu mindern, werden die vertraglich gesicherten Senderechte regelmäßig und systematisch auf ihre Erlöspotenziale überprüft.

**Lizenzkauf.** Die ProSiebenSat.1 Group bezieht einen großen Teil ihrer Spielfilme, Fernsehfilme und Serien als Lizenzprogramme von Dritten, mit starkem Fokus auf die großen US-Studios. Neben Währungsrisiken ist der Konzern damit auch dem Risiko möglicher Preissteigerungen ausgesetzt. Aufgrund ihrer starken Position als Lizenznehmer ist die ProSiebenSat.1 Group jedoch in der Lage, das Preisrisiko begrenzt zu halten. Neben ihrem großen Einkaufsvolumen sichern stabile Geschäftsbeziehungen die starke Verhandlungsposition mit den Studios.

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über einen zentralen Lizenzkauf, der in ständigem Austausch mit internationalen und nationalen Lizenzgebern steht, um frühzeitig über neue Produktionen und Trends informiert zu sein. Je nach Vertragsvereinbarung hat die ProSiebenSat.1 Group die Möglichkeit, die erworbenen Programme nicht nur auf ihren Free-TV-Sendern, sondern auch auf digitalen Plattformen auszustrahlen. Exklusiv-Vereinbarungen im Sinne von vertraglichen Sperrfristen, sogenannte Hold-Back-Klauseln, schützen unsere Rechte gegenüber anderen Lizenznehmern und Programmverwertungsformen.

**Auftrags- und Eigenproduktionen.** Die ProSiebenSat.1 Group achtet bei ihren Sendern auf ein individuelles, insgesamt aber ausgewogenes Verhältnis von Lizenzprogramm einerseits, Auftrags- und Eigenproduktionen andererseits. In Eigenregie produzierte Formate schärfen den Wiedererkennungswert einzelner TV-Sender. Die Erfolgchancen von Auftrags- und Eigenproduktionen sind aufgrund von zum Teil fehlenden Referenzwerten jedoch tendenziell ungewisser als bei gekauften Programmlizenzen, die bereits auf anderen Sendern oder im Kino erfolgreich liefen. Um die Attraktivität von in Eigenregie produzierten Formaten so zuverlässig wie möglich einschätzen zu können, betreibt ProSiebenSat.1 intensive Programmforschung.

Die Arbeit der Programmforschung beginnt, lange bevor ein Format auf Sendung geht. Forscher begleiten die Entwicklung neuer Programme für die ProSiebenSat.1-Sender teilweise von der ersten Idee an mit Marktforschungsaktivitäten. Bereits in der Drehbuch- oder Konzeptphase werden künftige Filme, Shows oder Magazine mit unterschiedlichsten Methoden getestet. Ein häufig angewendetes Instrument sind so genannte Real-Time-Response-Tests (RTR). Sie kommen dann zum Einsatz, wenn es bereits erste Bilder oder eine Pilot-Folge zu neuen TV-Formaten gibt. Bei Programmvorfürungen dokumentieren Testpersonen mithilfe einer Art Fernbedienung ihre Stimmungen und Empfindungen, sekundengenau und in Echtzeit. Dadurch ist es möglich, intuitive und spontane Reaktionen zu messen, ohne dass die Teilnehmer ihre Eindrücke im ersten Schritt bereits verbalisieren müssen.



Die ProSiebenSat.1 Group steht in engem Kontakt zu allen wichtigen Produzenten und hat damit die Möglichkeit, schnell und unmittelbar auf Neuentwicklungen von externen Anbietern zuzugreifen und die Versorgung der Sender mit attraktiven Programmen zu sichern. Durch den Aufbau einer eigenen Produktionseinheit ist es der ProSiebenSat.1 Group 2010 zudem gelungen, den Grundstein für eine noch effizientere Programmversorgung zu legen. So wurden mit der Gründung der Red Arrow Entertainment Group im Januar 2010 konzernweite Strukturen für die Entwicklung, Produktion und den Vertrieb von TV-Inhalten etabliert. Neben wirtschaftlichen Vorteilen, die sich aus der konzernweiten Bündelung der Content-Expertise in einer zentralen Einheit ergeben, ist die Gründung der neuen Dachgesellschaft ein strategisch wichtiger Schritt des Konzerns zur Erweiterung seiner Wertschöpfungskette. Red Arrow entwickelt und produziert TV-Inhalte nicht nur für die eigenen Sender, sondern bietet sein Know-how auch externen Kunden an.

### **Technologische Risiken**

Technologische Risiken, v.a. eine Beeinträchtigung des Sendebetriebs, könnten direkte Folgen für die Umsatzentwicklung des Konzerns haben. Aufgrund verschiedener Vorkehrungen wie die Errichtung von Sicherungssystemen schätzen wir ihre Eintrittswahrscheinlichkeit jedoch als gering ein. Mit der Inbetriebnahme eines neuen Playout Centers in München im April 2009 verfügt der Konzern zudem über eine digitale Plattform auf dem neuesten Stand der Technik. Die technologische Umstellung auf einen gemeinsamen digitalen Materialpool ermöglicht es, das gesamte Bewegtbildmaterial bandlos zu verarbeiten. Daraus ergeben sich deutliche Zeit- und Qualitätsgewinne.

**Sendetechnik und Studiobetrieb.** Ein hoher Sicherheitsstandard ist von großer Bedeutung, da Beeinträchtigungen der Studio- und Sendetechnik zu kurzfristigen Programmänderungen führen bzw. einem Ausfall einzelner oder aller Sender nach sich ziehen könnten und sich damit direkt auf die Werbeeinnahmen auswirken. Auch eine unzureichende Anpassung der Infrastruktur an aktuelle Markt- und Sicherheitsanforderungen könnte das Erreichen unserer Unternehmensziele gefährden. Um dieses Risiko zu minimieren, sind sowohl die Sendeabwicklung als auch alle wesentlichen Teile der Studio- und Postproduktionstechnik der ProSiebenSat.1 Group durch Backup-Systeme geschützt.

**IT-Risiken.** Durch die zunehmende Komplexität der Systemlandschaft des Konzerns können sich IT-Sicherheitsrisiken erheblich auf die Geschäftsprozesse mit direkten finanziellen Folgen auswirken. Hierzu zählen Ausfälle von Systemen, Applikationen oder von Netzwerken, aber auch Verletzungen von Datenintegrität und -vertraulichkeit. Um diese Risiken zu mindern, investiert die ProSiebenSat.1 Group kontinuierlich in Hard- und Software und in den Einsatz von Firewall-Systemen, Virenscannern sowie Zugangs- und Zugriffskontrollen. Im IT-Bereich verfügt der Konzern über mehrere räumlich voneinander getrennte Rechenzentren, deren Aufgaben bei Systemausfällen automatisch und ohne Zeit- und Datenverluste vom jeweils anderen Rechenzentrum übernommen werden können. Die IT-Sicherheitsstrategie wird regelmäßig aktualisiert und umfangreichen Tests unterzogen.

### **Organisatorische Risiken**

Der Erfolg der ProSiebenSat.1 Group ist maßgeblich von den Fähigkeiten und dem Engagement ihrer Mitarbeiter abhängig. Der Verlust von Fach- und Führungskräften auf Schlüsselpositionen an Wettbewerber oder andere Unternehmen sowie Engpässe bei der Rekrutierung von Mitarbeitern stellen daher ein signifikantes Risiko dar. Aufgrund unserer umfangreichen Maßnahmen in diesem Bereich schätzen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit als gering ein. Dies spiegeln auch wichtige Personalkennzahlen wider: Die aktuelle durchschnittliche Dauer der Unternehmenszugehörigkeit



liegt derzeit stabil bei 5,6 Jahren (Vorjahr: 5,7). Die durchschnittliche aktuelle Fluktuationsrate verringerte sich auf 14,0 Prozent (Vorjahr: 21,9%). Auch im Kernmarkt Deutschland liegen wir mit einer Quote von 13,6 Prozent etwa auf Schnitt.

**Personal und Personalentwicklung.** Die Führungs- und Arbeitskultur stellt einen wesentlichen Faktor für den Gesamterfolg und die Entwicklung eines Unternehmens dar. Daher wurde im Berichtsjahr das bestehende Konzept der Mitarbeiterbefragung überarbeitet und erstmalig ein 360°-Feedback-Prozess in Form eines standardisierten Rückmeldeprozesses implementiert. Mit der ProSiebenSat.1 Academy wurde im Juni 2010 zudem ein für jeden Mitarbeiter zugängliches Trainings- und Qualifizierungsprogramm etabliert. Zusätzlich zu Führungskräfte trainings umfasst das Programm Präsentationen ausgewählter Gastredner zu aktuellen Themen der Branche und klassische Weiterbildungsmaßnahmen wie z.B. Sprachtrainings. Um eine motivierende Lernatmosphäre zu schaffen, wurden eigene Campus-Räumlichkeiten eingerichtet. Eine spezielle Website informiert Mitarbeiter über das aktuelle Programm und archiviert Vorträge und Präsentationen.

Im Wettbewerb um die besten Mitarbeiter spielt neben attraktiven Personalentwicklungsprogrammen auch die Vergütungsstrategie eine herausragende Rolle. Um eine wettbewerbsfähige Gesamtvergütungsposition zu erreichen, wurde 2010 begonnen, alle Führungskräftepositionen einer Neubewertung zu unterziehen. Zudem hat ProSiebenSat.1 ein Talentmanagementprogramm aufgelegt. Ein wichtiger Bestandteil dieses Programms ist neben der Optimierung des Incentivierungs-Elements die Nachfolgeplanung für alle Schlüsselpositionen der Gruppe.

Im Bereich Rekrutierung hat der Konzern wichtige Maßnahmen angestoßen: Zur Stärkung der ProSiebenSat.1-Arbeitgeberattraktivität wurde eine Arbeitgebermarke (Employer Brand) entwickelt, die Anfang 2011 mit dem Start der neuen Karrierewebsite unter [www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com) umgesetzt wurde. Darüber hinaus sind alle Rekrutierungsprozesse überprüft worden. Auf diese Weise konnte die zur Wiederbesetzung von Stellen und zur Rekrutierung neuer Mitarbeiter benötigte Zeit verkürzt werden.

## Finanzwirtschaftliche Risiken

### Finanzwirtschaftliche Risiken

Wesentliche Steuerungsmaßnahmen	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Finanzierungsrisiken:</b> Laufende Überwachung der Financial Covenants</li><li>• <b>Zins- und Währungsrisiken:</b> Gezielter Einsatz derivativer Finanzinstrumente</li><li>• <b>Liquiditätsrisiken:</b> Zentrales Cash-Management-System und laufende Überwachung des Liquiditätsspielraums</li><li>• <b>Ausfallrisiken:</b> Breite Basis an Kapitalgebern und strenge Bonitätsprüfungen</li></ul>
Eintrittswahrscheinlichkeit insgesamt: Niedrig	Zins- und Wechselkurschwankungen oder der Ausfall von Kreditgebern könnten die Finanzierungssituation bzw. Liquidität des Konzerns erheblich belasten. Aufgrund unserer umfangreichen Maßnahmen zur Absicherung gegen die genannten finanzwirtschaftlichen Risiken und der positiven Konjunktur- und Geschäftslage der vergangenen Monate schätzen wir deren Eintrittswahrscheinlichkeit jedoch als begrenzt ein. Auch das Finanzierungsrisiko - das potenziell höchste finanzwirtschaftliche Risiko für die ProSiebenSat.1 Group - beurteilen wir vor dem Hintergrund unserer aktuellen Geschäftsentwicklung als gering. Die ProSiebenSat.1 Group hat ihren Verschuldungsgrad im Jahr 2010 deutlich verringert. Dabei wirkten sich sowohl der Rückgang der Finanzverbindlichkeiten als auch die hohe Ergebnissteigerung gegenüber dem Vorjahr positiv auf den Verschuldungsfaktor aus.
Potentielle Auswirkung (Stärke): Hoch	



Die ProSiebenSat.1 Group ist aufgrund ihrer operativen Tätigkeit verschiedenen Finanzrisiken ausgesetzt. Diese Risiken werden im Rahmen des Finanzrisikomanagements vom Zentralbereich Group Finance & Treasury gesteuert. Ziele des Finanzrisikomanagements sind die Sicherung der Zahlungsfähigkeit, die risikoadäquate Steuerung der Marktpreisrisiken und die Optimierung des Konzernfinanzergebnisses.

Das Management von Finanzrisiken basiert auf Strategien, die in enger Zusammenarbeit mit dem Vorstand definiert wurden. Grundsätze, Aufgaben und Zuständigkeiten des Finanzrisikomanagements sind für die Gruppenunternehmen in der internen Konzernfinanzrichtlinie der ProSiebenSat.1 Group geregelt. Eingesetzte Finanzinstrumente dienen ausschließlich der Absicherung bestehender Risikopositionen und werden nicht zu aktiven Handelszwecken verwendet. Für die Angaben nach § 289 HGB Abs. 2 Nr. 2 HGB zu den Finanzinstrumenten verweisen wir auf den Abschnitt „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“ im Anhang des Konzernabschlusses.

Vor dem Hintergrund einer verbesserten gesamtwirtschaftlichen Lage hat sich die Krise an den internationalen Finanzmärkten weiter deutlich entschärft. Infolgedessen hat sich die finanzwirtschaftliche Risikosituation der ProSiebenSat.1 Group insgesamt verbessert. Ein aufmerksames und regelmäßiges Monitoring der finanzwirtschaftlichen Risikosituation ist dennoch erforderlich. Die folgenden Risiken wurden als wesentlich für die ProSiebenSat.1 Group identifiziert und werden laufend bewertet:

- **Finanzierungsrisiko.** Unter Finanzierungsrisiko versteht die ProSiebenSat.1 Group die Verfügbarkeit und den Zugang zu ausreichenden Finanzierungsmitteln auf Eigen- und/oder Fremdkapitalbasis. Der Zugang zu den Geld- und Kapitalmärkten ist abhängig von der allgemeinen Verfassung der Geld- und Kapitalmärkte und der von den Märkten eingeschätzten Kreditwürdigkeit der ProSiebenSat.1 Group. In diesem Zusammenhang überwacht das Unternehmen die allgemeine Situation an den Geld- und Kapitalmärkten. Die Verfügbarkeit der bestehenden Kreditmittel hängt u.a. von der Einhaltung bestimmter vertraglicher Bestimmungen, sogenannter Financial Covenants, ab. Die Einhaltung dieser Covenants wird laufend überwacht. Im Geschäftsjahr 2010 wurden, wie in den vergangenen Jahren, die Covenants eingehalten.

Aufgrund der positiven Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen und der guten Ergebnisse der ProSiebenSat.1 Group hat sich die finanzwirtschaftliche Risikosituation der Gruppe insgesamt weiter verbessert. Auf Basis der derzeitigen Unternehmensplanung wird in den folgenden Jahren keine Verletzung der Covenants erwartet.

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über eine konsortiale Kreditfinanzierung mit Laufzeit bis Mitte 2014/15 in Höhe von knapp 4,2 Mrd Euro. Der Konsortialkredit setzt sich derzeit zusammen aus zwei Darlehen in Höhe von insgesamt rund 3,560 Mrd Euro (Term Loan B und C in Höhe von ursprünglich 3,600 Mrd Euro) sowie einer revolvingierenden Kreditfazilität mit einem ursprünglichen Rahmenvolumen von 600,0 Mio Euro (derzeit 581,8 Mio Euro), die variabel für allgemeine betriebliche Zwecke in Anspruch genommen werden kann.

- **Zinsrisiken.** Unter Zinsrisiko versteht die ProSiebenSat.1 Group das Risiko steigender Finanzierungskosten durch einen Anstieg des Zinsniveaus. Die



ProSiebenSat.1 Group ist durch ihre Kreditvereinbarungen einem Zinsrisiko ausgesetzt. Zur Risikominimierung hat die ProSiebenSat.1 Group 79 Prozent der variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten über Zinssicherungsgeschäfte abgedeckt. Mithilfe dieser Zinssicherungsgeschäfte werden die zukünftigen, variabel verzinslichen und somit unsicheren Zinszahlungen des Kredits kompensiert und durch festverzinsliche Zinszahlungen ersetzt. Diese sogenannten Zinsswaps qualifizieren sich im Rahmen des Hedge Accounting als Cashflow Hedges. Das verbleibende variable Zinsrisiko ergibt sich neben dem nicht abgesicherten Teil des endfälligen Kredits aufgrund von Inanspruchnahmen der revolving Kreditfazilität.

- **Währungsrisiken.** Unter Währungsrisiken versteht die ProSiebenSat.1 Group die Gefahr von Verlusten resultierend aus Devisenkursänderungen. Die ProSiebenSat.1 Group schließt einen wesentlichen Teil ihrer Lizenzverträge mit Produktionsstudios in den USA ab. Die finanziellen Verpflichtungen aus dem Erwerb von Programmrechten erfüllt der Konzern in der Regel in US-Dollar. Aus diesem Grund können Schwankungen im Euro-US-Dollar-Kursniveau die Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group beeinträchtigen. Zur Absicherung der Währungsrisiken schließt die ProSiebenSat.1 Group insbesondere Devisentermingeschäfte und Devisenoptionen ab.

Die Berichtswährung des Konzerns ist Euro. Die Abschlüsse der Gesellschaften, die ihren Sitz außerhalb der Euro-Währungszone haben, werden für den Konzernabschluss in Euro umgerechnet. Das Unternehmen sichert dieses sogenannte Translationsrisiko nicht ab.

- **Liquiditätsrisiken.** Unter Liquiditätsrisiko versteht die ProSiebenSat.1 Group das Risiko, Zahlungsverpflichtungen aufgrund einer mangelhaften Verfügbarkeit an liquiden Mitteln nicht erfüllen zu können.

Das Liquiditätsrisiko wird auf Basis eines zentralen Cash-Management-Systems gesteuert. Der wichtigste Frühwarnindikator in diesem Zusammenhang ist der zu erwartende freie Liquiditätsspielraum, der auf Basis der verfügbaren Mittel und Planungsdaten unter Berücksichtigung des saisonalen Geschäfts ermittelt wird. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG beurteilt die Liquidität des Konzerns als gut und geht davon aus, auch in den kommenden Jahren ausreichend Liquiditätsspielraum zu haben.

- **Ausfallrisiken.** Unter Ausfallrisiko versteht die ProSiebenSat.1 Group die Gefahr eines Verlustes aufgrund eines Zahlungsausfalls ihrer Schuldner. Die ProSiebenSat.1 Group ist als europäisches Medienunternehmen mit ihren vielfältigen Verbindungen zu internationalen Partnern in der Finanzindustrie auf funktionierende Geld-, Kapital- und Derivatemärkte angewiesen.

Um das Ausfallrisiko bei Geschäften mit Finanzinstrumenten zu verringern, werden Finanz- und Treasury-Geschäfte nur mit externen Geschäftspartnern abgeschlossen, die die strengen Bonitätsanforderungen wie sie in der Kontrahentenrichtlinie festgelegt sind, erfüllen. Darüber hinaus verringert die Streuung der Finanz- und Treasury-Geschäfte über mehrere qualifizierte Geschäftspartner das Konzentrationsrisiko.



## Angaben zum internen Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-) Rechnungslegungsprozess (§ 289 Abs.5 HGB) mit Erläuterungen

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess soll sicherstellen, dass Geschäftsvorfälle im Jahres- bzw. Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG 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 Media AG spezifischen Anforderungen ausgestaltet. Diese werden regelmäßig überprüft und gegebenenfalls aktualisiert. Trotz angemessener und funktionsfähiger Systeme kann eine absolute Sicherheit zur vollständigen Identifizierung und Steuerung der Risiken nicht gewährleistet werden. Die unternehmensspezifischen Grundsätze und Verfahren zur Sicherung der Wirksamkeit und Ordnungsmäßigkeit der (Konzern-)Rechnungslegung werden im Folgenden erläutert.

### Ziele des Risikomanagementsystems in Bezug auf Rechnungslegungsprozesse

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

- Identifizierung von Risiken, die das Ziel der Regelungskonformität des Jahres- bzw. Konzernabschlusses gefährden könnten.
- Begrenzung bereits erkannter Risiken durch Identifikation und Umsetzung angemessener Maßnahmen.
- Überprüfung erkannter Risiken hinsichtlich eines möglichen Einflusses auf den Jahres- bzw. Konzernabschluss und die entsprechende Berücksichtigung dieser Risiken.

Des Weiteren haben wir im vergangenen Jahr unsere Prozessbeschreibungen sowie unsere Risikokontrollmatrizen aktualisiert. Dabei standen die Vereinheitlichung der Beschreibungen und das Etablieren wirksamer Kontrollmechanismen im Vordergrund. Diese Update- und Testingvorgänge waren Teil des Projekts PRIME. PRIME trägt wesentlich dazu bei, Mitarbeiter für eine wirksame Risikokontrolle in ihrem Arbeitsalltag zu sensibilisieren.

### Aufbauorganisation

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

### Ablauforganisation

- Für die Planung, Überwachung und Optimierung des Prozesses zur Erstellung des Jahres- bzw. Konzernabschlusses existiert ein benutzerfreundliches, webbasiertes Tool, das einen detaillierten Abschlusskalender sowie alle wichtigen Aktivitäten, Meilensteine und Verantwortlichkeiten beinhaltet. Allen Aktivitäten und Meilensteinen sind konkrete Zeitvorgaben zugeordnet. Die Einhaltung der Berichtspflichten und -fristen wird zentral durch das Konzernrechnungswesen überwacht.
- Bei allen rechnungslegungsbezogenen Prozessen werden Kontrollen wie Funktionstrennung, Vier-Augen-Prinzip, Genehmigungs- und Freigabeverfahren sowie Plausibilisierungen vorgenommen.
- Es besteht eine klare Zuordnung der Aufgaben bei der Erstellung des Jahres- bzw. Konzernabschlusses (z.B. Abstimmung konzerninterner Salden, Kapitalkonsolidierung, Überwachung der Berichtsfristen und Berichtsqualität in Bezug auf die Daten der einbezogenen Unternehmen etc.).
- Alle wesentlichen in den Jahres- bzw. Konzernabschluss einbezogenen Informationen werden umfangreichen systemtechnischen Validierungen unterzogen, um die Vollständigkeit und Verlässlichkeit der Daten zu gewährleisten.
- Risiken, die sich auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess beziehen, werden kontinuierlich im Rahmen des im Risikobericht beschriebenen Risikomanagementprozesses erfasst und überwacht.



---

## Compliance-Risiken

Als international tätiger Medienkonzern sind wir an die Beachtung unterschiedlichster regulatorischer und medienpolitischer Bestimmungen gebunden. Wir sind daher zahlreichen Risiken aus Rechtsstreitigkeiten oder staatlichen, behördlichen und kartellrechtlichen Verfahren ausgesetzt, an denen wir aktuell beteiligt sind oder die sich in der Zukunft ergeben könnten. Außerdem könnten wir im Rahmen von Rechtsstreitigkeiten mit Ansprüchen Dritter konfrontiert werden. Weitere Informationen mit Bezug auf konkrete Rechtsstreitigkeiten sind im Anhang des Konzernabschlusses enthalten.

Wir können nicht ausschließen, dass die Ergebnisse von Rechtsstreitigkeiten und Verfahren unserem Geschäft, unserer Reputation oder unserer Marke erheblichen Schaden zufügen. Wir bilden für aus Rechtsstreitigkeiten und Verfahren erwachsende Risiken Rückstellungen, wenn eine gegenwärtige Verpflichtung aufgrund eines Ereignisses der Vergangenheit besteht, es wahrscheinlich ist, dass deren Erfüllung einen Abfluss von Ressourcen erfordert, die wirtschaftlichen Nutzen beinhalten, und die Verpflichtung verlässlich geschätzt werden kann.

### Allgemeine Compliance

Ziel von Compliance ist die Gewährleistung einer jederzeit und in jeder Hinsicht einwandfreien Geschäftsführung. Mögliche Verletzung von gesetzlichen Vorschriften und Meldepflichten, Verstöße gegen den Corporate Governance Kodex oder mangelnde Transparenz der Unternehmensführung können die Regelkonformität gefährden. Aus diesem Grund hat die ProSiebenSat.1 Group einen konzernweit gültigen Code of Compliance etabliert, der den Mitarbeitern konkrete Verhaltensregeln für verschiedene berufliche Situationen gibt. Eine effektive zusätzliche Maßnahme zur Vorbeugung möglicher Compliance-Verstöße sind individuelle Mitarbeiterschulungen zu speziellen Themen wie kartellrechtlichen Fragen oder dem richtigen Umgang mit Insiderinformationen.

Zur Prävention möglicher Verstöße hat die ProSiebenSat.1 Group im Jahr 2010 zudem ein Compliance Board implementiert, das sich aus Rechtsexperten, Mitarbeitern der internen Revision und dem Compliance Officer zusammensetzt. Das Compliance Board hat die Aufgabe, mögliche widerrechtliche Handlungen frühzeitig zu erkennen und entsprechende Gegenmaßnahmen einzuleiten. Eine weitere Aufgabe des Compliance Board besteht darin, Sicherheitsvorkehrungen gegen mögliche externe Bedrohungen wie z.B. Sabotageakte zu treffen. Das Thema Betriebsschutz hat gerade für einen TV-Konzern mit einer hohen Öffentlichkeitswirksamkeit eine große Bedeutung. Die ProSiebensat.1 Group hat im Jahr 2010 verschiedene zusätzliche Maßnahmen ergriffen, um eine umfassende Sicherung der Betriebseinrichtungen zu realisieren. Dabei setzen die Verantwortlichen auch auf Hinweise und die Mithilfe von Mitarbeitern.

### Medienrechtliche Vorgaben und Regulierung

**Sendeverpflichtungen.** Zusätzlich zu den bestehenden Sendeverpflichtungen in Deutschland wurde im Jahr 2010 von den Landesmedienanstalten vorgeschlagen, bestimmte Rundfunkveranstalter zur Ausstrahlung von Nachrichten über eine bestimmte Anzahl an Sendeminuten zu verpflichten. Die Durchsetzbarkeit dieser Vorgaben halten wir vor dem Hintergrund der verfassungsmäßig garantierten Rundfunkfreiheit für faktisch kaum durchsetzbar. Die ProSiebenSat.1 Group beteiligt sich aktiv am politischen Diskurs.

Eine individualvertragliche Absicherung garantiert die Zulieferung von Nachrichten für unsere deutschen Vollprogramme.



**Regionalfenster in Deutschland.** Das saarländische Mediengesetz fordert, dass mindestens in den zwei bundesweiten privaten Fernsehprogrammen mit der größten technischen Reichweite landesweit regionale Fensterprogramme geschaltet werden, deren Finanzierung durch den Veranstalter der bundesweiten Programme sicherzustellen ist. Die Finanzierung eines neuen Regionalfensters, die SAT.1 oder die ProSiebenSat.1 Media AG sicherstellen müsste, würde sich schätzungsweise auf rund fünf Mio Euro pro Jahr belaufen. Zudem besteht das Risiko, dass aus Bundesländern, die bislang keine Fensterverpflichtungen haben, Forderungen nach ähnlichen Modellen folgen.

Die ProSiebenSat.1 Media AG bzw. SAT.1 hat gegen die Verpflichtung zur Ausstrahlung eines saarländischen Fensterprogramms den Rechtsweg beschritten und das Verfahren gewonnen. Wir werden auch jede weitere rechtliche Maßnahme ergreifen, um einer Ausweitung der regionalen TV-Verpflichtungen entgegen zu wirken. Eine entsprechende Satzung der saarländischen Landesmedienanstalt wurde nach dem Urteil angepasst. Die Forderung nach einem Fenster wird von der saarländischen Landesmedienanstalt jedoch bis heute aufrechterhalten. Eine Sachentscheidung, ob ein weiteres Bundesland eine Regionalfensterverpflichtung auf Grundlage des Rundfunkstaatsvertrags auferlegen kann, gibt es bislang nicht.

**Regulierung.** Verschärfte regulatorische Bestimmungen wie zum Beispiel Werberestriktionen für bestimmte Produkte könnten die Umsatzentwicklung der ProSiebenSat.1 Group vor allem in ihrem Kerngeschäft Free-TV beeinträchtigen. ProSiebenSat.1 verfolgt alle relevanten Entwicklungen aktiv. Wir stehen mit den zuständigen Regulierungsbehörden in ständigem Kontakt, um eine bestmögliche Berücksichtigung unserer Interessen zu gewährleisten.

#### **Distribution**

Die Grundlage für den dauerhaften Erfolg der Sender im Werbemarkt sind hohe Zuschauerreichweiten. Neben der Attraktivität des Programmangebots kommt es dabei vor allem auch auf die technische Verbreitung der Fernsehsender auf möglichst allen Distributionswegen an.

**Verbreitungs- und Kooperationsverträge.** Die Programme der deutschen Senderfamilie verfügen über hohe technische Reichweiten. Der Konzern hat dazu langjährige Verbreitungs- und Kooperationsverträge mit Satellitenbetriebsgesellschaften, mit Breitbandnetzbetreibern und für die Verbreitung auf mobilen Endgeräten mit Telekommunikationsunternehmen abgeschlossen. Mit dem Übergang von der analogen zur digitalen Verbreitung wird sich die Kapazität zur Übertragung der Fernsehprogramme, der Dienste und anderer Angebote des Konzerns noch weiter vervielfachen. Durch den Abschluss langfristiger Verbreitungsverträge ist die Reichweite der Fernsehprogramme auch beim Übergang vom analogen in das digitale Zeitalter gesichert. Die ProSiebenSat.1 Group ist daher zuversichtlich, dass ihre Programme in Zukunft flächendeckend analog und digital verbreitet werden. Zudem werden die Sender SAT.1, ProSieben und kabel eins seit Anfang 2010 in High Definition (HD) über den neuen Service HD+ des Satellitenbetreibers SES Astra ausgestrahlt. Parallel dazu werden die Programme jedoch weiterhin in Standardauflösung gesendet, wodurch Zuschauerverluste aufgrund des Fehlens HD-kompatibler Verbraucherendgeräte ausgeschlossen werden.

Für ihre Sender in Nord- und Osteuropa sowie in den Niederlanden und Belgien hat die ProSiebenSat.1 Group die Verbreitung ihrer TV-Sender durch langfristige Distributionsverträge gesichert. Dies ist umso wichtiger, als sich die Sender dort neben Werbeeinnahmen auch durch Distributionserlöse refinanzieren.



## Sonstige rechtliche Risiken

**Angebliche Verstöße gegen Kartellvorschriften.** Im Mai 2010 wurden die Räumlichkeiten der ProSiebenSat.1 Media AG durch das Bundeskartellamt durchsucht. Grund für die Durchsuchungen im Mai 2010 ist der Verdacht, dass die ProSiebenSat.1 Media AG angeblich Absprachen mit der RTL-Gruppe getroffen habe, nach denen bisher kostenlos empfangbare Programme der konkurrierenden Sendergruppen künftig nur noch verschlüsselt, gebündelt und gegen Entgelt zugänglich sein sollen. Das Ergebnis der Untersuchung kann gegenwärtig nicht verlässlich vorausgesehen werden. Eine Rückstellung wurde zum Bilanzstichtag daher nicht gebildet.

**Nutzungsrechte im Bereich New Media.** Die ProSiebenSat.1 Group befindet sich in Verhandlungen mit verschiedenen Inhabern von Urheberrechten über deren Nutzung auf den Plattformen der ProSiebenSat.1 Group, insbesondere im Bereich New Media (Online). Gegenstand der Gespräche sind vor allem (Online-) Nutzungsrechte im Musikbereich, die von verschiedenen (Verwertungs-) Gesellschaften wahrgenommen werden. Die Aufspaltung der Nutzungsrechte erschwert es zunehmend, mit allen Beteiligten einen Konsens zu erreichen und verhindert damit eine praktikable und schnelle Lösung dieser Sachverhalte. Dies könnte sich auf die Entwicklung des New-Media-Geschäfts negativ auswirken, wir schätzen die Eintrittswahrscheinlichkeit derzeit jedoch als gering ein.

### Compliance-Risiken

#### Wesentliche Steuerungsmaßnahmen

- **Allgemeine Compliancerisiken:** Konzernweite Compliance-Strukturen und gezielte Schulungen von Mitarbeitern in Kartellrechtsfragen
- **Medienpolitische und regulatorische Risiken:** Vernetzung mit Interessensgruppen und aktive Beteiligung am medienpolitischen Diskurs
- **Distributionsrisiken:** Langjährige vertragliche Absicherung
- **Sonstige rechtliche Risiken:** Enge Zusammenarbeit mit Rechtsexperten

#### Eintrittswahrscheinlichkeit insgesamt: Niedrig bis Mittel

Die potenziellen finanziellen Folgen einzelner rechtlicher bzw. medienpolitischer Änderungen bzw. gesetzlicher Verstöße stufen wir unterschiedlich hoch ein. Aufgrund der teilweise großen Unterschiede der Compliance Risiken setzen wir das Auswirkungsintervall insgesamt auf niedrig bis hoch. Dasselbe gilt aus den zuvor genannten Gründen für ihre Eintrittswahrscheinlichkeit. Vor allem Bußgelder aufgrund von Kartellrechtsverstößen könnten hohe finanzielle Folgen für die ProSiebenSat.1 Group haben.

#### Potenzielle Auswirkung (Stärke): Niedrig bis Hoch

## Prognosebericht

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

### Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns – Beurteilung aus Sicht der Unternehmensleitung

Die Konjunktur hat sich 2010 wieder kräftig erholt. Davon haben auch die TV-Werbemärkte profitiert. Vor allem im deutschen Markt profilierte sich TV nach der rezessiven Phase als wachstumsstarkes Werbemedium. 2011 sollten die TV-Werbeinvestitionen weiter steigen.



Gleichzeitig werden wir unseren erfolgreichen Kurs zur Diversifizierung fortsetzen und unsere Chancen zur Erschließung weiterer Erlösquellen realisieren. Insgesamt rechnen wir für das Geschäftsjahr 2011 mit steigenden Umsätzen und einem Ergebniswachstum. Daneben planen wir, unsere Netto-Verschuldung weiter zu reduzieren. Dazu wird auch eine positive Cashflow-Entwicklung beitragen.

## Chancenbericht

### Chancenmanagement

Das Monitoring von Chancen ist ebenso wie das Risikomanagement Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems. Dazu beschäftigt sich die ProSiebenSat.1 Group zum einen intensiv mit Marktszenarien und der Entwicklung des internationalen Wettbewerbsumfelds, zum anderen mit kritischen internen Erfolgsfaktoren und Kostentreibern. Chancen leiten sich im Wesentlichen aus der Konzernstrategie ab. Die Organisation der ProSiebenSat.1 Media AG gewährleistet klare und eindeutige Entscheidungsstrukturen, sodass bestehende Wachstumsmöglichkeiten gezielt genutzt bzw. geeignete Gegenmaßnahmen rechtzeitig ergriffen werden können.

#### Übersicht Unternehmenschancen

Chancen aus der Entwicklung der Rahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Konjunkturelle oder branchenspezifische Markttrends</li><li>• Trends im Mediennutzungsverhalten</li><li>• Neue technologische Entwicklungen/Innovationen</li><li>• Gesetzesänderungen und medienpolitische Entscheidungen</li></ul>
Unternehmensstrategische Chancen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ausbau unserer Wertschöpfungskette</li><li>• Launch neuer Produkte / Erschließung neuer Märkte</li></ul>
Leistungswirtschaftliche Chancen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Entwicklung und Kapitalisierung der Zuschauermarktanteile</li><li>• Kosteneffizienz</li><li>• Preispolitik</li></ul>

### Chancen aus der Entwicklung der Rahmenbedingungen

**Wichtigster Umsatzmarkt ist Deutschland.** Unser größtes Umsatzpotenzial sehen wir auch in Zukunft in der Vermarktung von TV-Werbezeiten in unserem wichtigsten Absatzmarkt Deutschland. Grundlage unserer Budgetplanung sind aktuelle Marktdaten renommierter Forschungsinstitute. Sollte es in den kommenden Monaten zu einer unerwartet deutlichen Konjunkturbelebung kommen, sehen wir zusätzliche Umsatz- und Ertragschancen.

**Digitalisierung bietet Wachstumschancen.** Die digitale Entwicklung stellt klassische Medienunternehmen grundsätzlich vor große Herausforderungen. Gleichzeitig bietet sie einem Content-Anbieter wie ProSiebenSat.1 substantielle Wachstumsmöglichkeiten: Der entscheidende Erfolgsfaktor im Wettbewerb um Zuschauer sind attraktive und professionelle Inhalte. Hier sind wir als Fernsehunternehmen bestens aufgestellt.

Vor allem das Internet ist für uns ein wichtiger und zusätzlicher Distributionsweg für die Vermarktung von Inhalten. So hat sich in den vergangenen Monaten beispielsweise MyVideo als innovative Videoplattform im Werbemarkt etabliert. Das Portal bietet einen Mix aus Premium-TV-Inhalten, Musikvideos und exklusiven Web-TV-Produktionen und soll 2011 weiter ausgebaut werden. Wir gehen zudem davon aus, dass der Absatz an internetfähigen TV-Geräten in den



kommenden Jahren ansteigen und ProSiebenSat.1 weitere Erlösoptionen eröffnen wird. Durch diese sogenannten hybriden TV-Geräte wird unter anderem der Nutzerkreis von Internetvideotheken deutlich wachsen. ProSiebenSat.1 hat mit maxdome in den vergangenen Jahren Deutschlands führende Video-on-Demand-Plattform aufgebaut und Anfang 2011 alle Anteile an maxdome übernommen. Bei einer steigenden Verbreitung von hybriden Fernsehgeräten hat ProSiebenSat.1 mit maxdome bereits frühzeitig ein adäquates und attraktives Nutzerangebot etabliert, um von dieser technischen Innovation sowie neuen Mediennutzungsformen zu profitieren.

### **Unternehmensstrategische Chancen**

**Zusätzliches Umsatzpotenzial durch Red Arrow und neue Geschäftsideen wie „Media for Revenue Share“.** Für unser Kerngeschäft Fernsehen ergeben sich insbesondere aus der Mehrfachverwertung von Inhalten und der Nutzung freier Programmkapazitäten Chancen. Bislang konzentrierte sich die ProSiebenSat.1 Group darauf, TV-Inhalte über verschiedene Plattformen auszustrahlen und die TV-Marken zu verlängern. Wir gehen jedoch davon aus, dass die Refinanzierung des Programms durch Distributionserlöse und Nutzungsentgelte eine immer wichtigere Rolle spielen wird. Der ProSiebenSat.1-Konzern prüft derzeit verschiedene zusätzliche Erlösmodelle. Neben weiteren Bezahl-Angeboten bietet sich beispielsweise auch die Verbreitung von gebührenpflichtigen Inhalten über mobile Dienste an, indem einzelne Sendungen vor Ausstrahlung online gestellt werden.

Unser hochwertiger Programmbestand bietet uns zudem für den Launch neuer TV-Sender eine hervorragende Ausgangsbasis, zusätzliche Erlösquellen zu erschließen. Ein aktuelles Beispiel dafür ist der Männersender MAX, der Ende 2010 in Norwegen auf Sendung ging. Darüber hinaus können wir über in Eigenregie entwickelte Programme sowie durch den Verkauf oder die Sublizenzierung bereits ausgestrahlter Sendungen unsere klassische Wertschöpfungskette erweitern. 2010 haben wir unsere Kompetenzen in der Entwicklung, Produktion und Vermarktung von Programmen deutlich gestärkt. Wir haben diese Bereiche in der Red Arrow Entertainment Group gebündelt und sind international expandiert.

Im klassischen Diversifikationsgeschäft haben wir ebenfalls zusätzliche Erlöspotenziale identifiziert. Neben der Verbreitung unserer Inhalte über unterschiedliche Medienplattformen werden wir unsere Marken in Zukunft gezielter dafür einsetzen, auch in angrenzenden Gebieten zu investieren. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass diese neuen Geschäftsideen einen Bezug zu unserem Kerngeschäft aufweisen und zu profitablen Wachstum beitragen. Mit dem Einstieg ins Live- und Künstlermanagement haben wir 2010 ein wichtiges Etappenziel erreicht.

### **Leistungswirtschaftliche Chancen**

**Angemessene Kapitalisierung der Senderleistung ist Basis für unser Wachstum.** Neben Wachstumsmöglichkeiten, die sich aus unserer Unternehmensstrategie ergeben, nehmen wir leistungswirtschaftliche Chancen im operativen Geschäft wahr. Durch die rezessive Entwicklung des Werbemarkts im Jahr 2009 haben die Wettbewerbsintensität und der Preisdruck zugenommen. Diese Entwicklung hat sich im Berichtsjahr entschärft. Vor allem in Deutschland konnten wir unsere Quotenerfolge wieder besser kapitalisieren. Unsere größte leistungswirtschaftliche Chance ist es daher, die Zuschauermarktanteile unserer Fernsehsender zu steigern und auch in Zukunft angemessene Preise für unsere hochwertige und effektive Medialeistung zu realisieren. Weitere Wachstumsmöglichkeiten bieten auch neue Vermarktungsmodelle wie „Media for Revenue Share“. Damit kapitalisieren wir freie Werbeflächen und erschließen zugleich neue Kundengruppen, die bisher nicht im TV geworben haben.



---

### Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Im Jahr 2011 bleibt die Weltwirtschaft voraussichtlich auf Expansionskurs, auch wenn sich die Dynamik im Vergleich zu 2010 etwas abschwächen wird. Der Internationale Währungsfonds prognostiziert derzeit ein reales Wachstum von 4,4 Prozent – nach plus 5,0 Prozent im Jahr 2010. In der Eurozone ist ebenfalls mit einer Fortsetzung der wirtschaftlichen Erholung zu rechnen. Nach einem Plus von 1,7 Prozent im Jahr 2010 prognostiziert die Europäische Kommission für 2011 ein Wachstum von 1,5 Prozent. Von der Verschuldung einzelner europäischer Länder gehen dagegen nach wie vor gewisse Risiken aus. Die defizitäre Haushaltslage Ungarns, Spaniens oder Griechenlands könnte sich negativ auf die Konjunkturentwicklung auswirken. Auch die anziehende Inflationsrate ist weiter zu beobachten.

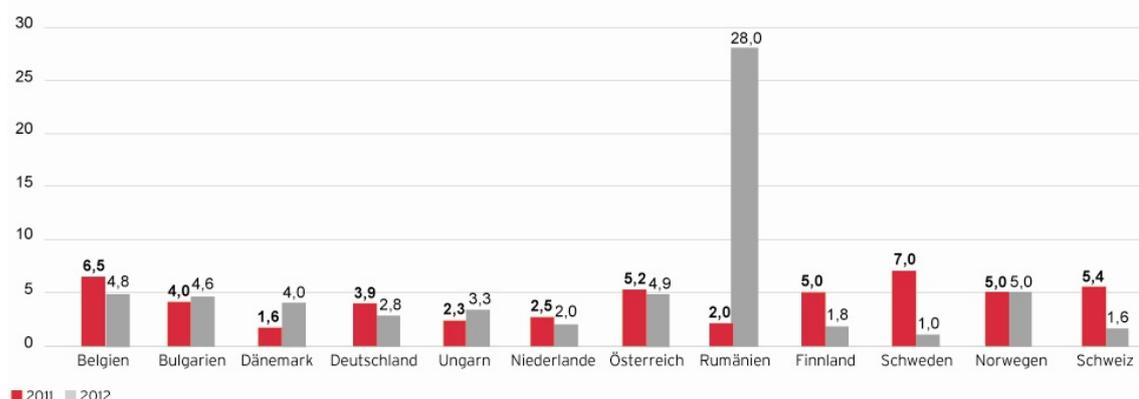
Anhaltend erfreulich sind dagegen die Aussichten für die deutsche Volkswirtschaft. Bereits zum Jahresende 2010 hatte sich der zunächst von Exporten getragene Aufschwung zunehmend auf die Binnennachfrage ausgedehnt. Für 2011 ist davon auszugehen, dass sich wichtige Rahmenbedingungen wie Beschäftigung und Lohnentwicklung weiter verbessern. Somit sind die Aussichten gut, dass die wirtschaftliche Expansion im Wesentlichen von der Inlandsnachfrage getragen wird. Die Stimmungsindikatoren für Wirtschaft und Konsumenten bestätigen den positiven Trend. Das bereits seit Anfang 2009 stetig steigende ifo-Geschäftsklima hat zuletzt neue Rekordstände erreicht. Auch die private Konsumbereitschaft (GfK) zeigt sich im Aufwind. Die Konjunkturerperten erwarten daher, dass die deutsche Wirtschaft 2011 weiter zulegen wird. Die derzeitigen Prognosen für das Gesamtjahr liegen bei rund 2,5 Prozent realem Wachstum (z.B. ifo: +2,4%, ifw: +2,3%).

Die Entwicklung der Werbemärkte ist eng mit der jeweils aktuellen und künftig erwarteten allgemeinen Wirtschaftslage verknüpft. Auch 2010 ging das starke deutsche Wirtschaftswachstum (+3,6%) mit einem deutlichen Wachstumsschub bei den TV-Werbeinvestitionen einher (Zenith-Prognose: +6,9% netto). 2011 wird der positive Konjunkturtrend zwar voraussichtlich erhalten bleiben, wahrscheinlich jedoch nicht an den starken Aufholeffekt aus dem Nachkrisenjahr 2010 anschließen können. Ähnliches gilt für den Werbemarkt. Aufgrund der positiven Konjunkturerwartungen hat die Agenturgruppe Zenith ihre Prognose für den deutschen TV-Werbemarkt nach oben korrigiert und erwartet für 2011 ein Wachstum von 3,9 Prozent netto sowie ein Plus von 2,8 Prozent netto für 2012. Das Wachstumsniveau von 2010 wird voraussichtlich nicht zu erreichen sein. International liegen die Prognosen für die TV-Werbemärkte, in denen die ProSiebenSat.1 Group aktiv ist, ebenfalls überwiegend im positiven Bereich. Eine Übersicht der Prognosen zeigt folgende Grafik:



### Entwicklung des TV-Werbemarktes in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr

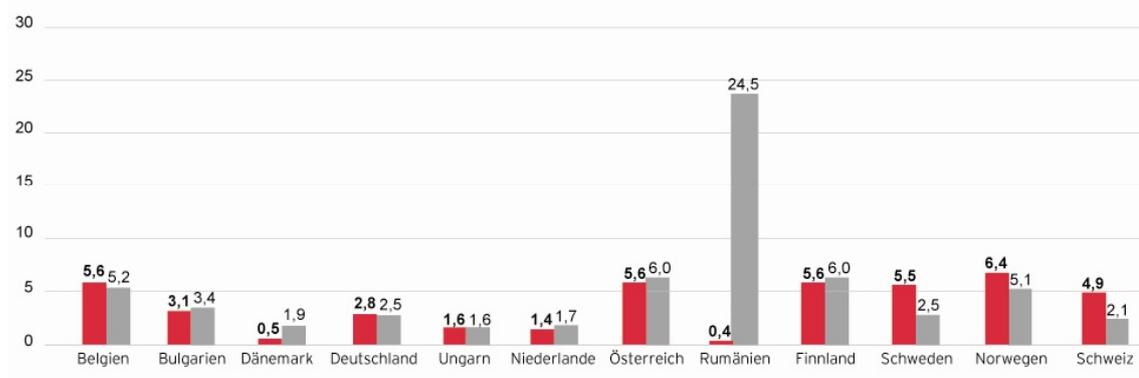


■ 2011 ■ 2012

Quelle: ZenithOptimedia (12/2010), Zahlen auf Nettobasis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen.

### Erwartete Entwicklung des Gesamtwerbemarktes in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern

in Prozent, Veränderung ggü. Vorjahr

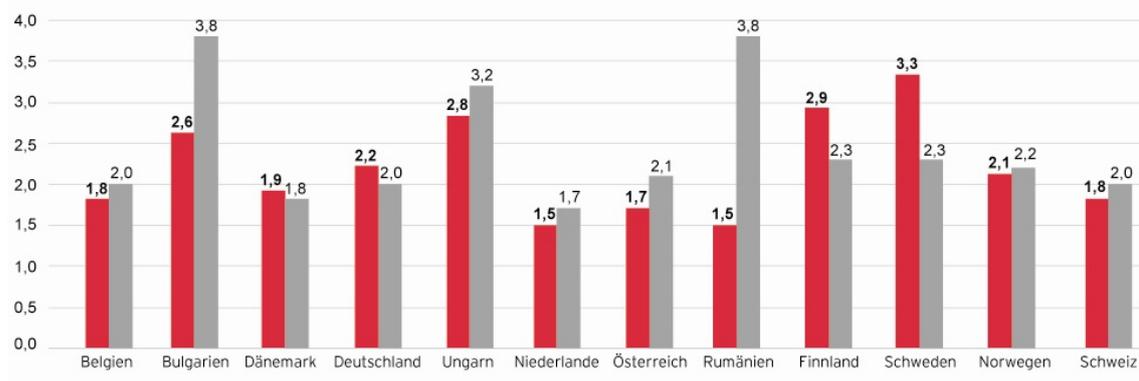


■ 2011 ■ 2012

Quelle: ZenithOptimedia (12/2010), Zahlen auf Nettobasis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen.

### Prognosen für das BIP in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern

in Prozent, Veränderung ggü. Vorjahr



■ 2011 ■ 2012

Quelle: Eurostat (Stand: 22.02.2011)



## Unternehmensausblick

### Prognose wichtiger Unternehmenskennzahlen auf Zweijahressicht (ggü. Vorjahr)

in Mio EUR	2010	Erwartungen	
		2011	2012
Umsatz	3.000,0	➔	➔
Operative Kosten	2.105,2	➔	➔
Recurring EBITDA	905,9	↗	↗
Bereinigter Konzernjahresüberschuss (underlying net income)	357,2	↗	↗
Netto-Finanzverschuldung (zum 31. Dezember)	3.021,0	➔	➔

↗ deutlicher Anstieg ➔ Anstieg ➔ Rückgang

### Grundlagen unserer Erwartungen für den Planungszeitraum 2011 und 2012

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Dezember 2010 angekündigt, ihre Auslandsbeteiligungen in Nordeuropa sowie den Niederlanden und Belgien einer strategischen Prüfung zu unterziehen. Der Prozess ist ergebnisoffen. Unsere Prognose bezieht sich auf Aktivitäten des bestehenden Geschäfts – Änderungen im Konsolidierungskreis sind in der Planung nicht berücksichtigt.

Der künftige Geschäftserfolg der ProSiebenSat.1 Group hängt neben der Performance unserer Sender in den jeweiligen Zuschauermärkten wesentlich von der Konjunkturerholung insbesondere im Kernmarkt Deutschland ab. Trotz der spürbaren Erholung in weiten Teilen Europas sind exakte Voraussagen für die konjunktursensiblen Werbemärkte aufgrund der vielfältigen Einflussfaktoren stets mit Unsicherheiten behaftet. Neben der Konjunkturerholung sind es politische und rechtliche Weichenstellungen, strukturelle Marktveränderungen und die verschiedenen Branchenkonjunkturen, die sich auf die Werbewirtschaft positiv oder negativ auswirken können. Die Saisonalität der Werbeindustrie schränkt die Planungssicherheit zusätzlich ein. So realisiert die ProSiebenSat.1 Group mit einem Anteil von rund 30 Prozent den Großteil ihres Umsatzes im vierten Quartal.

Nach einem geschätzten Wachstum der TV-Werbeinvestitionen in unserem wichtigsten Umsatzmarkt Deutschland im Jahr 2010 von 8 bis 9 Prozent netto rechnen wir auf Grundlage des derzeitigen positiven makroökonomischen Umfelds für 2011 mit einem weiteren Anstieg. Das Wachstum der Netto-TV-Werbeinvestitionen lässt sich jedoch insbesondere aufgrund der branchentypisch hohen Bedeutung des vierten Quartals noch nicht sicher quantifizieren. Wir haben unseren Planannahmen für das Jahr 2011 ein Netto-Wachstum des deutschen TV-Werbemarktes im niedrigen einstelligen Prozentbereich gegenüber dem Jahr 2010 zugrunde gelegt. Was die Entwicklung der einzelnen Medien betrifft, gehen wir davon aus, dass der Anteil von TV am Gesamtwerbemarkt stabil bleibt.

Auch für ihre europäischen Kernmärkte rechnet die ProSiebenSat.1 Group auf Grundlage der derzeit bekannten Daten mit einem insgesamt guten makroökonomischen Marktumfeld. Lediglich in den osteuropäischen Märkten dürfte die nach wie vor rezessive Konjunkturlage zu rückläufigen Investitionen in TV-Werbung führen.

Unsere Planung für 2012 basiert im Wesentlichen ebenfalls auf der Annahme, dass sich der konjunkturelle Aufwärtstrend sowohl in Deutschland, Österreich und der Schweiz als auch in Nordeuropa und unseren Benelux-Märkten fortsetzt und die Investitionsbereitschaft der



Werbekunden positiv beeinflusst. Zeichen für eine konjunkturelle Wende in unseren osteuropäischen Märkten sind derzeit auch für 2012 nicht absehbar.

### **Erwartete Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns**

Vor dem Hintergrund dieser Konjunkturerwartungen geht die Gruppe von einer positiven Geschäftsentwicklung im Jahr 2011 aus. Im ersten Quartal 2011 wird das TV-Werbe­geschäft in Deutschland voraussichtlich durch den späten Ostertermin beeinflusst. Insgesamt erwartet ProSiebenSat.1 im Jahr 2011 eine weitere Steigerung des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich. Dazu werden alle Segmente beitragen. Das Ergebniswachstum (recurring EBITDA) dürfte nach heutigem Kenntnisstand die prozentuale Wachstumsrate des Konzernumsatzes übertreffen. Eine Präzisierung der Umsatz- und Ergebnis­erwartungen ist aufgrund der Bedeutung des vierten Quartals für das Werbe­geschäft noch nicht möglich.

Eine wichtige Maßgabe zur Erreichung unserer finanziellen Ziele bleibt die Nutzung zusätzlicher Wachstumspotenziale durch den Geschäftsbereich Diversifikation und die Fortsetzung unserer Kostendisziplin. Wir haben auch im vergangenen Jahr verschiedene Maßnahmen zur Effizienzsteigerung umgesetzt. Hierzu zählt unter anderem die Veräußerung der Nachrichtensparte mit N24 und MAZ&More im Juni 2010. Aus der Transaktion sollen ab 2011 deutliche Effizienzgewinne resultieren. Durch eine weitere Optimierung bestehender Prozesse soll der Aufbau einer „Best-Practice-Organisation“ vorangetrieben werden. Für den bedeutendsten Kostenfaktor eines TV-Konzerns, das Programmvermögen, ist es unser Ziel, dass die Aufwendungen moderat, in jedem Fall unterhalb der Umsatzwachstumsrate, steigen. Insgesamt dürften die operativen Kosten aufgrund von Investitionen in neue Wachstumsfelder wie dem weiteren Ausbau des Content-Produktionsbereichs, des Video-on-Demand-Portals maxdome und neuer TV-Sender leicht zulegen. Derzeit rechnen wir mit einem Anstieg der operativen Kosten im niedrigen einstelligen Prozentbereich. Das Umsatzwachstum dürfte den Kostenanstieg überkompensieren.

**Free-TV.** Bei einem stabilen bis leicht verbesserten Preisniveau rechnen wir im Planungszeitraum bis 2012 für das Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum mit einer weiteren Umsatz- und Ergebnissteigerung.

Im internationalen TV-Geschäft ist die Lage uneinheitlich: Während im skandinavischen Raum sowie in unseren anderen westeuropäischen Märkten die Werbeeinnahmen steigen und das Umsatzwachstum des deutschen Kernmarkts erwartungsgemäß übertreffen können, könnten ein negativer Preistrend und eine weiterhin rezessive Konjunkturlage in Osteuropa zu rückläufigen Buchungen im Jahr 2011 führen. Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung der vergangenen Monate in Nordeuropa rechnen wir für 2011 insgesamt mit einer weiteren deutlichen Umsatz- und Ergebnissteigerung in unserem internationalen TV-Segment gegenüber dem Jahr 2010. Dieser Trend dürfte sich 2012 fortsetzen.

**Diversifikation.** Die Konjunkturkrise hat gezeigt, dass die Werbewirtschaft in wirtschaftlich schwierigen Zeiten verstärkt auf bewährte Medien setzt und TV Leitmedium Nummer eins ist. Die Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Group sind daher weiterhin klar auf das Kerngeschäft Free-TV fokussiert. Gleichzeitig müssen wir aber auch auf die Veränderungen unseres Marktumfeldes reagieren. Für unsere künftige Wettbewerbskraft ist es wichtig, unsere Abhängigkeit vom TV-Werbemarkt zu reduzieren und unsere Wertschöpfungskette zu erweitern. Deshalb werden wir die Diversifizierung unserer Geschäftstätigkeit noch stärker forcieren und in Ideen investieren, mit denen wir jenseits des traditionellen Hauptgeschäfts zusätzliche Umsätze erzielen. Durch die schrittweise Verlängerung unserer Wertschöpfungskette in verwandte Bereiche wie Online, Video-on-Demand oder die Vermarktung von Werbezeiten nach dem Prinzip „Media for Revenue Share“



erwarten wir einen weiteren Anstieg des Geschäftsvolumens und einen entsprechend positiven Umsatzbeitrag. Wir rechnen für die Jahre 2011 und 2012 mit einem deutlichen Umsatzwachstum und einem zumindest stabilen recurring EBITDA.

#### Erwartete Entwicklung der Segmente auf Zweijahressicht (ggü. Vorjahr)

In EUR Mio	2010		Erwartungen 2011		Erwartungen 2012	
	Umsatz	Recurring EBITDA	Umsatz	Recurring EBITDA	Umsatz	Recurring EBITDA
Segment Free-TV Deutschsprachig	1.862,6	631,3	↗	↗	↗	↗
Segment Free-TV International	764,2	183,2	↗	↗	↗	↗
Segment Diversifikation	373,2	91,5	↗	→	↗	↗

↗ deutlicher Anstieg ↗ Anstieg → stabile Entwicklung

#### Künftige Finanz- und Vermögenslage

Wir haben unsere Netto-Finanzverschuldung von 3,295 Mrd Euro auf 3,021 Mrd Euro reduziert und unseren Verschuldungsgrad im Jahr 2010 vom 4,7-Fachen auf das 3,3-Fache des recurring EBITDA gesenkt. Damit hat die ProSiebenSat.1 Group bereits vorzeitig das untere Ende der angestrebten Bandbreite im Verschuldungsgrad (3- bis 4-fache Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA) erreicht. Dabei wirkten sich sowohl der Rückgang der Finanzverbindlichkeiten als auch die hohe Ergebnissteigerung gegenüber dem Vorjahr positiv auf den Verschuldungsfaktor aus.

Der ProSiebenSat.1-Konzern verfügt zum Bilanzstichtag über hohe liquide Mittel. Aus heutiger Sicht ist damit auch für den Planungszeitraum 2011 und 2012 ausreichend Liquidität und Finanzierungsspielraum gegeben, zumal sich eine weitere Ergebnisverbesserung auch künftig positiv auf die Liquidität und damit die Netto-Finanzverschuldung des Konzerns auswirken dürfte.

Die Finanzierung des Konzerns ist langfristig gesichert. Nichtsdestotrotz beobachten wir intensiv die Finanzmärkte und analysieren regelmäßig verschiedene Möglichkeiten, die uns zur Refinanzierung oder Laufzeitverlängerung unserer Kreditverbindlichkeiten zur Verfügung stehen. Auch Erlöse aus Desinvestitionen würden zu einer weiteren Reduzierung der Netto-Finanzverschuldung und des Verschuldungsgrades beitragen. Vor diesem Hintergrund dürfte sich auch das Finanzergebnis verbessern.

#### Geplante Investitionen

Der Großteil unserer Investitionen wird auch in Zukunft in das Programmvermögen und damit in die Segmente Free-TV im deutschsprachigen Raum und Free-TV International fließen. Das Investitionsvolumen wird sich im Planungszeitraum 2011 und 2012 im Vergleich zum Geschäftsjahr 2010 nicht wesentlich verändern. 2010 hatte die ProSiebenSat.1 Group rund 1,2 Mrd Euro in das Programmvermögen investiert. Wir planen unsere Investitionen auch künftig aus dem operativen Cashflow bzw. den liquiden Mitteln zu finanzieren.

#### Dividendenpolitik

Grundlage für die von Vorstand und Aufsichtsrat vorgeschlagene Dividende ist üblicherweise die Ausschüttung einer Dividende von bis zu 80 bis 90 Prozent bezogen auf den bereinigten Jahresüberschuss (underlying net income) des ProSiebenSat.1-Konzerns. Der Dividendenvorschlag wird allerdings jedes Jahr neu festgelegt, wobei neben den erwirtschafteten



Ergebnissen auch der Kapitalbedarf der ProSiebenSat.1 Group und die laufenden Geschäftsaussichten berücksichtigt werden.

Nachdem wir in den vergangenen zwei Jahren nur die Mindestdividende an die Vorzugsaktionäre gezahlt haben, wollen wir für das Geschäftsjahr 2010 – auch vor dem Hintergrund unseres positiven Ausblicks für das laufende Geschäftsjahr - unsere ertragsorientierte Ausschüttungspolitik wieder aufnehmen. Der Vorstand wird dem Aufsichtsrat einen Gewinnverwendungsvorschlag für die Hauptversammlung vorlegen, der für das Jahr 2010 eine Dividende in Höhe von 1,14 Euro je Vorzugsaktie bzw. 1,12 Euro je Stammaktie vorsieht (2009: 0,02 Euro bzw. 0,00 Euro). Dies entspricht - unter Berücksichtigung des derzeitigen Bestands an nicht dividendenberechtigten eigenen Vorzugsaktien – einer Ausschüttung von insgesamt 240,8 Mio Euro (2009: 2,1 Mio Euro) bzw. einer Ausschüttungsquote von 67,4 Prozent (2009: 1,1%) bezogen auf das bereinigte Konzernergebnis (underlying net income).

### **Mitarbeiterpolitik**

Der qualitative Beschäftigungsaufbau steht auch künftig im Mittelpunkt des Personalmanagements. Indem wir in die Qualifizierung der Mitarbeiter investieren, stärken wir die Motivation unserer Mitarbeiter und schaffen einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil. Da die Führungskräfte Multiplikatoren für Mitarbeiter sind, werden wir das Programm „Performance Development“ 2011 ausbauen und alle Führungsebenen integrieren. Neben einer klaren Führungskultur sind gemeinsame Werte, die unsere Mitarbeiter leiten, wichtige Bausteine einer Kultur der Spitzenleistung. Mit unserem Unternehmensleitbild haben wir unserem Geschäftsmodell eine klare Ausrichtung gegeben: Mit Leidenschaft, professionellem Anspruch und wirtschaftlichem Sachverstand ergreifen wir Chancen und gestalten die Zukunft audiovisueller Medien zu einem noch intensiveren Erlebnis. Unser gemeinsamer Anspruch lautet: **>> fascinating people.**

### **Anmerkung zu den vorausschauenden Aussagen zur künftigen Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage**

Unsere Prognose basiert auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Risiken und Unsicherheiten, die diese Prognose belasten können, sind zum Beispiel eine Verlangsamung der Konjunkturerholung, ein Rückgang der Werbeinvestitionen, steigende Kosten der Programmbeschaffung, Veränderungen der Wechselkurse oder Zinssätze, negative Quotentrends oder gar eine dauerhafte Veränderung des Mediennutzungsverhaltens, Änderungen von Gesetzen, regulatorischen Bestimmungen und medienpolitische Richtlinien. Weitere Unsicherheitsfaktoren werden im Risikobericht beschrieben. Sollte eine oder gar mehrere dieser Unwägbarkeiten eintreten oder sollten die den vorausschauenden Aussagen zugrunde liegenden Annahmen nicht eintreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen.



---

Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG



---

**Bilanz der ProSiebenSat.1 Media AG**

# ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring

## Bilanz zum 31. Dezember 2010

### Aktiva

	31.12.2010		31.12.2009	
	EUR	EUR	EUR	EUR
<b>A. Anlagevermögen</b>				
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>				
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	840.012,00		815.128,00	
2. Geleistete Anzahlungen	965.474,32	1.805.486,32	390.965,99	1.206.093,99
<b>II. Sachanlagen</b>				
1. Bauten auf fremden Grundstücken	29.084.745,51		32.015.803,51	
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	3.217.347,50		3.177.283,00	
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	1.313.021,46	33.615.114,47	23.524,80	35.216.611,31
<b>III. Finanzanlagen</b>				
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	5.862.876.059,92		5.703.428.058,92	
2. Beteiligungen	196.771,80		196.771,80	
3. Wertpapiere des Anlagevermögens	7.680.606,24		6.875.561,75	
4. Sonstige Ausleihungen	11.460.896,87	5.882.214.334,83	10.630.012,77	5.721.130.405,24
		5.917.634.935,62		5.757.553.110,54
<b>B. Umlaufvermögen</b>				
<b>I. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände</b>				
1. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	21.532.822,59		12.215.026,29	
2. Forderungen gegen verbundene Unternehmen	1.856.599.001,30		680.165.813,33	
3. Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht	3.885.532,38		1.237.046,90	
4. Sonstige Vermögensgegenstände	86.728.603,27	1.968.745.959,54	121.871.323,27	815.489.209,79
<b>II. Wertpapiere</b>				
Eigene Anteile		0,00		24.527.566,42
<b>III. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten</b>		629.060.906,12		646.926.452,29
		2.597.806.865,66		1.486.943.228,50
<b>C. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		22.707.835,63		28.630.090,16
		8.538.149.636,91		7.273.126.429,20

## Passiva

	31.12.2010		31.12.2009	
	EUR	EUR	EUR	EUR
<b>A. Eigenkapital</b>				
<b>I. Gezeichnetes Kapital</b>	218.797.200,00		218.797.200,00	
./. Nennbetrag eigener Anteile	-5.661.834,00		0,00	
Ausgegebenes Kapital		213.135.366,00		218.797.200,00
<b>II. Kapitalrücklage</b>		580.187.621,96		580.187.621,96
<b>III. Gewinnrücklage</b>		16.800.338,84		0,00
<b>IV. Rücklage für eigene Anteile</b>		0,00		24.527.566,42
<b>V. Bilanzgewinn</b>		3.098.173.842,03		1.819.708.435,28
		<b>3.908.297.168,83</b>		<b>2.643.220.823,66</b>
<b>B. Rückstellungen</b>				
1. Rückstellung für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen		8.545.450,00		7.756.200,00
2. Steuerrückstellungen		43.984.578,46		66.106.100,00
3. Sonstige Rückstellungen		49.600.000,00		59.914.000,00
		<b>102.130.028,46</b>		<b>133.776.300,00</b>
<b>C. Verbindlichkeiten</b>				
1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten				
a. Darlehensverbindlichkeiten		2.286.658.391,54		2.561.957.875,84
b. Zinsverbindlichkeiten		12.478.478,13		13.258.897,32
2. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen		400.968,43		0,00
3. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		179.688.710,19		140.540.463,50
4. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen		2.007.396.646,14		1.739.776.524,08
5. Sonstige Verbindlichkeiten		40.920.411,87		40.563.044,80
--davon aus Steuern EUR 38.579.183,27 (i. Vj. EUR 36.865.828,44)--				
--davon im Rahmen der sozialen Sicherheit EUR 26.891,19				
(i. Vj. EUR 264,00)--				
		<b>4.527.543.606,30</b>		<b>4.496.096.805,54</b>
<b>D. Rechnungsabgrenzungsposten</b>		178.833,32		32.500,00
		<b>8.538.149.636,91</b>		<b>7.273.126.429,20</b>



---

**Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Media AG**

# ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring

## Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010

	2010		2009	
	EUR	EUR	EUR	EUR
1. Umsatzerlöse		19.572.339,41		11.323.012,41
2. Sonstige betriebliche Erträge		258.739.361,75		96.775.316,84
--davon aus der Währungsumrechnung EUR 25.889.134,84 (i. Vj. EUR 4.454.487,83)--				
3. Programm- und Materialaufwand				
a) Aufwendungen für Lizenzen, Sende- gebühren und Materialien	30.871.228,49		35.861.792,33	
b) Aufwendungen für bezogene Leistungen	191.735,42	31.062.963,91	343.186,96	36.204.979,29
4. Personalaufwand				
a) Löhne und Gehälter	39.279.521,22		44.769.233,34	
b) Soziale Abgaben	4.098.222,67	43.377.743,89	4.073.750,28	48.842.983,62
--davon für Altersversorgung EUR 480.710,00 (i. Vj. EUR 557.574,00)--				
5. Abschreibungen auf immaterielle Vermögens- gegenstände des Anlagevermögens und Sachanlagen		5.093.122,02		4.128.441,59
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen		115.781.630,54		106.782.356,09
--davon aus der Währungsumrechnung EUR 18.368.776,54 (i. Vj. EUR 7.950.849,67)--				
7. Erträge aus Beteiligungen		0,00		654.271,86
--davon aus verbundenen Unternehmen EUR 0,00 (i. Vj. EUR 654.271,86)--				
8. Erträge aus Gewinnabführungsverträgen		1.458.561.885,40		448.254.235,08
9. Erträge aus Ausleihungen des Finanzanlage- vermögens		8,25		817,06
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge		14.375.475,66		14.757.561,08
--davon aus verbundenen Unternehmen EUR 11.409.836,15 (i. Vj. EUR 10.477.672,32)--				
11. Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens		526.999,00		20.000.000,00
12. Aufwendungen aus Verlustübernahme		15.786.410,69		166.432.803,15
13. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		150.582.218,07		180.651.060,13
--davon an verbundene Unternehmen EUR 5.845.183,72 (i. Vj. EUR 21.609.499,87)-- --davon aus Aufzinsung EUR 771.600,00 (i. Vj. EUR 397.000,00)--				
14. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		1.389.037.982,35		8.722.590,46
15. Außerordentliche Erträge		1.990.241,51		0,00
16. Außerordentliche Aufwendungen		916.200,00		0,00
17. Außerordentliches Ergebnis		1.074.041,51		0,00
18. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag		106.595.195,45		64.266.291,15
19. Sonstige Steuern		2.983.999,66		582.608,12
20. Jahresüberschuss (i. Vj. Jahresfehbetrag)		1.280.532.828,75		-56.126.308,81
21. Gewinnvortrag aus dem Vorjahr		1.817.641.013,28		1.897.825.435,51
22. Einstellung in Rücklagen für eigene Anteile		0,00		21.990.691,42
23. Bilanzgewinn		3.098.173.842,03		1.819.708.435,28



# ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring

## Anhang für das Geschäftsjahr 2010

### Grundlagen und Methoden

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

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

### *Umstellung auf die Vorschriften des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes*

Die ProSiebenSat.1 Media AG wendet die durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) geänderten Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften des HGB gemäß Art. 66 Abs. 3 S. 1 EGHGB erstmalig im Berichtsjahr an. Die Anpassung der Wertansätze erfolgt unter Beachtung der Übergangsvorschriften zum 1. Januar 2010. Gemäß den Übergangsvorschriften des EGHGB werden die Auswirkungen aus der Umstellung im Außerordentlichen Ergebnis oder in den Gewinnrücklagen erfasst. Die folgende Überleitung stellt die wesentlichen Auswirkungen im Außerordentlichen Ergebnis bzw. den Gewinnrücklagen dar:

<b>Auswirkung</b>	<b>im Außerordentlichen Ergebnis</b>		<b>in den Gewinnrücklagen</b>
in Tsd. Euro			
Eigene Anteile	-		6.027,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	157,4		-
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	-229,8		-
Sonstige Rückstellungen	-686,4		3.948,0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	1.832,8		-
	1.074,0		9.975,5

### Eigene Anteile

Aufgrund der geänderten Bilanzierungsvorschriften werden die eigenen Anteile nicht mehr aktivisch ausgewiesen, sondern vom Eigenkapital abgesetzt. Der Nennbetrag der eigenen Anteile (6.027,5 Tsd. Euro) wurde offen vom Gezeichneten Kapital abgesetzt und ein darüber hinausgehender Betrag (18.500,1 Tsd. Euro) mit den Gewinnrücklagen verrechnet. Die Rücklage für Eigene Anteile (24.527,6 Tsd. Euro) wurde entsprechend aufgelöst und in die Gewinnrücklagen eingestellt.

### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen/Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Fremdwährungsforderungen und Fremdwährungsverbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen mit einer Restlaufzeit bis zu einem Jahr werden nach den Änderungen durch das BilMoG mit dem Devisenkassakurs am Bilanzstichtag angesetzt. Die sich daraus ergebende unrealisierten Währungsgewinne (Forderungen 157,4 Tsd. Euro; Verbindlichkeiten 1.832,8 Tsd. Euro) wurden im Außerordentlichen Ergebnis erfasst.

### Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Aus der Umstellung der Bewertung der laufenden Pensionen oder Anwartschaften auf Pensionen sind zum 1. Januar 2010 Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen in Höhe von 229,8 Tsd. Euro erforderlich. Gemäß Art. 67 Abs. 1 S. 1 EGHGB ist dieser Betrag bis spätestens zum 31. Dezember 2024 in jedem Geschäftsjahr zu mindestens einem Fünfzehntel anzusammeln. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat entschieden, den Pensionsrückstellungen diesen Betrag sofort in voller Höhe zu Lasten des Außerordentlichen Ergebnisses zuzuführen.

### Sonstige Rückstellungen

Entsprechend der Regelungen für eigene Anteile wurden die Rückstellungen für das Aktienoptionsprogramm (3.948,0 Tsd. Euro) zum Umstellungszeitpunkt in die Gewinnrücklagen umgegliedert.

Gemäß den Vorschriften des BilMoG sind Rückstellungen zum Erfüllungsbetrag unter Einbeziehung von Preis- und Kostensteigerungen zu bewerten. Langfristige Rückstellungen (Restlaufzeit mehr als ein Jahr) sind mit dem laufzeitadäquaten durchschnittlichen Marktzinssatz der vergangenen sieben Geschäftsjahre abzuzinsen, der von der Deutschen Bundesbank ermittelt und bekannt gegeben wird. Daraus ergab sich insgesamt eine Zuführung in Höhe von 686,4 Tsd. Euro, die im Außerordentlichen Ergebnis ausgewiesen wird.

Die Vorjahresvergleichszahlen wurden gemäß Art. 67 Abs. 8 S. 2 EGHGB nicht an die geänderten Ansatz- und Bewertungsmethoden angepasst.

### **Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze**

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

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um nutzungsbedingte lineare Abschreibungen, bewertet. Außerplanmäßige Abschreibungen werden vorgenommen, soweit mit einer voraussichtlich dauernden Wertminderung gerechnet wird. Wirtschaftsgüter mit Anschaffungskosten bis 150 Euro werden im Jahr der Anschaffung in voller Höhe als Betriebsausgaben berücksichtigt. Für Wirtschaftsgüter, die einen Wert zwischen 150 Euro und 1.000 Euro haben, wird ein Sammelposten gebildet, der linear über fünf Jahre abgeschrieben wird.

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

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

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

Im Gegensatz zum Vorjahr werden die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegen verbundene Unternehmen, die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber verbundenen Unternehmen sowie Forderungen bzw. Verbindlichkeiten aus dem Cash Pooling nicht mehr saldiert, sondern einzeln als Forderung oder Verbindlichkeit ausgewiesen. In die Saldierung nicht einbezogen wurden im Vorjahr Darlehen mit Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group sowie Forderungen oder Verbindlichkeiten aus der Ergebnisabführung.

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

Eigene Anteile werden gem. § 272 Abs. 1a HGB mit dem Nennbetrag vom gezeichneten Kapital abgesetzt.

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

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

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

Verbindlichkeiten werden mit ihren Erfüllungsbeträgen am Bilanzstichtag angesetzt.

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

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

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

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

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

## **Erläuterungen zur Bilanz**

### **Anlagevermögen**

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

### **Immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen**

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden außerplanmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen in Höhe von 467 Tsd. Euro (i. Vj. 0 Tsd. Euro) vorgenommen.

### **Finanzanlagen**

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

Im Geschäftsjahr 2010 wurden Wertaufholungen auf den Beteiligungsbuchwert der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH (vormals German Free TV Holding GmbH), Unterföhring, nach § 253 Abs. 5 HGB in Höhe von 160.000 Tsd. Euro vorgenommen.

Aufgrund eines niedrigeren beizulegenden Wertes wurden im Geschäftsjahr 2010 bei den Anteilen an verbundenen Unternehmen außerplanmäßige Abschreibungen auf den Beteiligungsbuchwert der ProSiebenSat.1 Welt GmbH, Unterföhring, in Höhe von 527 Tsd. Euro vorgenommen. Im Vorjahr betrafen die außerplanmäßigen Abschreibungen in Höhe von 20.000 Tsd. Euro die Anteile an der 9Live Fernsehen GmbH, Unterföhring.

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

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

## Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände

	31.12.2010			31.12.2009		
	Restlaufzeit		Gesamt	Restlaufzeit		Gesamt
	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	31.12.2010	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	31.12.2009
	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro
Forderungen aus						
Lieferungen und Leistungen	21.533	0	21.533	12.215	0	12.215
Forderungen gegen						
verbundene Unternehmen	1.856.599	0	1.856.599	680.166	0	680.166
Forderungen gegen Unternehmen						
mit denen ein Beteiligungs-						
verhältnis besteht	3.885	0	3.885	1.237	0	1.237
Sonstige Vermögensgegenstände	73.407	13.322	86.729	100.809	21.062	121.871
<b>Summe</b>	<b>1.955.424</b>	<b>13.322</b>	<b>1.968.746</b>	<b>794.427</b>	<b>21.062</b>	<b>815.489</b>

Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen beinhalten Forderungen aus Ergebnisabführungsverträgen (1.458.562 Tsd. Euro; i. Vj.: 449.698 Tsd. Euro), aus kurzfristiger Darlehensgewährung (114.937 Tsd. Euro; i. Vj.: 78.675 Tsd. Euro) sowie aus Cash Pooling (57.278 Tsd. Euro; i. Vj.: 98.338 Tsd. Euro) und aus dem internen Leistungsverkehr (225.822 Tsd. Euro; i. Vj.: 53.455 Tsd. Euro). Im Gegensatz zum Vorjahr werden die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegen verbundene Unternehmen, die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber verbundenen Unternehmen sowie Forderungen bzw. Verbindlichkeiten aus dem Cash Pooling nicht mehr saldiert, sondern einzeln als Forderung oder Verbindlichkeit ausgewiesen. In die Saldierung nicht einbezogen wurden im Vorjahr Darlehen mit Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group sowie Forderungen oder Verbindlichkeiten aus der Ergebnisabführung.

In den Sonstigen Vermögensgegenständen sind im Wesentlichen geleistete Anzahlungen auf Lizenzen und Steuerforderungen ausgewiesen.

## Rechnungsabgrenzungsposten

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

## Latente Steuern

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

	Aktive latente Steuern Tsd. Euro	Passive latente Steuern Tsd. Euro
Immaterielle Vermögensgegenstände	39.650	0
Finanzanlagen	0	40.154
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	9	409
Rückstellungen	11.275	0
Verbindlichkeiten	34	245
<b>Summe</b>	<b>50.968</b>	<b>40.808</b>
Saldierung	-40.808	-40.808
<b>Saldo</b>	<b>10.160</b>	<b>0</b>

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

Der sich rechnerisch ergebende aktive Überhang an latenten Steuern wird nach dem Wahlrecht des § 274 HGB nicht angesetzt.

## Eigenkapital

### Eigenkapitalentwicklung im Geschäftsjahr 2010

	Gezeichnetes Kapital		Kapital- rücklage	Gewinn- rücklage	Rücklage	Bilanz- gewinn	Summe Eigenkapital
	Stammaktien	Vorzugsaktien			für eigene Anteile		
	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro
31. Dezember 2009	109.398,6	109.398,6	580.187,6	-	24.527,6	1.819.708,4	2.643.220,8
Umbuchung eigene Anteile nach § 272 Abs. 1a HGB	-	-6.027,5	-	6.027,5	-24.527,6	-	-24.527,6
Aktienoptionsplan - Umgliederung	-	-	-	3.948,0	-	-	3.948,0
1. Januar 2010	109.398,6	103.371,1	580.187,6	9.975,5	0,0	1.819.708,4	2.622.641,2
Gezahlte Dividenden	-	-	-	-	-	-2.067,4	-2.067,4
Jahresüberschuss	-	-	-	-	-	1.280.532,8	1.280.532,8
Aktienoptionsplan - Eigene Anteile	-	365,7	-	4.750,0	-	-	5.115,7
Aktienoptionsplan - Einstellung	-	-	-	2.074,9	-	-	2.074,9
31. Dezember 2010	109.398,6	103.736,8	580.187,6	16.800,4	0,0	3.098.173,8	3.908.297,2

### Gezeichnetes Kapital

Das Gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt zum Bilanzstichtag 218.797.200 Euro. Es ist eingeteilt in 109.398.600 auf den Namen lautende Stammaktien als Stückaktien und 109.398.600 auf den Inhaber lautende Vorzugsaktien ohne Stimmrecht als Stückaktien, jeweils mit einem auf die einzelne Aktie entfallenden anteiligen Betrag des Grundkapitals von 1,00 Euro. Zum 31. Dezember 2010 betrug die Zahl der ausgegebenen Aktien somit 218.797.200, von denen die Gesellschaft 5.661.834 (Vorjahr: 6.027.500) Vorzugsaktien im Eigenbestand hält.

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

### *Genehmigtes Kapital*

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

### *Bedingtes Kapital*

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

### *Eigene Anteile*

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

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

Die Gesellschaft hat im Geschäftsjahr 2010 keine Vorzugsaktien erworben. Im Rahmen der Ausübung von Aktienoptionen wurden 365.666 eigene Vorzugsaktien an Optionsberechtigte nach Vereinnahmung des Optionspreises in Höhe von 13,99 Euro zugeteilt. Im Vorjahr wurden 4.900.000 Vorzugsaktien zu einem durchschnittlichen Kurs von 3,14 Euro erworben. Im Geschäftsjahr 2008 wurden 1.127.500 Vorzugsaktien zu einem Kurs von 13,40 Euro er-

worben. Somit hält die ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2010 insgesamt 5.661.834 (Vorjahr: 6.027.500) eigene Vorzugsaktien.

#### *Kapitalrücklage*

Die Kapitalrücklage beträgt 580.187,6 Tsd. Euro (i. Vj.: 580.187,6 Tsd. Euro). Die Kapitalrücklage beinhaltet das Agio aus der Ausgabe von Aktien im Geschäftsjahr 1997 und der Kapitalerhöhung in 2004.

#### *Gewinnrücklage*

Die im Geschäftsjahr 2009 gebildete Rücklage für eigene Anteile in Höhe von 24.527,6 Tsd. Euro wurde beim Übergang auf die neuen handelsrechtlichen Vorschriften aufgelöst und den Gewinnrücklagen zugeführt. Die aus der Umstellung auf die Vorschriften des BilMoG sich ergebenden Auswirkungen auf die Gewinnrücklagen sind im Abschnitt „Grundlagen und Methoden“ unter „Umstellung auf die Vorschriften des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes“ dargestellt.

#### *Gewinnverwendung*

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde auf Grund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 29. Juni 2010 aus dem Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media AG des Geschäftsjahres 2009 in Höhe von 1.819.708 Tsd. Euro eine Ausschüttung in Höhe von 2.067 Tsd. Euro an die Vorzugsaktionäre vorgenommen. Dies entspricht einer Ausschüttung von 0,02 Euro je Vorzugsaktie.

Der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstandes der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2010 sieht vor, den Bilanzgewinn in Höhe von 3.098.174 Tsd. Euro wie folgt zu verwenden:

Ausschüttung einer Dividende von 1,14 Euro je dividendenberechtigter Inhaber-Vorzugsaktie	Euro	118.259.913,24
Ausschüttung einer Dividende von 1,12 Euro je dividendenberechtigter Namens-Stammaktie	Euro	122.526.432,00
Vortrag auf neue Rechnung	<u>Euro</u>	<u>2.857.387.496,79</u>
Bilanzgewinn	Euro	3.098.173.842,03

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

Die Ausschüttung ist abhängig von der Zustimmung der Hauptversammlung am 18. Mai 2011.

## **Rückstellungen**

	<b>31.12.2010</b>	31.12.2009
	<b>Tsd Euro</b>	Tsd Euro
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	<b>8.545</b>	7.756
Steuerrückstellungen	<b>43.985</b>	66.106
Rückstellungen für drohende Verluste aus schwebenden Geschäften	<b>13.205</b>	10.748
Rückstellungen für ausstehende Eingangsrechnungen	<b>11.115</b>	9.590
Zinsen aus Steuerschuldverhältnissen	<b>9.167</b>	18.445
Rückstellungen Altersteilzeit, Abfindungen und Sonderzahlungen	<b>6.629</b>	7.156
Übrige sonstige Rückstellungen	<b>9.484</b>	13.975
<b>Summe</b>	<b>102.130</b>	133.776

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

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

Die übrigen sonstigen Rückstellungen betreffen unter anderem Urlaubsrückstellungen.

## Verbindlichkeiten

	31.12.2010				31.12.2009			
	Restlaufzeit			Gesamt	Restlaufzeit			Gesamt
	bis	über	über		bis	über	über	
	1	1 bis 5	5	1	1 bis 5	5		
Jahr	Jahre	Jahre	Jahr	Jahre	Jahre			
	in Tsd. Euro				in Tsd. Euro			
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten								
a) Darlehensverbindlichkeiten	230.000	2.056.658	0	2.286.658	497.240	1.241.625	823.093	2.561.958
b) Zinsverbindlichkeiten	12.479	0	0	12.479	13.259	0	0	13.259
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	401	0	0	401	0	0	0	0
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	179.689	0	0	179.689	140.540	0	0	140.540
Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen	2.007.397	0	0	2.007.397	1.739.777	0	0	1.739.777
Sonstige Verbindlichkeiten	40.920	0	0	40.920	40.563	0	0	40.563
<b>Summe</b>	<b>2.470.886</b>	<b>2.056.658</b>	<b>0</b>	<b>4.527.544</b>	<b>2.431.379</b>	<b>1.241.625</b>	<b>823.093</b>	<b>4.496.097</b>

Die unter den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ausgewiesenen Darlehensverbindlichkeiten umfassen verschiedene endfällige Darlehen mit einer Laufzeit bis zum 3. Juli 2014 (Term Loan B: 1.239.062 Tsd. Euro, Vj. 1.214.625 Tsd. Euro) bzw. bis zum 3. Juli 2015 (Term Loan C: 817.596 Tsd. Euro, Vj. 823.093 Tsd. Euro) sowie eine revolvingende Kreditfazilität mit einer ursprünglichen Laufzeit bis zum 3. Juli 2014 (230.000 Tsd. Euro, Vj. 497.240 Tsd. Euro). Die Kredite werden durch ein internationales Bankenkonsortium und institutionelle Investoren zur Verfügung gestellt.

Ein Teil der Darlehen kann auch in anderen Währungen als Euro in Anspruch genommen werden. Zum 31. Dezember 2010 waren alle Darlehen in Euro in Anspruch genommen. Im Rahmen der Kreditvereinbarung hat die Gesellschaft Geschäftsanteile an verschiedenen, als wesentlich eingestuften Tochtergesellschaften als Sicherheit verpfändet.

Die zum 31. Dezember 2010 verfügbare revolvingende Kreditlinie mit einem ursprünglichen Rahmenvolumen von 600 Mio Euro, das variabel in Anspruch genommen werden kann, beträgt 581,8 Mio Euro (Vorjahr: 594,7 Mio Euro). Davon wurden zum 31. Dezember 2010 230,0 Mio Euro (Vorjahr: 497,2 Mio Euro) bar in Anspruch genommen. Die ProSiebenSat.1 Group kann die revolvingende Kreditlinie variabel für allgemeine betriebliche Zwecke verwenden. Unter Berücksichtigung von Avalinanspruchnahmen in Höhe von 26,5 Mio Euro (Vorjahr: 30,8 Mio Euro) waren zum 31. Dezember 2010 325,3 Mio Euro (Vorjahr: 66,7 Mio Euro) aus der revolvingenden Kreditfazilität ungenutzt.

Die Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen enthalten insbesondere Verbindlichkeiten aus dem Cash Pooling (1.932.513 Tsd. Euro; i. Vj.: 1.616.466 Tsd. Euro), Verbindlichkeiten aus dem internen Leistungsverkehr (59.098 Tsd. Euro; i. Vj.: 43.122 Tsd. Euro), sowie Verbindlichkeiten aus Ergebnisübernahmeverpflichtungen (15.786 Tsd. Euro; i. Vj.: 166.433 Tsd. Euro). Im Gegensatz zum Vorjahr werden die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen gegen verbundene Unternehmen, die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen gegenüber verbundenen Unternehmen sowie Forderungen bzw. Verbindlichkeiten aus dem Cash Pooling nicht mehr saldiert, sondern einzeln als Forderung oder Verbindlichkeit ausgewiesen. In die Saldierung nicht einbezogen wurden im Vorjahr Darlehen mit Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group sowie Forderungen oder Verbindlichkeiten aus der Ergebnisabführung.

### **Haftungsverhältnisse**

	<b>31.12.2010</b>	31.12.2009
	<b>Tsd Euro</b>	Tsd Euro
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften (davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	<b>7.157</b> <b>(7.111)</b>	415 (0)
Haftung aus der Bestellung von Sicherheiten für fremde Verbindlichkeiten	<b>1.503.351</b>	1.505.896

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

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

Die ProSiebenSat.1 Media AG schätzt das Risiko der Inanspruchnahme aus den Haftungsverhältnissen als gering ein.

### **Sonstige finanzielle Verpflichtungen**

	<b>fällig im Folgejahr Tsd Euro</b>	<b>fällig im 2. bis 5. Jahr Tsd Euro</b>	<b>fällig nach dem 5. Jahr Tsd Euro</b>	<b>Summe 31.12.2010 Tsd Euro</b>	Summe 31.12.2009 Tsd Euro
Programmvermögen	<b>360.784</b>	<b>1.178.300</b>	<b>205.891</b>	<b>1.744.975</b>	2.416.689
(davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	<b>(0)</b>	<b>(0)</b>	<b>(0)</b>	<b>(0)</b>	(0)
Nutzungsgebühren	<b>29.377</b>	<b>117.799</b>	<b>48.939</b>	<b>196.115</b>	233.971
(davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	<b>(0)</b>	<b>(0)</b>	<b>(0)</b>	<b>(0)</b>	(0)
Leasing- und Mietverpflichtungen	<b>14.747</b>	<b>46.689</b>	<b>48.888</b>	<b>110.324</b>	145.138
(davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	<b>(0)</b>	<b>(0)</b>	<b>(0)</b>	<b>(0)</b>	(0)
Sonstige Verpflichtungen	<b>26.057</b>	<b>4.743</b>	<b>3</b>	<b>30.803</b>	21.599
(davon gegenüber verbundenen Unternehmen)	<b>(18.579)</b>	<b>(0)</b>	<b>(0)</b>	<b>(18.579)</b>	(0)
<b>Summe</b>	<b>430.965</b>	<b>1.347.531</b>	<b>303.721</b>	<b>2.082.217</b>	2.817.397

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

Die Leasing- und Mietverpflichtungen beinhalten insbesondere Gebäudemietverträge über Büro- und Redaktionsräume am Standort Unterföhring. Die Laufzeit der wesentlichen Verträge endet zwischen 2012 und 2023. Alle Verträge sind zu marktüblichen Konditionen abgeschlossen.

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

## Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

### Umsatzerlöse

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

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

### Sonstige betriebliche Erträge

Die in den Sonstigen betrieblichen Erträgen enthaltenen periodenfremden Erträge in Höhe von 162.698 Tsd. Euro (i. Vj.: 14.674 Tsd. Euro) betreffen insbesondere Erträge aus der Zuschreibung auf den Beteiligungsbuchwert der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH (vormals German Free TV Holding GmbH), Unterföhring, nach § 253 Abs. 5 HGB in Höhe von 160.000 Tsd. Euro sowie Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen (2.313 Tsd. Euro; i. Vj.: 7.209 Tsd. Euro). Im Vorjahr waren außerdem Zuschreibungen zu den eigenen Anteilen in Höhe von 6.551 Tsd. Euro enthalten.

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

### Programm- und Materialaufwand

	2010	2009
	Tsd Euro	Tsd Euro
Aufwendungen für Lizenzen, Sendegebühren und Materialien	30.871	35.862
Aufwendungen für bezogene Leistungen	192	343
<b>Summe</b>	<b>31.063</b>	<b>36.205</b>

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

### **Sonstige betriebliche Aufwendungen**

In den Sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind neben periodenfremden Aufwendungen in Höhe von 2.158 Tsd. Euro (i. Vj.: 44 Tsd. Euro) insbesondere Weiterbelastungen von Konzernunternehmen, Rechts- und Beratungskosten sowie Miet- und sonstige Raumaufwendungen enthalten. Die periodenfremden Aufwendungen betreffen im Wesentlichen Verluste aus dem Abgang von Sachanlagevermögen.

### **Erträge aus Gewinnabführungsverträgen**

Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen in Höhe von 1.458.562 Tsd. Euro (i. Vj.: 448.254 Tsd. Euro) enthalten unter anderem Zuschreibungen auf die internationalen Geschäftstätigkeiten bei der P7S1 Erste SBS Holding GmbH, Unterföhring, und P7S1 Zweite SBS Holding GmbH, Unterföhring, in Höhe von 862.000 Tsd. Euro sowie abgeführten Gewinne der deutschen Senderfamilie, die sich von 392.225 Tsd. Euro im Vorjahr auf 541.985 Tsd. Euro in 2010 erhöhten.

### **Aufwendungen aus Verlustübernahme**

Die Aufwendungen aus Verlustübernahme betragen 15.786 Tsd. Euro im Vergleich zu 166.433 Tsd. Euro im Vorjahr. In 2009 haben insbesondere Abschreibungen auf Beteiligungsbuchwerte auf Grund niedrigerer beizulegender Werte bei der P7S1 Erste SBS Holding GmbH, Unterföhring, und bei der P7S1 Zweite SBS Holding GmbH, Unterföhring, zu Verlusten in Höhe von insgesamt 165.395 Tsd. Euro geführt, die von der ProSiebenSat.1 Media AG im Rahmen von Ergebnisabführungsverträgen übernommen wurden.

### **Zinsen und ähnliche Aufwendungen**

In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen sind Zinsen aus der Zuführung zu den Pensionsrückstellungen in Höhe von 405 Tsd. Euro (i. Vj.: 397 Tsd. Euro) enthalten.

### **Außerordentliches Ergebnis**

Im Außerordentlichen Ergebnis sind ausschließlich Effekte aus der erstmaligen Anwendung der durch das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) geänderten Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften des HGB enthalten (vgl. dazu unter „Grundlagen und Methoden“ die Erläuterungen zu der Umstellung auf die Vorschriften des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes).

### **Steuern vom Einkommen und vom Ertrag**

Neben dem von der Gesellschaft selbst erwirtschafteten steuerlichen Ergebnis, ist die ProSiebenSat.1 Media AG Steuerschuldnerin hinsichtlich der ihr, von den, über Ergebnisabführungsverträgen, verbundenen Organgesellschaften zugerechneten Bemessungsgrundlagen.

In den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind periodenfremde Aufwendungen von 11.235 Tsd. Euro (i. Vj.: 40 Tsd. Euro) enthalten.

Da im Zeitpunkt des Übergangs auf die Regelungen des BilMoGs der Überhang an aktiven latenten Steuern gleichfalls nicht bilanziert wurde, ist im aktuellen Geschäftsjahr kein latenter Steueraufwand bzw. –ertrag angefallen.

## Sonstige Angaben

### Zahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt

	2010	2009
Angestellte	353	363
Auszubildende, Volontäre und Praktikanten	32	34
<b>Summe</b>	<b>385</b>	<b>397</b>

### Aktienoptionsplan

Zum 31. Dezember 2010 existieren bei der ProSiebenSat.1 Media AG drei Aktienoptionspläne. Der Long Term Incentive Plan 2005 (LTIP 2005) wurde durch Zustimmung der Hauptversammlung vom 13. Mai 2005, der Long Term Incentive Plan 2008 (LTIP 2008) durch Zustimmung der Hauptversammlung vom 10. Juni 2008 sowie der Long Term Incentive Plan 2010 (LTIP 2010) durch Zustimmung der Hauptversammlung vom 29. Juni 2010 eingeführt. Bei den Aktienoptionsplänen handelt es sich um eine anteilsbasierte Vergütung, wobei das Wahlrecht hinsichtlich der Erfüllungsart bei der ProSiebenSat.1 Media AG liegt. Da keine gegenwärtige Verpflichtung seitens der ProSiebenSat.1 Media AG zur Erfüllung der Vergütung durch Barausgleich besteht, erfolgt die Bilanzierung nach Maßgabe der Vergütung durch Einsatz von Eigenkapitalinstrumenten („Equity-Settlement“). Jede Aktienoption berechtigt zum Bezug von einer Vorzugsaktie der ProSiebenSat.1 Media AG gegen Zahlung eines Ausübungspreises.

#### *Anzahl der Aktienoptionen*

Der LTIP 2005 (Cycle 2006) umfasst zum 31. Dezember 2010 noch insgesamt 96.834 ausstehende, unverfallbare Aktienoptionen, die jeweils im Jahr 2006 ausgegeben wurden; eine Ausgabe weiterer Aktienoptionen unter dem LTIP 2005 erfolgt nicht.

Der LTIP 2008 umfasst die Ausgabe von insgesamt bis zu 4.900.000 Stück Aktienoptionen. Soweit bereits ausgegebene Aktienoptionen ohne Ausübung verfallen, erhöht sich die Anzahl der potentiell auszugebenden Aktienoptionen um die Anzahl dieser unausgeübt verfallenen Aktienoptionen. Insgesamt sind im Rahmen des LTIP 2008 bis zum 31. Dezember 2009 4.396.750 Aktienoptionen ausgegeben. Von diesen Aktienoptionen verfielen 608.250 Stück im Geschäftsjahr 2010. Somit beläuft sich die Anzahl der zum 31. Dezember 2010 ausgegebenen Aktienoptionen auf 3.788.500 Stück.

Der LTIP 2010 umfasst die Ausgabe von insgesamt bis zu 2.000.000 Stück Aktienoptionen. Soweit ausgegebene Aktienoptionen ohne Ausübung verfallen, erhöht sich die Anzahl der Aktienoptionen um die Anzahl der unausgeübt verfallenen Aktienoptionen. Im Geschäftsjahr 2010 wurden 587.500 Aktienoptionen im Rahmen des LTIP 2010 (Cycle 2010) ausgegeben.

#### *Kreis der Bezugsberechtigten*

Die Aktienoptionen sind ausschließlich zum Bezug durch Mitglieder des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media AG und Mitglieder von Geschäftsführungen sowie von weiteren ausgewählten Führungskräften der ProSiebenSat.1 Media AG und der von ihr abhängigen Konzerngesellschaften bestimmt. Abweichend hiervon sind Mitglieder des Vorstands im Rahmen des LTIP 2010 nicht bezugsberechtigt. Die einzelnen Berechtigten und die Zahl der ihnen einzuräumenden Aktienoptionen werden durch den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG mit Zustimmung des Aufsichtsrats beziehungsweise – soweit Mitglieder des Vorstands betroffen sind – durch den Aufsichtsrat festgelegt.

#### *Ausgabezeiträume*

Die Ausgabe der Aktienoptionen des LTIP 2008 konnte in einer oder mehreren Jahrestanchen erfolgen. Die Begebung von Aktienoptionen hat jeweils innerhalb der ersten drei Monate eines Kalenderjahres und/oder im Zeitraum zwischen der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft und dem Ende des Kalenderjahres zu erfolgen. Eine Ausgabe von Aktienoptionen auf der Grundlage des LTIP 2008 ist erstmalig im Jahr 2008 erfolgt und durfte letztmalig im Jahr 2009 erfolgen.

Die Ausgabe von Aktienoptionen des LTIP 2010 kann in einer oder zwei Jahrestanchen erfolgen. Eine Begebung von Aktienoptionen ist dabei jeweils nur innerhalb der ersten vier Monate eines Kalenderjahres und/oder im Zeitraum zwischen der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft und dem Ende des Kalenderjahres zulässig. Eine Ausgabe von Aktienoptionen auf der Grundlage des LTIP 2010 durfte erstmalig im Jahr 2010 und darf letztmalig im Jahr 2011 erfolgen.

### *Ausübungszeiträume*

Aktienoptionen dürfen nur dann ausgeübt werden, wenn zum Zeitpunkt der Ausübung eine Unverfallbarkeitsfrist (sog. Vesting Period) abgelaufen ist. Diese Unverfallbarkeitsfrist beginnt jeweils am 1. Januar des Jahres, in welchem die Ausgabe der jeweiligen Aktienoptionen erfolgt. Für die im Rahmen des LTIP 2005 ausgegebenen Aktienoptionen ist die Unverfallbarkeitsfrist bereits abgelaufen. Für Aktienoptionen, die im Rahmen des LTIP 2008 und des LTIP 2010 ausgegeben wurden, läuft mit Ablauf eines jeden vollen Jahres ab dem 1. Januar des Jahres der Ausgabe die Unverfallbarkeitsfrist für ein Fünftel der dem jeweiligen Optionsberechtigten gewährten Aktienoptionen ab. Ferner muss im Zeitpunkt der Ausübung jeweils die gesetzlich vorgeschriebene Wartezeit von zwei Jahren (LTIP 2008) bzw. vier Jahren (LTIP 2010) ab dem Zeitpunkt der Ausgabe der betreffenden Aktienoptionen abgelaufen sein.

Nicht ausgeübte Aktienoptionen verfallen im Falle des LTIP 2005 ersatzlos nach Ablauf von sechs Jahren und im Falle des LTIP 2008 und des LTIP 2010 ersatzlos nach Ablauf von sieben Jahren ab dem 1. Januar des Jahres, in dem die Aktienoptionen ausgegeben wurden.

### *Ausübungspreis*

Ausübungspreis für die Aktienoptionen des LTIP 2005 (Cycle 2006) ist der volumengewichtete durchschnittliche Schlussauktionskurs der ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie im XETRA-Handel während der letzten 30 Handelstage an der Frankfurter Wertpapierbörse vor dem 1. Januar des Jahres, in dem die Aktienoptionen ausgegeben wurden.

Für den LTIP 2008 (Cycle 2008) beträgt der Ausübungspreis für Aktienoptionen 16 Euro. Für den Fall, dass der volumengewichtete durchschnittliche Schlussauktionskurs der ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie im XETRA-Handel während der letzten 30 Handelstage an der Frankfurter Wertpapierbörse vor dem Tag der Ausübung von Aktienoptionen den Ausübungspreis um mehr als 200 Prozent überschreitet, erhöht sich der Ausübungspreis für die betreffenden Aktienoptionen um den die 200-Prozent-Grenze überschreitenden Betrag.

Ausübungspreis für die Aktienoptionen des LTIP 2008 (Cycle 2009) ist der volumengewichtete durchschnittliche Schlussauktionskurs der ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie im XETRA-Handel während der letzten 30 Handelstage an der Frankfurter Wertpapierbörse vor dem 1. Januar des Jahres, in dem die Aktienoptionen ausgegeben wurden.

Überschreitet der volumengewichtete durchschnittliche Schlussauktionskurs der ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie im XETRA-Handel (oder eines vergleichbaren Nachfolgesystems) während der letzten 30 Handelstage an der Frankfurter Wertpapierbörse vor dem Tag der Ausübung von Aktienoptionen den Ausübungspreis um mehr als 20 Euro, erhöht sich der Ausübungspreis für die betreffenden Aktienoptionen um den die 20 Euro-Grenze überschreitenden Betrag.

Für den LTIP 2010 (Cycle 2010) beträgt der Ausübungspreis für Aktienoptionen 17,50 Euro. Für den Fall, dass der volumengewichtete durchschnittliche Schlussauktionskurs der ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie im XETRA-Handel (oder eines vergleichbaren Nachfolgesystems) während der letzten 30 Handelstage an der Frankfurter Wertpapierbörse vor dem Tag der Ausübung von Aktienoptionen, den Ausübungspreis um mehr als 200 Prozent, mindestens aber um 30 Euro überschreitet, erhöht sich der Ausübungspreis für die betreffenden Aktienoptionen um den diese Grenze überschreitenden Betrag.

Darüber hinaus kann der Ausübungspreis zum Schutz der Optionsberechtigten bei Änderungen des Grundkapitals, Dividendenausschüttungen und anderen Maßnahmen, mit denen eine Verwässerung des Werts der Optionen verbunden ist, geeignet angepasst werden.

#### *Erfolgsziel*

Als Erfolgsziel für den LTIP 2005 (Cycle 2006), den LTIP 2008 (Cycle 2009) und den LTIP 2010 (Cycle 2010) ist ein Aktienkurs zum Zeitpunkt der Ausübung der Aktienoptionen vorzusehen, der den Ausübungspreis um mindestens 30 Prozent überschreitet. Hiervon abweichend ist das Erfolgsziel bei Aktienoptionen des LTIP 2008 (Cycle 2008) dann erreicht, wenn der Aktienkurs zum Zeitpunkt der Ausübung der Aktienoptionen mindestens 22,40 Euro beträgt.

Die folgende Tabelle gibt Informationen zum Aktienoptionsprogramm der ProSiebenSat.1 Media AG wieder:

## Aktioptionspläne

	LTIP 2005	LTIP 2008	LTIP 2008	LTIP 2010
	Cycle 2006	Cycle 2008	Cycle 2009	Cycle 2010
Stand 1.1.2010	1.127.500	1.399.250	2.997.500	- / -
Gewährte Optionen im Geschäftsjahr 2010	- / -	- / -	- / -	587.500
Ausgeübte Optionen im Geschäftsjahr 2010	1.030.666	- / -	- / -	- / -
Verfallene Optionen im Geschäftsjahr 2010	- / -	194.750	413.500	- / -
<b>Stand 31.12.2010</b>	<b>96.834</b>	<b>1.204.500</b>	<b>2.584.000</b>	<b>587.500</b>
Davon ausübbar am 31.12.2010	96.834	481.800	n.n.a*	n.n.a*
Ausübungspreis in Euro	13,99	16,00	1,58	17,50
Absolute Ausübungshürde in Euro	18,19	22,40	2,05	22,75
Maximaler Ausübungsgewinn	27,98	32,00	20,00	35,00
Ausgabezeitpunkte**	2. August	15. Juli bis 30. November	3. Juli bis 30. Dezember	1. August bis 1. November
Zeitwert je Option in Euro***	5,99 - 6,07	0,13 - 0,19	1,97 - 5,71	2,63 - 4,77
Erwartete Volatilität der Vorzugsaktie	26,0%	50,0%	70,0%	60,0% - 65,0%
Risikoloser Basiszinssatz***	3,75%	4,32% - 4,34%	1,79% - 2,68%	1,54% - 1,90%
Erwartete Dividendenrendite	2,4%	16,0%	2,0% - 3,0%	4,0% - 5,5%
Unverfallbarkeit ****	6. März 2007	31. Dezember 2008	31. Dezember 2009	31. Dezember 2010
Ende Ausübungszeitraum	31. Dezember 2011	31. Dezember 2014	31. Dezember 2015	31. Dezember 2016

\* noch nicht ausübbar

\*\* Ausgabe in mehreren Tranchen

\*\*\*in Abhängigkeit von dem Eintritt der Unverfallbarkeit und dem Ausgabezeitpunkt

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

Hinsichtlich des Zeitpunkts der Ausübung von Aktienoptionen muss bei dem LTIP 2010 noch die gesetzlich vorgeschriebene Wartezeit von vier Jahren ab dem Zeitpunkt der Ausgabe der betreffenden Aktienoptionen berücksichtigt werden. Bei den LTIPs 2005 und 2008 beträgt die gesetzlich vorgeschriebene Wartezeit zwei Jahre ab dem Zeitpunkt der Ausgabe der betreffenden Aktienoptionen.

Die ProSiebenSat.1 Media AG verwendet zur Berechnung der finanzmathematischen Werte der Aktienoptionen das Binomialmodell von Cox/Ross/Rubinstein. Die bei der Berechnung der Aktienoptionen eingeflossenen Parameter (Volatilität, erwartete Dividendenrendite, Zinssatz) reflektieren die Marktverhältnisse zum Gewährungszeitpunkt.

Der gewichtete Durchschnitt des beizulegenden Zeitwerts der im Geschäftsjahr 2010 gewährten Aktienoptionen am Bewertungsstichtag betrug 2,82 Euro (Vorjahr: 2,62 Euro).

Der gewichtete Durchschnittsaktienkurs der Vorzugsaktie der ProSiebenSat.1 Media AG an den Ausübungstagen der Aktienoptionen des Cycle 2006 im November und Dezember 2010 betrug 21,71 Euro.

Der auf das Geschäftsjahr 2010 entfallende Aufwand aus den ausgegebenen Aktienoptionen beträgt 2,1 Mio Euro (Vorjahr: 3,8 Mio Euro) und wird als Personalaufwand verbucht.

### **Honorare des Abschlussprüfers**

Die Angaben gem. § 285 Nr. 17 HGB über das von unserem Abschlussprüfer KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft im Geschäftsjahr 2010 berechnete Gesamthonorar sind im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG enthalten.

### **Derivative Finanzinstrumente**

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

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

Die Nominal- und Marktwerte der von der ProSiebenSat.1 Media zum 31. Dezember 2010 gehaltenen derivativen Finanzinstrumente sind in der folgenden Übersicht dargestellt:

	Jahr der Fälligkeit			Nominalbetrag	Marktwert
	2011	2012-2015	ab 2016	zum 31.12.2010	zum 31.12.2010
	Tsd USD	Tsd USD	Tsd USD	Tsd USD	Tsd Euro
Devisentermingeschäfte	371.500	832.154	0	1.203.654	18.619
Devisenoptionen	75.000	0	0	75.000	3.378
	Tsd Euro	Tsd Euro	Tsd Euro	Tsd Euro	Tsd Euro
Zins-Swaps	0	1.750.000	0	1.750.000	-158.719

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

in Tsd Euro	Sonstige Vermögensgegenstände		Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		Sonstige Verbindlichkeiten		Sonstige Rückstellungen	
	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2010	31.12.2009
Devisentermingeschäfte	0	0	0	0	770	1.649	513	1.094
Devisenoptionen	2.662	3.751	0	0	0	0	0	0
Zinsswaps	0	0	6.576	7.177	0	0	0	0

## Bewertungseinheiten zur Absicherung des Fremdwährungsrisikos

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

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

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

Die nachfolgende Tabelle zeigt das Netto-Fremdwährungsexposure der Gesellschaft:

<b>Währungsrisikoanalyse</b>		
in Mio US-Dollar	<b>31.12.2010</b>	<b>31.12.2009</b>
<b>Brutto-Fremdwährungsexposure</b>	<b>-1.741,7</b>	<b>-1.240,6</b>
Devisensicherungsgeschäfte (Hedge-Accounting)	1.100,6	751,3
Devisensicherungsgeschäfte (Non-Hedge-Accounting)	178,1	83,7
Devisenkasseposition	146,7	103,3
<b>Netto-Exposure</b>	<b>-316,3</b>	<b>-302,3</b>
Hedge ratio	82%	76%

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

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

Die Zinsswaps haben ein Gesamtvolumen in Höhe von 1.750 Mio Euro (Vorjahr: 1.750 Mio Euro) und einen durchschnittlichen Festzinssatz von 4,57 Prozent (Vorjahr: 4,57 %) bei Laufzeiten bis 2012 und 2014. Da die Zinsswaps die Voraussetzung für die Bilanzierung einer Sicherungsbeziehung erfüllen, werden diese nach § 254 HGB zusammen mit dem Grundgeschäft als Makro-Bewertungseinheit bilanziert.

Die Darlehensverbindlichkeiten betragen zum 31. Dezember 2010 2.286,7 Mio Euro (Vorjahr: 2.562,0 Mio. Euro). Damit sind 77 Prozent (Vorjahr: 68%) der Darlehensverbindlichkeiten durch Zinsswaps abgesichert.

Das verbleibende variable Zinsrisiko ergibt sich neben dem nicht abgesicherten Teil des endfälligen Kredits auch aufgrund von Barinanspruchnahmen der revolving Kreditfazilität. Zum 31. Dezember 2010 wurden vom Konsortialkredit 230,0 Mio Euro (Vorjahr: 497,2 Mio Euro) bar in Anspruch genommen.

## **Vorstand und Aufsichtsrat**

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

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

Die Mitglieder des Vorstands nehmen an einem Aktienoptionsprogramm der ProSiebenSat.1 Media AG (Long Term Incentive Plan – LTIP) teil, das erstmals im Jahr 2005 eingeführt und zuletzt im Jahr 2010 erneuert wurde. Am LTIP 2010 sind die Mitglieder des Vorstands erstmals nicht bezugsberechtigt. Zum 31. Dezember 2010 wurden von den aktiven Mitgliedern des Vorstands keine (Vorjahr: 149.500) im Jahr 2006 ausgegebene Aktienoptionen (Cycle 2006), 300.000 (Vorjahr: 405.000) im Jahr 2008 ausgegebene Aktienoptionen (Cycle 2008) sowie 1.100.000 (Vorjahr: 1.205.000) im Jahr 2009 ausgegebene Aktienoptionen (Cycle 2009) gehalten. Im Geschäftsjahr 2010 wurden insgesamt 29.500 (Vorjahr: 0) Aktienoptionen von den aktiven Mitgliedern des Vorstands ausgeübt. Die im Jahr 2008 ausgegebenen Aktienoptionen können unter Berücksichtigung der jeweiligen Unverfallbarkeit frühestens teilweise seit dem Juli 2010, die im Jahr 2009 ausgegebenen Aktienoptionen unter Berücksichtigung der jeweiligen Unverfallbarkeit frühestens teilweise im Juli 2011 ausgeübt werden.

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

Die Vergütung der zum 31. Dezember 2010 amtierenden Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt im Berichtsjahr 4,2 Mio Euro (Vorjahr: 4,1 Mio Euro). In diesen Vergütungen sind variable Bestandteile in Höhe von 1,8 Mio Euro (Vorjahr: 1,9 Mio Euro) und Nebenleistungen in Höhe von 0,0 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro) enthalten.

Im Laufe des Geschäftsjahrs 2010 ausgeschiedene Vorstandsmitglieder erhielten im Geschäftsjahr 2010 eine Gesamtvergütung in Höhe von 2,0 Mio Euro. Davon entfallen 0,4 Mio Euro auf fixe Bestandteile und 0,1 Mio Euro auf variable Bestandteile. Im Zusammenhang mit ihrem Ausscheiden wurde im Geschäftsjahr 2010 eine Kompensationszahlung für ein Wettbewerbsverbot in Höhe von 0,1 Mio Euro sowie eine Abfindungszahlung in Höhe von 1,2 Mio Euro geleistet. Für im Geschäftsjahr 2009 ausgeschiedene Vorstandsmitglieder fielen im Vorjahr insgesamt Aufwendungen in Höhe von 5,8 Mio Euro an.

Für Pensionszusagen gegenüber zum 31. Dezember 2010 amtierenden Mitgliedern des Vorstands hat die ProSiebenSat.1 Media AG insgesamt Pensionsrückstellungen in Höhe von 0,7 Mio Euro (Vorjahr: 0,5 Mio Euro) gebildet. Für Pensionsverpflichtungen gegenüber ehemaligen Mitgliedern des Vorstands waren zum 31. Dezember 2010 insgesamt 7,8 Mio Euro (Vorjahr: 7,5 Mio Euro) zurückgestellt.

Der zum 31. Dezember 2010 aufgelaufene Pensionsanspruch beträgt für zum 31. Dezember 2010 amtierende Vorstandsmitglieder 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro) pro Jahr sowie für ausgeschiedene Vorstandsmitglieder 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,3 Mio Euro) pro Jahr. Im Geschäftsjahr 2010 wurden an ausgeschiedene Vorstandsmitglieder 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,3 Mio Euro) an Pensionszahlungen geleistet. Zur Absicherung dieser Pensionsrückstellungen wurden Fonds dotiert, die jedoch nicht als Planvermögen zu klassifizieren sind, da die Voraussetzungen hierfür nicht erfüllt sind.

Die Leistungen an das Management sind – bis auf die Pensionsansprüche – alle kurzfristig fällig.

Aufwendungen für den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Berichtsjahr in Höhe von 0,7 Mio Euro (Vorjahr: 0,8 Mio Euro) angefallen. Die Aufsichtsratsmitglieder erhalten eine fixe Vergütung, wobei der Vorsitzende des Aufsichtsrats und sein Stellvertreter jeweils den doppelten Betrag dieser festen Grundvergütung erhalten. Die Mitarbeit in Ausschüssen des Aufsichtsrats wird durch ein gesondertes Sitzungsgeld vergütet, das für jede Teilnahme an einer Ausschusssitzung zu zahlen ist. Ausschussvorsitzende erhalten den doppelten Betrag des Sitzungsgeldes. Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG festgelegt.

Vergütungen und Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Geschäftsjahr 2010 und im Vorjahr nicht gewährt.

Die aktuellen Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten zum Stichtag 31. Dezember 2010 insgesamt unmittelbar 1.098.078 (Vorjahr: 1.304.578) Stück Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Grundkapital von 0,5 Prozent (Vorjahr: 0,6 %).

Nach § 15a Wertpapierhandelsgesetz und nach Abschnitt 6.6 des Deutschen Corporate Governance Kodex müssen die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG Wertpapiergeschäfte mit Bezug auf die ProSiebenSat.1-Aktie melden. Meldepflichtig sind ferner Wertpapiergeschäfte naher Angehöriger. Im Geschäftsjahr 2010 wurden der ProSiebenSat.1 Media AG insgesamt zwei Geschäfte gemeldet, bei denen Mitglieder des Vorstands insgesamt 229.500 Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG verkauft haben. Diese Geschäfte hat die ProSiebenSat.1 Media AG unverzüglich nach § 15a WpHG auf ihrer Internetseite ([www.prosiebensat1.com](http://www.prosiebensat1.com)) bekannt gemacht. Im Vorjahr verkaufte ein Mitglied des damaligen Vorstands 13.000 Vorzugsaktien.

### **Corporate Governance**

Auf Grundlage der Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex und den geltenden gesetzlichen Bestimmungen gemäß § 161 AktG haben der Vorstand und der Aufsichtsrat im März 2010 eine Entsprechenserklärung abgegeben und den Aktionären im Internet ([www.prosiebensat1.com](http://www.prosiebensat1.com)) dauerhaft zugänglich gemacht.

### **Konzernzugehörigkeit**

Unmittelbares Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG ist die Lavena Holding 5 GmbH, München. Oberstes Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG ist die Lavena 1 S.à r.l., Luxemburg, in deren Konzernabschluss sie einbezogen wird. Der Konzernabschluss der Lavena 1 S.à r.l. wird beim elektronischen Bundesanzeiger eingereicht und bekannt gemacht.

Im Geschäftsjahr zum 31. Dezember 2010 erfolgte keine Beteiligungsmeldung.

Im Vorjahr wurde nachfolgende Beteiligungsmeldung von der ProSiebenSat.1 Media AG am 25. September 2009 laut § 26 Abs. 1 WpHG veröffentlicht. Sie ist im Jährlichen Dokument nach §10 WpHG auf der Unternehmenswebsite abrufbar:

Die Permira Holdings LLP, London, England, hat uns gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft am 21. September 2009 die Schwellen von 75 Prozent, 50 Prozent, 30 Prozent, 25 Prozent, 20 Prozent, 15 Prozent, 10 Prozent, 5 Prozent und 3 Prozent unterschritten hat und zu diesem Tag 0,00 Prozent (keine Stimmrechte) beträgt.

Zur Klarstellung hat die Permira Holdings LLP darauf hingewiesen, dass die Stimmrechtsanteile sämtlicher anderer Gesellschaften, über die der Permira Holdings LLP ihr bisheriger Stimmrechtsanteil an unserer Gesellschaft bislang zugerechnet wurde, von den oben gemeldeten Schwellenunterschreitungen durch die Permira Holdings LLP unberührt bleiben und Obergesellschaft in der bestehenden Struktur nunmehr die Permira Holdings Limited und nicht die Permira Holdings LLP ist.

Unterföhring, 21. März 2011

Der Vorstand

# Anteilsbesitzliste der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2010

Lfd. Nr.	Gesellschaft	Sitz	Anteil in %	Eigenkapital Tsd. Euro	Jahres- ergebnis Tsd. Euro	gehalten über Nr.
1	ProSiebenSat.1 Media AG	Unterföhring	100,00	2.643.220,82	-54.682,20	
<b>Verbundene Unternehmen</b>						
<b>Deutschland</b>						
2	9Live Fernsehen GmbH	Unterföhring	100,00	520,49	0,00 <sup>2)</sup>	1
3	9Live International GmbH	Unterföhring	100,00	25,00	0,00 <sup>2)</sup>	2
4	ArtMerchandising & Media AG	Unterföhring	100,00	7.245,46	0,00 <sup>2)</sup>	14
5	Autoplenum GmbH	Unterföhring	100,00	176,40	-535,02	44
6	Fem Media GmbH	München	100,00	399,78	0,00 <sup>2)</sup>	44
7	kabel eins Fernsehen GmbH	Unterföhring	100,00	82.358,93	0,00 <sup>2)</sup>	27
8	lokalisten media GmbH	München	93,33	1.013,05	-626,88	44
9	Magic Flight Film GmbH	München	100,00	24,98	-0,02	17
10	MAGIC Internet GmbH	Berlin	100,00	-1.726,49	69,31 <sup>2)</sup>	11
11	MAGIC Internet Holding GmbH	Berlin	100,00	2.825,39	0,00	44
12	Meteos TV Holding GmbH	Unterföhring	100,00	51,80	0,00 <sup>2)</sup>	55
13	MM MerchandisingMedia GmbH	Unterföhring	100,00	45,00	0,00 <sup>2)</sup>	4
14	MM MerchandisingMedia Holding GmbH	Unterföhring	100,00	22.144,19	0,00 <sup>2)</sup>	1
15	P7S1 Erste SBS Holding GmbH	Unterföhring	100,00	1.516.394,39	0,00 <sup>2)</sup>	1
16	P7S1 Zweite SBS Holding GmbH	Unterföhring	100,00	379.055,61	0,00 <sup>2)</sup>	1
17	Producers at work GmbH	Potsdam	74,90	3.239,75	2.589,75	34
18	ProSieben Digital Media GmbH	Unterföhring	100,00	6.138,85	0,00 <sup>2)</sup>	1
19	ProSieben Television GmbH	Unterföhring	100,00	450.485,68	0,00 <sup>2)</sup>	27
20	ProSiebenSat.1 Achte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	100,00	26,32	0,00 <sup>2)</sup>	1
21	ProSiebenSat.1 Applications GmbH	Unterföhring	100,00	2.025,00	0,00 <sup>2)</sup>	1
22	ProSiebenSat.1 Elfte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	100,00	25,00	0,00 <sup>2)</sup>	20
23	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	100,00	25,00	0,00 <sup>2)</sup>	1
24	ProSiebenSat.1 Fünfzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	100,00	25,00	0,00 <sup>2)</sup>	1
25	ProSiebenSat.1 Produktion GmbH	Unterföhring	100,00	8.977,72	0,00 <sup>2)</sup>	1
26	ProSiebenSat.1 Sechzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	100,00	25,00	0,00	20
27	ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH	Unterföhring	100,00	975.735,96	0,00 <sup>2)</sup>	1
28	ProSiebenSat.1 Vierzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	100,00	25,00	0,00 <sup>2)</sup>	1
29	ProSiebenSat.1 Welt GmbH	Unterföhring	100,00	370,83	-31,14	1
30	ProSiebenSat.1 Zehnte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	100,00	25,00	0,00 <sup>2)</sup>	20
31	ProSiebenSat.1 Zwölfte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	100,00	25,00	0,00 <sup>2)</sup>	20
32	PS Event GmbH	Köln	67,00	260,06	82,87	33
33	PSH Entertainment GmbH	Unterföhring	100,00	2.925,25	0,00 <sup>2)</sup>	1
34	Red Arrow Entertainment Group GmbH	Unterföhring	100,00	1.367,00	0,00 <sup>2)</sup>	1
35	Redseven Artists GmbH	Unterföhring	100,00	192,43	167,43	36
36	RedSeven Entertainment GmbH	Unterföhring	100,00	25,00	0,00 <sup>2)</sup>	34
37	Sat.1 Bayern GmbH	Unterföhring	100,00	10.241,45	0,00 <sup>2)</sup>	52
38	Sat.1 Norddeutschland GmbH	Hannover	100,00	24,87	0,00 <sup>2)</sup>	39
39	Sat.1 Sateliten Fernsehen GmbH	Unterföhring	100,00	443.536,72	0,00 <sup>2)</sup>	27
40	Seven Digital Ventures GmbH	Unterföhring	100,00	25,00	0,00 <sup>2)</sup>	18
41	Seven Scores Musikverlag GmbH	Unterföhring	100,00	26,00	0,00 <sup>2)</sup>	1
42	SevenOne AdFactory GmbH	Unterföhring	100,00	30,00	0,00 <sup>2)</sup>	43
43	SevenOne Brands GmbH	Unterföhring	100,00	5.168,98	0,00 <sup>2)</sup>	1
44	SevenOne Intermedia GmbH	Unterföhring	100,00	50.853,85	0,00 <sup>2)</sup>	18
45	SevenOne International GmbH	Unterföhring	100,00	125,00	0,00 <sup>2)</sup>	34
46	SevenOne Media GmbH	Unterföhring	100,00	5.771,71	0,00 <sup>2)</sup>	43
47	SevenPictures Film GmbH	Unterföhring	100,00	2.268,32	0,00 <sup>2)</sup>	27
48	SevenSenses GmbH	Unterföhring	100,00	25,00	0,00 <sup>2)</sup>	1
49	Sixx GmbH	Unterföhring	100,00	n/a	n/a <sup>1)</sup>	27
50	Starwatch Entertainment GmbH	Unterföhring	100,00	29,33	0,00 <sup>2)</sup>	14
51	Teledirekt Vermarktungsgesellschaft für Fernsehempfang mb	Unterföhring	100,00	92,00	0,00 <sup>2)</sup>	1
52	tv weiss-blaue Rundfunkprogrammbieter GmbH	Unterföhring	100,00	1.027,00	0,00 <sup>2)</sup>	39
53	wer-weiss-was GmbH	Hamburg	100,00	5.907,99	218,35	44
54	Wetter Fernsehen - Meteos GmbH	Singen	100,00	805,73	662,26	12
55	wetter.com AG	Singen	72,97	2.114,31	626,01	44
<b>Österreich</b>						
56	ProSieben Austria GmbH	Wien	100,00	21,58	0,83	60
57	Puls 4 TV GmbH	Wien	100,00	18,16	0,33	60
58	PULS 4 TV GmbH & Co. KG	Wien	100,00	2.603,50	-3.246,70	60
59	SAT.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H	Wien	51,00	7.029,16	6.620,05	39
60	SevenOne Media Austria GmbH	Wien	100,00	13.651,70	12.785,80	43

## Anteilsbesitzliste der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2010

Lfd. Nr.	Gesellschaft	Sitz	Anteil in %	Eigenkapital Tsd. Euro	Jahres- ergebnis Tsd. Euro	gehalten über Nr.
<b>Belgien</b>						
61	EBS International N.V.	Zaventem	100,00	-70,12	0,09	101; 105
62	SBS Belgium N.V.	Zaventem	100,00	15.180,35	-4.195,89	61; 101
63	SBS Media Belgium N.V.	Zaventem	100,00	-629,75	-23,69	61; 101
64	Sultan Sushi CVBA	Mechelen	51,08	0,00	0,00	34
65	VT4 Marketing & Sales N.V.	Zaventem	100,00	-758,10	-27,08	61; 101
<b>Bulgarien</b>						
66	Agency Atlantic EOOD	Sofia	100,00	41,41	8,18	73
67	Agency Vitosha EOOD	Sofia	100,00	1.780,25	187,73	73
68	Evroark EOOD	Sofia	100,00	19,43	-2,05	73
69	Niknet EOOD	Sofia	100,00	39,88	18,93	73
70	Radio Express EAD	Sofia	100,00	-1.437,19	11,77	67
71	Radio Veselina EAD	Sofia	100,00	248,48	2.387,29	101
72	Ritmo Plovdiv EOOD	Plovdiv	100,00	-1,53	-1,53	73
73	Vitosha FM EOOD	Sofia	100,00	1.952,55	0,00	101
<b>Dänemark</b>						
74	Kommunikationsanpartsselskabet af 2/4 1990	Århus C.	100,00	32,68	-2,16	76
75	Radio Nova A/S	Kopenhagen	80,00	10,08	-3.842,40	77
76	Radioreklame A/S	Århus C.	100,00	-2.356,52	-418,47	78
77	SBS Broadcast Danmark A/S	Skovlunde	100,00	-11.606,56	6.960,84	62
78	SBS Radio A/S	Kopenhagen	80,00	-21.771,56	-2.022,90	77
79	SBS TV A/S	Skovlunde	100,00	-12.246,44	10.820,11	77
80	VOICE TV ApS	Kopenhagen	100,00	783,18	801,72	78
<b>Finnland</b>						
81	Miracle Sound Oulu Oy	Oulu	100,00	82,50	36,00	82
82	Miracle Sound Oy	Helsinki	66,33	251,03	169,69	82; 84
83	Miracle Sound Tampere Oy	Helsinki	100,00	77,20	-7,23	82; 84
84	Pro Radio Oy	Helsinki	100,00	-6.442,42	1.181,02	62
85	SBS Finland Oy	Helsinki	100,00	-1.329,16	1.062,96	84
86	Turun Ensitorppa Oy	Helsinki	100,00	72,89	2,44	84
87	TV5 Finland Oy	Helsinki	100,00	-17.640,68	-8.483,20	84
<b>Griechenland</b>						
88	Anonimi Radiofoniki Etairia Lampsi A.E. (Lampsi Radio Company S.A.)	Athen	100,00	2.839,33	842,07	154
89	Hellas Radio Services Ltd.	Athen	100,00	11,17	0,02	101
<b>Ungarn</b>						
90	INTERAKTÍV Televíziós Műsorkészítő Kft.	Budapest	100,00	827,16	-72,66	101
91	INTERAKTÍV-FICTION Műsorkészítő és Filmgyártó Kft.	Budapest	100,00	31,14	21,25	90
92	MTM Produkció Műsorgyártó és Filmforgalmazó Kft.	Budapest	100,00	50,48	36,46	101; 105
93	MTM-SBS Televízió Zrt.	Budapest	97,51	54.532,29	2.267,23	101; 190
94	SBS Magyarországi Befektetési Kft.	Budapest	100,00	55,67	-0,29	101
<b>Luxemburg</b>						
95	European Broadcasting System S.à r.l.	Luxemburg	100,00	-16.203,39	-34,97	101
96	P7S1 Broadcasting S.à r.l.	Luxemburg	100,00	1.895.297,96	14,77	15; 16
<b>Niederlande</b>						
97	AT Fun B.V.	Amsterdam	100,00	326,00	3.320,00	105
98	Carthage I B.V.	Amsterdam	100,00	100,93	-23,83	105
99	CBO Media B.V.	Amsterdam	100,00	-28,62	-12,50	105
100	SBS Broadcasting B.V.	Amsterdam	100,00	220.967,00	52.255,00	105
101	SBS Broadcasting Europe B.V.	Amsterdam	100,00	1.210.370,00	11.160,00	103
102	SBS Broadcasting Holding I B.V.	Amsterdam	100,00	814.434,00	-13.173,00	96
103	SBS Broadcasting Holding II B.V.	Amsterdam	100,00	989.693,00	-12.937,00	102
104	SBS Finance B.V.	Amsterdam	100,00	867.783,00	71.767,00	101
105	SBS Nederland B.V.	Amsterdam	100,00	189.741,00	1.005,00	101
106	SBS Productions B.V.	Amsterdam	100,00	529,00	1.134,00	100
107	SBS Publishing & Licensing B.V.	Amsterdam	100,00	192,00	1.651,00	100
108	Stichting Administratiekantoor Melida (in Liquidation)	Amsterdam	100,00	0,00	0,00	96
109	Sultan Sushi B.V.	Amsterdam	100,00	0,00	0,00	34
110	V8 Broadcasting B.V.	Amsterdam	100,00	20.415,00	11.193,00	100
111	Veronica Broadcasting V.O.F.	Amsterdam	100,00	0,00	0,00	98; 110
112	Veronica Litho B.V.	Hilversum	100,00	233,00	510,00	100
113	Veronica Uitgeverij B.V.	Hilversum	100,00	860,00	17.682,00	100

## Anteilsbesitzliste der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2010

Lfd. Nr.	Gesellschaft	Sitz	Anteil in %	Eigenkapital Tsd. Euro	Jahres- ergebnis Tsd. Euro	gehalten über Nr.
<b>Norwegen</b>						
114	Cutting Edge Production AS	Oslo	100,00	75,69	37,14	117
115	Radiostasjonen Radio Norge AS	Oslo	100,00	12.688,56	-2.916,69	117
116	SBS Norge AS	Oslo	100,00	56.890,67	1.084,37	62
117	SBS Radio Norge AS	Oslo	100,00	7.916,56	1.070,83	62
118	THE VOICE TV NORGE AS	Oslo	100,00	51,73	35,99	117
119	TVNorge AS	Oslo	100,00	17.542,87	10.429,57	116
<b>Republik Moldau</b>						
120	ICS SBS Broadcasting S.R.L.	Kischinau	100,00	41,95	1,40	125
<b>Rumänien</b>						
121	MyVideo Broadband S.R.L.	Bukarest	100,00	254,75	244,18	11
122	S.C. Canet Radio S.R.L.	Bukarest	20,00	509,29	-158,62	125
123	S.C. Media Group Services International S.R.L.	Bukarest	100,00	10.739,73	1.501,70	105; 125
124	S.C. Prime Time Productions S.R.L.	Bukarest	100,00	92,70	23,31	105; 125
125	S.C. SBS Broadcasting Media S.R.L.	Bukarest	100,00	-26.294,21	-13.300,76	151; 153; 154
<b>Schweden</b>						
126	E-FM Sverige AB	Stockholm	100,00	185,13	-18,90	128
127	Eskilstuna SBS Radio AB	Stockholm	70,00	n/a	n/a	140
128	Euradio i Sverige AB	Stockholm	100,00	219,54	0,00	143
129	Kanal 5 AB	Stockholm	100,00	912,96	19.845,04	130
130	Kanal 5 Holding AB	Stockholm	100,00	125.232,04	1.824,33	139
131	Mix Megapol.se AB	Stockholm	100,00	46,78	0,21	140
132	Radio City AB	Stockholm	100,00	449,09	-46,41	142
133	Radio Daltid SBS AB	Stockholm	51,00	249,51	227,79	140
134	Radio Match AB	Jönköping	100,00	2.182,83	30,44	140
135	Radioutvecklingen i Sverige KB	Stockholm	100,00	79,45	76,65	145; 146
136	RIS Vinyl Skåne AB	Stockholm	100,00	8,63	0,05	143
137	Rockklassiker Sverige AB	Stockholm	100,00	185,13	-18,90	136
138	SBS Broadcasting (Sweden) AB	Stockholm	100,00	36.625,76	5.294,94	101
139	SBS Broadcasting Europe B.V. the Netherlands svensk Filial	Stockholm	100,00	-99.838,68	-30.803,82	101
140	SBS Radio AB	Stockholm	79,98	30.945,24	1.926,13	143
141	SBS Radio HNV AB	Stockholm	100,00	68,25	-261,91	140
142	SBS Radio Sweden AB	Stockholm	100,00	1.985,77	33,96	143
143	SBS Radio Sweden Holding AB	Stockholm	100,00	48.546,92	390,38	139
144	Snowman Productions AB	Stockholm	67,00	0,00	0,00	34
145	SRU Svensk Radioutveckling AB	Stockholm	77,60	17,94	1,66	141
146	Svensk Radioutveckling KB	Stockholm	88,00	79,83	76,65	141; 145
147	Vinyl AB	Stockholm	100,00	1.212,31	-156,15	143
<b>Schweiz</b>						
148	ProSieben (Schweiz) AG	Küsnacht (ZH)	100,00	108,07	31,92	150
149	Sat.1 (Schweiz) AG	Zürich	50,00	2.958,08	2.107,72	39
150	SevenOne Media (Schweiz) AG	Küsnacht (ZH)	100,00	10.001,25	9.145,00	43
<b>Vereinigtes Königreich</b>						
151	European Radio Investments Ltd.	London	100,00	36.967,80	-4,21	154
152	Kanal 5 Ltd. (in Liquidation)	London	100,00	0,00	0,00	154
153	Romanian Broadcasting Corporation Ltd.	London	100,00	3.403,05	7.030,26	154
154	SBS Broadcasting (UK) Ltd.	London	100,00	50.098,94	-16.348,25	101
155	SBS Broadcasting Networks Ltd.	London	100,00	24.871,31	8.708,76	154
156	SBS Danish Television Ltd. (in Liquidation)	London	100,00	0,03	0,00	154
157	Scandinavian Broadcasting System (Jersey) Ltd.	Jersey - Channel	100,00	0,00	0,00	101
158	VT4 Ltd.	London	100,00	0,10	-917,31	101
<b>Vereinigte Staaten von Amerika</b>						
159	Digital Demand LLC	Santa Monica	100,00	n/a	n/a	160
160	Kinetic Content LLC	Santa Monica	51,00	n/a	n/a	164
161	Kinetic Operations LLC	Santa Monica	100,00	n/a	n/a	160
162	Kinpro LLC	Santa Monica	100,00	n/a	n/a	160
163	Production Connection LLC	Santa Monica	100,00	n/a	n/a	160
164	SevenOne International, Inc.	Santa Monica	100,00	n/a	n/a	34

# Anteilsbesitzliste der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2010

Lfd. Nr.	Gesellschaft	Sitz	Anteil in %	Eigenkapital Tsd. Euro	Jahres- ergebnis Tsd. Euro	gehalten über Nr.
<b>Verbundene, nicht konsolidierte Unternehmen</b>						
<b>Bulgarien</b>						
165	Balkans Media Investments EOOD	Sofia	100,00	0,00	0,00 <sup>3)</sup>	73
<b>Tschechische Republik</b>						
166	Merchandising Prague spo. s r o.	Prag	100,00	632,51	-76,25 <sup>3)</sup>	14
<b>Dänemark</b>						
167	ApS STAKE NR. 1402	Kopenhagen	100,00	n/a	n/a <sup>1)</sup>	144
<b>Türkei</b>						
168	Anadolu Televizyon Ve Radyo Yayincilik Ve Ticaret Anonim Sirketi	Istanbul	99,50	-17,70	-14,30 <sup>3)</sup>	98; 101; 105; 154
<b>Assoziierte Unternehmen</b>						
<b>Deutschland</b>						
169	VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH	Berlin	50,00	378,33	0,00	1
<b>Dänemark</b>						
170	FM 6 A/S	Kopenhagen	40,00	n/a	n/a <sup>1)</sup>	78
<b>Niederlande</b>						
171	Veronica/Jetix Text V.O.F.	Amsterdam	100,00	n/a	n/a <sup>1)</sup>	110; 180
<b>Schweden</b>						
172	LOVESEARCH DP AB	Stockholm	100,00	60,22	10,61	129
173	Mediamätning i Skandinavien MMS AB	Stockholm	24,02	2.069,72	212,71	129
174	Östersjöns Reklamradio AB	Visby	40,00	17,25	-6,31	140
<b>Schweiz</b>						
175	Goldbach Media (Switzerland) AG	Küsnacht (ZH)	22,96	12.754,27	11.122,74	150
<b>Gemeinschaftsunternehmen</b>						
<b>Deutschland</b>						
176	AdAudience GmbH	Düsseldorf	25,00	n/a	n/a <sup>1)</sup>	46
177	FIRST STEPS - der Deutsche Nachwuchspreis Gesellschaft bürgerlichen Rechts	Berlin	25,00	n/a	n/a <sup>1)</sup>	27
178	maxdome GmbH & Co. KG	Unterföhring	50,00	-14.386,62	-15.443,82	48
179	maxdome Verwaltungs GmbH	Unterföhring	100,00	35,14	6,06	178
<b>Niederlande</b>						
180	TV 10 B.V.	Amsterdam	100,00	1.333,00	-20,00	183
<b>Schweden</b>						
181	Big Brother AB	Stockholm	50,00	41,86	0,00	139
182	Big Brother KB	Stockholm	51,00	96,61	0,56	129; 181
<b>Vereinigte Staaten von Amerika</b>						
183	TV 10 Holdings LLC	Wilmington	50,00	881,86	-45,44	100
<b>Sonstige wesentliche Beteiligungen</b>						
<b>Deutschland</b>						
184	AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien	München	12,00	n/a	n/a <sup>1)</sup>	1
185	Deutscher Fernsehpreis GmbH	Köln	25,00	n/a	n/a <sup>1)</sup>	1
186	FilmFernsehFonds Bayern Gesellschaft zur Förderung der Medien in Bayern mbH	München	6,59	n/a	n/a <sup>1)</sup>	27
187	Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG	München	10,00	242,00	6,00	52
188	Privatfernsehen in Bayern Verwaltungs-GmbH	München	10,00	72,00	5,00	52

## Anteilsbesitzliste der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2010

Lfd. Nr.	Gesellschaft	Sitz	Anteil in %	Eigenkapital Tsd. Euro	Jahres- ergebnis Tsd. Euro	gehalten über Nr.
<b>Schweden</b>						
189	Aggregate Media Fund III KB	Stockholm	17,82	-1.293,45	-83,52	129; 140
190	Aggregate Media Fund IV KB	Stockholm	14,67	-1.129,95	-776,68	129; 140
<b>Vereinigte Staaten von Amerika</b>						
191	ZeniMax Media Inc.	Rockville	7,11	198.508,52	96,52	101

Soweit nichts anderes angegeben sind die Werte zu Eigenkapital und Jahresergebnis dem letzten vorliegenden, festgestellten, Jahresabschluss  
(Geschäftsjahr 01.01.2009 - 31.12.2009) entnommen.

### Erläuterungen zu den Fußnoten:

- 1) Keine Angaben, Unternehmen erst in 2010 gegründet
- 2) Ergebnis nach Ergebnisabführungsvertrag

## Mitglieder des Vorstands

<b>Thomas Ebeling</b> CEO	Vorstandsvorsitzender (CEO) seit 1. März 2009	<b>Vorstandsbereiche:</b> Group Content, International Free TV, Diversifikation, Human Resources, Corporate Communications, Distribution, Governmental Relations & Regulatory Affairs
<b>Axel Salzmann</b> CFO	Vorstandsmitglied seit 1. Mai 2008 Finanzvorstand (CFO) seit Juli 2008	<b>Vorstandsbereiche:</b> Group Operations, Group Controlling, Group Finance and Investor Relations, Legal Affairs, Accounting & Taxes, Internal Audit und Administration
<b>Andreas Bartl</b> (German Free TV)	Vorstandsmitglied seit Juni 2008	<b>Vorstandsbereich:</b> Fernsehen Deutschland (SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx)
<b>Dr. Marcus Englert</b> (New Media)	Vorstandsmitglied vom 1. August 2006 bis 30. April 2010	<b>Vorstandsbereiche:</b> German Pay-TV, Video-on-Demand, Participation TV, Radio, Distribution und Business Development
<b>Daniel Marks</b>	Vorstandsmitglied vom 1. Mai 2010 bis 30. September 2010	<b>Vorstandsbereiche:</b> German Pay-TV, Video-on-Demand, Participation TV

## Mitglieder des Aufsichtsrats

<b>Johannes Peter Huth,</b> Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (Partner und Head of Europe)	<b>Mandate:</b> A.T.U. Auto-Teile Unger Holding GmbH (non-executive) Rally Lux Holding One S.à r.l. (executive) Rally Lux Holding Two S.à r.l. (executive) KION Holding 1 GmbH (non-executive) KKR & Co. Ltd. (executive) KKR & Co. SAS (executive) NXP BV (non-executive) Bertelsmann Music Group (non-executive) Wild Flavours GmbH (non-executive)
<b>Götz Mäuser,</b> Stellvertretender Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Permira Beteiligungsberatung GmbH (Partner)	<b>Mandate:</b> keine
<b>Robin Bell-Jones</b>	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Permira Advisers LLP (Partner)	<b>Mandate:</b> All3Media Holdings Ltd. (non-executive)
<b>Gregory Dyke</b>	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. Mai 2004 (Company Chairman)	<b>Mandate:</b> World Film Collective (non-executive) UK Film Council (non-executive) Brentford FC (Lionel Road) Ltd. (non-executive) Brentford Football Club (non-executive) Ducks Walk Management Company Ltd. (non-executive) Sunshine Holdings 3 Ltd. (non-executive) Powder Creek Ltd. (non-executive) DGCC Ltd. (non-executive) Vine Leisure Ltd. (non-executive) Vine Developments Ltd. (non-executive) Dummer Golf Ltd. (non-executive) The Ambassador Entertainment Group Ltd. (non-executive)
<b>Philipp Freise</b>	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (Director)	<b>Mandate:</b> A.T.U. Auto-Teile Unger GmbH (non-executive) Der Grüne Punkt - Duales System Deutschland GmbH (non-executive) BMG Rights Management GmbH (non-executive)
<b>Lord Clive Hollick</b>	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 (Company Director)	<b>Mandate:</b> Diageo PLC (non-executive) Honeywell Inc. (non-executive) BMG Music Rights Management (non-executive)
<b>Dr. Jörg Rockenhäuser</b>	Mitglied des Aufsichtsrats seit 4. Juni 2009 Permira Beteiligungsberatung GmbH (Managing Partner)	<b>Mandate:</b> Member of the Permira Investment Committee (executive) Managing Group of Permira (executive) Executive Group of Permira (executive) Board Members of Permira Holdings Limited (executive), Permira Holdings Limited, Guernsey Board member of Permira Asesores (non-executive), Permira Asesores, S.L. AmCham Board of Directors (non-executive), American Chamber of Commerce in Germany e.V.
<b>Adrianus Johannes Swartjes</b>	Mitglied des Aufsichtsrats seit 17. Juli 2007 Telegraaf Media Group N.V. (Vorstandsvorsitzender)	<b>Mandate:</b> keine
<b>Prof. Dr. Harald Wiedmann</b>	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Of Counsel bei Gleiss Lutz Hootz Partnergesellschaft von Rechtsanwälten und Steuerberatern (Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Rechtsanwalt)	<b>Mandate:</b> Berenberg Gossler & Co. KG (non-executive) Wincor Nixdorf AG (non-executive) Praktiker Baumärkte Holding AG (non-executive) Praktiker Deutschland GmbH (non-executive) Prime Office AG (non-executive) Merz KGaA (non-executive) Senator GmbH & Co. KGaA (non-executive)

Anlagenspiegel	Anschaffungs- oder Herstellungskosten				
	€				
	Stand	Zugänge	Umbuchungen	Abgänge	Stand
	01.01.2010				31.12.2010
<b>I. Immaterielle Vermögensgegenstände</b>					
1. Entgeltlich erworbene gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte	6.555.668,84	463.600,84	153.092,09	0,00	7.172.361,77
2. Geleistete Anzahlungen	390.965,99	727.600,42	-153.092,09	0,00	965.474,32
	<b>6.946.634,83</b>	<b>1.191.201,26</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>8.137.836,09</b>
<b>II. Sachanlagen</b>					
1. Bauten auf fremden Grundstücken	72.108.599,72	3.767.852,35	-41.630,88	3.648.831,13	72.185.990,06
2. Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	10.493.236,57	821.405,12	0,00	591.959,35	10.722.682,34
3. Geleistete Anzahlungen und Anlagen im Bau	23.524,80	1.247.865,78	41.630,88	0,00	1.313.021,46
	<b>82.625.361,09</b>	<b>5.837.123,25</b>	<b>0,00</b>	<b>4.240.790,48</b>	<b>84.221.693,86</b>
<b>III. Finanzanlagen</b>					
1. Anteile an verbundenen Unternehmen	6.023.428.058,92	0,00	0,00	25.000,00	6.023.403.058,92
2. Beteiligungen	616.792,81	200.000,00	0,00	200.000,00	616.792,81
3. Wertpapiere des Anlagevermögens	8.008.006,54	684.063,67	0,00	0,00	8.692.070,21
4. Sonstige Ausleihungen	10.630.012,77	830.884,10	0,00	0,00	11.460.896,87
	<b>6.042.682.871,04</b>	<b>1.714.947,77</b>	<b>0,00</b>	<b>225.000,00</b>	<b>6.044.172.818,81</b>
	<b>6.132.254.866,96</b>	<b>8.743.272,28</b>	<b>0,00</b>	<b>4.465.790,48</b>	<b>6.136.532.348,76</b>

kumulierte Abschreibungen €					Restbuchwerte €	
Stand	Zugänge	Abschreibung/ Zuschreibung	Abgänge	Stand	Stand	Stand
01.01.2010				31.12.2010	31.12.2010	31.12.2009
5.740.540,84	591.808,93	0,00	0,00	6.332.349,77	840.012,00	815.128,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	965.474,32	390.965,99
<b>5.740.540,84</b>	<b>591.808,93</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>6.332.349,77</b>	<b>1.805.486,32</b>	<b>1.206.093,99</b>
40.092.796,21	3.728.903,47	0,00	720.455,13	43.101.244,55	29.084.745,51	32.015.803,51
7.315.953,57	772.409,62	0,00	583.028,35	7.505.334,84	3.217.347,50	3.177.283,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.313.021,46	23.524,80
<b>47.408.749,78</b>	<b>4.501.313,09</b>	<b>0,00</b>	<b>1.303.483,48</b>	<b>50.606.579,39</b>	<b>33.615.114,47</b>	<b>35.216.611,31</b>
320.000.000,00	526.999,00	160.000.000,00	0,00	160.526.999,00	5.862.876.059,92	5.703.428.058,92
420.021,01	0,00	0,00	0,00	420.021,01	196.771,80	196.771,80
1.132.444,79	0,00	120.980,82	0,00	1.011.463,97	7.680.606,24	6.875.561,75
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11.460.896,87	10.630.012,77
<b>321.552.465,80</b>	<b>526.999,00</b>	<b>160.120.980,82</b>	<b>0,00</b>	<b>161.958.483,98</b>	<b>5.882.214.334,83</b>	<b>5.721.130.405,24</b>

**374.701.756,42    5.620.121,02    160.120.980,82    1.303.483,48    218.897.413,14    5.917.634.935,62    5.757.553.110,54**



---

## Erklärung des Vorstands

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

Unterföhring, 21. März 2011

Thomas Ebeling (CEO)

Axel Salzmann (CFO)

Andreas Bartl (German Free-TV)



---

## Bestätigungsvermerk

Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang – unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2010 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

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

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

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

München, den 21. März 2011

KPMG AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Kozikowski  
Wirtschaftsprüfer

Dr. Dauner  
Wirtschaftsprüfer



---

## Finanzkalender und Impressum

### Finanzkalender

---

03.03.2011	Pressekonferenz/IR-Konferenz anlässlich der vorläufigen Zahlen 2010
31.03.2011	Geschäftsbericht 2010
05.05.2011	Quartalsbericht Q1 2011
01.07.2011	Ordentliche Hauptversammlung 2011
04.08.2011	Halbjahresfinanzbericht 2011

### Kontakte

#### Presse

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

#### Investor Relations

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

### Herausgeber

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



---

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