



Quartalsbericht Q3 2007

1. Januar 2007 bis 30. September 2007

ProSiebenSat.1 Group: Kennzahlen Q3

	Q3 2007 ⁽¹⁾	Q3 2006	Veränderung
	Mio Euro	Mio Euro	
Umsatz	668,4	431,3	55%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	124,8	59,5	110%
EBITDA	0,4	58,7	-99%
EBIT	-57,2	48,9	-217%
Finanzergebnis	-46,5	-27,2	-71%
Ergebnis vor Steuern	-103,7	21,7	-578%
Konzernfehlbetrag/-überschuss	-77,9	13,1	-695%
Bereinigter Konzernüberschuss ⁽³⁾	68,4	14,1	385%
Ergebnis je Vorzugsaktie (in Euro)	-0,35	0,06	-683%
Ergebnis je Vorzugsaktie bereinigt (in Euro)	0,32	0,07	357%
Cash-flow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	319,8	160,8	99%
Cash-flow aus Investitionstätigkeit	-2.359,5	-242,9	- / -
Free Cash-flow	-2.039,6	-82,0	- / -
	30.09.2007 ⁽¹⁾	30.09.2006	Veränderung
Bilanzsumme	5.896,1	1.960,8	201%
Eigenkapital	1.074,0	1.132,0	-5%
Eigenkapitalquote	18%	58%	-69%
Programmvermögen	1.319,0	1.054,4	25%
Nettofinanzverschuldung	3.541,5	311,6	- / -
Mitarbeiter ⁽⁴⁾	6.063	3.000	102%

ProSiebenSat.1 Group: Kennzahlen Q1-Q3

	Q1-Q3 2007 ⁽¹⁾	Q1-Q3 2006	Veränderung
	Mio Euro	Mio Euro	
Umsatz	1.721,2	1.447,4	19%
Recurring EBITDA ⁽²⁾	366,0	286,2	28%
EBITDA	241,2	284,1	-15%
EBIT	163,2	254,9	-36%
Finanzergebnis	-55,9	-46,6	-20%
Ergebnis vor Steuern	107,3	208,3	-48%
Konzernüberschuss	49,9	127,3	-61%
Bereinigter Konzernüberschuss ⁽³⁾	197,5	130,4	51%
Ergebnis je Vorzugsaktie (in Euro)	0,24	0,59	-59%
Ergebnis je Vorzugsaktie bereinigt (in Euro)	0,91	0,61	49%
Cash-flow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	950,5	813,4	17%
Cash-flow aus Investitionstätigkeit	-2.839,8	-711,6	- / -
Free Cash-flow	-1.889,3	101,8	- / -
	30.09.2007 ⁽¹⁾	30.09.2006	Veränderung
Bilanzsumme	5.896,1	1.960,8	201%
Eigenkapital	1.074,0	1.132,0	-5%
Eigenkapitalquote	18%	58%	-69%
Programmvermögen	1.319,0	1.054,4	25%
Nettofinanzverschuldung	3.541,5	311,6	- / -

(1) Erstkonsolidierung der SBS Broadcasting Group im Juli 2007

(2) Bereinigtes EBITDA: EBITDA vor Sondereffekten

(3) Bereinigter Konzernüberschuss: Konzernüberschuss vor Effekten aus Kaufpreisallokation und (nur in 2007) Kartell-Bußgeld

(4) Anzahl durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen

Inhaltsverzeichnis

Konzern-Zwischenlagebericht

- 4 Konzern und Rahmenbedingungen
- 7 Umsatz- und Ergebnisentwicklung, Finanz- und Vermögenslage
- 17 Segmentberichterstattung
- 19 Risikobericht
- 21 Nachtragsbericht
- 21 Prognosebericht

Konzern-Zwischenabschluss

- 25 Quartalsabschluss
- 30 Anhang

Weitere Informationen


- 36 Finanzkalender
- 36 Impressum

Q3 2007: Growing together


- Q3-Zahlen deutlich durch Erstkonsolidierung von SBS beeinflusst; Segmentberichterstattung an neue Konzernstruktur angepasst
- Ergebnisentwicklung durch Bußgeld des Bundeskartellamts und erstmalige Abschreibungen aus SBS-Kaufpreisallokation geprägt
- EBITDA beeinflusst durch Einmalaufwendungen, recurring EBITDA steigt um 110 Prozent
- Neues Verkaufsmodell für TV-Werbung in Deutschland eingeführt
- Integrationsprozess verläuft planmäßig

Konzern und Rahmenbedingungen

ProSiebenSat.1 Media AG erwirbt SBS Broadcasting Group: Startschuss für pan-europäische TV-Gruppe

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat im Juni 2007 alle Anteile an der SBS Broadcasting Group erworben. Der am 27. Juni 2007 geschlossene Anteilskaufvertrag wurde am 3. Juli 2007 vollzogen. Der Konzern ist seitdem in 13 europäischen Ländern vertreten. Außer in Deutschland, Österreich und der Schweiz ist das Unternehmen nunmehr auch in Belgien, Bulgarien, Dänemark, Finnland, Griechenland, den Niederlanden, Norwegen, Rumänien, Schweden und Ungarn tätig. SBS passt nicht nur geografisch perfekt zu ProSiebenSat.1, sondern auch in Bezug auf die Unternehmenskultur und die strategische Ausrichtung. 

The perfect fit


 Unternehmensstrategische Chancen der ProSiebenSat.1 Group

Geschäftsfelder und Organisationsstruktur

Berichtsstruktur an neue Geschäftstätigkeit angepasst

Seit Juli 2007 werden die SBS Broadcasting Group und ihre Tochterunternehmen in den ProSiebenSat.1-Konzernabschluss einbezogen und voll konsolidiert. Im Rahmen der Erstkonsolidierung von SBS restrukturierte die ProSiebenSat.1 Group auch ihre Segmente. Neben den Segmenten Free-TV im deutschsprachigen Raum und Free-TV International wurde das Segment Diversifikation gebildet. Vereinfacht stellt sich die neue Berichtsstruktur wie folgt dar:

- Die vier deutschen Sender Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 werden im Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum konsolidiert. Zudem werden die Sat.1-Regionalgesellschaften, der Vermarkter SevenOne Media, die Tochter ProSiebenSat.1 Produktion sowie die Konzerntöchter in Österreich und der Schweiz in diesem Segment ausgewiesen.
- Das Segment Free-TV International umfasst die werbefinanzierten TV-Sender in den Niederlanden, Belgien, Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden, Rumänien, Bulgarien und Ungarn.
- Im Segment Diversifikation werden alle Tochterunternehmen gebündelt, die ihre Erlöse nicht beziehungsweise nicht direkt durch klassische TV-Werbeinnahmen generieren. Die Diversifikationsaktivitäten der Gruppe reichen von Pay-TV, Multimedia, Internet, Merchandising und Radio bis zu verwandten Print-Produkten.

Die Segmente werden auch künftig in den beiden Geschäftsbereichen Free-TV und Diversifikation zusammengefasst. Mit diesem Quartalsbericht wendet die ProSiebenSat.1 Group erstmals die neue Berichterstattung an. 


 Erläuterungen zur Berichtsstruktur

Erweiterung des Vorstands

Nach Vollzug der Transaktion wurde die Vorstandsstruktur der erweiterten Unternehmensgruppe angepasst. Am 23. Juli 2007 wurde Patrick Tillieux, vormals acting Chief Executive Officer der SBS Broadcasting Group, in den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG berufen. Er ergänzt das bislang vierköpfige Gremium unter dem Vorsitz von Guillaume de Posch und übernimmt als Chief Operating Officer das neu geschaffene Vorstandsressort International TV, Radio, Print und Group Operations. Guillaume de Posch verantwortet als Vorstandsvorsitzender die Bereiche Group Content, German TV und Corporate. Lothar Lanz verantwortet als Chief Financial Officer die Bereiche Group Controlling, Finance/Investor Relations, Legal Affairs, Human Resources, Regulatory Affairs und Administration. Peter Christmann ist als Vorstand Sales & Marketing zuständig für Sales in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie für International Sales. Dr. Marcus Englert betreut als Vorstand New Media die Bereiche New Media & Diversifikation, Transaction TV und Business Development. Die erweiterte Vorstandsstruktur bildet die organisatorische Basis für die rasche Integration der beiden Gruppen und die Umsetzung der strategischen Ziele.

ProSiebenSat.1 Group: The power of television

Geschäftstätigkeit und Marktposition

Die ProSiebenSat.1 Group ist ein führender pan-europäischer Medienkonzern. Die Gruppe ist mit 26 Free-TV-Sendern, 24 Pay-TV-Sendern und 22 Radionetzwerken in 13 Ländern Europas aktiv. Werbefinanziertes Free-TV ist das Kerngeschäft des Medienkonzerns. Mit seinen TV-Programmen erreicht das Unternehmen über 200 Millionen Zuschauer. Neben klassischen Verbreitungswegen setzt die ProSiebenSat.1 Group auch auf interaktive Technologien und neue Medien. 

Nordeuropa

Nr.1 Premium-Pay-TV-Anbieter in Nordeuropa
Nr.2 Free-TV-Anbieter in Norwegen und Schweden
Nr.2 Radio-Anbieter in Nordeuropa
Nr.3 Free-TV-Anbieter in Dänemark

Niederlande/Belgien

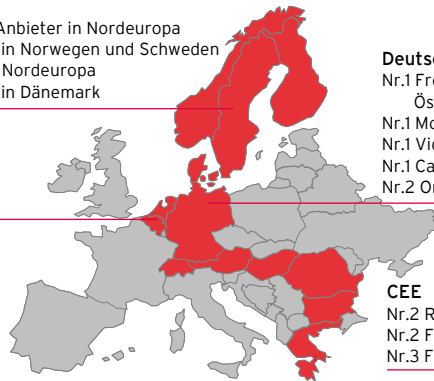
Nr.1 Print-TV-Magazin
Nr.2 Free-TV-Anbieter

Deutschsprachige Länder

Nr.1 Free-TV Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz
Nr.1 Mobile-TV-Anbieter in Deutschland
Nr.1 Video-on-Demand-Portal in Deutschland
Nr.1 Call-TV-Anbieter in Deutschland
Nr.2 Online-Netzwerk in Deutschland

CEE

Nr.2 Radio-Anbieter in CEE
Nr.2 Free-TV-Anbieter in Ungarn
Nr.3 Free-TV-Anbieter in Rumänien



Mit den Sendermarken Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 ist der Konzern das größte kommerzielle Free-TV-Unternehmen in Deutschland. Starke Marktpositionen im Free-TV hat die Gruppe auch in den anderen Ländern: in den Niederlanden mit Veronica, Net 5 und SBS 6, in Belgien mit VT4 und VIJFtv, in Schweden mit Kanal 5 und Kanal 9, in Norwegen mit TVNORGE, FEM und The Voice TV, in Finnland mit The Voice TV, in Dänemark mit Kanal 4, Kanal 5, SBS Net und The Voice TV, in Ungarn mit TV2, in Bulgarien mit The Voice TV und in Rumänien mit Prima TV und Kiss TV. CMore/Canal+ macht ProSiebenSat.1 zum Marktführer für Premium-Pay-TV in Nordeuropa. Darüber hinaus betreibt das Unternehmen eines der größten Radionetzwerke Europas. Mit der ProSiebenSat.1-Networld bietet die Gruppe das zweitgrößte Online-Netzwerk in Deutschland. Deutschlands größtes Video-on-Demand-Portal maxdome sowie Beteiligungen an innovativen Internetangeboten wie MyVideo und lokalisten gehören zu den Geschäftstätigkeiten, mit denen die ProSiebenSat.1 Group ihre Erlösquellen zunehmend diversifiziert.

Die Aktivitäten der Gruppe werden unter dem Dach der ProSiebenSat.1 Media AG gebündelt. Hauptsitz des im MDAX notierten Unternehmens ist Unterföhring bei München. Die ProSiebenSat.1 Group beschäftigt europaweit rund 6.000 Mitarbeiter.

Strategische Ausrichtung


Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre neue Aufstellung als pan-europäische TV-Gruppe zügig in Angriff genommen und ihre Strategie an die erweiterten Wachstumsmöglichkeiten angepasst. Die Gruppe konzentriert ihre Kapazitäten darauf, Wachstumspotentiale konsequent zu nutzen, ihre Profitabilität zu steigern und ihre starken Marktpositionen zu festigen. Im Mittelpunkt stehen drei strategische Stoßrichtungen:

■ Stärkung des Kerngeschäfts und Entwicklung von Inhalten

Die ProSiebenSat.1 Group ist die einzig echte Senderfamilie in Europa. Die komplementäre Programmierung der Sender und die große Bandbreite der Zielgruppen verschaffen dem Unternehmen Wettbewerbsvorteile. Der Ausbau des Kerngeschäfts Free-TV ist weiterhin das wichtigste strategische Ziel. Basis hierfür sind attraktive Inhalte.


Positionierung als „Content-Powerhouse“

■ Diversifikation und Ausbau neuer Medien

Attraktive Inhalte und starke Marken im TV sind auch die Grundlage für die Erweiterung der Wertschöpfungskette und die Diversifikation der Erlösquellen. „The power of television“, der Claim der Sendergruppe, ist auch in Zukunft Programm. Erstklassige Unterhaltung und aktuelle Information – wann immer der Konsument es wünscht, wo immer er ist. Durch die Mehrfachverwertung von Inhalten und Marken kann die ProSiebenSat.1 Group bestehende Ressourcen wesentlich effizienter nutzen und zusätzliche Erlöse realisieren. 

 Prognosebericht

■ Schaffung einer führenden operativen Plattform

Die ProSiebenSat.1 Group hat das Ziel, auch technologisch in Europa führend zu sein. Derzeit prüft das Unternehmen alle Möglichkeiten, um die europäische Gruppe so aufzustellen, dass ihr die modernste technologische Plattform zur Verfügung steht. Die Gruppe verfolgt außerdem Pläne, N24 zum modernsten Nachrichtensender Europas zu machen und mit einer innovativen technologischen Plattform auszustatten. In die neue Technologie soll ein Betrag von rund zehn Mio Euro investiert werden. 

 Prognosebericht

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Die Finanzmarkturbulenzen im Zusammenhang mit der US-Hypothekenkrise im Sommer haben sich auf die wirtschaftlichen Aussichten innerhalb der Eurozone (EZ 13) ausgewirkt. Die Auswirkungen dieser Krise lassen sich noch nicht abschließend beurteilen. Im dritten Quartal betrug das reale Wachstum gegenüber dem Vorjahresquartal 2,6 Prozent und fiel damit etwas besser aus als das zweite Quartal mit 2,5 Prozent Plus (Q1 2007: 3,2,%; Schätzung von Eurostat im November 2007).

In den neuen osteuropäischen und baltischen Mitgliedsländern der Europäischen Union ist das Wirtschaftswachstum weiterhin hoch. Die Expansion wird derzeit vor allem von der Binnennachfrage getragen. Angesichts sinkender Arbeitslosigkeit und steigender Einkommen erhöht sich der private Konsum. Auch die privaten Investitionen werden zügig ausgeweitet. Nach den bisherigen Erfahrungen sollte das reale Wachstum der erweiterten EU (EU 27) im dritten Quartal etwas über dem Wachstum der Eurozone (EZ 13) liegen.

Außenwirtschaftliche Impulse und eine lebhafte Industriekonjunktur stellen die Konjunkturentwicklung in Deutschland auf ein breites Fundament. Das Bruttoinlandsprodukt ist im dritten Quartal 2007 gegenüber dem zweiten Vierteljahr um 0,7 Prozent gestiegen (Schätzung des Statistischen Bundesamtes vom November 2007). Damit hat sich die Aufwärtsentwicklung der deutschen Wirtschaft im dritten Quartal weiter verstärkt. Parallel dazu geht die Arbeitslosenquote in Deutschland zurück. Im September sank die Zahl der Arbeitslosen auf 3,54 Millionen und damit auf den niedrigsten Stand seit fast zwölf Jahren.

Obwohl sich die deutsche Wirtschaft weiterhin im Aufwärtstrend befindet, hat sich die Stimmung der Unternehmen im dritten Quartal deutlich abgekühlt. Dies lässt sich an den Abwärtskorrekturen des Ifo-Geschäftsklimaindexes und der ZEW-Konjunkturerwartung ablesen. Die Unsicherheit hat seit August zugenommen, unter anderem wegen der Finanzkrise, den US-Wachstumsaussichten und dem Ölpreis auf Rekordständen. Auch die Konsumlaune der Verbraucher leidet unter den skeptischen Stimmen aus Wirtschaftskreisen. Hinzu kommt die Teuerung von Grundnahrungsmitteln, Mineralölprodukten und Energie, die das Realeinkommen der privaten Haushalte belasteten. Der von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) monatlich ermittelte Konsumklima-Indikator weist seit August nach unten. Auch die Umsätze im Einzelhandel blieben weiter hinter den Erwartungen zurück.

Werbemarkt

Die Entwicklung der Brutto-TV-Werbedaten in den neuen Märkten der ProSiebenSat.1-Sendergruppe zeigt in den ersten drei Quartalen 2007 ein insgesamt positives Bild. Es reicht vom stabilen ungarischen Markt und den wachsenden skandinavischen Märkten (Dänemark +1,3%, Schweden +4,1% und Norwegen +8%) bis zu den ausgesprochen dynamischen osteuropäischen Märkten (Rumänien +50%). Auch der Werbemarkt in Flandern, in dem die ProSiebenSat.1 Group mit den Free-TV-Sender in VT4 und VIJFtv vertreten ist, zeigt sich mit einem Plus von zehn Prozent als sehr wachstumsstark. Insgesamt weist der Gesamtwerbemarkt in den Niederlanden auf Bruttobasis einen leichten Rückgang um zwei Prozent auf, netto sind die Werbeinvestitionen im mittleren einstelligen Prozentbereich gestiegen.

Mit Brutto-Werbeinvestitionen von insgesamt 6,0 Mrd Euro verbuchten die deutschen TV-Sender im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ein Plus von 6,4 Prozent. Für Wachstum im TV-Markt sorgten in den Monaten Januar bis September vor allem die Branchen Handel und Versand (+35,6%), Finanzen (+15,4%), Touristik (+13,0%) sowie Gesundheit und Pharmazie (+11,9%).

Mit einem Anteil am TV-Werbemarkt von 43,2 Prozent hat die ProSiebenSat.1 Group ihre führende Position im deutschen TV-Werbemarkt von Januar bis September 2007 erneut ausgebaut (Q1-Q3 2006: 42,7%). SevenOne Media, der TV-Vermarkter der Gruppe, konnte in den ersten neun Monaten des Jahres Bruttoumsätze in Höhe von 2.588 Mio Euro für die Sender erzielen. Die von der IP Deutschland vermarkteten Sender RTL, Vox, Super RTL und n-tv erreichten im Berichtszeitraum 2.236 Mio Euro. Dies entspricht einem Rückgang des Werbemarktanteils um 0,8 Prozentpunkte auf 37,3 Prozent. Auch der Anteil von RTL2-Vermarkter El Cartel verringerte sich gegenüber dem Vorjahr und betrug 5,4 Prozent beziehungsweise 325,4 Mio Euro (Vergleichszeitraum 2006: 5,6%).

Umsatz- und Ergebnisentwicklung, Finanz- und Vermögenslage

Erläuterungen zur Berichterstattung


Der vorliegende Zwischenbericht reflektiert die neue Segmentstruktur der ProSiebenSat.1 Group. Die SBS Broadcasting Group und ihre Tochtergesellschaften werden seit Juli 2007 in den ProSiebenSat.1-Konzernabschluss einbezogen. In den Zahlen für das laufende Geschäftsjahr ist das erworbene SBS-Geschäft für den Zeitraum von 3. Juli bis 30. September 2007 enthalten. Da SBS im Geschäftsjahr 2006 nicht Teil der ProSiebenSat.1 Group war, sind diese Zahlen, sofern nicht anders angegeben, nicht in den Vergleichszahlen enthalten.

Geschäftsbereiche und Segmente der neuen ProSiebenSat.1 Group

Geschäftsbereich	Free-TV		Diversifikation
Segment	Free-TV deutschsprachiger Raum	Free-TV International	Diversifikation
Region	<ul style="list-style-type: none"> Deutschland/Österreich/Schweiz 	<ul style="list-style-type: none"> NL/Belgien Nordic CEE 	<ul style="list-style-type: none"> Deutschland/Österreich/Schweiz NL/Belgien Nordic CEE
beinhaltet: Marken/ Geschäfts- aktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> Sat.1 ProSieben kabel eins N24 PULS TV SevenOne Media ProSiebenSat.1 Produktion 	<ul style="list-style-type: none"> SBS 6 Net 5 Veronica Kanal 5 (DK) Kanal 5 PULS TV (SWE) Kanal 4 The Voice TV SBS NET TVNORGE FEM Kanal 9 VT4 VIJFtv TV2 Prima TV Kiss TV 	<ul style="list-style-type: none"> Pay-TV CMore/Canal+ SevenSenses Transaktions-TV 9Live 9Live International Online Multimedia Radio Print Merchandising/Licensing Musik SevenOne International

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage: SBS-Akquisition gibt ProSiebenSat.1 zusätzlich Schwung

Das laufende Geschäftsjahr war und ist weiterhin stark durch die Akquisition und die Integration der SBS Broadcasting Group geprägt. Der Erwerb von SBS ist die größte Akquisition der Unternehmensgeschichte. Der Sprung vom nationalen zum pan-europäischen Medienkonzern ist für die Gruppe der wichtigste strategische Schritt seit der Fusion von ProSieben und Sat.1 zur ProSiebenSat.1 Media AG im Jahr 2000. Durch den Zusammenschluss mit SBS zu einem führenden pan-europäischen Medienkonzern wurde das Kerngeschäft Free-TV nachhaltig gestärkt. Die Akquisition der SBS Broadcasting Group hat dem Unternehmen zusätzlichen Schub gegeben und ein kräftiges Umsatzwachstum beschert. Zugleich setzte der Konzern seine Diversifikationsstrategie konsequent fort und generierte zusätzliches Wachstum auf internationaler Ebene.

Die Ergebnisentwicklung des Konzerns war allerdings von verschiedenen Sondereffekten im dritten Quartal 2007 beeinflusst, resultierend aus der Erstkonsolidierung von SBS und der Finanzierung der Transaktion sowie einer Kartellbuße. 

Bundeskartellamtsverfahren beendet, neues Rabatt- und Honorierungsmodell eingeführt


 Nachtragsbericht

Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns

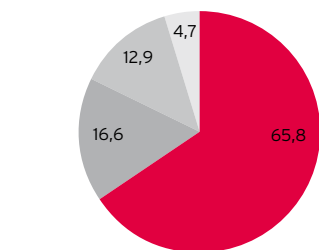
Geschäftsverlauf im dritten Quartal 2007

Im dritten Quartal verzeichnete die ProSiebenSat.1 Group ein kräftiges Umsatzwachstum um 237,1 Mio Euro auf 668,4 Mio Euro. Der hohe Umsatzanstieg um 55,0 Prozent ist vor allem auf die erstmalige Einbeziehung von SBS zurückzuführen.

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre Umsätze in allen Geschäftsbereichen gesteigert. Die beiden Segmente des Geschäftsbereichs werbefinanziertes Fernsehen trugen insgesamt 535,6 Mio Euro zu den Erlösen des Konzerns bei (Q3 2006: 377,9 Mio Euro). Der Geschäftsbereich Diversifikation erreichte Erlöse in Höhe von 132,8 Mio Euro. Dies entspricht einem Anteil am Konzernumsatz von 19,9 Prozent. Im dritten Quartal 2006 lag der Beitrag bei 12,4 Prozent oder 53,4 Mio Euro.

Der deutschsprachige Raum ist mit 65,8 Prozent die stärkste Umsatzregion des Konzerns, gefolgt von Nordeuropa mit 16,6 Prozent und Niederlande/Belgien mit einem Anteil von 12,9 Prozent. Ohne die SBS Broadcasting Group generierte die ProSiebenSat.1 Group im Vorjahr 100 Prozent ihrer Erlöse in Deutschland, Österreich und der Schweiz. 

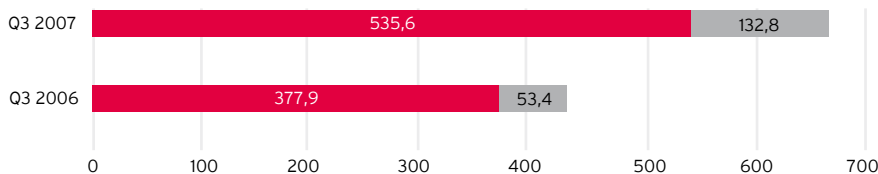
Erlöse Q3 2007 nach Regionen
In Prozent



■ D/A/CH ■ Nordeuropa
■ B/NL ■ CEE

 Geschäftsentwicklung nach Segmenten

Erlöse nach Geschäftsbereichen
In Mio Euro



■ Geschäftsbereich Free-TV ■ Geschäftsbereich Diversifikation

Die operativen Aufwendungen, bestehend aus Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten, stiegen im dritten Quartal 2007 um 345,2 Mio Euro auf 730,3 Mio Euro. Der Kostenanstieg um 89,6 Prozent ergibt sich zum einen aus der erstmaligen Konsolidierung von SBS. Zudem wurden erstmals Abschreibungen in Höhe von 38,4 Mio Euro bedingt durch die SBS-Kaufpreisallokation vorgenommen. Zum anderen resultierten die gestiegenen Kosten aus einem Sondereffekt infolge der Rückstellung im Zusammenhang mit dem zu zahlenden Bußgeld in Höhe von 120,0 Mio Euro.

Die in den Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten ausgewiesenen Abschreibungen stiegen um 47,9 Mio Euro auf insgesamt 57,6 Mio Euro. Darin enthalten sind Abschreibungen in Höhe von 38,4 Mio Euro, die im Rahmen der Kaufpreisallokation von SBS im dritten Quartal 2007 vorgenommen wurden. Insgesamt betrugen die Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen 40,2 Mio Euro, nach 1,7 Mio Euro im Vorjahr. Der Werteverzehr des Programmvermögens hat sich um 66,6 Mio Euro auf 271,4 Mio Euro erhöht. Die ebenfalls in den Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten enthaltenen Personalaufwendungen stiegen im dritten Quartal 2007 von 62,1 Mio Euro auf 95,7 Mio Euro, in erster Linie bedingt durch die Konsolidierung von SBS.

Vor dem Hintergrund der höheren Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen ergibt sich ein Anstieg der Herstellungskosten und vor allem der Verwaltungskosten im dritten Quartal 2007.

Die Herstellungskosten nahmen um 131,3 Mio Euro auf 418,8 Mio Euro zu. Die Vertriebskosten betrugen 125,5 Mio Euro, nach 59,2 Mio Euro im dritten Quartal 2006. Die Verteilung der Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen zeigt folgende Tabelle:

Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen der ProSiebenSat.1 Group

In Mio Euro

	Q3 2007	Q3 2006
Herstellungskosten	3,1	-/-
Vertriebskosten	37,1	1,7
	<u>40,2</u>	<u>1,7</u>

Der Konzern hat Einmalaufwendungen von 120,0 Mio Euro zu verkraften, die aus einer nicht absatzfähigen Strafe aus dem Bundeskartellamtsverfahren resultieren. Die ProSiebenSat.1 Group hat dafür eine entsprechende Rückstellung gebildet. Die Verwaltungskosten verzeichneten dadurch einen signifikanten Anstieg um insgesamt 147,7 Mio Euro auf 186,0 Mio Euro.

Vor dem Hintergrund dieser Einmalaufwendungen ist auch der Rückgang des EBITDA um 58,3 Mio Euro auf 0,4 Mio Euro zu bewerten. Das um Sondereinflüsse bereinigte EBITDA des Konzerns (recurring EBITDA) stieg um 109,7 Prozent oder 65,3 Mio Euro auf 124,8 Mio Euro. Zum Wachstum des bereinigten EBITDA trug die Akquisition von SBS maßgeblich bei.

Überleitungsrechnung Recurring EBITDA

In Mio Euro

	Q3 2007	Q3 2006
Vorsteuerergebnis	-103,7	21,7
Finanzergebnis	46,5	27,2
Betriebsergebnis	-57,2	48,9
Abschreibung	57,6	9,8
(davon aus Kaufpreisallokationen)	40,2	1,7)
EBITDA	0,4	58,7
Kartellamtsstrafe	120,0	-/-
Übrige Sondereinflüsse	4,4	0,8
Bereinigtes EBITDA	124,8	59,5

SBS Broadcasting Group

Transaktionsvolumen	3,3 Mrd Euro
Abschreibungen aus SBS-Kaufpreisallokation in Q3	38,4 Mio Euro
Goodwill (Fair Value)	2,4 Mrd Euro
Intangible assets (Step up Fair Value)	876 Mrd Euro

Anhang S. 31

Finanz- und Vermögenslage

Das Zinsergebnis betrug im dritten Quartal 2007 minus 44,7 Mio Euro und lag damit 34,7 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Diese Veränderung ist wesentlich verursacht durch höhere Zinsaufwendungen infolge der Finanzierungsmaßnahmen für den Erwerb von SBS. Die Zinsaufwendungen stiegen im dritten Quartal um 53,9 Mio Euro auf 65,0 Mio Euro und konnten nur teilweise durch den Rückgang der Sonstigen Finanzierungskosten und die aus der Auflösung von Zinsswaps resultierenden Zinserträge kompensiert werden. Das Finanzergebnis ist infolgedessen von minus 27,2 Mio Euro auf minus 46,5 Mio Euro gesunken.

Das Vorsteuerergebnis ging aus den genannten Gründen um 125,4 Mio Euro auf minus 103,7 Mio Euro zurück.

Die durchschnittliche Konzernsteuerquote hat sich aufgrund der nichtabzugsfähigen Kartellamtsstrafe erhöht. Der Erwerb der SBS Broadcasting Group minderte die durchschnittliche Konzernsteuerquote. Die Anpassung der Konzernsteuerquote von 38 Prozent auf 49,9 Prozent führte im dritten Quartal 2007 zu einem Steueraufwand von 25,1 Mio Euro. Infolge des Verlustes im dritten Quartal ergab sich ein Steuerertrag in Höhe von 51,8 Mio Euro. Saldiert betrug der Steuerertrag im dritten Quartal 2007 26,7 Mio Euro.

Der Konzern wies ein negatives Periodenergebnis (nach Minderheitenbeteiligungen) von 77,9 Mio Euro auf, nach einem Periodenüberschuss von 13,1 Mio Euro im dritten Quartal 2006. Im dritten Quartal 2007 wurden Abschreibungen auf aktivierte immaterielle Vermögenswerte, die aus Kaufpreisallokationen resultieren, in Höhe von 40,2 Mio Euro erfasst. Der um Sondereinflüsse bereinigte Periodenüberschuss (underlying net income) betrug 68,4 Mio Euro nach 14,1 Mio Euro im gleichen Quartal des Vorjahres.

Geschäftsentwicklung SBS standalone: Proforma-Zahlen


In Mio Euro

	Q3 2007	Q3 2006	Q1-Q3 2007	Q1-Q3 2006
Umsatz	228,3	215,3	752,9	699,8
Gesamtkosten	223,9	190,1	716,9	623,6
Recurring EBITDA	52,3	46,3	171,4	138,0
EBITDA	51,2	45,1	153,6	134,0

Überleitungsrechnung
Bereinigter Konzernüberschuss
In Mio Euro


	Q3 2007
Konzernüberschuss (nach Minderheitenbeteiligungen)	-77,9
Abschreibung aus Kaufpreisallokation (nach Steuern)	26,3
Kartellamtsstrafe	120,0
Bereinigter Konzernüberschuss (Underlying net income)	68,4

Geschäftsverlauf in den ersten neun Monaten 2007

Die ProSiebenSat.1 Group konnte in den ersten neun Monaten 2007 ihre operative Leistung weiter verbessern und ein deutliches Umsatzplus erzielen. Der Konzernumsatz stieg in den ersten drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres um 18,9 Prozent oder 273,8 Mio Euro auf 1,721 Mrd Euro. Die positive Umsatzentwicklung wurde von beiden Geschäftsbereichen getragen, wobei die Konsolidierung von SBS wesentlich zum Umsatzwachstum beitrug. 

Die erläuterten Sondereffekte des dritten Quartals 2007 prägten auch die Neunmonatsperiode:


Von Januar bis September 2007 haben sich die Gesamtkosten der ProSiebenSat.1 Group um 30,7 Prozent oder 368,8 Mio Euro auf 1,570 Mrd Euro erhöht. Bereinigt um die im dritten Quartal entstandenen Kosten aus der Kaufpreisallokation, der Konsolidierung von SBS und den Aufwendungen aus der Rückstellungsbildung wiesen die operativen Kosten lediglich einen Anstieg um 2,1 Prozent beziehungsweise 24,8 Mio Euro gegenüber dem Vorjahreswert von 1,201 Mrd Euro auf.


 Geschäftsentwicklung SBS standalone
(Proforma-Zahlen)

Unter Berücksichtigung der Rückstellung aus dem Kartellamtsverfahren in Höhe von 120,0 Mio Euro ergab sich ein Rückgang des EBITDA von 284,1 Mio Euro auf 241,2 Mio Euro (-15,1%). Das um Sondereinflüsse bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) betrug 366,0 Mio Euro und lag damit 27,9 Prozent über dem Vorjahreswert.

Das Finanzergebnis beinhaltet ein Zinsergebnis von minus 51,9 Mio Euro (Q1-Q3 2006: -29,6 Mio Euro), in dem sich insbesondere die höheren Zinsaufwendungen nach dem Erwerb von SBS widerspiegeln. Die Zinsaufwendungen betrugen 75,2 Mio Euro und überstiegen den Vorjahreswert um 42,1 Mio Euro. Das Finanzergebnis wies eine Minderung um 9,3 Mio Euro auf minus 55,9 Mio Euro in den ersten neun Monaten 2007 auf.

Aus den für das dritte Quartal beschriebenen Effekten resultierte ein Rückgang des Vorsteuerergebnisses um 48,5 Prozent auf 107,3 Mio Euro (Q1-Q3 2006: 208,3 Mio Euro).


Der Periodenüberschuss (nach Minderheitenbeteiligungen) lag bei 49,9 Mio Euro, verglichen mit 127,3 Mio Euro im Vorjahr. Der bereinigte Konzernüberschuss  belief sich auf 197,5 Mio Euro. Dieser Wert berücksichtigt weder die Abschreibungen im Rahmen der Kaufpreisallokation noch die Einmalaufwendungen durch die Kartellstrafe.

 Überleitungsrechnung bereinigter Konzernüberschuss


Finanz- und Vermögenslage

Investitionen und Akquisitionen


ProSiebenSat.1 Media AG erwirbt SBS Broadcasting Group


Die ProSiebenSat.1 Media AG hat am 27. Juni 2007 einen Anteilskaufvertrag zur vollständigen Übernahme der SBS Broadcasting Group abgeschlossen. Der Anteilskaufvertrag wurde am 3. Juli 2007 vollzogen. Das Transaktionsvolumen betrug 3,3 Mrd Euro. Der Erwerb der SBS Broadcasting Group ist die größte Akquisition der Unternehmensgeschichte. Weitere Informationen zum Erwerb von SBS sowie zur Aufstellung der integrierten Gruppe finden sich auf den folgenden Seiten sowie auf den Seiten 4 bis 6. 

Weitere Informationen zum Thema Akquisitionen beinhaltet der Anhang auf den Seiten 30 bis 33.

ProSiebenSat.1 Media AG erwirbt SBS Broadcasting Group: Startschuss für pan-europäische TV-Gruppe  Konzern und Rahmenbedingungen

Zukauf des Free-TV-Senders PULS TV in Österreich


Im Juli 2007 hat die ProSiebenSat.1 Media AG den österreichischen Sender PULS TV vollständig erworben und mit der Zustimmung der Kartellbehörden im August in den Konzernabschluss aufgenommen. Mit dem Zukauf des Free-TV-Senders optimiert der Konzern sein Markenportfolio und Programmangebot in Österreich. PULS TV fungiert auch als Produzent für die Sender ProSieben Austria, Sat.1 Österreich und kabel eins Austria. 

PULS TV zu einem bundesweiten Free-TV-Kanal ausgebaut  Ausblick

Ausbau des Online-Bereichs durch strategische Beteiligungen fortgesetzt

Die ProSiebenSat.1 Group hatte bereits zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres eine Mehrheitsbeteiligung an der solute GmbH erworben, dem Betreiber der Online-Preis-suchmaschine billiger.de. Im Juli 2007 unterzeichnete der Konzern einen Vertrag über den Erwerb der restlichen Anteile an der Magic Internet Holding GmbH. Dieser Zukauf ist ein weiterer Schritt der Gruppe, ihr Angebot im Online-Bereich auszubauen. Die Magic Internet Holding GmbH betreibt mit MyVideo die größte Video-Community im deutschsprachigen Internet. Im August 2007 hat die ProSiebenSat.1 Group zudem die Mehrheit der Anteile an der Ratgeberplattform wer-weiss-was erworben. Der Experten-Informationssdienst ist Deutschlands führendes Internet-Portal für die Vermittlung von Wissen.


Programmbeschaffung und Investitionen in das Programmvermögen

Der Erfolg der ProSiebenSat.1 Group als einer der führenden Free-TV-Anbieter Europas ist vor allem auf die langfristig angelegten Investitionen in den Ausbau und die Erneuerung des Programmvermögens zurückzuführen. Die ProSiebenSat.1 Group entwickelt ständig neue Programme und investiert fortlaufend in attraktive Programmrechte. Neben dem Erwerb neuer Lizenzrechte stellen Investitionen in Auftrags- und Eigenproduktionen einen Schwerpunkt dar. Der Programmeinkauf wird aus dem operativen Cash-flow finanziert. Von Januar bis September 2007 investierte der Konzern 809,8 Mio Euro allein in den Erwerb von Programmrechten, nach 693,9 Mio Euro im Vorjahr. 

Investitionen in attraktive Programme  Unternehmensausblick

Finanzlage


Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

Die Sicherung der Liquidität und die Steigerung der Finanzkraft sind die wesentlichen Ziele des Finanzmanagements der ProSiebenSat.1 Group. Der hohe Finanzierungsspielraum der ProSiebenSat.1 Group ist gewährleistet durch eine revolvingierende, syndizierte Kreditlinie mit einem Rahmenvolumen in Höhe von 600 Mio Euro. Das Fälligkeitsprofil des Konzerns weist außerdem einen hohen Anteil an langfristigen Finanzierungsinstrumenten auf. Daneben gilt die Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken als wichtiges Ziel des Finanzmanagements. Zur Begrenzung dieser Risiken setzt die ProSiebenSat.1 Group auch derivative Finanzinstrumente ein. 

 Risikobericht


Finanzierungsmaßnahmen im Rahmen der SBS-Akquisition

Neue syndizierte Kreditfazilität vereinbart

Das Transaktionsvolumen für den Erwerb der SBS Broadcasting Group lag unter Berücksichtigung von Netto-Finanzverbindlichkeiten der erworbenen Gruppe bei 3,3 Mrd Euro. Die Transaktion wurde vollständig durch einen neuen, besicherten syndizierten Kredit finanziert. 

Der erhöhte Verschuldungsgrad lässt genügend Spielraum für die weitere strategische und operative Expansion des Konzerns

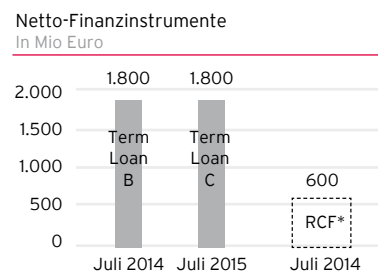
 Unternehmensausblick

Der Kredit im Umfang von 3,6 Mrd Euro wurde durch ein Bankenkonsortium und institutionelle Investoren bereitgestellt. Der Kredit deckte neben dem Kaufpreis und den angefallenen Transaktionskosten auch die Refinanzierung der Finanzverbindlichkeiten der SBS Broadcasting Group ab, die zum Zeitpunkt des Erwerbs bestanden, sowie die Rückführung der ausstehenden ProSiebenSat.1-Anleihe. Rund 80 Prozent der variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten hat die ProSiebenSat.1 Group über verschiedene Zinsswaps abgesichert. 

Zinsrisiko über Zinsswap abgesichert

 Risikobericht

Die Kreditvereinbarung setzt sich zusammen aus verschiedenen endfälligen Darlehen in Höhe von insgesamt 1,8 Mrd Euro mit einer Laufzeit von sieben Jahren (**Term Loan B**) sowie Darlehen mit einer Laufzeit von acht Jahren und einem Gesamtvolumen von ebenfalls 1,8 Mrd Euro (**Term Loan C**). Die Kreditvereinbarung beinhaltet zudem eine **neue revolvingierende Kreditfazilität**. Die revolvingierende Kreditfazilität hat eine Laufzeit von sieben Jahren und ein Rahmenvolumen von 600 Mio Euro, das variabel in Anspruch genommen werden kann. Diese neue revolvingierende Kreditfazilität ersetzt einen Konsortialkredit aus dem Jahr 2006 in Höhe von 500 Mio Euro.



*Revolvingierende Kreditfazilität

150 Mio Euro-Anleihe vorzeitig zurückgeführt

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat mit Wirkung zum 1. August 2007 eine Anleihe über 150 Mio Euro vorzeitig zurückgeführt. Die im Jahr 2004 emittierte Anleihe hatte eine feste Verzinsung von 6,25 Prozent und eine ursprüngliche Laufzeit bis 2009. Der Rückkaufpreis betrug 101,858 Prozent des Nennbetrags.

Fremdkapitalausstattung

Netto-Finanzverbindlichkeiten

Zum 30. September 2007 bestanden Netto-Finanzverbindlichkeiten in Höhe von 3,541 Mrd Euro gegenüber 311,6 Mio Euro am 30. September 2006. Die Netto-Finanzverschuldung entspricht dem Saldo aus Bankverbindlichkeiten und Anleihen abzüglich der liquiden Mittel und der Wertpapiere des Umlaufvermögens. Die Bankverbindlichkeiten des Konzerns sind insbesondere aufgrund der Finanzierungsmaßnahmen im Zuge der SBS-Akquisition von 341,2 Mio Euro auf 3,705 Mrd Euro deutlich gestiegen. Die langfristigen Bankverbindlichkeiten mit einer Restlaufzeit von über einem Jahr betrugen 3,583 Mrd Euro (30. September 2006: 184,3 Mio Euro).

Kreditlinien

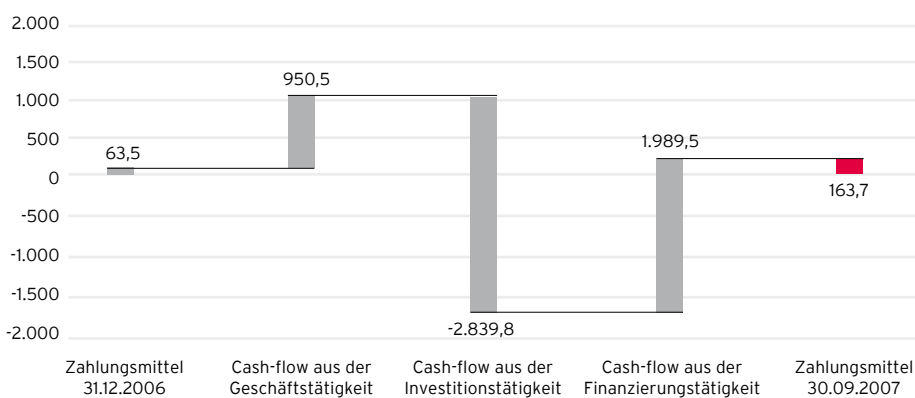
Zum 30. September 2007 wies der Konzern freie Kreditlinien aus der revolvingierenden Kreditfazilität in Höhe von 438 Mio Euro aus. Darüber hinaus verfügte der Konzern über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 163,7 Mio Euro.

Liquidität und Cash-flow

Die Kapitalflussrechnung des Konzerns zeigt die Herkunft und Verwendung der Zahlungsströme. Dabei wird unterschieden in Cash-flow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit, Cash-flow aus der Investitionstätigkeit und Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit. Der Cash-flow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit wird, ausgehend vom Konzernüberschuss, indirekt abgeleitet. Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds entspricht den flüssigen Mitteln der Bilanz zum Stichtag.

Der Netto-Mittelzufluss aus dem Working Capital (unverzinsliche Forderungen abzüglich unverzinsliche Verbindlichkeiten) ist gegenüber den Monaten Januar bis September 2006 um 115,2 Mio Euro auf 19,0 Mio Euro gestiegen. Dieser Effekt wirkte sich positiv auf den operativen Cash-flow aus. Der Cash-flow aus der laufenden Geschäftstätigkeit hat sich folglich zum 30. September 2007 um 137,1 Mio Euro auf 950,5 Mio Euro erhöht.

Veränderung der Zahlungsmittel
In Mio Euro



Im Rahmen der Investitionstätigkeiten sind im Berichtszeitraum insgesamt Mittel in Höhe von 2,840 Mrd Euro abgeflossen, gegenüber 711,6 Mio Euro im Vorjahr. Dies ist im Wesentlichen auf Zahlungen im Zuge der SBS-Akquisition zurückzuführen, die unter anderem die Kaufpreiszahlung in Höhe von rund 2,1 Mrd Euro beinhalteten. Darüber hinaus erwarb die ProSiebenSat.1 Group im Berichtszeitraum die Mehrheitsbeteiligung an verschiedenen Online-Portalen. Neben Akquisitionsausgaben haben die Investitionen in das Programmvermögen, die um 115,9 Mio Euro auf 809,8 Mio Euro gestiegen sind, den Investitions-Cash-flow erhöht. Aufgrund des hohen Mittelabflusses aus der Investitionstätigkeit ist der Free Cash-flow von 101,8 Mio Euro auf minus 1,889 Mrd Euro zurückgegangen.

Aus der Finanzierungstätigkeit resultierte in den ersten drei Quartalen 2007 ein Mittelzufluss in Höhe von 1,990 Mrd Euro (Q1-Q3 2006: Mittelabfluss 230,0 Mio Euro). Dieser Zufluss resultiert in erster Linie aus der neuen Kreditvereinbarung, die in Zusammenhang mit der Finanzierung der SBS-Transaktion getroffen wurde. Für Dividendenzahlungen sind 192,5 Mio Euro abgeflossen (Q1-Q3 2006: 181,6 Mio Euro).

Der Konzern verfügte zum Periodenende am 30. September 2007 über Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 163,7 Mio Euro, verglichen mit 29,3 Mio Euro im Jahr zuvor.

Ausbau des Online-Bereichs durch strategische Beteiligungen fortgesetzt

Investitionen und Akquisitionen

Finanzierungsmaßnahmen im Rahmen der SBS-Akquisition

Die ProSiebenSat.1-Aktie

Vermögens- und Kapitalstruktur

Akquisition von SBS wirkt sich auf Bilanzpositionen aus

Zum 30. September 2007 erhöhte sich die Konzernbilanzsumme gegenüber dem 31. Dezember 2006 um 3,964 Mrd Euro auf 5,896 Mrd Euro. Die starke Zunahme der Bilanzsumme um über 200 Prozent ist vornehmlich auf die Akquisition von SBS zurückzuführen. In der Bilanz zum 30. September 2007 sind erstmals die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten der SBS Broadcasting Group zu Fair Values enthalten. Zudem wird der aktivierte Geschäfts- oder Firmenwert ausgewiesen, der aus der Erstkonsolidierung von SBS zum 3. Juli 2007 resultierte. Der Erwerb von SBS wurde mit Fremdmitteln finanziert. Dadurch ergeben sich gegenüber dem Stichtag am 31. Dezember 2006 folgende wesentliche Veränderungen auf der Aktiv- und Passivseite:

Lang- und kurzfristige Vermögenswerte

Die langfristigen Vermögenswerte stiegen um 3,506 Mrd Euro auf 4,858 Mrd Euro. Hierin enthalten sind zum einen die im Rahmen der vorläufigen Kaufpreisallokation zum Fair Value bewerteten immateriellen Vermögenswerte von SBS - unter anderem Lizenzrechte und Marken - in Höhe von 883,2 Mio Euro. Zum anderen wurde im Rahmen der Erstkonsolidierung von SBS ein Geschäfts- oder Firmenwert von 2,389 Mrd Euro aktiviert.


Die kurzfristigen Vermögenswerte erhöhten sich gegenüber dem 31. Dezember 2006 um 458,4 Mio Euro auf 1,038 Mrd Euro. Dieser Anstieg beruht hauptsächlich auf Programmvermögenswerten, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie liquiden Mitteln, die durch die erstmalige Konsolidierung von SBS hinzugekommen sind. Das kurzfristige Programmvermögen ist in diesem Zusammenhang zum 30. September 2007 deutlich gestiegen. Der Bilanzwert betrug 424,3 Mio Euro und lag um 149,1 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Insgesamt erhöhte sich das kurz- und langfristige Programmvermögen um 262,7 Mio Euro auf 1,319 Mrd Euro.

Eigenkapital

Das Eigenkapital ist gegenüber dem Stichtag am 31. Dezember 2006 um 166,5 Mio Euro gesunken und betrug 1,074 Mrd Euro. Darin spiegelt sich unter anderem die Dividendenzahlung im dritten Quartal 2007 wider, die höher ausfiel als im Vorjahr. Die Eigenkapitalquote lag zum 30. September 2007 bei 18,2 Prozent (31. Dezember 2006: 64,2%). Die Minderung gegenüber der Vorjahresquote ergibt sich aus der Fremdfinanzierung der SBS-Transaktion.

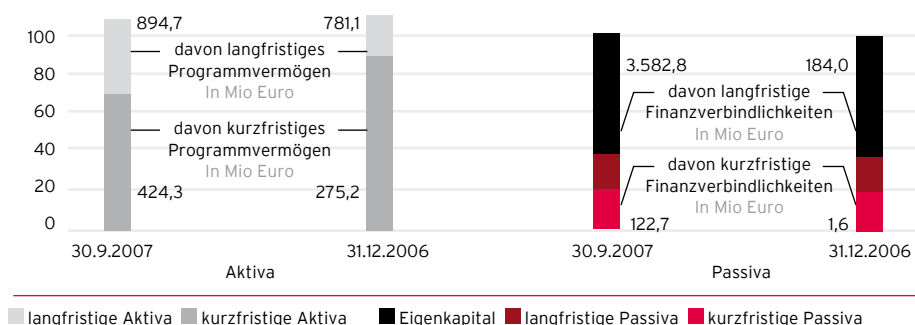
Lang- und kurzfristige Passiva

Die Finanzverbindlichkeiten (lang- und kurzfristig verzinsliche Verbindlichkeiten) des Konzerns erhöhten sich gegenüber dem 31. Dezember 2006 um 3,520 Mrd Euro auf 3,705 Mrd Euro. Dies ist auf den Anstieg der langfristigen verzinslichen Verbindlichkeiten infolge der Finanzierungsmaßnahmen für den Erwerb von SBS zurückzuführen. Die langfristigen Finanzverbindlichkeiten stiegen auf 3,583 Mrd Euro und lagen damit um 3,399 Mrd Euro über dem Wert am 31. Dezember 2006. Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten nahmen im Vergleich zum 31. Dezember 2006 um 121,1 Mio Euro zu und betrugen 122,7 Mio Euro.

 Finanzierungsmaßnahmen im Rahmen der SBS-Akquisition

Die Erhöhung der kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten gegenüber dem Vorjahr ist auf eine Inanspruchnahme der revolvingierenden Kreditfazilität in Höhe von 120,0 Mio Euro zurückzuführen. Insgesamt standen am 30. September 2007 kurzfristige Passiva in Höhe von 931,9 Mio Euro zu Buche (31. Dezember 2006: 384,0 Mio Euro). Neben den gestiegenen kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten haben höhere Rückstellungen zu einem Anstieg der kurzfristigen Passiva geführt. Unter anderem wurden infolge des Bundeskartellamtsverfahrens Rückstellungen in Höhe von 120,0 Mio Euro gebildet.

Bilanzstruktur
In Prozent



Beschäftigung

SBS-Konsolidierung führt zum Anstieg der Mitarbeiterzahl

Die ProSiebenSat.1 Group beschäftigte zum 30. September 2007 europaweit 5.996 Mitarbeiter (durchschnittlich vollzeitäquivalente Stellen). Der Zuwachs von 3.053 Personen im Vergleich zum 30. September 2006 ergibt sich hauptsächlich durch die Vollkonsolidierung von SBS seit Juli 2007. Ohne die neu erworbenen SBS-Tochtergesellschaften beschäftigte die ProSiebenSat.1 Group zum 30. September 2007 durchschnittlich 3.095 Mitarbeiter in Deutschland, Österreich und der Schweiz (30. September 2006: 2.943).

Zum Anstieg trugen auch die gestiegenen Mitarbeiterzahlen von 9Live und SevenSenses aufgrund ihrer erweiterten Geschäftstätigkeit bei. Hinzu kommen Mitarbeiter, die durch die Erstkonsolidierung von solute seit Februar 2007 sowie von PULS TV und MyVideo seit August 2007 erstmalig ausgewiesen werden.

Die Verteilung der Mitarbeiter nach Segmenten stellt sich wie folgt dar:

	Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum	Segment Free-TV International	Segment Diversifikation
30.9.2007	2.678	1.896	1.422
30.9.2006	2.573	-/-	370

Durchschnittlich vollzeitäquivalente Stellen

Intranet-Relaunch ist wichtiger Schritt zur Integration von SBS und ProSiebenSat.1

Im September 2007 wurde das Intranet der ProSiebenSat.1 Group grundlegend überarbeitet und von einer Plattform abgelöst, die auf dem neuesten Stand der Technik aufbaut. Die überarbeitete Plattform verknüpft Möglichkeiten der Information mit interaktiven Web 2.0-Elementen. Kernstück des auf Deutsch und Englisch verfügbaren Intranets ist ein zentral wie dezentral nutzbares Content-Managementsystem. Jeder Mitarbeiter der integrierten Gruppe hat Zugriff auf diese interne Kommunikationsplattform. Die europaweite Vernetzung der Mitarbeiter durch eine gemeinsame Kommunikationsplattform ist ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur Zusammenführung von ProSiebenSat.1 und SBS.

Forschung und Entwicklung

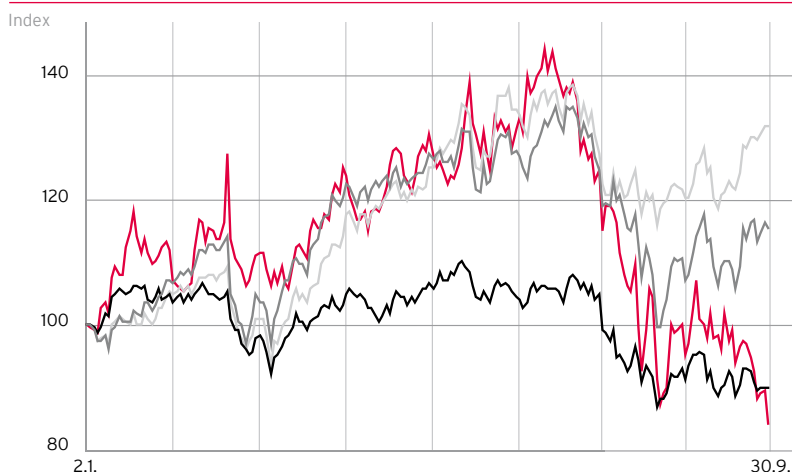
Die ProSiebenSat.1 Group betreibt intensive Marktforschung in allen Bereichen, die sich aus ihrer Geschäftstätigkeit ergeben oder in denen das Unternehmen Wachstumspotential sieht. Marktforschungsaktivitäten entsprechen jedoch nicht der Definition von Forschung und Entwicklung gemäß IAS 38.8.

ProSiebenSat.1-Aktie

Die ProSiebenSat.1-Aktie an der Börse

Die ProSiebenSat.1-Aktie beendete die ersten neun Monate schwächer als die relevanten Vergleichsindizes. Der Kurs der Aktie schloss bei 22,04 Euro mit einem Minus von 8,9 Prozent gegenüber dem Jahresanfang 2007. Nach der guten Performance im ersten Halbjahr 2007 war die Aktie im dritten Quartal unter Druck geraten. Neben der Dividendenzahlung im Juli 2007 beeinflusste die Subprime-Krise die Kursentwicklung. Vor allem die davon besonders betroffenen Hedge-Fonds waren gezwungen, Positionen zu reduzieren. Nachdem das Unternehmen Ende August Zahlen für das zweite Quartal 2007 präsentierte, die leicht über den Erwartungen lagen, haben einige Analysten ihre Empfehlung für die ProSiebenSat.1-Aktie wieder nach oben revidiert. Insgesamt wurden im Berichtszeitraum 133.520.776 Aktien über das Handelssystem Xetra gehandelt. Das entspricht einem durchschnittlichen täglichen Handelsvolumen von 702.741 Stück.

ProSiebenSat.1-Aktie: Kursentwicklung





■ ProSiebenSat.1 ■ Euro Stoxx Media ■ MDAX ■ DAX
Basis: Xetra-Schlusskurse, Index 100 = 2. Januar 2007; Quelle: Bloomberg

Die ProSiebenSat.1-Aktie im Handel


	01.01.-30.09.2007
Höchster Börsenschlusskurs XETRA (in Euro)	30,10
Tiefster Börsenschlusskurs XETRA (in Euro)	22,04
Schlusskurs XETRA (in Euro)	22,04
Aktienumsatz XETRA (Durchschnittliches Handelsvolumen je Tag in Stück)	702.741


Gesellschafterstruktur der ProSiebenSat.1 Media AG

Bereits im Mai 2007 hatte die Lavena Holding 4 GmbH ihre Beteiligung an der ProSiebenSat.1 Media AG größtenteils in die neu gegründete Tochtergesellschaft Lavena Holding 5 GmbH eingebracht. Anfang Juli wurde diese überwiegend mittelbar gehaltene Beteiligung weiter vereinfacht, indem die bisher als Zwischenholding fungierende P7S1 Holding L.P. und die P7S1 Holding II S.à.r.l. eliminiert wurden. Die Lavena Holding 5 GmbH hält damit nun 75,1 Prozent der Stammaktien und 0,1 Prozent der Vorzugsaktien unmittelbar. Daneben hält die Lavena Holding 5 GmbH durchgerechnet je 12,9 Prozent der Stammaktien und der Vorzugsaktien über die SAT.1 Beteiligungs GmbH, einem Gemeinschaftsunternehmen mit der Axel Springer AG. 

 Weitere Informationen zur Gesellschafterstruktur finden Sie auf unserer Homepage http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/aktionaersstruktur/

Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2006


Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG fand am 17. Juli 2007 in München statt. Bei einer Teilnehmerzahl von etwa 200 Aktionären waren rund 64 Prozent des Grundkapitals anwesend. Davon waren 100 Prozent des stimmberechtigten Grundkapitals und rund 27 Prozent des Vorzugskapitals vertreten. 

 Informationen zur Hauptversammlung finden Sie auf unserer Homepage.

http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/hauptversammlung

Alle Beschlussvorschläge von Vorstand und Aufsichtsrat, für die eine Zustimmung der Aktionäre erforderlich war, wurden mit 100 Prozent der Stimmen angenommen. Unter anderem beschloss die Hauptversammlung die für das Geschäftsjahr 2006 vorgeschlagene Dividendenzahlung von 0,87 Euro je Stammaktie (2006: 0,82 Euro) und 0,89 Euro je Vorzugsaktie (2006: 0,84 Euro). Damit wurden 80 Prozent des Konzernüberschusses des Geschäftsjahres 2006 der ProSiebenSat.1 Media AG (2006: 82%) ausgeschüttet. Insgesamt hat die ProSiebenSat.1 Media AG 192,5 Mio Euro (2006: 181,6 Mio Euro) an ihre Stamm- und Vorzugsaktionäre ausgeschüttet. Die Dividende ist ab dem 18. Juli 2007, dem Tag nach der Hauptversammlung, ausgezahlt worden.

Dividendenzahlung für das Jahr 2006


Zudem hat die Hauptversammlung den Ergänzungswahlen zum Aufsichtsrat zugestimmt. Marinus Maria Petrus van Lent, President International der Telegraaf Media Groep, N.V., Heinz-Joachim Neubürger, Managing Director und Senior Advisor bei Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd, Adrianus Johannes Swartjes, Vorstandsvorsitzender der Telegraaf Media Groep, N.V., und Katrin Wehr-Seiter, Principal bei der Permira Beteiligungsberatung GmbH, wurden neu zu Mitgliedern des Aufsichtsrats bestellt. Die weiteren im Rahmen der Ergänzungswahl gewählten Personen gehörten dem Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG bereits seit dem 7. März 2007 als gerichtlich bestellte Aufsichtsratsmitglieder an. Im Anschluss an die Hauptversammlung hat der neu zusammengesetzte Aufsichtsrat Götz Mäuser, Partner bei Permira, und Lord Clive Hollick, Partner bei KKR, in ihren Ämtern als Vorsitzender beziehungsweise stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats bestätigt. 

 Weitere Informationen zum Aufsichtsrat erhalten Sie auf unserer Homepage.

<http://www.prosiebensat1.com/unternehmen/aufsichtsrat>

Segmentberichterstattung

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

Die Aktivitäten der ehemaligen SBS Broadcasting Group werden in den neuen Segmenten Free-TV International und Diversifikation erfasst. SBS wird seit Juli 2007 voll konsolidiert und ist in den Neunmonatszahlen für das Geschäftsjahr 2007 zeitanteilig enthalten. Da SBS im Geschäftsjahr 2006 nicht Teil der ProSiebenSat.1 Group war, sind die Vorjahreswerte nicht Bestandteil des ProSiebenSat.1-Konzernabschlusses. Um jedoch die operative Geschäftsentwicklung des Segments Free-TV International im dritten Quartal 2007 kommentieren zu können, wird auf die Vorjahreszahlen von SBS zurückgegriffen. 

Berichtsstruktur an neue Geschäftstätigkeit angepasst

 Konzern

Segment Free-TV deutschsprachiger Raum

Im Zuge der Konsolidierung von SBS wurde die Segmentstruktur der ProSiebenSat.1 Group verändert. Das bisherige Segment Free-TV wurde als „Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum“ definiert. Neben der Senderfamilie Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 in der umsatzstärksten Region Deutschland werden die Konzerntöchter in Österreich und der Schweiz in diesem Segment ausgewiesen.

Mit dem vollständigen Erwerb des Wiener Ballungsraumsenders PULS TV hat die ProSiebenSat.1 Group ihr Kerngeschäft Free-TV gestärkt und ihr Engagement in Österreich weiter ausgebaut. Der Sender wird seit August 2007 voll konsolidiert.

Ergebnisentwicklung des Segments Free-TV im deutschsprachigen Raum durch Einmalaufwendungen beeinflusst

Im dritten Quartal 2007 nahmen die Anzeichen zu, dass der private Konsum nicht wie erwartet anziehen würde. Dies wirkte sich auf die Umsatzentwicklung der Senderfamilie Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 in den Monaten Juli bis September 2007 aus. Hinzu kommt, dass das dritte Quartal aufgrund der Saisonalität des deutschen TV-Marktes das mit Abstand schwächste Quartal des Jahres ist. Neben dem schwachen Konsumklima hat die Geschäftsentwicklung von Sat.1 das Umsatzwachstum gebremst. Die schwä-

chere Entwicklung der Zuschauermarktanteile wirkte sich auf die Werbeerlöse des Free-TV-Senders aus. Der Segmentumsatz betrug 378,3 Mio Euro und lag damit leicht über dem Vorjahreswert von 377,9 Mio Euro (0,1%). In der Neunmonatsperiode 2007 wiesen die Werbeerlöse des Segments jedoch ein höheres Umsatzwachstum auf. Die Segmenterlöse stiegen um 1,9 Prozent auf 1,313 Mrd Euro (Q1-Q3 2006: 1,288 Mrd Euro). Insbesondere die Free-TV-Sender ProSieben und kabel eins haben durch höhere Werbeeinnahmen dazu beigetragen.

Die Ergebnisentwicklung des Segments war durch die erläuterten Einmalaufwendungen geprägt, die aus dem Bußgeld in Höhe von 120,0 Mio Euro entstanden sind. Im dritten Quartal 2007 wies das EBITDA infolgedessen einen Rückgang um 111,5 Mio Euro auf minus 63,3 Mio Euro auf (-231,3%). Das um Sondereffekte bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) verzeichnete hingegen insbesondere aufgrund geringerer Marketingaufwendungen einen Zuwachs um 10,7 Mio Euro auf 59,7 Mio Euro. In der Neunmonatsperiode 2007 betrug das EBITDA 155,1 Mio Euro und blieb infolge des negativen Sondereffektes 36,5 Prozent oder 89,0 Mio Euro unter Vorjahresniveau. Das bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) stieg um 13,6 Prozent beziehungsweise 33,4 Mio Euro auf 279,6 Mio Euro.

Segment Free-TV International

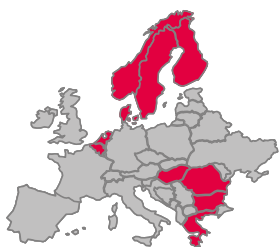
Die mit der SBS Broadcasting Group erworbenen Free-TV-Sender in Nord- und Osteuropa sowie in den Niederlanden und Belgien werden im neuen Segment Free-TV International zusammengefasst.

Neues Segment Free-TV International entwickelt sich sehr positiv

Das erstmalig konsolidierte Segment Free-TV International erzielte im dritten Quartal 2007 ein kräftiges Umsatz- und Ergebniswachstum. Die Segmenterlöse stiegen um 10,6 Prozent oder 15,1 Mio Euro auf 157,3 Mio Euro. Die werbefinanzierten Sender des Segments wiesen in allen Regionen ein deutliches Umsatzwachstum aus, wobei Norwegen (+18,4%), die Niederlande (+13,4%) und die osteuropäischen Sender (+13,0 %) herausragten.

Die dynamische Umsatzentwicklung, die überwiegend auf höhere Werbeeinnahmen zurückzuführen ist, hat auch die Ergebnislage im dritten Quartal 2007 weiter verbessert. Das EBITDA wuchs um 19,5 Prozent auf 34,3 Mio Euro (Q3 2006: 28,7 Mio Euro). Das bereinigte EBITDA stieg um 17,6 Prozent auf 35,4 Mio Euro.

Highlights im dritten Quartal 2007



Start von FEM TV

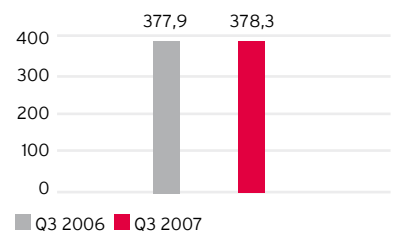
Mit dem Start des Free-TV-Senders FEM im September hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Aktivitäten in Norwegen ausgeweitet. Die Kernzielgruppe von FEM ist weiblich und zwischen 20 und 49 Jahren. Mit dem neuen Sender betreibt die Gruppe drei Free-TV- und einen Pay-TV-Sender in Norwegen.

The Voice TV überflügelt MTV

Der finnische Musiksender The Voice TV hat im dritten Quartal erstmalig eine größere Reichweite als sein Mitbewerber MTV Finnland. Damit ist The Voice TV der meistgesehene Musikkanal in Finnland.

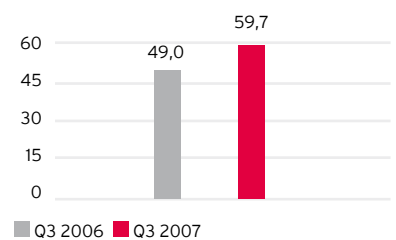
Umsatz Free-TV D/A/CH

In Mio Euro



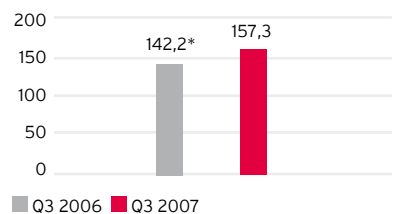
Recurring EBITDA Free-TV D/A/CH

In Mio Euro



Umsatz Free-TV International

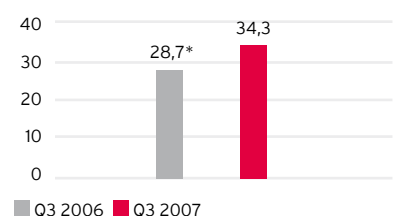
In Mio Euro



*Proforma

EBITDA Free-TV International

In Mio Euro




*Proforma

Segment Diversifikation

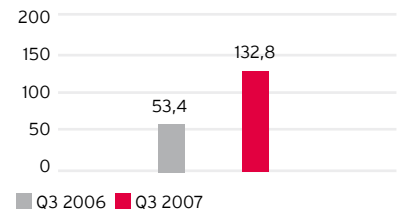
Die durch SBS hinzugekommenen Diversifikationsaktivitäten wie Radio und Print sowie das Premium Pay-TV-Angebot von CMore/Canal+ werden gemeinsam mit den bestehenden Diversifikationsaktivitäten im Bereich Diversifikation ausgewiesen. Die bisherigen Segmente Transaktions-TV und Sonstige Diversifikation wurden in das neue Segment Diversifikation integriert.

Segment Diversifikation wächst organisch sowie durch Akquisitionen

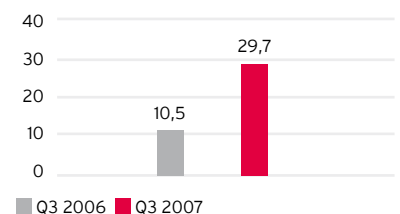
Die Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Segment Diversifikation hat sich im dritten Quartal 2007 beschleunigt. Der Umsatz hat sich im dritten Quartal 2007 mehr als verdoppelt und kletterte um 79,5 Mio Euro auf 132,8 Mio Euro (149,2%). Der Umsatzanstieg beruhte größtenteils auf Effekten aus der erstmaligen Konsolidierung von SBS.  Darüber hinaus stärkten die Vollkonsolidierungen von MyVideo seit August und wer-weiss-was.de seit September das Segment. Zudem hat die äußerst positive Entwicklung im bestehenden Geschäft das Umsatzwachstum getrieben. Das organische Wachstum der Erlöse erreichte 15,9 Prozent. Das EBITDA nahm um 19,2 Mio Euro zu und betrug 29,7 Mio Euro (182,9%). Das bereinigte EBITDA verzeichnete einen Anstieg um 184,8 Prozent auf 29,9 Mio Euro.


Auch der Neunmonatsvergleich fällt sehr positiv aus. In den ersten neun Monaten legten die Segmenterlöse um 57,4 Prozent oder 91,6 Mio Euro zu und betrugen 251,2 Mio Euro. Der Umsatzanstieg basierte auf Effekten aus der erstmaligen Konsolidierung von SBS in den Monaten Juli bis September 2007 sowie auf der sehr guten Entwicklung des bestehenden Geschäfts. Wesentliche Treiber des organischen Wachstums waren die Bereiche Online, Games, Music und Basic-Pay-TV sowie die Expansion von 9Live International und des weltweiten Programmvertriebs SevenOne International. Auch das EBITDA verzeichnete eine hohe zweistellige Wachstumsrate und stieg um 28,3 Prozent auf 52,1 Mio Euro (Q1-Q3 2006: 40,6 Mio Euro). Das bereinigte EBITDA wuchs um 26,4 Prozent auf 51,3 Mio Euro.

Umsatz Diversifikation
In Mio Euro




EBITDA Diversifikation
In Mio Euro



 Geschäftsentwicklung SBS standalone
(Proforma-Zahlen)


Risikobericht

Die ProSiebenSat.1 Group ist wie jedes andere Unternehmen mit unterschiedlichen Risiken konfrontiert, die ihr operatives Geschäft und ihre Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage maßgeblich beeinflussen könnten. Mit unserem Risikomanagementsystem können wir bestehende und künftige Gefahrenpotentiale frühzeitig identifizieren, analysieren, bewerten und deren effiziente Steuerung unterstützen. Das konzernweite Risikocontrolling ist auf die speziellen Gegebenheiten der Gruppe ausgerichtet und beruht auf dem Prinzip, jede Tochtergesellschaft in den Risikomanagementprozess einzubeziehen.

Für eine detaillierte Darstellung der Unternehmensrisiken sowie eine Beschreibung des Risikomanagementsystems verweisen wir auf den aktuellen Geschäftsbericht 2006 der ProSiebenSat.1 Group. 

 [http://www.prosiebensat1.com/
investor_relations/finanzberichte/](http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/finanzberichte/)


Gesamtrisiko für das Unternehmen weiterhin überschaubar

Zu den im Bericht zum Geschäftsjahr 2006 ausführlich in den fünf Kategorien dargestellten Risiken „Allgemeine externe Risiken aus Umfeld und Branchen“, „Leistungswirtschaftliche Risiken“, „Finanzwirtschaftliche Risiken“, „Organisatorische Risiken“ und „Sonstige Risiken“ sind zum 30. September 2007 keine weiteren Risikogruppen hinzugekommen. Die Gesamtrisikolage für das Unternehmen ist unverändert begrenzt. Für Risiken, die allein oder in Kombination den Fortbestand des Unternehmens im Berichtszeitraum hätten gefährden können, gab und gibt es weiterhin keine Anhaltspunkte. Vielmehr geht der Vorstand davon aus, dass das Unternehmen mit dem derzeitigen Portfolio und den im Entwicklungsstadium befindlichen Angeboten und Programmen für die Zukunft gut aufgestellt ist. Zudem hat der Konzern durch den Zusammenschluss mit der SBS Broadcasting Group sein Chancen- und Risikoprofil deutlich verbessert. Für die integrierte Gruppe ergibt sich eine höhere Streuung von Risiken auf verschiedene Umsatzmodelle und Märkte. 


Chancen- und Risikoprofil optimiert

 Unternehmensstrategische Chancen


Im Berichtszeitraum waren vor allem folgende Themen relevant:

- **Risiken aus der Akquisition der SBS Broadcasting Group:** Aufgrund ihrer Größenordnung stellt die Integration der SBS Broadcasting Group und ihrer Tochterunternehmen eine große Herausforderung für die ProSiebenSat.1 Group dar. Der Erwerb neuer Gesellschaften sowie deren Integration in den Konzernverbund sind stets mit Risiken verbunden. Diesen Risiken trägt die ProSiebenSat.1 Group durch umfangreiche Maßnahmen Rechnung, die den Prozess der Akquisition unterstützen. Sie hat unternehmensübergreifende Projektteams eingerichtet, deren Aufgabe es ist, Strukturen zu schaffen, die zu einem schnellen Zusammenwachsen der beiden Unternehmensgruppen führen und zentrale Bereiche wie Content, Sales und Marketing sowie Administration organisatorisch aufeinander abzustimmen.  Das konzernweite Risikomanagementsystem wird an die spezifischen Rahmenbedingungen der neu erworbenen Töchter und Units angepasst. Zudem werden Maßnahmen zur internationalen Steuerung der Prozesse entwickelt.

 Prognosebericht


Für die neue Gruppe ergibt sich infolge des stark diversifizierten Medienportfolios und der breiten Aufstellung in 13 europäischen Ländern eine höhere Unabhängigkeit von den Schwankungen einzelner Märkte. So ist der Umsatzbeitrag des Geschäftsbereichs Diversifikation nach der Erstkonsolidierung von SBS seit Juli 2007 deutlich gestiegen. Auch die Aufsplitterung der Erlöse nach Regionen spiegelt die höhere Risikostreuung wider. Die kombinierte Gruppe hat im dritten Quartal 2007 rund 70 Prozent des Gesamtumsatzes im deutschsprachigen Raum generiert. Im dritten Quartal 2006 hatte die ProSiebenSat.1 Group 100 Prozent ihrer Umsätze in Deutschland, Österreich und der Schweiz erwirtschaftet. 

 Ertragslage

- **Konjunktur:** Die Geschäftstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group hängt in hohem Maße von der gesamtwirtschaftlichen Lage und der Entwicklung der Märkte ab, in denen Werbekunden agieren. Eine allgemeine Abschwächung der Konjunktur, insbesondere im Kernmarkt Deutschland, kann die Geschäftsentwicklung der ProSiebenSat.1 Group wesentlich beeinflussen. Der Aufschwung in Deutschland erweist sich trotz der jüngsten Finanzmarkturbulenzen im Wesentlichen als stabil. Die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute gehen davon aus, dass der Aufschwung der deutschen Wirtschaft im kommenden Jahr auch von einem Anziehen des privaten Konsums getragen wird. Die Wirtschaftsforschungsinstitute weisen in ihren Gutachten jedoch stets darauf hin, dass ihre Prognosen zu einem beträchtlichen Anteil dem Risiko einer Fehleinschätzung unterliegen. 

 Prognosebericht

Einen wesentlichen Bestandteil des Risikomanagements stellt auch künftig die Untersuchung und Bewertung der Auftragslage dar. Das Auftragsvolumen wird durch weitreichende Verfahren kontinuierlich analysiert, wobei ausgehend vom Einbuchungsstand der Werbeumsatz für das Jahr hochgerechnet wird. Monatlich werden die Ist- und Planwerte sowie die Vorjahreswerbeumsätze aufgelistet und an den Vorstand berichtet. Diese kontinuierliche Berichterstattung ermöglicht eine detaillierte Betrachtung der Umsatzentwicklung. Auch die Position der Wettbewerber sowie gesamt- und werbewirtschaftliche Entwicklungen fließen in die Untersuchungsverfahren ein.

- **Bundeskartellamtsverfahren:** Das Bundeskartellamt führt gegen die ProSiebenSat.1 Media AG und ihre Vermarktungsgesellschaft SevenOne Media GmbH ein Kartellverfahren, welches sich zugleich gegen weite Teile des TV-Werbemarkts richtet. Das Bundeskartellamt hält die Vereinbarung von sogenannten „Share-of-Advertising“-Verträgen zwischen der ProSiebenSat.1 Media AG und Mediaagenturen für vertikale Wettbewerbsbeschränkungen. 

Neues Rabatt- und Honorierungsmodell
eingeführt


 Nachtragsbericht

■ **Finanzwirtschaftliche Risiken:** Die Übernahme der SBS Broadcasting Group wurde vollständig durch einen neuen endfälligen, variabel verzinslichen Kredit mit einer Laufzeit von sieben beziehungsweise acht Jahren finanziert. Die ProSiebenSat.1 Group ist aufgrund dieser variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten einem erhöhten Zinsrisiko ausgesetzt. Daher und vor dem Hintergrund des zu erwartenden steigenden Zins-

risikos, hat die ProSiebenSat.1 Group einen Großteil des Kredits über sogenannte Zinsswaps abgesichert. Mithilfe dieser Zinssicherungsgeschäfte werden die variabel verzinslichen und somit unsicheren Zinszahlung des Kredits kompensiert und durch festverzinsliche Zinszahlung ersetzt.

Nachtragsbericht

Bundeskartellamtsverfahren beendet, neues Rabatt- und Honorierungsmodell eingeführt

Das Bundeskartellamt wird das Verfahren gegen die ProSiebenSat.1 Media AG und die SevenOne Media gegen Zahlung eines Bußgeldes beenden. Das Verfahren des Bundeskartellamts war Teil einer industrieweiten Untersuchung gegen Werbezeitenvermarkter und Mediaagenturen in Deutschland. Das Bundeskartellamt sieht im Wesentlichen die Vereinbarung von in der Branche üblichen „Share-of-Advertising“-Rabatten als eine vertikale Wettbewerbsbeschränkung an. Bei der Bemessung des Bußgeldes hat das Bundeskartellamt erstmalig die neuen Regelungen der 7. Kartellrechtsnovellierung in Verbindung mit den Bußgeldleitlinien des Bundeskartellamts angewandt. Die neuen Regelungen führen zu einer erheblichen Erhöhung der Bußgelder im Vergleich zu Kartellrechtsfällen nach altem Recht. Um eine langwierige gerichtliche Auseinandersetzung und nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftsaktivitäten zu vermeiden, hat die ProSiebenSat.1 Group das Bußgeld von 120,0 Mio Euro akzeptiert. Eine entsprechende Rückstellung  wurde gebildet. Der Werbezeitenvermarkter SevenOne Media stellte unmittelbar nach Beendigung des Verfahrens sein neues Rabatt- und Honorierungsmodell vor. Die ProSiebenSat.1 Media AG geht davon aus, dass sie auch mit dem neuen Modell ihre Unternehmensziele erreichen wird.

 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage


Das neue Rabatt- und Honorierungsmodell entspricht den kartellrechtlichen Vorgaben für Rabattsysteme. So wird es in Zukunft sogenannte inkrementelle Mengenrabatte geben. Diese werden nur für das investierte Volumen oberhalb der jeweiligen Rabattschwelle angewandt und nicht mehr wie bisher auf das Gesamtvolumen gewährt. Damit entfallen auch Rabatte, die in der Vergangenheit auf Basis der „Share-of-Advertising“-Vereinbarungen vergeben wurden. Daneben werden nur noch Rabatte als Gegenleistung für die Entstehung klar definierter Kostenvorteile und Effizienzen auf Seiten der ProSiebenSat.1 Media AG gewährt („Funktionsrabatte“). Ein weiteres wichtiges Kriterium, an dem sich SevenOne Media bei seinem neuen Rabattmodell orientiert, ist der Gleichbehandlungsgrundsatz. Danach erhalten alle Unternehmen, die das gleiche Investitionsverhalten haben, auch den gleichen Rabatt. Durch die Beachtung dieser und weiterer Kriterien erfüllt das SevenOne-Modell auch die Transparenz- und Neutralitätsanforderungen des „Code of Conduct“ der Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM).

Prognosebericht

Chancenbericht

Unternehmensstrategische Chancen der ProSiebenSat.1 Group

Die digitale Entwicklung stellt einen Inhalte-Anbieter wie die ProSiebenSat.1 Group vor neue Herausforderungen - und bietet zugleich substantielle Wachstumschancen. Durch die Digitalisierung entstehen neue Verbreitungswege für Inhalte. Parallel dazu verändert sich auch das Mediennutzungsverhalten. Insbesondere die Interessen der internet- und mobiltelefon-affinen Generation lassen die Nachfrage nach interaktiven Angeboten steigen. Ihr umfangreiches Know-how, ihr enges Beziehungsnetzwerk zur Werbewirtschaft und ihre starken TV-Marken bieten der ProSiebenSat.1 Group zahlreiche Möglichkeiten, mit innovativen Angeboten auch neue Nutzungsgewohnheiten zu bedienen, zusätzliche Zuschauergruppen zu gewinnen und neuartige Konzepte für die Werbewirtschaft zu entwickeln. Auf diese Weise untermauert die Gruppe ihre starke Position im TV-Werbemarkt und festigt gleichzeitig ihre Präsenz in der digitalen Welt.

Mit der Akquisition der SBS Broadcasting Group hat die ProSiebenSat.1 Group ihr Potential, diese Herausforderungen zu meistern, erheblich ausgebaut und zusätzliche Chancen für weiteres Wachstum in Europa eröffnet. SBS und ProSiebenSat.1 ergänzen sich geografisch, inhaltlich und strategisch zu einem führenden pan-europäischen Medienkonzern. Durch die Diversifikation der Geschäftstätigkeit expandiert die Gruppe in neue Märkte und erschließt zusätzliche Erlösquellen. Zugleich reduzieren die ausgewogene geografische Präsenz und die beschleunigte Diversifizierung die Abhängigkeit des Medienkonzerns von den Schwankungen einzelner Märkte. 

 Strategische Ausrichtung des Konzerns

Strategie der ProSiebenSat.1 Group

- 1 Stärkung des Kerngeschäfts Free-TV und Entwicklung von Inhalten
- 2 Ausbau neuer Medien und Diversifikation
- 3 Schaffung einer führenden operativen Plattform

Wachstum

- Weitere Steigerung von Umsatz und Ergebnis bei gleichzeitiger Kostendisziplin und positiven Effekten aus der Integration

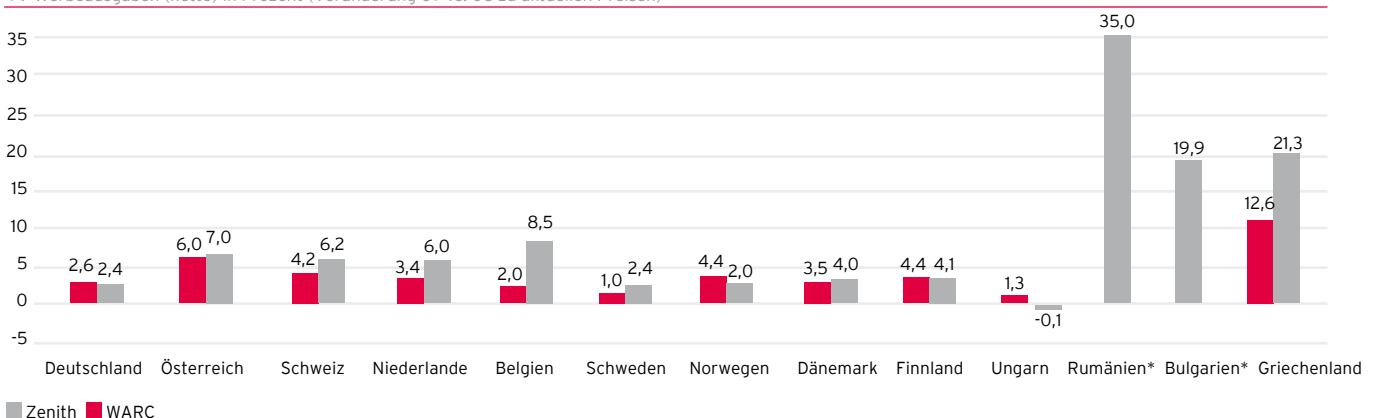
Markтчancen

Der deutschsprachige Raum ist der stärkste Markt der Gruppe, bislang erzielte das Unternehmen 100 Prozent der Umsätze in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der fusionierte Konzern wird hier rund 70 Prozent der Umsätze generieren. Die integrierte Gruppe ist in 13 Ländern Nord-, Mittel- und Osteuropas vertreten.

Die Wachstumsdynamik in der Eurozone wird sich bis Ende des Jahres voraussichtlich ungebremst fortsetzen. Aufgrund der hohen Kapazitätsauslastung ist weiterhin eine kräftige Investitionsnachfrage der Unternehmen zu erwarten. Die etwas stärkere Zunahme der verfügbaren Einkommen dürfte sich positiv auf den privaten Konsum auswirken. 2008 könnte sich die Expansion aufgrund der nachlassenden Weltkonjunktur und gestiegenen Finanzierungskosten der Unternehmen etwas verlangsamen. Die prognostizierten Entwicklungen von BIP und privatem Konsum spiegeln sich zumeist auch in der jeweils erwarteten Dynamik der Werbemärkte wider. So erwartet ZenithOptimedia für die positiven Outperformer - wie zum Beispiel Rumänien und Bulgarien - auch ein deutlich überdurchschnittliches Wachstum der Werbeinvestitionen. Insgesamt entwickeln sich die meisten der für die ProSiebenSat.1 Group wichtigen Werbemärkte sehr erfreulich und dynamischer als in Deutschland. Allerdings ist die Visibilität des Werbemarktes auch im europäischen Ausland derzeit eher gering und die Werbemarktprognosen weisen für einige Länder eine große Spannweite auf.

Entwicklung des Werbemarkts in den für die ProSiebenSat.1 Group wichtigen Ländern

TV-Werbeausgaben (netto) in Prozent (Veränderung 07 vs. 06 zu aktuellen Preisen)



*WARC Prognose ist für Rumänien und Bulgarien nicht verfügbar.

Quelle: WARC, ZenithOptimedia. Zahlen auf Nettobasis angepasst. Methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen.

In Deutschland, dem Kernmarkt der ProSiebenSat.1 Group, blieben im Gegensatz zur florierenden Industriekonjunktur die privaten Konsumausgaben 2007 bislang hinter den Erwartungen zurück. Für 2008 sind die Forscher optimistisch und rechnen mit einem Wachstum des privaten Konsums von 1,9 Prozent.

Die Bruttoinvestitionen in TV-Werbung in den ersten neun Monaten 2007 liegen mit vier Prozent im Plus. Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) hat seine Prognose vom Mai für die Gesamtjahresbilanz jedoch aufgrund des eingetrübten Konsumklimas nach unten revidiert. Der ZAW geht nun davon aus, dass die Netto-Werbeinnahmen der Medien in diesem Jahr um 1,4 Prozent steigen werden, statt um rund zwei Prozent, wie noch im Mai erwartet. ZenithOptimedia hat seine Prognose für den deutschen Werbemarkt im Oktober gegenüber Juni nicht verändert und erwartet weiterhin ein Wachstum von 2,8 Prozent. Für den TV-Werbemarkt erwartet ZenithOptimedia immer noch ein Plus von 2,4 Prozent.

Unternehmensausblick


Integration der Unternehmen vorantreiben und Know-how bündeln

Die erfolgreiche Zusammenführung von SBS und ProSiebenSat.1 hat höchste Priorität. Die integrierte Gruppe wird nach dem Prinzip „Think local, act global“ organisiert. Auf diese Weise sollen die Töchter weitgehend eigenständig in ihren Märkten operieren. Zugleich sollen alle Gesellschaften und Units von den Kompetenzen und den Ressourcen der gesamten Gruppe profitieren. Durch die zentrale Bündelung von Ressourcen können Synergiepotentiale optimal genutzt und positive Skaleneffekte realisiert werden. Um die Integration der Unternehmen rasch voranzutreiben und die Synergien von 80 bis 90 Mio Euro zu realisieren, die ab 2010 voll wirksam sein sollen, sind länderübergreifende Projektteams gebildet worden.

Think local, act global

Die Gruppe wird ihr hohes Synergiepotential nutzen

Investitionen und Finanzierung

Mit dem Erwerb der SBS Broadcasting Group hat die ProSiebenSat.1 Group die größte Akquisition ihrer Unternehmensgeschichte getätigt. Der Erwerb wurde ausschließlich fremdfinanziert. Der erhöhte Verschuldungsgrad lässt genügend Finanzierungsspielraum für die weitere strategische und operative Entwicklung des Konzerns. Die ProSiebenSat.1 Group entwickelt kontinuierlich neue Formate und investiert in attraktive Lizenzprogramme. Im Geschäftsjahr 2007 werden rund 1,1 Mrd Euro in die Programme der deutschsprachigen Senderkette investiert. Etwa 650 Mio Euro fließen in eigene Produktionen, circa 450 Mio Euro in Lizenzen und Filmrechte. Insgesamt wird der Konzern 2007 europaweit rund 1,6 Mrd Euro in sein Programm investieren. 

 Finanzlage und Investitionen

Die ProSiebenSat.1 Group wird ihre Möglichkeiten für einen weiteren Ausbau ihrer Aktivitäten auch durch Akquisitionen prüfen. Mit den vorhandenen Kreditlinien verfügt die ProSiebenSat.1 Group über ausreichend Fremdfinanzierungsmöglichkeiten. Wachstumsmöglichkeiten sieht der Konzern vor allem im wachsenden osteuropäischen Markt sowie im Online-Bereich. Größere Unternehmenskäufe, durch die zusätzlich Kapitalbedarf entstünde, sind derzeit jedoch nicht geplant. Die ProSiebenSat.1 Group plant, die zur Finanzierung der SBS-Akquisition eingegangene Verschuldung zu verringern.

Erwartete Entwicklung der Segmente und Geschäftsbereiche

Der Konzern strebt in beiden Geschäftsbereichen eine Steigerung von Umsatz und Ergebnis an. Durch den Ausbau bestehender Geschäftsmodelle und durch strategische Beteiligungen erwartet der Konzern auch künftig in beiden Geschäftsbereichen zu wachsen.

Durch eine klare Fokussierung auf Programm wird die Gruppe ihr Kerngeschäft Free-TV stärken und zugleich den Grundstein für weitere Diversifikation legen. In den kommenden Monaten startet eine ganze Reihe neuer Formate, die die Programmqualität der Sender weiter verbessern. Zudem wird der im Juli erworbene, auf Wien ausgerichtete Sender PULS TV zu einem bundesweiten Free-TV-Kanal ausgebaut. Der neue österreichische

Kanal PULS 4 wird im Februar 2008 auf Sendung gehen und das vierte nationale Vollprogramm neben ORF1, ORF2 und ATV sein. Auch der im nordischen Markt operierende Premium-Pay-TV-Sender CMore/Canal+ wird sein Programmangebot erweitern. Durch Investitionen in die Programmqualität und die Neustrukturierung der Kanäle wird CMore/Canal+ noch mehr Zuschauernähe gewinnen und seine Position als führende Pay-TV-Marke in Nordeuropa festigen.


Neben dem Ausbau des Programmbereichs hat die ProSiebenSat.1 Group das Ziel, auch technologisch führend zu sein. Die Gruppe arbeitet derzeit an Plänen für weitere Investitionen im Technologiebereich. Der Berliner Nachrichtenkanal N24 wird zu Europas modernstem Nachrichtensender ausgebaut und als multimediale Nachrichtenmarke etabliert werden. Dazu wird der Konzern den Free-TV-Sender auf eine völlig neue, moderne technische Plattform setzen und TV und Multimedia in Zukunft noch deutlich stärker vernetzen.

 Strategische Ausrichtung

Viele Marken der ProSiebenSat.1 Group haben das Potential für eine erfolgreiche geografische Expansion. Derzeit prüft der Konzern unter anderem die Einführung einer „deutschen Version“ des erfolgreichen skandinavischen Musiksenders „The Voice“. Auch die Verbreitung von verschiedenen TV-Formaten bei mehreren Sendern der internationalen Gruppe ist vorgesehen, darunter die neue ProSieben-Show „The Successor“ oder das Wissensmagazin „Galileo“. Im Geschäftsbereich Diversifikation bestehen ebenfalls Möglichkeiten für den internationalen Roll-Out. In den nächsten Monaten soll unter anderem die Online-Plattform MyVideo in einigen SBS-Ländern starten. Auch SevenOne Intermedia, das Multimedia-Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group, wird seine Aktivitäten ausbauen und im Dezember die internationale Spiele-Plattform Seven-Games.com launchen.

Umsatz- und Ergebnissteigerung der Gruppe

Für das laufende Jahr rechnet das Unternehmen weiterhin mit einer Umsatz- und Ergebnissteigerung, vor allem durch die erstmalige Konsolidierung von SBS. Wie in den Jahren zuvor, soll auch in diesem Jahr das bereinigte EBITDA stärker als der Umsatz steigen. Das Umsatzwachstum in Verbindung mit weiterhin striktem Kostenmanagement wird Hauptmotor der positiven Ergebnisentwicklung sein. Wesentlicher Wachstumsträger wird auch künftig das Kerngeschäft werbefinanziertes Fernsehen sein. Im deutschen Markt wurde eine Verkaufsmodell für TV-Werbung eingeführt, das kartellrechtlichen Vorgaben entspricht. Das Unternehmen ist zuversichtlich, mit dem neuen Modell seine Ziele zu erreichen. Die starke Dynamik der europäischen Märkte der ehemaligen SBS Broadcasting Group wird auch im vierten Quartal das Wachstum der Gruppe im Bereich Free-TV treiben. Darüber hinaus wird das diversifizierte Medienportfolio das organische Wachstum der Gruppe steigern. Durch eine klare Fokussierung auf Programm wird die ProSiebenSat.1 Group ihr Kerngeschäft Free-TV stärken und zugleich den Grundstein für weitere Diversifikation legen.

Bei Unternehmenszusammenschlüssen werden gemäß IFRS-Rechnungslegungsgrundsätzen die beizulegenden Zeitwerte für erworbene Vermögenswerte und Schulden wie Marken, Verträge und Kundenstämme sowie Rückstellungen ermittelt. Soweit es sich um Vermögenswerte mit begrenzter Nutzungsdauer handelt, sind hierauf entsprechende, aus der Kaufpreisallokation resultierende, allerdings liquiditätsunwirksame Abschreibungen vorzunehmen. Diese haben keine Auswirkungen auf das EBITDA oder die Free Cash-flow-Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group. Die Kartellamtsstrafe wird voraussichtlich 2008 gezahlt. 

 Nachtragsbericht

Quartalsabschluss

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group

	Q3 2007	Q3 2006	Veränderung	Veränderung in %
Tsd Euro				
1. Umsatzerlöse	668.376	431.279	237.097	55%
2. Herstellungskosten	-418.805	-287.525	131.280	46%
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	249.571	143.754	105.817	74%
4. Vertriebskosten	-125.480	-59.227	66.253	112%
5. Verwaltungskosten	-185.972	-38.315	147.657	385%
6. Sonstige betriebliche Erträge	4.663	2.710	1.953	72%
7. Betriebsergebnis	-57.218	48.922	-106.140	-217%
8. Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	303	-4	307	- / -
9. Sonstige finanzielle Erträge	-236	116	-352	-303%
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	20.368	1.093	19.275	- / -
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-65.040	-11.077	53.963	487%
12. Zinsergebnis	-44.672	-9.984	-34.688	-347%
13. Sonstige Finanzierungsaufwendungen	-1.923	-17.330	-15.407	-89%
14. Finanzergebnis	-46.528	-27.202	-19.326	-71%
15. Ergebnis vor Steuern	-103.746	21.720	-125.466	-578%
16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	26.662	-8.199	34.861	425%
17. Konzernfehlbetrag/-überschuss	-77.084	13.521	-90.605	-670%
davon entfallen auf:				
Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media AG	-77.856	13.108	-90.964	-694%
Minderheiten	772	413	359	87%
Euro				
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Stammaktie nach IAS 33 *	-0,36	0,05	-0,41	-820%
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie nach IAS 33 *	-0,35	0,06	-0,41	-683%

* dabei berücksichtigtes Periodenergebnis: -77,9 Mio Euro [Vgl.periode: 13,1 Mio Euro];
dabei berücksichtigte Anzahl der Stamm- und Vorzugsaktien: 218.797 Tsd Stück [Vgl.periode 218.797 Tsd Stück]

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group

	Q1-Q3 2007	Q1-Q3 2006	Veränderung	Veränderung in %
Tsd Euro				
1. Umsatzerlöse	1.721.170	1.447.420	273.750	19%
2. Herstellungskosten	-1.073.416	-935.270	138.146	15%
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	647.754	512.150	135.604	26%
4. Vertriebskosten	-233.996	-162.177	71.819	44%
5. Verwaltungskosten	-262.219	-103.323	158.896	154%
6. Sonstige betriebliche Erträge	11.684	8.222	3.462	42%
7. Betriebsergebnis	163.223	254.872	-91.649	-36%
8. Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	1.931	1.536	395	26%
9. Sonstige finanzielle Erträge	137	159	-22	-14%
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	23.268	3.504	19.764	564%
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-75.200	-33.111	42.089	127%
12. Zinsergebnis	-51.932	-29.607	-22.325	-75%
13. Sonstige Finanzierungsaufwendungen	-6.010	-18.640	12.630	-68%
14. Finanzergebnis	-55.874	-46.552	-9.322	-20%
15. Ergebnis vor Steuern	107.349	208.320	-100.971	-48%
16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-53.555	-79.161	25.606	32%
17. Konzernüberschuss	53.794	129.159	-75.365	-58%
davon entfallen auf:				
Gesellschafter der ProSiebenSat.1 Media AG	49.939	127.269	-77.330	-61%
Minderheiten	3.855	1.890	1.965	104%
Euro				
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Stammaktie nach IAS 33 *	0,22	0,57	-0,35	-61%
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie nach IAS 33 *	0,24	0,59	-0,35	-59%

* dabei berücksichtigtes Periodenergebnis: 49,9 Mio Euro [Vgl.periode: 127,3 Mio Euro];
dabei berücksichtigte Anzahl der Stamm- und Vorzugsaktien: 218.797 Tsd Stück [Vgl.periode 218.797 Tsd Stück]

Konzern-Bilanz der ProSiebenSat.1 Group

AKTIVA	30.09.2007	30.09.2006	Veränderung	31.12.2006	Veränderung
Tsd Euro					
A. Langfristige Aktiva					
I. Immaterielle Vermögenswerte	3.614.471	327.554	3.286.917	327.557	3.286.914
II. Sachanlagen	270.790	228.100	42.690	228.646	42.144
III. Finanzanlagen	60.429	8.379	52.050	13.348	47.081
IV. Programmvermögen	894.749	707.245	187.504	781.082	113.667
V. Forderungen und Sonstige langfristige Vermögenswerte	8.356	1.884	6.472	1.560	6.796
VI. Latente Steuern	9.057	2.089	6.968	- / -	9.057
	4.857.852	1.275.251	3.582.601	1.352.193	3.505.659
B. Kurzfristige Aktiva					
I. Programmvermögen	424.298	347.145	77.153	275.235	149.063
II. Vorräte	4.939	5.188	-249	4.306	633
III. Forderungen und Sonstige kurzfristige Vermögenswerte	445.073	303.621	141.452	236.615	208.458
IV. Wertpapiere	245	257	-12	252	-7
V. Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	163.730	29.304	134.426	63.540	100.190
	1.038.285	685.515	352.770	579.948	458.337
Summe der Aktiva	5.896.137	1.960.766	3.935.371	1.932.141	3.963.996
PASSIVA	30.09.2007	30.09.2006	Veränderung	31.12.2006	Veränderung
Tsd Euro					
A. Eigenkapital					
I. Gezeichnetes Kapital	218.797	218.797	- / -	218.797	- / -
II. Kapitalrücklage	574.758	583.455	-8.697	584.537	-9.779
III. Erwirtschaftetes Eigenkapital	303.140	332.345	-29.205	445.743	-142.603
IV. Kumuliertes übriges Eigenkapital	-30.216	-2.370	-27.846	-9.602	-20.614
V. Anteile Dritter am Kapital	7.525	-252	7.777	1.049	6.476
	1.074.004	1.131.975	-57.971	1.240.524	-166.520
B. Langfristige Passiva					
I. Langfristige Finanzverbindlichkeiten	3.582.753	184.253	3.398.500	183.959	3.398.794
II. Rückstellungen	7.700	5.185	2.515	5.970	1.730
III. Übrige Verbindlichkeiten	147.896	117.628	30.268	116.875	31.021
IV. Latente Steuern	151.873	- / -	151.873	789	151.084
	3.890.222	307.066	3.583.156	307.593	3.582.629
C. Kurzfristige Passiva					
I. Kurzfristige Finanzverbindlichkeiten	122.696	156.916	-34.220	1.602	121.094
II. Rückstellungen	212.950	110.937	102.013	93.349	119.601
III. Übrige Verbindlichkeiten	596.265	253.872	342.393	289.073	307.192
	931.911	521.725	410.186	384.024	547.887
Summe der Passiva	5.896.137	1.960.766	3.935.371	1.932.141	3.963.996

Konzern-Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd Euro	Q1-Q3 2007	Q1-Q3 2006
Konzernüberschuss	49.939	127.269
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Anlage- und Umlaufvermögen	77.995	29.257
Abschreibungen/Zuschreibungen auf Programmvermögen	762.548	682.382
Veränderung der Steuerrückstellungen (inkl. Veränderung latenter Steuern)	-64.483	64.600
Veränderung der sonstigen Rückstellungen	119.604	923
Ergebnisse aus der Equity-Bewertung und sonstigen zahlungsunwirksamen Veränderungen aus Finanzanlagen	867	1.616
Ergebnis aus dem Verkauf von Anlagevermögen	324	31
Unrealisierte Währungsdifferenzen	-5.491	- / -
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-9.779	3.490
Cash-flow	931.524	909.568
Veränderung der Vorräte	-632	-715
Veränderung der unverzinslichen Forderungen und Sonstiger Vermögenswerte	4.818	-77.999
Veränderung der unverzinslichen Verbindlichkeiten	14.785	-17.498
Cash-flow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit	950.495	813.356
Einzahlungen aus Abgängen von Gegenständen des Anlagevermögens	3.862	542
Auszahlungen für Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	-22.181	-18.223
Auszahlungen für Investitionen in Finanzanlagen	-4.627	-3.222
Einzahlungen aus Abgängen von Programmvermögen	9.876	6.417
Auszahlungen für Investitionen in das Programmvermögen	-809.766	-693.866
Auswirkungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises (Zugang)	-2.027.669	-4.734
Auswirkungen aus Änderungen des Konsolidierungskreises (Abgang)	4.264	- / -
Sonstige Änderungen des Eigenkapitals	6.421	1.495
Cash-flow aus der Investitionstätigkeit	-2.839.820	-711.591
Free Cash-flow	-1.889.325	101.765
Dividende	-192.542	-181.602
Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	-1.486.699	-195.268
Zuführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	3.668.756	146.853
Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit	1.989.515	-230.017
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds	100.190	-128.252
Finanzmittelfonds zum Geschäftsjahresanfang	63.540	157.556
Finanzmittelfonds zum Periodenende	163.730	29.304
Im Cash-flow aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit sind folgende Ein- und Auszahlungen gemäß IAS 7 enthalten:		
Cash-flow aus Ertragsteuern	-112.704	-92.367
Cash-flow aus gezahlten Zinsen	-42.403	-30.306
Cash-flow aus erhaltenen Zinsen	4.180	3.350

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group im Q1-Q3 2006

Tsd Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes 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 2005	218.797	579.965	386.678	-250	4.474	-1.915	1.187.749
gezahlte Dividenden	- / -	- / -	-181.602	- / -	- / -	- / -	-181.602
Aktienoptionsplan	- / -	3.490	- / -	- / -	- / -	- / -	3.490
Veränderung der direkt im Eigenkapital zu erfassenden Aufwendungen und Erträge	- / -	- / -	- / -	-167	-6.427	-227	-6.821
Konzernüberschuss	- / -	- / -	127.269	- / -	- / -	1.890	129.159
30. September 2006	218.797	583.455	332.345	-417	-1.953	-252	1.131.975

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group im Q1-Q3 2007

Tsd Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Kumuliertes übriges Konzerneigenkapital		Anteile Dritter am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital
				Ausgleichs-posten aus der FW-Um-rechnung	Bewertung von Cash-flow-Hedges und Änderung von Zins-Swaps		
31. Dezember 2006	218.797	584.537	445.743	-458	-9.144	1.049	1.240.524
gezahlte Dividenden	- / -	- / -	-192.542	- / -	- / -	- / -	-192.542
Veränderung des Konsolidierungskreises	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	2.650	2.650
Aktienoptionsplan	- / -	-9.779	- / -	- / -	- / -	- / -	-9.779
Veränderung der direkt im Eigenkapital zu erfassenden Aufwendungen und Erträge	- / -	- / -	- / -	2.345	-22.959	-29	-20.643
Konzernüberschuss	- / -	- / -	49.939	- / -	- / -	3.855	53.794
30. September 2007	218.797	574.758	303.140	1.887	-32.103	7.525	1.074.004

Anhang

Grundlagen und Methode

Als börsennotiertes Unternehmen hat die ProSiebenSat.1 Media AG ihren verkürzten Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2007 in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards [IFRS], wie sie in der EU anzuwenden sind, erstellt.

Der Konzernzwischenabschluss zum 30. September 2007 wurde auf Basis des IAS 34 ‚Zwischenberichterstattung‘ erstellt. Die Bilanzierung und Bewertung sowie die Erläuterungen und Angaben zum Konzern-Zwischenabschluss für die ersten drei Quartale des Geschäftsjahres 2007 basieren grundsätzlich auf den selben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2006 zu Grunde lagen. Im Zuge der Integration der im Juli 2007 erworbenen SBS Broadcasting Group wurde der Ausweis der Fristigkeiten im Programmvermögen sowie die Segmentstruktur neu geordnet. Der geänderte Ausweis bezüglich des Programmvermögens gibt die wirtschaftliche Betrachtungsweise hinsichtlich der Laufzeiten besser wider. Die Veränderung der Vorberichtsperioden ist aus folgender Übersicht zu entnehmen:

in Tsd Euro	30.09.2007		30.09.2006		31.12.2006	
	nach Anpassung Bilanzierungsmethode	Ausweis nach alter Bilanzierungsmethode	nach Anpassung Bilanzierungsmethode	Ausweis nach alter Bilanzierungsmethode	nach Anpassung Bilanzierungsmethode	Ausweis nach alter Bilanzierungsmethode
Programmvermögen langfristig	894.749	391.554	707.245	256.134	781.082	300.196
Programmvermögen kurzfristig	424.298	927.493	347.145	798.256	275.235	756.121
Programmvermögen gesamt	1.319.047	1.319.047	1.054.390	1.054.390	1.056.317	1.056.317

Zur Verbesserung der Klarheit der Darstellung in der Gewinn- und Verlustrechnung wurden im Quartalsabschluss die Positionen Erträge aus Beteiligungen und Erträge aus Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens zusammengefasst und im Anhang erläutert.

Für weiter gehende Angaben zu den angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2006, der die Grundlage für den vorliegenden Quartalsabschluss darstellt.

Konsolidierungskreis

Die Anzahl der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres 2007 wie folgt geändert:

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2006	36	5	41
Neu gegründete/konsolidierte Unternehmen	10	125	135
Fusionierte/endkonsolidierte Unternehmen	-1	- / -	-1
Einbezogen zum 30.09.2007	45	130	175

Der ProSiebenSat.1 Media AG stehen an diesen Gesellschaften unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte zu. 18 [zum 31. Dezember 2006: acht] assoziierte Unternehmen werden nach der Equity-Methode erfasst.

Erwerb der SBS Broadcasting Group

Mit Kaufvertrag vom 27. Juni 2007 hat die ProSiebenSat.1 Group von durch KKR und Permira beratende Fonds und von der Telegraaf Group 100 Prozent an der SBS Broadcasting Group erworben. Vollzogen wurde der Anteilskaufvertrag am 3. Juli 2007. Das Transaktionsvolumen beläuft sich insgesamt auf 3,3 Mrd Euro. Davon entfallen auf den Kaufpreis rund 2,1 Mrd Euro, der vollständig in bar bezahlt wurde. Durch den Erwerb der SBS Broadcasting Group sind der ProSiebenSat.1 Group flüssige Mittel in Höhe von 96,5 Mio Euro zugegangen. Mit der Kaufpreisallokation wurde mit Vollzug des Kaufvertrags Anfang Juli 2007 begonnen und ist bis zum Quartalsstichtag 30. September 2007 noch nicht endgültig abgeschlossen. In den Vermögenswerten und Schulden der ProSiebenSat.1 Group ist der Erwerb der SBS Broadcasting Group mit folgenden vorläufigen Werten enthalten:

SBS Broadcasting Group: Fair value			
in Mio Euro	SBS	Step Up	Fair value
Immaterielle Vermögenswerte	7	876	883
Goodwill	- / -	2.389	2.389
Sachanlagen	52	- / -	52
Finanzanlagen	1	50	51
Programmvermögen	231	- / -	231
Umlaufvermögen inkl. akt. lat. Steuern	212	- / -	212
Flüssige Mittel	96	- / -	96
Rückstellungen	-19	-21	-40
Verbindlichkeiten inkl. pas. lat. Steuern	-1.702	-97	-1.799
Summe			2.075
Kaufpreis SBS Broadcasting Group			2.075
Summe			2.075

Mit dem Step up (Kaufpreisallokation) werden die Differenzen zwischen den beim Verkäufer bilanzierten Restbuchwerten

und den Zeitwerten beim Käufer berücksichtigt. Bei den identifizierten und aktivierten immateriellen Vermögenswerten handelt es sich im Wesentlichen um Marken, Sendelizenzen, Markenlizenzverträge sowie Kundenbeziehungen und Auftragsbestände. Bei den Finanzanlagen wurde der aktuelle Zeitwert der neunprozentigen Beteiligung an Zenimax Media Inc. (USA) berücksichtigt.

Im Rahmen der Kaufpreisallokation wurden neben zu aktivierenden immateriellen Vermögenswerten auch solche identifiziert, die nicht gesondert vom Goodwill angesetzt wurden. Dies ist unter anderem der Fall, wenn es sich nicht um knappe Güter handelt, kein zukünftiger Nutzen zu erwarten ist, der aktivierte Wert bereits den Fair Value widerspiegelt oder wegen Unwesentlichkeit von einer Aktivierung abzusehen ist. Identifiziert, aber nicht separat vom Goodwill angesetzt, wurden unter anderem Internet Domains, Kundenlisten, selbst-erstellte Software sowie Leasingverträge und Verträge mit Call-TV Dienstleistern. Unterschiede zwischen bilanzierten Restbuchwerten und den Zeitwerten bei den erworbenen Sachanlagen wurden identifiziert aber als nicht wesentlich klassifiziert und somit nicht zusätzlich aktiviert.

Die SBS Broadcasting Group ist in Nord-, Mittel- und Osteuropa tätig und betreibt unter anderem eine europaweite Senderkette aus 19 Free-TV- und 20 Pay-TV-Sendern sowie zahlreichen Radio-Netzwerken. Zudem ist der Medienkonzern in den Niederlanden im Printbereich führend.

Die Umsatzerlöse der SBS Broadcasting Group für die ersten drei Quartale 2007 betragen 752,9 Mio Euro. Der Konzernfehlbetrag für die ersten neun Monate 2007 beträgt minus 34,7 Mio Euro, der Konzernüberschuss der SBS Broadcasting Group seit Konzernzugehörigkeit zur ProSiebenSat.1 Group beträgt 39,9 Mio Euro.

Wäre die Übernahme der SBS Broadcasting Group bereits zum 1. Januar 2007 erfolgt, würde sich der Gesamtkonzernumsatz für die ersten drei Quartale auf 2.246 Mrd Euro und der Fehlbetrag 24,6 Mio Euro belaufen.

Erwerb der solute GmbH

Mit Wirkung zum 1. Februar 2007 hat die SevenOne Intermedia GmbH, ein mittelbar 100prozentiges Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG, 74,8 Prozent der solute GmbH mit Sitz in Karlsruhe erworben. Der Kaufpreis für die erworbenen Anteile beträgt insgesamt 3.554 Tsd Euro. Dieser teilt sich in einen bar entrichteten Kaufpreis in Höhe von 2.800 Tsd Euro, in auf den Erwerb direkt zurechenbare Kosten in Höhe von 84 Tsd Euro sowie aus einer im Kaufvertrag festgehaltenen earn-out-Klausel für eine in den Geschäftsjahren 2010 und 2011 fällige zusätzliche Kaufpreiszahlung in Höhe von insgesamt 670 Tsd Euro auf. Diese zusätzliche Zahlung ist abhängig von bestimmten Ergebniszielen in den

Geschäftsjahren 2009 und 2010, deren Erreichung als sehr wahrscheinlich angesehen wird. Zum 1. Februar 2007 wurde die Gesellschaft erstmals als voll konsolidiertes Unternehmen in den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG mit einbezogen

Die solute GmbH ist ein Internet-Dienstleister und betreibt insbesondere mit dem Portal www.billiger.de eine Preissuchmaschine im Internet.

In den Vermögenswerten und Schulden der ProSiebenSat.1 Group ist der Erwerb der solute GmbH mit folgenden Werten enthalten:

solute GmbH: Fair value			
in Tsd Euro	solute GmbH	Step Up	Fair value
Immaterielle Vermögenswerte	135	2.826	2.961
Goodwill	- / -	1.159	1.159
Langfristige Aktiva	241	- / -	241
Kurzfristige Aktiva	2.615	- / -	2.615
Rückstellungen und Verbindlichkeiten	-2.615	- / -	-2.615
Summe			4.361
Kaufpreis solute GmbH			3.554
Anteile Dritter am Kapital			807
Summe			4.361

Im Rahmen der Kaufpreisallokation wurden immaterielle Vermögenswerte identifiziert, die nicht separat vom Goodwill angesetzt wurden. Dies ist unter anderen dann der Fall, wenn es sich nicht um knappe Güter handelt, kein zukünftiger Nutzen zu erwarten ist, der aktivierte Wert bereits den Fair Value widerspiegelt oder wegen Unwesentlichkeit von einer Aktivierung abzusehen ist. Dabei handelt es sich um sogenannte 'Shop-Beziehungen' auf der Internetseite billiger.de. Die Umsatzerlöse der solute GmbH für die ersten drei Quartale 2007 betragen 8.072 Tsd Euro, der Überschuss beträgt für den gleichen Zeitraum 698 Tsd Euro, davon entfallen 496 Tsd Euro auf den Zeitraum der Konzernzugehörigkeit.

Erwerb der Sat.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H.

Mit Wirkung zum 1. Februar 2007 hat die Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH weitere 17,7 Prozent der bisher at Equity bilanzierten Sat.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H., Wien [Österreich], erworben. Sie hält somit insgesamt 51,0 Prozent an der erworbenen Gesellschaft. Diese wird seit dem 1. Februar 2007 im Rahmen der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG mit einbezogen. Der Kaufpreis für die zusätzlich erworbenen Anteile beträgt insgesamt 3.000 Tsd Euro. Durch den Erwerb

der Sat.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H. gingen der ProSiebenSat.1 Group flüssige Mittel in Höhe von 9.787 Tsd Euro zu. Die Sat.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H. strahlt von Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH produziertes TV-Programm als Rahmenprogramm in Österreich aus.

In den Vermögenswerten und Schulden der ProSiebenSat.1 Group ist der Erwerb der Sat.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H. mit folgenden Werten enthalten:

Sat.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H.: Fair value			
in Tsd Euro	Sat.1. Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H.	Step Up	Fair value
Immaterielle Vermögenswerte	4	- / -	4
Goodwill	- / -	2.151	2.151
Langfristige Aktiva	11	- / -	11
Kurzfristige Aktiva	15.518	- / -	15.518
Rückstellungen und Verbindlichkeiten	-8.119	- / -	-8.119
Summe			9.565
Kaufpreis Sat.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H.			3.000
Equity-Buchwert Sat.1 Austria zum 31.01.2007			2.932
Anteile Dritter am Kapital			3.633
Summe			9.565

Im Rahmen der Kaufpreisallokation wurden keine immaterielle Vermögenswerte sowie andere stille Reserven und Lasten identifiziert, die separat vom Goodwill anzusetzen wären. Die Umsatzerlöse der Sat.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H. für die ersten drei Quartale 2007 betragen 14.856 Tsd Euro, der Überschuss beträgt für den gleichen Zeitraum 4.785 Tsd Euro, davon entfallen nach Berücksichtigung der Anteile fremder Gesellschafter 2.440 Tsd Euro auf den Zeitraum der Konzernzugehörigkeit.

Erwerb der PULS CITY TV GmbH

Am 4. Juli 2007 hat die SevenOne Media Austria GmbH 100 Prozent der PULS CITY TV GmbH mit Sitz in Wien erworben. Mit Zustimmung der kartell- und medienaufsichtsrechtlichen Behörden vom 9. August 2007 wurde der Erwerb der PULS CITY TV wirksam. Der Kaufpreis beträgt 2.180 Tsd Euro. PULS CITY TV ist ein Wiener Ballungsraumsender und produziert u.a. auch für ProSieben Austria und Sat.1 Österreich. Die Umsatzerlöse der PULS CITY TV für die ersten drei Quartale 2007 betragen 5.827 Tsd Euro, der Fehlbetrag beläuft sich für den gleichen Zeitraum auf minus 592 Tsd Euro, da-

von entfallen minus 187 Tsd Euro auf den Zeitraum der Konzernzugehörigkeit.

Weitere Angaben gemäß IFRS 3 können zum jetzigen Zeitpunkt nicht gemacht werden, da mit der Kaufpreisallokation erst mit Vollzug des Kaufvertrags begonnen und bis zum Berichtszeitpunkt noch nicht abgeschlossen wurde.

Vollständiger Erwerb der Magic Internet Holding GmbH

Die SevenOne Intermedia GmbH, ein Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Group hat nach Abschluss der Berichtsperiode mit Kaufvertrag vom 16. Juli 2007 die restlichen Anteile der bisher at Equity bilanzierten Magic Internet Holding GmbH, Köln, mit ihren 100prozentigen Tochterunternehmen S.C. MyVideo Broadband SRL, Bukarest [Rumänien], und Magic Internet GmbH, Köln, erworben.

Der Kaufpreis für die erworbenen restlichen 69,95 Prozent der Anteile an der Magic Internet Holding GmbH beträgt 19 Mio Euro. Insgesamt gingen der ProSiebenSat.1 Group mit dem Erwerb der Magic Internet Gruppe flüssige Mittel in Höhe von 343 Tsd Euro zu.

In den Vermögenswerten und Schulden der ProSiebenSat.1 Group ist der Erwerb der Magic Internet Holding GmbH und ihrer Tochterunternehmen mit folgenden Werten enthalten:

Magic Internet Holding GmbH: Fair value			
in Tsd Euro	Magic Internet	Step Up	Fair value
Immaterielle Vermögenswerte	14	3.465	3.479
Goodwill	- / -	17.639	17.639
Langfristige Aktiva	31	- / -	31
Kurzfristige Aktiva	3.247	- / -	3.247
Rückstellungen und Verbindlichkeiten	-3.243	- / -	-3.243
Summe			21.153
Kaufpreis Magic Internet Holding GmbH			19.000
Equity-Buchwert SevenOne Intermedia GmbH zum 01.08.2007			2.153
Summe			21.153

MyVideo.de ist die größte in Deutschland gegründete Video-Community. Unter www.myvideo.de tauschen Privatpersonen eigenproduzierte Kurzfilme, Musikclips und Urlaubsvideos aus. Die Umsatzerlöse der Magic Internet Holding GmbH und ihrer Tochtergesellschaften für die ersten drei Quartale 2007 betragen 2.614 Tsd Euro, der Fehlbetrag beläuft sich für den gleichen Zeitraum auf minus 1.626 Tsd Euro, davon entfällt ein Überschuss in Höhe von 32 Tsd Euro auf den Zeitraum der Konzernzugehörigkeit.

Erwerb der wer-weiss-was GmbH

Mit Wirkung zum 4. September 2007 hat die SevenOne Intermedia GmbH 74,8 Prozent der Anteile an der wer-weiss-was GmbH erworben. Die Anschaffungskosten für die erworbenen 74,8 Prozent der Anteile betragen 9.024 Tsd Euro. In den Vermögenswerten und Schulden der ProSiebenSat.1 Group ist der Erwerb der wer-weiss-was GmbH mit folgenden Werten enthalten:

wer-weiss-was GmbH: Fair value			
in Tsd Euro	wer-weiss-was	Step Up	Fair value
Immaterielle Vermögenswerte	- / -	4.110	4.110
Goodwill	- / -	7.404	7.404
Kurzfristige Aktiva	500	- / -	500
Summe			12.014
Kaufpreis wer-weiss-was GmbH			9.024
Anteile Dritter am Kapital			2.990
Summe			12.014

Der Experten-Informationsdienst ist Deutschlands führendes Portal für die Vermittlung von Wissen im Internet. Bei www.wer-weiss-was.de registrieren sich Onlinenutzer als Experten, die ihr Wissen zu den verschiedensten Interessensgebieten mit anderen teilen möchten.

Sonstige finanzielle Erträge

Die sonstigen finanziellen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

in Tsd Euro	Q3 2007	Q3 2006	Q1 - Q3 2007	Q1 - Q3 2006
Erträge aus Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens	-270	36	103	79
Erträge aus Beteiligungen	34	80	34	80
Sonstige finanzielle Erträge	-236	116	137	159

Steuern vom Einkommen und Ertrag

Die Absenkung des Unternehmenssteuersatzes in Deutschland von 25 Prozent auf 15 Prozent ab dem Jahr 2008 führt bereits im Jahr 2007 zu einer Neubewertung der latenten Steuern nach IAS 12. Dadurch ergibt sich zum 30. September 2007 ein latenter Steuerertrag in Höhe von 2.540 Tsd Euro. Die Konzernsteuerquote erhöhte sich gegenüber dem Halbjahresabschluss 2007 von 38,0 Prozent auf 49,9 Prozent. Im Wesentlichen ist die Erhöhung der Konzernsteuerquote darauf zurückzuführen, dass die Geldbuße des Bundeskar-

tellantes in Höhe von 120 Mio Euro steuerlich nicht abzugsfähig ist. Der Kauf der SBS Broadcasting Group und die vergleichsweise niedrigeren Steuersätze im europäischen Ausland führten zu einer Minderung der Konzernsteuerquote.

Segmentberichterstattung

Entsprechend den Regeln von IFRS 8 [„Operating Segments“] sind einzelne Zwischenabschlusssdaten nach Segmenten und Regionen getrennt darzustellen, wobei sich die Aufgliederung an der internen Berichterstattung orientiert, die eine zuverlässige Einschätzung der Risiken und Erträge des Konzerns ermöglicht. Durch die Segmentierung sollen Ertragskraft und Erfolgsaussichten der einzelnen Aktivitäten des Konzerns transparent gemacht werden. Der ProSiebenSat.1-Konzern grenzt das primäre Segmentberichtsformat in Übereinstimmung mit seiner internen Steuerung nach Geschäftsfeldern ab.

Die ProSiebenSat.1 Group unterteilt Ihre Geschäftsbereiche in Free-TV und Diversifikation. Der Bereich Free-TV wird in die Segmente Free-TV im deutschsprachigen Raum und Free-TV International unterteilt.

Dem Bereich Free-TV im deutschsprachigen Raum werden im Wesentlichen die Sender Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 sowie die Sat.1-Regionalgesellschaften, der Vermarkter SevenOne Media, die Tochter ProSiebenSat.1 Produktion sowie die Konzerntöchter in Österreich und der Schweiz zugeordnet. Zum Bereich Free-TV International gehören die werbefinanzierten TV-Sender in den Niederlanden, Belgien, Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden, Rumänien, Bulgarien und Ungarn. Im Segment Diversifikation werden alle Tochterunternehmen gebündelt, die ihre Erlöse nicht direkt durch klassische TV-Werbeinnahmen generieren, dazu gehören Aktivitäten im Bereich Pay-TV, Call-TV, Multimedia, Merchandising und Radio bis zu verwandten Print-Produkten.

Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group						
in Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Überleitungen	Summe Konzernabschluss Q1-Q3 2007
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV*			
Umsatzerlöse	1.359.194	158.343	1.517.537	256.611	-52.978	1.721.170
Außenumsätze	1.312.648	157.312	1.469.960	251.210	- / -	1.721.170
Innenumsätze	46.546	1.031	47.577	5.401	-52.978	- / -
EBITDA	155.107	34.180	189.287	52.138	-207	241.218
EBITDA Recurring	279.595	35.317	314.912	51.315	-207	366.020

* konsolidiert

Geografische Aufteilung

	Deutschsprachig	NL/B	Nordic	CEE	Überleitungen	Summe Konzernabschluss Q1-Q3 2007
Umsatzerlöse	1.544.306	86.236	111.732	30.955	-52.059	1.721.170
Außenumsätze	1.492.832	86.236	111.147	30.955	- / -	1.721.170
Innenumsätze	51.474	- / -	585	- / -	-52.059	- / -

Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group

in Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Überleitungen	Summe Konzernabschluss Q1-Q3 2006
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV*			
Umsatzerlöse	1.328.114	- / -	1.328.114	163.280	-43.974	1.447.420
Außenumsätze	1.287.831	- / -	1.287.831	159.589	- / -	1.447.420
Innenumsätze	40.283	- / -	40.283	3.691	-43.974	- / -
EBITDA	244.075	- / -	244.075	40.577	-523	284.129
EBITDA Recurring	246.183	- / -	246.183	40.577	-523	286.237

* konsolidiert

Mit dem Erwerb der SBS Broadcasting Group wird auch erstmals im Rahmen der sekundären Segmentberichterstattung nach geografischen Märkten berichtet. Dabei wird unterschieden nach deutschsprachigem Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz), NL/B (Niederlande, Belgien), Nordic (Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden) und CEE (Bulgarien, Griechenland, Rumänien, Ungarn). Auf eine Darstellung von Vorjahres-Vergleichszahlen wird verzichtet, da im Vergleichszeitraum 2006 Umsatzerlöse ausschließlich im deutschsprachigen Raum erzielt wurden.

Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen

Neben den in den Konzern-Zwischenabschluss 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.

Mit Kaufvertrag vom 27. Juni 2007 hat die ProSiebenSat.1 Group von durch KKR und Permira beratende Fonds und von der Telegraaf Group 100 Prozent an der SBS Broadcasting Group erworben.

Im Berichtszeitraum wurde die Buchagentur Intermedien-GmbH, ein vormals voll konsolidiertes und mittelbar 100prozentiges Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG,

mit einem Ertrag in Höhe von rund 1 Mio Euro an die Lavena Holding 1 GmbH verkauft. Der Verkaufserlös für die Buchagentur Intermedien-GmbH entspricht dem aktuellen Marktwert der Gesellschaft. Die Lavena Holding 1 GmbH ist mittelbar über mehrere Holding-Gesellschaften Mehrheitsaktionär der ProSiebenSat.1 Media AG.

Harry Evans Sloan ist Mitglied des Aufsichtsrates der ProSiebenSat.1 Media AG und Chairman des Board of Directors sowie CEO der Metro-Goldwyn-Mayer Holdings, Inc. (MGM). Zwischen der MGM Holding Inc. und der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Berichtszeitraum verschiedene Lizenzverträge im Rahmen der üblichen Geschäftstätigkeit geschlossen wurden. Die Verträge entsprechen marktüblichen Konditionen.

Es wurden keine weiteren wesentlichen berichtspflichtigen Geschäftsvorfälle nach IAS 24 mit nahestehenden Personen und Unternehmen im Berichtszeitraum geschlossen.

Termine

Finanzkalender

Pressekonzferenz/IR-Konzferenz anlässlich der vorläufigen Zahlen 2007	4. März 2008
Geschäftsbericht 2007	28. März 2008
Quartalsbericht Q1 2008	14. Mai 2008
Ordentliche Hauptversammlung 2008	10. Juni 2008
Quartalsbericht Q2 2008	6. August 2008
Quartalsbericht Q3 2008	6. November 2008

Kontakte

Presse

ProSiebenSat.1 Media AG
Unternehmenskommunikation
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 - 11 64
Fax +49 [89] 95 07 - 911 64

Investor Relations

ProSiebenSat.1 Media AG
Investor Relations
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 - 15 02
Fax +49 [89] 95 07 - 15 21

Aktieninformation

ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [0] 8000 777 117
Fax +49 [89] 95 07 - 15 21
E-mail: aktie@ProSiebenSat1.com

Die ProSiebenSat.1 Group im Internet

Weitere Informationen über die ProSiebenSat.1 Group erhalten Sie im Internet unter der Adresse <http://www.prosiebensat1.com/>. Dort erhalten Sie auch Hinweise zu Terminaktualisierungen.

Vorausschauende Aussagen in diesem Zwischenbericht

Der Lagebericht enthält zukunftsbezogene Aussagen über erwartete Entwicklungen. Diese Aussagen basieren auf aktuellen Einschätzungen und sind naturgemäß mit Risiken und Unsicherheiten behaftet. Die tatsächlich eintretenden Ereignisse können von den hier formulierten Aussagen abweichen.

Impressum

Herausgeber
ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 - 10
Fax +49 [89] 95 07 - 11 22
www.prosiebensat1.com
HRB 124 169 AG München

Inhalt und Gestaltung

ProSiebenSat.1 Media AG
Corporate Office
Katja Pichler
Julian Geist
Katrin Schneider
Julia Sauerland
Steffen Schiefer