



Geschäftsbericht 2004



Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG [v.l.]: Peter Christmann [Sales & Marketing], Guillaume de Posch [Vorstandsvorsitzender], Lothar Lanz [Finanzen, Legal Affairs & Human Resources], Hubertus Meyer-Burckhardt [Corporate Development, Medienpolitik & Regulierung]

»Die ProSiebenSat.1 Media AG blickt auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Die Gruppe hat im Jahr 2004 das beste Vorsteuerergebnis ihrer Geschichte erzielt und die Profitabilität auf einen neuen Höchststand gebracht. In diesem Jahr geht es darum, unsere Leistung weiter zu steigern und die entscheidenden Weichen für die digitale Zukunft zu stellen.«

Guillaume de Posch, Vorstandsvorsitzender

Inhalt

| | | | |
|-----------|---------------------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------------------------|
| 4 | Kennzahlen | 54 | Nach Abschluss des Geschäftsjahres |
| 6 | Jahresüberblick 2004 | 56 | Ausblick |
| 8 | Vorwort | 57 | Gesamtkonjunktur |
| 12 | Unternehmerische Verantwortung | 57 | Werbemarkt |
| 13 | Corporate Governance in der ProSiebenSat.1 Media AG | 58 | Entwicklung der Sender |
| 16 | Corporate Sponsorship | 60 | Positionierung für die digitale Zukunft |
| 17 | Bericht des Aufsichtsrats | 60 | Wirtschaftliche Erwartungen: Umsatz und Ergebnis |
| 20 | Konzernlagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG | 61 | Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers |
| 20 | Wirtschaftsbericht | 62 | Jahresabschluss |
| 21 | ProSiebenSat.1-Aktie | 66 | Anhang 2004 ProSiebenSat.1-Konzern |
| 23 | Gewinnverwendung: Dividendenzahlung für Stamm- und Vorzugsaktionäre | 66 | Grundlagen und Methoden |
| 26 | Rahmenbedingungen | 72 | Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung |
| 29 | Geschäftsverlauf | 76 | Erläuterungen zur Bilanz |
| 34 | Programm | 86 | Sonstige Erläuterungen |
| 36 | TV-Sender | 94 | Aufstellung des Anteilsbesitzes |
| 44 | Forschung und Entwicklung | 96 | Aufsichtsrat und Vorstand |
| 46 | Risikobericht | 98 | Finanzkalender |
| 47 | Risikomanagementsystem | 98 | Impressum |
| 47 | Konjunkturrisiken | | |
| 48 | Absatzrisiken | | |
| 48 | Risiken der Programmbeschaffung | | |
| 49 | Programmdeckung | | |
| 49 | Technische Risiken | | |
| 49 | Organisationsrisiken | | |
| 50 | Medienpolitische Risiken | | |
| 52 | Rechtliche Risiken | | |
| 53 | Finanzierungsrisiken | | |

Kennzahlen

Ausgewählte Finanzkennzahlen der ProSiebenSat.1-Gruppe

Bilanzzahlen ProSiebenSat.1-Gruppe

| | | 31.12.2004 | 31.12.2003 | Veränderung |
|----------------------------------------|------------|------------|------------|-------------|
| Bilanzsumme | [Mio Euro] | 2.059,2 | 1.897,9 | 8% |
| Eigenkapital | [Mio Euro] | 1.004,1 | 601,8 | 67% |
| Verbindlichkeiten | [Mio Euro] | 995,7 | 1.230,7 | -19% |
| Eigenkapitalquote | | 49% | 32% | 53% |
| Eigenkapitalrendite vor Steuern | | 22% | 10% | 120% |
| Programmvermögen | [Mio Euro] | 1.109,9 | 1.148,2 | -3% |
| Anteil Programmvermögen an Bilanzsumme | | 54% | 60% | -10% |
| Nettofinanzverschuldung inkl. Anleihe | [Mio Euro] | 278,7 | 664,8 | -58% |

Cash-flow-Kennzahlen ProSiebenSat.1-Gruppe

| | | 2004 | 2003 | Veränderung |
|-----------------------------------------------|------------|---------|----------|-------------|
| Cash-flow | [Mio Euro] | 1.114,8 | 1.115,3 | - / - |
| Cash-flow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit | [Mio Euro] | 1.056,4 | 1.184,3 | -11% |
| Cash-flow aus der Investitionstätigkeit | [Mio Euro] | -933,7 | -1.099,6 | 15% |
| Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit | [Mio Euro] | 110,1 | -90,2 | 222% |

Kennzahlen ProSiebenSat.1-Gruppe

| | | 2004 | 2003 | Veränderung |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------|---------|---------|-------------|
| Umsatz | [Mio Euro] | 1.834,6 | 1.807,1 | 2% |
| Bruttoergebnis vom Umsatz | [Mio Euro] | 569,1 | 442,7 | 29% |
| Betriebsergebnis | [Mio Euro] | 286,2 | 130,8 | 119% |
| Finanzergebnis | [Mio Euro] | -68,7 | -69,7 | 1% |
| Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit | [Mio Euro] | 217,5 | 61,1 | 256% |
| Konzernjahresüberschuss | [Mio Euro] | 133,6 | 39,4 | 239% |
| EBITDA | [Mio Euro] | 321,3 | 188,7 | 70% |
| EBIT | [Mio Euro] | 285,2 | 128,9 | 121% |
| Umsatzrendite vor Steuern | | 12% | 3% | 300% |
| Programminvestitionen | [Mio Euro] | 923,4 | 1.108,6 | -17% |
| Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagen und Umlaufvermögen | [Mio Euro] | 35,1 | 57,9 | -39% |
| Personalaufwand | [Mio Euro] | 200,6 | 212,5 | -6% |
| Mitarbeiter* | | 2.699 | 2.899 | -7% |

* Durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen

Ausgewählte Finanzkennzahlen der ProSiebenSat.1-Gruppe

| Kennzahlen Sender | | | | |
|---------------------------------------|------------|-------|-------|-------------|
| | | 2004 | 2003 | Veränderung |
| Sat.1 | | | | |
| Gesamtumsatz | [Mio Euro] | 773,9 | 776,3 | - / - |
| Ergebnis vor Steuern | [Mio Euro] | 89,7 | 4,1 | - / - |
| EBITDA | [Mio Euro] | 97,8 | 35,6 | 175% |
| Mitarbeiter* | | 223 | 229 | -3% |
| ProSieben | | | | |
| Gesamtumsatz | [Mio Euro] | 749,9 | 686,9 | 9% |
| Ergebnis vor Steuern | [Mio Euro] | 175,1 | 135,4 | 29% |
| EBITDA | [Mio Euro] | 175,5 | 133,3 | 32% |
| Mitarbeiter* | | 252 | 282 | -11% |
| Kabel 1 | | | | |
| Gesamtumsatz | [Mio Euro] | 192,9 | 190,1 | 1% |
| Ergebnis vor Steuern | [Mio Euro] | 27,3 | 18,2 | 50% |
| EBITDA | [Mio Euro] | 26,5 | 17,6 | 51% |
| Mitarbeiter* | | 46 | 49 | -6% |
| N24 | | | | |
| Gesamtumsatz | [Mio Euro] | 73,2 | 71,2 | 3% |
| Ergebnis vor Steuern | [Mio Euro] | 1,8 | -10,9 | 117% |
| EBITDA | [Mio Euro] | 2,8 | -9,0 | 131% |
| Mitarbeiter* | | 155 | 175 | -11% |
| Kennzahlen SevenOne Intermedia | | | | |
| Gesamtumsatz | [Mio Euro] | 64,3 | 59,9 | 7% |
| Ergebnis vor Steuern | [Mio Euro] | 11,0 | 9,9 | 11% |
| EBITDA | [Mio Euro] | 11,3 | 10,4 | 9% |
| Mitarbeiter* | | 107 | 107 | - / - |
| Kennzahlen Merchandising | | | | |
| Gesamtumsatz | [Mio Euro] | 51,3 | 67,6 | -24% |
| Operatives Ergebnis | [Mio Euro] | 4,4 | 7,0 | -37% |
| EBITDA | [Mio Euro] | 6,0 | 7,3 | -18% |
| Mitarbeiter* | | 92 | 109 | -16% |

* Durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen

Jahresüberblick 2004

20 Jahre Privatfernsehen

Am 1. Januar 1984 um 9.58 Uhr geht die PKS [Vorgänger von Sat.1] im Rahmen des Ludwigshafener Kabelpilotprojektes auf Sendung. Es ist der Start des Privatfernsehens in Deutschland. Zur Feier ihres 20-jährigen Jubiläums kehrten die privaten Rundfunk- und Medienunternehmen an den Ausgangspunkt ihrer Entwicklung zurück. Auf dem Gelände der Mainzer Staatskanzlei fand am 16. Juni 2004 auf Einladung des Verbandes Privater Rundfunk und Telekommunikation [VPRT], der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz [LPR] und der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten [ALM] ein großes Fest mit zahlreichen prominenten Gästen aus Politik, Wirtschaft und Medien statt. Die Keynote des offiziellen Festaktes hielt Bundeskanzler Gerhard Schröder.

Vertrag mit Hollywoodstudios Warner Bros. International Television Distribution

Im Januar 2005 sichert sich die ProSiebenSat.1-Gruppe die Free-TV-Ausstrahlungsrechte zahlreicher Blockbuster und Top-Serien des Hollywoodstudios Warner Bros. International Television Distribution. Zu den Highlights zählen die beiden Erfolgsfilme „Matrix Reloaded“, den in Deutschland 4,6 Mio Zuschauer im Kino sahen, und der aktuelle Kinohit „Matrix Revolutions“, der bis jetzt 2,2 Mio Kinozuschauer erreichte. Außerdem erwarb Deutschlands größtes Fernsehunternehmen die Ausstrahlungsrechte an „O.C., California“ – derzeit eine der erfolgreichsten neuen TV-Serien in den USA, sowie an weiteren äußerst attraktiven Serien wie „Cold Case“ und „Two and a Half Men“. Bei dem Vertrag handelte es sich um den ersten großen Programmkauf, den die ProSiebenSat.1-Gruppe direkt mit Warner Bros. abgeschlossen hat.

Jahreshauptversammlung

Am 7. Mai 2004 fand die Jahreshauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG statt. Alle Beschlussvorschläge wurden durch die rund 350 Anteilseigner der Aktionärsversammlung einstimmig angenommen. So wurde auch der Erweiterung des Aufsichtsrats von neun auf 15 Mitglieder zugestimmt. Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG wählte auf seiner konstituierenden Sitzung Haim Saban, Chairman und Chief Executive Officer der Saban Capital Group, erneut zum Vorsitzenden. Zum stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden wurde wie bisher Adam Chesnoff, President und Chief Operating Officer der Saban Capital Group, bestimmt.

Vorstandswechsel

Im Geschäftsjahr 2004 ergaben sich Änderungen im Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG: Im Januar 2004 wurde Peter Christmann neues Vorstandsmitglied für Sales & Marketing. Der bisherige Vorstandsvorsitzende, Urs Rohner, verließ zum 30. April 2004 die ProSiebenSat.1-Gruppe. Neuer Vorstandsvorsitzender wurde Guillaume de Posch, der seitdem die Vorstandsbereiche Fernsehen und Operations verantwortet. Zum Vorstand Corporate Development wurde am 1. Juli Hubertus Meyer-Burckhardt berufen. Er übernahm außerdem zum Oktober 2004 die Vorstandsbereiche Medienpolitik und Regulierung von Jürgen Doetz.



Mit der Ausstrahlung von „Der Schuh des Manitu“ zeigte ProSieben nicht nur den erfolgreichsten Film der TV-Geschichte, sondern erzielte mit einem Marktanteil von 51,9 Prozent auch den besten Wert seit Senderbestehen.

Geschäftsbereich Diversifikation

Am 16. September 2004 schuf die ProSiebenSat.1-Gruppe den neuen Geschäftsbereich Diversifikation. Damit wird die Verdopplung der Diversifikationsumsätze angestrebt, also der Erlöse, die nicht direkt aus der TV-Werbung kommen. Die Aktivitäten der beiden Tochterfirmen SevenOne Intermedia und MM Merchandising Media werden im neuen Geschäftsbereich gebündelt. Zum Direktor Diversifikation wurde Dr. Marcus Englert ernannt.

SevenOne International

Am 20. September 2004 wurde die ProSiebenSat.1-Tochter SevenOne International gegründet. Das Unternehmen übernimmt die Vermarktung von TV-Ausstrahlungen der ProSiebenSat.1-Gruppe weltweit. Neben der Vertretung eigener Produktionen ist SevenOne International auch als Dienstleister für externe Partner, die ihre Produktionen international vertreiben wollen, tätig. Geschäftsführer von SevenOne International ist Jens Richter.

ProSiebenSat.1 Welt

Am 16. November 2004 wurde der deutschsprachige Sender für die USA, ProSiebenSat.1 Welt, gegründet. Der Sendebetrieb wurde am 22. Februar 2005 aufgenommen. Gezeigt werden aktuelle Nachrichten aus Deutschland, Filme, Serien, Comedy, Magazine und Shows der deutschen Senderfamilie. Rund eine Million deutschsprachige Zuschauer in den USA sind die Zielgruppe. Die Sendeplanung und Abwicklung wird von der ProSiebenSat.1 Produktion in Unterföhring vorgenommen, von dort wird das Programm per Fibre-Kabel nach USA zum Satelliten-Betreiber Dish Networks gesendet. Geschäftsführer von ProSiebenSat.1 Welt sind Hans Fink und Jan Frouman.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

Ihr Unternehmen blickt auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat im Jahr 2004 nicht nur das beste Vorsteuerergebnis der Unternehmensgeschichte geschrieben, sondern auch einen Rekord bei der Profitabilität erzielt.

Dies ist uns trotz weiterhin schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen gelungen. Die deutsche Wirtschaft verzeichnete auch 2004 keine nachhaltigen Impulse und der private Konsum ist zum dritten Mal in Folge zurückgegangen. Die Unternehmen sind deshalb auch im vergangenen Jahr sehr zurückhaltend mit ihren Werbebudgets umgegangen.

Das Jahr hat uns mit einer zweigeteilten Dynamik überrascht. Nach der unerwartet positiven Umsatzentwicklung im ersten Halbjahr hatten wir damit gerechnet, dass sich das zweite Halbjahr deutlich abschwächen würde. Das vierte Quartal und insbesondere der Monat Dezember sind jedoch noch unter unseren Erwartungen geblieben. In der Gesamtbewertung des Jahres 2004 gehen wir davon aus, dass sich der deutsche TV-Markt nicht bewegt hat.

Der ProSiebenSat.1-Gruppe ist es dennoch gelungen, ihren Umsatz zu steigern. Nach der drei Jahre andauernden Werbekrise haben wir im vergangenen Jahr damit erstmalig wieder ein Umsatzwachstum zu verzeichnen.

Das gute Ergebnis ist jedoch nur zu einem Teil dem Umsatzzuwachs zuzuschreiben. Es beruht zu einem wesentlichen Teil auf den Kostenreduktionen der Gruppe. Die Senkung der Ausgaben und die Steigerung der Effizienz wären nicht möglich gewesen ohne den Einsatz und das Engagement unserer Mitarbeiter. Ich danke allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Namen des Vorstands für ihr Commitment für die Gruppe.

Den Umsatzzuwachs haben wir im Wesentlichen der Leistungssteigerung unserer Sender zu verdanken.

Sat.1, ProSieben, Kabel 1 und N24 ist es gelungen, den gemeinsamen Marktanteil bei den für die Werbewirtschaft relevanten 14- bis 49-jährigen Zuschauern um 0,5 Prozentpunkte auf 29,4 Prozent zu erhöhen. Unsere Sendergruppe hat damit das beste Ergebnis der letzten drei Jahre erzielt.

Auch wirtschaftlich stehen unsere Sender so gut da wie nie zuvor. Alle vier Sender schreiben schwarze Zahlen und haben ihre Profitabilität erhöht. Sat.1 verzeichnet das beste Ergebnis in seiner 20-jährigen Sendergeschichte. N24 verbucht ein positives Vorsteuerergebnis und hat die Gewinnzone damit ein Jahr früher erreicht als geplant.

Eines der Ziele, das wir uns für das vergangene Jahr gesetzt hatten, war, mehr innovative und erfolgversprechende Programmideen schneller aufzugreifen, umzusetzen und auf den Bildschirm zu bringen. Unsere Sender haben dies konsequent verfolgt und mit Formaten wie „Schillerstraße“ oder „Mein dicker peinlicher Verlobter“ in Sat.1 oder „Die Alm“, „Stromberg“ oder „The Swan“ auf ProSieben erfreuliche Erfolge erzielt. Es ist uns gelungen, unser Image in nur einem Jahr substantiell zu verbessern. Mittlerweile ist es die ProSiebenSat.1-Gruppe, die die Programmtrends im Fernsehmarkt setzt.

Um dies zu gewährleisten, haben wir im vergangenen Jahr die neue gruppenweite Abteilung Format Development ins Leben gerufen. Diese Unit scoutet weltweit TV-Ideen und Programmformate und prüft, ob sie im deutschen Markt erfolgversprechend sein könnten.

Auch beim Rechteerwerb profitieren unsere Sender von den übergreifenden Ressourcen. Durch einen zentralisierten Programmeinkauf ist es der ProSiebenSat.1-Gruppe möglich, ein umfassendes Spektrum an Lizenzen zu erwerben. Im vergangenen Jahr hat sich die hervorragende langfristige Programmversorgung mit

Guillaume de Posch

Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG



- Mit einem Plus von 1,5 Prozent erstes Umsatzwachstum seit drei Jahren
- EBITDA wächst um 70 Prozent auf 321,3 Mio Euro
- Konzernjahresüberschuss steigt um 239 Prozent auf 133,6 Mio Euro
- Alle vier Sender schreiben schwarze Zahlen
- Break-even von N24 ein Jahr früher als geplant
- Sat.1 und Kabel 1 mit deutlicher Ergebnisverbesserung
- ProSieben ist einer der profitabelsten Sender im deutschen TV-Markt
- Signifikante Erhöhung des Zuschauermarktanteils der Senderfamilie von 28,9 auf 29,4 Prozent

hochwertigen Spielfilmen und Serien durch Verträge mit Studios wie beispielsweise DreamWorks weiter verbessert.

Im vergangenen Jahr haben wir auch die Basis für die stringente Umsetzung unseres Diversifikations-Ziels etabliert. Seit Herbst 2004 bündeln wir unsere Merchandising- und Multimedia-Aktivitäten im neu geschaffenen Geschäftsbereich Diversifikation. Damit haben wir die Strukturen geschaffen, um unsere Erlösquellen zu diversifizieren und unsere Abhängigkeit vom Werbemarkt zu reduzieren.

Im Rückblick auf das abgelaufene Geschäftsjahr können wir feststellen, dass wir alle Ziele, die wir uns für 2004 gesetzt hatten, erreicht haben:

- Wir haben den Bewegungsspielraum der Gruppe durch eine Kapitalerhöhung und die Umsetzung eines Refinanzierungsplans deutlich erhöht und die Netto-Finanzverschuldung signifikant gesenkt.
- Wir haben unsere Position im Werbemarkt auf Nettobasis verbessert.
- Wir haben es geschafft, unseren Zuschauermarktanteil zu steigern und unser Ergebnis zu verbessern.

Damit ist es der ProSiebenSat.1-Gruppe gelungen, in einem schwierigen Marktumfeld ihre Position auszubauen und ihre Profitabilität deutlich zu erhöhen.

Die positive Entwicklung der Sender und des Ergebnisses hat leider keine direkte Entsprechung im Aktienkurs gefunden. Im Jahr 2004 gelang es der ProSiebenSat.1-Aktie nicht, sich der Entwicklung des Marktes zu entziehen. Ich möchte mich bei Ihnen, verehrte Aktionärinnen und Aktionäre, ganz herzlich für Ihr Vertrauen bedanken.

Die Entwicklung des Fernsehwerbemarktes im laufenden Jahr ist nur schwer zu prognostizieren. Wirtschaftsexperten gehen derzeit nur von einem geringfügigen Wachstum des Bruttoinlandsproduktes aus. Die ProSiebenSat.1-Gruppe hat bisher keine Erkenntnisse, dass sich die Binnennachfrage substantiell bessern wird. Solange die Nachfrage sich schwach zeigt, bleiben wir in unserer Einschätzung für den TV-Markt sehr vorsichtig. Wir erwarten jedoch keinen nennenswerten Rückgang des Marktes.

Unser Ziel ist es, die Leistung unserer Sender weiter zu steigern. Wir planen außerdem, unsere Kosten stabil zu halten. Die Leistungssteigerung unserer Sender und

die stabilen Kosten im laufenden Jahr werden zu einer weiteren Steigerung unseres Umsatzes und unseres Ergebnisses führen.

Die weitere Stärkung des Kerngeschäfts ist eines der Ziele, auf das wir uns in diesem Jahr konzentrieren werden. Dabei kommt es uns darauf an, unsere Sendermarken zu schärfen und unseren Zuschauermarktanteil erneut auszubauen. Dafür sind wir gut gerüstet.

Sat.1 hat mit der Telenovela „Verliebt in Berlin“, die Ende Februar gestartet ist, einen außergewöhnlichen Erfolg in der wichtigen Zeit am Vorabend erzielt. Die Serie hebt durch ihre weit überdurchschnittlichen Zuschauerquoten nicht nur den Gesamtmarktanteil des Senders, sondern zieht generell eine höhere Aufmerksamkeit auf den Vorabend und Hauptabend des Senders. Die Champions League und große TV-Events wie „Die Luftbrücke“ werden die Position von Sat.1 zusätzlich stärken.

ProSieben ist im Jahr 2005 so gut ausgestattet mit US-Blockbustern wie noch nie in der Geschichte des Senders. „Spider-Man“, „StarWars: Episode II“, „MIB II“, „A Beautiful Mind“, „Minority Report“ stehen dort auf dem Programm, um nur einige wenige Titel zu nennen. Erfolgversprechend sind auch die Top-Serien aus den USA: „Desperate Housewives“, das neue „Sex and the City“, oder „Lost“. Stefan Raab wird weitere „tv total“-Events wie den „Bundesvision Song Contest“ oder die „WOK WM“ veranstalten, die regelmäßig nicht nur für hohe Quoten, sondern auch für viel Anerkennung bei Zuschauern und Kritik sorgen.

Kabel 1 wird seine Eventabende oder Themenabende ausbauen und mit Modern Classics wie „Cold Case“ oder „Missing“ weiterhin auf Qualität setzen. Und N24 arbeitet stetig weiter am Ausbau der Wirtschafts- und Politikberichterstattung. Ich bin überzeugt, dass wir mit diesem Programmangebot den Marktanteil der Gruppe in diesem Jahr weiter steigern werden.

Was unser zweites strategisches Ziel betrifft, so stehen im Geschäftsfeld Diversifikation nach der internen Reorganisation nun konkrete Schritte ins Haus. **Die Umsätze im Bereich Diversifikation müssen und werden sich steigern.** Dies erreichen wir zum einen durch organisches Wachstum, also durch den Ausbau bestehender Aktivitäten wie beispielsweise von Internet-Ange-

boten oder mobilen Services, zum anderen durch Akquisitionen. Die Übernahme sämtlicher Anteile an der Euvia Media AG & Co. KG erlaubt uns, unsere bisherige Minderheitsbeteiligung künftig voll zu konsolidieren. Dies wird zu einer deutlichen Steigerung des Umsatzes und des Ergebnisses der ProSiebenSat.1-Gruppe beitragen. Euvia Media als Betreiberin der beiden TV-Sender 9Live und sonnenklar TV ist ein hochprofitables Unternehmen und der größte Player im Transaktionsfernsehen, einem neuen Markt, von dem wir auch in Zukunft erfreuliche Wachstumsraten erwarten.

Wir haben eine Vereinbarung mit wetter.com über die Übernahme weiterer Anteile getroffen, so dass wir auch bei diesem Unternehmen künftig die Mehrheit halten werden. Darüber hinaus prüfen wir weitere Unternehmen mit erfolgversprechenden, innovativen Geschäftsideen wie billiger.de, die wir in unsere Diversifikationsstrategie integrieren können.

Kooperationen mit Unternehmen wie T-Online oder Vodafone erlauben uns, unsere Angebote über die verschiedensten Distributionswege zu verbreiten. Mit T-Online haben wir zur CeBIT im März 2005 einen Video-on-Demand-Dienst gestartet, über den Filme, Shows und Serien der ProSiebenSat.1-Gruppe über DSL abrufbar sind. Zusammen mit Vodafone bringen wir seit März unsere Inhalte live auf das Handy.

Wir arbeiten außerdem an Modellen im Musikbereich, die uns erlauben, in diesem Geschäftsfeld aktiv zu werden, ohne direkt in das Musikbusiness einsteigen zu müssen, das heißt, ohne zu groß ins Risiko zu gehen.

Wir gehen davon aus, dass wir den Diversifikations-Anteil am Gesamtumsatz von sieben Prozent im vergangenen Jahr auf rund zehn Prozent in diesem Jahr steigern können. Damit sind wir unserem Ziel, diesen Anteil bis 2007 auf 15 Prozent zu erhöhen, schon ein deutliches Stück näher gekommen.

Unser drittes strategisches Ziel ist die Aufstellung des Unternehmens für die digitale Zukunft. Dabei leiten uns drei grundsätzliche Überlegungen. Wir sind davon überzeugt, dass wir die umfassende Kontrolle über die Distribution unserer Inhalte an Zuschauer oder Kunden behalten müssen. Wir sind darüber hinaus der Ansicht, dass nicht wir für die digitale Distribution unserer Inhalte an die Distributoren bezahlen müssen, sondern eher umgekehrt die Distributoren – also insbesondere

die Kabelnetzbetreiber – an uns. Und wir sind drittens davon überzeugt, dass wir dafür sorgen müssen, die digitale Infrastruktur nachhaltig aufzubauen. Dass unsere Interessen und unser Geschäftsmodell also gewahrt und nicht geschädigt werden.

Wir brauchen eine strategische Antwort auf die Herausforderungen, die sich uns durch die Entwicklung der Digitaltechnik stellen, denn wir beabsichtigen, den Übergang von der analogen zur digitalen Welt mitzubestimmen und von den neuen Möglichkeiten zu profitieren. Insbesondere die Entwicklung in der Musikindustrie hat gezeigt, dass es bei dem technischen Paradigmenwechsel wesentlich darauf ankommt, die Kontrolle über die eigenen Inhalte zu behalten.

Durch einen Signalschutz für die digitale Ausstrahlung von Free-TV-Programmen ist gewährleistet, dass unser Geschäftsmodell nicht durch neue technische Funktionen wie Werbeskippping, Werbeblocker oder beliebiges Kopieren gefährdet wird. Insbesondere die Rechteinhaber verlangen zunehmend von uns, dass der Urheberrechtsschutz durch ein wirkungsvolles Digital-Rights-Management sichergestellt wird.

Das Jahr 2005 ist für uns ein strategisch bedeutsames Jahr. Wir werden in diesem Jahr Entscheidungen treffen, die wichtige Weichen für die Zukunft der Gruppe stellen.

Meine Kollegen im Vorstand und ich werden mit größtem Einsatz daran arbeiten, Ihr Unternehmen weiter voranzubringen. Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie uns begleiten würden.

Mit freundlichen Grüßen



Guillaume de Posch

Unternehmerische Verantwortung

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG verfolgen das gemeinsame Ziel, den Wert des Unternehmens nachhaltig zu steigern. Auf diesem Weg trägt das Unternehmen seinen Verpflichtungen gegenüber Aktionären, Kunden, Mitarbeitern, Fremdkapitalgebern und der Öffentlichkeit Rechnung.

Die ProSiebenSat.1 Media AG verfügt über ein System der Unternehmensführung, das den gesetzlichen Vorgaben sowie im Wesentlichen den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex entspricht.

Corporate Governance in der ProSiebenSat.1 Media AG

Unternehmensführung und Compliance-Struktur

Im Berichtsjahr hat sich die Gesellschaft ausführlich mit den Auswirkungen des Anlegerschutzverbesserungsgesetzes auf die Unternehmensführung und die Kommunikation mit dem Kapitalmarkt beschäftigt. Der Compliance-Beauftragte hat dafür Sorge getragen, dass die neuen Vorschriften umgesetzt werden. Vorstand, Aufsichtsrat und alle Mitarbeiter wurden über die neuen Regeln im Umgang mit Insiderwissen informiert.

Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat

Der Vorstand arbeitet eng mit dem Aufsichtsrat zusammen und informiert ihn regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Finanz- und Ertragslage sowie über unternehmerische Risiken. Wichtige Vorstandsbeschlüsse bedürfen der Zustimmung durch den Aufsichtsrat. Im Jahr 2004 tagte der Aufsichtsrat viermal.

Entsprechenserklärung 2004

Die ProSiebenSat.1 Media AG hatte im Dezember 2003 ihre letzte Entsprechenserklärung nach § 161 AktG zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in seiner Fassung vom 21. Mai 2003 abgegeben.

Die in dieser Entsprechenserklärung genannten Abweichungen zu Ziffer 5.2 [Bildung eines Ausschusses zur Vorbereitung der Aufsichtsratssitzungen], 7.1.1 [Veröffentlichung des Konzernabschlusses und der Zwischenberichte unter Beachtung international anerkannter Rechnungslegungsgrundsätze] und 7.1.2 [Beachtung von bestimmten Zeiträumen für die Veröffentlichung der Konzernabschlüsse und Zwischenberichte] sind entfallen, so dass Vorstand und Aufsichtsrat folgende Entsprechenserklärung abgegeben haben:

Die ProSiebenSat.1 Media AG entspricht den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher-Corporate-Governance-Kodex“ in der Fassung vom 21. Mai 2003 mit folgenden Ausnahmen:

- Der Vorstand der Gesellschaft hat davon abgesehen, einen Vertreter für die weisungsgebundene Ausübung des Stimmrechts der Aktionäre zu bestellen [Ziff. 2.3.3], da dafür auf Grund der derzeitigen Anteilseignerstruktur und der geringen Anzahl an stimmberechtigten Aktionären zur Zeit kein Bedürfnis besteht.
- Die von der Gesellschaft für Vorstand und Aufsichtsrat abgeschlossenen D&O Versicherungsverträge sehen keinen Selbstbehalt vor [Ziff. 3.8], da die Vereinbarung eines Selbstbehaltes nicht zu einer wesentlichen Reduzierung der Versicherungsprämien führt. Vorstand und Aufsichtsrat handeln ferner bereits auf Grund ihres Amtes verantwortungsvoll und im besten Interesse der Gesellschaft. Sie halten einen Selbstbehalt nicht für geeignet, die Motivation und das Verantwortungsbewusstsein der Gremienmitglieder zu steigern.
- Die Gesellschaft hat sich entschlossen, die Vergütung der Vorstandsmitglieder nicht individualisiert offenzulegen [Ziff. 4.2.4]. Die ProSiebenSat.1 Media AG sieht keinen deutlichen Informationsmehrwert in der Offenlegung der individualisierten Vorstandsbezüge, die einen Eingriff in die Persönlichkeitsrechte darstellt.

- Eine Altersgrenze für Aufsichtsratsmitglieder wurde nicht festgesetzt [Ziff. 5.4.1], da dem Unternehmen auch weiterhin die Expertise erfahrener Aufsichtsratsmitglieder zur Verfügung stehen soll.

Die ProSiebenSat.1 Media AG beabsichtigt, den Empfehlungen mit obiger Maßgabe auch in Zukunft zu entsprechen.

Vergütungsstruktur des Vorstands

Informationen über die Vergütungsstruktur sind im Dezember 2004 zusammen mit der Entsprechenserklärung im Internet veröffentlicht worden. Die Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG stehen neben ihrer Organfunktion auch in vertraglicher Beziehung zu der Gesellschaft. Die Verträge der ProSiebenSat.1 Media AG mit ihren Vorstandsmitgliedern haben eine maximale Laufzeit von fünf Jahren. In ihnen sind die Rechte und Pflichten der Vorstandsmitglieder festgelegt, unter anderem auch ihre Vergütung. Das gegenwärtige Vergütungssystem der Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG weist fixe und erfolgsbezogene Bestandteile auf. Im Einzelnen handelt es sich um folgende Komponenten:

- Ein fixes Basisgehalt, das sich am Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds orientiert.
- Eine erfolgsabhängige variable Vergütung in Form eines Jahresbonus, der vom Aufsichtsrat jeweils nach Feststellung des Jahresabschlusses festgelegt wird.
- Die Gesellschaft wird zusätzlich einen Incentiveplan mit langfristiger Anreizwirkung einführen, der der Hauptversammlung am 13. Mai 2005 zur Beschlussfassung vorgelegt wird. Dadurch möchte die ProSiebenSat.1 Media AG den Vorstandsmitgliedern einen zusätzlichen Anreiz zur Förderung des Shareholder Values in der ProSiebenSat.1-Gruppe geben. Die Einzelheiten einer Beteiligung des Vorstandes am Long Term Incentive Plan stehen im Ermessen des Aufsichtsrats.

Das Vergütungssystem ist so ausgerichtet, dass die Vergütung der Vorstandsmitglieder im Verhältnis zu ihrem Tätigkeits- und Verantwortungsbereich sowie im Drittvergleich – auch international – angemessen ist. Es stellt die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens durch Anreiz und Motivation für internationale Spitzenführungskräfte sicher.

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

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat sich entschlossen, die Vorstandsvergütung nicht individualisiert offen zu legen. Im Anhang findet sich jedoch nach wie vor eine Aufteilung der Vorstandsgehälter nach fixen und variablen Bestandteilen.

Ausschüsse des Aufsichtsrats

Die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats sieht derzeit zwei Ausschüsse vor: einen Präsidialausschuss [Presiding Committee] und einen Prüfungsausschuss [Audit and Finance Committee]

Der Präsidialausschuss [Presiding Committee] besteht aus dem Aufsichtsratsvorsitzenden, dem stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden sowie sechs weiteren Mitgliedern. Der Ausschuss befasst sich mit der Vorbereitung und Koordination der Aufsichtsratssitzungen und übernimmt außerdem die Funktion eines Personalausschusses. Ebenso beschäftigt sich der Ausschuss mit dem Erwerb von Programmrechten und sonstigen Fragen, die von besonderer betrieblicher Bedeutung sind. Der Ausschuss hielt im Jahr 2004 eine Sitzung ab.

Der Prüfungsausschuss [Audit and Finance Committee] befasst sich insbesondere mit Fragen der Rechnungslegung und des Risikomanagements, der erforderlichen Unabhängigkeit des Abschlussprüfers, der Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer sowie der Bestimmung von Prüfungsschwerpunkten und der Honorarvereinbarung. Den Vorsitz im Prüfungsausschuss hat weder der Aufsichtsratsvorsitzende noch ein ehemaliges Vorstandsmitglied der Gesellschaft inne. Einige wesentliche Geschäftsvorgänge sind an die Zustimmung des Prüfungsausschusses gebunden. Der Ausschuss hat vier Mitglieder und hat im Berichtsjahr fünfmal getagt.

Transparente Kommunikation mit dem Kapitalmarkt

Unter der Internetadresse www.ProSiebenSat1.com finden Anleger alle wesentlichen Informationen zu Unternehmensdaten, aktuelle Kurs-Charts, Analysen, Finanztermine, Geschäfts- und Zwischenberichte, Präsentationen sowie Fakten zu Investor Relations. Für die Hauptversammlung werden Sonderseiten veröffentlicht. Im Bereich der Website „Corporate Governance“ bietet die ProSiebenSat.1 Media AG auf ihren Internetseiten eine aktuelle Übersicht über die unternehmensspezifische Umsetzung des Corporate Governance Kodex.

Lothar Lanz

Vorstand Finanzen, Legal Affairs & Human Resources



»Mit der Kapitalerhöhung haben wir die Nettofinanzverschuldung im vergangenen Jahr erheblich reduziert. Die umfassende Refinanzierung hat uns neuen Bewegungsspielraum verschafft. Diese Flexibilität werden wir nutzen, um neue Geschäftsfelder zu erschließen und Wachstum zu sichern.«

Corporate Sponsorship

Unternehmen statt Unterlassen

Die ProSiebenSat.1 Media AG bündelt ihre Corporate Sponsorship-Aktivitäten unter dem Motto „Unternehmen statt Unterlassen“. Es erklärt das Ziel des Engagements, dazu anzuregen, Eigeninitiative zu entwickeln und im besten Fall als Katalysator zu wirken.

Sat.1: Deutschland hilft

Am 26. Dezember 2004 verwüstete eine verheerende Flutwelle weite Teile von Südindien, Sri Lanka und Süd-asien. Hunderttausende kamen um. Innerhalb weniger Tage stellte Sat.1 die Spenden-Gala „Deutschland hilft“ auf die Beine, die am 4. Januar 2005 mit über zehn Mio Euro das bis dato höchste Spendenergebnis der deutschen Fernsehgeschichte erzielte.

Red Nose Day 2004

Im Jahr 2003 hatte der Sender ProSieben zum ersten Mal die Charity-Show „Red Nose Day“ ausgestrahlt. Seit knapp 20 Jahren ist der Red Nose Day die erfolgreichste Spendenaktion in Großbritannien. Millionen von Briten nehmen teil und sammeln auf humorvolle Weise Geld.

ProSieben hat diese Idee nach Deutschland geholt und 2004 bereits zum zweiten Mal verwirklicht. Insgesamt kamen durch die TV-Show und den Verkauf von Merchandising-Artikeln über 2,2 Mio Euro zusammen, die an die Kindernothilfe e.V., Children for a better World e.V., und Offroadkids e.V. in Deutschland sowie Comic Relief in Großbritannien weitergegeben wurden.

„startsocial - Hilfe braucht Helfer“

Um der Diskussion über das bürgerschaftliche Engagement von Einzelpersonen und Unternehmen neue Impulse zu geben, hatte die ProSiebenSat.1 Media AG im Jahr 2001 gemeinsam mit der Unternehmensberatung McKinsey & Company und anderen Partnern aus der Wirtschaft das Projekt „startsocial - Hilfe braucht Helfer“ aufgebaut. Schirmherr ist Bundeskanzler Gerhard Schröder.

In Analogie zu den erfolgreichen Start-up- und Businessplan-Wettbewerben werden gute Ideen aus dem sozialen Sektor gesucht, die durch professionelles Coaching von Experten aus Wirtschaft und Ehrenamt zur „Marktreife“ gebracht werden. Die Wirtschaft leistet so einen sinnvollen und glaubwürdigen Beitrag zur Weiterentwicklung der Bürgergesellschaft in Deutschland.

Die abschließende Preisverleihung des dritten Wettbewerbs 2003/2004 fand am 5. Juli 2004 im Bundeskanzleramt statt.

Sat. 1 Talents

Darüber hinaus ist Sat.1 auch mit anderen Projekten im Sponsoring-Bereich aktiv. Neben dem Programm „Hoffnung bauen“ zugunsten der SOS-Kinderdörfer hat sich der Sender vor allem der Nachwuchsförderung verschrieben. Das Projekt „Sat. 1 Talents“ umfasst die Bereiche Comedy, Drehbuch, Regie, Schauspiel und Produktion. Der Regiepreis „First Steps“, der mit den Partnern Mercedes-Benz, Constantin Film, SPIEGEL TV und teamWorxs realisiert wird, hat sich zum deutschen Nachwuchs-Oscar entwickelt.

„Schreib Dich nicht ab - lern Lesen und Schreiben“

Es gibt in Deutschland etwa 4,5 Mio Erwachsene, die nicht lesen und schreiben können. Um dieses Problem anzugehen, hat die ProSiebenSat.1 Media AG gemeinsam mit der Agentur GREY Worldwide und dem Bundesverband Alphabetisierung eine Kampagne konzipiert, die Hilfsangebote zeigt, die allen Bürgern zur Verfügung stehen. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat für diese Kampagne ein Mediabudget in Millionenhöhe bereitgestellt.

Der Erfolg kann sich sehen lassen. Allein durch die gestiegene Nachfrage nach Kursen ist die Zahl der verfügbaren Plätze in Deutschland von 12.000 auf über 20.000 gestiegen - und das ohne Gesetzesänderungen oder politischen Druck. Fernsehwerbung wirkt.

Haim Saban

Vorsitzender des Aufsichtsrats



Bericht des Aufsichtsrats

Sehr geehrte Damen und Herren,

für die ProSiebenSat.1 Media AG geht ein erfolgreiches Jahr zu Ende. Nach drei schwierigen Jahren hat das Unternehmen die Trendwende geschafft und wichtige Weichen für die Zukunft gestellt.

Als Aufsichtsratsvorsitzender gehört es zu meiner Aufgabe, an dieser Stelle über die Arbeit des Aufsichtsrats zu berichten.

Der Aufsichtsrat hat im Berichtsjahr 2004 die ihm nach Gesetz, Satzung, Geschäftsordnung und Corporate Governance Kodex obliegenden Aufgaben wahrgenommen. Wir haben den Vorstand bei der Führung der Geschäfte überwacht und beraten. Der Aufsichtsrat wurde vom Vorstand über alle für das Unternehmen wesentlichen Entscheidungen informiert. Zusammen mit dem Vorstand haben wir in regelmäßigen Abständen Geschäftsentwicklung, Planung sowie Strategie und deren Umsetzung eingehend diskutiert. Über alle relevanten Fragen der Geschäftsentwicklung, der Lage des Konzerns sowie der Risikolage hat uns der Vorstand in mündlichen und schriftlichen Berichten regelmäßig, zeitnah und umfassend informiert. Als Aufsichtsratsvorsitzender stand ich selbst im ständigen Kontakt mit dem Vorstand und habe mich über aktuelle Entwicklungen und wichtige Projekte auf dem Laufenden gehalten. Zwischen den Sitzungen sind die Mitglieder des Aufsichtsrats ständig informiert worden. Sofern es erforderlich war, haben wir Beschlüsse außerhalb der Sitzungen im schriftlichen Verfahren und im Wege von Telefonkonferenzen gefasst.

Zur Arbeit des Aufsichtsrates

Im Berichtsjahr fanden insgesamt vier Aufsichtsratsitzungen statt. Im Mittelpunkt der Beratungen standen Erörterungen über eine weitere Kostenoptimierung und die Schaffung neuer Wachstumsmöglichkeiten für das Unternehmen. Wir haben uns in mehreren Sitzungen intensiv damit beschäftigt, wie unsere Aktivitäten diversifiziert werden können, um die Erlöse aus Geschäftsfeldern außerhalb des werbefinanzierten Fernsehens zu erhöhen. Daneben gehörte die Positionierung der ProSiebenSat.1-Gruppe im digitalen Umfeld zum Gegenstand regelmäßiger Beratungen. Greg Dyke konnte aus persönlichen Gründen an zwei Sitzungen des Aufsichtsrats nicht teilnehmen.

In der Sitzung am 23. März befassten wir uns vor allem mit dem Jahres- und Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2003. Außerdem diskutierte der Aufsichtsrat gemeinsam mit dem Vorstand ausführlich über die seinerzeit anstehende und mittlerweile erfolgreich durchgeführte Kapitalerhöhung und bereitete die hierfür erforderlichen Beschlüsse vor.

In der Aufsichtsratssitzung nach der Hauptversammlung am 7. Mai hat sich der Aufsichtsrat neu konstituiert und die Ausschüsse sind neu besetzt worden. Neben mir als Vorsitzendem des Aufsichtsrats wurde Adam Chesnoff als stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender gewählt. Im Zuge der personellen Änderungen im Vorstand wurde bei dieser Sitzung auch über die Neuordnung der Vorstandsbereiche und die mögliche Einführung eines Management Incentive Programs diskutiert.

Am 12. Oktober haben wir uns im Gremium ausführlich mit der strategischen Weiterentwicklung des Konzerns beschäftigt. Zusätzlich haben wir uns mit den bevorstehenden Gesetzesänderungen in Deutschland im Rahmen des neuen Anlegerschutzverbesserungsgesetzes befasst.

Im Mittelpunkt der Sitzung am 9. Dezember standen der Budgetplan für 2005 und die Diskussion und Beschlussfassung über mehrere strategische Projekte zur Positionierung unseres Unternehmens in der digitalen Welt und zur Diversifikation der Erlöse. Ein weiteres Thema war die Weiterentwicklung der Corporate Governance. Wir haben die Vergütung des Vorstands erörtert und die Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex verabschiedet, die Sie im Internet unter www.prosiebensat1.com einsehen können. In diesem Zusammenhang haben wir auch die Effizienz des Aufsichtsrats geprüft. Ich habe alle Mitglieder ermuntert, jederzeit während der Sitzungen oder dazwischen etwaige Ineffizienzen zur Sprache zu bringen.

Interessenkonflikt

Das Aufsichtsratsmitglied Albert Dobron Jr. informierte mich im Vorfeld der Sitzung vom 12. Oktober darüber, dass Providence Equity Partners, die mittelbar an unserer Gesellschaft beteiligt und bei der Albert Dobron Jr. als Direktor [Principal] tätig ist, eine mittelbare Beteiligung an der Kabel Deutschland GmbH [KDG] übernommen hat. Da die ProSiebenSat.1 Media AG mit der KDG in Geschäftsbeziehungen steht, hat Albert Dobron Jr. an allen Beratungen des Aufsichtsrats, bei welchen es um die technische Verbreitung der Angebote der ProSiebenSat.1 Media AG über Kabel und Satellit oder die Verhandlungen mit den jeweiligen Betreibern ging, nicht teilgenommen. Albert Dobron Jr. hat auch keine Unterlagen zu diesem Thema erhalten.

Zur Arbeit der Ausschüsse

Der Aufsichtsrat hat zwei Ausschüsse eingerichtet: Den Prüfungsausschuss [Audit and Finance Committee] und den Präsidialausschuss [Presiding Committee]. Im Presiding Committee führe ich selbst den Vorsitz, beim Audit and Finance Committee hat Adam Chesnoff den Vorsitz übernommen.

Bereits im Juni des Berichtsjahres haben wir eine Änderung der Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat beschlossen, wonach die Aufgaben des bisher in der Geschäftsordnung vorgesehenen Ausschusses für Programmrechte und betriebliche Angelegenheiten [Programming and Operational Committee] vom Presiding Committee übernommen werden sollen. Gleichzeitig hatte der Aufsichtsrat die Mitglieder des Presiding Committee gewählt. Das Presiding Committee hat seine Arbeit mit der Vorbereitung der Sitzung vom 9. De-

zember aufgenommen und im Berichtszeitraum eine Sitzung abgehalten.

Das Audit and Finance Committee tagte im Berichtsjahr fünf Mal. Die Schwerpunkte lagen beim Jahres- und dem Konzernabschluss sowie der Erörterung der Quartalsberichte. Der Ausschuss erteilte den Prüfungsauftrag an den Abschlussprüfer und legte die Prüfungsschwerpunkte sowie die Höhe der Vergütung fest. Des Weiteren befasste sich der Ausschuss mit der Umstellung der Rechnungslegung auf IFRS.

Corporate Governance und Entsprechenserklärung

Vorstand und Aufsichtsrat berichten gemäß Ziff. 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex in diesem Geschäftsbericht über die Corporate Governance bei der ProSiebenSat.1 Media AG. Unsere gemeinsame Entsprechenserklärung nach § 161 AktG haben wir im Dezember 2004 abgegeben und diese den Aktionären auf der Website der Gesellschaft dauerhaft zugänglich gemacht.

Jahres- und Konzernabschlussprüfung

Der Jahresabschluss 2004 der ProSiebenSat.1 Media AG, der Konzernabschluss sowie die Lageberichte für die ProSiebenSat.1 Media AG und den Konzern sind von der KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Essen, geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden. Der Konzernabschluss wurde nach IFRS aufgestellt und vom Abschlussprüfer geprüft. Der Abschlussprüfer hat bestätigt, dass der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht die Bedingungen für eine Befreiung von der Aufstellung eines Abschlusses nach deutschem Recht erfüllen und der Vorstand ein den gesetzlichen Vorschriften entsprechendes, effizientes Risikomanagementsystem eingeführt hat.

Der Aufsichtsrat hat diese Unterlagen eingehend geprüft. Alle Abschlussunterlagen und Prüfungsberichte der KPMG lagen den Aufsichtsrats- und Ausschussmitgliedern rechtzeitig vor. Sie wurden im Audit and Finance Committee und in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats in Gegenwart des zuständigen Wirtschaftsprüfers ausführlich besprochen. Der Aufsichtsrat hat von dem Ergebnis der Abschlussprüfung zustimmend Kenntnis genommen und festgestellt, dass auch seinerseits keine Einwendungen zu erheben sind. Der vom

Vorstand aufgestellte und vom Abschlussprüfer geprüfte Jahres- und Konzernabschluss wurde vom Aufsichtsrat gebilligt. Damit haben wir den Jahresabschluss festgestellt. Wir haben den Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands geprüft und schließen uns dem Vorschlag an. Dieser schlägt der Hauptversammlung vor, eine Dividende von 0,30 Euro je Vorzugsaktie und von 0,28 Euro je Stammaktie auszuschütten.

Die KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Essen, hat als Abschlussprüfer ferner den Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen zum 31. Dezember 2004 geprüft. Die Prüfung hat keine Beanstandungen ergeben. Es wurde folgender uneingeschränkter Bestätigungsvermerk erteilt:

„Nach unserer pflichtgemäßen Prüfung bestätigen wir, dass

1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind,
2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war oder Nachteile ausgeglichen worden sind.“

Auch die Überprüfung des Berichts durch den Aufsichtsrat hat zu keinen Beanstandungen geführt. Der Aufsichtsrat schließt sich dem Ergebnis der Prüfung durch den Abschlussprüfer an. Hiernach und nach dem abschließenden Ergebnis seiner eigenen Prüfung erhebt der Aufsichtsrat gegen die Erklärung des Vorstands am Schluss des Berichts über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen keine Einwendungen.

Besetzung von Aufsichtsrat und Vorstand

Im Berichtsjahr gab es personelle Änderungen im Aufsichtsrat und Vorstand.

Am 7. Mai 2004 hat die Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG die Erweiterung des Aufsichtsrats von neun auf 15 Mitglieder beschlossen. Als neue Mitglieder des Gremiums wurden Anthony Ball, Albert J. Dobron Jr., Stephen G. Pagliuca, Brian M. Powers, Steven Rattner und Scott Sperling bestellt.

Ebenfalls neu in den Aufsichtsrat berufen wurden Christian Nienhaus und Greg Dyke, die die mit Ablauf der Hauptversammlung am 7. Mai 2004 durch Ablauf ihrer Amtszeit ausgeschiedenen Aufsichtsratsmitglieder Hubertus Meyer-Burckhardt und Wolfgang Hartmann ersetzen.

Im Herbst legte schließlich Herr Insolvenzverwalter Dr. Michael Jaffé sein Aufsichtsratsmandat nieder, nachdem die KirchGruppe ihre restlichen Anteile an der ProSiebenSat.1 Media AG abgegeben hatte. An seine Stelle trat Ynon Kreiz, der auf der Hauptversammlung am 7. Mai 2004 als Ersatzmitglied für ausscheidende Aufsichtsratsmitglieder gewählt wurde.

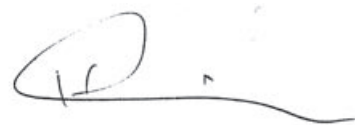
Weitere Personalveränderungen ergaben sich im Vorstand. Nach mehr als vier Jahren an der Spitze der ProSieben Media AG und der ProSiebenSat.1 Media AG hat uns Urs Rohner gebeten, ihn zum 30. April 2004 von seinen Pflichten als Vorstandsvorsitzender zu entbinden. Wir konnten Guillaume de Posch, zuletzt Chief Operating Officer bei der ProSiebenSat.1 Media AG, als seinen Nachfolger gewinnen. Es hat mich sehr gefreut, dass wir mit Guillaume de Posch einen so anerkannten und geschätzten Experten im internationalen Mediengeschäft finden konnten. Eine weitere Veränderung betraf Herrn Jürgen Doetz, der mit Wirkung zum Ablauf des 9. Oktober 2004 aus dem Vorstand ausgeschieden ist.

Im Zuge des „Stabwechsels“ im Vorstand haben sich auch Veränderungen der Verantwortungsbereiche ergeben. Guillaume de Posch hat den Vorstandsbereich Fernsehen & Operations übernommen. Lothar Lanz leitet den Vorstandsbereich Finanzen, Legal Affairs & Human Resources. Peter Christmann verantwortet seit dem 1. Januar 2004 alle Verkaufsaktivitäten und steht für den Vorstandsbereich Sales & Marketing. Am 1. Juli 2004 hat Hubertus Meyer-Burckhardt den Vorstandsbereich für Corporate Development übernommen und verantwortet inzwischen auch den Bereich Medienpolitik.

An dieser Stelle möchte ich im Namen des Aufsichtsrats nicht nur allen im Berichtsjahr ausgeschiedenen Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, sondern auch vielen weiteren Menschen für dieses erfolgreiche Jahr danken: Dem Vorstand, den Geschäftsführern unserer Tochtergesellschaften, allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihre Visionen, ihre Fantasie, ihren Einsatz und ihren Mut, Dinge zu bewegen.

Unterföhring, im Februar 2005

Für den Aufsichtsrat



Haim Saban

Konzernlagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG

Wirtschaftsbericht

Das Börsenjahr 2004 war ein Jahr ohne nachhaltige Impulse. Dies entsprach den Erwartungen der Börsianer, die nach dem Comeback der Aktienmärkte im Jahr 2003 für 2004 mit einer gedämpften Entwicklung gerechnet hatten.

ProSiebenSat.1-Aktie

Gedämpfte Entwicklung im Börsenjahr 2004

Der deutsche Leitindex DAX ging am 30. Dezember 2004 mit einem Schlusstand von 4.256,08 Punkten aus dem Handel und verzeichnete damit im Jahresvergleich ein Plus von 7,3 Prozent. Eine ähnliche Performance zeigten auch andere wichtige Indizes der Welt wie der Dow Jones, der um 3,6 Prozent zulegte oder der Dow Jones Euro Stoxx, der mit einem Plus von 6,9 Prozent schloss.

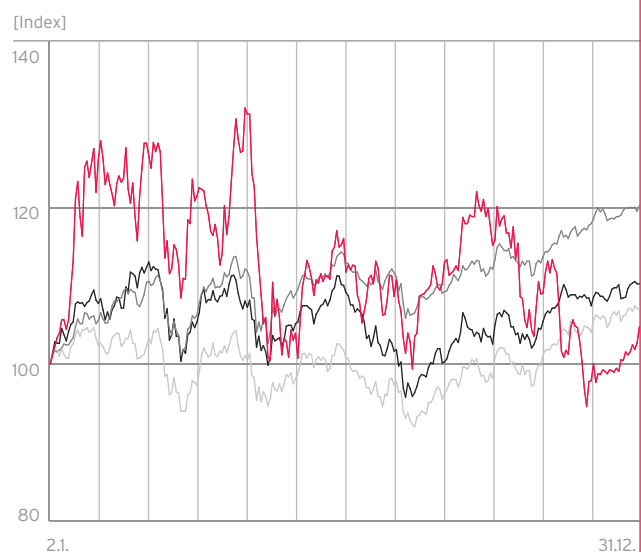
Wesentlich besser als der DAX beendete der MDAX das abgelaufene Börsenjahr. Der Index, der die nach den DAX-Werten 50 größten börsennotierten Unternehmen führt, kletterte im Jahresvergleich um 20,3 Prozent und schloss bei 5.375,74 Punkten. Die überdurchschnittliche Entwicklung der Midcap-Werte wird der Stabilität der Papiere zugeschrieben. Der Dow Jones Euro Stoxx Media-Index, der die wichtigsten europäischen Medienwerte beinhaltet, beendete das Jahr mit einem Gewinn von 10,3 Prozent im Vergleich zum Jahresanfang.

Zu Jahresbeginn 2004 hatte sich die Aufwärtsbewegung des Vorjahres zunächst fortgesetzt. Doch unter dem Eindruck des Terroranschlages in Madrid und den zunehmenden Zweifeln an einer nachhaltigen Erholung der Konjunktur verloren die Kurse ab März 2004 an Wert. Bis zum Spätsommer zeigten die Märkte keine größeren Bewegungen, büßten in der zweiten Hälfte des Jahres aber weiter an Stabilität ein. Für Unsicherheit sorgten der Ölpreis und die amerikanische Zinspolitik sowie die fehlenden konjunkturellen Impulse. Erst zum Jahresende konnten sich die meisten deutschen Werte wieder erholen und drehten deutlich ins Plus.

ProSiebenSat.1-Aktie gewinnt 4,8 Prozent gegenüber Vorjahr

Die ProSiebenSat.1-Aktie hatte sich im Jahr 2003 weit besser entwickelt als alle Indizes und ihren Kurs verdoppelt. Im Jahr 2004 gelang es dem Papier nicht, sich vom Markt abzukoppeln. Die konjunkturelle Entwicklung der Gesamtwirtschaft und des Werbemarkts spiegelte sich im Verlauf der Aktie wider. In der ersten Jahreshälfte herrschte auf Grund der überraschenden Dynamik im Werbemarkt noch großer Optimismus vor. Als Reaktion auf das gute Ergebnis des ersten Quartals und auf die erfolgreiche Kapitalerhöhung der ProSiebenSat.1-Gruppe erreichte die Aktie am 3. Mai 2004 ihren Höchstkurs von 17,10 Euro. In der zweiten Jahreshälfte schwächte sich das Werbemarktumfeld jedoch deutlich ab und die Aktie entwickelte sich ab dem vierten Quartal deutlich verhaltener. Den Jahrestiefstwert erreichte das Papier am 26. November 2004 mit 12,19 Euro.

ProSiebenSat.1-Aktie: Kursentwicklung 2004



■ ProSiebenSat.1 ■ Stoxx Media ■ MDAX ■ DAX

Basis: Xetra-Schlusskurse, Index 100 = 02. Januar 2004; Quelle: Bloomberg

Im Jahresvergleich hat sich die Aktie nach einer stärkeren Performance im Dezember insgesamt positiv entwickelt und das Jahr mit 13,50 Euro beendet. Dies entspricht einem Plus von 4,8 Prozent gegenüber dem Jahresbeginn 2004. Im Durchschnitt wurden auf XETRA, dem elektronischen Handelssystem der Deutsche Börse AG, 570.212 ProSiebenSat.1-Aktien am Tag gehandelt - in der Spitze sogar bis zu 1,9 Millionen. Damit liegt der Jahresdurchschnitt für das Jahr 2004 rund 34,3 Prozent über dem Vorjahreswert [durchschnittlicher Tagesumsatz 2003: 424.695], was eine deutliche Zunahme der Aufmerksamkeit für die Aktie belegt.

»Management has done and continues to do an incredible job in turning around the company with dramatic efficiency improvements while growing revenue and audience shares at the same time.«

Kai Korschelt, Deutsche Bank AG, 11.11.2004

Gewinnverwendung: Dividendenzahlung für Stamm- und Vorzugsaktionäre

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG wird der Hauptversammlung eine Dividendenzahlung für die Stamm- und Vorzugsaktionäre vorschlagen. Der Gewinnverwendungsvorschlag sieht vor, aus dem Bilanzgewinn in Höhe von 118,1 Mio Euro eine Dividende von 0,28 Euro je nennwertloser Stammaktie und von 0,30 Euro je nennwertloser Vorzugsaktie zu zahlen. Dies entspricht einer Ausschüttungssumme von 63,5 Mio Euro bzw. einer Ausschüttungsquote von 53,7 Prozent bezogen auf den Jahresüberschuss der ProSiebenSat.1 Media AG. Bezogen auf den Kurs der Vorzugsaktie von 13,50 Euro zum 31. Dezember 2004 entspricht dies einer Dividendenrendite von 2,2 Prozent.

Erfolgreiche Kapitalerhöhung im zweiten Quartal 2004

Zu Beginn des zweiten Quartals hat die ProSiebenSat.1 Media AG über eine Barkapitalerhöhung aus genehmigtem Kapital 24.310.800 neue Aktien erfolgreich im Markt platziert. Mit der Barkapitalerhöhung stieg die Zahl der ausgegebenen Aktien der ProSiebenSat.1 Media AG von 194.486.400 auf 218.797.200. Jeweils die Hälfte dieser Aktien sind börsennotierte Vorzugsaktien und nicht notierte Stammaktien. Der Bruttoemissionserlös der Kapitalerhöhung betrug 282 Mio Euro.

Entsprechend dem beschlossenen Bezugsverhältnis konnten die Aktionäre für jeweils acht alte ProSiebenSat.1-Aktien eine neue ProSiebenSat.1-Aktie zum Bezugspreis von 11,60 Euro je Aktie kaufen. Vorzugs- und Stammaktien wurden zum gleichen Bezugspreis angeboten, Bezugsrechte von Vorzugs- und Stamm-

aktionären auf Bezug der jeweils anderen Gattung wurden jedoch ausgeschlossen [sog. gekreuzter Bezugsrechtsausschluss]. Die neuen Aktien sind für das Geschäftsjahr 2004 voll dividendenberechtigt. Die Notierung der neuen Vorzugsaktien an der Frankfurter Wertpapierbörse wurde am 27. April 2004 aufgenommen.

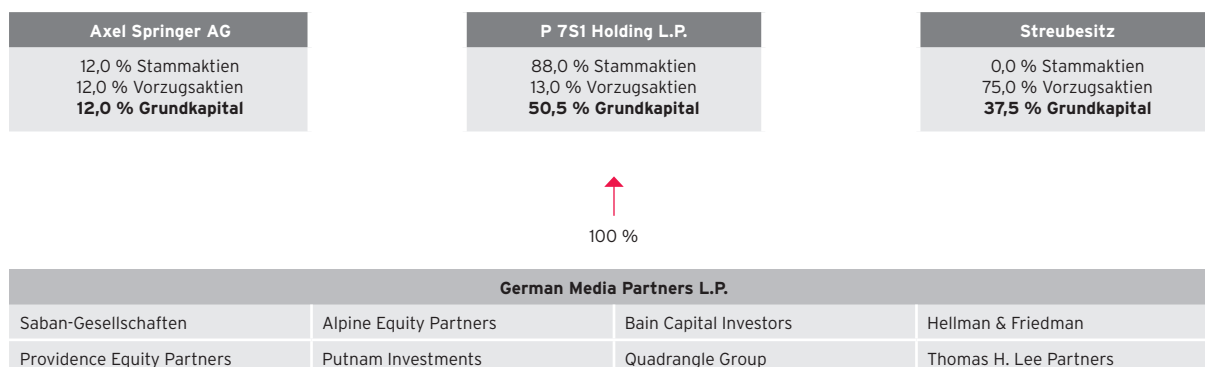
Die Kapitalerhöhung war Teil eines umfassenden Refinanzierungskonzepts, das darauf abzielte, das Fälligkeitsprofil der ausstehenden Finanzverbindlichkeiten der Gesellschaft zu verbessern und die Bilanz der ProSiebenSat.1 Media AG zu stärken.

Neue Aktionärsstruktur

Durch die Kapitalerhöhung kam es zu einer Änderung innerhalb der Gesellschafterstruktur. Die P7S1 Holding L.P. erhöhte ihren Anteil von 72,0 Prozent auf 75,1 Prozent der Stammaktien. Ihr Anteil am Grundkapital stieg damit von 36,0 auf 37,6 Prozent. Die SAT.1 Beteiligungs GmbH, ein Tochterunternehmen der KirchMedia GmbH & Co. KGaA, welche zusammen mit der Axel Springer AG Anteile an der SAT.1 Beteiligungs GmbH hält, übte ihr Bezugsrecht nicht aus. Dadurch reduzierte sich ihr Anteil am Grundkapital, gleichmäßig aufgeteilt auf Vorzugs- und Stammaktien von 28,0 Prozent auf 24,9 Prozent.

Nach der Umsetzung des Insolvenzplans für die KirchMedia GmbH & Co. KGaA haben sich die durchgerechneten Anteile am Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media AG geändert. Die KirchMedia GmbH & Co. KGaA hat im September 2004 ihre restlichen Anteile an der ProSiebenSat.1 Media AG in Höhe von 14,9 Prozent an die P7S1 Holding L.P. sowie an die Axel Springer AG abgegeben. Dadurch erhöhte die P7S1 Holding L.P., die nach Kenntnis der Gesellschaft im alleinigen Anteilsbesitz der German Media Partners L.P. ist, an der ihrerseits neben den Saban Gesellschaften weitere Private

Aktionärsstruktur ProSiebenSat.1 Media AG



Equity Fonds beteiligt sind, ihren Anteil am Grundkapital von 37,6 Prozent auf 50,5 Prozent. Die Axel Springer AG steigerte durchgerechnet ihren Anteil am Grundkapital von 10,2 Prozent auf 12,0 Prozent. Die Kirch Media GmbH & Co. KGaA ist seitdem nicht mehr an der ProSiebenSat.1 Media AG beteiligt. Der Streubesitz ist mit 37,5 Prozent unverändert geblieben.

Rechtsgeschäfte mit Dritten auf Veranlassung oder im Interesse der German Media Partner L.P. oder mit ihr verbundener Unternehmen hat die ProSiebenSat.1 Media AG im Berichtsjahr nicht vorgenommen. Berichtspflichtige Maßnahmen im Sinne des § 312 AktG wurden weder getroffen noch unterlassen. Bei den im Berichtsjahr vorgenommenen Rechtsgeschäften zwischen der ProSiebenSat.1 Media AG und ihren Tochterunternehmen 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.

Intensiver Kontakt zu Anlegern und Analysten

Das Selbstverständnis der Investor Relations der ProSiebenSat.1 Media AG lässt sich auf einen einfachen Nenner bringen: Herstellung einer fairen Bewertung des Unternehmens am Kapitalmarkt. Oberstes Ziel ist, dem Informationsbedürfnis der Anleger und Analysten professionell und schnell nachzukommen.

In diesem Jahr hat die ProSiebenSat.1-Gruppe ihre Investorenkommunikation weiter ausgebaut. Insgesamt präsentierte sich das Unternehmen auf acht internationalen Investorenkonferenzen. Bei elf Roadshows in Europa und in den USA hatten über 167 institutionelle Investoren Gelegenheit, ihre Fragen an den Vorstand und das Investor-Relations-Team zu richten. In knapp 70 zusätzlichen Investorentreffen, rund 60 Analystenmeetings und zahlreichen Conference Calls informierten der Vorstand oder das IR-Team über die aktuellen Entwicklungen der ProSiebenSat.1-Gruppe. Neben den Aktivitäten in den regionalen Schwerpunkten Großbritannien, USA und Deutschland wurden auch neue Kontakte in die Schweiz und nach Skandinavien aufgebaut. Um IR-Dienstleistungen für alle Investoren aus einer Hand anbieten zu können, werden die bisher separat betreuten Anleiheinvestoren und -analysten sowie Privatanleger nunmehr auch durch das Investor-Relations-Team der ProSiebenSat.1 Media AG betreut.

Von einer neuen Seite

Im Laufe der Jahre hat sich die Finanzkommunikation der ProSiebenSat.1 Media AG den steigenden Informationsbedürfnissen angepasst. Ein wichtiges Element der Kommunikation ist der Internetauftritt, der Ende 2004 überarbeitet worden ist. Seit Januar 2005 präsentiert sich die ProSiebenSat.1 Media AG von einer neuen Seite. Unter ProSiebenSat1.com können sich Journalisten, Analysten, Privatanleger, institutionelle Investoren und Interessierte so ausführlich wie nie zuvor über die ProSiebenSat.1 Media AG informieren. Eine klare Struktur und eine übersichtliche Navigation unterstreichen den sachlichen, serviceorientierten Ansatz und führen schnell zum gesuchten Ziel. Der Bereich „Investor Relations“ gibt einen umfassenden Überblick zu den Themen Corporate Governance, Aktie und Anleihen und bietet eine klar strukturierte Übersicht zu Finanzkennzahlen, Finanzberichten sowie zu Aktionärsstruktur, Hauptversammlung, Investoren- und Bilanzpressekonferenzen. Möglich ist auch ein Vergleich der ProSiebenSat.1-Aktie mit allen wichtigen europäischen Medienwerten.

ProSiebenSat.1-Aktie im Prime Standard

PSM – hinter diesem Börsenkürzel verbirgt sich Deutschlands erste Fernsehaktie.

Gegründet wurde die heutige ProSiebenSat.1 Media AG im Jahr 2000. Ihre Vorgängerin, die ProSieben Media AG, war bereits vorher auf dem Kapitalmarkt vertreten. Am 7. Juli 1997 ging die ProSieben Media AG als erstes deutsches Fernsehunternehmen an die Börse.

Einige Monate später, im März 1998, wurde die ProSieben Media AG als erster Medienwert in den MDAX, Deutschlands zweitwichtigstem Index, aufgenommen. Daneben ist die Aktie u.a. im Dow Jones Euro Stoxx Media-Index, dem Prime All Share-Index und im Prime Media-Index vertreten. Seit 2003 gehört die ProSiebenSat.1-Aktie zum Prime Standard.

Das Börsensegment der Deutschen Börse fordert von den Unternehmen mit die höchsten Transparenzstandards in Europa.

Rahmenbedingungen

Konjunktur: Keine deutliche Erholung der deutschen Wirtschaft

Nach drei Jahren konnte sich die deutsche Wirtschaft im Jahr 2004 aus der Stagnation lösen. Das Bruttoinlandsprodukt [BIP] stieg laut Statistischem Bundesamt real um 1,6 Prozent. Der Aufschwung ist jedoch ausschließlich der starken Auslandsnachfrage zu verdanken, die allein im Jahr 2004 um 8,2 Prozent zulegte. Der reale Exportüberschuss steht rechnerisch für eine Wachstumsrate von 1,1 Prozent der Wirtschaft. Die Binnennachfrage verharrte bei plus 0,5 Prozent und bleibt damit die größte Schwachstelle der deutschen Wirtschaft. Besonders enttäuschend verlief die Entwicklung der Konsumausgaben. Der private Konsum, der rund 60 Prozent des deutschen Bruttoinlandsprodukts ausmacht und für die ProSiebenSat.1-Gruppe der wichtigste Parameter ist, ist in den vergangenen drei Jahren real sogar geschrumpft. Die Verbraucherausgaben lagen im Jahr 2004 um 0,3 Prozent unter denen des Vorjahres. Dies ist in der Geschichte der Bundesrepublik bisher noch nie vorgekommen. Insgesamt zeigte sich die deutsche Wirtschaft im Jahr 2004 sehr anfällig. Nachdem sich die Konjunktur bis zur Jahresmitte deutlich erholte, kam es im dritten Quartal zu einem überraschenden Wachstumseinbruch, der im vierten Quartal wieder etwas kompensiert werden konnte.

Branchensituation

Nettobilanz: Gesamtwerbemarkt ohne große Bewegung

Die Konjunkturschwäche der vergangenen Jahre fand ihren Niederschlag auch im Werbemarkt. Die Nettowerbeeinnahmen der Medien gingen von 2000 bis 2003 um 4,1 Milliarden Euro auf insgesamt 19,3 Mrd Euro zurück. Der Markt verlor damit innerhalb von drei Jahren knapp ein Fünftel seines Umsatzvolumens. Der Rückgang verlangsamte sich etwas im Jahr 2003. Zwar verloren die Medien auch 2003 netto an Umsatz. Die Verluste fielen jedoch mit 4,3 Prozent oder 858 Millionen Euro fast nur noch halb so hoch aus wie in den beiden Vorjahren. Im Jahr 2004 hat sich der Werbemarkt zumindest stabilisiert. Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft [ZAW] rechnet für 2004 mit Netto-

Werbeeinnahmen von 19,4 Mrd Euro und damit mit einem Plus von 0,8 Prozent.

TV-Werbemarkt stagniert 2004

Nach den Krisenjahren 2001, 2002 und 2003 hat sich der deutsche TV-Werbemarkt im vergangenen Jahr wieder stabilisiert. 2003 verlor der TV-Werbemarkt netto 3,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Damit entwickelte er sich etwas positiver als der Gesamtwerbemarkt und wesentlich besser als im Vorjahr, in dem das Minus noch 11,5 Prozent betragen hatte. Für 2004 weist die Bruttobilanz von Nielsen Media Research zwar ein Wachstum von 3,7 Prozent der Investitionen in TV-Werbung aus. Die meisten Beobachter gehen jedoch davon aus, dass die Nettowerbeumsätze nicht weiter zurückgegangen, aber auch nicht gewachsen sind. Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft [ZAW] wird die Nettowerbeerlöse der Medien erst im Mai veröffentlichen.

Die Dynamik im Jahresverlauf wurde weitgehend von der Gesamtwirtschaft bestimmt. Während die erste Jahreshälfte von einer überraschend positiven Umsatzentwicklung im TV-Werbemarkt geprägt war, verschlechterte sich die Lage in der zweiten Jahreshälfte auf Grund der anhaltenden Konsumschwäche zusehends.

Bruttobilanz ergibt positiveres Bild des Werbemarktes

Auf Basis der von Nielsen Media Research erhobenen Bruttowerbeeinnahmen stellt sich die Situation im Werbemarkt etwas anders dar als nach Nettozahlen. In der Bruttobetachtung lag der Gesamtwerbemarkt, also die Werbeeinnahmen der klassischen Mediengattungen Fernsehen, Tageszeitungen, Publikumszeitschriften, Fachzeitschriften, Radio und Plakat, im Jahr 2003 3,3 Prozent über den Einnahmen des Vorjahres. Der positive Trend setzte sich in den ersten sechs Monaten des Jahres 2004 fort. Die Bruttowerbeinvestitionen stiegen in diesem Zeitraum um 6,5 Prozent. In der zweiten Jahreshälfte verlangsamte sich die Entwicklung etwas. Insgesamt weist Nielsen Media Research für das Jahr 2004 ein Wachstum des Gesamtwerbemarktes von 5,8 Prozent aus.

Die TV-Werbung unterlag derselben Dynamik wie der Gesamtwerbemarkt. Nach einem Plus von 4,2 Prozent in den ersten sechs Monaten ergab sich für das gesamte Jahr ein Wachstum von 3,7 Prozent der Bruttoinvestitionen in den Werbeträger. Die Bruttozahlen ergeben für das Jahr 2004 also eine positive Bilanz, die vor

Peter Christmann

Vorstand Sales & Marketing



»Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den TV-Werbemarkt bleiben schwierig. Umso mehr müssen wir selbst für Impulse sorgen und die Nachfrage stimulieren – vor allem mit vernetzten Kommunikationslösungen und innovativen Werbeformen.«

allem auf ein starkes erstes Halbjahr zurückzuführen ist. Allerdings erlauben die Bruttowerbeinvestitionen nur bedingt Rückschlüsse auf die tatsächlichen Werbeeinnahmen, da sie sowohl Rabatte und Eigenwerbung als auch Agenturprovisionen beinhalten.

TV ist stärkster klassischer Werbeträger

In der Bruttobetrachtung stellt das Fernsehen mit Werbeinvestitionen in Höhe von 7,7 Milliarden Euro im Jahr 2004 den stärksten klassischen Werbeträger dar. Die höchste Investition in Fernsehwerbung nahm die Ernährungsindustrie mit 1,5 Milliarden Euro vor. Die Körperpflegeindustrie und die Medien selbst kamen mit TV-Werbeinvestitionen in Höhe von 933 und 729 Millionen Euro auf Platz zwei und drei der größten Wirtschaftsbereiche. Auf Rang vier und fünf folgten Verkehrsmittel und -einrichtungen sowie die Getränkeindustrie.

Brutto-Werbemarkt: ProSiebenSat.1-Gruppe steht für über 40 Prozent des Gesamtmarktes

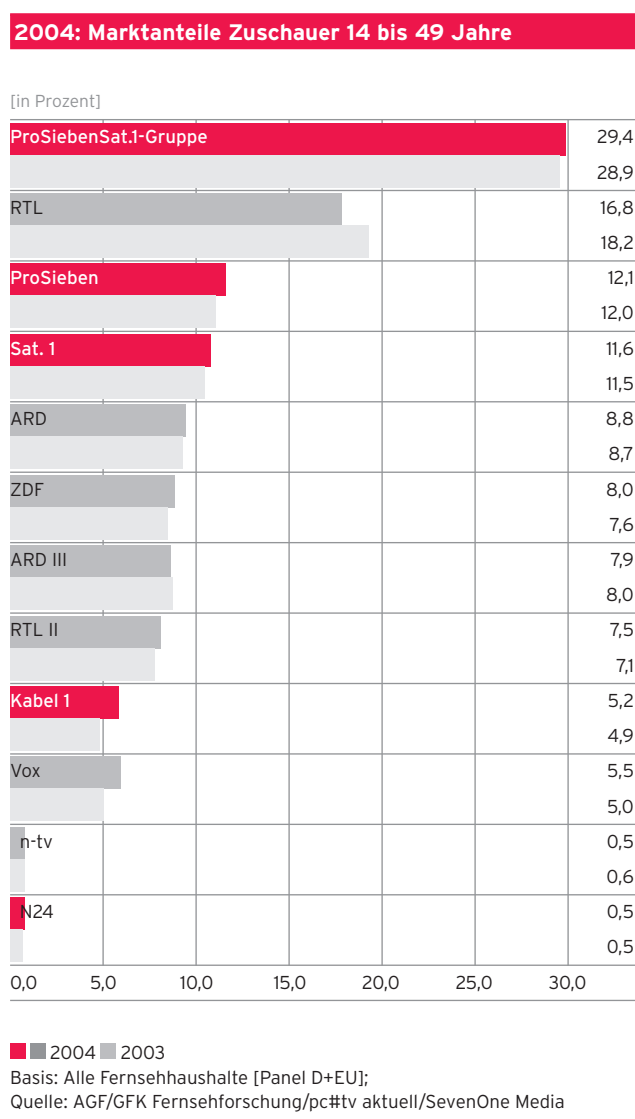
Insgesamt erreichte die ProSiebenSat.1-Gruppe mit ihren vier Fernsehsendern Sat.1, ProSieben, Kabel 1 und N24 einen Anteil am TV-Bruttowerbemarkt von 42,5 Prozent nach 42,7 Prozent im Vorjahr. Die Sender Sat.1 [18,7%] und ProSieben [18,2%] beanspruchten den zweit- und drittgrößten Marktanteil im Fernsehwerbemarkt unter den deutschen Fernsehsendern. ProSieben steigerte seinen Anteil am Fernsehmarkt um 0,1 Prozentpunkte. Kabel 1 erreichte 5,0 Prozent. Mit einer Steigerung um 0,1 Prozentpunkte auf 0,6 Prozent konnte der Nachrichtensender N24 seinen Anteil am Werbemarkt erneut ausbauen. RTL und Vox, die vollkonsolidierten Sender der RTL Group, kamen mit einem Minus von 2,1 Prozentpunkten auf einen Brutto-Werbemarktanteil von 33,8 Prozent nach 35,9 Prozent im Vorjahr. Die von der IP Deutschland vermarkteten Sender RTL, Vox, Super RTL und n-tv erreichten einen gemeinsamen Anteil von 37,7 Prozent, RTL II erzielte 6,5 Prozent.

Höchste Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1-Gruppe seit drei Jahren

Auch im Zuschauermarkt blickt die ProSiebenSat.1-Gruppe auf ein erfolgreiches TV-Jahr zurück. Sat.1, ProSieben, Kabel 1 und N24 steigerten ihren Marktanteil um 0,5 Prozentpunkte und kamen auf einen gemeinsamen Zuschauermarktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen von 29,4 Prozent. Die Sendergruppe erzielte damit das beste Ergebnis seit drei Jahren [2003: 28,9%; 2002: 28,1%]. Dies ist umso höher zu bewerten, als das TV-Jahr 2004 maßgeblich durch die Übertragungen der

Fußball-Europameisterschaften und der Olympischen Spiele bei ARD und ZDF geprägt war.

Sat.1 erreichte 11,6 Prozent bei den werberelevanten Zuschauern der 14- bis 49-Jährigen und steigerte sich damit um 0,1 Prozentpunkte. ProSieben verbesserte sich ebenfalls um 0,1 Prozentpunkte und kam auf 12,1 Prozent [2003: 12,0%]. Kabel 1 steigerte sich im Vorjahresvergleich um 0,3 Prozentpunkte auf 5,2 Prozent [2003: 4,9%]. N24 blieb mit einem Marktanteil von 0,5 Prozent auf stabilem Vorjahresniveau, während der Mitbewerber n-tv 0,1 Prozentpunkte verlor [2004: 0,5%; 2003: 0,6%]. Die von der IP vermarkteten Sender RTL, Vox, Super RTL und n-tv erreichten 25,3 Prozent nach 26,1 Prozent im Jahr 2003 und lagen damit 0,8 Prozentpunkte unter dem Ergebnis des Vorjahres.

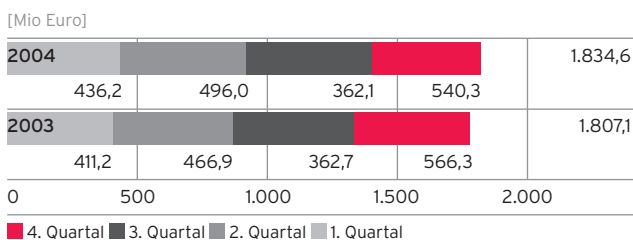


Geschäftsverlauf

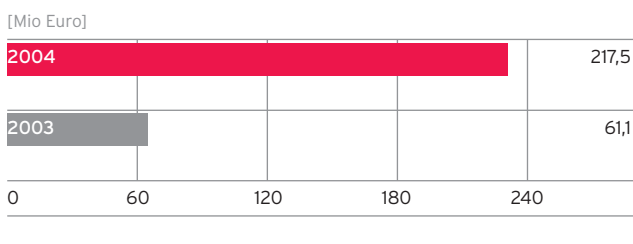
Das Geschäftsjahr 2004: Bestes Ergebnis der Unternehmensgeschichte

Die ProSiebenSat.1-Gruppe hat das Geschäftsjahr 2004 sehr erfolgreich abgeschlossen. Deutschlands größtes Fernsehunternehmen konnte trotz einer Abschwächung des Werbemarkts in der zweiten Jahreshälfte das Ergebnis steigern und die Profitabilität deutlich verbessern. Dieser Erfolg beruht auf zwei Effekten: Zum einen konnte auf Grund der Leistungssteigerungen der Senderfamilie der Umsatz erhöht werden. Zum anderen wurden im vergangenen Jahr die Kosten erneut deutlich gesenkt.

Konzernumsatz



Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit



Die Gruppe erwirtschaftete ein EBITDA von 321,3 Mio Euro. Im Vergleich zum Vorjahr hat die Gruppe ihr EBITDA um 70 Prozent gesteigert. Die EBITDA-Marge beträgt 17,5 Prozent im Vergleich zu 10,4 Prozent in 2003. Damit ist es der ProSiebenSat.1-Gruppe gelungen, in einem schwierigen Marktumfeld ihre Position auszubauen und ihre Profitabilität deutlich zu erhöhen.

Konzernüberschuss steigt um 239 Prozent

Auch das Bruttoergebnis vom Umsatz legte im Jahresvergleich maßgeblich zu und steigerte sich um 29 Prozent auf 569,1 Mio Euro. Das Betriebsergebnis erreichte 286,2 Mio Euro und verzeichnete einen Anstieg von 119 Prozent gegenüber 130,8 Mio Euro im Vorjahr. Das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit stieg um 256 Prozent von 61,1 Mio Euro auf 217,5 Mio Euro. Der Konzernjahresüberschuss beträgt 133,6 Mio Euro und stieg damit um 239 Prozent. Das Ergebnis je Vorzugsaktie beläuft sich auf 0,64 Euro. Im Vorjahreszeitraum konnte die Gruppe nur einen Konzernjahresüberschuss in Höhe von 39,4 Mio Euro und ein Ergebnis je Vorzugsaktie von 0,21 Euro ausweisen.

Erstes Umsatzwachstum seit 2001

Nach der drei Jahre andauernden Werbekrise verzeichnete die ProSiebenSat.1-Gruppe im vergangenen Jahr erstmalig wieder ein Umsatzwachstum. Mit 1,835 Mrd Euro konnte die Gruppe ein Plus von 1,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr erzielen. Die Umsätze entwickelten sich dabei proportional zum Werbemarkt in Deutschland. Im ersten Halbjahr profitierte das Unternehmen von der positiven Dynamik des Marktes und erzielte ein Umsatzwachstum von sechs Prozent. Im zweiten Halbjahr schwächte sich die Konjunktur merklich ab. Insbesondere das vierte Quartal und der Monat Dezember entsprachen nicht den Erwartungen des Unternehmens.

Ergebnis profitiert von konzernweiten Kostenoptimierungen

Wie schon in den Vorjahren ist es der Gruppe 2004 gelungen, Ausgaben zu reduzieren und damit die Kostenstruktur des Konzerns weiter zu optimieren. Die Gesamtkosten in Höhe von 1,577 Mrd Euro sind im Vergleich zu 2003 um acht Prozent gesunken.

Die Herstellungskosten sanken um sieben Prozent von 1,364 Mrd Euro auf 1,265 Mrd Euro. Der größte Kostenblock, der Werteverzehr des Programmvermögens, reduzierte sich um fünf Prozent von 1,006 Mrd Euro auf 957,6 Mio Euro. Auch bei den Produktionskosten und Nutzungsgebühren konnten deutliche Einsparungen realisiert werden.

Weitere erhebliche Einsparungseffekte zeigten sich bei den Verwaltungs- und Vertriebskosten. Die Vertriebskosten konnten auf 184,0 Mio Euro um drei Prozent, die Verwaltungskosten um 20 Prozent auf 127,4 Mio Euro minimiert werden. Einspareffekte zeigten sich insbesondere bei den Werbeaufwendungen und beim Personalaufwand.

Stärkung der Finanzdecke durch strategische Umschuldung

Auch das Zinsergebnis hat sich 2004 gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert. Mit minus 57,8 Mio Euro konnte das Zinsergebnis um über 18 Prozent optimiert werden. Die deutliche Senkung des Zinsergebnisses ist dem 2004 durchgeführten Refinanzierungsplan zuzuschreiben. Dieser Plan hatte zum einem das Ziel, die Nettofinanzverschuldung zu reduzieren und zum anderen, die Fälligkeiten der Finanzverbindlichkeiten neu zu strukturieren. Neben einer Kapitalerhöhung mit Bruttoemissionserlösen von rund 282 Mio Euro umfasste das Konzept folgende Bestandteile:

- Abschluss eines syndizierten Konsortialkredits mit einem Rahmenvolumen von 325 Mio Euro
- Rückkauf einer im Jahre 2006 fälligen Anleihe in Höhe von insgesamt 298 Mio Euro bzw. 88 Prozent des bisherigen Nominalvolumens von 338 Mio Euro
- Begebung einer neuen Anleihe mit einem Volumen von 150 Mio Euro und einer Fälligkeit in 2009

Die Refinanzierungskosten wirkten sich direkt auf das Finanzergebnis in der Gewinn- und Verlustrechnung aus. Die Sonstigen Finanzierungsaufwendungen stiegen um 23 Prozent auf 22,7 Mio Euro an. Das ist vor allem auf den Rückkauf der 2006 fälligen Anleihe und der damit verbundenen Kosten von 15,8 Mio Euro zurückzuführen. Das Finanzergebnis verbesserte sich im Jahresvergleich um ein Prozent von 69,7 Mio Euro auf 68,7 Mio Euro.

Bilanzsumme steigt

Die Bilanzsumme des ProSiebenSat.1-Konzerns erhöhte sich zum Stichtag 31. Dezember 2004 von 1,898 Mrd Euro auf 2,059 Mrd Euro. Das entspricht einer Steigerung von acht Prozent.

Die 2004 durchgeführten Refinanzierungsmaßnahmen aus der Kapitalerhöhung und die Neustrukturierung der Anleiheverbindlichkeiten haben sich positiv auf die Eigenkapitalstruktur ausgewirkt.

Solide Eigenkapitalbasis geschaffen

Das Eigenkapital erhöhte sich in 2004 durch die Kapitalerhöhung und die verbesserte Ertragslage um 67 Prozent auf 1,004 Mrd Euro. Die Eigenkapitalquote beträgt 49 Prozent, die Eigenkapitalrendite vor Steuern liegt bei 22 Prozent.

Die Kapitalrücklage beläuft sich auf 578,4 Mio Euro. Das entspricht einer Erhöhung von 79 Prozent im Jahresvergleich. Dieser Anstieg ergibt sich aus der im Geschäftsjahr 2004 durchgeführten Kapitalerhöhung. Die Kosten der Kapitalerhöhung wurden dabei bereits mit der Kapitalrücklage verrechnet. Durch die Ausgabe neuer Aktien erhöhte sich das Gezeichnete Kapital um 12 Prozent auf 218,8 Mio Euro.

Nettofinanzverschuldung deutlich gesunken

Die Nettofinanzverschuldung sank nach 664,8 Mio Euro im Vorjahr auf 278,7 Mio Euro. Insgesamt konnten die Verbindlichkeiten von 1,231 Mrd Euro auf 995,7 Mio Euro reduziert werden. Dabei verminderten sich die langfristigen Verbindlichkeiten sogar um 34 Prozent, die kurzfristigen Verbindlichkeiten um 16 Prozent.

Die Steuerrückstellungen erhöhten sich wegen der deutlich verbesserten Ertragslage um 18 Prozent auf 27,3 Mio Euro. Die sonstigen Rückstellungen, insbesondere die Drohverlustrückstellungen, konnten dagegen um insgesamt 24 Prozent auf 32,1 Mio Euro reduziert werden. Die Steuerquote stieg von 32 Prozent auf 39 Prozent.

Refinanzierung führt zu Mittelzufluss

Die kurzfristigen Aktiva erhöhten sich um zwölf Prozent auf 1,556 Mrd Euro. Dazu trug vor allem der durch die Refinanzierung gestiegene Bestand der flüssigen Mittel von vormals 61,9 Mio Euro auf 294,7 Mio Euro bei.

Das Programmvermögen in Höhe von 1,110 Mrd Euro ist mit einem Anteil von 54 Prozent der wichtigste Aktivposten der ProSiebenSat.1-Gruppe. Im bilanzierten Programmvermögen sind hauptsächlich Spielfilme und Serien sowie Auftragsproduktionen, die zur einmaligen oder mehrfachen Ausstrahlung vorgesehen sind und geleistete Anzahlungen enthalten. Spielfilme und Serien, deren Lizenzzeit noch nicht begonnen hat, sind mit Ausnahme der darauf geleisteten Anzahlungen im bilanzierten Programmvermögen nicht erfasst. Die

»Management is doing a good job on audience share and cost-cutting. They are just working in a very benign environment. They look set to do well if the German economy picks up.«

Investoren Feedback der US-Roadshow vom März 2005

ProSiebenSat.1-Gruppe verfügt über Verträge mit fast allen US-Majors, so dass eine hervorragende Versorgung mit hochwertigen Spielfilmen gewährleistet ist. Zu den Programmlieferanten des Unternehmens zählen beispielsweise Disney, Touchstone, Miramax, Dimension, Lucasfilm, Warner Bros. und Paramount Pictures sowie Senator, Epsilon, Highlight, Constantin, Tobis, Pixar, Spyglass und Sony Pictures Entertainment. Im Vergleich zum Vorjahr ging das Programmvermögen leicht zurück. Dies ist auf gesunkene Investitionstätigkeiten zurückzuführen. Allerdings wurden in den Vorjahren bereits hohe Investitionen in Filmverträge getätigt, die bis in die Gegenwart reichen und somit eine hervorragende Versorgung der Sender sicherstellen.

Der Werteverzehr des Programmvermögens belief sich 2004 auf 957,6 Mio Euro. Dies entspricht einem Rückgang von fünf Prozent gegenüber 1,006 Mrd Euro im Jahr 2003. Darin enthalten sind 892,4 Mio Euro planmäßiger und 65,2 Mio Euro außerplanmäßiger Werteverzehr. Insgesamt beträgt das mögliche Erlöspotenzial aller vertraglich gesicherten Programme für dieses Geschäftsjahr 4,316 Mrd Euro.

Kurzfristige Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände sind im Jahresvergleich um 15 Prozent gesunken. 2003 beliefen sie sich auf 170,9 Mio Euro. 2004 wurden unter diesem Aktivposten 145,8 Mio Euro ausgewiesen.

Die immateriellen Vermögenswerte, Sach- und Finanzanlagen sind gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert. Der leichte Rückgang ist im Wesentlichen auf geringere Investitionen in das Sachanlagevermögen zurückzuführen, das sich von 258,6 Mio Euro auf 242,5 Mio Euro reduziert hat.

Rating-Agenturen bestätigen gute Bonität

Die weltweit führenden Rating-Agenturen Moody's Investor Services und Fitch Ratings schätzen die Kreditbonität der ProSiebenSat.1-Gruppe als äußerst verlässlich ein. Fitch Ratings zeichnet die Gruppe mit BB+, Outlook positive aus, und Moody's vergibt ein Ba1; Outlook stable-Rating an den Konzern.

Liquidität und Cash-flow

Der Finanzmittelfonds des Medienkonzerns lag am 31. Dezember 2004 bei 294,7 Mio Euro im Gegensatz zu 61,9 Mio Euro im Vorjahr. Dies ist im Wesentlichen eine Folge der Refinanzierung im zweiten Quartal 2004.

Trotz gestiegener Umsätze fiel der Cash-flow aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit 2004 mit 1,056 Mrd Euro niedriger aus als 2003 mit 1,184 Mrd Euro. Der Rückgang ist auf die Abnahme der unverzinslichen Verbindlichkeiten zurückzuführen. Besonders stark gesunken sind die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen.

Der Cash-flow aus der Investitionstätigkeit ging im Vergleich zum Vorjahr von 1,100 Mrd Euro auf 933,7 Mio Euro zurück. Die Ursache liegt in den geringeren Investitionen in das Programmvermögen. In den vergangenen Jahren hat die Gruppe umfangreiche Filmverträge zur Sicherung des Programmvermögens abgeschlossen, so dass der zukünftige Bedarf hinreichend gedeckt ist.

Der Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit erhöhte sich im Gegensatz dazu von minus 90,2 Mio Euro auf 110,1 Mio Euro. Dies ist dem Nettozufluss aus der Refinanzierung in 2004 zuzuschreiben. Der Free Cash-flow erhöhte sich um 45 Prozent von 84,7 Mio Euro im Jahr 2003 auf 122,8 Mio Euro im abgelaufenen Geschäftsjahr.



Mitarbeiter sind das wertvollste Kapital der ProSiebenSat.1-Gruppe.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Konzernweit 2.699 Beschäftigte

Die ProSiebenSat.1-Gruppe beschäftigte 2004 im Durchschnitt 2.699 Mitarbeiter [2003: 2.899]. Dies entspricht einem Rückgang von sieben Prozent gegenüber dem Vorjahr und spiegelt die Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und Kostensenkung des Konzerns wider. Insgesamt sank der Personalaufwand damit konzernweit von 212,5 Mio Euro auf 200,6 Mio Euro. Dies entspricht einem Kostenrückgang von sechs Prozent.

Die Mitarbeiterzahl von Sat.1 sank 2004 auf 223 Mitarbeiter [2003: 229]. Bei ProSieben waren durchschnittlich 252 Mitarbeiter tätig [2003: 282]. Die Mitarbeiterzahl von Kabel 1 lag in diesem Geschäftsjahr bei 46 [2003: 49]. N24 beschäftigte mit 155 Mitarbeiter 20 Mitarbeiter weniger als in 2003. Bei ProSiebenSat.1 Produktion [inkl. Information Services], der personalstärksten Tochter, sank die Mitarbeiterzahl von 1030 auf 972 Beschäftigte. Die Holding selbst hatte in diesem Jahr 350 Mitarbeiter, was einem Rückgang von 15 Prozent entspricht [2003: 411]. Im Geschäftsbereich Diversifikation waren 199 Mitarbeiter tätig [2003: 216]. Bei den Vermarktern [SevenOne Media und SevenOne Interactive] stieg die Mitarbeiteranzahl von 374 auf 380 Mitarbeiter.

Konzernweite Personalstrategie

Um die Geschäftsbereiche und Tochterfirmen in ihrer Personalarbeit zu unterstützen, hat die Gruppe im Rahmen der konzernweiten Personalstrategie im vergangenen Jahr mehrere strategische Initiativen umgesetzt. Dabei ging es insbesondere um Führungskräfteentwicklung sowie um Nachwuchsförderung und um die Weiterentwicklung der Vergütungssystematik beziehungsweise eines leistungsabhängigen Prämienmodells.

PROFI: Führungskräfteentwicklung in der ProSiebenSat.1-Gruppe

Im Jahr 2004 hat die ProSiebenSat.1-Gruppe mit PROFi ein eigenes Programm zur Führungskräfteentwicklung etabliert. PROFi ist ein wesentlicher Bestandteil der strategischen Unternehmensentwicklung. Alle Mitarbeiter mit Führungsverantwortung nehmen an einem fortlaufenden Qualifizierungsprozess teil und erweitern damit ihre Fach- und Führungskompetenz. Durch die verschiedenen Veranstaltungen, die die Führungskräfte der ProSiebenSat.1-Gruppe gemeinsam besuchen, entstehen darüber hinaus enge Netzwerke, durch die sich Managementprozesse und Arbeitsabläufe vereinfachen und effizienter gestalten lassen.

Mediennachwuchs: Die ProSiebenSat.1-Gruppe bildet aus

Die Ausbildung junger Menschen zählt zu den unternehmenspolitischen Grundsätzen der ProSiebenSat.1 Media AG. Im Geschäftsjahr 2004 hat das Unternehmen 19 Auszubildende neu eingestellt, insgesamt beschäftigte die ProSiebenSat.1-Gruppe 56 Auszubildende und 62 Volontäre. Es werden Volontariate sowie Ausbildungsgänge zum Fachinformatiker, zum Medienstalter für Bild und Ton, zum Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste sowie zur Kauffrau/Kaufmann für audiovisuelle Medien angeboten. Im Jahr 2005 baut die ProSiebenSat.1-Gruppe den Ausbildungsgang zur Medienkauffrau/-mann weiter aus und schafft damit noch einmal zusätzliche Ausbildungsplätze. Durch die Förderung junger Nachwuchskräfte sichert sich das Unternehmen nicht nur qualifiziertes Personal für die Zukunft, sondern gewinnt auf lange Sicht Mitarbeiter, die mit den unternehmerischen Zielen der Gruppe und der Unternehmenskultur vertraut sind.

TOP Ziele: Unternehmerisches Denken wird belohnt

Die ProSiebenSat.1-Gruppe verfügt über ein leistungsabhängiges Prämienmodell. TOP Ziele gewährleistet einerseits, dass alle Mitarbeiter der Gruppe die übergeordneten Ziele kennen und mit ihren jeweiligen eigenen Zielen dazu beitragen, das Gruppenziel zu erreichen. Andererseits ist TOP Ziele ein Instrument, mit dem sich Leistung nach transparenten und nachvollziehbaren Kriterien messen und beurteilen lässt. Die Höhe der Prämie am Jahresende hängt einerseits von der individuellen Zielerreichung, andererseits vom Erfolg des gesamten Unternehmens ab.

Beruf und Familie: Familienfreundlichkeit zahlt sich aus

Die ProSiebenSat.1-Gruppe unterstützt ihre Mitarbeiter mit einer familienfreundlichen Personalpolitik aktiv dabei, Familie und Beruf besser zu vereinbaren. Eine familienorientierte Unternehmenskultur ist eine wichtige Voraussetzung für zufriedene und motivierte Mitarbeiter. Gleichzeitig entfallen dadurch Kosten für die Anwerbung, Auswahl und Einarbeitung von neuem Personal. Die ProSiebenSat.1-Gruppe hat deshalb am Standort Unterföhring bereits vor drei Jahren eine Kindertagesstätte eingerichtet. Am Standort Berlin gibt es für Eltern die Möglichkeit, Kinder im nächstgelegenen Kindergarten unterzubringen.

Wechsel im Vorstand

Im Geschäftsjahr 2004 haben sich Änderungen im Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG ergeben. Im Januar 2004 wurde Peter Christmann zum Vorstandsmitglied bestellt. Er ist als Vorstand Sales & Marketing für alle Vermarktungsaktivitäten der ProSiebenSat.1-Gruppe verantwortlich.

Zum 30. April 2004 verließ der bisherige Vorstandsvorsitzende, Urs Rohner, die ProSiebenSat.1-Gruppe. Neuer Vorstandsvorsitzender wurde Guillaume de Posch, bis dato Chief Operating Officer der ProSiebenSat.1-Gruppe.

Der Vorstand im Bereich Medienpolitik und Regulierung, Jürgen Doetz, bat den Aufsichtsrat, ihn bei Erreichen der für den Vorstand gültigen Altersgrenze von 60 Jahren im Oktober 2004 von seinen Aufgaben zu entbinden. Die Bereiche Medienpolitik & Regulierung übernahm Hubertus Meyer-Burckhardt, der bereits zum 1. Juli 2004 zum Vorstand Corporate Development berufen wurde.

Im Zuge der Personaländerungen haben sich die Vorstandsbereiche geändert. Der Vorstandsvorsitzende Guillaume de Posch betreut die Bereiche Fernsehen & Operations. Lothar Lanz verantwortet die Vorstandsbereiche Finanzen, Legal Affairs & Human Resources. Peter Christmann verantwortet die Vorstandsbereiche Sales & Marketing. Hubertus Meyer-Burckhardt ist für den Vorstandsbereich Corporate Development zuständig.



Erfolg mit Eigenproduktionen: Bis zu 8,8 Millionen Zuschauer verfolgten das große Sat.1-TV-Event „Die Nibelungen“

Programm

Programmbeschaffung

Damit die ProSiebenSat.1 Media AG ihre starke Marktposition behaupten kann, braucht sie attraktive Programminhalte. Im Rahmen einer langfristigen Investitionsstrategie hat das Unternehmen in jüngster Vergangenheit attraktive Programmrechte erworben oder als Eigen- und Auftragsproduktionen entwickelt und hergestellt.

Lizenzprogramm

Die ProSiebenSat.1-Gruppe kauft ihr Lizenzprogramm zentral für alle vier Sender. Mit der strategischen Programmierung und der Einkaufspolitik können Synergien hergestellt werden. Die Beschaffung des Lizenzprogramms geschieht entweder unmittelbar von den Inhabern der Programmrechte oder indirekt über Rechteinhaber. Seit der Insolvenz von KirchMedia GmbH & Co. KGaA im Jahr 2002 unterhält die Gesellschaft in der Regel direkte Geschäftsbeziehungen mit den großen Produktionsstudios in den USA. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat Verträge mit fast allen US-Majors und ist einer der wichtigsten Geschäftspartner der Hollywood-Studios in Europa.

Im Jahr 2004 hat sich die ProSiebenSat.1-Gruppe die Free-TV-Erstaussstrahlungsrechte an künftigen Produktionen des Hollywoodstudios DreamWorks gesichert. Dies ist Teil eines Vertrags, den die ProSiebenSat.1-Gruppe mit Telepool vorzeitig verlängert hat. Der Vertrag beinhaltet die deutschen Free-TV-Rechte an allen Kinoproduktionen und an ausgewählten Fernsehserien des erfolgreichen Filmstudios von 2006 bis zum Jahr

2010. Im Januar 2005 hat die ProSiebenSat.1-Gruppe einen Vertrag für die nächsten drei Jahre mit der Hollywood-Produktionsfirma Spyglass Entertainment unterschrieben. Die Vereinbarung umfasst alle deutschen TV-Rechte der ab 2005 in Produktion gehenden Titel. Der Vertrag mit Spyglass sichert den Zugriff auf die Produktionen eines der wichtigsten und produktivsten Independent-Studios. Im Jahr 2003 hat die ProSiebenSat.1-Gruppe unter anderem Verträge mit Paramount Pictures, Sony Pictures Television International [Columbia], Warner Bros. Entertainment abgeschlossen.

Per 31. Dezember 2004 sind Programme für insgesamt 52.601 Sendestunden vertraglich gesichert, darunter 16.577 Stunden an internationalen Spielfilmen, 17.273 Stunden an internationalen Serien, 2.848 Stunden deutsche Serien, 2.398 Zeichentrickstunden und 1.498 Stunden deutsche TV-Spielfilme. Damit ist der Bedarf an Lizenzprogrammen für die nächsten Jahre zum größten Teil abgedeckt. Zusätzlich hat die ProSiebenSat.1-Gruppe im Juni 2003 mit dem Insolvenzverwalter der KirchMedia GmbH & Co. KGaA einen langfristigen Abnahmevertrag abgeschlossen, um sich für rund zehn Jahre die Rechte an über 2.000 Filmen und über 120 Serien aus Europas größter Programmbibliothek zu sichern.

Programminvestitionen

Die Investitionen der ProSiebenSat.1-Gruppe bestehen im Wesentlichen aus Investitionen in das Programmvermögen. Im Jahr 2004 hat die ProSiebenSat.1-Gruppe 923,4 Mio Euro in den Erwerb von Programmrechten investiert nach 1,109 Mrd Euro im Jahr 2003. Der Programmeinkauf wird überwiegend aus dem operativen Cash-flow finanziert. Bei den Programminvestitionen legt die ProSiebenSat.1-Gruppe besonderen Wert auf die Qualität der Programminhalte. Um sich auch langfristig attraktive Programme zu sichern, investiert die ProSiebenSat.1-Gruppe häufig in Programmrechte, die

erst in einigen Jahren ausgestrahlt werden dürfen. Die ProSiebenSat.1-Gruppe beabsichtigt, diese Investitionspolitik auch künftig fortzusetzen, um ihre Marktposition zu sichern und auszubauen.

Eigen- und Auftragsproduktionen

Eigen- und Auftragsproduktionen sind Alternativen zum Lizenzprogramm. Eigenproduktionen werden unmittelbar von Gesellschaften der ProSiebenSat.1-Gruppe produziert, Auftragsproduktionen werden unmittelbar von den Fernsehsendern der ProSiebenSat.1-Gruppe bei gruppenfremden Produktionsfirmen in Auftrag gegeben.

Die Auftrags- und Eigenproduktionen der ProSiebenSat.1-Gruppe konzentrieren sich in erster Linie auf Fernsehfilme, Serien, Unterhaltungs-Formate, Info-Magazine und Nachrichtensendungen. Die vier Sender Sat.1, ProSieben, Kabel 1 und N24 haben im vergangenen Jahr 20.202 Stunden an Eigen- und Auftragsproduktionen ausgestrahlt. Damit sind 57 Prozent in Eigenregie produziert worden [2003: 55 Prozent]. Seit mehreren Jahren weist die ProSiebenSat.1-Gruppe bei ihren vier Fernsehsendern einen konstanten Anteil an Auftrags- und Eigenproduktionen auf.

Programmentwicklung und Format Development

Die ProSiebenSat.1-Gruppe entwickelt ständig neue Programme. Um neue erfolgversprechende Programmkonzepte frühzeitig zu entdecken, hat das Unternehmen ein eigenes Team geschaffen. Die Abteilung „Format Development“ beobachtet TV-Märkte weltweit und evaluiert, welche Programme für die deutschen Zuschauer und die Sender der ProSiebenSat.1-Gruppe geeignet sein könnten. Das Ziel ist, innovative Trendformate schnell auf den Bildschirm zu bringen.

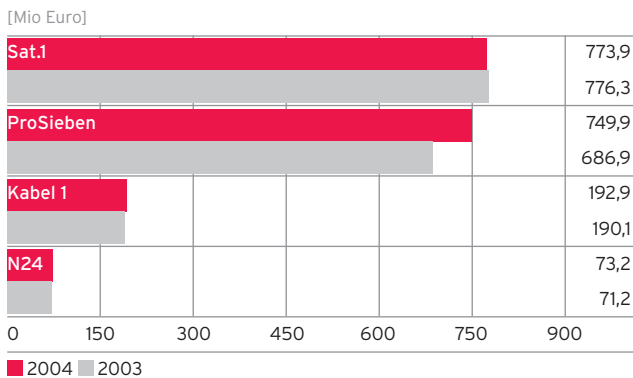
Im vergangenen Jahr wurden von den Sendern Sat.1, ProSieben und Kabel 1 insgesamt 271 Drehbücher in Auftrag gegeben und 40 Pilotfilme produziert. Sat.1 gab 217 Drehbücher und 18 Pilotfilme, ProSieben 54 Drehbücher und 17 Pilotfilme in Auftrag, Kabel 1 fünf Piloten. Die Entwicklung neuer Formate besaß auch im Jahr 2004 einen hohen Stellenwert. Die aus der Beauftragung der Piloten und Drehbücher entstehenden Kosten belaufen sich auf 10,6 Mio Euro.

Programmvermögen

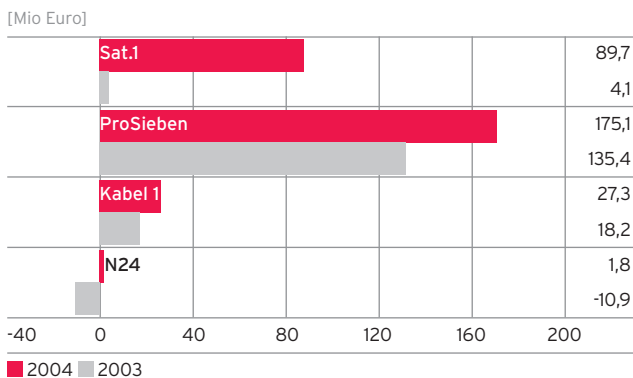
Zum 31. Dezember 2004 belief sich das in der Bilanz aktivierte Programmvermögen der ProSiebenSat.1-Gruppe auf rund 1,110 Mrd Euro. In der Bilanzanalyse wird dieser wichtige Posten näher erläutert. Künftige Zahlungsverpflichtungen aus vertraglich bereits gesichertem Programmvermögen, dessen Lizenzzeit zum Bilanzstichtag jedoch noch nicht begonnen hat und für die noch keine Anzahlungen geleistet wurden, werden im Konzernanhang als Sonstige finanzielle Verpflichtungen ausgewiesen. Im Jahr 2004 machte dieser Posten 1,498 Mrd Euro aus.

TV-Sender

Umsatzentwicklung der Sender



Ergebnisentwicklung der Sender



Sat.1: Deutlich verbessertes Ergebnis und höhere Marktanteile

Sat.1 ist es im Jahr 2004 gelungen, das Ergebnis signifikant zu verbessern. Das EBITDA lag bei 97,8 Mio Euro. Das entspricht einer Steigerung von 175 Prozent im Vergleich zu 35,6 Mio Euro im Vorjahr. Der Gewinn vor Steuern wuchs von 4,1 Mio Euro in 2003 auf 89,7 Mio Euro in 2004. Damit verbesserte sich die Ertragslage des Senders entscheidend. Sat.1 hat im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 773,9 Mio Euro erzielt. Damit konnte der Sender seine Erlöse trotz der großen Sportereignisse bei ARD und ZDF und dem Wegfall der Fußball-Bundesliga annähernd auf Vorjahresniveau von 776,3 Mio Euro halten. Effizientere Programmkostenstrukturen wurden vor allem durch den Verzicht auf die Fußball-Bundesliga-Rechte und durch Optimierungen im Bereich Animation und Fiction in der Prime Time erreicht.

Auch im Zuschauermarkt konnte Sat.1 trotz des Sportjahres seine Position ausbauen. In der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen verbesserte sich Sat.1 im Jahr 2004 um 0,1 Prozentpunkte auf 11,6 Prozent. Das Programmspektrum aus erstklassigen Sport-Events, hochwertigen Eigen- und Auftragsproduktionen sowie innovativen Comedy-Formaten erwies sich als erfolgreiche Programmstrategie für Sat.1. Die Live-Übertragungen der UEFA-Champions-League erzielten Marktanteile von bis zu 42,2 Prozent [2. Halbzeit Real Madrid - FC Bayern München] bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Das zweiteilige Event-Movie „Die Nibelungen“ erreichte bis zu 30,3 Prozent, das eigenproduzierte TV-Movie „Das Zimmermädchen und der Millionär“ kam auf einen Marktanteil von 24,3 Prozent. Zu den Erfolgen des Senders zählen außerdem Serien wie „Der Bulle von Tölz“ mit Ottfried Fischer oder die Anwaltsserie „Edel & Starck“. Dank der Neupositionierung der Nachrichtensendung „Sat.1 News“ mit dem Anchor Thomas Kausch um 18.30 Uhr sowie der Informate „17.30 live“ und „Blitz“, die 2004 alle deutliche Zugewinne und ihre stärksten Quoten seit Sendestart verzeichneten, verbesserte Sat.1 seine Performance am Vorabend [Mo-Fr 17.00-20.15 Uhr] um 1,7 Prozentpunkte auf 11,8 Prozent.

Im TV-Jahr 2004 nahm Sat.1 erneut eine Vorreiterrolle bei der erfolgreichen Etablierung innovativer Fernsehformate ein. Mit der Impro-Comedy „Schillerstraße“ entwickelte Sat.1 ein neues Format-Genre, das im Prime Time-Programm des Senders Marktanteile von bis zu 22,5 Prozent erzielte. Ebenso erfolgreich waren die



Fernsehinnovation des Jahres: Die Impro-Comedy „Schillerstraße“ lebt durch die hohe Kunst der Improvisation der Comedians, die per Knopf im Ohr Anweisungen von Spielleiter Georg Uecker bekommen.



„DIE DREISTEN DREI“ – das sind die Bewohner Deutschlands berühmtester Comedy-WG.



„Der Bulle von Tölz“ ist und bleibt eine der beliebtesten TV-Produktionen im deutschen Fernsehen

Unterhaltungsformate „Mein großer dicker peinlicher Verlobter“ mit bis zu 23,9 Prozent, „Die Hit Giganten“ mit bis zu 23,7 Prozent oder „Genial daneben“ mit bis zu 29,1 Prozent. Durch eine zweite wöchentliche Ausgabe von „Genial daneben“ am Freitag Abend um 20.15 Uhr steigerte Sat.1 seinen Marktanteil auf diesem Sendepplatz um 4,9 Prozentpunkte auf durchschnittliche 14,8 Prozent.

»Schillerstrasse ist die beste Sendung, die ich seit langem gesehen habe. Bei keiner anderen Serie muss ich so viel lachen. Die Schauspieler sind der Hammer. Sehr gut ... weiter so!«



Stefan Raab bewies mit „Das große TV total Turmspringen“ wieder sein Händchen für originelle und sportliche Großevents. Beim Synchronwettbewerb brillierten die Stabhochspringer Danny Ecker und Lars Börgeling.



Erfolgsformat am Nachmittag: „Das Geständnis – Heute sage ich alles“ mit Alida Kurras

Spektakulär und aufwendig inszeniert: Das zweiteilige Action-Event „Das Blut der Templer“

ProSieben wächst und bleibt profitabelster Sender

ProSieben konnte sein hohes Umsatzniveau im vergangenen Jahr weiter ausbauen und erreichte 749,9 Mio Euro. Im Vorjahr betrug der Umsatz 686,9 Mio Euro. Dies entspricht einer Steigerungsrate von neun Prozent. Vor allem bei der Umsatzrendite glänzte der Sender mit mehr als 23 Prozent. ProSieben ist mit Abstand der profitabelste Sender der Gruppe und einer der profitabelsten Sender im deutschen TV-Markt. Das Ergebnis vor Steuern betrug 175,1 Mio Euro und lag somit 29 Prozent über dem Vorjahresniveau. Der Umsatzzuwachs von 63,0 Mio Euro ist zu einem Teil auch internen Umsätzen zuzuschreiben. Das EBITDA nahm um 42,2 Mio Euro auf 175,5 Mio Euro zu.

Mit dem klaren Fokus auf Unterhaltung durch US-Blockbuster und internationale Spielfilme, Serien, junge TV-Movies und Comedy-Shows positionierte sich ProSieben auch 2004 erfolgreich als größter Sender in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-jährigen Zuschauer hinter RTL. Im vergangenen Jahr verbesserte ProSieben seinen Zuschauermarktanteil um 0,1 Prozentpunkte und kam auf 12,1 Prozent. Mit der Ausstrahlung von „Der Schuh des Manitu“ zeigte ProSieben nicht nur den erfolgreichsten Film der TV-Geschichte seit Aufzeichnung der Zuschauerquoten, sondern erzielte mit einem Marktanteil von 51,9 Prozent auch

den besten Wert seit Senderbestehen. Auch mit Michael Moores „Fahrenheit 9/11“ [33,4%], dem Blockbuster „Evolution“ [33,5%] oder „Independence Day“ [28,4%] kam ProSieben auf hohe Marktanteile. Mit der finalen Staffel der US-Erfolgsserie „Sex and the City“ erzielte der Sender Spitzenmarktanteile von bis zu 26,1 Prozent. Mit Event-Programmen wie Stefan Raabs „Wok-WM 2004“ [33,9%], „Das große TV total Turmspringen“ [31,5%] oder „Die Alm“ [bis zu 21,6%] stellte der Sender die Innovationskraft der Marke ProSieben unter Beweis.



Gelungenes Comeback: „Best of Formel Eins“ mit den Ex-Moderatoren der 80er-Jahre-Show „Formel Eins“ Ingolf Lück, Kai Böcking, Stefanie Tücking und Peter Illmann [von links nach rechts]



Erfolgreiche Kabel 1-Info-Formate: „Inside USA“ [Motiv: Yellowstone Nationalpark]



„Abenteuer Auto“ mit Jan Stecker.

Kabel 1 präsentiert 2004 enorm effiziente Senderstrategie

Der Sender Kabel 1 konnte im Geschäftsjahr 2004 einen Umsatz von 192,9 Mio Euro verbuchen, das entspricht einem Wachstum von 2,8 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Das EBITDA verbesserte sich auf Grund von Kostenoptimierung und Effizienzsteigerung mit 51 Prozent auf 26,5 Mio Euro. Die Umsatzrendite konnte um 40 Prozent von 10 Prozent auf 14 Prozent verbessert werden.

Mit einem Marktanteil von 5,2 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern legte Kabel 1 im Vorjahresvergleich um 0,3 Prozentpunkte zu und erzielte damit das beste Jahresergebnis seit 2001. Zuwächse sind dabei in fast allen Zeitschienen zu verzeichnen. In der wichtigen Access-Prime zwischen 17.00 Uhr und 20.15 Uhr verbesserte sich Kabel 1 von Montag bis Freitag um 0,6 Prozentpunkte. Hier macht sich beispielsweise das Erfolgsformat „King of Queens“ bemerkbar, das Kabel 1 im vergangenen Jahr erworben hat. In der Prime Time konnte sich der Sender ebenfalls um 0,3 Prozentpunkte verbessern. Zu diesem Erfolg trugen Spielfilme wie „Phenomenon – Das Unmögliche wird wahr“ [14,1%], „Top Gun – Sie fürchten weder Tod noch Teufel“ [13,9%] oder das James Bond-Abenteuer „Sag niemals nie“ [12,2%] bei.

Als zugkräftig erwies sich 2004 die verstärkte Event-Programmierung. Die Kombination aus Spielfilmen und hochwertigen Dokumentationen fand bei der für die Werbewirtschaft wichtigen Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen großen Anklang. So erzielte das „Bruce-Lee“-Event einen Marktanteil von durchschnittlich 9,5 Prozent, der „Jackie-Chan“-Abend kam auf 8,5 Prozent. Deutliche Marktanteilsgewinne verzeichneten 2004 auch die Kabel 1-Info-Formate. Das Wissensmagazin „Abenteuer Leben“ verbesserte sich mit einer Steigerung um 1,2 Prozentpunkte auf 6,2 Prozent, „Abenteuer Auto“ kam auf 6,4 Prozent nach 5,9 Prozent im Vorjahr. Im Unterhaltungsbereich erzielte Kabel 1 mit den „Best of Formel Eins“-Shows Werte von bis zu 9,7 Prozent.



Der ehemalige US-Präsident Bill Clinton gab bei seinem Deutschland-Besuch ein exklusives Live-Interview bei N24. Das Gespräch mit Bill Clinton führte der langjährige Washington-Korrespondent Alexander Privitera in Berlin



Politische Relevanz in Berlin: „Was erlauben Strunz“



„Studio Friedman“

N24: Schwarze Zahlen ein Jahr früher als geplant

Der Nachrichtensender N24 hat zum fünfjährigen Senderjubiläum die Gewinnzone erreicht. Das Vorsteuerergebnis lag bei 1,8 Mio Euro nach minus 10,9 Mio Euro im Geschäftsjahr 2003. Der Sender schreibt damit ein Jahr früher als geplant schwarze Zahlen. Das EBITDA betrug 2,8 Mio Euro nach minus neun Mio Euro im Vorjahr. Der Nachrichtensender erwirtschaftete 2004 einen Umsatz in Höhe von 73,2 Mio Euro. Der Umsatz verbesserte sich damit leicht gegenüber dem Vorjahr. Das positive Ergebnis ist zum einen auf gesteigerte Werbeumsätze zurückzuführen und zum anderen auf das straffe Kostenmanagement des Senders. Das Geschäftsmodell von N24 basiert auf zwei Säulen. Zum einen ist N24 ein eigenständiger Nachrichtenkanal, zum anderen fungiert N24 als Nachrichtendienstleister für die gesamte Sendergruppe.

Der Nachrichtensender zieht eine außerordentlich positive Zuschauerbilanz für das Jahr 2004. Mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 0,5 Prozent konnte N24 das Vorjahresniveau stabil halten, während der Mitbewerber n-tv 0,1 Prozentpunkte abgeben musste und ebenfalls auf 0,5 Prozent kam. Besonders das vierte Quartal verlief für N24 sehr erfreulich. In den Monaten Oktober bis Dezember 2004 erreichte der Sender einen durchschnittlichen Marktanteil von 0,6 Prozent

bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern und lag somit 0,1 Prozentpunkte vor n-tv.

Im Herbst 2004 ist es dem Sender nach mehrjähriger Aufholjagd gelungen, den Wettbewerber n-tv zu überholen. In der Prime Time gelang es N24, sich mit seinem Programmangebot aus Nachrichten, anspruchsvollen Magazinen und Talksendungen sowie hochwertigen Dokumentationen, als führende Informationsmarke zu positionieren.

Eine umfassende Programmreform hat die aktuelle Nachrichtenberichterstattung am Vormittag vor allem mit dem Frühreport und Morgenreport gestärkt. Mit Formaten wie „Was erlauben Strunz“ und „Studio Friedman“ ist es N24 gelungen, in 2004 das Genre Politik- und Gesellschafts-Talk im deutschen Privatfernsehen erstmals zu etablieren. Das Informationsprofil des Senders wird abgerundet durch Dokumentationen, die von Dieter Kronzucker präsentiert werden.

Hubertus Meyer-Burckhardt

Vorstand Corporate Development, Medienpolitik & Regulierung



»20 Jahre nach Einführung des dualen Rundfunksystems ist festzustellen: In Deutschland ist eines der besten und umfassendsten Fernsehangebote weltweit entstanden.

Im Interesse von Zuschauern und Anbietern gilt es, dieses System vor einer zunehmenden Schieflage zu bewahren.«



Anna Heesch bringt Geld unters Volk beim Fernsehsender 9Live, Deutschlands ersten Quizzesender./Erfolgreiches Merchandising: „WE LOVE“-Glamourkollektion präsentiert von den „Popstars“-Gewinnern „The Preluders“

Der strategische Geschäftsbereich Diversifikation im Konzernverbund

Seit Herbst 2004 bündelt die ProSiebenSat.1-Gruppe ihre Merchandising- und Multimedia-Aktivitäten im neu geschaffenen Geschäftsbereich Diversifikation. Die organisatorische Neuordnung hat zum Ziel, eines der strategischen Ziele der Gruppe zu unterstützen. Der Konzern will seine Erlösquellen diversifizieren und damit seine Abhängigkeit vom Werbemarkt reduzieren.

Die Zusammenfassung der beiden Tochterfirmen SevenOne Intermedia und MM MerchandisingMedia im Bereich Diversifikation soll Synergie-Effekte für die ganze Gruppe effizient nutzbar machen. Als Wachstumsfelder gelten Merchandising, Call-TV, telefonische Mehrwertdienste, Teleshopping, E-Commerce sowie mobile Applikationen. Einen weiteren Schwerpunkt bilden Angebote für interaktives und digitales Fernsehen sowie das Musikgeschäft. Auch gruppenübergreifende Maßnahmen zur Zuschauer- und Markenbindung werden verstärkt eingesetzt.

Im Jahr 2004 wurden weitere Tochterunternehmen gegründet, die zum Bereich Diversifikation zählen. SevenOne International ist dafür zuständig, die Ausstrahlungsrechte von TV-Produktionen der ProSiebenSat.1-Gruppe weltweit zu vermarkten und den globalen Markt für die TV-Produktionen der Gruppe zu erschließen. Mit der Gründung von ProSiebenSat.1 Welt hat die ProSiebenSat.1-Gruppe ein deutschsprachiges Programm für die USA ins Leben gerufen, das im Februar 2005 gestartet ist. Mit ProSiebenSat.1 Welt realisiert die Gruppe ein Projekt zur Mehrfachverwertung ihrer Inhalte für neue Märkte mit überschaubarem Aufwand.

Euvia legt im Wachstumsmarkt zweistellig bei Umsatz und Gewinn zu

Die ProSiebenSat.1 Media AG ist mit 48,4 Prozent an der Euvia-Gruppe beteiligt. Das Unternehmen betreibt die beiden von Werbeeinnahmen weitgehend unabhängigen Sender 9Live, Deutschlands 1. Quizzesender, und sonnenklar TV, den führenden deutschen Reiseverkaufssender.

Die Euvia-Gruppe hat im Geschäftsjahr 2004 mit 9Live und sonnenklar TV ihre Stellung als Marktmacher und Marktführer im Transaktionsfernsehen weiter ausgebaut. Das Unternehmen verzeichnete ein zweistelliges Wachstum bei Umsatz und Gewinn in einem Wachstumsmarkt. Der konsolidierte Umsatz der Euvia Gruppe lag 2004 nach vorläufigen Zahlen mit 102,4 Mio Euro erstmals über der 100-Millionen-Marke. Dies entspricht einem Wachstum von 11 Prozent gegenüber dem Vorjahr [2003: 92,3 Mio Euro].

Eine signifikante Steigerung verzeichnet die Euvia-Gruppe beim Gewinn vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen. Das konsolidierte EBITDA stieg um 33 Prozent auf 28,2 Millionen Euro [Vorjahr: 21,3 Mio]. Der Vorsteuerergebnis war mit 20,1 Mio Euro sogar um 45 Prozent höher als mit 13,9 Mio Euro im Vorjahr. Für 2005 rechnet das Unternehmen mit einer weiteren Steigerung der Profitabilität. Die Euvia-Gruppe ist im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG at equity einbezogen.

SevenOne Intermedia - die Multimedia-Tochter der Gruppe

Die Tochtergesellschaft SevenOne Intermedia ist für Medienangebote wie Teletext, Online, Mobile Dienste, Audiotex sowie digitales und interaktives Fernsehen zuständig. Als Multimedia-Kompetenzzentrum betreut SevenOne Intermedia eine breite Palette digitaler und interaktiver Plattformen. Die Vermarktung erfolgt in Zu-

sammenarbeit mit dem Konvergenzvermarkter SevenOne Interactive im Bereich Mediasales und MM MerchandisingMedia im Bereich E-Commerce.

SevenOne Intermedia baute den Umsatz von 59,9 Mio Euro im Jahr 2003 auf 64,3 Mio Euro im Jahr 2004 aus. Dies entspricht einer Wachstumsrate von 7,3 Prozent. Das EBITDA betrug 11,3 Mio Euro nach 10,4 Mio Euro im Vorjahr. Das Umsatzwachstum von über 7 Prozent ist im Wesentlichen auf gesteigerte Umsätze bei Audiotex mit 6,7 Mio und Mobile Service mit 1,1 Mio Euro zurückzuführen, die sich im Jahr 2004 gegen den allgemeinen Trend positiv entwickelt haben.

Merchandising nach Umstrukturierung fit für zukünftige Herausforderungen

Die ProSiebenSat.1-Gruppe bündelt ihre Aktivitäten im Bereich Merchandising seit 2003 in der MM MerchandisingMedia GmbH. Das Unternehmen ist historisch aus der Zusammenlegung der Merchandising-Gesellschaften MM Merchandising München GmbH und SevenOne Club & Shop GmbH entstanden. Überdies hält der Bereich seit 2004 eine 100-prozentige Beteiligung an der ArtMerchandising & Media AG. MM Merchandising Media deckt die komplette Wertschöpfungskette des Merchandisings vom Erwerb der Lizenznebenrechte bis hin zum Produktvertrieb und Verbraucher- und Zuschauerdienstleistungen ab. Dazu zählen auch die Teleshopping-Aktivitäten der Gruppe. Im Zuge der Etablierung des Geschäftsbereichs Diversifikation wurde MM MerchandisingMedia neu strukturiert und ist nun für kommende Herausforderungen optimal aufgestellt.

Im Geschäftsjahr 2004 erzielte Merchandising insgesamt einen Umsatz von 51,3 Mio Euro nach 67,6 Mio Euro im Vorjahr. Das EBITDA belief sich auf 6,0 Mio nach 7,3 Mio Euro im Jahr 2003. Der Rückgang bei Umsatz und Ergebnis erklärt sich zum einen aus der weiterhin schwierigen Lage der Musikbranche und zum anderen maßgeblich aus der Neuordnung des Unternehmens, in dessen Folge einige Geschäftsaktivitäten in andere Bereiche der Gruppe verlagert wurden.

SevenOne Media & SevenOne Interactive: die Vermarktungstöchter der Gruppe

SevenOne Media ist für die Werbevermarktung der gesamten Senderfamilie zuständig. Das Kerngeschäft liegt im Verkauf von klassischen TV-Spots und Sonderwerbeformen sowie in der Entwicklung von integrierten und konvergenten Werbekonzepten. Das Spektrum der

Vermarktung umfasst die gesamte Wertschöpfungskette der ProSiebenSat.1-Gruppe: vom reichweitenstarken Medium TV über die dialogorientierten Plattformen wie Online, Teletext und Mobile bis zu Print, Events, Direkt Marketing und Merchandising. Bei den neuen Medien arbeitet SevenOne Media dabei eng mit dem Teletext- und Online-Vermarkter SevenOne Interactive zusammen. Neben der Vermarktung und der Werbe- und Marktforschung wird auch der komplette Bereich der Programmforschung für Sat.1, ProSieben, Kabel 1 und N24 bei SevenOne Media gebündelt. Darüber hinaus übernimmt das Unternehmen zentrale Dienstleistungen wie etwa den gesamten Mediaeinkauf für die Werbemaßnahmen der Senderfamilie.

Trotz der nach wie vor schwierigen Rahmenbedingungen für den deutschen Werbemarkt konnte SevenOne Media das Jahr 2004 erfolgreich abschließen. Auch bei der Qualität seiner Services und Dienstleistungen für die Werbekunden erhält das Unternehmen nach einer aktuellen Kundenzufriedenheitsstudie das mit Abstand beste Ergebnis unter den deutschen TV-Vermarktern.

Vor allem bei vernetzten Kommunikationslösungen und Sonderwerbeformen gilt das Unternehmen mittlerweile als Meinungs- und Innovationsführer im deutschen Werbemarkt. 2004 hat SevenOne Media über 40 vernetzte Werbekonzepte umgesetzt und den Output damit verdoppelt.

SevenOne Media versteht sich als Dienstleistungsunternehmen, das seine Kunden bei der Investitionsentscheidung für Fernseh- und Online-Werbung begleitet. Grundlage dafür sind umfangreiche Forschungsaktivitäten, die alle notwendigen Informationen zur Planung, Erfolgskontrolle und Wirkung von Werbung in TV und Internet liefern. Im Bereich Research gehören die AGF/GfK-Fernsehforschung, Markt- und Branchenuntersuchungen, Langzeitstudien zur Mediennutzung, Untersuchungen zu Sonderwerbeformen sowie vernetzten Kommunikationsstrategien zu den Schwerpunkten. In der Vergangenheit fehlten fundierte Nachweise zur Werbewirkung von vernetzten Kampagnen. Aus diesem Grund hat SevenOne Media eine eigene Forschungs-Unit gegründet, die für die Grundlagenforschung im Bereich Crossmedia und die Begleitforschung für vernetzte Kampagnen zuständig ist.



Vernetzte Kampagne zum Filmstart von Spiderman 2

Forschung und Entwicklung

Kontinuierliche Forschung und Marktanalyse besitzt für die ProSiebenSat.1-Gruppe einen sehr hohen Stellenwert. In kaum einer anderen Branche lassen sich Erfolg und Misserfolg so schnell messen wie im Fernsehmarkt. Täglich liegen bereits am Morgen nach der Ausstrahlung detaillierte Auswertungen über die Zuschauererreichweiten und Marktanteile vor. Sie gewährleisten eine ständige Transparenz im Fernsehmarkt und sind ein Leistungsnachweis für die Werbekunden. Für die Programmverantwortlichen der Sender sind die Marktanteilsdaten das wichtigste Steuerungsinstrument. Die Ausgaben für die Marktforschungsaktivitäten der Gruppe lagen auch im Geschäftsjahr 2004 mit 12,7 Mio Euro auf hohem Niveau.

TV-Quoten: Steuerungsinstrument und Leistungsnachweis

Die Quoten selbst werden von der Gesellschaft für Konsumforschung [GfK] durch Messung des Sehverhaltens in einem repräsentativen Zuschauer-Panel erhoben. Auftraggeber ist die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung [AGF], in der sich alle größeren privaten Fernsehsender und die öffentlich-rechtlichen Anstalten zusammengeschlossen haben. Auf Basis der AGF/GfK-Quoten werden die Werbepreise kalkuliert und die Effizienz von Werbemaßnahmen überprüft. Das deutsche System zur Quotenerhebung der AGF/GfK ist weltweit das aufwendigste und verlässlichste.

Die Forschungsergebnisse liefern nicht nur relevante Informationen zum Erfolg von Programm- und Marketingmaßnahmen. Die werbetreibende Wirtschaft nutzt die detaillierten Analysen als wichtige Informationsquelle zur

Mediaplanung. Als Serviceleistung bietet die ProSiebenSat.1-Gruppe ihren Werbekunden neben Standardanalysen zur Mediaplanung und zum individuellen Kampagnencontrolling auch umfangreiche qualitative Studien an. Dazu zählen beispielsweise Studien und Instrumentarien zur TV-Planung und Zielgruppenplanung sowie zur Werbewirkungsforschung, Ad-hoc-Analysen zur Wirkung neuer Werbeformen, branchenspezifische Mediareports oder qualitative Programmforschungsinstrumente.

Trendscouting: Erfolgreiche Formate für die Gruppe

Mit der im Geschäftsjahr 2004 geschaffenen Abteilung Format Development richtet die ProSiebenSat.1-Gruppe ihre nationale und internationale Konkurrenzbeobachtung sowie die senderübergreifende Formatentwicklung neu aus. Verteilt auf die Standorte Berlin und München fahndet ein siebenköpfiges Team nach neuen und erfolgversprechenden TV-Formaten aus aller Welt, beobachtet und analysiert aber auch intensiv die Aktivitäten der nationalen Konkurrenz. Die Beschaffung internationaler TV-Mitschnitte wird vom Format-Development ebenso realisiert wie die Durchführung von Datenbankrecherchen zu allen medienrelevanten Themen oder die Erstellung des 6-Wochen-Vorlaufs der Konkurrenzsender.

Mit der Entstehung neuer integrierter Werbeformen steigt auch der Informationsbedarf zum spezifischen Nutzungsverhalten bei neuen Medienangeboten. Zur Erfassung der jüngsten Entwicklungen führt die ProSiebenSat.1-Gruppe mit @facts die größte und methodisch anspruchsvollste Internet-Studie durch. Die ProSiebenSat.1-Gruppe gehört zu den Hauptinitiatoren einer einheitlichen Mediawährung für das Internet und bringt @facts als Bestandteil in das erweiterte Datensystem ein. Ab März 2005 wird die @facts-Studie in „die internet facts“ unbenannt und zusammen mit weiteren Partnern von der AGOF [Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e. V.] herausgegeben.



Mit „Betty TV“ beginnt eine neue Ära im interaktiven Fernsehen/Die Präsenz auf dem Handy ist Programm für die Marken der ProSiebenSat.1-Gruppe

Innovative Entwicklungen für neue Medienangebote

Mit „Betty TV“ gelang es der ProSiebenSat.1-Gruppe im Geschäftsjahr 2004, ein völlig neues Projekt für interaktives Fernsehen zu starten. Betty ist eine interaktive Fernbedienung. Sie funktioniert mit dem bestehenden TV-Gerät und benötigt keine Set-Top-Box und ist sowohl bei analogem wie digitalem TV-Empfang einsetzbar. Über einen drahtlosen Rückkanal zur Telefonbuchse eröffnet Betty den Zuschauern die Möglichkeit, Mehrwertdienste wie Gaming, Voting oder Shopping zu nutzen und Informationen abzurufen. Nach den Ergebnissen eines zweimonatigen Feldtests, den die ProSiebenSat.1-Gruppe zusammen mit der Betty TV GmbH und der Agenturgruppe Serviceplan durchgeführt hat, kommen vor allem Quizfragen zu Wissen, Rate- und Reaktionsspiele bei den Zuschauern besonders gut an. Sie erzielen Teilnehmerquoten von über 50 Prozent. Aber auch rein werbliche Angebote wie der Abruf von Produktinformationen oder Shopping stehen mit einer Response-Quote von rund 30 Prozent hoch im Kurs. Im Durchschnitt über alle interaktiven Angebote liegt die Teilnehmerquote bei 41 Prozent. Die kostenpflichtigen Dienste [Anteil: 10 Prozent] kommen fast genauso gut an wie kostenfreie Angebote, deren Anteil bei 90 Prozent lag.

Im Geschäftsjahr 2004 wurden die mobilen Internetportale für ProSieben, Sat.1 und N24 weiterentwickelt. Die Präsenz auf dem Handy ist Teil der Strategie der ProSiebenSat.1-Gruppe, mit den Sendermarken auf allen Bildschirmmedien zu jeder Zeit verfügbar zu sein. Zuschauerbindung und Interaktion sind auch das Ziel der telefonischen Mehrwertdienste, Audiotex, Premium-SMS und Premium-MMS sowie das Herunterladen von Klingeltönen und Handyspielen, die im Geschäftsjahr 2004 verstärkt in die Formate der Sender der ProSiebenSat.1-Gruppe eingebunden wurden.

Mitglied der Forschungsgemeinde

Um in ständigem Austausch mit allen relevanten Forschungseinrichtungen zu stehen und Entwicklungen aktiv mitzugestalten, ist der Fernsehkonzern in diversen Interessensgemeinschaften und Forschungsinstituten aktiv vertreten. So beispielsweise in der ACT [Association of Commercial Television], der AGF [Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung], der ag.ma [Arbeitsgemeinschaft Media Analyse e. V.], der AGOF [Arbeitsgemeinschaft Onlineforschung e. V.], dem BVM [Bundesverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V.], dem DIHK [Deutsche Industrie- und Handelskammertag], der EGTA [European Group of Television Advertising], der FGM [Fördergesellschaft Marketing e. V. an der Uni München], der GfK [Gesellschaft für Konsumforschung Nürnberg e. V.], der IVW [Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V.], der InfOnline, deren Aufgabe die Messung von Online-Visits und PageImpressions nach IVW ist, dem NEON [Network Online Research], dem VPRT [Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e. V.] sowie dem ZAW [Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft].

Risikobericht

Organisation der Risikoüberwachung und Risikosteuerung

Die ProSiebenSat.1 Media AG verfügt über ein leistungsfähiges Risikomanagement. Risikomanagement und -berichterstattung beruhen dabei auf dem Prinzip, jeden Geschäftsbereich und jede Tochtergesellschaft verantwortlich in die Überwachung einzubeziehen.

Der Bereich „Controlling und Unternehmensplanung“ steht den Unternehmenseinheiten dabei beratend und unterstützend zur Verfügung und ist verantwortlich für die Berichterstattung an den Vorstand.

Die interne Revision ist im Rahmen ihres Prüfungsplans für die Prüfung der Funktionsfähigkeit und Angemessenheit des integrierten Risikomanagementsystems zuständig.

Risikomanagementsystem

Instrumente der Risikoüberwachung

Das integrierte Risikomanagement der ProSiebenSat.1-Gruppe gewährleistet eine frühzeitige Erkennung von Unternehmensrisiken und ermöglicht die rechtzeitige Einleitung entsprechender Gegenmaßnahmen. Zu den einzelnen Prozessschritten gehört die Risikoidentifikation, die Risikobewertung, die Risikosteuerung und das Risikomonitoring. Die interne Revision überprüft den gesamten Risikomanagementprozess in Stichproben auf Ordnungsmäßigkeit, Wirtschaftlichkeit und Sicherheit. Für den gesamten Prozess liegt ein Risikomanagementhandbuch vor.

Für das Erfassen und Melden der Risiken sind die dezentralen Risikomanager verantwortlich. Grundlage für die Risikoidentifikation ist eine gruppenweit einheitliche Kategorisierung der Risiken. Als Standardverfahren sind Checklisten zur Erfassung der wesentlichen Risiken entwickelt worden. Bei der Risikobewertung wird die Bedeutung der identifizierten Risiken für das Erreichen der Unternehmensziele beurteilt. Die Risiken werden anhand ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit sowie ihrer potenziellen Auswirkungen eingeschätzt. Die Risikosteuerung verfolgt grundsätzlich das Ziel, das Gesamtrisiko für das Unternehmen in einem akzeptablen und tragbaren Rahmen zu halten.

Ein wesentlicher Bestandteil des Risikomonitoring ist das Risikofrüherkennungs-System. Für alle messbaren und bedeutenden Risikobereiche wurden Frühwarnindikatoren definiert. Die Frühwarnindikatoren des Überwachungssystems umfassen im Wesentlichen die Entwicklung der ProSiebenSat.1-Gruppe im Zuschauer-

und Werbemarkt, die Rentabilität und Attraktivität des Programmbestands, die Personalentwicklung, die Entwicklung freier Kreditlinien sowie medienpolitische und sonstige juristische Entwicklungen. Der Vorstand wird in monatlichen Berichten und gegebenenfalls kurzfristig über die Risikoentwicklung anhand dieser Indikatoren informiert. Die vordefinierten Risikobereiche werden von verantwortlichen Mitarbeitern überwacht. Das System stellt die Einleitung von Gegenmaßnahmen sicher, sobald ein Indikator eine bestimmte Toleranzgrenze überschreitet.

Konjunkturrisiken

Die Geschäftstätigkeit und Profitabilität der ProSiebenSat.1-Gruppe hängt von der gesamtwirtschaftlichen Lage der Märkte ab, in denen die Werbekunden agieren. Eine allgemeine Abschwächung der Konjunktur, die zu Kürzungen der Werbebudgets führt, kann das Ergebnis der ProSiebenSat.1-Gruppe beeinträchtigen.

Absatzrisiken

Risiken auf dem Zuschauermarkt

Der kommerzielle Erfolg wird davon bestimmt, ob die Fernsehsender ein Fernsehprogramm planen, erwerben, produzieren und ausstrahlen können, das dem Publikumsgeschmack entspricht und hohe Einschaltquoten erzielt. Daher gilt der Zuschauermarktanteil als einer der wichtigsten Frühwarnindikatoren. Jeden Tag werden die Zuschauermarktanteile anhand der AGF/GfK-Daten detailliert analysiert. Gemessen wird der prozentuale Anteil der Sehdauer für eine Sendung oder für einen TV-Sender an der Gesamtdauer aller Sendungen bzw. TV-Sender im Betrachtungszeitraum. Besondere Beachtung wird dem durchschnittlichen Zuschauermarktanteil bei den 14- bis 49-Jährigen beigemessen.

Risiken auf dem Werbemarkt

Wie hoch die Werbeeinnahmen der ProSiebenSat.1-Gruppe sind, richtet sich danach, wie viel die Werbekunden bereit sind zu investieren. Diese Aktivität ist wiederum von der allgemeinen Wirtschaftslage abhängig. Für die ProSiebenSat.1-Gruppe nimmt daher die Entwicklung bei den Werbeerlösen einen sehr hohen Stellenwert ein. Das Auftragsvolumen wird durch weitreichende Untersuchungsverfahren analysiert. Ausgehend vom Einbuchungsstand bei den Spots wird der Werbeumsatz für das Jahr hochgerechnet. Die Monatsberichte an den Vorstand listen die Ist- und Planwerte sowie die Vorjahreswerbeumsätze auf. Sie ermöglichen eine detaillierte Betrachtung der Umsatzentwicklung. Auch die Position der Wettbewerber sowie gesamt- und werbewirtschaftliche Entwicklungen fließen in die Analyse ein.

Risiken der Programmbeschaffung

Gesamtrendite und Erlöspotenzial

Die ProSiebenSat.1-Gruppe erwirbt einen überwiegenden Teil ihrer Spielfilme, Fernsehfilme und Serien als Lizenzprogramm von Dritten. Das macht auch den großen Anteil ihres Programmangebots aus. Von Mitte der 90er Jahre bis zum Jahr 2000 stiegen die Preise auf dem auf der Nachfrageseite äußerst wettbewerbsintensiven Programmmarkt – insbesondere in Deutschland, wo sich auch die mit erheblichen finanziellen Ressourcen ausgestatteten öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten um den Erwerb von Lizenzprogramm bemühen – deutlich an. Auch wenn sich diese Preise in den letzten drei Jahren stabilisiert und für einige Inhalte – wie z. B. bestimmte Sportrechte – sogar reduziert haben, ist nicht klar, ob sich dieser Trend fortsetzt.

Die Verträge über Programmpakete, Spielfilme und Serien 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 im Hinblick auf ihre Erlöspotenziale überprüft. Als Frühwarnindikator dient unter anderem die Gesamtrendite des Programmbestands.

Programmdeckung

Mit vier komplementär programmierten und positionierten Sendern bieten sich der ProSiebenSat.1-Gruppe Synergien bei Programmeinkauf und -verwertung.

Der Erfolg der Programmpolitik hängt von der Attraktivität und Rentabilität des Programms ab. Um festzustellen, ob die ProSiebenSat.1-Gruppe genügend attraktive und erfolgreiche Filme im Portfolio hat, wird die Anzahl der von der ProSiebenSat.1-Gruppe erworbenen Highlight-Filme ins Verhältnis zur Anzahl der gesamten Kino-Highlights des jeweiligen Jahres gesetzt. Diese Zahl dient als Frühwarnindikator für die Risiko-berichterstattung. Die ProSiebenSat.1-Gruppe unterhält langjährige Geschäftsbeziehungen zu vielen Zwischenhändlern und Filmproduzenten. Die Lieferantenliste für Programme umfasste im Geschäftsjahr 2004 über 140 Adressen.

Technische Risiken

Sendetechnik und Studiobetrieb

Die Sendeabwicklung, die Rechenzentren und alle relevanten Teile der Studioteknik in den Produktionsstätten der ProSiebenSat.1-Gruppe sind an den Standorten Berlin und München durch eine unterbrechungsfreie Stromversorgung [USV] gesichert. Sobald ein Spannungsabfall einsetzt, wird die batteriegestützte USV aktiv. Die dann im Einsatz befindlichen USV-Batterien werden, ebenso wie die Stromkreise der SV [Sichere Versorgung], durch Dieselaggregate nachgeladen.

Im Bereich der bandlosen Sendeabwicklung sind bei einem Ausfall von Servern, die broadcast-relevante Geräte steuern, alle Server als Main- und Backup-System verfügbar und damit doppelt gesichert. Zusätzlich liegen alle Kurzelemente wie Werbespots und Trailer auf einem weiteren Backup bereit. Darüber hinaus werden sämtliche Kurzelemente im 24-Stunden-Vorlauf auf Bändern mitgeschnitten und sind damit ebenso physikalisch vorhanden wie Filme und Serien. So ist

ein bandgestützter Notbetrieb für die Sender der ProSiebenSat.1-Gruppe möglich, falls die Automations- und Videoserver-Systeme komplett versagen sollten.

Im IT-Bereich existieren mehrere Rechenzentren, die räumlich voneinander getrennt sind. Fällt in einem der Zentren ein Server aus, übernimmt automatisch und ohne Zeit- und Datenverluste ein anderer dessen Aufgaben. Ein zertifiziertes und ständig aktualisiertes Notfallprogramm sorgt darüber hinaus dafür, dass die gesamte IT-Infrastruktur der ProSiebenSat.1 Media AG gegen Softwareangriffe von außen gewappnet ist.

Organisationsrisiken

Personalrisiken

In der Medienbranche herrscht ein intensiver Wettbewerb um gute Mitarbeiter. Um Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden, unterhält die ProSiebenSat.1-Gruppe attraktive Vergütungssysteme und bietet vielfältige Möglichkeiten, sich weiterzubilden. Mitarbeiter, die mit vertraulichen oder Insiderinformationen in Berührung kommen, verpflichten sich, die entsprechenden Vorschriften einzuhalten und mit den Informationen verantwortungsvoll umzugehen. Die Fluktuation der Mitarbeiter wird als Frühwarnindikator genutzt.

Medienpolitische Risiken

Technische Verbreitung

Für den dauerhaften Erfolg der Sender im Werbemarkt sind hohe Zuschauerreichweiten die wichtigste Voraussetzung. Neben der Attraktivität des Programmangebots kommt es dabei vor allem auf die technische Verbreitung der Fernsehsender an. Die Programme der Gruppe verfügen über hohe technische Reichweiten. Sat.1 erreicht über Kabel, Satellit und Antenne 97,6 Prozent der 34,83 Millionen deutschen Fernsehhaushalte, ProSieben ist in 97,1 Prozent und Kabel 1 in 96,2 Prozent der Haushalte zu empfangen. Der Nachrichtensender N24 erreicht rund 81 Prozent der Fernsehhaushalte.

Bundesweite Sendelizenz für Sat.1, ProSieben, Kabel 1 und N24

Fernsehsender benötigen für die Veranstaltung von Rundfunk eine von der Medienanstalt eines deutschen Bundeslandes erteilte Sendelizenz bzw. -genehmigung. Diese Zulassung berechtigt den Fernsehsender zur bundesweiten Ausstrahlung seiner Programme. Sat.1 hat von der Landesmedienanstalt in Rheinland-Pfalz eine Sendelizenz bis zum 31. Mai 2010 erhalten. Die von der gemeinsamen Medienanstalt der Länder Berlin und Brandenburg erteilte Sendelizenz für ProSieben läuft bis zum 28. Februar 2010. Die Fernsehsender Kabel 1 und N24 haben von der Landesmedienanstalt in Bayern Sendelizenzen bis zum 29. Februar 2012 bzw. 17. Juni 2007 erhalten. Sämtliche Sendelizenzen können nach Ablauf jeweils um weitere sieben bis zehn Jahre verlängert werden. Die Sendelizenzen sind generell verlängierbar, soweit die Fernsehsender weiterhin die Zulassungsbedingungen erfüllen und die ProSiebenSat.1 Media AG unter den medienkonzentrationsrechtlich relevanten Marktanteils Grenzen bleibt.

Fernsehrichtlinie

Die Europäische Kommission hat nach einer umfangreichen Konsultation der betroffenen Industrien zur Frage der Notwendigkeit einer Revision der Fernsehrichtlinie, an der sich die ProSiebenSat.1 Media AG aktiv beteiligt hat, angekündigt, im Jahre 2005 ihre Untersuchungen abzuschließen und ggf. einen Änderungsvorschlag zu veröffentlichen. Die Fernsehrichtlinie regelt neben Ju-

gendschutzbestimmungen auch die maximale Dauer der Werbeeinblendungen und enthält detaillierte Einfügevorgaben für Werbung sowie Quoten für europäische Werke und Werke unabhängiger Produzenten.

Es bestehen außerdem Verbote und andere Beschränkungen für Werbeunterbrechungen in bestimmten Programmarten wie Gottesdiensten, Kinderprogrammen und Informationssendungen.

Auch wenn die bisherigen Äußerungen der Kommission eher auf eine Liberalisierung der Werbevorschriften hoffen lassen, so ist letztlich jedoch auch nicht ausgeschlossen, dass es im Rahmen der Revision in gewissem Maße zu neuen Verböten und weiteren Einschränkungen kommen könnte. So werden zur Zeit allgemein Werbeverböte für an Kinder gerichtete Werbung für kalorienreiche Nahrungsmittel diskutiert. Aus solch neuen Werbeverböten und anderen restriktiver gestalteten Vorschriften könnten Umsatzeinbußen folgen. Die ProSiebenSat.1 Media AG beteiligt sich daher aktiv an den laufenden Diskussionen und steht im engen Kontakt zur Europäischen Kommission, der Bundesregierung und den Ländern sowie den Landesmedienanstalten.

ANGA-Beschwerde wegen DVB-T Förderung

Die ANGA, der Verband Privater Kabelnetzbetreiber eG, hat gegen die Förderung des Aufbaus von DVB-T in Berlin-Brandenburg und Nordrhein-Westfalen durch die entsprechende Landesmedienanstalt Beschwerde bei der Europäischen Kommission eingelegt, weil diese Förderung nach Auffassung der ANGA unzulässige staatliche Beihilfen darstellen würden. Die Kommission prüft derzeit noch. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat sich in intensiven Gesprächen mit der Kommission sowie mit den beteiligten Landesmedienanstalten und der Bundesregierung aktiv für eine Aufrechterhaltung der Förderung ausgesprochen und auch schriftlich zum laufenden Verfahren Stellung genommen. Grundsätzlich kann eine Rückforderung der Förderung dennoch letztlich nicht völlig ausgeschlossen werden.

Regionalfenster

Die Ministerpräsidenten haben mit Verabschiedung des 8. Rundfunkänderungsstaatsvertrages die Bestimmungen für Regionalfenster verschärft. Mit dem voraussichtlichen Inkrafttreten im April 2005 sollen Regionalfenster eine eigene Lizenz erhalten und diese

nur an Unternehmen vergeben werden, die unabhängig von etablierten Sendern sind. Die beiden norddeutschen Regionalfenster im Programm von Sat.1 werden von einer 100%igen Tochtergesellschaft, der Sat.1 Norddeutschland GmbH, veranstaltet. In der Diskussion um die Anwendbarkeit des Rundfunkstaatsvertrages gibt es strittige Meinungen, ob eine Ausschreibung umgehend notwendig wäre und die Sat.1 Norddeutschland weiterhin Lizenzinhaber sein könnte. Durch eine Lizenzerteilung an einen unabhängigen Produzenten würde die Sat.1 Norddeutschland ihren Geschäftszweck verlieren. ProSiebenSat.1 Media AG beteiligt sich aktiv an dem medienpolitischen wie rechtlichen Diskurs und setzt sich vehement dafür ein, mindestens einen Bestandsschutz für Sat.1 Norddeutschland für die Dauer der derzeitigen Lizenz bis 2010 durchzusetzen. Zudem würde die ProSiebenSat.1 Media AG gegen eine derartige Entscheidung den Rechtsweg beschreiten und die Zulässigkeit der rundfunkstaatsvertraglichen Regelung klären lassen.

Das saarländische Mediengesetz, zuletzt geändert am 31. März 2004, fordert gem. § 47 Abs. 3, dass mindestens in den zwei bundesweit privaten Fernsehprogrammen mit der größten technischen Reichweite unabhängig von der Art ihrer Verbreitung im Rahmen der technischen Möglichkeiten landesweite Fensterprogramme zu schalten und deren Finanzierung durch den Veranstalter der bundesweiten Programme sicherzustellen ist. Auf dieser Grundlage plant die Landesmedienanstalt Saarland eine Fensterprogramm-Satzung zu erlassen. Ein entsprechender Referentenentwurf liegt vor. Die ProSiebenSat.1 Media AG beteiligt sich aktiv und auf breiter Ebene am gesellschaftlichen, medienpolitischen wie rechtlichen Diskurs, um diesen neuen Restriktionen entgegenzuwirken.

Zudem besteht das Risiko, dass aus Bundesländern, die bislang keine Fensterverpflichtungen haben, die Forderungen nach ähnlichen Modellen in medienpolitischen Diskussionen und dann potentiell auch in neu gefassten Gesetzen folgen werden. Solche Forderungen und alternative Modelle, die auf eine Unterstützung bestehender regionaler oder lokaler TV-Angebote abzielen, werden von der ProSiebenSat.1 Media AG genau beobachtet. Die ProSiebenSat.1 Media AG beteiligt sich an diesen Diskursen ebenfalls aktiv, um einer Ausweitung weiterer regionaler TV-Verpflichtungen entgegenwirken zu können.

Entwicklung des Kabelmarktes

Die Liberalisierung des Kabelmarkts ist für die ProSiebenSat.1-Gruppe von großer Bedeutung. Mit dem Verkauf der sechs verbliebenen Kabelnetzgesellschaften der Deutschen Telekom AG an die Investorengruppe Goldman Sachs, Apax Partners und Providence Equity ist zu erwarten, dass ein wesentlicher Schritt hin zu einer marktgerechten Modernisierung der Kabelnetze vollzogen werden kann. Bei den Kabelnetzbetreibern finden sich neue Akteure, zu deren Geschäftspolitik die Digitalisierung der Netze gehört. Mit dem Übergang von der analogen auf die digitale Verbreitung wird sich die Kapazität zur Übertragung von Fernsehprogrammen noch einmal vervielfachen. Damit eröffnen sich für die ProSiebenSat.1-Gruppe im Digitalzeitalter neue unternehmerische Perspektiven. Allerdings muss die Verbreitung der vier Fernsehprogramme Sat.1, ProSieben, Kabel 1 und N24 auch beim Übergang vom analogen in das digitale Zeitalter gesichert werden.

Die ProSiebenSat.1-Gruppe ist zuversichtlich, dass ihre vier Programme auf Grund ihrer Attraktivität, der hohen Zuschauerakzeptanz und ihres Vielfaltbeitrages auch in der Zukunft flächendeckend im analogen Kabel verbreitet bleiben. Schließlich haben auch die für die Rundfunkgesetzgebung zuständigen Bundesländer deutlich gemacht, dass die Digitalisierung keinesfalls dazu führen soll, dass digital weniger Sender verbreitet werden als im analogen Kabel. Dies gilt umso mehr, als dass die nur digitale Verbreitung der Programme regelmäßig der schriftlichen Zustimmung durch die Senderunternehmen bedarf. Die ProSiebenSat.1 Media AG führt mit allen großen Kabelnetzbetreibern Verhandlungen über die analoge und digitale Einspeisung ihrer Programme. Die Position der Sender in der Frage der digitalen Einspeisung wurde im November 2002 auch durch eine Entscheidung des Oberlandesgerichts Dresden im Fall ProSiebenSat.1 Media AG gegen den Kabelnetzbetreiber PrimaCom AG gestärkt. Danach dürfen Kabelnetzbetreiber Programme nur nach Abschluss eines Einspeisungsvertrages mit dem Sendeunternehmen in dem analogen, aber insbesondere auch digitalen Kabel weitersenden.

Im Zuge der Digitalisierung kann sich die Zahl der Programmangebote im Kabel künftig deutlich erhöhen. Die vier Sender der ProSiebenSat.1-Gruppe wären jedoch auch in einem noch stärker fragmentierten Fernsehmarkt in der Lage, ihre Wettbewerbspositionen im Free-TV-Bereich zu behaupten. Dafür dürften - unabhängig von den grundsätzlich hohen Markteintrittsbarrieren für jeden neuen Anbieter - insbesonde-

re die große Bekanntheit der Sendermarken, die langfristig gesicherten Lizenzrechte und die starke Position der Senderfamilie im Zuschauer- und Werbemarkt sorgen.

Gemeinsam mit allen deutschen Programmveranstaltern, der Europäischen Kommission und den Landesmedienanstalten setzt sich die ProSiebenSat.1 Media AG für den Einsatz offener Schnittstellen und Decodersysteme ein. Die Pläne einzelner Kabelgesellschaften und Pay-TV-Anbieter, proprietäre Decodersysteme zu installieren und die Nutzer an eigene Programminhalte zu binden, würde die Fernsehzuschauer bei der Nutzung zukünftiger frei empfangbarer TV-Angebote einschränken und von wichtigen Entwicklungen ausgrenzen. Die ProSiebenSat.1 Media AG beteiligt sich aktiv und auf breiter Ebene am gesellschaftlichen, medienpolitischen wie rechtlichen Diskurs, um diesen Restriktionen für den Fernsehzuschauer entgegenzusteuern. In diesem Sinne begrüßt die ProSiebenSat.1 Media AG die Entscheidung des Bundeskartellamtes zum Zusammenschlussvorhaben Kabel Deutschland GmbH mit den Regionalkabelgesellschaften Kabel Baden-Württemberg, ish und iesy. In der Abmahnung gegenüber der Kabel Deutschland GmbH hatte das Bundeskartellamt erklärt, dass proprietäre Techniksysteme und eine Zugangskontrolle in Form eines von dem Kabelnetzbetreiber veranstalteten Elektronischen Programmführer durch die Kabelnetzbetreiber nicht wünschenswert seien.

Rechtliche Risiken

Spruchverfahren nach Verschmelzung

Die Verschmelzung der Sat.1 Holding GmbH und der ProSieben Media AG auf die ProSiebenSat.1 Media AG im Geschäftsjahr 2000 hat ein Spruchverfahren nach sich gezogen. Zwar haben die Stammaktionäre der Fusion auf der außerordentlichen Hauptversammlung am 22. August 2000 einstimmig zugestimmt. Auch bei der gesonderten Versammlung der Vorzugsaktionäre am gleichen Tag fand die Transaktion eine klare Mehrheit: 99,43 Prozent des anwesenden Vorzugskapitals stimmten der Verschmelzung zu.

Trotzdem wurde auch bei der ProSiebenSat.1 Media AG das mittlerweile bei Fusionen üblich gewordene

Spruchverfahren auf Verbesserung des Umtauschverhältnisses eingeleitet. Elf Vorzugsaktionäre der ehemaligen ProSieben Media AG haben einen Anspruch auf eine sogenannte „bare Zuzahlung“ geltend gemacht. Zur Begründung führen sie an, dass das Bewertungsverhältnis der beiden Unternehmen zu günstig für die Gesellschafter der Sat.1 Holding GmbH ausgefallen sei. Grundlage der Unternehmensbewertung ist jedoch ein unabhängiges Gutachten, das seinerzeit von der Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft Arthur Andersen GmbH erstellt und von dem gerichtlich bestellten Verschmelzungsprüfer, der BDO Deutsche Warentreuhand Aktiengesellschaft, bestätigt wurde.

Ob und in welcher Höhe sich aus dem Spruchverfahren finanzielle Belastungen ergeben werden, ist derzeit noch nicht abzusehen. In dem Verfahren vor dem Landgericht München I hat am 5. April 2001 eine erste mündliche Verhandlung stattgefunden, in der im Wesentlichen die Wahl des gerichtlich zu bestellenden Gutachters und der Umfang eines erforderlichen Gutachtens erörtert wurden. Im Anschluss an die mündliche Verhandlung hat das Gericht Herrn Prof. Dr. Friedhelm Sahner, Warth & Klein Wirtschaftsprüfungsgesellschaft mbH, Düsseldorf, als Sachverständigengutachter bestellt. Herr Prof. Dr. Friedhelm Sahner hat sein Gutachten gemeinsam mit Herrn Prof. Dr. Sieben vom Rundfunk-Ökonomieinstitut der Universität zu Köln erstellt.

Die gerichtlich bestellten Sachverständigen haben in ihrem Gutachten die der Unternehmensbewertung der SAT.1 Holding GmbH und der ProSieben Media AG zugrunde liegenden Planungen bestätigt. Warth & Klein hat jedoch das unterschiedliche Kapitalstrukturrisiko der ProSieben Media AG und der SAT.1 Holding GmbH methodisch in einer anderen Weise berücksichtigt als die an der Verschmelzung beteiligten Wirtschaftsprüfer [damals Arthur Andersen als Sachverständigengutachter und BDO als Verschmelzungsprüfer]. Die von Warth & Klein verwendete Berechnungsmethode für die Erfassung des unterschiedlichen Kapitalstrukturrisikos würde zu einer Änderung des ursprünglichen Umtauschverhältnisses führen. Aus dieser Veränderung des Umtauschverhältnisses würde auf Basis des Gutachtens von Warth & Klein je bei der Fusion an die ehemaligen ProSieben Media-Aktionäre ausgegebener Aktie [insgesamt 140 Mio. Aktien] eine Zuzahlung von Euro 1,54 resultieren, die zu erheblichen Auswirkungen auf die Vermögens- und Finanzlage des Konzerns führen könnte.

Die Gesellschaft geht nach dem derzeitigen Kenntnisstand jedoch nicht davon aus, dass das Gericht auf der

Basis des Gutachtens von Warth & Klein eine bare Zahlung festsetzen wird. Diese Einschätzung wird durch Sachverständige gestützt, die die Gesellschaft mit der Prüfung und Beurteilung des Gutachtens von Warth & Klein beauftragt hat. Die Sachverständigen kommen in ihrer Stellungnahme zu dem Ergebnis, dass die von Warth & Klein angewandte Berechnungsmethode für die Erfassung des unterschiedlichen Kapitalstrukturrisikos unter anderem deshalb methodisch unangemessen ist, weil sie von börsennotierten Unternehmen ausgeht, während im vorliegenden Fall mit der SAT.1 Holding GmbH auch ein privates, nicht notiertes Unternehmen zu bewerten war. Darüber hinaus bestätigen die Sachverständigen, dass die der Fusion zugrunde liegende Bewertung den Grundsätzen ordnungsgemäßer Unternehmensbewertung entspricht.

Das Gericht hat die gerichtlich bestellten Sachverständigen beauftragt, in einem Ergänzungsgutachten unter anderem zu dem von der Gesellschaft vorgelegten Gutachten Stellung zu nehmen. Dieses Ergänzungsgutachten liegt der Gesellschaft derzeit noch nicht vor.

Finanzierungsrisiken

Währungsrisiken

Die ProSiebenSat.1-Gruppe bezieht wesentliche Anteile ihres Lizenzprogramms bei Lieferanten, die weitgehend in US-Dollar fakturieren. Einen Großteil ihrer finanziellen Verpflichtungen aus dem Programmrechterwerb begleicht die ProSiebenSat.1-Gruppe deshalb in US-Dollar. Aus diesem Grund können Wechselkurschwankungen zwischen Euro und US-Dollar das Ergebnis der ProSiebenSat.1-Gruppe beeinträchtigen. Zur Absicherung gegen Währungsschwankungen schließt die ProSiebenSat.1-Gruppe Devisentermingeschäfte [sog. Forwards] und Devisenoptionen ab.

Die zukünftigen Lizenzzahlungen eines abgesicherten US-Dollar-Lizenzvertrags und die zugeordneten Sicherungsinstrumente werden in sogenannten Hedge-Büchern zusammengefasst und gesteuert. Auf Grundlage eines Limitsystems werden die Hedge-Bücher laufend überwacht und gegebenenfalls offene Positionen geschlossen, um mögliche Verluste zu begrenzen bzw. von günstigen Wechselkursentwicklungen zu profitieren.

Zinsrisiken

Die ProSiebenSat.1-Gruppe ist durch ihre Finanzverbindlichkeiten einem Zinsrisiko ausgesetzt. Das Zinsrisiko im Sinne eines Marktwertänderungsrisikos ist nicht relevant, da die Anleihen und Kreditziehungen der ProSiebenSat.1 Media AG zu Anschaffungskosten bilanziert werden und sich eine mögliche Marktwertänderung somit nicht in der Bilanz niederschlägt. Das variable Zinsrisiko ergibt sich auf Grund von Inanspruchnahmen des bestehenden Konsortialkredits. Zum 31. Dezember 2004 wurde der Konsortialkredit nicht in Anspruch genommen.

Auf Grund des geringen Anteils variabel verzinslicher Verbindlichkeiten und damit einhergehend einem vernachlässigbaren variablen Zinsrisiko sind per 31. Dezember 2004 keine derivativen Finanzinstrumente im Zinsbereich eingesetzt worden.

Insolvenzrisiken

Bei sämtlichen Transaktionen ist die ProSiebenSat.1-Gruppe dem Insolvenzrisiko ihrer Vertragspartner ausgesetzt. Um dieses Risiko zu minimieren, ist die ProSiebenSat.1-Gruppe bestrebt, Finanztransaktionen und derivative Rechtsgeschäfte ausschließlich mit Vertragspartnern abzuschließen, die eine erstklassige bis gute Bonität aufweisen. Der Marktwert aller derivativer Finanzinstrumente mit positivem Marktwert beträgt per 31. Dezember 2004 0,6 Mio Euro.

Liquiditätsrisiken

Im Rahmen des Liquiditätsmanagements stellt die ProSiebenSat.1-Gruppe sicher, dass vor allem auch vor dem Hintergrund der saisonal stark schwankenden Umsatzerlöse zu jeder Zeit ausreichend Liquidität verfügbar ist. Hierfür hat die ProSiebenSat.1 Media AG im Juni 2004 eine neue Rahmenkreditvereinbarung mit mehreren Banken geschlossen, die variabel bis zu einer Höhe von 325 Mio Euro in Anspruch genommen werden kann und eine Laufzeit bis 2009 besitzt. Zum 31. Dezember 2004 wurde der Konsortialkredit nicht in Anspruch genommen.

Nach Abschluss des Geschäftsjahres

Die vier Sender der ProSiebenSat.1-Gruppe sind erfolgreich in das neue Jahr gestartet. Die Senderfamilie kam im Januar auf einen gemeinsamen Marktanteil von 29,7 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern und verzeichnet damit den besten Januar seit vier Jahren. Im Vergleich zum Vorjahr legten Sat.1, ProSieben, Kabel 1 und N24 um 0,4 Prozentpunkte zu. Gegenüber dem Vormonat verbuchte die Gruppe eine Steigerung um 0,7 Prozentpunkte. Jeder der vier Sender wird mit neuen Programmen und innovativen Formaten sein Programmprofil weiter schärfen, um so seine Position im Zuschauermarkt zu stärken.

ProSiebenSat.1-Gruppe schließt Vertrag mit Pixar und Constantin Film

Die ProSiebenSat.1-Gruppe hat sich die deutschsprachigen Free-TV-Rechte an den Spielfilmen des Animationsstudios Pixar und Deutschlands führendem Produktionshaus Constantin Film gesichert.

Der über mehrere Jahre laufende Vertrag mit Pixar beinhaltet unter anderem die Free-TV-Premieren der beiden Blockbuster „Findet Nemo“ und „Die Monster AG“. Die fünf Filme des Pakets sahen allein in Deutschland rund 21 Mio Kinozuschauer.

Der Vertrag mit Constantin Film deckt im Wesentlichen die Free-TV-Ausstrahlungsrechte für die Produktionen des vergangenen Jahres und der kommenden zwei Jahre ab. Das Paket umfasst rund 30 deutsche und internationale Spielfilme, darunter „Die Passion Christi“, „The Grudge – Der Fluch“ sowie die internationale Koproduktion „Die Päpstin“, basierend auf dem Bestseller von Donna Cross.

Ausblick

Die Entwicklung des Werbemarktes, also der Investitionen von Unternehmen in Werbung, ist in höchstem Maße abhängig von der Entwicklung der Gesamtwirtschaft. Studien weisen einen Korrelationsfaktor von nahe 1 nach. Die aktuellen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen sind derzeit nicht ungünstiger als im vergangenen Jahr. Die Lage der Medienunternehmen hat sich zumindest stabilisiert. Dies trifft auch auf das Preisniveau für Werbung im TV-Markt zu, das nach einem kontinuierlichen Rückgang in den Jahren 2001 bis 2003 im vergangenen Jahr im Großen und Ganzen stabil gehalten werden konnte.

Auch 2005 wird kein einfaches Jahr für den deutschen Fernsehmarkt. Die ProSiebenSat.1-Gruppe erwartet zum Zeitpunkt dieses Berichts trotz eines schwachen konjunkturellen Umfelds auf Grund der Kostenkontrolle des Unternehmens ein gutes Geschäftsjahr 2005. Durch die technische Entwicklung und die Weiterentwicklung der digitalen Distributionswege werden sich neue Chancen für TV-Unternehmen auftun.

Darauf bereitet sich die ProSiebenSat.1-Gruppe vor.

Gesamtkonjunktur

Nachhaltige Impulse für die Gesamtwirtschaft werden von den Wirtschaftsforschungsinstituten auch für 2005 nicht erwartet. Die Prognosen der meisten Experten für das Wachstum des Bruttoinlandsproduktes liegen bei 1,5 Prozent nach einer Steigerungsrate von 1,6 Prozent im vergangenen Jahr. Mit diesem schwachen wirtschaftlichen Wachstum gehört Deutschland weiterhin zu den Schlusslichtern in Mittel- und Westeuropa. Das Wachstum der deutschen Wirtschaft wird auch in diesem Jahr im Wesentlichen durch die Entwicklung der Weltkonjunktur getrieben. Nachdem der private Konsum im vergangenen Jahr erstmals sogar zurückgegangen ist, erwarten die Wirtschaftsexperten für 2005 zumindest leichte Impulse für die Binnennachfrage. Diese Einschätzung wird von verschiedenen Indikatoren zum Konsumklima bestätigt. Der ifo-Geschäftsklima-Index, die ZEW-Konjunkturerwartungen sowie das GfK-Konsumklima sind im Januar zum dritten Mal in Folge gestiegen. Die leichte Besserung des ifo-Geschäftsklimas im Januar resultiert aus optimistischeren Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate. Dagegen schätzten die Unternehmen ihre aktuelle Lage schwächer ein als im Vormonat.

Werbemarkt

Die konjunkturellen Rahmenbedingungen sind derzeit trotz der leicht positiven Signale der Konsumklima-Indikatoren für die Werbekunden und damit für die ProSiebenSat.1-Gruppe schwierig. Analog zur Konjunktur hat das Jahr 2005 für den gesamten Werbemarkt recht schleppend begonnen. Positive Anzeichen für ein Anziehen der Konjunktur oder eine Belebung der Verbraucherstimmung sind bisher nicht auszumachen.

Das World Advertising Research Center geht in seinen Prognosen davon aus, dass der deutsche TV-Markt 2005 netto um 2,7 Prozent wächst. ZenithOptimedia rechnet sogar mit einer Steigerung der Netto-TV-Umsätze von 3,4 Prozent. Die ProSiebenSat.1-Gruppe hat bisher keine Erkenntnisse, dass sich die Binnennachfrage substantiell bessern wird und schätzt die Situation auf dem TV-Markt gedämpfter ein. Unter Berücksichtigung der weiterhin schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geht das Unternehmen in seinen Planungen davon aus, dass ein Zuwachs im TV-Markt auf Grund der anhaltend schwachen Nachfrage nicht zu erwarten ist.



Lisa zeigt's allen: Die Sat.1-Telenovela „Verliebt in Berlin“ ist der neue Senkrechtstarter im Vorabendprogramm.

Entwicklung der Sender

Die Senderfamilie wird im laufenden Jahr ihre Zuschauermarkanteile weiter steigern. Ziel ist ein Zuwachs von 0,5 Prozentpunkten auf 30,0 Prozent.

Sat.1

Sat.1 setzt auch im Jahr 2005 konsequent auf Qualität und die Kombination aus innovativen neuen TV-Formaten und bewährten Senderhighlights. Der wichtige Vorabend wird ab dem 28. Februar durch ein neues tägliches Format gestärkt. Um 19.15 Uhr zeigt Sat.1 die Telenovela „Verliebt in Berlin“ und gestaltet damit die Stunde vor 20.15 Uhr neu. Der Sender setzt außerdem die Reihe erfolgreicher und hochwertiger Event-Produktionen wie „Das Wunder von Lengede“ oder „Die Nibelungen“ mit dem Zweiteiler „Die Luftbrücke“ fort. In den Hauptrollen sind Heino Ferch und Bettina Zimmermann zu sehen. Erfolgreich weitergeführt wird der Comedy-Abend am Freitag. Zusätzlich hat Sat.1 neue Unterhaltungsshow mit Kai Pflaume wie „Die Comedy Falle“ oder den „Haustier Test“, rund 20 eigenproduzierte deutsche TV-Movies sowie zahlreiche Free-TV-Spielfilmpremieren wie „Manhattan Love Story“ oder „Stuart Little 2“ im Programm.

»Ein Lob zu der Serie.
„Verliebt in Berlin“.
Echt toll, nur schade dass
ihr sie nicht 1 Std. sendet.
[...] Macht weiter so.
Euer Programm ist echt
super. «

Bernd D. aus Bremen



Sie spielen perfekte Hausfrauen, doch hinter der Fassade ereignen sich Dramen: Die Premium-Serie „Desperate Housewives“ startet im April 2005 auf ProSieben.

ProSieben

ProSieben ist weiterhin der Spielfilmsender Nummer eins. Das garantiert die beste Versorgung mit internationalen Top-Spielfilmen und Serien-Highlights seit Senderbestehen. Dadurch werden die Kernkompetenzen des Senders noch einmal deutlich gestärkt. Allein im ersten Halbjahr zeigt ProSieben zahlreiche Free-TV-Premieren wie „Spider Man“, „Man in Black II“, „A beautiful Mind“, „Panic Room“ oder „Star Wars: Episode II“. Zusätzlich hat der Sender wieder Premium-Serien wie „Desperate Housewives“, „O.C., California“ oder „Lost“ im Programm. Die Senderperformance wird im Jahr 2005 außerdem durch einen Ausbau des Showbereichs gestärkt. ProSieben zeigt am Samstag Abend insgesamt 15 außergewöhnliche Unterhaltungsshow - darunter Stefan Raabs „Bundesvision Song Contest“, der am 12. Februar mit einem Marktanteil von 21,2 Prozent überaus erfolgreich lief, oder „Das große Prominenten-Tanzturnier“.

Kabel 1

Kabel 1 bleibt in Sachen Spielfilmklassiker weiterhin die erste Adresse. Durch die sehr gute Versorgung mit Lizenzprogrammen verfügt der Sender im Jahr 2005 erneut über zahlreiche Filmklassiker wie „Mrs. Doubtfire“, „Der englische Patient“, „Apocalypse now - Redux“, „Der Club der Teufelinnen“ oder „Der Duft der Frauen“. Im Bereich Show führt Kabel 1 die erfolgreiche „Best of Formel Eins“-Reihe sowie „Die besten Filme aller Zeiten - Die Show“ fort. Abgerundet wird das Programm durch spannende und hochwertige Info- und Dokumagazine. Als Premiumpartner von Discovery Channel hat Kabel 1 präferierten Zugriff auf Dokumentationen, die mit Themen aus Technik, Wissenschaft, Geschichte, Abenteuer und Natur faszinieren. Insgesamt strahlt Kabel 1 in diesem Jahr 42 Discovery-Dokumentationen aus.

N24

N24 setzt auch im Jahr 2005 auf informative und meinungsstarke Programme. N24 bringt Nachrichten auf den Punkt und bereitet Informationen verständlich auf. Im vergangenen Jahr hat N24 seine Informationskompetenz bei zahlreichen Großereignissen wie den Präsidentschaftswahlen in den USA oder bei der Berichterstattung zu der verheerenden Flutkatastrophe in Süd-asien klar unter Beweis gestellt. N24 hat sich als führende Adresse für Informationen unter den Nachrichtensendern etabliert. Diese Führungsposition wird der Sender im Jahr 2005 weiter ausbauen.

Diversifikation der Erlösquellen

Die ProSiebenSat.1-Gruppe erlöst derzeit rund 93 Prozent ihrer Umsätze mit Fernsehwerbung. Das Unternehmen plant, den Anteil der Erlöse, die nicht aus TV-Werbung stammen, bis 2007 zu verdoppeln. Die ProSiebenSat.1-Gruppe befindet sich derzeit in Verhandlungen über den Erwerb der Mehrheit an der Euvia-Gruppe. Mit der vollständigen Übernahme der Anteile könnte die ProSiebenSat.1 Media AG die Euvia-Gruppe voll konsolidieren und die Expansion im Wachstumsmarkt Transaktionsfernsehen vorantreiben. Die Eingliederung der Euvia-Gruppe in die ProSiebenSat.1-Gruppe wird den neu geschaffenen Geschäftsbereich Diversifikation stärken und zu einer signifikanten Steigerung der Diversifikationserlöse führen.

Die ProSiebenSat.1-Gruppe plant darüber hinaus, die Mehrheit der Anteile an dem Online-Anbieter Wetter.com zu übernehmen, der auch einen digitalen TV-Wetter-Service anbietet. Positive Effekte ergeben sich im Hinblick auf die Konsolidierung der Umsätze sowie auf die verschiedenen Möglichkeiten der Mehrfachverwertung der Inhalte.

Insgesamt geht die ProSiebenSat.1-Gruppe davon aus, dass der Diversifikationsanteil am Umsatz der Gruppe in diesem Jahr über zehn Prozent liegen wird.

Positionierung für die digitale Zukunft

Nach der langjährigen Stagnation beim digitalen Fernsehen dürfte im laufenden Jahr Bewegung in die Entwicklung kommen. Die ProSiebenSat.1-Gruppe geht davon aus, dass die Gespräche mit den Kabelnetzbetreibern über den Vertrieb ihrer Free-TV-Programme in Digital-Paketen zu einem erfolgreichen Abschluss gelangen. Dies dürfte dazu beitragen, die Attraktivität von digitalem Fernsehen weiter zu erhöhen und damit die Zahl der digitalen Empfangshaushalte zu erhöhen. Die ProSiebenSat.1-Gruppe hält die Entwicklung einer digitalen Infrastruktur für eine wichtige Voraussetzung dafür, dass der deutsche Markt und damit deutsche Medienunternehmen auch international wettbewerbsfähig bleiben.

Wirtschaftliche Erwartungen: Umsatz und Ergebnis

Angesichts der weiterhin schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, der verhaltenen Binnennachfrage sowie einem stagnierenden TV-Markt rechnet die ProSiebenSat.1-Gruppe für das laufende Jahr allenfalls mit einem leichten Wachstum ihrer Werbeumsätze. Das Unternehmen geht davon aus, dass seine Umsatzentwicklung besser ausfallen wird als die des Marktes. Die Erwartung der Gruppe steht unter dem Vorbehalt, dass Unternehmen in wirtschaftlich schwierigen Zeit ihre Investitionen in Werbung sehr flexibel und kurzfristig handhaben und Entwicklungen im Werbemarkt nicht verlässlich zu prognostizieren sind.

Die ProSiebenSat.1-Gruppe geht für das Jahr 2005 von einem anhaltend wettbewerbsintensiven Marktumfeld aus. Den geplanten leichten Zuwachs der Werbeumsätze schreibt der Konzern der erwarteten Leistungssteigerung seiner Sender zu. Weitere positive Umsatzeffekte sollen sich im Wesentlichen aus dem Ausbau der Diversifikationserlöse und der geplanten Konsolidierung der Euvia-Gruppe ergeben.

Insgesamt strebt der Konzern für das laufende Geschäftsjahr eine weitere Verbesserung seines Ergebnisses an. Das Unternehmen plant, seine Kosten im Vergleich zum Vorjahr weitgehend stabil zu halten, so dass sich die geplanten Umsatzsteigerungen unmittelbar im Ergebnis bemerkbar machen. Sollte die Entwicklung im TV-Werbemarkt entgegen den Erwartungen negativ verlaufen, wird die ProSiebenSat.1-Gruppe möglichen Umsatzeinbußen mit weiteren Kostenreduktionen begegnen.

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der ProSiebenSat.1 Media Aktiengesellschaft, Unterföhring, aufgestellten Konzernabschluss, bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung, Kapitalflussrechnung und Anhang, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2004 geprüft. Aufstellung und Inhalt des Konzernabschlusses nach den International Financial Reporting Standards [IFRS] liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach den deutschen Prüfungsvorschriften und unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer [IDW] festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass mit hinreichender Sicherheit beurteilt werden kann, ob der Konzernabschluss frei von wesentlichen Fehlaussagen ist. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Nachweise für die Wertansätze und Angaben im Konzernabschluss auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung beinhaltet die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Nach unserer Überzeugung vermittelt der Konzernabschluss in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns sowie der Zahlungsströme des Geschäftsjahres.

Unsere Prüfung, die sich auch auf den von dem Vorstand für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2004 aufgestellten Konzernlagebericht erstreckt hat, hat zu keinen Einwendungen geführt. Nach unserer Überzeugung gibt der Konzernlagebericht insgesamt eine zutreffende Vorstellung von der Lage des Konzerns und stellt die Risiken der künftigen Entwicklung zutreffend dar. Außerdem bestätigen wir, dass der Konzernabschluss und der Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2004 die Voraussetzungen für eine Befreiung der Gesellschaft von der Aufstellung eines Konzernabschlusses und Konzernlageberichts nach deutschem Recht erfüllen.

Essen, den 7. März 2005

KPMG Deutsche Treuhand-Gesellschaft
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Hoyos
Wirtschaftsprüfer



Gaeb
Wirtschaftsprüfer

Jahresabschluss

| Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Media AG | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------|------|----------------|---------------|---------------|---------------------|
| | | 2004 | 2003 | Veränderung | Veränderung in % |
| Tsd Euro | | | | | |
| 1. Umsatzerlöse | [8] | 1.834.582 | 1.807.122 | 27.460 | 2% |
| 2. Herstellungskosten | [9] | -1.265.465 | -1.364.464 | -98.999 | -7% |
| 3. Bruttoergebnis vom Umsatz | | 569.117 | 442.658 | 126.459 | 29% |
| 4. Vertriebskosten | [10] | -183.985 | -189.738 | -5.753 | -3% |
| 5. Verwaltungskosten | [11] | -127.417 | -159.135 | -31.718 | -20% |
| 6. Sonstige betriebliche Erträge | [12] | 28.484 | 36.996 | -8.512 | -23% |
| 7. Betriebsergebnis | | 286.199 | 130.781 | 155.418 | 119% |
| 8. Beteiligungsergebnis | [13] | 5.149 | 6.540 | -1.391 | -21% |
| 9. Zinsergebnis | [14] | -57.828 | -70.835 | 13.007 | 18% |
| 10. Sonstiges finanzielles Ergebnis | [15] | 6.733 | 4.847 | 1.886 | 39% |
| 11. Sonstige Finanzierungsaufwendungen | [16] | -22.735 | -10.225 | 12.510 | 122% |
| 12. Finanzergebnis | | -68.681 | -69.673 | 992 | 1% |
| 13. Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit | | 217.518 | 61.108 | 156.410 | 256% |
| 14. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | [17] | -83.857 | -19.707 | 64.150 | 326% |
| 15. Jahresüberschuss | | 133.661 | 41.401 | 92.260 | 223% |
| 16. Anderen Gesellschaftern zuzurechnender Gewinn | | -31 | -2.021 | 1.990 | 98% |
| 17. Konzernjahresüberschuss | | 133.630 | 39.380 | 94.250 | 239% |
| | | | | | |
| Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Stammaktie nach IAS 33 | [18] | 0,62 | 0,19 | 0,43 | 226% |
| Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie nach IAS 33 | [18] | 0,64 | 0,21 | 0,43 | 205% |

Konzern-Bilanz der ProSiebenSat.1 Media AG

| AKTIVA | | | | PASSIVA | | | |
|----------------------------------------------------------------|------------------|------------------|----------------|----------------------------------------------|------------------|------------------|-----------------|
| Tsd Euro | 31.12.2004 | 31.12.2003 | Veränderung | Tsd Euro | 31.12.2004 | 31.12.2003 | Veränderung |
| A. Langfristige Aktiva | | | | A. Eigenkapital | | | |
| I. Immaterielle Vermögenswerte [20] | 62.919 | 60.583 | 2.336 | I. Gezeichnetes Kapital | 218.797 | 194.486 | 24.311 |
| II. Sachanlagen [21] | 242.538 | 258.639 | -16.101 | II. Kapitalrücklage | 578.421 | 322.319 | 256.102 |
| III. Finanzanlagen [22] | 152.520 | 145.727 | 6.793 | III. Erwirtschaftetes Eigenkapital | 229.190 | 97.505 | 131.685 |
| IV. Forderungen und Sonstige langfristige Vermögenswerte [25] | 8.976 | 1.612 | 7.364 | IV. Kumuliertes übriges Eigenkapital | -23.639 | -13.160 | -10.479 |
| V. Latente Steuern [17] | 36.365 | 43.613 | -7.248 | V. Anteile Dritter am Kapital | 1.334 | 625 | 709 |
| | 503.318 | 510.174 | -6.856 | [27] | 1.004.103 | 601.775 | 402.328 |
| B. Kurzfristige Aktiva | | | | B. Langfristige Passiva | | | |
| I. Programmvermögen [23] | 1.109.863 | 1.148.177 | -38.314 | I. Langfristige Finanzverbindlichkeiten [32] | 438.430 | 724.748 | -286.318 |
| II. Vorräte [24] | 4.963 | 5.777 | -814 | II. Rückstellungen [31] | 21.252 | 22.330 | -1.078 |
| III. Forderungen und Sonstige kurzfristige Vermögenswerte [25] | 145.807 | 170.945 | -25.138 | III. Übrige Verbindlichkeiten [32] | 131.357 | 138.239 | -6.882 |
| IV. Wertpapiere [26] | 491 | 921 | -430 | | 591.039 | 885.317 | -294.278 |
| V. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten [26] | 294.735 | 61.862 | 232.873 | C. Kurzfristige Passiva | | | |
| | 1.555.859 | 1.387.682 | 168.177 | I. Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten [32] | 135.501 | 2.825 | 132.676 |
| Summe der Aktiva | 2.059.177 | 1.897.856 | 161.321 | II. Rückstellungen [31] | 38.150 | 43.067 | -4.917 |
| | | | | III. Übrige Verbindlichkeiten [32] | 290.384 | 364.872 | -74.488 |
| | | | | | 464.035 | 410.764 | 53.271 |
| | | | | Summe der Passiva | 2.059.177 | 1.897.856 | 161.321 |

| Konzern-Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2004 | | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------------|
| Tsd Euro | 2004 | 2003 |
| Konzernjahresüberschuss | 133.630 | 39.380 |
| Abschreibungen/Zuschreibungen auf Anlage- und Umlaufvermögen | 36.076 | 60.208 |
| Abschreibungen/Zuschreibungen auf Programmvermögen | 949.936 | 983.227 |
| Veränderung der Steuerrückstellungen [inkl. Veränderung aktiver latenter Steuern] | 11.474 | 22.263 |
| Veränderung der sonstigen Rückstellungen | -2.680 | 17.686 |
| Ergebnisse aus der Equity-Bewertung und sonstigen zahlungsunwirksamen Veränderungen aus Finanzanlagen | -14.321 | -12.461 |
| Ergebnis aus dem Verkauf von Programmvermögen | - / - | 6.321 |
| Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen | 680 | -1.285 |
| Cash-flow | 1.114.795 | 1.115.339 |
| Veränderung der Vorräte | 814 | -819 |
| Veränderung der unverzinslichen Forderungen und Sonstiger Vermögenswerte | 18.059 | 12.473 |
| Veränderung der unverzinslichen Verbindlichkeiten | -77.225 | 57.328 |
| Cash-flow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit | 1.056.443 | 1.184.321 |
| Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens | 7.139 | 4.600 |
| Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen | -22.176 | -11.064 |
| Auszahlungen für Anteilserwerb | -282 | -686 |
| Einzahlungen aus Abgängen von Programmvermögen | 4.237 | 17.742 |
| Auszahlungen für Investitionen in das Programmvermögen | -923.400 | -1.108.584 |
| Auswirkungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises und sonstigen Änderungen des Eigenkapitals | 808 | -1.605 |
| Cash-flow aus der Investitionstätigkeit | -933.674 | -1.099.597 |
| Free Cash-flow | 122.769 | 84.724 |
| Dividende | -1.945 | -1.945 |
| Veränderung der verzinslichen Verbindlichkeiten | -168.364 | -88.208 |
| Nettozufluss aus der Kapitalerhöhung | 280.413 | - / - |
| Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit | 110.104 | -90.153 |
| Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds | 232.873 | -5.429 |
| Finanzmittelfonds zum Geschäftsjahresanfang | 61.862 | 67.291 |
| Finanzmittelfonds zum Jahresende | 294.735 | 61.862 |
| | | |
| Im Cash-flow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit sind folgende Ein- und Auszahlungen gemäß IAS 7 enthalten: | | |
| Cash-flow aus Ertragsteuern | -60.906 | 40.192 |
| Cash-flow aus gezahlten Zinsen | -63.513 | -63.406 |
| Cash-flow aus erhaltenen Zinsen | 2.912 | 1.274 |

Eigenkapitalentwicklung der ProSiebenSat.1-Gruppe für 2003

| Tsd Euro | Gezeichnetes Kapital | Kapital-rücklage | Erwirt-schaftetes Konzern-eigenkapital | Kumuliertes übriges Konzerneigenkapital | | Anteile Dritter am Eigenkapital | Konzern-eigenkapital |
|----------------------------------------|----------------------|------------------|----------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|----------------------|
| | | | | Ausgleichs-posten aus der FW-Um-rechnung | Bewertung von Cash-flow-Hedges | | |
| 31. Dezember 2002 | 194.486 | 322.319 | 63.238 | 526 | 228 | -1.717 | 579.080 |
| Gezahlte Dividenden | - / - | - / - | -1.945 | - / - | - / - | - / - | -1.945 |
| Veränderung des Konsolidierungskreises | - / - | - / - | -3.168 | - / - | - / - | - / - | -3.168 |
| Übrige Veränderungen | - / - | - / - | - / - | -760 | -13.154 | 321 | -13.593 |
| Konzernjahresüberschuss | - / - | - / - | 39.380 | - / - | - / - | 2.021 | 41.401 |
| 31. Dezember 2003 | 194.486 | 322.319 | 97.505 | -234 | -12.926 | 625 | 601.775 |

Eigenkapitalentwicklung der ProSiebenSat.1-Gruppe für 2004

| Tsd Euro | Gezeichnetes Kapital | Kapital-rücklage | Erwirt-schaftetes Konzern-eigenkapital | Kumuliertes übriges Konzerneigenkapital | | Anteile Dritter am Eigenkapital | Konzern-eigenkapital |
|--------------------------|----------------------|------------------|----------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------|----------------------|
| | | | | Ausgleichs-posten aus der FW-Um-rechnung | Bewertung von Cash-flow-Hedges | | |
| 31. Dezember 2003 | 194.486 | 322.319 | 97.505 | -234 | -12.926 | 625 | 601.775 |
| Kapitalerhöhung | 24.311 | 256.102 | - / - | - / - | - / - | - / - | 280.413 |
| Gezahlte Dividenden | - / - | - / - | -1.945 | - / - | - / - | - / - | -1.945 |
| Übrige Veränderungen | - / - | - / - | - / - | 99 | -10.578 | 678 | -9.801 |
| Konzernjahresüberschuss | - / - | - / - | 133.630 | - / - | - / - | 31 | 133.661 |
| 31. Dezember 2004 | 218.797 | 578.421 | 229.190 | -135 | -23.504 | 1.334 | 1.004.103 |

Anhang 2004

ProSiebenSat.1-Konzern

Grundlagen und Methoden

[1] Anwendung der International Financial Reporting Standards [IFRS]

Mit der Verabschiedung der Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates zur Anwendung internationaler Rechnungslegungsstandards [EU-Verordnung] durch den Ministerrat der Europäischen Union [EU] am 6. Juni 2002 werden alle kapitalmarktorientierten Unternehmen mit Sitz in der EU verpflichtet, für die Geschäftsjahre, die nach dem 31. Dezember 2004 beginnen, ihren Konzernabschluss nach International Financial Reporting Standards [IFRS] aufzustellen.

Der Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2004 ist nach den zum Bilanzstichtag am 31. Dezember 2004 geltenden International Financial Reporting Standards des International Accounting Standards Board [IASB] erstellt. Alle für das Geschäftsjahr 2004 geltenden Auslegungen und Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee [IFRIC] werden angewendet. Darüber hinaus wurde im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG der neue IAS 1 [„Presentation of Financial Statements“] bereits für das Geschäftsjahr 2004 angewendet. Eine Verpflichtung zur Anwendung des IAS 1 besteht erstmals in der ersten Berichtsperiode eines am 1. Januar 2005 beginnenden Geschäftsjahres.

Mit der Aufstellung des Konzernabschlusses nach IFRS hat der ProSiebenSat.1-Konzern von dem in § 292a HGB vorgesehenen Wahlrecht Gebrauch gemacht, den Konzernabschluss nach international anerkannten Rechnungslegungsgrundsätzen aufzustellen und gleichzei-

tig auf die Aufstellung eines Konzernabschlusses nach deutschen Rechnungslegungsgrundsätzen zu verzichten.

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat bereits die Quartalsabschlüsse des Konzerns zum 31. März 2004, 30. Juni 2004 und 30. September 2004 nach IFRS veröffentlicht. Dabei wurden alle zum 31. Dezember 2004 gültigen International Financial Reporting Standards und Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee angewandt. Durch die Umstellung von den deutschen Rechnungslegungsvorschriften des deutschen Handelsgesetzbuches [HGB] auf die International Financial Reporting Standards ergeben sich Änderungen im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG. Die nach IFRS 1 [„First-time Adoption of International Reporting Standards“] verpflichtend anzugebenden Überleitungsrechnungen des Eigenkapitals und des Periodenergebnisses sind unter den „Sonstigen Erläuterungen“ [Ziffer 38] aufgeführt. Sie zeigen alle Änderungen an, die sich aus den unterschiedlichen Rechnungslegungsvorschriften zwischen IFRS und HGB ergeben. Dort finden sich auch detaillierte Erläuterungen zu den wesentlichen Unterschieden, die sich für die ProSiebenSat.1-Gruppe ergeben.

Die Gewinn- und Verlustrechnung wird seit dem Geschäftsjahr 2004 nach dem Umsatzkostenverfahren dargestellt. Zur Verbesserung der Klarheit und Aussagefähigkeit der Abschlüsse werden in der Bilanz und in der Gewinn- und Verlustrechnung einzelne Posten zusammengefasst und im Anhang gesondert erläutert.

[2] Konsolidierungskreis

Die Anzahl der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich im Geschäftsjahr 2004 wie folgt geändert:

| | Inland | Ausland | Gesamt |
|------------------------------------------|-----------|----------|-----------|
| Einbezogen zum 31.12.2003 | 32 | 2 | 34 |
| Neu gegründete/konsolidierte Unternehmen | 2 | 1 | 3 |
| Fusionierte Unternehmen | -2 | - / - | -2 |
| Einbezogen zum 31.12.2004 | 32 | 3 | 35 |

Der ProSiebenSat.1 Media AG stehen an diesen Gesellschaften unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte zu. Nicht einbezogen wurden zwei [im Vorjahr vier] Tochterunternehmen, die für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des ProSiebenSat.1-Konzerns von untergeordneter Bedeutung sind. Acht [im Vorjahr acht] assoziierte Unternehmen werden nach der Equity-Methode erfasst. Fünf Beteiligungsunternehmen mit einem Kapitalanteil von über 20 Prozent, die für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des ProSiebenSat.1-Konzerns von untergeordneter Bedeutung sind, werden zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert.

Die verbundenen Unternehmen mit Angaben über den Kapitalanteil in Prozent sind auf den Seiten 94 und 95 aufgeführt. Darüber hinaus wird eine Aufstellung des Anteilsbesitzes des ProSiebenSat.1-Konzerns, die die gesetzlich vorgeschriebenen Angaben enthält, beim Handelsregister des Amtsgerichtes München unter der Nummer HRB 124169 eingereicht.

[3] Konsolidierungsgrundsätze

Die in die Konsolidierung einbezogenen Abschlüsse der verbundenen Unternehmen wurden einheitlich nach den bei der ProSiebenSat.1 Media AG geltenden Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden übernommen.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt gemäß IFRS 3 [„Business Combinations“] nach der Erwerbsmethode [„purchase method“] durch Verrechnung der Anschaffungskosten mit dem Fair Value der übernommenen Vermögenswerte, Schulden und Eventualschulden zum Erwerbszeitpunkt. Ein verbleibender aktivischer Unterschiedsbetrag wird als Geschäfts- oder Firmenwert unter den immateriellen Vermögenswerten ausgewiesen. Nach IFRS 3 unterliegen die Geschäfts- und Firmenwerte einem jährlichen Impairment-Test. Ergibt sich ein passivischer Unterschiedsbetrag, wird dieser sofort ergebniswirksam erfasst.

Abschreibungen auf Anteile an Konzerngesellschaften aus Einzelabschlüssen werden im Konzernabschluss rückgängig gemacht.

Beteiligungen an Gesellschaften, deren Geschäftspolitik maßgeblich beeinflusst wird [assoziierte Unternehmen], werden gemäß IAS 28 [„Investments in Associates“] nach der Equity-Methode bewertet, sofern sie für den Konzern nicht von untergeordneter Bedeutung sind. Der Ansatz der Beteiligung an assoziierten Unternehmen erfolgt dabei mit dem Betrag, der dem anteiligen neu bewerteten Eigenkapital des assoziierten Unternehmens entspricht. Ein verbleibender Unterschiedsbetrag zu den Anschaffungskosten der Beteiligung wird entsprechend der Erwerbsmethode behandelt.

Alle übrigen Beteiligungen werden zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert.

Forderungen, Rückstellungen, Verbindlichkeiten, Aufwendungen und Erträge zwischen den einbezogenen Unternehmen sowie Zwischenergebnisse im Umlaufvermögen und Anlagevermögen – soweit wesentlich – werden eliminiert. In Einzelabschlüssen vorgenommene Wertberichtigungen und Abschreibungen auf konzerninterne Forderungen werden zugunsten des konsolidierten Jahresüberschusses zurückgenommen.

[4] Währungsumrechnung

Die Umrechnung des Fremdwährungsabschlusses der SevenOne Media [Schweiz] AG, Zürich/Schweiz, erfolgt gemäß IAS 21 [„The Effects of Changes in Foreign Exchange Rates“] auf der Basis der funktionalen Währung nach der modifizierten Stichtagskursmethode. Da die SevenOne Media [Schweiz] AG ihre Geschäfte in finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht selbstständig betreibt, ist die funktionale Währung hier grundsätzlich identisch mit der Landeswährung der Gesellschaft. Danach wird das Eigenkapital zu historischen Kursen, die übrigen Vermögens- und Schuldpositionen zum Stichtagskurs am Bilanzstichtag umgerechnet. In der Gewinn- und Verlustrechnung werden Aufwendungen und Erträge mit den Jahresdurchschnittskursen umgerechnet. Sämtliche aus der Umrechnung der Fremdwährungsabschlüsse resultierenden Differenzen werden erfolgsneutral im Eigenkapital ausgewiesen.

In den Abschlüssen der einzelnen Konzerngesellschaften werden Fremdwährungsforderungen zum Stichtagskurs und Fremdwährungsverpflichtungen zum Stich-

tags- bzw. Sicherungskurs bewertet. Zum Bilanzstichtag eingetretene Kursgewinne und -verluste werden erfolgswirksam berücksichtigt.

Im Berichtsjahr sind Aufwendungen aus Währungskursdifferenzen in Höhe von 484 Tsd Euro erfolgswirksam erfasst worden.

Folgender Kurs war für die Währungsumrechnung im Konzern maßgebend:

| Wechselkurs: 1 EUR entspricht | Stichtagskurs | | Durchschnittskurs | |
|----------------------------------|---------------|------------|-------------------|------|
| | 31.12.2004 | 31.12.2003 | 2004 | 2003 |
| Schweizer Franken | 1,54 | 1,56 | 1,54 | 1,52 |

[5] Derivative Finanzinstrumente

Um sich gegen Zinsänderungs- und Währungsrisiken abzusichern, setzt die ProSiebenSat.1-Gruppe derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps sowie Devisentermingeschäfte und Devisenoptionen ein. Während Zinsänderungsrisiken durch variabel verzinsliche Verbindlichkeiten entstehen, ergeben sich Währungsrisiken durch Lizenzzahlungen, die in US-Dollar denominated sind.

Gemäß IFRS richtet sich die Bilanzierung derivativer Finanzinstrumente nach IAS 32 [„Financial Instruments: Disclosure and Presentation“] und IAS 39 [„Financial Instruments - Recognition and Measurement“]. Danach sind derivative Finanzinstrumente mit ihrem beizulegenden Zeitwert in der Bilanz anzusetzen, unabhängig davon, zu welchem Zweck oder in welcher Absicht sie abgeschlossen wurden. Der beizulegende Zeitwert von Zinsswaps ist bei erstmaliger Bilanzierung in der Regel Null. In der Folgebewertung werden Zinsswaps mit ihrem Marktwert als Sonstiger Vermögenswert bzw. Sonstige Verbindlichkeit in der Bilanz ausgewiesen. Der beizulegende Zeitwert von Devisentermingeschäften ist ebenfalls bei erstmaliger Bilanzierung Null. In der Folgebewertung werden Devisentermingeschäfte mit ihrem Marktwert als Sonstiger Vermögenswert bzw. Sonstige Verbindlichkeit in der Bilanz ausgewiesen. Gekaufte Devisenoptionen werden erstmalig in Höhe ihrer Optionsprämie als Sonstiger Vermögenswert und nachfolgend mit ihrem Marktwert aktiviert.

Veränderungen des beizulegenden Zeitwertes werden grundsätzlich erfolgswirksam verbucht. Unter bestimmten, eng definierten Voraussetzungen ist die Bildung von Bewertungseinheiten als „Cash-flow-Hedge“ möglich.

Sofern sich eine Sicherungsbeziehung in diesem Sinne als Cash-flow-Hedge qualifiziert, wird der effektive Teil der Marktwertänderung im Eigenkapital verbucht. Der ineffektive Teil wird weiterhin im Periodenergebnis gezeigt. Im Rahmen der Absicherung zukünftiger Lizenzzahlungen gegen Währungsrisiken werden die im Eigenkapital angehäuften Gewinne oder Verluste aus dem Sicherungsinstrument bei Lizenzbeginn, d. h. bei Aktivierung des Grundgeschäfts ausgebucht und erhöhen bzw. vermindern die Anschaffungskosten entsprechend.

Zu Beginn eines Sicherungsgeschäfts ist entsprechend den Anforderungen des IAS 39 eine umfassende Dokumentation des Sicherungszusammenhangs erforderlich, die unter anderem die Risikomanagementstrategie und -ziele beschreibt, die mit der Sicherung verbunden sind. Soweit möglich, werden Grund- und Sicherungsgeschäfte in der ProSiebenSat.1-Gruppe in sogenannte Hedge-Bücher zusammengefasst und gesteuert. In regelmäßigen Abständen wird die Effektivität der Sicherungsbeziehung gemessen. Sollte eine Sicherungsbeziehung nicht oder nicht mehr den Anforderungen des IAS 39 genügen, wird der Cash-flow-Hedge aufgelöst. Die bis dahin im Eigenkapital angehäuften Gewinne oder Verluste werden erst bei Fälligkeit des Grundgeschäfts ausgebucht. Zukünftige Gewinne und Verluste aus dem Sicherungsgeschäft werden im Periodenergebnis gezeigt.

Zum 31. Dezember 2004 wurden in der ProSiebenSat.1-Gruppe keine Fair-Value-Hedges definiert.

[6] Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Umsatzrealisierung

Im ProSiebenSat.1-Konzern werden als Umsatzerlöse im Wesentlichen Werbeerlöse aus dem Verkauf von Fernseh-Werbezeiten erzielt. Im Geschäftsjahr 2004 waren dies, wie bereits im Vorjahr, rund 93 Prozent der erzielten Umsatzerlöse. Bei den Werbeerlösen handelt es sich um Nettoerlöse nach Abzug von Skonti, Agenturprovisionen und Rabatten sowie Umsatzsteuer. Als Umsatzerlöse werden neben den Werbeerlösen Erlöse aus Medienkooperationen sowie aus dem Verkauf von Club-Artikeln, Erlöse aus der Vermarktung von Rechten sowie anderen Merchandisingleistungen, Erlöse aus neuen Medienangeboten wie z. B. aus den Bereichen Teletext, Internet, Mobilfunk sowie Telefonmehrwertdienste und Verkaufserlöse von Programmrechten und Programmnebenrechten ausgewiesen.

Umsatzerlöse gelten als realisiert, wenn die wesentlichen mit dem Eigentum verbundenen Risiken und Verwertungschancen an den Erwerber übergegangen sind, der Betrag des Erlöses zuverlässig bestimmt werden kann, der aus dem Verkauf resultierende Zufluss eines wirtschaftlichen Nutzens wahrscheinlich ist, die mit dem Verkauf verbundenen Kosten zuverlässig bestimmt werden können und die veräußernde Gesellschaft weder Entscheidungsbefugnisse hinsichtlich des verkauften Gegenstands besitzt, wie sie üblicherweise mit dem Eigentum verbunden sind, noch eine andauernde Verfügungsmacht über ihn hat. Im speziellen gelten Fernseh-Werbeerlöse als realisiert, wenn Werbespots gesendet wurden. Erlöse aus Merchandisinglizenz-Verkäufen sind bei Lizenzbeginn für den Kunden in Höhe der vereinbarten Garantiesumme zu realisieren. Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Programmvermögen und Programmnebenrechten gelten als realisiert, wenn die Lizenzzeit für den Erwerber des Programmvermögens begonnen hat und das sendefähige Material an diesen geliefert worden ist.

Umsatzerlöse aus Tauschgeschäften [„barter transactions“] gelten als realisiert, wenn nicht gleichartige Güter oder Dienstleistungen getauscht werden und der Betrag der Erlöse und der Kosten sowie der ökonomische Nutzen eindeutig messbar sind. Umsatzerlöse werden zum Marktwert des Vermögensgegenstandes oder der Dienstleistung bewertet und eventuell um eine zusätzliche Barzahlung angepasst. Bei der ProSiebenSat.1-Gruppe handelt es sich bei Tauschgeschäften ausschließlich um Gegengeschäfte im Rahmen von Werbezeitenvermarktung.

Ertrags- und Aufwandsrealisierung

Die Erfassung von Sonstigen betrieblichen Erträgen erfolgt grundsätzlich dann, wenn die Leistung erbracht, die Höhe der Erträge zuverlässig ermittelbar ist und der wirtschaftliche Nutzen dem Konzern wahrscheinlich zufließen wird.

Betriebliche Aufwendungen werden mit Inanspruchnahme der Leistung bzw. zum Zeitpunkt ihrer Verursachung ergebniswirksam. Zinsen werden als Aufwand der Periode gebucht.

Wertminderung von Vermögenswerten

Liegen Anhaltspunkte für eine gesunkene Werthaltigkeit eines Vermögenswertes vor, so wird dem durch außerplanmäßige Wertminderungen Rechnung getragen. Liegt am Bilanzstichtag der erzielbare Betrag des betreffenden Vermögenswertes unter seinem Buchwert, so ist dieser auf den erzielbaren Betrag abzuschreiben.

Dabei ist der erzielbare Betrag der höhere Wert aus beizulegendem Wert abzüglich Verkaufskosten und dem Barwert der künftigen Zahlungsströme, die durch die fortlaufende Nutzung des Vermögenswertes erwartet werden. Eine Beurteilung des Abwertungsbedarfs erfolgt jährlich bei solchen Vermögenswerten, bei denen eine außerplanmäßige Wertminderung vermutet wird. Soweit die Gründe für eine außerplanmäßige Wertminderung nicht mehr bestehen, werden Zuschreibungen vorgenommen.

Immaterielle Vermögenswerte

Erworbene Vermögenswerte werden gemäß IAS 38 [„Intangible Assets“] aktiviert, wenn die Vermögenswerte einen künftigen Nutzenzufluss erwarten lassen. Sie werden zu Anschaffungskosten bilanziert, vermindert um planmäßige und gegebenenfalls um außerplanmäßige Abschreibungen. Daneben wird selbst erstellte Software aktiviert, die aus Leistungsbeziehungen zwischen den verbundenen Unternehmen der ProSiebenSat.1-Gruppe resultiert und die den Ansatzkriterien des IAS 38 erfüllt. Diese wird zu aktivierungspflichtigen Herstellungskosten bilanziert. Die planmäßigen Abschreibungen werden entsprechend dem Nutzungsverlauf nach der linearen Methode vorgenommen, denen folgende Nutzungsdauern zugrunde liegen:

Erworbene und selbst erstellte Software wird im Regelfall linear über drei bis acht Jahre, Lizenzen und andere Schutzrechte werden linear über zehn Jahre oder abhängig von der Laufzeit der Lizenzverträge abgeschrieben.

Daneben sind im Konzern Firmenwerte aktiviert. Nach IFRS 3 werden Firmenwerte und separierbare immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten wirtschaftlichen Nutzungsdauer nicht abgeschrieben, sondern jährlich auf eine Wertminderung überprüft [sog. Impairment-Only Approach]. Soweit der erzielbare Betrag des Vermögenswertes, der den höheren Wert aus Nettoveräußerungswert und Nutzungswert repräsentiert, den Buchwert unterschreitet, wird eine Wertminderung vorgenommen. Die ProSiebenSat.1-Gruppe wendet den IFRS 3 bereits rückwirkend für das Geschäftsjahr 2003 an.

Sachanlagen

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten bewertet, vermindert um nutzungsbedingte planmäßige sowie gegebenenfalls erforderliche außerplanmäßige Abschreibungen. Geringwertige Anlagegüter werden im Berichtsjahr vollständig abge-

schrieben und als Abgang dargestellt. Die planmäßigen Abschreibungen werden entsprechend dem Nutzungsverlauf nach der linearen Methode vorgenommen, denen folgende Nutzungsdauern zugrunde liegen:

| in Jahren | |
|----------------------------------------------------|------|
| Bauten auf fremden Grundstücken, Ein- und Umbauten | 5-20 |
| Studiotechnische Anlagen | 5 |
| Hardware-Equipment | 3 |
| Betriebs- und Geschäftsausstattung | 3-20 |

Finanzanlagen

Die Anteile an verbundenen, nicht konsolidierten Unternehmen sowie die übrigen Beteiligungen werden zu Anschaffungskosten oder zum niedrigeren Nutzungswert bilanziert.

Die Beteiligungen an assoziierten Unternehmen werden gemäß IAS 28 [„Accounting for Investments in Associates“] nach der Equity-Methode mit ihrem anteiligen Eigenkapital bilanziert.

Wertpapiere und Ausleihungen des Anlagevermögens werden entsprechend ihrer Zugehörigkeit zur jeweiligen Kategorie der finanziellen Vermögenswerte bilanziert. Unverzinsliche oder niedrig verzinsliche Ausleihungen werden demnach mit dem Marktzins für einen vergleichbaren Vermögenswert abgezinst.

Programmvermögen

Das Programmvermögen beinhaltet Spielfilme, Serien, Auftragsproduktionen sowie geleistete Anzahlungen. Spielfilme und Serien werden mit Beginn der vertraglichen Lizenzzeit aktiviert, Auftragsproduktionen werden nach Fertigstellung, die mit der Abnahme erfolgt, als sendefähiges Programmvermögen aktiviert.

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

Bei den zur einmaligen Ausstrahlung vorgesehenen Auftragsproduktionen erfolgt der Werteverzehr in voller Höhe bei Ausstrahlung. Außerplanmäßiger Werteverzehr auf Spielfilme, Serien und Auftragsproduktionen wird dann vorgenommen, wenn erwartet wird, dass die Kosten des Programms voraussichtlich nicht durch die zukünftigen Erlöse gedeckt werden können. Gründe hierfür können veränderte Anforderungen aus dem Werbeumfeld, Anpassung der Programme an die Wün-

sche der Zielgruppen, medienrechtliche Einschränkungen bei der Einsetzbarkeit von Filmen, Auslaufen der Lizenzzeit vor Ausstrahlung oder die Nichtfortsetzung von Auftragsproduktionen sein. Der ausstrahlungsbedingte und außerplanmäßige Werteverzehr wird unter den Herstellungskosten ausgewiesen.

Zuschreibungen auf das Programmvermögen werden vorgenommen, wenn Lizenzprogramme oder Auftragsproduktionen auf Grund außerplanmäßigen Werteverzehrs in der Vergangenheit hinsichtlich des zukünftigen wirtschaftlichen Nutzens zu niedrig bewertet sind. Zuschreibungen werden mit den Herstellungskosten saldiert.

Vorräte

Die Vorräte werden mit Anschaffungs- bzw. aktivierungspflichtigen Herstellungskosten oder zum niedrigeren Nettoveräußerungswert bewertet.

Forderungen und Sonstige Vermögenswerte

Bei der Bewertung der Forderungen und Sonstigen Vermögenswerte ist den erkennbaren Risiken durch Einzel- und Pauschalwertberichtigungen angemessen Rechnung getragen worden.

Latente Steuern

Latente Steuern werden entsprechend IAS 12 [„Income Taxes“] für sämtliche temporäre Differenzen zwischen den steuerlichen und bilanziellen Wertansätzen und auf ergebniswirksame Konsolidierungsmaßnahmen gebildet. Ausgenommen sind steuerlich nicht ansetzbare Firmenwerte. Außerdem werden Steuerminderungsansprüche aktiviert, die sich aus der erwarteten Nutzung bestehender steuerlicher Verlustvorträge in den Folgejahren ergeben. Die aktiven und passiven latenten Steuern werden auf Basis derjenigen Steuersätze berechnet, die nach der aktuellen Rechtslage zum Realisationszeitpunkt gelten werden.

Latente Steueransprüche und Steuerschulden werden saldiert, da diese gegenüber der gleichen Steuerbehörde bestehen und der Anspruch zur Aufrechnung laufender Steuererstattungsansprüche und -verbindlichkeiten rechtlich durchsetzbar ist.

Rückstellungen

Rückstellungen werden für Verpflichtungen gegenüber Dritten gebildet, deren Inanspruchnahme wahrscheinlich ist und deren Höhe zuverlässig schätzbar ist. Die Bewertung der Rückstellungen für drohende Verluste erfolgt im Wesentlichen für Programmvermögen,

dessen Lizenzbeginn nach dem 31. Dezember 2004 liegt und das nach heutiger programmlicher Einschätzung in Zukunft nicht die prognostizierten Marktanteile bzw. Erlöse erwarten lässt. Dabei wurden zur Bewertung der einzelnen Verträge die Qualität, das Alter der Programme, medienrechtlich begründete Einschränkungen der Einsetzbarkeit sowie die strategische Programmplanung herangezogen.

Verbindlichkeiten

Anleiheverbindlichkeiten werden in Höhe des Nominalvolumens abzüglich der Kosten, die im Zusammenhang mit der Emission der Anleihe entstehen, erfasst. Diese Kosten werden entsprechend der Effektivzinsmethode über die Laufzeit der Anleihe verteilt. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten werden zum Nominalvolumen ausgewiesen und die übrigen Verbindlichkeiten werden zum Nennwert bzw. zum höheren Rückzahlungsbetrag ausgewiesen.

Leasing

IAS 17 [„Leases“] definiert Finanzierungsleasing als eine Leasingvereinbarung, bei der im Wesentlichen alle Chancen und Risiken aus dem Eigentum eines Vermögenswertes übertragen werden. Als Operating-Leasing wird jede Leasingvereinbarung definiert, die kein Finanzierungsleasing ist. Nach IFRS haben die Leasingnehmer Finanzierungsleasing-Verhältnisse zu Beginn des Leasingverhältnisses als Vermögenswerte und Schulden in gleicher Höhe in ihrer Bilanz anzusetzen; die Bilanzierung erfolgt entweder in Höhe des beizulegenden Zeitwertes des Leasingobjektes oder mit dem Barwert der Mindestleasingzahlungen, sofern dieser Wert niedriger ist. Als Mindestleasingzahlungen werden nach IFRS diejenigen Zahlungen bezeichnet, die der Leasingnehmer während der Laufzeit des Leasingverhältnisses zu leisten hat, mit Ausnahme von Aufwendungen für Dienstleistungen. Zahlungen bei Ausübung einer als günstig eingestuften Kaufoption werden ebenfalls in den Mindestleasingzahlungen berücksichtigt. Aus einem Finanzierungsleasing entsteht ein Abschreibungsaufwand auf abschreibungsfähige Vermögenswerte sowie ein Finanzierungsaufwand. Die Leasingraten aus einem Operating-Leasing sind in der Gewinn- und Verlustrechnung als Aufwand zu erfassen.

Nach IFRS werden verschiedene von der ProSiebenSat.1-Gruppe abgeschlossene Leasingvereinbarungen als Finanzierungsleasing klassifiziert. Demzufolge werden in der ProSiebenSat.1-Gruppe Leasing-Aktiva und -Passiva in den Positionen Sachanlagen und Sonstige Verbindlichkeiten bilanziell ausgewiesen. Die Abschrei-

bungsmethoden und Nutzungsdauern entsprechen denen vergleichbarer Vermögenswerte.

Verwendung von Schätzungen

Die Erstellung von Abschlüssen in Übereinstimmung mit IFRS erfordert Annahmen und Schätzungen, die Auswirkungen auf ausgewiesene Beträge und Angaben haben, die damit im Zusammenhang stehen. Die Annahmen und Schätzungen beziehen sich im Wesentlichen auf die Bilanzierung und Bewertung von Programmvermögen und Rückstellungen, auf die Abzinsung von langfristigen niedrigverzinslichen Darlehen sowie auf die Realisierbarkeit zukünftiger Steuerentlastungen. Sowohl die Erst- als auch die Folgebewertung von Programmvermögen basiert auf geschätzten Erlöspotenzialen. Diese Erlöspotenziale berücksichtigen die unterschiedliche Einsetzbarkeit des Programmvermögens [siehe hierzu Ziffer 31 „Rückstellungen“]. Obwohl diese Schätzungen entsprechend der gegenwärtigen Ereignisse und Maßnahmen erfolgen, kann es bei den tatsächlichen Ergebnissen zu Abweichungen von diesen Schätzungen kommen. Änderungen werden zum Zeitpunkt einer besseren Kenntnis erfolgswirksam berücksichtigt.

[7] Anpassung im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2003

Im Wesentlichen bedingt durch konzerninterne Umstrukturierungen [Verschmelzung von Gesellschaften sowie Betriebsübergänge] hat die ProSiebenSat.1-Gruppe Anpassungen in der Gewinn- und Verlustrechnung bei Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten für das Geschäftsjahr 2003 vorgenommen. Die Ausweisänderungen haben keine Auswirkungen auf das operative Ergebnis oder auf den Jahresüberschuss des Geschäftsjahres 2003. Die Anpassungen haben zu folgenden Änderungen geführt:

| in Tsd Euro | 2003 alt | Anpassungen | 2003 angepasst |
|--------------------|-------------------|--------------|-------------------|
| Herstellungskosten | -1.329.575 | -34.889 | -1.364.464 |
| Vertriebskosten | -205.830 | 16.092 | -189.738 |
| Verwaltungskosten | -177.932 | 18.797 | -159.135 |
| Summe | -1.713.337 | - / - | -1.713.337 |

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

[8] Umsatzerlöse

| in Tsd Euro | 2004 | 2003 |
|------------------------|------------------|------------------|
| Klassische Werbeerlöse | 1.750.949 | 1.733.802 |
| Gegengeschäfte | 14.569 | 16.397 |
| Sonstige Umsatzerlöse | 69.064 | 56.923 |
| Summe | 1.834.582 | 1.807.122 |

Die Umsatzerlöse im ProSiebenSat.1-Konzern in Höhe von 1.834.582 Tsd Euro betreffen im Wesentlichen Werbeerlöse und werden fast vollständig in der Bundesrepublik Deutschland erzielt.

Die Umsatzerlöse im Konzern sind um 27.460 Tsd Euro oder zwei Prozent von 1.807.122 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2003 auf 1.835.582 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2004 gestiegen. Der Anstieg ist auf die erhöhte Werbenachfrage auf dem deutschen Fernsehmarkt im Geschäftsjahr 2004 zurückzuführen. Insgesamt stiegen die klassischen Werbeerlöse des Konzerns um 17.147 Tsd Euro von 1.733.802 Tsd Euro auf 1.750.949 Tsd Euro. Dies entspricht einem Anstieg von einem Prozent.

[9] Herstellungskosten

Die Herstellungskosten setzen sich im Wesentlichen aus dem Werteverzehr des Programmvermögens sowie den Aufwendungen für Lizenzen, Sendegebühren und Materialien zusammen, wobei sich der Werteverzehr des Programmvermögens wie folgt aufteilt:

| in Tsd Euro | 2004 | 2003 |
|-----------------------------------------------------|----------------|------------------|
| Planmäßiger Werteverzehr des Programmvermögens | 892.346 | 921.137 |
| Außerplanmäßiger Werteverzehr des Programmvermögens | 57.589 | 62.082 |
| Zuführung zur Drohverlustrückstellung | 7.617 | 22.677 |
| Summe | 957.552 | 1.005.896 |

Insgesamt sind die Herstellungskosten um 98.999 Tsd Euro von 1.364.464 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2003 auf 1.265.465 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2004 zurückgegangen. Im Wesentlichen hat hier der deutliche Rückgang des Werteverzehrs beigetragen. Zudem ergaben sich deutliche Einsparungen im Bereich der Pro-

duktionskosten. Des Weiteren sind in 2003 außerplanmäßige Kosten enthalten, die im Zusammenhang mit der Neuverhandlung des EM.TV Junior-Vertrags entstanden sind.

[10] Vertriebskosten

Unter den Vertriebskosten werden im Wesentlichen Übertragungskosten, Sendegebühren, sowie Werbeaufwendungen ausgewiesen. Die Vertriebskosten sind im Vergleich zum Vorjahr um 5.753 Tsd Euro von 189.738 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2003 auf 183.985 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2004 gesunken. Der Rückgang ist fast ausschließlich auf geringere Werbeaufwendungen zurückzuführen.

[11] Verwaltungskosten

Unter dieser Position werden alle Kosten des allgemeinen Verwaltungsbereichs ausgewiesen. Darunter fallen u. a. Personalaufwendungen, Aufwendungen des IT-Bereichs und der Rechtsabteilung sowie Miet- und Leasingaufwendungen. Die Verwaltungskosten sind von 159.135 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2003 auf 127.417 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2004 gesunken. Der Rückgang in Höhe von 31.718 Tsd Euro resultiert im Wesentlichen aus einer deutlichen Verringerung der Personalkosten. Darüber hinaus sind im Geschäftsjahr 2003 einmalige Kosten in Höhe von 10,8 Mio Euro für Restrukturierungsaufwendungen enthalten.

[12] Sonstige betriebliche Erträge

Die Sonstigen betrieblichen Erträge gingen um 8.512 Tsd Euro oder 23 Prozent von 36.996 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2003 auf 28.484 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2004 zurück. Im Wesentlichen werden hier Erträge aus der Auflösung von Rückstellungen, weiterbelastete Kosten sowie Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen ausgewiesen.

[13] Beteiligungsergebnis

| in Tsd Euro | 2004 | 2003 |
|--------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| Erträge aus Beteiligungen | 51 | 52 |
| Ergebnis aus Beteiligungen an assoziierten Unternehmen | 5.098 | 6.488 |
| Summe | 5.149 | 6.540 |

Das Beteiligungsergebnis beträgt im abgelaufenen Geschäftsjahr 2004 5.149 Tsd Euro. Im entsprechenden

Vergleichszeitraum wurde ein Ergebnis von 6.540 Tsd Euro ausgewiesen, was einem Rückgang von 1.391 Tsd Euro entspricht.

[14] Zinsergebnis

| in Tsd Euro | 2004 | 2003 |
|--------------------------------------|----------------|----------------|
| Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge | 3.543 | 4.770 |
| Zinsen und ähnliche Aufwendungen | -61.371 | -75.605 |
| Summe | -57.828 | -70.835 |

Das Zinsergebnis hat sich auf minus 57.828 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2004 nach minus 70.835 Tsd Euro im Vorjahr verbessert.

Der Zinsaufwand ist von 75.605 Tsd Euro auf 61.371 Tsd Euro gesunken. Der Rückgang in Höhe von 14.234 Tsd Euro ist auf die Reduzierung der Verschuldung der ProSiebenSat.1-Gruppe durch die Umsetzung eines Refinanzierungskonzepts zurückzuführen.

Größter Einzelposten bei den Zinserträgen sind die Zinserträge aus Festgeldern in Höhe von 2.967 Tsd Euro. Wesentliche Positionen bei den Zinsaufwendungen sind die Zinsen für die begebenen Anleihen, für Finanzierungsleasing und für in Anspruch genommene Darlehen.

[15] Sonstiges finanzielles Ergebnis

| in Tsd Euro | 2004 | 2003 |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens | 7.754 | 6.737 |
| Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens | -1.021 | -1.890 |
| Summe | 6.733 | 4.847 |

Die Erträge aus anderen Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens sind im abgelaufenen Geschäftsjahr auf 7.754 Tsd Euro nach 6.737 Tsd Euro im Jahr 2003 gestiegen. Darin enthalten sind hauptsächlich die Zinserträge aus dem Gesellschafterdarlehen an die Euvia Media AG & Co. KG.

[16] Sonstige Finanzierungsaufwendungen

Als Sonstige Finanzierungsaufwendungen werden ausschließlich Kosten resultierend aus der Aufnahme der Finanzverbindlichkeiten ausgewiesen.

[17] Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Als Ertragsteuern werden die gezahlten oder geschuldeten Steuern auf Einkommen und Ertrag sowie die latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen.

Die Ertragsteuern setzen sich wie folgt zusammen:

| in Tsd Euro | 2004 | 2003 |
|-----------------------------------|---------------|---------------|
| Laufende Ertragsteueraufwendungen | 70.119 | 9.391 |
| Latenter Steueraufwand | 13.738 | 10.316 |
| Summe | 83.857 | 19.707 |

Der Anstieg der laufenden Steuern ist im Wesentlichen auf die verbesserte Ertragslage zurückzuführen. Es ergaben sich im Berichtsjahr weder Steuern im Zusammenhang mit außerordentlichen Posten, noch sind im Ertragsteueraufwand Aufwendungen und Erträge enthalten, die aus Änderungen von Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden resultieren.

Die latente Steuer wurde auf der Basis der in Deutschland geltenden Steuersätze ermittelt. Hierbei wurde ein Steuersatz von 38 Prozent [im Vorjahr 39,3 Prozent] angewandt, der sich aus dem Körperschaftsteuersatz von 25 Prozent [im Vorjahr 26,5 Prozent], dem Solidaritätszuschlag in Höhe von 5,5 Prozent und einem durchschnittlichen Gewerbesteuer-Hebesatz von 380 Prozent zusammensetzt. Der höhere Mischsteuersatz für 2003 resultiert aus dem einmalig nach dem Flutopfersolidaritätsgesetz anzuwendenden Körperschaftsteuersatz in Höhe von 26,5 Prozent. Die Steuersätze für die ausländischen Gesellschaften liegen zwischen 24 Prozent und 25 Prozent.

Der Unterschied zwischen erwartetem Steueraufwand und tatsächlichem Steueraufwand lässt sich wie folgt überleiten:

| in Tsd Euro | 2004 | 2003 |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|
| Konzerngewinn vor Steuern | 217.518 | 61.108 |
| Anzuwendender gesetzlicher Steuersatz | 38,00% | 39,33% |
| Erwarteter Steueraufwand | 82.657 | 24.034 |
| Steuersatzabweichungen | | |
| Auswirkungen von Steuersatzänderungen | - / - | -565 |
| Effekt aus Steuersatzdifferenzen ausländischer Steuerhoheiten | -1.545 | -1.580 |
| Equity-Bewertung | -2.104 | -1.080 |
| Steuereffekte aus Abweichungen in der steuerlichen Bemessungsgrundlage | | |
| Abschreibungen eines steuerlich nicht absetzbaren Goodwills | - / - | 540 |
| Permanente Differenzen | 3.953 | 3.418 |
| Sonstige steuerfreie Erträge | -19 | -232 |
| Ansatz und Bewertung aktiver latenter Steuern | | |
| Wertberichtigung auf aktive latente Steuern | 39 | -658 |
| Aperiodische Effekte | | |
| Laufende und latente Steuern Vorjahre [z.T. aus Betriebsprüfungen] | 761 | -3.720 |
| Sonstiges | 115 | -450 |
| Tatsächlicher Gesamtsteueraufwand | 83.857 | 19.707 |

Zum 31. Dezember 2004 steht noch ein Körperschaftsteuerguthaben für Ausschüttungen von 31,8 Mio Euro zur Verfügung.

Den Steuerabgrenzungen sind folgende Bilanzpositionen zuzuordnen:

| in Tsd Euro | 2004 | | 2003 | |
|----------------------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| | aktiv | passiv | aktiv | passiv |
| Immaterielle Vermögenswerte | 4.692 | 824 | 4.940 | - / - |
| Sachanlagen | 8 | 48.130 | 8.960 | 59.490 |
| Finanzanlagen | 23.340 | 8.369 | 19.569 | 7.673 |
| Vorräte, Sonstige Vermögenswerte | 1.744 | 5.974 | 4.971 | 2.836 |
| Programmvermögen | 2.330 | 3.902 | 2.268 | - / - |
| Rückstellungen | 10.334 | 414 | 13.112 | 3.547 |
| Verbindlichkeiten | 61.977 | 5.034 | 60.740 | 618 |
| Verlustvorträge | 4.587 | - / - | 7.844 | 4.627 |
| Saldierung | -72.647 | -72.647 | -78.791 | -78.791 |
| Summe | 36.365 | - / - | 43.613 | - / - |

Die aktive latente Steuer auf steuerliche Verlustvorträge hat sich im Vergleich zum Vorjahr um 3.257 Tsd Euro vermindert. Die Minderung ist im Wesentlichen auf die weitere Nutzung von Verlustvorträgen, insbesondere bei der ProSiebenSat.1 Media AG, zurückzuführen.

Sicherheitsabschläge auf aktive latente Steuern werden vorgenommen, wenn hinsichtlich der Nutzbarkeit in der Zukunft Unsicherheiten bestehen. Insgesamt wurden zum 31. Dezember 2004 Abwertungen auf steuerliche Verlustvorträge in Höhe von 12.263 Tsd Euro nach 12.438 Tsd Euro im Vorjahr vorgenommen.

Die im Eigenkapital erfolgsneutral gebuchten aktiven latenten Steuern in Höhe von 14.406 Tsd Euro nach 7.922 Tsd Euro im Vorjahr betreffen insbesondere Währungsderivate.

[18] Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie ist gemäß IAS 33 [Earnings per Share] aus dem Konzernüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter und der Zahl der im Jahresdurchschnitt im Umlauf befindlichen Aktien ermittelt.

| | 2004 | 2003 |
|----------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| Konzernüberschuss nach Anteilen Dritter Tsd Euro | 133.630 | 39.380 |
| Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien | 210.959.292 | 194.486.400 |
| Ergebnisanteil der Stammaktien Tsd Euro | 65.760 | 18.718 |
| Ergebnisanteil der Vorzugsaktien Tsd Euro | 67.870 | 20.662 |
| Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Stammaktien | 105.479.646 | 97.243.200 |
| Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Vorzugsaktien | 105.479.646 | 97.243.200 |
| Unverwässertes [=verwässertes] Ergebnis je Stammaktie Euro | 0,62 | 0,19 |
| Unverwässertes [=verwässertes] Ergebnis je Vorzugsaktie Euro | 0,64 | 0,21 |

Bei der Berechnung des Ergebnisses je Vorzugsaktie wird der Vorabgewinn [Mehrdividende] von 0,02 Euro je Vorzugsaktie berücksichtigt. Das verwässerte Ergebnis je Aktie entspricht dem unverwässerten Ergebnis je Aktie. Verwässerungseffekte ergaben sich weder im abgelaufenen Geschäftsjahr noch in der Vergleichsperiode.

[19] Sonstige Angaben

Personalaufwand

In den Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sind folgende Personalaufwendungen enthalten:

| in Tsd Euro | 2004 | 2003 |
|----------------------------------------------------|----------------|----------------|
| Löhne und Gehälter | 173.864 | 184.222 |
| Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung | 26.739 | 28.327 |
| Summe | 200.603 | 212.549 |

Der Personalaufwand ist im Vorjahresvergleich um sechs Prozent von 212.549 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2003 auf 200.603 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2004 zurückgegangen. Diese Kostensenkung begründet sich durch den Rückgang der Mitarbeiterzahlen. Hier spiegeln sich die Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und Kostensenkung des Konzerns wider.

Im Durchschnitt des Geschäftsjahres waren im Konzern beschäftigt:

| | 2004 | 2003 |
|----------------------------|--------------|--------------|
| Angestellte | 2.699 | 2.899 |
| Volontäre und Praktikanten | 219 | 223 |
| Summe | 2.918 | 3.122 |

Die Teilzeitstellen wurden jeweils vollzeitäquivalent berücksichtigt.

Abschreibungen

In den Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sind folgende Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen sowie auf Umlaufvermögen enthalten:

| in Tsd Euro | 2004 | 2003 |
|----------------------------------------------------------------|---------------|---------------|
| Planmäßige Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte | 5.895 | 6.912 |
| Planmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen | 27.649 | 33.509 |
| Außerplanmäßige Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte | 1.511 | - / - |
| Außerplanmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen | - / - | 422 |
| Abschreibungen auf Umlaufvermögen | - / - | 17.098 |
| Summe | 35.055 | 57.941 |

Die Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte des Anlagevermögens und auf Sachanlagen sind von 40.843 Tsd Euro in der Vorperiode auf 35.055 Tsd Euro in der Berichtsperiode 2004 gesunken. Das entspricht einem Rückgang von 5.788 Tsd Euro oder 14 Prozent.

Die außerplanmäßigen Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 1.511 Tsd Euro betreffen mehrere nicht mehr nutzungsfähige Lizenzrechte und Software.

Die Abschreibungen auf Umlaufvermögen in Höhe von 17.098 Tsd Euro im Geschäftsjahr 2003 sind im Zusammenhang mit der Neuverhandlung des EM-TV Junior-Vertrags entstanden.

Erläuterungen zur Bilanz

[20] Immaterielle Vermögenswerte

| | Gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte | Geschäfts- oder Firmenwerte | Geleistete Anzahlungen | Summe |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|----------------|
| in Tsd Euro | | | | |
| Anschaffungskosten | | | | |
| Anfangsbestand 01.01.2004 | 43.153 | 126.655 | 654 | 170.462 |
| Zugänge | 8.426 | - / - | 1.480 | 9.906 |
| Umbuchungen | 38 | - / - | -94 | -56 |
| Abgänge | 2.591 | - / - | 1 | 2.592 |
| Endbestand 31.12.2004 | 49.026 | 126.655 | 2.039 | 177.720 |
| Abschreibungen | | | | |
| Anfangsbestand 01.01.2004 | 24.569 | 85.310 | - / - | 109.879 |
| Zugänge *) | 7.406 | - / - | - / - | 7.406 |
| Abgänge | 2.484 | - / - | - / - | 2.484 |
| Endbestand 31.12.2004 | 29.491 | 85.310 | - / - | 114.801 |
| Buchwert 31.12.2004 | 19.535 | 41.345 | 2.039 | 62.919 |
| Buchwert 31.12.2003 | 18.584 | 41.345 | 654 | 60.583 |
| *) davon werden außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 1.506 Tsd Euro in den Vertriebskosten und 5 Tsd Euro in den Verwaltungskosten ausgewiesen | | | | |

Die immateriellen Vermögenswerte enthalten Software, gewerbliche Schutzrechte, Firmenwerte und geleistete Anzahlungen auf immaterielle Vermögenswerte. Die Abschreibungen werden in der Gewinn- und Verlustrechnung in den Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten ausgewiesen. Die ausgewiesenen Firmenwerte in Höhe von 41.345 Tsd Euro betreffen im Wesentlichen einen durch die Erstkonsolidierung im Geschäftsjahr 1995 von Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH entstandenen Goodwill in Höhe von 26.087 Tsd Euro und einen Goodwill resultierend aus dem Einzelabschluss der SevenOne Intermedia Betriebs GmbH in Höhe von 14.725 Tsd Euro.

Der Wert der immateriellen Vermögenswerte ist um 2.336 Tsd Euro von 60.583 Tsd Euro am 31. Dezember 2003 auf 62.919 Tsd Euro am 31. Dezember 2004 gestiegen.

[21] Sachanlagen

| in Tsd Euro | Bauten auf fremden Grundstücken | Technische Anlagen und Maschinen | Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsaus- stattung | Geleistete Anzahlungen | Summe |
|------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------|---------------------------|----------------|
| Anschaffungskosten | | | | | |
| Anfangsbestand 01.01.2004 | 306.764 | 120.463 | 63.510 | 3.192 | 493.929 |
| Kursdifferenzen | - / - | 3 | 4 | - / - | 7 |
| Zugänge | 1.469 | 9.290 | 1.212 | 292 | 12.263 |
| Umbuchungen | 508 | 1.000 | - / - | -1.452 | 56 |
| Abgänge | 3.000 | 8.083 | 1.127 | 25 | 12.235 |
| Endbestand 31.12.2004 | 305.741 | 122.673 | 63.599 | 2.007 | 494.020 |
| Abschreibungen | | | | | |
| Anfangsbestand 01.01.2004 | 83.732 | 101.175 | 50.383 | - / - | 235.290 |
| Kursdifferenzen | - / - | 3 | 2 | - / - | 5 |
| Zugänge | 9.333 | 15.160 | 3.156 | - / - | 27.649 |
| Abgänge | 2.455 | 7.999 | 1.008 | - / - | 11.462 |
| Endbestand 31.12.2004 | 90.610 | 108.339 | 52.533 | - / - | 251.482 |
| Buchwert 31.12.2004 | 215.131 | 14.334 | 11.066 | 2.007 | 242.538 |
| Buchwert 31.12.2003 | 223.032 | 19.288 | 13.127 | 3.192 | 258.639 |

Der Wert der Sachanlagen sank von 258.639 Tsd Euro am 31. Dezember 2003 auf 242.538 Tsd Euro am 31. Dezember 2004. Der Rückgang in Höhe von 16.101 Tsd Euro ist im Wesentlichen auf die im Verhältnis zu den Abschreibungen geringere Investitionen in das Sachanlagevermögen zurückzuführen.

Der Zinsaufwand und die Abschreibungen des Geschäftsjahres 2004 auf Finanzierungsleasing belaufen sich auf 7.369 Tsd Euro [im Vorjahr: 8.100 Tsd Euro] bzw. 6.381 Tsd Euro [im Vorjahr: 7.764 Tsd Euro].

Im Sachanlagevermögen sind geleaste Immobilien in Höhe von 126.659 Tsd Euro [im Vorjahr: 128.891 Tsd Euro] enthalten, die wegen der Ausgestaltung ihrer vertraglichen Leasingvereinbarungen nach IAS 17 dem Finanzierungsleasing zuzuordnen und demzufolge dem Konzern als wirtschaftlichem Eigentümer zuzurechnen sind. Die zugrunde liegenden Leasingverträge betreffen Grundstücke und Gebäude am Standort Unterföhring. Sie haben jeweils eine Laufzeit von 22 Jahren und enden frühestens im Jahre 2019, wobei die Zinskonversionszeitpunkte [Ende der Zinsbindungsfrist] früher eintreten können. Die Immobilienleasingverträge sind zu marktüblichen Konditionen abgeschlossen worden. Im Vorjahr waren im Sachanlagevermögen geleaste Technische Anlagen und Maschinen in Höhe von 4.149 Tsd Euro enthalten, die ebenfalls nach IAS 17 dem Finanzierungsleasing zuzuordnen und demzufolge dem Konzern als wirtschaftlichem Eigentümer zuzurechnen waren. Der entsprechende Leasingvertrag hatte eine Laufzeit bis zum 30. September 2004.

Die Mindestleasingzahlungen setzen sich wie folgt zusammen:

| in Tsd Euro | fällig im Folgejahr | fällig im 2. bis 5. Jahr | fällig nach dem 5. Jahr | Gesamt 31.12.2004 | Gesamt 31.12.2003 |
|----------------------------------------|------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------|----------------------|
| Sachanlagevermögen | | | | | |
| Mindestleasingzahlungen | 9.749 | 38.997 | 101.915 | 150.661 | 167.596 |
| Zinsanteil der Mindestleasingzahlungen | 6.815 | 25.304 | 44.969 | 77.088 | 84.340 |
| Barwert der Mindestleasingzahlungen | 2.934 | 13.693 | 56.946 | 73.573 | 83.256 |
| Technische Anlagen | | | | | |
| Mindestleasingzahlungen | - / - | - / - | - / - | - / - | 4.640 |
| Zinsanteil der Mindestleasingzahlungen | - / - | - / - | - / - | - / - | 117 |
| Barwert der Mindestleasingzahlungen | - / - | - / - | - / - | - / - | 4.523 |

[22] Finanzanlagen

| in Tsd Euro | Anteile an verbundenen Unternehmen | Anteile an assoziierten Unternehmen | Übrige Beteiligungen | Ausleihungen an Beteili- gungen | Wertpapiere | Sonstige Ausleihungen | Summe |
|------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------|--------------|--------------------------|----------------|
| Anschaffungskosten | | | | | | | |
| Anfangsbestand 01.01.2004 | 135 | 71.988 | 3.576 | 78.482 | 9 | 1.129 | 155.319 |
| Zugänge | - / - | 8.558 | - / - | 5.763 | - / - | 282 | 14.603 |
| Abgänge | 47 | 1.499 | 260 | 5.258 | - / - | 26 | 7.090 |
| Endbestand 31.12.2004 | 88 | 79.047 | 3.316 | 78.987 | 9 | 1.385 | 162.832 |
| Abschreibungen | | | | | | | |
| Anfangsbestand 01.01.2004 | - / - | 5.144 | 3.242 | 756 | - / - | 450 | 9.592 |
| Zugänge | - / - | - / - | - / - | - / - | - / - | 877 | 877 |
| Abgänge | - / - | - / - | 157 | - / - | - / - | - / - | 157 |
| Endbestand 31.12.2004 | - / - | 5.144 | 3.085 | 756 | - / - | 1.327 | 10.312 |
| Buchwert 31.12.2004 | 88 | 73.903 | 231 | 78.231 | 9 | 58 | 152.520 |
| Buchwert 31.12.2003 | 135 | 66.844 | 334 | 77.726 | 9 | 679 | 145.727 |

Die Anteile an verbundenen Unternehmen betreffen die Merchandising Prag spol. s.r.o., Prag/Tschechien und die PM&S Software GmbH, Minsk/Weißrussland.

Die Anteile an assoziierten Unternehmen setzen sich wie folgt zusammen:

| in Tsd Euro | 31.12.2004 | 31.12.2003 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|
| Euvia Media AG & Co. KG [Konzern] | 70.519 | 63.983 |
| Sat.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft mbH | 2.457 | 2.041 |
| wetter.com AG | 706 | 603 |
| VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH | 189 | 189 |
| Euvia Media Verwaltungs AG | 32 | 28 |
| Summe | 73.903 | 66.844 |

Die folgenden Angaben beziehen sich auf den Konzernabschluss der Euvia Media AG & Co. KG zum 31. Dezember 2004.

| Euvia Media AG & Co. KG - Konzern | | |
|----------------------------------------------|-------------------|-------------------|
| in Tsd Euro | 31.12.2004 | 31.12.2003 |
| Bilanzsumme | 213.339 | 181.644 |
| Schulden | 118.317 | 105.457 |
| Umsatzerlöse | 102.429 | 92.292 |
| Jahresüberschuss | 13.504 | 9.908 |

Die Ausleihungen an Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht in Höhe von 78.231 Tsd Euro bestehen fast ausschließlich gegen die Euvia Media AG & Co. KG. Das niedrigverzinsliche Darlehen von ursprünglich 112.000 Tsd Euro wurde nach IFRS abgezinst.

[23] Programmvermögen

| in Tsd Euro | 31.12.2004 | 31.12.2003 |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| Lizenzen | 732.590 | 749.183 |
| Auftragsproduktionen | 377.273 | 398.994 |
| Summe | 1.109.863 | 1.148.177 |

Das Programmvermögen sank von 1.148.177 Tsd Euro am 31. Dezember 2003 auf 1.109.863 Tsd Euro am 31. Dezember 2004. Der Rückgang in Höhe von 38.314 Tsd Euro ist im Wesentlichen auf geringere Investitionen in Lizenzen im abgelaufenen Geschäftsjahr und auf Kosteneinsparungen im Bereich der Auftragsproduktionen zurückzuführen.

Außerplanmäßiger Werteverzehr inklusive der Zuführungen zur Drohverlustrückstellung auf das Programmvermögen wurde im Berichtsjahr in Höhe von 65.206 Tsd Euro [im Vorjahr 84.759 Tsd Euro] im Konzern vorgenommen.

[24] Vorräte

| in Tsd Euro | 31.12.2004 | 31.12.2003 |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe | 195 | 227 |
| Unfertige Erzeugnisse und Leistungen | 90 | - / - |
| Fertige Erzeugnisse und Waren | 4.678 | 5.550 |
| Summe | 4.963 | 5.777 |

[25] Forderungen und Sonstige Vermögenswerte

| in Tsd Euro | 31.12.2004 | 31.12.2003 |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Forderungen aus Lieferungen und Leistungen | 108.203 | 118.148 |
| [davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr] | [1.471] | [1.453] |
| Forderungen gegen verbundene Unternehmen | - / - | 66 |
| [davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr] | - / - | - / - |
| Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht | 24.348 | 25.014 |
| [davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr] | [3.880] | - / - |
| Sonstige Vermögenswerte | 22.232 | 29.329 |
| [davon mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr] | [3.625] | [159] |
| Summe | 154.783 | 172.557 |
| [davon langfristig] | [8.976] | [1.612] |
| [davon kurzfristig] | [145.807] | [170.945] |

Die Forderungen und Sonstigen Vermögenswerte gingen um 17.774 Tsd Euro oder zehn Prozent von 172.557 Tsd Euro am Geschäftsjahresanfang auf 154.783 Tsd Euro am Geschäftsjahresende zurück. Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen zum 31. Dezember 2004 in Höhe von 108.203 Tsd Euro sanken im Vergleich zum Vorjahreswert um 9.945 Tsd Euro.

Die im Vorjahr ausgewiesenen Forderungen gegen verbundene Unternehmen des ProSiebenSat.1-Konzerns in Höhe von 66 Tsd Euro resultierten ausschließlich aus Forderungen gegen die SevenX Filmverleih GmbH.

Die Forderungen gegen Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht, betreffen fast ausschließlich die VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH, Berlin, IP Multimedia [Schweiz] AG, Zürich/Schweiz und die Sat.1 Schweiz AG, Zürich/Schweiz.

Die Sonstigen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

| in Tsd Euro | 31.12.2004 | 31.12.2003 |
|----------------------------|---------------|---------------|
| Geleistete Vorauszahlungen | 9.632 | 12.893 |
| Rechnungsabgrenzungsposten | 7.697 | 5.132 |
| Steuerforderungen | 1.383 | 519 |
| Derivate | 574 | 4.717 |
| Übrige | 2.946 | 6.068 |
| Summe | 22.232 | 29.329 |

[26] Wertpapiere und Flüssige Mittel

Bei den Wertpapieren des Umlaufvermögens handelt es sich um kurzfristige Anlagen.

Die Flüssigen Mittel umfassen Kassenbestände und Guthaben bei Kreditinstituten mit einer Fälligkeit von bis zu drei Monaten.

[27] Eigenkapital

Das Eigenkapital stieg um 402.328 Tsd Euro oder 67 Prozent von 601.775 Tsd Euro am Geschäftsjahresanfang auf 1.004.103 Tsd Euro am Geschäftsjahresende. Grund für den Anstieg ist die zum 6. April 2004 durchgeführte Kapitalerhöhung und die verbesserte Ertragslage der ProSiebenSat.1-Gruppe im abgelaufenen Geschäftsjahr.

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. Durch die Kapitalerhöhung ist das Gezeichnete Kapital von 194.486 Tsd Euro um 24.311 Tsd Euro durch Ausgabe von 12.155.400 neuen auf den Namen lautenden Stammaktien als Stückaktien und 12.155.400 neuen auf den Inhaber lautenden Vorzugsaktien ohne Stimmrecht als Stückaktien auf 218.797 Tsd Euro gestiegen. Zum 31. Dezember 2003 betrug die Zahl der ausgegebenen Aktien somit 194.486.400 und zum 31. Dezember 2004 auf Grund der durchgeführten Kapitalerhöhung im abgelaufenen Geschäftsjahr 218.797.200.

Die Kapitalrücklage beträgt 578.421 Tsd Euro nach 322.319 Tsd Euro zum 31. Dezember 2003. Der Anstieg um 256.102 Tsd Euro begründet sich im Agio aus der Kapitalerhöhung in Höhe von 257.869 Tsd Euro und der mit den Kapitalrücklagen erfolgsneutral verrechneten Transaktionskosten aus der Kapitalerhöhung in Höhe von 1.767 Tsd Euro. Die Transaktionskosten beinhalten Kosten aus der Kapitalerhöhung in Höhe von 2.850 Tsd Euro und damit verrechnete tatsächliche Ertragsteuern in Höhe von 1.083 Tsd Euro. Die Kapitalrücklage enthält neben dem oben beschriebenen Agio aus der Kapitalerhöhung 2004 und den damit verrechneten Transaktionskosten das Agio aus der Ausgabe von Aktien im Geschäftsjahr 1997.

Das erwirtschaftete Konzerneigenkapital in Höhe von 229.190 Tsd Euro beinhaltet die Gewinnrücklagen [88.818 Tsd Euro], den Gewinnvortrag [8.687 Tsd Euro] und das Ergebnis der abgelaufenen Periode [133.630 Tsd Euro] abzüglich der im Geschäftsjahr ausgezahlten Dividende [1.945 Tsd Euro].

Die Gewinnrücklagen im Konzern der ProSiebenSat.1 Media AG beinhalten ausschließlich andere Gewinnrücklagen.

Im kumulierten übrigen Konzerneigenkapital der ProSiebenSat.1 Media AG sind die Effekte aus der erfolgsneutralen Bewertung von Finanzinstrumenten und aus der Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen enthalten.

[28] Gewinnverwendung

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde auf Grund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 7. Mai 2004 aus dem Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media AG des Geschäftsjahres 2003 in Höhe von 34.098 Tsd Euro eine Ausschüttung in Höhe von 1.945 Tsd Euro an die Vorzugsaktionäre vorgenommen. Dies entspricht einer Ausschüttung von 0,02 Euro je Inhaber-Vorzugsaktie. Nach dem Aktiengesetz bemisst sich die an die Aktionäre ausschüttbare Dividende nach dem im Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG ausgewiesenen Bilanzgewinn. Der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media AG sieht vor, den Bilanzgewinn des Geschäftsjahres 2004 in Höhe von 118.145 Tsd Euro wie folgt zu verwenden:

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Euro | |
| Ausschüttung einer Dividende von 0,30 Euro je Inhaber-Vorzugsaktie | 32.819.580,00 |
| Ausschüttung einer Dividende von 0,28 Euro je auf den Namen lautende Stammaktie | 30.631.608,00 |
| Vortrag auf neue Rechnung | 54.694.239,10 |
| Bilanzgewinn | 118.145.427,10 |

[29] Genehmigtes Kapital

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 16. Juni 2003 wurde der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 15. Juni 2008 gegen Bareinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 97.243.200,00 Euro durch Ausgabe neuer auf den Namen lautende Stammaktien und neuer auf den Inhaber lautende Vorzugsaktien in dem Verhältnis, in welchem beide Aktiegattungen zum Zeitpunkt der jeweiligen Ausgabe zueinander stehen, und mit Gewinnanteilsberechtigung ab Beginn des Geschäftsjahres ihrer Ausgabe zu erhöhen. Nach der Ausübung des genehmigten Kapitals durch die am 6. April 2004 eingetragene Kapitalerhöhung konnte der Vorstand, vorbehaltlich der Zustimmung des Aufsichtsrats, das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 15. Juni 2008 gegen Bareinlagen einmalig oder mehrmals noch insgesamt bis zu 72.932.400,00 Euro durch Ausgabe neuer Aktien nach Maßgabe des vorstehend beschriebenen Beschlusses erhöhen.

Um auf die Anforderungen der Gesellschaft und des Kapitalmarkts auch in Zukunft flexibel reagieren zu können, wurde der Vorstand mit einstimmigem Beschluss auf der Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG vom 7. Mai 2004 und mit Zustimmung des Aufsichtsrats unter Aufhebung des bisherigen genehmigten Kapitals ermächtigt, das Grundkapital bis zum 6. Mai 2009 gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 97.243.200,00 Euro durch Ausgabe von bis zu 97.243.200 Stückaktien mit Gewinnberechtigung ab Beginn des Geschäftsjahres ihrer Ausgabe zu erhöhen. Die Ermächtigung umfasst auch die Befugnis, neue Vorzugsaktien auszugeben, die den früher ausgegebenen Vorzugsaktien bei der Verteilung des Gewinns oder des Gesellschaftsvermögens vorgehen oder gleichstehen.

[30] Kapitalerhöhung

Aufgrund der Ermächtigung gemäß § 4a der Satzung der ProSiebenSat.1 Media hat der Vorstand am 5. April 2004

mit Zustimmung des Aufsichtsrats vom 5. April 2004 beschlossen, das Grundkapital von 194.486.400,00 Euro um 24.310.800,00 Euro auf 218.797.200,00 Euro durch Ausgabe von 12.155.400 neuen auf den Namen lautenden Stammaktien ohne Nennwert [Stückaktien] und von 12.155.400 auf den Inhaber lautende Vorzugsaktien ohne Stimmrecht und Nennwert [Stückaktien] mit voller Gewinnanteilsberechtigung ab dem 1. Januar 2004 gegen Bareinlagen zu erhöhen. Da nach § 4a Abs. 2 der Satzung der Gesellschaft das Bezugsrecht der Inhaber von Aktien einer Gattung auf Aktien der anderen Gattung ausgeschlossen ist [sogenannter ‚gekreuzter Bezugsrechtsausschluss‘], halten die Stammaktionäre ausschließlich Bezugsrechte auf neue Stammaktien und die Vorzugsaktionäre ausschließlich Bezugsrechte auf neue Vorzugsaktien.

8.750.000 der neuen Stammaktien sind am 6. April 2004 von der P7S1 Holding L.P., Georgetown/Cayman Islands, im Verhältnis 8:1 zum Preis von 11,60 Euro je neuer Stammaktie aufgrund der ihr und ihren Gesellschaftern zustehenden Bezugsrechte direkt übernommen worden. 3.405.400 der neuen Stammaktien sind am 6. April 2004 von den Konsortialbanken auf Grund des Übernahmevertrags vom 6. April 2004 mit der Verpflichtung übernommen worden, sie der verbleibenden Stammaktionärin, der SAT.1 Beteiligungs GmbH, im Verhältnis 8:1 zum Preis von 11,60 Euro je neuer Stammaktie zum Bezug anzubieten. Die P7S1 Holding war auf Grund vertraglicher Verpflichtungen der SAT.1 Beteiligungs GmbH berechtigt, deren gesamte Bezugsrechte für insgesamt 3.405.400 neue Stammaktien zu erwerben. Die P7S1 Holding hat diese Bezugsrechte im Rahmen der bestehenden vertraglichen Vereinbarungen erworben und anschließend ausgeübt.

15.371 der neuen Vorzugsaktien sind am 6. April 2004 von den P7S1 Holding L.P. im Verhältnis 8:1 zum Preis von 11,60 Euro je neuer Vorzugsaktie auf Grund der ihr zustehenden Bezugsrechte direkt übernommen worden. 12.140.029 der neuen Vorzugsaktien sind am 6. April 2004 von den Konsortialbanken auf Grund des Übernahmevertrags vom 6. April 2004 den Vorzugsaktionären der ProSiebenSat.1 Media AG [mit Aufnahme der P7S1 Holding L.P.] im Verhältnis 8:1 zum Preis von 11,60 Euro je neuer Vorzugsaktie angeboten worden.

Die Eintragung der Durchführung der Kapitalerhöhung in das Handelsregister des Amtsgerichts München ist hinsichtlich aller vorbezeichneten neuen Stammaktien und neuen Vorzugsaktien am 6. April 2004 erfolgt.

[31] Rückstellungen

Die Rückstellungen beinhalten langfristige Rückstellungen in Höhe von 21.252 Tsd Euro [im Vorjahr 22.330 Tsd Euro], die in voller Höhe den Drohverlustrückstellungen zuzuordnen sind und kurzfristige Rückstellungen in Höhe von 38.150 Tsd Euro [im Vorjahr 43.067 Tsd Euro].

| in Tsd Euro | Stand 01.01.2004 | Kurs- differenzen | Zuführung | Verbrauch | Auflösung | Stand 31.12.2004 |
|--------------------------------|---------------------|----------------------|---------------|---------------|--------------|---------------------|
| Steuerrückstellungen | 23.065 | 27 | 17.786 | 11.137 | 2.450 | 27.291 |
| Drohverlustrückstellungen | 34.476 | - / - | 7.401 | 10.345 | 4.339 | 27.193 |
| Übrige sonstige Rückstellungen | 7.856 | 1 | 3.215 | 4.934 | 1.220 | 4.918 |
| Summe | 65.397 | 28 | 28.402 | 26.416 | 8.009 | 59.402 |

Die Rückstellungen reduzierten sich insgesamt um 5.995 Tsd Euro von 65.397 Tsd Euro am 31. Dezember 2003 auf 59.402 Tsd Euro am 31. Dezember 2004. Der Rückgang resultiert fast ausschließlich aus einer Reduzierung der Drohverlustrückstellungen und dem Verbrauch der Rückstellungen für Restrukturierungen. Demgegenüber steht ein Anstieg der Steuerrückstellungen um 4.226 Tsd Euro, der auf die deutlich verbesserte Ertragslage der ProSiebenSat.1-Gruppe zurückzuführen ist. Bei den Steuerrückstellungen handelt es sich im Wesentlichen um Rückstellungen für Körperschaftsteuer und Gewerbeertragsteuer.

Die Rückstellung für Drohverluste betrifft im Wesentlichen Programmvermögen, dessen Lizenzbeginn nach dem 31. Dezember 2004 liegt und das nach heutiger programmlicher Einschätzung in Zukunft nicht die prognostizierten Marktanteile bzw. Erlöse erwarten lässt.

Die Übrigen sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

| in Tsd Euro | Stand 01.01.2004 | Kurs- differenzen | Zuführung | Verbrauch | Auflösung | Stand 31.12.2004 |
|---------------------------------------------------|---------------------|----------------------|--------------|--------------|--------------|---------------------|
| Rückstellungen aus dem laufenden Geschäftsbetrieb | 2.730 | - / - | 2.383 | 2.197 | 437 | 2.479 |
| Prozesskostenrückstellung | 2.443 | 1 | 211 | 638 | 773 | 1.244 |
| Rückstellung für Restrukturierung | 2.468 | - / - | 350 | 2.037 | 1 | 780 |
| Übrige Sonstige Rückstellungen | 215 | - / - | 271 | 62 | 9 | 415 |
| Summe | 7.856 | 1 | 3.215 | 4.934 | 1.220 | 4.918 |

[32] Verbindlichkeiten

| in Tsd Euro | Restlaufzeit bis 1 Jahr | Restlaufzeit über 1 bis 5 Jahre | Restlaufzeit über 5 Jahre | Gesamt 31.12.2004 |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|------------------------------|----------------------|
| Anleihen | 128.053 | 379.483 | - / - | 507.536 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | 7.448 | 10.921 | 48.026 | 66.395 |
| Summe Finanzverbindlichkeiten | 135.501 | 390.404 | 48.026 | 573.931 |
| Erhaltene Anzahlungen | 1.955 | - / - | - / - | 1.955 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 166.964 | 10.262 | - / - | 177.226 |
| Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen | 12 | - / - | - / - | 12 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht | 426 | - / - | - / - | 426 |
| Sonstige Verbindlichkeiten | 121.027 | 13.759 | 107.336 | 242.122 |
| Summe Übrige Verbindlichkeiten | 290.384 | 24.021 | 107.336 | 421.741 |
| Summe | 425.885 | 414.425 | 155.362 | 995.672 |
| [davon durch Grundpfandrechte gesichert] | | | | [66.395] |

| in Tsd Euro | Restlaufzeit bis 1 Jahr | Restlaufzeit über 1 bis 5 Jahre | Restlaufzeit über 5 Jahre | Gesamt 31.12.2003 |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------|------------------------------|----------------------|
| Anleihen | - / - | 464.745 | 189.590 | 654.335 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | 2.825 | 16.168 | 54.245 | 73.238 |
| Summe Finanzverbindlichkeiten | 2.825 | 480.913 | 243.835 | 727.573 |
| Erhaltene Anzahlungen | 224 | - / - | - / - | 224 |
| Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen | 225.973 | 14.275 | - / - | 240.248 |
| Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen | 5 | - / - | - / - | 5 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht | 718 | - / - | - / - | 718 |
| Sonstige Verbindlichkeiten | 137.952 | 12.885 | 111.079 | 261.916 |
| Summe Übrige Verbindlichkeiten | 364.872 | 27.160 | 111.079 | 503.111 |
| Summe | 367.697 | 508.073 | 354.914 | 1.230.684 |
| [davon durch Grundpfandrechte gesichert] | | | | [72.771] |

Finanzverbindlichkeiten

Die Finanzverbindlichkeiten enthalten alle verzinslichen Verpflichtungen, soweit sie nicht zu den Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing zählen. Zum 31. Dezember 2004 hatte die ProSiebenSat.1-Gruppe Finanzverbindlichkeiten in Höhe von insgesamt 574 Mio Euro. Hiervon entfielen 136 Mio Euro auf kurzfristige Verbindlichkeiten mit Laufzeit von weniger als einem Jahr und 438 Mio Euro auf langfristige Verbindlichkeiten. Daneben verfügte die ProSiebenSat.1-Gruppe zum 31. Dezember 2004 unter ihrem Konsortialkredit über einen ungenutzten Kreditrahmen von 325 Mio Euro. Die Finanzverbindlichkeiten setzen sich im Wesentlichen wie folgt zusammen:

325 Mio Euro syndizierte Kreditfazilität

Der per 31. Dezember 2004 nicht in Anspruch genommene 325 Mio Euro-Konsortialkredit ist eine revolving-Betriebsmittellinie, unter der ein Bankenkonsortium der ProSiebenSat.1 Media AG Kredite in einem Gesamtbetrag von derzeit bis zu 325 Mio Euro [bzw. dem entsprechenden Betrag in US-Dollar oder anderen Währungen] zur Verfügung stellt. Ziehungen unter dem Konsortialkredit können nach Wahl der Gesellschaft für verschiedene Laufzeiten bis einen Monat vor dessen Endfälligkeitstag am 30. April 2009 erfolgen und werden variabel auf der Basis von EURIBOR [bzw. bei Ziehungen in anderen Währungen als Euro: LIBOR oder Referenzbankenquotierungen] und einer Marge verzinst. Die Höhe der Marge hängt vom jeweiligen Verhältnis der Nettoverschuldung der ProSiebenSat.1-Gruppe zu deren EBITDA für die jeweils letzten 12 Monate zum jeweiligen Quartalsende ab.

Im Falle einer Änderung der gesellschaftsrechtlichen Kontrolle über die Gesellschaft kann jede Bank für sich, innerhalb einer bestimmten Frist die Beendigung ihrer Beteiligung an dem Konsortialkredit und Rückzahlung des ausstehenden Betrags verlangen. Daneben enthält der Vertrag eine Reihe üblicher Verpflichtungserklärungen, die beispielsweise die Fähigkeit der ProSiebenSat.1-Gruppe betreffen, Sicherheiten an ihren gegenwärtigen oder zukünftigen Vermögenswerten zu gewähren oder wesentliche Vermögenswerte zu veräußern oder Kredite oder Garantien, Freistellungs- oder Haftungserklärungen oder andere Gewährleistungen außerhalb des ordentlichen Geschäftsgangs zu gewähren oder zusätzliche Finanzverbindlichkeiten auf Ebene der Tochtergesellschaften einzugehen.

Der Vertrag verpflichtet die Gesellschaft außerdem, bestimmte Finanzkennzahlen [Verhältnis der konsolidierten Nettoverschuldung zu konsolidiertem EBITDA und Verhältnis des konsolidierten EBITDA zur konsolidierten Netto-Zinsbelastung] einzuhalten.

Der Vertrag enthält darüber hinaus eine Reihe üblicher Kündigungsgründe, etwa für den Fall, dass Finanzverbindlichkeiten der Gesellschaft oder einer ihrer wesentlichen Tochtergesellschaften in einem Mindestbetrag von mehr als 25 Mio Euro vorzeitig kündbar werden. Bei Eintritt und Fortdauer eines Kündigungsgrundes ist der unter dem Kreditvertrag bestellte Agent der Banken zur Kündigung des Kredites verpflichtet, sofern er von Banken, die mindestens 60% des jeweils ausstehenden Kreditbetrages halten, dazu aufgefordert wird. Eine solche Kündigung löst eine Pflicht zur sofortigen Rückzahlung aller ausstehenden Beträge aus.

5,5 % 250 Mio DM Anleihe 1998/2005

Die im März 2005 fällige ‚Anleihe 1998/2005‘ enthält eine Reihe im deutschen Markt üblicher Bestimmungen und beschränkt die Möglichkeit der Gesellschaft, Sicherheiten für andere Kapitalmarktverbindlichkeiten zu bestellen. Darüber hinaus sehen die Anleihebedingungen für den Fall, dass Kreditverbindlichkeiten der Gesellschaft in einem Mindestbetrag von 10,23 Mio Euro vorzeitig rückzahlbar oder kündbar werden oder gegen die Gesellschaft für Forderungen in dieser Höhe aus dinglichen Sicherheiten vorgegangen wird, ein Kündigungsrecht der Anleihegläubiger vor.

5,875 % 40,1 Mio Euro [ursprünglich 400 Mio Euro] Anleihe 2001/2006

Die im März 2006 fällige ‚Anleihe 2001/2006‘ wurde mit einem Nominalvolumen in Höhe von 400 Mio Euro begeben. Nachdem die Gesellschaft im Rahmen der Begebung der im Juli 2009 fälligen Anleihe 2002/2009 einen Teil der Anleihe 2001/2006 erworben und eingezogen hat, betrug der ausstehende Gesamtnennbetrag dieser Anleihe bis zum 31.12.2003 338,1 Mio Euro. Im Rahmen eines Rückkaufangebots, das die Gesellschaft am 6. April 2004 veröffentlicht hat, reduzierte sich der ausstehende Gesamtnennbetrag dieser Anleihe am 19. Mai 2004 auf nun 40,1 Mio Euro. In diesem Zusammenhang wurde der Gesellschaft außerdem das Recht eingeräumt, den noch ausstehenden Gesamtnennbetrag der Anleihe 2001/2006 vor Endfälligkeit zu 100% ihres Nennbetrags zurückzuerwerben. Weitere der ursprünglichen Anleihebedingungen wurden geändert oder sind entfallen.

11,25 % 200 Mio Euro Anleihe 2002/2009

Die im Juli 2009 fällige ‚Anleihe 2002/2009‘ enthält eine Reihe von Bestimmungen, die der Gesellschaft und ihren wesentlichen Tochtergesellschaften den Abschluss bestimmter Rechtsgeschäfte und die Vornahme bestimmter Ausschüttungen unter bestimmten Voraussetzungen untersagen. So ist beispielsweise der in einem Geschäftsjahr als Dividende auf die Vorzugsaktien der Gesellschaft auszahlbare Betrag auf 2 Mio Euro beschränkt, wenn die Gesellschaft bestimmte Verschuldungs- und Ertragsvorgaben nicht erfüllt oder andere Bedingungen nicht erfüllt sind.

Für den Fall einer Änderung der gesellschaftsrechtlichen Kontrolle über die Gesellschaft ist die Gesellschaft verpflichtet, den Inhabern der Anleihe 2002/2009 deren Rückzahlung zu 101 Prozent ihres Nennbetrags zuzüglich bis zur Rückzahlung aufgelaufener Zinsen anzubieten. Auf Grund von Ausnahmeregelungen in den Bestimmungen der Anleihe 2002/2009 findet die Kon-

trollwechselregelung lediglich auf Kontrollwechsel Anwendung, die nach dem Kontrollerwerb durch die P7S1 Holding und die diese zum Zeitpunkt des Kontrollerwerbs kontrollierenden Gesellschaften erfolgen.

Vor der Endfälligkeit der Anleihe 2002/2009 am 31. Juli 2009 kann diese von der Gesellschaft ganz oder teilweise ab 31. Juli 2006 zu 105,625 Prozent ihres Nennbetrags, ab 31. Juli 2007 zu 102,8125 Prozent ihres Nennbetrags und ab 31. Juli 2008 zu 100 Prozent ihres Nennbetrags, jeweils zuzüglich aufgelaufener Zinsen, zurückgezahlt werden. Vor dem 31. Juli 2006 kann die Gesellschaft die Anleihe 2002/2009 ganz oder teilweise lediglich mit einem erheblichen Zuschlag zum Nennbetrag [sog. „Make-whole Amount“] zurückerwerben. Weiterhin sehen die Bestimmungen der Anleihe 2002/2009 bestimmte Kündigungsgründe vor, die deren Inhaber zur Fälligestellung berechtigen bzw., für den Fall bestimmter Insolvenzereignisse, zur sofortigen Fälligkeit der Anleihe 2002/2009 führen. Diese Kündigungsgründe schließen beispielsweise die vorzeitige Fälligkeit von anderen Verbindlichkeiten in Höhe eines Mindestbetrages von 25 Mio Euro infolge einer Vertragsverletzung [„default“] ein.

6,25 % 150 Mio Euro Anleihe 2004/2009

Die im Mai 2009 fällige ‚Anleihe 2004/2009‘ enthält eine Reihe von Bestimmungen, die der Gesellschaft und ihren wesentlichen Tochtergesellschaften den Abschluss bestimmter Rechtsgeschäfte und die Vornahme bestimmter Ausschüttungen unter bestimmten Voraussetzungen untersagen. So ist beispielsweise der in einem Geschäftsjahr als Dividende auf die Vorzugsaktien der Gesellschaft auszahlbare Betrag auf 10 Mio Euro beschränkt, wenn die Gesellschaft bestimmte Verschuldungs- und Ertragsvorgaben nicht erfüllt oder andere Bedingungen nicht erfüllt sind.

Für den Fall einer gleichzeitigen Änderung der gesellschaftsrechtlichen Kontrolle über die Gesellschaft und einer bestimmten Rating-Herabstufung ist die Gesellschaft verpflichtet, den Inhabern der 2004/2009-Anleihe deren Rückzahlung zu 101 Prozent ihres Nennbetrags zuzüglich bis zur Rückzahlung aufgelaufener Zinsen anzubieten.

Vor der Endfälligkeit der Anleihe 2004/2009 am 15. Mai 2009 kann die Gesellschaft die Anleihe 2004/2009 ganz oder teilweise lediglich mit einem erheblichen Zuschlag zum Nennbetrag zurückerwerben.

Weiterhin sehen die Bestimmungen der Anleihe 2004/2009 bestimmte Kündigungsgründe vor, die deren Inhaber zur Fälligestellung berechtigen bzw., für den Fall bestimmter Insolvenzereignisse, zur sofortigen Fälligkeit der Anleihe 2004/2009 führen. Diese Kün-

digungsgründe schließen beispielsweise die vorzeitige Fälligkeit von anderen Verbindlichkeiten in Höhe eines Mindestbetrages von 25 Mio Euro infolge einer Vertragsverletzung [„default“] ein.

| in Tsd Euro | Kupon in % | Nominal- volumen | Buchwert 31.12.2004 | Buchwert 31.12.2003 |
|----------------------|---------------|---------------------|------------------------|------------------------|
| Anleihe 1998/2005 | 5,500 | 127.823 | 128.053 | 127.720 |
| Anleihe 2001/2006 *] | 5,875 | 40.125 | 40.053 | 337.024 |
| Anleihe 2002/2009 | 11,250 | 200.000 | 191.419 | 189.591 |
| Anleihe 2004/2009 | 6,250 | 150.000 | 148.011 | - / - |
| Summe | | | 507.536 | 654.335 |

*) Ursprüngliches Emmissionsvolumen in Höhe von 400.000 Tsd Euro

Unterschiede zwischen Nominalvolumen und Buchwert ergeben sich aus der Bilanzierungsmethode von Anleiheverbindlichkeiten gemäß IFRS. Anleiheverbindlichkeiten werden in Höhe des Nominalvolumens abzüglich der Kosten, die im Zusammenhang mit der Emission der Anleihe entstehen und abzüglich des Ausgabeabschlags bzw. zuzüglich des Ausgabeaufschlags erfasst. Diese Kosten werden entsprechend der Effektivzinsmethode über die Laufzeit der Anleihe verteilt. Der Buchwert der Anleihe 1998/2005 umfasst außerdem eine zusätzlich zum Nominalvolumen fällig werdende Einlöseprovision am Laufzeitende.

Sonstige Verbindlichkeiten

Die Sonstigen Verbindlichkeiten sind wie folgt untergliedert:

| in Tsd Euro | 31.12.2004 | 31.12.2003 |
|------------------------------------------------------------|----------------|----------------|
| Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing | 123.964 | 138.685 |
| [davon langfristig] | [121.030] | [123.567] |
| Verbindlichkeiten aus Derivaten | 38.944 | 20.905 |
| Verbindlichkeiten aus Steuern | 31.624 | 33.938 |
| Verbindlichkeiten aus Anleihezinsen | 18.175 | 30.359 |
| Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit | 5.170 | 4.546 |
| Verbindlichkeiten aus Honoraren und gegenüber Mitarbeitern | 5.024 | 7.879 |
| Verbindlichkeiten aus Urlaubsansprüchen | 4.808 | 4.919 |
| Übrige | 14.413 | 20.685 |
| Summe | 242.122 | 261.916 |

Sonstige Erläuterungen

[33] Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung des Konzerns wird gemäß IAS 7 [„Cash Flow Statements“] erstellt. Sie zeigt, wie sich die flüssigen Mittel durch Mittelzu- und -abflüsse im Laufe des Berichtjahres verändert haben, wobei zwischen Cash-flow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit und aus Investitions- und Finanzierungstätigkeit unterschieden wird. Die Kapitalflussrechnung ist auf Seite 64 dargestellt.

Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds beinhaltet alle in der Bilanz ausgewiesenen flüssigen Mittel und Guthaben bei Kreditinstituten mit einer Restlaufzeit von nicht mehr als drei Monaten.

Im Cash-flow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit sind folgende Ein- und Auszahlungen gemäß IAS 7 enthalten:

| in Tsd Euro | 2004 | 2003 |
|---------------------------------|---------|---------|
| Erhaltene Ausschüttungen | 51 | 52 |
| Cash-flow aus Ertragsteuern | -60.906 | 40.192 |
| Cash-flow aus gezahlten Zinsen | -63.513 | -63.406 |
| Cash-flow aus erhaltenen Zinsen | 2.912 | 1.274 |

Die Wechselkursbedingten Veränderungen der Bilanzpositionen betragen für das Geschäftsjahr 2004 minus 401 Tsd Euro [im Vorjahr 204 Tsd Euro], darin enthalten sind Wechselkursbedingte Änderungen der flüssigen Mittel für das laufende Geschäftsjahr in Höhe von minus 120 Tsd Euro [im Vorjahr 653 Tsd Euro].

[34] Haftungsverhältnisse

| in Tsd Euro | 31.12.2004 | 31.12.2003 |
|------------------------------------|------------|------------|
| Verbindlichkeiten aus Bürgschaften | 8 | 50 |

[35] Sonstige finanzielle Verpflichtungen

| in Tsd Euro | fällig im Folgejahr | fällig im 2. bis 5. Jahr | fällig nach dem 5. Jahr | Summe |
|-----------------------------------------------|---------------------|--------------------------|-------------------------|------------------|
| Programmvermögen | 568.709 | 772.007 | 157.637 | 1.498.353 |
| Nutzungsgebühren | 65.832 | 133.007 | 5 | 198.844 |
| Leasing- und langfristige Mietverpflichtungen | 9.313 | 25.391 | 47.067 | 81.771 |
| Sonstige Verpflichtungen | 61.400 | 17.367 | 1.903 | 80.670 |
| Summe | 705.254 | 947.772 | 206.612 | 1.859.638 |

Neben den Rückstellungen, Verbindlichkeiten und Haftungsverhältnissen bestehen Sonstige finanzielle Verpflichtungen. Diese resultieren aus Vertragsabschlüssen in der Zeit vor dem 31. Dezember 2004 und betreffen Zahlungsverpflichtungen mit einer Fälligkeit nach dem 1. Januar 2005. Die Verträge haben Restlaufzeiten zwischen einem und 19 Jahren.

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

Die Leasing- und langfristigen Mietverpflichtungen aus Operating-Leasing-Verträgen beinhalten im Wesentlichen Kfz-Leasingverpflichtungen und Mietverpflichtungen aus Gebäudemietverträgen. Die Gesamtaufwendungen im Geschäftsjahr 2004 beliefen sich auf 16.780 Tsd Euro [im Vorjahr 18.081 Tsd Euro].

Unter den Sonstigen Verpflichtungen werden im Wesentlichen die GEMA-Gebühren, Honorare und sonstige Dienstleistungen ausgewiesen.

[36] Finanzrisikomanagement

Die ProSiebenSat.1-Gruppe ist verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Die finanzwirtschaftlichen Risiken der ProSiebenSat.1-Gruppe werden zentralisiert in der ProSiebenSat.1 Media AG gesteuert. Ziel des Finanzrisikomanagements ist es, durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente Schwankungen in der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage zu reduzieren, die sich durch Schwankungen der finanzwirtschaftlichen Risikofaktoren ergeben. Derivate Finanzinstrumente werden ausschließlich zur Absicherung bestehender Risikopositionen und nicht zu Spekulationszwecken eingesetzt.

Währungsrisiken

Die ProSiebenSat.1-Gruppe bezieht wesentliche Teile ihres Programmvermögens unmittelbar von Lieferanten, die in US-Dollar fakturieren. Im Gegensatz dazu werden Umsatzerlöse nahezu ausschließlich in Deutschland und damit in Euro erzielt. Durch Schwankungen des EUR/USD-Wechselkurses kann sich die Höhe der in Euro bilanzierten Investitionen in USD-Lizenzprogramme im Vergleich zur ursprünglichen Kalkulation ändern. Zur Absicherung gegen Währungsschwankungen schließt die ProSiebenSat.1-Gruppe Devisentermingeschäfte [sog. Forwards] und Devisenoptionen ab.

| | Jahr der Fälligkeit | | | Nominalbetrag | Marktwert |
|----------------------------------------|---------------------|-----------|---------|-------------------|-------------------|
| | 2005 | 2006-2009 | ab 2010 | zum 31.12.2004 | zum 31.12.2004 |
| | Tsd USD | Tsd USD | Tsd USD | Tsd USD | Tsd Euro |
| Devisentermingeschäfte | 214.797 | 156.300 | - / - | 371.097 | -38.888 |
| [davon innerhalb von Cash-flow-Hedges] | 198.876 | 156.300 | - / - | 355.176 | -37.956 |
| Devisenoptionen | 70.000 | 96.000 | - / - | 166.000 | 517 |
| [davon innerhalb von Cash-flow-Hedges] | 70.000 | 96.000 | - / - | 166.000 | 517 |

Devisentermingeschäfte sind unbedingte vertragliche Vereinbarungen über den Tausch zweier Währungen zu Vertragskonditionen, die bereits bei Geschäftsabschluss festgelegt werden. Hierzu gehören das Nominalvolumen, der Währungskurs und der Fälligkeitszeitpunkt. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat zum 31. Dezember 2004 Devisentermingeschäfte mit einem Nominalvolumen in Höhe von 371 Mio USD im Bestand. Ferner bestehen zum 31. Dezember 2004 Optionsvereinbarungen über den Kauf von USD mit einem Nominalvolumen in Höhe von 166 Mio USD. ProSiebenSat.1 Media AG hat als Käufer einer Devisenoption gegen Zahlung einer Optionsprämie das Recht, aber nicht die Verpflichtung, USD gegen Euro zu erwerben. Auch bei der Devisenoption werden Nominalvolumen, der Währungskurs und der Fälligkeitszeitpunkt bei Geschäftsabschluss festgelegt. Die Marktwerte der Devisentermingeschäfte werden mit der Discounted-Cash-flow-Methode bewertet. Für die Berechnung der Marktwerte der Devisenoptionen wird das Optionspreismodell von Black und Scholes verwendet.

Die Lizenzzahlungen eines abgesicherten USD-Lizenzvertrags und die zugeordneten Sicherungsinstrumente werden in sogenannten Hedge-Büchern zusammen-

gefasst und gesteuert, sofern sich die so definierte Sicherungsbeziehung als Sicherungsgeschäft im Sinne des IAS 39.88 qualifiziert und als Bewertungseinheit angesetzt werden kann [„Hedge Accounting“]. Zum 31. Dezember 2004 bestehen sechs Hedge-Bücher mit einem Gesamtvolumen an offenen Lizenzzahlungen von 744 Mio USD. Im Rahmen des Hedge Accounting wurden per 31. Dezember 2004 38 Mio Euro im Eigenkapital gebucht. Im Geschäftsjahr 2004 sind 8 Mio Euro dem Eigenkapital entnommen und direkt den Anschaffungskosten des zugrundeliegenden Lizenzvertrags zugerechnet worden. Die durchschnittliche Absicherungsquote beträgt zum 31. Dezember 2004 unter Berücksichtigung von internen Limitsystemen 70 Prozent, variiert jedoch zwischen den so definierten Hedge-Büchern und liegt in der Regel zwischen 60 Prozent und 80 Prozent. Für jedes Portfolio wird auf Basis der aktuellen Markteinschätzung und der bestehenden Gesamtrisikoposition eine eigene Sicherungsstrategie abgeleitet. Auf Grundlage eines Limitsystems werden die Hedge-Bücher laufend überwacht und gegebenenfalls offene Positionen geschlossen, um mögliche Verluste zu begrenzen bzw. von günstigen Wechselkursentwicklung zu profitieren.

Zinsrisiken

Die ProSiebenSat.1-Gruppe ist durch ihre Finanzverbindlichkeiten einem Zinsrisiko ausgesetzt. Das Zinsrisiko im Sinne eines Marktwertänderungsrisiko ist nicht relevant, da die Anleihen und Kreditziehungen der ProSiebenSat.1 Media AG zu Anschaffungskosten bilanziert werden und sich eine mögliche Marktwertänderung somit nicht in der Bilanz niederschlägt. Das variable Zinsrisiko ergibt sich auf Grund von Inanspruchnahmen des bestehenden Konsortialkredits. Zum 31. Dezember 2004 wurde der Konsortialkredit nicht in Anspruch genommen.

Die nachfolgende Tabelle gibt Aufschluss über Zinsbindungsfristende und Effektivzinssatz der unterschiedlichen Finanzverbindlichkeiten:

| in Tsd Euro | Zinsbindungsfristende | Effektivzinssatz | Nominalbetrag zum 31.12.2004 |
|-------------------|-----------------------|------------------|------------------------------|
| Anleihe 1998/2005 | 04.03.2005 | 5,65% | 127.823 |
| Anleihe 2001/2006 | 28.03.2006 | 5,90% | 40.125 |
| Anleihe 2002/2009 | 31.07.2009 | 12,29% | 200.000 |
| Anleihe 2004/2009 | 15.05.2009 | 6,50% | 150.000 |
| Baudarlehen | 31.03.2005 | 6,30% | 66.395 |

Auf Grund des geringen Anteils variabel verzinslicher Verbindlichkeiten und damit einhergehend einem vernachlässigbarem variablem Zinsrisiko sind per 31. Dezember 2004 keine derivativen Finanzinstrumente im Zinsbereich eingesetzt worden.

Insolvenzrisiken

Bei sämtlichen Transaktionen ist die ProSiebenSat.1-Gruppe dem Insolvenzrisiko ihrer Vertragspartner ausgesetzt. Um dieses Risiko zu minimieren, ist die ProSiebenSat.1-Gruppe bestrebt, Finanztransaktionen und derivative Rechtsgeschäfte ausschließlich mit Vertragspartnern abzuschließen, die eine erstklassige bis gute Bonität aufweisen. Der Marktwert aller derivativer Finanzinstrumente mit positivem Marktwert beträgt per 31. Dezember 2004 0,6 Mio Euro. Von diesen derivativen Finanzinstrumenten wurden 35 Prozent mit nur einem Vertragspartner abgeschlossen, dessen Bonität die Ratingagentur Moody's mit A3 bewertet.

Liquiditätsrisiken

Im Rahmen des Liquiditätsmanagements stellt die ProSiebenSat.1-Gruppe sicher, dass vor allem auch vor dem Hintergrund der saisonal stark schwankenden Umsatzerlöse zu jeder Zeit ausreichend Liquidität verfügbar ist. Hierfür hat die ProSiebenSat.1 Media AG im Juni

2004 eine neue Rahmenkreditvereinbarung mit mehreren Banken geschlossen, die variabel bis zu einer Höhe von EUR 325 Mio Euro in Anspruch genommen werden kann und eine Laufzeit bis in das Jahr 2009 besitzt.

[37] Segmentberichterstattung

Da der ProSiebenSat.1-Konzern zur Zeit in nur einem Geschäftsfeld mit im Wesentlichen gleichen Risiken und Chancen tätig ist, verzichtet der Konzern auf eine Segmentberichterstattung.

Die Umsatzerlöse des ProSiebenSat.1-Konzerns werden fast vollständig in der Bundesrepublik Deutschland erzielt. Daher wird auf eine geographische Aufteilung nach Märkten verzichtet.

[38] Bilanzierung nach IFRS und Erläuterung der wesentlichen Abweichungen vom deutschen Bilanzrecht

Der Konzernabschluss ist nach IFRS aufgestellt. Die Anwendung dieser Grundsätze führt in bestimmten wesentlichen Aspekten zu Abweichungen von den deutschen Rechnungslegungsvorschriften. Die Auswirkungen einer Anwendung nach IFRS ergeben sich aus den nachfolgenden Tabellen:

| in Mio Euro | 31.12.2002 |
|------------------------------------------------|--------------|
| Eigenkapital nach HGB | 617,4 |
| Abzinsung Euvia-Ausleihung | -51,8 |
| Bilanzierung/Bewertung Derivate | -1,7 |
| Bewertung Rückstellungen und Verbindlichkeiten | -16,8 |
| Bilanzierung/Bewertung Anleihen | 7,8 |
| Leasing | -6,1 |
| Equity-Bewertung Euvia | -4,7 |
| Latente Steuern | 35,9 |
| Sonstige | -0,9 |
| Eigenkapital nach IFRS | 579,1 |

| in Mio Euro | 31.12.2003 |
|------------------------------------------------|--------------|
| Eigenkapital nach HGB | 656,7 |
| Abzinsung Euvia-Ausleihung | -50,6 |
| Bilanzierung/Bewertung Derivate | -29,8 |
| Bewertung Rückstellungen und Verbindlichkeiten | -14,6 |
| Bilanzierung/Bewertung Anleihen | 6,1 |
| Leasing | -5,9 |
| Impairment-Only Approach Goodwill Kabel 1 | 2,9 |
| Latente Steuern | 36,3 |
| Sonstige | 0,7 |
| Eigenkapital nach IFRS | 601,8 |

| in Mio Euro | 2003 |
|-------------------------------------------|-------------|
| Konzernjahresüberschuss nach HGB | 45,0 |
| Bewertung Derivate | -5,9 |
| Equity-Bewertung Euvia | 4,5 |
| Impairment-Only Approach Goodwill Kabel 1 | 2,9 |
| Bilanzierung/Bewertung Anleihen | -1,7 |
| Aufzinsung Darlehen Euvia | 1,2 |
| Latente Steuern | -7,5 |
| Sonstige | 0,9 |
| Konzernjahresüberschuss nach IFRS | 39,4 |

In der Kapitalflussrechnung nach IFRS ergeben sich durch die Bilanzierung nach IFRS Unterschiede zu der nach deutschen Rechnungslegungsvorschriften aufgestellten Kapitalflussrechnung. Die wesentlichen Unterschiede der Kapitalflussrechnungen im Geschäftsjahr 2003 werden hier aufgezeigt, bzgl. der inhaltlichen Erläuterungen wird auf die dann nachfolgenden Absätze zu Unterschieden in den Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsmethoden zwischen IFRS und HGB verwiesen.

Der Cash-flow aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit nach IFRS beträgt 1.184,3 Mio Euro und ist damit um 2,7 Mio Euro geringer als der nach HGB ausgewiesene Cash-flow der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit in Höhe von 1.186,6 Mio Euro. Der Unterschied resultiert im Wesentlichen aus der Bilanzierung von Finanzierungsleasing nach IFRS und der unterschiedlichen Behandlung von Finanzinstrumenten. Der Cash-flow aus der Investitionstätigkeit nach IFRS beträgt minus 1.099,6 Mio Euro, der Cash-flow aus der Investitionstätigkeit nach HGB in Höhe von minus 1.102,5 Mio Euro ist damit um 2,9 Mio Euro geringer als der nach IFRS. Die Differenz resultiert fast ausschließlich aus der unterschiedlichen Behandlung der langfristigen Ausleihung an die Euvia Media AG & Co. KG. Der Cash-flow der Finanzierungstätigkeit nach IFRS in Höhe von minus 90,2 ist um 5,6 Mio Euro höher als der Cash-flow der Finanzierungstätigkeit nach HGB in Höhe von minus 84,6 Mio Euro. Der Unterschied resultiert im Wesentlichen aus der Bilanzierung von Finanzierungsleasing nach IFRS und der unterschiedlichen Behandlung von Fremdkapitalkosten.

Im Folgenden werden die vom deutschen Recht abweichenden Bilanzierungs-, Bewertungs- und Konsolidierungsmethoden nach IFRS gemäß § 292a Abs. 2 Nr. 4b HGB erläutert:

Unternehmenszusammenschlüsse

Nach deutschen Rechnungslegungsvorschriften werden Unternehmenszusammenschlüsse im Allgemeinen nach

der Erwerbsmethode bilanziert. Nach dieser Methode muss ein Erwerber den Kaufpreis auf die Vermögenswerte und Schulden verteilen. Der Überschuss des Kaufpreises über den Zeitwert der erworbenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten wird als Firmenwert erfasst, der im ProSiebenSat.1-Konzern aktiviert und entweder über die geschätzte wirtschaftliche Nutzungsdauer oder über vier Geschäftsjahre linear abgeschrieben wird.

Nach IFRS 3 werden Firmenwerte und separierbare immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten wirtschaftlichen Nutzungsdauer nicht abgeschrieben, sondern jährlich auf eine Wertminderung überprüft [so genannter Impairment-Only Approach]. Die ProSiebenSat.1-Gruppe wendet den IFRS 3 bereits rückwirkend für das Geschäftsjahr 2003 an. Nach HGB werden dagegen Firmenwerte über ihre wirtschaftliche Nutzungsdauer bzw. über vier Jahre planmäßig abgeschrieben.

Leasing

Die Behandlung von Leasingvereinbarungen ist nach deutschen Rechnungslegungsvorschriften nicht vorgegeben. Wie in der deutschen Rechnungslegung üblich, bilanziert die ProSiebenSat.1-Gruppe ihre Leasingvereinbarungen in Übereinstimmung mit den deutschen Steuererlassen.

IFRS definiert Finanzierungsleasing als eine Leasingvereinbarung, bei der im Wesentlichen alle Chancen und Risiken aus dem Eigentum eines Vermögenswertes übertragen werden. Als Operating-Leasing wird jede Leasingvereinbarung definiert, die kein Finanzierungsleasing ist. Nach IFRS haben die Leasingnehmer Finanzierungsleasing-Verhältnisse als Vermögenswerte und Schulden in gleicher Höhe in ihrer Bilanz anzusetzen; die Bilanzierung erfolgt entweder in Höhe des zu Beginn des Leasingverhältnisses beizulegenden Zeitwertes des Leasingobjektes oder mit dem Barwert der Mindestleasingzahlungen, sofern dieser Wert niedriger ist. Aus Finanzierungsleasing entsteht ein Abschreibungsaufwand auf abschreibungsfähige Vermögenswerte sowie ein Finanzierungsaufwand. Die Leasingraten aus Operating Leasing sind in der Gewinn- und Verlustrechnung als Aufwand zu erfassen. Im Unterschied zur Behandlung von Leasingvereinbarungen nach HGB, wonach die Leasingobjekte in Einklang mit den Anforderungen deutscher Steuererlasse nicht bilanziert wurden, werden bei Rechnungslegung nach IFRS verschiedene der bestehenden Leasingvereinbarungen als Finanzierungsleasing klassifiziert. Demzufolge wurden in der ProSiebenSat.1-Gruppe Leasing-Aktiva und -Passiva in den Positionen Sachanlagen und Sonstige Ver-

bindlichkeiten bilanziell ausgewiesen. Infolge einer solchen Behandlung als Finanzierungsleasing nach IFRS kam es auch zu einer unterschiedlichen Behandlung und Ausweis des Leasingaufwands aus diesen Vereinbarungen in der Gewinn- und Verlustrechnung.

Langfristige Ausleihungen

Niedrig verzinsliche, langfristige Forderungen und Verbindlichkeiten werden nach deutschen Rechnungslegungsvorschriften abgezinst, sofern nicht der Niedrigverzinslichkeit andere wirtschaftliche Vorteile bzw. Nachteile unmittelbar gegenüberstehen.

Nach IFRS sind unverzinsliche oder niedrig verzinsliche finanzielle Vermögenswerte bei der erstmaligen Erfassung mit dem Marktzins für einen vergleichbaren Vermögenswert abzuzinsen, sofern der Abzinsungseffekt wesentlich ist. Wirtschaftliche Vorteile, die der Unverzinslichkeit oder der Niedrigverzinslichkeit gegenüberstehen, sind nur dann als Vermögenswerte in der Bilanz auszuweisen, soweit sie die Ansatzvoraussetzungen eines Vermögenswertes erfüllen. Die Gesellschaft hat im Jahr 2001 an Euvia Media AG & Co. KG ein niedrigverzinsliches Darlehen von ursprünglich 112 Mio Euro vergeben. Nach IFRS dürfen Vorteile bei der Bewertung des niedrigverzinslichen Darlehens an Euvia Media im Gegensatz zu den Vorschriften in HGB nicht beachtet werden. Insofern wurde das Darlehen an Euvia Media AG & Co. KG nach IFRS mit einem Zinssatz in Höhe von acht Prozent abgezinst.

Fremdkapitalbeschaffungskosten

Nach deutschen Rechnungslegungsvorschriften stellen Kosten, die im Zusammenhang mit der Aufnahme von Fremdkapital [z. B. Anleihen, Kredite] stehen, sofortigen Aufwand der jeweiligen Periode dar. Nach IFRS werden diese Kosten aufwandswirksam über die Laufzeit des Fremdkapitalinstruments verteilt.

Sonstige Rückstellungen

Nach deutschen Rechnungslegungsvorschriften sind für ungewisse Verbindlichkeiten und drohende Verluste aus schwebenden Geschäften Rückstellungen zu bilden. Solche Rückstellungen sind auch für interne Kosten zulässig, z. B. für die in den ersten drei Monaten des Folgejahres anfallenden Instandhaltungskosten und andere definierte Aufwandsrückstellungen. Nach IFRS werden Rückstellungen gebildet, wenn eine laufende externe Verpflichtung besteht, zur Erfüllung dieser Verpflichtung ein Mittelabfluss wahrscheinlich und eine zuverlässige Schätzung der Verpflichtung möglich ist. Rückstellungen werden nach bestmöglicher Schätzung

gebildet und - wenn langfristig - auf den Barwert abgezinst, sofern der Abzinsungseffekt wesentlich ist. Der Saldierungsbereich der laufenden externen Verpflichtung mit damit direkt oder indirekt zusammenhängenden Erträgen kann nach IFRS von dem Saldierungsbereich nach HGB abweichen.

Latente Steuern

Nach deutschen Rechnungslegungsvorschriften müssen latente Steuern für Differenzen zwischen der konsolidierten Gewinn- und Verlustrechnung und der steuerlichen Ergebnisrechnung gebildet werden, wenn diese Differenzen sich in Zukunft ausgleichen werden. Nach IFRS sind latente Steuerguthaben und -verbindlichkeiten für temporäre Unterschiede zwischen dem Bilanzansatz eines Vermögenswertes oder einer Verbindlichkeit und der steuerlichen Bemessungsgrundlage zu erfassen, mit Ausnahme von Firmenwerten [es sei denn, die Abschreibung ist steuerlich abzugsfähig] und bestimmten Transaktionen, die sich nicht auf den steuerlichen oder bilanziellen Gewinn auswirken. Außerdem sind nach IFRS aktive latente Steuern auf steuerliche Verlustvorträge zu bilanzieren, sofern die Nutzung der steuerlichen Verlustvorträge wahrscheinlich ist. Die unterschiedlichen Bilanzansätze von latenten Steuern in der ProSiebenSat.1-Gruppe sind im Wesentlichen auf die Aktivierung von latenten Steuern aufgrund von Unterschieden zwischen IFRS sowie deutschen Steuerbilanzen sowie auf Grund von steuerlichen Verlustvorträgen zurückzuführen.

Finanzinstrumente

Nach deutschen Rechnungslegungsvorschriften werden derivative Finanzinstrumente als schwebende Geschäfte nur in der Bilanz erfasst, wenn ihre Bewertung zum Bilanzstichtag auf einen drohenden Verlust schließen lässt und sie nicht einer Bewertungseinheit zugeordnet werden können. Nicht realisierte Gewinne dürfen auf Grund des Realisationsprinzips nicht in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen werden. Nach IFRS richtet sich die Bilanzierung von Finanzinstrumenten nach IAS 32/39. Danach sind Derivate mit ihrem beizulegenden Zeitwert in der Bilanz anzusetzen. Veränderungen des Zeitwertes werden grundsätzlich erfolgswirksam verbucht. Unter bestimmten, eng definierten Voraussetzungen ist die Bildung von Bewertungseinheiten möglich. In diesen Fällen kommt es regelmäßig zu einer erfolgsneutralen Folgebewertung der Derivate. Die ProSiebenSat.1-Gruppe sichert sich gegen Zinsänderungs- und Währungsrisiken ab.

[39] Vorstand und Aufsichtsrat

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG sind auf Seite 96 und 97 dieses Berichtes aufgeführt.

Die Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG stehen neben ihrer Organfunktion auch in vertraglicher Beziehung zu der Gesellschaft. Die Verträge der ProSiebenSat.1 Media AG mit ihren Vorstandsmitgliedern haben eine maximale Laufzeit von fünf Jahren. In ihnen sind die Rechte und Pflichten der Vorstandsmitglieder festgelegt, unter anderem auch ihre Vergütung. Das gegenwärtige Vergütungssystem der Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG weist fixe und erfolgsbezogene Bestandteile auf. Im Einzelnen handelt es sich um folgende Komponenten:

- Ein fixes Basisgehalt, das sich am Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds orientiert.
- Eine erfolgsabhängige variable Vergütung in Form eines Jahresbonus, der vom Aufsichtsrat jeweils nach Feststellung des Jahresabschlusses festgelegt wird.
- Die Gesellschaft wird zusätzlich einen Incentiveplan mit langfristiger Anreizwirkung einführen, der unter dem Vorbehalt der Zustimmung der Hauptversammlung steht. Die Einzelheiten einer Teilnahme der Vorstandsmitglieder stehen im Ermessen des Aufsichtsrats.

Das Vergütungssystem ist so ausgerichtet, dass die Vergütung der Vorstandsmitglieder im Verhältnis zu ihrem Tätigkeits- und Verantwortungsbereich sowie im Drittvergleich – auch international – angemessen ist. Es stellt die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens durch Anreiz und Motivation für internationale Spitzenführungskräfte sicher.

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

Die Aufwendungen für die Bezüge der aktiven Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG betragen im Berichtsjahr 3.670 Tsd Euro [im Vorjahr 2.554 Tsd Euro]. Für ausgeschiedene Vorstandsmitglieder betragen die Aufwendungen im Geschäftsjahr 2004 1.013 Tsd Euro. In den Vorstandsbezügen ist insgesamt ein variabler Bestandteil in Höhe von 1.732 Tsd Euro enthalten.

Aufwendungen für den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Berichtsjahr in Höhe von 261 Tsd Euro [im Vorjahr 215 Tsd Euro] angefallen. Die Aufsichtsratsmitglieder erhalten laut Satzung der ProSiebenSat.1

Media AG eine variable Vergütung von 1 Tsd Euro für je einen Cent über drei Cent Dividende der Stammaktionäre. In den Aufwendungen für den Aufsichtsrat in Höhe von 261 Tsd Euro ist kein variabler Bestandteil enthalten, da für das Geschäftsjahr 2003 keine Dividende an die Stammaktionäre ausgeschüttet wurde. Nachfolgend die individualisierte Aufstellung der Vergütungen für aktuelle und ausgeschiedene Aufsichtsratsmitglieder:

Aktuelle Aufsichtsratsmitglieder

| Saban, Haim | 33 Tsd Euro |
|-----------------------|-------------|
| Chesnoff, Adam | 39 Tsd Euro |
| Ball, Anthony F.E. | 10 Tsd Euro |
| Connaughton, John P. | 24 Tsd Euro |
| Dobron jr., Albert J. | 11 Tsd Euro |
| Döpfner, Dr. Mathias | 17 Tsd Euro |
| Dyke, Greg | 10 Tsd Euro |
| Healy, Patrick J. | 17 Tsd Euro |
| Kreiz, Ynon | 3 Tsd Euro |
| Lawry, Seth W. | 24 Tsd Euro |
| Nienhaus, Christian | 10 Tsd Euro |
| Pagliuca, Stephen G. | 10 Tsd Euro |
| Powers, Brian M. | 10 Tsd Euro |
| Rattner, Steven | 11 Tsd Euro |
| Sperling, Scott | 10 Tsd Euro |

Ausgeschiedene Aufsichtsratsmitglieder

| Hartmann, Wolfgang | 5 Tsd Euro |
|----------------------------|-------------|
| Jaffé, Dr. Michael | 12 Tsd Euro |
| Meyer-Burckhardt, Hubertus | 5 Tsd Euro |

Vergütungen und Vorteile für persönliche erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Geschäftsjahr 2004 nicht gewährt. Die aktuellen Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten zum Stichtag 31. Dezember 2004 insgesamt 8.000 Stück Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Grundkapital von 0,00366 Prozent. Bei Berücksichtigung der in diesem Jahr ausgeschiedenen Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder beträgt der prozentuale Anteil am Grundkapital 0,0123 Prozent.

[40] 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 Dezember 2004 eine Entsprechenserklärung abgegeben und im Internet [www.prosiebensat1.com] dauerhaft zugänglich gemacht.

[41] Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen

Neben den in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen steht die ProSiebenSat.1 Media AG unmittelbar oder mittelbar in Ausübung der normalen Geschäftstätigkeit mit verbundenen, nicht konsolidierten Unternehmen und assoziierten Unternehmen in Beziehung. Im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit wurden sämtliche Liefer- und Leistungsbeziehungen, die mit den nicht in den Konsolidierungskreis einbezogenen Unternehmen geschlossen wurden, zu marktüblichen Bedingungen und Konditionen durchgeführt, wie sie auch mit konzernfremden Dritten üblich sind. Sämtliche nahe stehenden Unternehmen nach IAS 24 [„Related Party Disclosures“], die von der ProSiebenSat.1 Media AG beherrscht werden oder auf die vom Konzern ein maßgeblicher Einfluss ausgeübt werden kann, sind in der Anteilsbesitzliste auf den Seiten 94 und 95 mit Angaben zum Beteiligungsanteil verzeichnet. Die Aufstellung ist beim Handelsregister des Amtsgerichtes München unter der Nummer HRB 124169 hinterlegt.

Die Ehefrau von Vorstandsmitglied Peter Christmann erbrachte im Geschäftsjahr 2004 Leistungen in Höhe von 125 Tsd Euro für verschiedene Unternehmen der ProSiebenSat.1-Gruppe. Bei den Leistungen handelt es sich um Moderatoren-Training und Moderatoren-Coaching. Die Verträge wurden zu marktüblichen Konditionen abgeschlossen. Zum Bilanzstichtag 31. Dezember 2004 bestanden aus oben genannten Leistungen Ausstände in Höhe von 15 Tsd Euro. Weitere berichtspflichtige Geschäftsvorfälle nach IAS 24 mit nahestehenden Personen und Unternehmen wurden im Geschäftsjahr 2004 nicht abgeschlossen.

Nach § 15a Wertpapierhandelsgesetz [WpHG] 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 2004 wurden der ProSiebenSat.1 Media AG insgesamt vier Geschäfte gemeldet, bei der Mitglieder des Vorstands und deren Angehörige insgesamt 12.500 Aktien der ProSiebenSat.1 Me-

dia AG erworben haben. Diese Geschäfte hat die ProSiebenSat.1 Media AG jeweils unverzüglich nach §15a WpHG auf ihrer Internetseite www.prosiebensat1.com bekannt gemacht. Eine vollständige Liste mit allen Details zu den gemeldeten Geschäften ist verfügbar in der Datenbank der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungen, Bereich Wertpapieraufsicht, www.bafin.de.

[42] Konzernzugehörigkeit

Unmittelbares Mutterunternehmen des Konzerns der ProSiebenSat.1 Media AG ist die P7S1 Holding L.P., Georgetown/Cayman Islands.

Nach §21 ff. des Wertpapierhandelsgesetzes [WpHG] sind börsennotierte Gesellschaften dazu verpflichtet, der Öffentlichkeit genaue Angaben über die Zusammensetzung der Aktionärskreise zur Verfügung zu stellen. Diese Publizitätsregelungen dienen dazu, die Transparenz im Wertpapierhandel zu fördern. Am 4. Dezember 2004 wurde in der Börsenzeitung folgende Meldung veröffentlicht, die auch auf der Internetseite der Gesellschaft [www.prosiebensat1.com] nachzulesen ist:

Die nachfolgend genannten Unternehmen haben der ProSiebenSat.1 Media AG gemäß §§ 21 ff. WpHG folgendes mitgeteilt:

- I. Der Stimmrechtsanteil der Quadrangle [KM] Capital Partners L.P. mit Sitz in New York [Anschrift: 375 Park Avenue, New York, NY 10152, USA] hat am 17. November 2004 die Schwelle von 75 % der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media AG unterschritten. Die Quadrangle [KM] Capital Partners L.P. hält seitdem noch 41 Stimmrechtsaktien und damit 0,00004 % der Stimmrechte an der ProSiebenSat.1 Media AG.
- II. Der Stimmrechtsanteil der Saban Capital Group, Inc. mit Sitz in Los Angeles [Anschrift: 10100 Santa Monica Boulevard, Los Angeles, CA 90067, USA], der SCG [P7S1 AG] Corp. mit Sitz in Los Angeles [Anschrift: 10100 Santa Monica Boulevard, Los Angeles, CA 90067, USA] und der SCG Investments I Corp. mit Sitz in Los Angeles [Anschrift: 10100 Santa Monica Boulevard, Los Angeles, CA 90067, USA] hat am 18. November 2004 jeweils die Schwelle von 75 % der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media AG unterschritten. Der SCG [P7S1 AG] Corp. und der SCG Investments I Corp. stehen seitdem keine Stimmrechte an der ProSiebenSat.1 Media AG mehr zu. Die Saban Capital Group, Inc. hält seitdem noch eine Stimmrechtsaktie und damit 0,000001 % der Stimmrechte an der ProSiebenSat.1 Media AG.

III. Der Stimmrechtsanteil der in nachstehender Tabelle unter Ziffern 1 bis 4 genannten Unternehmen hat am 18. November 2004, der Stimmrechtsanteil des in nachstehender Tabelle unter Ziffer 5 genannten Unternehmens hat am 17. November 2004 jeweils die Schwelle von 5 % der Stimmrechte an der ProSiebenSat.1 Media AG überschritten. Seitdem steht diesen Unternehmen der in nachstehender Tabelle jeweils genannte Stimmrechtsanteil an der ProSiebenSat.1 Media AG zu:

| Meldepflichtiger | Anschrift | Direkt gehaltener Stimmrechtsanteil gemäß § 21 Abs. 1 WpHG | Zuzurechnender Stimmrechtsanteil gemäß § 22 Abs. 1 S. 1 Nr. 1 WpHG | Gesamtstimmrechtsanteil |
|-------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. HSAC Investments L.P. | 10100 Santa Monica Boulevard, Los Angeles, CA 90067, USA | - | 100,00 % [gerundet auf die zweite Nachkommastelle] abzüglich 1.000 Stimmrechtsaktien, die von Dritten gehalten werden | 100,00 % [gerundet auf die zweite Nachkommastelle] abzüglich 1.000 Stimmrechtsaktien, die von Dritten gehalten werden |
| 2. KSF Corp. | 10100 Santa Monica Boulevard, Los Angeles, CA 90067, USA | - | 100,00 % [gerundet auf die zweite Nachkommastelle] abzüglich 1.000 Stimmrechtsaktien, die von Dritten gehalten werden | 100,00 % [gerundet auf die zweite Nachkommastelle] abzüglich 1.000 Stimmrechtsaktien, die von Dritten gehalten werden |
| 3. SCG Investments I LLC | 10100 Santa Monica Boulevard, Los Angeles, CA 90067, USA | - | 100,00 % [gerundet auf die zweite Nachkommastelle] abzüglich 1.000 Stimmrechtsaktien, die von Dritten gehalten werden | 100,00 % [gerundet auf die zweite Nachkommastelle] abzüglich 1.000 Stimmrechtsaktien, die von Dritten gehalten werden |
| 4. SCG P7SI AG LLC | 10100 Santa Monica Boulevard, Los Angeles, CA 90067, USA | - | 100,00 % [gerundet auf die zweite Nachkommastelle] abzüglich 1.000 Stimmrechtsaktien, die von Dritten gehalten werden | 100,00 % [gerundet auf die zweite Nachkommastelle] abzüglich 1.000 Stimmrechtsaktien, die von Dritten gehalten werden |
| 5. Quadrangle Capital Partners L.P. | 375 Park Avenue New York, NY 10152, USA | 0,000001 % [1 Stimmrechtsaktie] | 100,00 % [gerundet auf die zweite Nachkommastelle] abzüglich 999 Stimmrechtsaktien, die von Dritten gehalten werden | 100,00 % [gerundet auf die zweite Nachkommastelle] abzüglich 999 Stimmrechtsaktien, die von Dritten gehalten werden |

Unterföhring, im Dezember 2004
Der Vorstand

Weitere Beteiligungsmeldungen vom 29. September 2004, 6. Mai 2004, 28. November 2003, 23. August 2003, vom 20. August 2003 und vom 30. April 2002, die bereits von der ProSiebenSat.1 Media AG laut § 25 Abs.1 WpHG in einem überregionalen Börsenpflichtblatt veröffentlicht wurden, sind auf der Internetseite der ProSiebenSat.1 Media AG veröffentlicht [www.prosiebensat1.com].

[43] Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Tag der Freigabe der Veröffentlichung

Der Konzernabschluss wird vom Aufsichtsrat am 23. März 2005 zur Veröffentlichung freigegeben.

Aufstellung des Anteilsbesitzes

ProSiebenSat.1-Konzern zum 31. Dezember 2004

| Lfd. Nr. | Gesellschaft | Sitz | Land | Anteil % | gehalten über Nr. |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|----------|-------------------|
| Verbundene Unternehmen | | | | | |
| 1 | ProSiebenSat.1 Media Aktiengesellschaft | Unterföhring | Deutschland | | |
| 2 | ArtMerchandising & Media AG | Ismaning | Deutschland | 100 | 6 |
| 3 | Buchagentur Intermedien-GmbH | Ismaning | Deutschland | 100 | 6 |
| 4 | Buchagentur Intermedien-GmbH & Co. Marketing KG | Ismaning | Deutschland | 100 | 6 |
| 5 | Kabel 1 K1 Fernsehen GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 ⁽¹⁾ |
| 6 | MM MerchandisingMedia GmbH | Ismaning | Deutschland | 100 | 1 ⁽¹⁾ |
| 7 | N24 Bayern GmbH | München | Deutschland | 100 | 36 |
| 8 | N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 ⁽¹⁾ |
| 9 | Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG | München | Deutschland | 86,5 | 36 |
| 10 | Privatfernsehen in Bayern Verwaltungs GmbH | München | Deutschland | 53,7 | 36 |
| 11 | ProSieben Austria GmbH | Wien | Österreich | 100 | 28 |
| 12 | ProSieben Home Entertainment GmbH Bild- und Tonträgervertrieb | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 |
| 13 | ProSieben Digital Media GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 |
| 14 | ProSieben Information Service GmbH | Ismaning | Deutschland | 100 | 1 |
| 15 | ProSiebenSat.1 Produktion GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 ⁽¹⁾ |
| 16 | ProSiebenSat.1 Welt GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 |
| 17 | ProSieben Television GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 ⁽¹⁾ |
| 18 | Sat.1 Boulevard TV GmbH | Berlin | Deutschland | 100 | 20 |
| 19 | Sat.1 Norddeutschland GmbH | Hannover | Deutschland | 100 | 20 |
| 20 | Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH | Berlin | Deutschland | 100 | 1 ⁽¹⁾ |
| 21 | Sat.1 Berlin Regional Verwaltungs GmbH | Berlin | Deutschland | 100 | 20 |
| 22 | Sat.1 Berlin Regional GmbH & Co. KG | Berlin | Deutschland | 100 | 20 |
| 23 | Seven Scores Musikverlag GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 |
| 24 | SevenOne Interactive GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 25 |
| 25 | SevenOne Intermedia GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 13 ⁽¹⁾ |
| 26 | SevenOne Intermedia Betriebs GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 25 |
| 27 | SevenOne International GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 |
| 28 | SevenOne Media Austria GmbH | Wien | Österreich | 100 | 29 |
| 29 | SevenOne Media GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 ⁽¹⁾ |
| 30 | SevenOne Media [Schweiz] AG | Zürich | Schweiz | 100 | 13 |
| 31 | SevenPictures Film GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 |
| 32 | SevenSenses Agentur für Mediendesign und Marketing GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 |
| 33 | Starwatch Navigation Gesellschaft für interaktive Kommunikation Geschäftsführungs-GmbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 |
| 34 | Starwatch Navigation Gesellschaft für interaktive Kommunikation GmbH & Co. Produktions KG | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 |
| 35 | Teledirekt Vermarktungsgesellschaft für Fernsehempfang mbH | Unterföhring | Deutschland | 100 | 1 |
| 36 | tv-weiß-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH | München | Deutschland | 100 | 20 |

ProSiebenSat.1-Konzern zum 31. Dezember 2004

| Lfd. Nr. | Gesellschaft | Sitz | Land | Anteil % | gehalten über Nr. |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|----------|-------------------|
| Verbundene, nicht konsolidierte Unternehmen | | | | | |
| 37 | Merchandising Prag spol. s r.o. | Prag | Tschechien | 100 | 6 |
| 38 | PM&S Software GmbH | Minsk | Weißrussland | 60 | 14 |
| Assoziierte Unternehmen - at equity - | | | | | |
| 39 | Euvia Media Verwaltungs AG | München | Deutschland | 48,4 | 1 |
| 40 | Euvia Media AG & Co. KG | München | Deutschland | 48,4 | 1 |
| 41 | IP Multimedia [Schweiz] AG | Zürich | Schweiz | 23 | 30 |
| 42 | MAGIC MEDIA COMPANY TV-Produktionsgesellschaft mbH | Hürth | Deutschland | 25,4 | 1 |
| 43 | Sat.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H | Wien | Österreich | 33,3 | 20 |
| 44 | Sat.1 Schweiz AG | Zürich | Schweiz | 50 | 20 |
| 45 | VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunter- | Berlin | Deutschland | 50 | 13 |
| 46 | wetter.com AG | Singen | Deutschland | 44 | 25 |
| Übrige Beteiligungen | | | | | |
| 47 | AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien | München | Deutschland | 11 | 1 |
| 48 | Berliner Pool TV Produktionsgesellschaft mbH | Berlin | Deutschland | 50 | 8 |
| 49 | Deutscher Fernsehpreis GmbH | Köln | Deutschland | 25 | 1 |
| 50 | Forvita GmbH | Köln | Deutschland | 25 | 25 |
| 51 | GI Gesellschaft für Informationstechnologie Aktiengesellschaft | Herford | Deutschland | 50 | 14 |
| 52 | OBIS Gesellschaft für Online-Buchungs- und Informationssysteme mbH | Unterföhring | Deutschland | 30 | 29 |

⁽¹⁾ Inanspruchnahme der Befreiungsregelung des § 264 Abs. 3 HGB bzgl. Offenlegung

Stand: 31. Dezember 2004

Aufsichtsrat und Vorstand

Aufsichtsratsmandate und Mandate in anderen Kontrollgremien im Sinne des § 125 Abs. 1 Satz 3 des AktG

Amtierender Aufsichtsrat

Haim Saban [Vorsitzender]

Chairman und Chief Executive Officer der KSF Corp., Los Angeles/CA/USA

GT Brands Holdings LLC, Delaware/USA - Member of the Board of Managers
Télévision Française 1 SA, Paris/Frankreich - Member of the Board of Directors
The DirecTV Group, Inc., New York/NY/USA - Member of the Board of Directors [seit Dezember 2004]

University of California, Los Angeles/CA/USA - Member of the Board of Regents [bis September 2004]

Adam Chesnoff [stellvertretender Vorsitzender]

President und Chief Operating Officer der KSF Corp., Los Angeles/CA/USA

GT Brands Holdings LLC, Delaware/USA - Member of the Board of Managers

Anthony F. E. Ball [seit 18. Mai 2004]

Berater, Barcelona/Spanien

BAA plc, London/GB - Member of the Board of Directors [seit Mai 2004]
Sky Italia s.r.l., Rom/Italien - Member of the Board of Directors

John P. Connaughton

Managing Director von Bain Capital LLC, Boston/MA/USA

Epoch Senior Living, Inc., Waltham/MA/USA - Member of the Board of Directors

Loews Cineplex Entertainment Corp Fund, New York/NY/USA - Member of the Board of Directors [seit August 2004]

MJC Acquisition Corp., Boston/MA/USA - Member of the Board of Directors

Rockaway/NJ/USA - Member of the Board of Directors [seit Januar 2005]

Shopping.com, Ltd., Burlingame/CA/USA - Member of the Board of Directors

Stericycle, Inc., Lake Forest/IL/USA - Member of the Board of Directors

Warner Chilcott Holdings Co. Ltd., The Boston Celtics, Boston Basketball Partners LLC, Boston/MA/USA - Member of the Board of Directors

Vivra, Inc., Burlingame/CA/USA - Member of the Board of Directors

WMG Acquisition Corp., New York/NY/USA - Member of the Board of Directors [seit Februar 2004]

Albert J. Dobron, Jr. [seit 18. Mai 2004]

Private Equity Investor Providence Equity Partners, Inc.,

Barrington/RI/USA

Blue Stone Television, LLC., Delaware/USA - Chairman of the Board of Manager Representatives [seit Januar 2004]

Bustos Media Enterprises, LLC., Delaware/USA - Member of the Board of Managers [seit August 2004]

CC3 Holdings LLC., Delaware/USA - Member of the Board of Managers

Surebridge, Inc. Delaware/USA - Member of the Board of Directors

Dr. Mathias Döpfner

Vorsitzender des Vorstands der Axel Springer AG, Berlin

AKTUELL Presse-Fernsehen GmbH & Co. KG, Hamburg - Aufsichtsratsmitglied
Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG, München - Aufsichtsratsmitglied [seit April 2004]

dpa Deutsche Presse Agentur GmbH, Hamburg - Aufsichtsratsmitglied

Leipziger Verlags- und Druckereigesellschaft mbH & Co. KG, Leipzig -

Beiratsmitglied

Schering AG, Berlin - Aufsichtsratsmitglied

Patrick J. Healy

Managing Director von Hellman & Friedman LLC, San Francisco/CA/USA

Digitas, Inc., Boston/MA/USA - Member of the Board of Directors [bis Februar 2004]

Mondrian Investment Partners Ltd., London/GB - Member of the Board of Directors [seit September 2004]

The NASDAQ Stock Market Inc., Rockland/MA/USA - Member of the Board of Directors

Seth W. Lawry

Managing Director von Thomas H. Lee Partners LP, Boston/MA/USA

Houghton Mifflin Company Corp., Boston/MA/USA - Member of the Board of Directors

WMG Acquisition Corp., New York/NY/USA - Member of the Board of Directors [seit März 2004]

Warner Music Group, Inc., Wilmington/DE/USA - Member of the Board of Directors [seit März 2004]

Steven Rattner [seit 18. Mai 2004]

Managing Principle von Quadrangle Group LLC, New York/USA

Access Spectrum LLC, Bethesda/MD/USA - Member of the Management Committee

Cablevision Systems Corp., Bethpage/NY/USA - Member of the Board of Directors

GT Brands Holdings LLC, Delaware/USA - Member of the Board of Managers
Global Energy Decisions LLC, Boulder/CO/USA - Member of the Management Committee

InterActive Corp., New York/NY/USA - Member of the Board of Directors [seit April 2004]

Christian Nienhaus [seit 7. Mai 2004]

Verlagsgeschäftsführer Zeitungsgruppe Bild, Eschbach

Bild.T-Online.de AG & Co. KG, Berlin - Aufsichtsratsvorsitzender

Brian M. Powers [seit 18. Mai 2004]

Chief Executive Officer von Hellman & Friedman LLC, San Francisco/CA/USA

Axel Springer AG, Berlin - Aufsichtsratsmitglied

Bambino Holdings Limited, London/GB - Member of the Board of Directors

SLEC Holdings Limited, London/GB - Member of the Board of Directors

Scott Sperling [seit 18. Mai 2004]

Co-President von Thomas H. Lee Partners, L.P., Wayland/Massachusetts/USA

Fisher Scientific International, Inc., Wilmington/DE/USA - Member of the Board of Directors

Houghton Mifflin Co., Boston/MA/USA - Member of the Board of Directors

LiveWire Systems LLC, Wilmington/DE/USA - Member of the Board of Directors [bis November 2004]

Vertis, Inc., Wilmington/DE/USA - Member of the Board of Directors

Warner Music Group, Inc. Wilmington/Delaware/USA - Member of the Board of Directors [seit März 2004]

Wyndham International, Inc., Wilmington/Delaware/USA - Member of the Board of Directors

Stephen G. Pagliuca [seit 18. Mai 2004]

Managing Director of Bain Capital Partners, LLC Weston, Massachusetts, USA,

Ameritrade Holding Company, Omaha/NE/USA - Member of the Board of Directors [bis Februar 2005]

Burger King Holdings, Inc., Delaware/USA - Member of the Board of Directors

Burger King Corporation, Florida/USA - Member of the Board of Directors

Gartner, Inc., Stamford/CT/USA - Member of the Board of Directors

Epoch Senior Living, Inc., Delaware/USA - Member of the Board of Directors

Instinet Group, Inc., New York/NY/USA - Member of the Board of Directors

Ynon Kreiz [seit 25. Oktober 2004]

General Partner von Benchmark Capital, London/GB [seit 1. Januar 2005]

Greg Dyke [seit 7. Mai 2004]

Berater, Twickenham/GB

DGCC Ltd., London/GB - Chairman of the Board of Directors

Vine Leisure Ltd., London/GB - Chairman of the Board of Directors

Vine Development Ltd., London/GB - Chairman of the Board of Directors

Ehemalige Aufsichtsratsmitglieder

Wolfgang Hartmann [bis 7. Mai 2004]

Vorstandsmitglied der Commerzbank AG, Kelkheim

Commerz Grundbesitzgesellschaft mbH, Wiesbaden - Aufsichtsratsvorsitzender
 Commerz Grundbesitz-Spezialfondgesellschaft mbH, Wiesbaden - Aufsichtsratsvorsitzender
 Commerz Grundbesitz-Investmentgesellschaft mbH, Wiesbaden - Aufsichtsratsvorsitzender
 CommerzLeasing und Immobilien AG, Düsseldorf - Aufsichtsratsvorsitzender
 Commerzbank [Niederland] N.V., Amsterdam/Niederlande - Aufsichtsratsvorsitzender [bis 30. Januar 2004]
 Vaillant GmbH, Remscheid - Aufsichtsratsmitglied

Dr. Michael Jaffé [bis 25. Oktober 2004]

Rechtsanwalt und Insolvenzverwalter der Kirch Media GmbH & Co. KGaA, München

Hubertus Meyer-Burckhardt [bis 7. Mai 2004]

Vorstandsmitglied der Axel Springer AG [bis 30. Juni 2004]

AS Venture GmbH, Berlin - Aufsichtsratsmitglied [bis Juni 2004]
 Bild.T-Online.de AG & Co. KG, Berlin - Aufsichtsratsmitglied
 Sat.1 Beteiligungs GmbH, Mainz und Berlin - Aufsichtsratsmitglied [bis Juni 2004]

Vorstand

Guillaume de Posch

Vorstandsvorsitz [seit 1. Mai 2004]

Euvia Media Verwaltungs AG, Ismaning - Mitglied des Aufsichtsrates [seit Mai 2004]

Lothar Lanz

Vorstandsbereich Finanzen, Legal Affairs & Human Resources

Siltronic AG, München, Aufsichtsratsmitglied [seit Mai 2004]

Peter Christmann [seit 1. Januar 2004]

Vorstandsbereich Sales & Marketing

IP Multimedia [Schweiz] AG, Küsnacht/Schweiz - Verwaltungsratsmitglied [bis März 2004], Beisitzer des Verwaltungsrates [ab April 2004]
 Sat.1 [Schweiz] AG, Zürich/Schweiz - Verwaltungsratsmitglied [seit April 2004], Verwaltungsratspräsident [ab Januar 2005]
 SevenOne Media [Schweiz] AG, Küsnacht/Schweiz - Verwaltungsratspräsident
 Sat.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H., Wien/Österreich - Beiratsmitglied [seit September 2004]

Hubertus Meyer-Burckhardt [seit 1. Juli 2004]

Vorstandsbereich Corporate Development, Medienpolitik & Regulierung

AS Venture GmbH, Berlin - Aufsichtsratsmitglied [bis Juni 2004]
 Bild.T-Online.de AG & Co. KG, Berlin - Aufsichtsratsmitglied
 Sat.1 Beteiligungs GmbH, Mainz und Berlin - Aufsichtsratsmitglied [bis Juni 2004]

Ehemalige Vorstandsmitglieder

Urs Rohner [bis 30. April 2004]

Ehemals Vorstandsvorsitz, Vorstandsbereich Fernsehen und Merchandising

Euvia Media Verwaltungs AG, Ismaning - Mitglied des Aufsichtsrates [bis 30. April 2004]
 Sat.1 [Schweiz] AG, Zürich/Schweiz - Verwaltungsratsmitglied [bis April 2004]
 Swiss International Air Lines Ltd., Basel/Schweiz - Verwaltungsratsmitglied [bis Mai 2004]

Jürgen Doetz [bis 9. Oktober 2004]

Vorstandsbereich Medienpolitik und Regulierung

Sat.1 Privatfunk und -programmgesellschaft m.b.H., Wien/Österreich - Beiratsmitglied [bis Oktober 2004]

Finanzkalender**22. Februar 2005**

Pressekonferenz/IR-Konferenz anlässlich der vorläufigen Zahlen 2004

13. Mai 2005

Hauptversammlung und Veröffentlichung des Geschäftsverlaufs von Januar bis März 2005

11. August 2005

Zwischenbericht Januar bis Juni 2005

10. November 2005

Geschäftsverlauf Januar bis September 2005

Impressum**Herausgeber**

ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 - 10
Fax +49 [89] 95 07 - 11 22
HRB 124 169 AG München

Konzeption und Inhalt

ProSiebenSat.1 Media AG
Corporate Office

Gestaltung

KMS Team GmbH

Fotos

Kuhnle & Knödler

Kontakt**Presse**

ProSiebenSat.1 Media AG
Unternehmenskommunikation
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 - 11 45
Fax +49 [89] 95 07 - 911 45

Aktieninformation

Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [8000] 777 117
Fax +49 [89] 95 07 - 15 21

Investor Relations

Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 - 15 02
Fax +49 [89] 95 07 - 15 21

Internet

www.ProSiebenSat1.com

E-mail

aktie@ProSiebenSat1.com