



Quartalsbericht Q1 2009

1. Januar bis 31. März 2009

Q1

Kennzahlen auf einen Blick

In Mio EUR	Q1 2009	Q1 2008	Veränderung
Umsatz	627,0	729,1	-14%
Recurring EBITDA ⁽¹⁾	93,8	88,5	6%
EBITDA	90,4	84,8	7%
EBIT	59,0	49,9	18%
Finanzergebnis	-66,2	-58,4	13%
Ergebnis vor Steuern	-7,0	-8,5	-18%
Konzernergebnis, das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	-1,7	-7,9	-78%
Bereinigter Konzernüberschuss ⁽²⁾	9,9	6,1	62%
Ergebnis je Vorzugsaktie (in Euro)	0,00	-0,04	-100%
Ergebnis je Vorzugsaktie bereinigt (in Euro)	0,06	0,03	100%
Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit	279,9	267,2	5%
Cash-flow aus Investitionstätigkeit	-385,8	-340,3	13%
Free Cash-flow	-105,9	-73,1	45%

In Mio EUR	31.03.2009	31.03.2008	Veränderung
Bilanzsumme	5.911,4	6.034,3	-2%
Eigenkapital	415,7	984,4	-58%
Eigenkapitalquote	7,0%	16,3%	-57%
Programmvermögen	1.460,0	1.290,4	13%
Nettofinanzverschuldung	3.512,4	3.414,8	3%
Mitarbeiter ⁽³⁾	5.460	5.985	-9%

⁽¹⁾ Bereinigtes EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten

⁽²⁾ Bereinigt um Sondereffekte

⁽³⁾ Anzahl durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen

> Das erste Quartal 2009

Die angespannte Konjunkturlage in Europa hat Auswirkungen auf die gesamte Medienbranche. Erwartungsgemäß verzeichnete die ProSiebenSat.1 Group im ersten Quartal 2009 einen Rückgang der TV-Werbbeeinnahmen. Der Umsatzrückgang konnte jedoch durch effizientes Kostenmanagement aufgefangen werden: Während der Konzernumsatz um 14,0 Prozent auf 627,0 Mio Euro zurückgegangen ist, stieg das recurring EBITDA um 6,0 Prozent auf 93,8 Mio Euro. Auch die Maßnahmen zur Optimierung unseres Werbezeiten-Verkaufsmodells für Deutschland zeigen Erfolg: Mit dem überarbeiteten Verkaufsmodell konnten wir im ersten Quartal 2009 TV-Werbemarktanteile zurückgewinnen.

> Unsere Ziele für 2009

Die Neuausrichtung der deutschen Senderfamilie und die Bündelung des Sales-Bereichs sind wichtige strategische Meilensteine im ersten Halbjahr. Wir richten die ProSiebenSat.1 Group mit einem Kostensenkungsprogramm auf ein wirtschaftlich anspruchsvolles Umfeld aus. Dabei investieren wir weiter angemessen in Programme, um die Leistung unserer Sender im Zuschauermarkt zu stärken. Im Sales-Bereich werden wir nach den Marktanteilsgewinnen des ersten Quartals weiter daran arbeiten, unsere Senderleistung zu angemessenen Preisen zu kapitalisieren.

> Die ProSiebenSat.1 Group

Mit einer Reichweite von über 78 Mio TV-Haushalten in 12 Ländern ist ProSiebenSat.1 die zweitgrößte Sendergruppe in Europa. Neben klassischen Verbreitungswegen wie TV, aber auch Radio und Print, setzt ProSiebenSat.1 auf innovative Technologien und neue Medien wie das Internet. Unser Claim „the power of television“ ist ein klares Statement: ProSiebenSat.1 bietet erstklassige Unterhaltung und aktuelle Informationen – wann immer der Konsument es wünscht, wo immer er ist.

Inhalt

4	KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT	18	KONZERNZWISCHENABSCHLUSS
4	Konzern und Rahmenbedingungen	18	Gewinn- und Verlustrechnung
8	Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	19	Konzernbilanz
12	Geschäftssegmente	20	Kapitalflussrechnung
13	Mitarbeiter	21	Eigenkapitalveränderungsrechnung
14	Die ProSiebenSat.1-Aktie	22	Anhang
14	Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren		
15	Nachtragsbericht	30	WEITERE INFORMATIONEN
15	Risiken- und Chancenbericht	30	Finanzkalender
16	Prognosebericht	30	Kontakte

Konzern und Rahmenbedingungen

WESENTLICHE EREIGNISSE UND ORGANISATORISCHE MASSNAHMEN IM ERSTEN QUARTAL 2009

Investitionsmaßnahmen und Änderungen im Konsolidierungskreis

- **Vertrag mit CBS Paramount International Television und Sony Pictures International verlängert.** Schwerpunkt der Investitionstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group ist der Ausbau des Programmbestands. Im März 2009 hat ProSiebenSat.1 einen mehrjährigen Lizenzvertrag mit Sony Pictures International geschlossen. Das Paket umfasst unter anderem die deutschen Free-TV-Rechte an über 20 neuen Hollywood-Titeln pro Jahr sowie an einer Reihe von Sony-Pictures-Serien und TV-Movies. Zu Jahresbeginn hat die Gruppe zudem den bestehenden Vertrag mit CBS Paramount International Television für das deutschsprachige Europa verlängert.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung,
S. 8

Unverändert hohe Investitionen in den Programmbereich sichern die Programmqualität der Senderfamilie langfristig. Im ersten Quartal 2009 hat die ProSiebenSat.1 Group 380,0 Mio Euro in den Erwerb von Programmrechten investiert (Q1 2008: 351,6 Mio Euro). Gleichzeitig hat die Gruppe durch eine optimierte Nutzung des existierenden Programmvermögens die operativen Kosten im ersten Quartal 2009 deutlich reduziert.

Nachtragsbericht, S. 15

- **Zentralisierung der deutschen Free-TV-Aktivitäten schreitet planmäßig voran, neues Playout-Center nimmt Betrieb auf.** Mit der Bündelung der TV- und Vermarktungsaktivitäten in Deutschland und dem Umzug von Sat.1 an den Hauptstandort des Konzerns in München-Unterföhring legt die ProSiebenSat.1 Group den Grundstein für die Weiterentwicklung ihrer Kernkompetenzen. In diesem Zusammenhang wurde im Januar 2009 die Sat.1-Zentralredaktion in eine neue Gesellschaft überführt. Die neu gegründete maz & more GmbH produziert für Sat.1 das Frühstückfernsehen und das Vorabendmagazin. Auch nach dem Umzug von Sat.1 bleibt Berlin mit N24 und der maz & more GmbH der wichtigste journalistische Produktionsstandort des Unternehmens.

In technischer Hinsicht hat die Gruppe wichtige Schritte unternommen, um ihre Wettbewerbsposition zu stärken. Basis hierfür ist die Errichtung eines neuen Playout-Centers in München, das zum Ende des ersten Quartals 2009 seinen Betrieb aufgenommen hat. Durch die Umstellung auf eine neue technologische Plattform und die Errichtung eines gemeinsamen Materialpools will die Gruppe künftig ihr gesamtes Bewegtbildmaterial bandlos verbreiten, so dass Programminhalte von verschiedenen Mitarbeitern und an verschiedenen Standorten zeitgleich bearbeitet werden können und Inhalte früher zur Verwertung auf verschiedenen Plattformen zur Verfügung stehen. Daraus ergeben sich deutliche Zeit-, Effizienz- und Qualitätsvorteile.

Konzernanhang, S. 22

- **Portfolio-Optimierung vorangetrieben, internationales Radionetzwerk durch Akquisition gestärkt.** Zu Jahresbeginn hat die schwedische Konzerntochter SBS Radio AB 100 Prozent des Radiogeschäfts von der Stampen Group in Schweden erworben. Durch die Transaktion hat ProSiebenSat.1 den Geschäftsbereich Diversifikation gestärkt und gleichzeitig Mix Megapol zum größten Radiosender Schwedens ausgebaut. Die Göteborg Ett AB und ihre Tochtergesellschaften werden zum 20. Januar voll konsolidiert.

Auch Desinvestitionsmaßnahmen sind Teil der Strategie, unser Portfolio durch verstärkte Fokussierung auf Kernkompetenzen zu optimieren. Das heißt, wir stärken Geschäfte mit hohem Wachstumspotential durch Investitionen und trennen uns zugleich von Aktivitäten, die geringes Synergiepotential im Hinblick auf die Vernetzung mit unseren Free-TV-Marken haben. In diesem Zusammenhang steht der Verkauf der solute GmbH, der im Februar

vollzogen wurde. Die solute GmbH betreibt das Internetportal billiger.de und wurde bislang im Segment Diversifikation ausgewiesen.


Personelle Änderungen im Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG

- **Thomas Ebeling ist neuer CEO.** Thomas Ebeling übernahm zum 1. März 2009 das Amt des Vorstandsvorsitzenden bei der ProSiebenSat.1 Media AG. CFO Axel Salzmann war seit 31. Dezember 2008 bis zum Amtsantritt von Thomas Ebeling kommissarisch Vorstandsvorsitzender.

WIRTSCHAFTLICHES UMFELD UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Konjunkturelle Rahmenbedingungen

 Ausblick, S. 16

Nach derzeitiger Einschätzung des Internationalen Währungsfonds (IWF) wird die Weltwirtschaft 2009 erstmals seit dem zweiten Weltkrieg um 1,3 Prozent schrumpfen. Sowohl die USA (-2,8%) und Japan (-6,2%) als auch die Eurozone (-4,2%) müssen mit erheblichen Einbußen rechnen. Der Einbruch des globalen Handels trifft Deutschland infolge seiner Exportorientierung besonders stark: Schwache Ausfuhren und Investitionen ließen das reale Bruttoinlandsprodukt schon im vierten Quartal 2008 um kräftige 2,1 Prozent gegenüber dem Vorquartal zurückgehen. Im ersten Quartal 2009 ist nicht mit Besserung zu rechnen .

Die Investitionszurückhaltung der Unternehmen hinterlässt deutliche Spuren in den europäischen TV-Werbemärkten. In Deutschland fielen die TV-Bruttowerbeinvestitionen im ersten Quartal 2009 gegenüber dem Vorjahr um 2,7 Prozent auf 2,027 Mrd Euro. Die Bruttozahlen für den deutschen TV-Werbemarkt reflektieren die Entwicklung im Nettowerbemarkt allerdings nicht vollständig. Nettozahlen für den deutschen TV-Werbemarkt im Jahr 2009 liegen derzeit nicht vor, auf Nettobasis dürfte es jedoch zu größeren Rückgängen gekommen sein. Auch in allen anderen TV-Märkten der ProSiebenSat.1 Group sind die Werbeinvestitionen im ersten Quartal 2009 im Minus, wenn auch unterschiedlich deutlich. Einzige Ausnahme ist Ungarn mit einer Steigerung der TV-Werbeinvestitionen um 9,0 Prozent brutto. Allerdings entfällt dort ein Großteil des Wachstums auf die gestiegene Anzahl erfasster Fernsehsender von 20 auf 26.

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

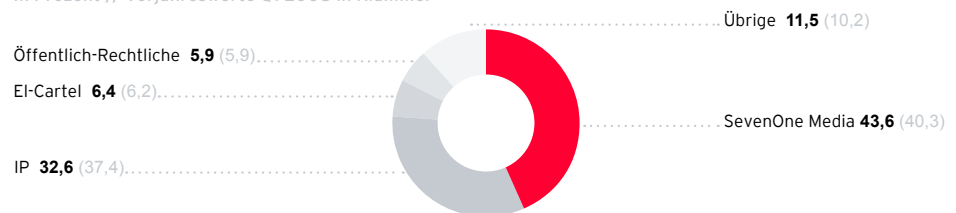
	Q1 2009 In Mio EUR	Abweichung vs Q1 2008 In Prozent
Deutschland	2.027,4	-2,7
Österreich	132,6	-3,7
Schweiz	137,6	-6,5
Niederlande	154,2	-9,8
Belgien	162,0	-5,9
Norwegen	62,4	-5,1
Schweden	92,8	-8,0
Dänemark	62,2	-19,2
Finnland	59,3	-15,0
Ungarn	303,7	9,0
Rumänien	38,8	-42,5
Bulgarien	75,9	-4,1

Bei den vorliegenden Daten ist zu berücksichtigen, dass diese teilweise auf Bruttozahlen basieren und daher nur bedingt auf die relevanten Nettowerte schließen lassen. Deutschland: brutto, Nielsen Media Research. Niederlande: netto (nach Rabatten, vor Agentur Provisionen), SPOT Organisation. Belgien: brutto, CIM MDB, Nord, März beruht auf Erwartungen. Schweden: netto, IRM / Q1 09 beruht auf Erwartungen Wechselkurs 10,9 SEK. Norwegen: netto (nach Rabatten, vor Agentur Provisionen), MIO-Media Agencies Organization, entspricht ca. 90% des gesamten TV-Werbemarktes/ beruht auf Erwartungen in März, Wechselkurs 8,8388 NOK. Dänemark: netto, DRRB, Wechselkurs 7,4492 DKK. Finnland: netto TNS Gallup Adex, beruht auf Erwartungen im März. Ungarn: brutto, AGB Nielsen Media Research, TV Kanäle: 2008=20 / 2009=26 / Wechselkurs 294 HUF. Rumänien: netto, Unternehmensinformation, benchmarked with CME quarterly reports, Bulgarien: brutto (vor Rabatten), TNS TV-Plan / 31 TVs sind inbegriffen, Wechselkurs 1,95 BGN. Österreich: brutto, Media Focus. Schweiz: brutto, Media Focus / Wechselkurs 1,50 CHF. SevenOne Media Marktforschung.

- **SevenOne Media, der TV-Vermarkter der ProSiebenSat.1 Group in Deutschland, gewinnt Werbemarktanteile zurück, verbesserte Akzeptanz des Vermarktungsmodells in Deutschland.** Entgegen dem Markttrend konnte die SevenOneMedia GmbH gemäß den Nielsen Media Research-Zahlen das Vorjahresergebnis mit Bruttoumsätzen in Höhe von 884,8 Mio Euro deutlich übertreffen. Damit konnte die ProSiebenSat.1 Group Werbemarktanteile zurückgewinnen und ihre führende Position im deutschen TV-Werbemarkt auf 43,6 Prozent ausbauen.

Marktanteile deutscher Brutto-TV-Werbemarkt Q1 2009

In Prozent // Vorjahreswerte Q1 2008 in Klammer



Quelle: Nielsen Media Research.

Entwicklung des TV-Zuschauermarktes

Der positive Trend im deutschen Zuschauermarkt hält auch im ersten Quartal 2009 an: Die Sender Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 konnten während der ersten drei Monate 2009 ihren gemeinsamen Zuschauermarktanteil in der werberelevanten Zielgruppe um 0,3 Prozentpunkte auf 29,1 Prozent verbessern. Auf europäischer Ebene zeigt die Zuschauerperformance der ProSiebenSat.1-Sender in der für die Werbewirtschaft relevanten Zielgruppe ein gemischtes Bild. Dänemark und Finnland stechen durch eine hohe Steigerung der Gruppenmarktanteile gegenüber dem ersten Quartal 2008 um 2,0 bzw. 0,8 Prozentpunkte hervor. Einen deutlichen Rückgang verzeichneten hingegen die Free-TV-Sender in Belgien und Ungarn.

Zuschauermarktanteile ProSiebenSat.1-Free-TV-Sender nach Ländern

In Prozent	Q1 2009	Q1 2008
Deutschland	29,1	28,8
Österreich	16,5	14,9
Schweiz	16,2	17,5
Niederlande	26,4	25,8
Belgien	14,9	17,1
Norwegen	12,1	13,0
Schweden	14,1	14,9
Dänemark	15,3	13,3
Finnland	1,9	1,1
Ungarn	23,4	24,7
Rumänien	7,6	7,0

Werte für Deutschland, Österreich und Schweiz beziehen sich auf 24-Stunden (Mo-So) Marktanteile in den übrigen Ländern auf Extended Prime Time (NL, RO, FI: 18-24h / BE, SE, NO, DK, HU: 17-24h) Deutschland: Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24; werberelevante Zielgruppe 14-49 Jahre. Österreich: ProSieben Austria, Sat.1 Österreich, kabel eins austria, PULS 4 (seit 28. Jan. 2008); werberelevante Zielgruppe 12-49 Jahre. Schweiz: ProSieben Schweiz, Sat.1 Schweiz, kabel eins Schweiz; werberelevante Zielgruppe 15-49 Jahre. Niederlande: SBS6, Net5, Veronica; werberelevante Zielgruppe 20-49 Jahre. Belgien: VT4, vijfTV; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. Belgiens Daten beziehen sich auf die Region Flandern. Norwegen: TV Norge, FEM, The Voice; werberelevante Zielgruppe 12-44 Jahre. Schweden: Kanal 5, Kanal 9, The Voice; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. Dänemark: Kanal 4, Kanal 5, Geran, The Voice; werberelevante Zielgruppe 15-50 Jahre. Basis: 13 werbefinanzierte TV-Sender. Finnland: The Voice/TV Viisi; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. Ungarn: TV2; werberelevante Zielgruppe 18-49 Jahre. Rumänien: Prima TV, Kiss TV; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. Rumäniens Daten basieren auf urbaner Bevölkerung.

TV Highlights Q1 2009



01// Topmodels: Wenn die Mädchen von „Germany's next Topmodel“ laufen, schalten bis zu 25,2 Prozent der werberelevanten Zielgruppe in Deutschland ProSieben ein. Bereits im Februar hat der österreichische Sender PULS 4 „Austria's next Topmodel“ gefunden und Marktanteile von bis zu 13,0 Prozent erzielt.

02// The Mentalist: In den Niederlanden schalten regelmäßig 0,67 Mio die Serie „The Mentalist“ ein und bescheren SBS6 Marktanteile von bis zu 24,7 Prozent. Seit dem ersten Quartal 2009 läuft die neue US-Serie auch auf Sat.1 mit einem Zuschauermarktanteil von bis zu 16,1 Prozent.

03// Fluch der Karibik: „Pirates of the Caribbean - Fluch der Karibik 2“ war im ersten Quartal 2009 der meistgesehene Film im deutschen Fernsehen mit einem Marktanteil von 37,5 Prozent auf ProSieben bei den Zuschauern zwischen 14 und 49 Jahren.

04// WipeOut: Das spannende Show-Event „WipeOut“ startete 2009 im Rahmen einer skandinavischen Koproduktion erfolgreich in Norwegen auf TV NORGE sowie auf Kanal 5 in Schweden und Dänemark. Auf ProSieben verfolgten im ersten Quartal 2009 bis zu 2,13 Mio Zuschauer die Show.

05// Fußball: Die Champions League-Übertragungen bescheren Sat.1 im ersten Quartal 2009 Marktanteile von bis zu 20,0 Prozent in der werberelevanten Zielgruppe.



ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Gesamtaussage zur Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns

Die ProSiebenSat.1 Group hat sich im ersten Quartal 2009 in einem schwierigen Marktumfeld behauptet. Während der Konzernumsatz um 102,1 Mio Euro oder 14,0 Prozent auf 627,0 Mio Euro zurückging, stieg das bereinigte EBITDA um 6,0 Prozent auf 93,8 Mio Euro (Q1 2008: 88,5 Mio Euro). Das EBITDA lag mit 90,4 Mio Euro um 5,6 Mio Euro oder 6,6 Prozent über Vorjahresniveau. Neben einem konjunkturbedingten Rückgang der Werbeerlöse wirkte sich der Verkauf von CMore (-41,9 Mio Euro) auf die Umsatzentwicklung des Konzerns aus. Der um den CMore-Effekt bereinigte Konzernumsatz verringerte sich um 8,8 Prozent auf 627,0 Mio Euro. Der Umsatzrückgang konnte jedoch durch effizientes Kostenmanagement aufgefangen werden. Die recurring EBITDA-Marge verbesserte sich auf 15,0 Prozent (Q1 2008: 12,1%).


Kennzahlen für das erste Quartal: Entkonsolidierung von CMore im November 2008

In Mio EUR	ProSiebenSat.1 ohne CMore		CMore		ProSiebenSat.1 Group (inkl. CMore in Q1 2008)	
	Q1 2009	Q1 2008	Q1 2009	Q1 2008	Q1 2009	Q1 2008
Konzernumsatz	627,0	687,2	- / -	41,9	627,0	729,1
Gesamtkosten	577,6	636,1	- / -	46,6	577,6	682,7
Operative Kosten	536,3	597,7	- / -	46,4	536,3	644,1
Werteverzehr auf das Programmvermögen	278,2	323,5	- / -	30,3	278,2	353,8
Recurring EBITDA ⁽¹⁾	93,8	92,6	- / -	-4,1	93,8	88,5
EBITDA	90,4	89,3	- / -	-4,5	90,4	84,8

⁽¹⁾ Bereinigtes EBITDA: EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten.

Konzernumsatz

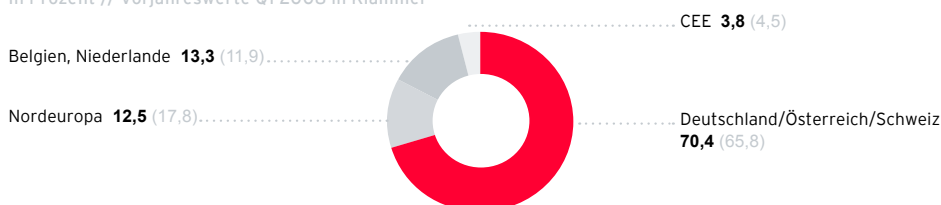
Der Rückgang des Konzernumsatzes ist im Wesentlichen auf zwei Faktoren zurückzuführen:

- Wie erwartet haben die konjunkturellen Rahmenbedingungen dazu geführt, dass die Investitionsbereitschaft der Werbekunden zurückgegangen ist, sowohl in den internationalen Märkten als auch im Kernmarkt Deutschland. Trotz der guten Akzeptanz des Werbezeitenvermarktungsmodells und einer Steigerung der Zuschauermarktanteile im deutschen Markt lagen die Erlöse aus dem Segment werbefinanziertes Fernsehen im deutschsprachigen Raum folglich mit 388,8 Mio Euro um 28,3 Mio Euro unter Vorjahresniveau. Der Umsatzbeitrag des internationalen Free-TV-Segments reduzierte sich um 22,1 Mio Euro auf 153,9 Mio Euro.
- Neben geringeren Werbeerlösen lag der Konzernumsatz hauptsächlich aufgrund der Entkonsolidierung der nordeuropäischen Pay-TV-Sparte CMore im November 2008 unter Vorjahresniveau. Die Vorjahresvergleichszahlen beinhalten Pay-TV-Erlöse von CMore in Höhe von 41,9 Mio Euro .

 Segmentbericht, S. 12

Umsatz nach Regionen

In Prozent // Vorjahreswerte Q1 2008 in Klammer



Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge stiegen im ersten Quartal 2009 um 6,4 Mio Euro auf 9,9 Mio Euro. Darin enthalten sind positive Einmaleffekte in Höhe von 6,7 Mio Euro (Q1 2008: 0,0 Mio Euro), die hauptsächlich aus dem Verkauf der Internetfirma solute GmbH resultierten.

Informationen zu den Personalkosten, S. 13

Gesamtkosten

Die Gesamtkosten - bestehend aus Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten - sind gegenüber dem ersten Quartal 2008 um 105,1 Mio Euro oder 15,4 Prozent auf 577,6 Mio Euro gesunken. Neben einer strengen Kostenpolitik ergaben sich konsolidierungsbedingt aufgrund des Verkaufs von CMore deutlich geringere Gesamtkosten (-46,6 Mio Euro).

Insbesondere im Programmbereich wurden im ersten Quartal 2009 Kosten durch eine effizientere Ausnutzung des bestehenden Programmvermögens reduziert, sowohl in den deutschsprachigen als auch den internationalen TV-Märkten. Der in den Herstellungskosten ausgewiesene Werteverzehr des Programmvermögens verringerte sich vor diesem Hintergrund um 75,6 Mio Euro auf 278,2 Mio Euro (-21,4%). Der darin enthaltene Werteverzehr auf das Programmvermögen von CMore für das erste Quartal 2008 betrug 30,3 Mio Euro.

Gesamtkosten

In Mio EUR

Q1 2009	407,8	102,8	67,0	577,6
Q1 2008	501,1	114,4	67,2	682,7 ⁽¹⁾

■ Herstellungskosten ■ Vertriebskosten ■ Verwaltungskosten

⁽¹⁾ Entkonsolidierung von CMore im November 2008. Die Kosten aus dem Pay-TV-Geschäft von CMore für Q1 2008 verteilen sich wie folgt: Herstellungskosten 37,1 Mio Euro, Vertriebskosten: 7,2 Mio Euro, Verwaltungskosten: 2,3 Mio Euro.

Ausblick, S. 16

In den Gesamtkosten für das erste Quartal 2009 sind Einmaleffekte in Höhe von 10,1 Mio (Q1 2008: 3,7 Mio Euro) enthalten. Während der Monate Januar bis März 2009 führten in erster Linie Maßnahmen zur Verbesserung der konzernweiten Organisationsstrukturen zu Einmal-aufwendungen. Diese ergebnismindernden Einmaleffekte werden größtenteils in den Verwaltungskosten ausgewiesen. Die operativen Kosten - das bedeutet, die Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen sowie Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen - verringerten sich um 107,8 Mio Euro oder 16,7 Prozent auf 536,3 Mio Euro.

Überleitungsrechnung recurring EBITDA

In Mio EUR	Q1 2009	Q1 2008
Vorsteuerergebnis	-7,0	-8,5
Finanzergebnis	66,2	58,4
Betriebsergebnis	59,2	49,9
Abschreibungen ⁽¹⁾	31,2	34,9
(davon aus Kaufpreisallokationen)	15,8	18,5
EBITDA	90,4	84,8
Einmaleffekte (saldiert) ⁽²⁾	3,4	3,7
Recurring EBITDA (bereinigtes EBITDA)	93,8	88,5

⁽¹⁾ Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen. ⁽²⁾ Differenz von Einmalaufwendungen und Einmalserträgen.

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis betrug minus 66,2 Mio Euro nach minus 58,4 Mio Euro im ersten Quartal 2008. Die Verschlechterung des Finanzergebnisses ist größtenteils auf höhere sonstige Finanzierungsaufwendungen zurückzuführen, die im ersten Quartal 2009 um 4,4 Mio Euro auf 4,5 Mio Euro anstiegen. Der Anstieg der sonstigen Finanzierungsaufwendungen beruht überwiegend auf negativen Fremdwährungseffekten in Höhe von 2,4 Mio Euro. Im ersten Quartal des Vorjahres wies der Konzern hingegen einen Ertrag aus Fremdwährungspositionen von 2,0 Mio Euro aus. Die Aufwendungen aus Fremdwährung enthalten im Wesentlichen Währungseffekte aus der Umrechnung von Fremdwährungsgeschäften der schwedischen und ungarischen Tochterunternehmen.

Periodenergebnis

Das Ergebnis vor Steuern für das erste Quartal 2009 verbesserte sich auf minus 7,0 Mio Euro und lag damit 1,5 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Nach Abzug des Steueraufwands sowie nach Anteilen Dritter wies der Konzern ein negatives Periodenergebnis von 1,7 Mio Euro aus, gegenüber einem Periodenfehlbetrag von 7,9 Mio Euro für die Monate Januar bis März 2008.

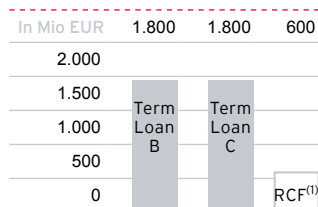
FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES KONZERNS

Finanzierungsanalyse

Netto-Finanzverbindlichkeiten: Die Netto-Finanzverschuldung entspricht dem Saldo aus Kreditverbindlichkeiten einerseits und liquiden Mitteln und kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten andererseits. Zum 31. März 2009 betrug die Netto-Finanzverschuldung 3,512 Mrd Euro.

- Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem 31. März 2008 um 97,6 Mio Euro. Die Zunahme der Netto-Finanzverschuldung basiert auf einem Anstieg der kurzfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten aufgrund einer im Vergleich zum 31. März 2008 höheren Inanspruchnahme der revolvingierenden Kreditfazilität. Die kurzfristigen Darlehen und Kredite mit einer Restlaufzeit von unter einem Jahr lagen in Folge mit 497,9 Mio Euro um 365,9 Mio Euro über dem Vorjahresvergleichswert. Insgesamt wies die ProSiebenSat.1 Group zum 31. März 2009 lang- und kurzfristige Darlehens- und Kreditverbindlichkeiten in Höhe von 4,022 Mrd Euro aus (31. März 2008: 3,711 Mrd Euro). Deutlich gestiegen sind hingegen die liquiden Mittel, die sich auf 509,0 Mio Euro beliefen (31. März 2008: 296,4 Mio Euro).
- Zum Stichtag am 31. Dezember 2008 beliefen sich die Netto-Finanzverbindlichkeiten auf 3,407 Mrd Euro. Die Zunahme der Netto-Finanzverschuldung um 105,7 Mio Euro basiert auf einer im Vergleich zum 31. Dezember 2008 negativen Entwicklung des Free Cash-flows bzw. geringeren liquiden Mitteln. Saisonal bedingt verringerten sich die liquiden Mittel gegenüber dem 31. Dezember 2008 um 123,9 Mio Euro auf 509,0 Mio Euro.

Kreditlinien: Unter Berücksichtigung von Avalinanspruchnahmen waren zum 31. März 2009 58,4 Mio Euro aus der revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) ungenutzt. Zum 31. Dezember 2008 wies der Konzern freie Kreditlinien in Höhe von 54,1 Mio Euro bzw. 435,5 Mio Euro zum 31. März 2008 aus.



⁽¹⁾ Revolvingierende Kreditfazilität. Unter Berücksichtigung der Ausfälle seitens Lehman und Glitnir stehen 5,3 Mio Euro nicht mehr für Ziehungen unter der revolvingierenden Kreditfazilität zur Verfügung, siehe hierzu Seite 54 des Geschäftsberichts 2008.

Verschuldungsgrad: Das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum LTM recurring EBITDA (EBITDA der letzten zwölf Monate) des Konzerns lag zum Ende des ersten Quartals 2009 beim Faktor 5,2, im Jahr zuvor betrug die Netto-Finanzverschuldung das 5,1-fache des bereinigten EBITDA.

Ausführliche Informationen zur Fremdkapitalausstattung finden sich im Geschäftsbericht für das Jahr 2008 ab Seite 54. Dort werden auch die Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements erläutert.

Kapitalflussrechnung: Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Kapitalflussrechnung

In Mio EUR	Q1 2009	Q1 2008
Konzernfehlbetrag (vor Anteilen Dritter)	-4,2	-6,0
Cash-flow	263,4	341,0
Zunahme/Abnahme der Vorräte	-1,3	-1,4
Zunahme/Abnahme der unverzinslichen Forderungen und Sonstiger Vermögenswerte	-22,2	-28,8
Zunahme/Abnahme der unverzinslichen Verbindlichkeiten	40,0	-43,6
Veränderung Working Capital	16,5	-73,8
Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit	279,9	267,2
Cash-flow aus Investitionstätigkeit	-385,8	-340,3
Free Cash-flow	-105,9	-73,1
Cash-flow aus Finanzierungstätigkeit	-18,0	118,7
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds und Währungseffekte	-123,9	45,6
Finanzmittelfonds zum Periodenanfang	632,9	250,8
Finanzmittelfonds zum Periodenende	509,0	296,4

Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit: Der im ersten Quartal 2009 erwirtschaftete Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit betrug 279,9 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem operativen Cash-flow im ersten Quartal 2008 um 12,7 Mio Euro, der aus Veränderungen des Working Capitals resultiert. Die Veränderung des **Working Capitals** (unverzinsliche Forderungen abzüglich unverzinsliche Verbindlichkeiten) und damit das gebundene Kapital belief sich zum 31. März 2009 auf 16,5 Mio Euro gegenüber minus 73,8 Mio Euro am 31. März 2008. Die im ersten Quartal 2008 erfolgte Teilzahlung des Bußgeldes aus dem Bundeskartellamtverfahren in Höhe von 60,0 Mio Euro ist in der Position Veränderung der unverzinslichen Verbindlichkeiten zum 31. März 2008 abgebildet.

Cash-flow aus der Finanzierungstätigkeit: Zu einem Mittelabfluss von 18,0 Mio Euro führte im ersten Quartal 2009 die Rückführung des Sat.1-Baudarlebens. In Zusammenhang mit dem Umzug von Sat.1 nach München wurden 18,9 Mio Euro des Baudarlebens in Höhe von 30,5 Mio Euro zurückgezahlt. Im ersten Quartal 2008 resultierte aus der Finanzierungstätigkeit hingegen ein Mittelzufluss von 118,7 Mio Euro, der vorwiegend auf Ziehungen aus dem RCF-Kredit in Höhe von 130,0 Mio Euro zurückzuführen ist.

Vertrag mit CBS Paramount International Television und Sony Pictures International verlängert, siehe S. 4

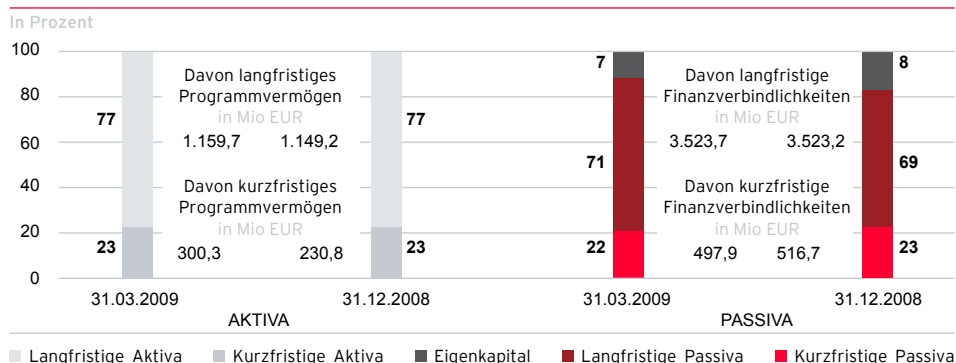
Investitionen: Der Cash-flow aus der Investitionstätigkeit belief sich auf minus 385,8 Mio Euro im Vergleich zu minus 340,3 Mio Euro zum Ende des ersten Quartals 2008. Davon entfielen im Berichtszeitraum 380,0 Mio Euro auf Investitionen in den Erwerb von Programmrechten. Im ersten Quartal 2008 investierte der ProSiebenSat.1-Konzern 351,6 Mio Euro in das Programmvermögen.

Daraus resultierte ein **Free Cash-flow** von minus 105,9 Mio Euro (Q1 2008: - 73,1 Mio Euro).

Liquide Mittel: Die genannten Mittelveränderungen führten zu einer Zunahme der Barmittel und Barmitteläquivalente gegenüber dem 31. März 2008 um 212,6 Mio Euro auf 509,0 Mio Euro.

Bilanz: Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

Bilanzstruktur



Bilanzsumme: Die Bilanzsumme betrug zum 31. März 2009 5,911 Mrd Euro, gegenüber 5,930 Mrd Euro am 31. Dezember 2008. Die Konzernbilanz wies im Vergleich zum Vorjahr keine wesentlichen strukturellen Veränderungen auf.

Liquide Mittel, S. 11

Lang- und kurzfristige Vermögenswerte: Das Programmvermögen ist mit einem Anteil von 24,7 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2008: 23,3%) einer der wichtigsten Vermögenswerte. Die kurz- und langfristigen Programmvermögenswerte beliefen sich zum 31. März 2009 auf 1,460 Mrd Euro und lagen damit 80,0 Mio Euro über dem Vergleichswert. Die Zunahme des Programmvermögens resultiert größtenteils aus höheren kurzfristigen Programmvermögenswerten (+69,5 Mio Euro).

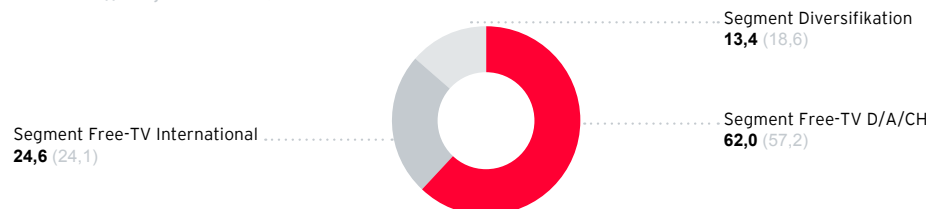
Eigenkapital: Auf der Passivseite der Bilanz verringerte sich das Eigenkapital um 63,2 Mio Euro auf 415,7 Mio Euro. Die Eigenkapitalquote betrug 7,0 Prozent nach 8,1 Prozent zum 31. Dezember 2008. Im Wesentlichen schmälerten die ergebnisneutrale Bewertung von Cash-flow-Hedges von 200,7 Mio Euro die Eigenkapitalbasis.

Lang- und kurzfristige Passiva: Die lang- und kurzfristigen Passiva sind um 44,8 Mio Euro leicht gestiegen und betrugen 5,496 Mrd Euro. Hauptgrund hierfür sind höhere sonstige langfristige Verbindlichkeiten, die größtenteils infolge der genannten Bewertungseffekte aus dem Hedge-Accounting einen Zugang um 85,0 Mio Euro auf 438,4 Mio Euro zeigten. Zu einer Abnahme der kurzfristigen Darlehens- und Kreditverbindlichkeiten um 18,8 Mio Euro auf 497,9 Mio Euro führte hingegen die teilweise Rückführung des Sat.1-Baudarlehens.

GESCHÄFTSSEGMENTE

Umsatz nach Segmenten

In Prozent // Vorjahreswerte Q1 2008 in Klammer



Kennzahlen für die Segmente

In Mio EUR	Q1 2009	Q1 2008	Q1 2009	Q1 2008
	Externer Umsatz		Recurring EBITDA	
Segment Free-TV D/A/CH	388,8	417,1	68,1	57,6
Segment Free-TV International	153,9	176,0	13,1	27,5
Segment Diversifikation	84,3	135,9	12,4	4,0

Recurring EBITDA = um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. Entkonsolidierung von CMore im November 2008.

Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum

Der externe Umsatz des Segments Free-TV in Deutschland, Österreich und der Schweiz lag im ersten Quartal 2009 mit 388,8 Mio Euro um 6,8 Prozent unter Vorjahresniveau (Q1 2008: 417,1 Mio Euro). Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben dazu geführt, dass die Werbeerlöse im deutschen TV-Markt, der wichtigsten Umsatzregion der ProSiebenSat.1 Group, gegenüber dem ersten Quartal 2008 zurückgegangen sind. In Österreich sind die TV-Werbeerlöse hingegen vor allem aufgrund einer höheren technischen Reichweite der Programme erneut gestiegen. Zudem wirkte sich der Ausbau des Mitte 2007 erworbenen Free-TV-Senders PULS 4 positiv auf die Umsatzentwicklung aus. Auch in der Schweiz entwickelten sich die Buchungseingänge von TV-Werbespots stabil.

Der Umsatzrückgang im deutschen TV-Werbemarkt konnte durch Einsparungen bei den operativen Kosten aufgefangen werden: Das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA des Segments (recurring EBITDA) verzeichnete einen Anstieg um 10,5 Mio Euro auf 68,1 Mio Euro (+18,2%). Das EBITDA ist gegenüber dem Vorjahr um 6,1 Mio Euro auf 60,9 Mio Euro gestiegen (+11,1%). Insbesondere im Programmbereich wurden Einsparziele durch eine effizientere Ausnutzung des existierenden Programmvermögens erreicht.

Segment Free-TV International

Auch im internationalen Free-TV-Segment wurde die Entwicklung der Werbeeinnahmen im ersten Quartal 2009 sehr stark von der gesamtwirtschaftlichen Lage belastet. Der externe Segmentumsatz verringerte sich im Vorjahresvergleich um 22,1 Mio Euro auf 153,9 Mio

Umsatz- und Ergebnisentwicklung, S. 8

Euro (-12,6%). Besonders in Schweden, Belgien und den osteuropäischen Märkten Ungarn und Rumänien entwickelten sich die TV-Werbeerlöse rückläufig. Neben den schwierigen konjunkturellen Voraussetzungen wirkten sich Währungseffekte negativ auf die Umsatzsituation aus, vor allem in Schweden und Ungarn. Lediglich Dänemark zeigte gegenüber dem ersten Quartal 2008 ein Umsatzwachstum, gestützt durch den erfolgreichen Relaunch des Free-TV-Senders SBS Net unter dem Namen 6'eren. 6'eren ging am 1. Januar 2009 auf Sendung und komplettiert mit seinem Programm für die männliche Kernzielgruppe zwischen 15 und 50 Jahren die Free-TV-Senderfamilie in Dänemark.

Das recurring EBITDA betrug 13,1 Mio Euro und lag damit 14,4 Mio Euro oder 52,4 Prozent unter dem Vorjahreswert. Das EBITDA verzeichnete im ersten Quartal 2009 einen Rückgang auf vergleichbarem Niveau und belief sich auf 12,3 Mio Euro (Q1 2008: 27,2 Mio Euro). Die operativen Kosten sanken im gleichen Zeitraum, der Umsatzrückgang konnte jedoch nicht kompensiert werden.

Segment Diversifikation

Der externe Umsatz des Segments Diversifikation betrug im ersten Quartal 2009 84,3 Mio Euro und lag damit 38,0 Prozent unter dem Vorjahresniveau von 135,9 Mio. Der Umsatzrückgang ist im Wesentlichen auf Konsolidierungseffekte infolge des Verkaufs der Pay-TV-Sparte CMore im Dezember 2008 mit einem Umsatzbeitrag von 41,9 Mio Euro im ersten Quartal 2008 zurückzuführen. Zudem reduzierten sich konsolidierungsbedingt die Umsatzerlöse infolge des Verkaufs der Internetfirma solute im Februar 2009. Darüber hinaus verzeichnete 9Live im nationalen und internationalen Call-TV-Geschäft geringere Erlöse. Unverändert robust zeigte sich die internationale Radiosparte, deren Umsätze vor allem in Norwegen über Vorjahresniveau lagen. Im deutschsprachigen Raum entwickelte sich das Musikgeschäft weiterhin sehr positiv.

Das recurring EBITDA für das erste Quartal 2009 verbesserte sich um 8,4 Mio Euro auf 12,4 Mio Euro (+210,0%). Neben Konsolidierungseffekten haben Maßnahmen zur Kostenreduktion zum Ergebniswachstum beigetragen. Das EBITDA verzeichnete ebenfalls eine deutliche Steigerung und betrug 17,0 Mio Euro gegenüber 3,4 Mio Euro im Vorjahr (+400,0%). Darin enthalten sind positive Einmaleffekte in Höhe von 4,6 Mio Euro (Q1 2008: -0,6 Mio Euro), die überwiegend aus dem Verkauf von solute resultieren.

MITARBEITER

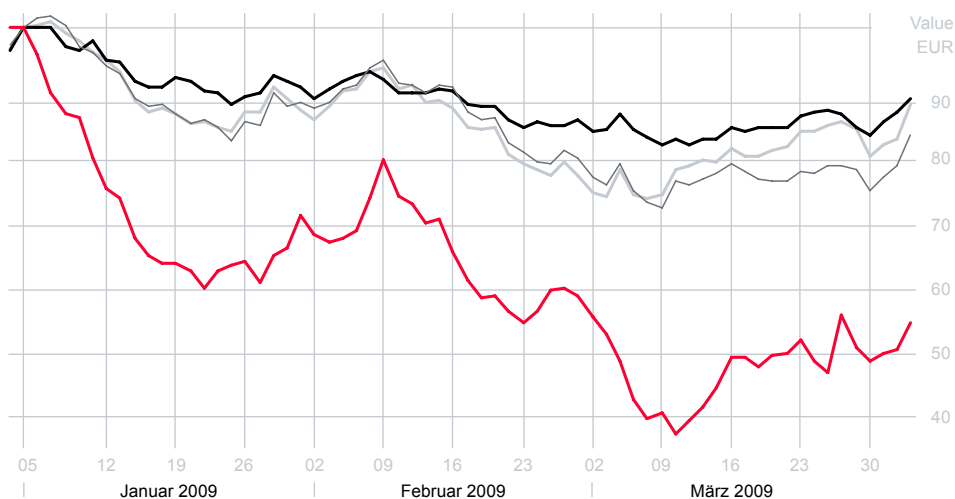
Zum Ende des ersten Quartals 2009 waren 5.460 (Q1 2008: 5.985) Personen europaweit bei der ProSiebenSat.1 Group beschäftigt (durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen). Davon waren 2.873 Personen (Q1 2008: 3.033) in Deutschland tätig, was einem Anteil von 52,6 Prozent am Gesamtkonzern entspricht. Die Personalaufwendungen (ausgewiesen in den Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten) betrugen 95,7 Mio Euro gegenüber 100,2 Mio Euro im ersten Quartal 2008.

- Hauptursache für den Rückgang der Mitarbeiteranzahl in Deutschland ist das Outsourcing der IT sowie IT-naher Dienste von ProSiebenSat.1 Produktion. Infolgedessen wechselten im ersten Quartal 2009 rund 170 Mitarbeiter von ProSiebenSat.1 Produktion zu IBM. Um Strukturen und Kapazitäten nachhaltig zu optimieren, wurden Ende 2008 umfassende Maßnahmen zur Neuaufstellung der deutschen Tochterunternehmen ergriffen. Im Rahmen dieses Maßnahmenpakets soll bis Ende Juni 2009 die Personalkapazität deutschlandweit um 225 Stellen reduziert werden. Zum 31. März 2009 verringerte sich in diesem Zusammenhang insbesondere die Zahl der Mitarbeiter bei SevenOne Media.
- In den internationalen Märkten waren im Vergleich zum Vorjahresstichtag insbesondere aufgrund des Verkaufs der nordeuropäischen Pay-TV-Sparte CMore sowie des Verkaufs des TV-Untertiteldienstes BTI weniger Personen bei ProSiebenSat.1 beschäftigt.

DIE PROSIEBENSAT.1-AKTIE

Die ProSiebenSat.1-Aktie an der Börse. Am ersten Handelstag 2009 startete die ProSiebenSat.1-Aktie mit 2,40 Euro in ein Börsenjahr, das weiterhin von der weltweiten Finanzkrise beherrscht wird. In den folgenden Wochen setzten Analystenempfehlungen mit Herabstufungen der Zielkurse sowie negative Werbemarktprognosen die Aktie unter Druck. Am 10. März betrug der Aktienkurs 0,90 Euro, der bisher niedrigste Stand. Zum Ende des Berichtszeitraums konnte sich die Aktie leicht erholen und schloss am 31. März 2009 bei 1,20 Euro.

ProSiebenSat.1-Aktie: Kursentwicklung




■ ProSiebenSat.1 ■ Euro Stoxx Media ■ MDAX ■ DAX
Basis: Xetra-Schlusskurse, Index 100 = 02.01.2009; Quelle: Reuters

ProSiebenSat.1-Aktie: Kursentwicklung

	02.01. – 31.03.2009	02.01. – 31.03.2008
Höchster Börsenschlusskurs XETRA (Euro)	2,40	16,62
Tiefster Börsenschlusskurs XETRA (Euro)	0,90	11,85
Schlusskurs XETRA (Euro)	1,20	13,70
Handelsvolumen insgesamt (Stück)	55.082.297	62.987.793
Durchschnittliches Handelsvolumen je Tag (Stück)	874,322	1.032.587


NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN


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

Auch nicht bilanzierte Vermögenswerte wie zum Beispiel Organisationsvorteile, die sich aus der komplementären Programmierung unserer Senderfamilie ergeben, oder der hohe Bekanntheitsgrad unserer Free-TV-Marken, sind für unseren Erfolg ausschlaggebend. Wesentliche nichtfinanzielle Leistungsfaktoren und ihre Bedeutung für unsere Wettbewerbsposition werden im Geschäftsbericht auf den Seiten 66 bis 69 dargestellt .

NACHTRAGSBERICHT

Nach dem Ende des ersten Quartals 2009 bis zum 13. Mai 2009, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichtes zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, sind keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group beziehungsweise der ProSiebenSat.1 Media AG haben. Sonstige wichtige Themen nach Ende der Berichtsperiode waren:

- **Patrick Tillieux scheidet aus dem Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG aus.** Patrick Tillieux, Chief Operating Officer (COO) der ProSiebenSat.1 Media AG wird das Unternehmen zum 30. Juni 2009 verlassen, um sich anderen Aufgaben zu widmen. Hierauf haben sich der zuständige Aufsichtsratsausschuss und der COO einvernehmlich verständigt. Patrick Tillieux ist Mitglied des Vorstands seit Mitte 2007 und verantwortlich für die Ressorts Group Operations, International Free TV, International Pay TV, Radio und Print. Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG wird seine Vorstandsressorts übernehmen.
- **ProSiebenSat.1 Media AG kauft eigene Aktien zurück.** Die ProSiebenSat.1 Media AG hat im Zeitraum vom 6. April bis 12. Mai 2009 2.206.706 eigene Vorzugsaktien oder 1,01 Prozent des Grundkapitals zurückgekauft. Die ProSiebenSat.1 Media AG beabsichtigt, bis zu 2.693.294 weitere Vorzugsaktien zurückzukaufen. Somit sollen im Rahmen des aktuellen Rückkaufprogramms bis zu 4.900.000 eigene Vorzugsaktien erworben werden. Die bisher erworbenen 2.206.706 Aktien wurden zu einem durchschnittlichen Kurs von 2,18 Euro je Stück erworben. Dies entspricht einem Gesamtbetrag von 4.810.317 Euro. Der Rückkauf dient in erster Linie dazu, Aktienoptionen im Rahmen des Long Term Incentive Plans zu bedienen. Mit den bereits im Jahr 2008 erworbenen 1.127.500 eigenen Vorzugsaktien hält die ProSiebenSat.1 Media AG damit insgesamt 3.334.206 eigene Vorzugsaktien. Dies entspricht einem Anteil von 3,05 Prozent bezogen auf das Vorzugsaktienkapital oder 1,52 Prozent bezogen auf das Grundkapital. Der ProSiebenSat.1 Media AG stehen aus diesen eigenen Aktien keine Rechte zu. Von der Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar gehaltene eigene Aktien sind gemäß § 71b AktG nicht dividendenberechtigt. .
- **ProSiebenSat.1 Produktion lagert Berliner Tochter aus, Outsourcing-Vertrag unterzeichnet.** Im Zuge der Portfolio-Optimierung hat die Konzerntochter ProSiebenSat.1 Produktion im Februar 2009 ihre Berliner Bereiche in eine eigene GmbH ausgegliedert, um damit an den Markt zu gehen. Zum 1. Juli 2009 übernimmt die fernsehwert GmbH die Technik- und Produktionsdienstleistungen der ProSiebenSat.1 Produktion Berlin GmbH. Die fernsehwert ist dadurch für mindestens fünf Jahre strategischer Partner für Technik und Produktion für den Nachrichtensender N24 und die maz&more GmbH.


 Aktuelle Informationen zur ProSiebenSat.1-Aktie und Hauptversammlung finden sich auf unserer Website unter http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/

RISIKEN- UND CHANCENBERICHT

Risikolage der ProSiebenSat.1 Group

Der Vorstand beurteilt die Gesamtrisikolage der ProSiebenSat.1 Group zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts für das erste Quartal 2009 weiterhin als begrenzt. Gegenüber den im Geschäftsbericht 2008 berichteten Risiken haben sich keine wesentlichen Änderungen ergeben. Unverändert stellt die Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Situation in Europa das größte Risiko dar.

Mit unserem Risikomanagement verfolgen wir die Strategie, Risiken so früh wie möglich zu erkennen, realistisch zu bewerten und gezielt zu steuern. Konjunkturrisiken werden im Rahmen der konzernweiten Risikoerfassung identifiziert und sind in der Budgetplanung so weit wie möglich berücksichtigt. Falls sich die von uns getroffenen Aussagen und Einschätzungen als zu konservativ herausstellen, ergeben sich hingegen Chancen. Teil des Risikomanagements ist neben der Untersuchung von Konjunkturdaten unter anderem auch das Monitoring

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

von Bedingungen in Finanzierungsverträgen, wie zum Beispiel diverser Verpflichtungserklärungen oder bestimmter Finanzkennzahlen (sogenannte "Financial Covenants"). Weitere Informationen zur zukünftigen konjunkturellen Entwicklung finden sich im Ausblick auf Seite 16-17 wieder, eine detaillierte Darstellung der Risikokategorien sowie eine Beschreibung des Risikomanagementsystems befinden sich im Geschäftsbericht 2008 [71](#).

Chancen

Die leistungswirtschaftlichen und unternehmensstrategischen Chancen wurden im Geschäftsbericht 2008 ab Seite 84 ausführlich dargestellt. Darüber hinaus wurden keine weiteren wesentlichen Chancen identifiziert.

PROGNOSEBERICHT

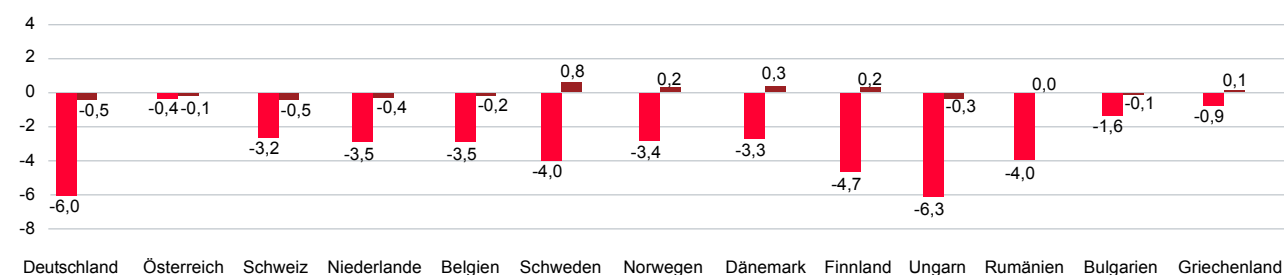
Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Im Sog der weltweiten Konjunkturkrise wird die europäische Wirtschaft 2009 aller Voraussicht nach kräftig schrumpfen. Dies dürfte sich – bei regional unterschiedlicher Ausprägung – auch auf die Entwicklung der TV-Werbeinvestitionen auswirken.

Prognosen für den TV-Werbemarkt sind infolge der außerordentlich hohen Abhängigkeit der Werbewirtschaft von zyklischen Konjunkturschwankungen sowie der Kurzfristigkeit der Budgetvergabe grundsätzlich mit Unsicherheiten verbunden. Die verschärfte Krise an den internationalen Finanzmärkten und ihre nicht absehbaren Folgen für die Realwirtschaften mindern die Visibilität zusätzlich. In der derzeitigen Krisensituation verändern sich wirtschaftliche Kennzahlen und Prognosen in kürzesten Zeitabständen. WARC und ZenithOptimedia rechnen derzeit für 2009 mit einem Rückgang der TV-Werbeinvestitionen in Deutschland um 3,8 bzw. 5,4 Prozent. Für die übrigen Märkte der ProSiebenSat.1 Group klaffen die Vorhersagen teilweise erheblich auseinander. Da WARC und ZenithOptimedia nur etwa alle drei Monate neue Werbemarktprognosen veröffentlichen, können diese teilweise erheblich von der Realität abweichen.

Bruttoinlandsprodukt

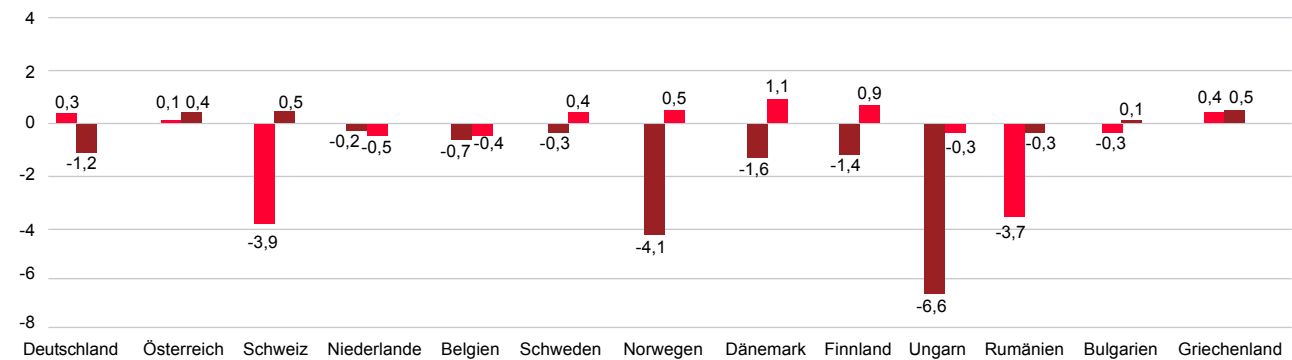
In Prozent 2009 2010



Quelle: Deutschland: Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2009 / Übrige Länder: Europäische Kommission, Mai 2009.

Privater Konsum

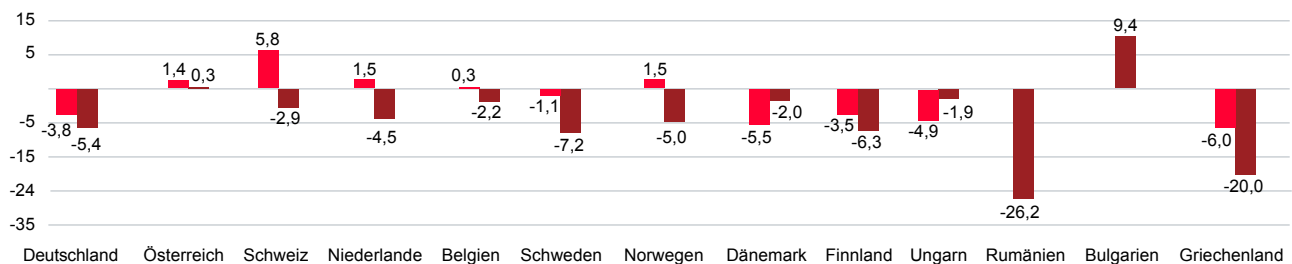
In Prozent 2009 2010



Quelle: Deutschland: Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2009 / Übrige Länder: Europäische Kommission, Mai 2009.

Entwicklung des Werbemarkts in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern, Veränderung 2009/2008

In Prozent ■ WARC ■ Zenith



Quelle: WARC (World Advertising Research Center) 03/2009, ZenithOptimedia 03/2009, Zahlen auf Nettobasis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen.

Der Prognosebericht des Geschäftsberichts 2008 enthält weitere Informationen zur erwarteten wirtschaftlichen und strategischen Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group im Planungszeitraum 2009/2010. Link http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/finanzberichte/

Unternehmensausblick

Vor dem Hintergrund des schwierigen Marktumfelds ist eine angepasste Kostenpolitik eine wichtige Voraussetzung für unsere künftige Profitabilität. Wir haben daher bereits im Geschäftsjahr 2008 damit begonnen, der zunehmenden konjunkturellen Belastung durch Kostensenkungen entgegenzuwirken. Vor allem durch die Neuorganisation der deutschen TV-Sender und der Bündelung des Sales-Bereichs in Deutschland sollen Ressourcen effizienter genutzt werden. Die Optimierung der Organisationsstrukturen in Deutschland schreitet planmäßig voran und soll bis Mitte des Jahres abgeschlossen sein. Insgesamt sollen aufgrund der 2008 eingeleiteten Maßnahmen im laufenden Jahr operative Kosten in Höhe von rund 100 Mio Euro gegenüber dem Geschäftsjahr 2008 eingespart werden.

Die aktuelle Umsatz- und Ergebnisentwicklung bewegt sich mit Blick auf das Gesamtjahr 2009 im Rahmen der im Geschäftsbericht 2008 veröffentlichten Erwartung. Die Maßnahmen zur Anpassung der Kosten an die rückläufige Werbemarktentwicklung zeigen Erfolge und wirken sich positiv auf das recurring EBITDA aus. Kurzfristig lässt die nach wie vor fehlende Marktvisibilität keine Präzisierung der Prognose für das Gesamtjahr 2009 zu.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd. Euro	Q1 2009	Q1 2008	Veränderung	Veränderung in %
1. Umsatzerlöse	626.979	729.070	-102.091	-14%
2. Herstellungskosten	-407.775	-501.127	-93.352	-19%
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	219.204	227.943	-8.739	-4%
4. Vertriebskosten	-102.806	-114.367	-11.561	-10%
5. Verwaltungskosten	-67.033	-67.242	-209	- / -
6. Sonstige betriebliche Erträge	9.851	3.546	6.305	178%
7. Betriebsergebnis	59.216	49.880	9.336	19%
8. Gewinn- und Verlustanteile an assoziierten Unternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden	-919	2.011	-2.930	-146%
9. Sonstiges finanzielles Ergebnis	-180	-/-	-180	- / -
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	2.613	2.472	141	6%
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-63.252	-62.757	495	-1%
12. Zinsergebnis	-60.639	-60.285	-354	1%
13. Sonstiges Finanzierungsergebnis	-4.495	-146	4.349	- / -
14. Finanzergebnis	-66.233	-58.420	-7.813	-13%
15. Ergebnis vor Steuern	-7.017	-8.540	1.523	-18%
16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	2.807	2.519	-288	11%
17. Konzernergebnis	-4.210	-6.021	1.811	-30%
Ergebnis, das den				
Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG	-1.745	-7.935	6.190	-78%
Minderheitenanteilen	-2.465	1.914	-4.379	-229%
zuzurechnen ist				
Euro				
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Stammaktie nach IAS 33 *	-0,02	-0,04	0,02	-50%
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie nach IAS 33 *	0,00	-0,04	0,04	-100%

* dabei berücksichtigtes Periodenergebnis: -1,7 Mio Euro [Vgl.periode: -7,9 Mio Euro]; dabei berücksichtigte Anzahl der Stamm- und Vorzugsaktien: 217.670 Tsd Stück [Vgl. periode 218.664 Tsd Stück]

Gesamtergebnisrechnung der ProSiebenSat.1 Group

	Q1 2009	Q1 2008	Veränderung	Veränderung in %
Konzernergebnis	-4.210	-6.021	1.811	-30%
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung (ohne Anteile Dritter)	-16.366	-5.408	-10.958	203%
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung (Anteile Dritter)	-1.342	122	-1.464	- / -
Cash Flow Hedges	-55.436	-81.593	26.157	32%
Latente Steuern	15.262	23.116	-7.854	34%
Kumuliertes übriges Eigenkapital	-57.882	-63.763	5.881	-9%
Gesamtergebnis der Periode	-62.092	-69.784	7.692	-11%
Gesamtergebnis, das den				
Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG	-58.285	-71.820	13.535	-19%
Minderheitenanteilen	-3.807	2.036	-5.843	-287%
zuzurechnen ist				

Konzernbilanz der ProSiebenSat.1 Group - Vermögenswerte

Tsd. Euro	31.03.2009	31.12.2008	31.03.2008
A. Langfristige Vermögenswerte			
I. Immaterielle Vermögenswerte	2.993.660	3.004.010	3.526.507
II. Sachanlagen	241.772	248.945	263.715
III. Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen	5.971	6.868	4.587
IV. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	59.140	58.272	58.377
V. Programmvermögen	1.159.706	1.149.157	916.585
VI. Forderungen und Sonstige Vermögenswerte	7.500	7.591	14.345
VII. Latente Steueransprüche	113.338	91.528	72.309
	4.581.087	4.566.371	4.856.425
B. Kurzfristige Vermögenswerte			
I. Programmvermögen	300.279	230.815	373.799
II. Vorräte	6.893	5.537	6.180
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	207	211	235
IV. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuer	71.936	59.911	61.175
V. Forderungen und Sonstige Vermögenswerte	441.969	434.153	440.174
VI. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	509.008	632.871	296.350
	1.330.292	1.363.498	1.177.913
Vermögenswerte	5.911.379	5.929.869	6.034.338

Konzernbilanz der ProSiebenSat.1 Group - Eigenkapital, Verbindlichkeiten und Rückstellungen

Tsd. Euro	31.03.2009	31.12.2008	31.03.2008
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	218.797	218.797	218.797
II. Kapitalrücklage	547.139	547.139	546.987
III. Erwirtschaftetes Eigenkapital	-58.139	-56.394	334.711
IV. Eigene Anteile	-15.105	-15.105	-12.335
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	-290.630	-234.090	-120.424
Gezeichnetes Kapital und Rücklagen, die den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzuordnen sind	402.062	460.347	967.736
VI. Minderheitenanteile am Eigenkapital	13.639	18.576	16.639
	415.701	478.923	984.375
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Langfristige Darlehen und Kredite	3.523.727	3.523.152	3.579.305
II. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	7.127	6.961	4.557
III. Rückstellungen	742	1.248	5.871
IV. Finanzielle Verbindlichkeiten	435.279	331.831	301.907
V. Sonstige Verbindlichkeiten	40.664	25.116	1.284
VI. Latente Steuerschulden	199.309	196.665	203.100
	4.206.848	4.084.973	4.096.024
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Kurzfristige Darlehen und Kredite	497.855	516.663	132.034
II. Rückstellungen	146.517	178.258	154.719
III. Finanzielle Verbindlichkeiten	409.113	432.043	373.318
IV. Sonstige Verbindlichkeiten	235.345	239.009	293.868
	1.288.830	1.365.973	953.939
Eigenkapital, Verbindlichkeiten und Rückstellungen	5.911.379	5.929.869	6.034.338

Konzern-Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd. Euro	Q1 2009	Q1 2008
Konzernfehlbetrag (vor Minderheitenanteilen)	-4.210	-6.022
Abschreibungen/Wertaufholungen auf lang- und kurzfristige Vermögenswerte	31.405	34.933
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	278.179	353.955
Zunahme/Abnahme der Steuerrückstellungen (inkl. Veränderung latenter Steuern)	-39.081	-39.153
Zunahme/Abnahme der sonstigen Rückstellungen	547	-6.598
Ergebnisse aus der Equity-Bewertung und sonstigen zahlungsunwirksamen Veränderungen aus Finanzanlagen	897	14
Ergebnis bzw. Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerte	-6.727	-29
Ergebnis aus dem Verkauf von Programmvermögen	23	- / -
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	2.375	3.850
Cash-flow	263.408	340.950
Zunahme/Abnahme der Vorräte	-1.357	-1.332
Zunahme/Abnahme der unverzinslichen Forderungen und Sonstiger Vermögenswerte	-22.171	-28.799
Zunahme/Abnahme der unverzinslichen Verbindlichkeiten	39.987	-43.612
Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit	279.867	267.207
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	8.186	12.745
Auszahlungen für die Beschaffung von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-18.078	-10.661
Auszahlungen für die Beschaffung von Finanzanlagen	-1.065	-327
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	7.904	21.032
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-379.951	-351.645
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-1.331	-10.381
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	5.466	- / -
Sonstige Änderungen des Eigenkapitals sowie sonstige Änderungen aus der Fremdwährungsbewertung	-6.910	-1.118
Cash-flow aus Investitionstätigkeit	-385.779	-340.355
Free Cash-flow	-105.912	-73.148
Dividende	- / -	- / -
Auszahlung zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	-18.973	-860
Einzahlungen aus Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	1.022	131.846
Erwerb eigener Aktien	- / -	-12.335
Cash-flow aus Finanzierungstätigkeit	-17.951	118.651
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands	-22	1.382
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-123.841	44.121
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	632.871	250.847
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus fortgeführten Aktivitäten am Ende der Periode	509.008	296.350
Im Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit sind folgende Ein- und Auszahlungen gemäß IAS 7 enthalten:		
Cash-flow aus Ertragsteuern	-35.089	-36.483
Cash-flow aus gezahlten Zinsen	-67.281	-65.502
Cash-flow aus erhaltenen Zinsen	1.405	2.445

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group in Q1 2008

Tsd. Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Konzerneigenkapital		Anteile Dritter am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital
					Ausgleichs-posten aus der FW-Umrechnung	Bewertung von Cash-Flow-Hedges und Änderungen von Zins-Swaps		
31. Dezember 2007	218.797	546.987	342.646	- / -	-16.073	-40.466	10.435	1.062.326
Gezahlte Dividenden	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-3.675	-3.675
Veränderung des Konsolidierungskreises	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	7.843	7.843
Erwerb eigener Aktien	- / -	- / -	- / -	-12.335	- / -	- / -	- / -	-12.335
Veränderung der direkt im Eigenkapital zu erfassenden Aufwendungen und Erträge	- / -	- / -	- / -	- / -	-5.408	-58.477	122	-63.763
Konzernfehlbetrag	- / -	- / -	-7.935	- / -	- / -	- / -	1.914	-6.021
Konzerngesamtergebnis	- / -	- / -	-7.935	- / -	-5.408	-58.477	2.036	-69.784
31. März 2008	218.797	546.987	334.711	-12.335	-21.481	-98.943	16.639	984.375

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group in Q1 2009

Tsd. Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Konzerneigenkapital		Anteile Dritter am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital
					Ausgleichs-posten aus der FW-Umrechnung	Bewertung von Cash-Flow-Hedges und Änderungen von Zins-Swaps		
31. Dezember 2008	218.797	547.139	-56.394	-15.105	-96.575	-137.515	18.576	478.923
Veränderung des Konsolidierungskreises	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-1.130	-1.130
Veränderung der direkt im Eigenkapital zu erfassenden Aufwendungen und Erträge	- / -	- / -	- / -	- / -	-16.366	-40.174	-1.342	-57.882
Konzernfehlbetrag	- / -	- / -	-1.745	- / -	- / -	- / -	-2.465	-4.210
Konzerngesamtergebnis	- / -	- / -	-1.745	- / -	-16.366	-40.174	-3.807	-62.092
31. März 2009	218.797	547.139	-58.139	-15.105	-112.941	-177.689	13.639	415.701

Konzernanhang zum Zwischenabschluss

Allgemeine Angaben

Die ProSiebenSat.1 Media AG als Konzernobergesellschaft ist unter der Firma ProSiebenSat.1 Media AG beim Amtsgericht München, Deutschland (HRB 124 169) eingetragen. Sitz der Gesellschaft ist Unterföhring. Die Anschrift lautet: ProSiebenSat.1 Media AG, Medienallee 7, 85774 Unterföhring, Deutschland.

Mit einer Reichweite von über 78 Mio TV-Haushalten in 12 Ländern ist ProSiebenSat.1 die zweitgrößte Fernsehsendergruppe in Europa.

Grundlagen der Rechnungslegung

Der Konzern-Zwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG und ihrer Tochtergesellschaften (das Unternehmen, die Gesellschaft oder ProSiebenSat.1 Group) zum 31. März 2009 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt.

Der Konzern-Zwischenabschluss ist in Euro aufgestellt. Alle Beträge werden, soweit nicht gesondert darauf hingewiesen wird, in Tausend Euro (Tsd Euro) angegeben. Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Umsatzkostenverfahren gegliedert.

Der Konzern-Zwischenabschluss ist in Zusammenhang mit dem geprüften IFRS Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 und dem darin enthaltenen Anhang zu lesen, den die ProSiebenSat.1 Media AG am 30. März 2009 veröffentlicht hat.

Aus Sicht der Unternehmensleitung enthält dieser Konzern-Zwischenabschluss alle üblichen, laufend vorzunehmenden Anpassungen, um ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild des Geschäftsverlaufes des Unternehmens im Berichtszeitraum darzustellen. Die im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2009 erzielten Ergebnisse lassen nicht notwendigerweise Vorhersagen über die Entwicklung des weiteren Geschäftsverlaufes zu.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, die für den Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2009 angewendet wurden, basieren grundsätzlich auf denselben Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2008 zu Grunde lagen. Für weiter gehende Angaben zu den angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2008 (vgl. Seiten 100 - 105 des Geschäftsberichts 2008), der die Grundlage für den vorliegenden Quartalsabschluss darstellt.

Mit der Neufassung des IAS 1 „Darstellung des Abschlusses“ enthält der Konzernabschluss erstmalig neben der Gewinn-

und Verlustrechnung eine separate Gesamtergebnisrechnung. In der Gesamtergebnisrechnung werden sowohl das Periodenergebnis als auch sämtliche ergebnisneutralen Eigenkapitalveränderungen der Periode ausgewiesen.

Die Interpretation IFRIC 13 „Kundenbindungsprogramme“ behandelt die Bilanzierung bestimmter Arten von Kundenbindungsprogrammen und stellt klar, welche Regelungen des IAS 18 auf diese anzuwenden sind. Auf den Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2009 hatte diese Interpretation keine wesentliche Auswirkung.

Die geänderten IAS 23 „Fremdkapitalkosten“ und IFRS 2 „Anteilsbasierte Vergütung“, welche ab dem 1. Januar 2009 verpflichtend anzuwenden sind, haben keine Auswirkungen auf den Konzern-Zwischenbericht der ProSiebenSat.1 Group.

Die überarbeiteten Standards IFRS 3 „Unternehmenszusammenschlüsse“ und IAS 27 „Konzern- und separate Einzelabschlüsse nach IFRS“ sind verpflichtend für Geschäftsjahre anzuwenden, die am oder nach dem 1. Juli 2009 beginnen. Die ProSiebenSat.1 Group prüft derzeit die hieraus resultierenden Effekte auf die Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage.

IFRS 8 „Operating Segments“ wurde durch das IASB im November 2006 herausgegeben und wurde durch die ProSiebenSat.1 Group bereits vorzeitig angewendet. Der Standard verlangt von den Unternehmen die Berichterstattung über finanzielle und beschreibende Informationen bezüglich ihrer berichtspflichtigen Segmente. Die ProSiebenSat.1 Group hat sich bereits im Vorjahr im Zusammenhang mit dem Erwerb der SBS Broadcasting Group entschieden, den Standard, beginnend mit dem Quartalsbericht September 2007, vorzeitig anzuwenden.

Bei der Aufstellung des Konzern-Zwischenabschlusses sind Annahmen getroffen und Schätzungen verwandt worden, die den Ausweis der Vermögenswerte und Schulden sowie der Erträge und Aufwendungen beeinflussen. Die tatsächlichen Werte können in Einzelfällen von den getroffenen Annahmen und Schätzungen abweichen.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

Die Anzahl der in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2009 wie folgt geändert:

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2008	50	112	162
Neu gegründete/konsolidierte Unternehmen	6	10	16
Fusionierte/entkonsolidierte Unternehmen	-1	-1	-2
Einbezogen zum 31.03.2009	55	121	176

Der ProSiebenSat.1 Media AG steht an diesen Gesellschaften unmittelbar oder mittelbar die Mehrheit der Stimmrechte zu. 16 [zum 31. Dezember 2008: 15] assoziierte Unternehmen werden nach der Equity-Methode erfasst.

Die Veränderungen des Konsolidierungskreises hatten keine wesentliche Auswirkung auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der ProSiebenSat.1 Group.

Die im Jahresabschluss sowie im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2008 enthaltene Anteilsbesitzliste war aufgrund redaktioneller Versehen unvollständig. Die korrigierte Anteilsbesitzliste der ProSiebenSat.1 Media AG (Stand 31. Dezember 2008) ist auf den Seiten 26 bis 29 aufgeführt.

Erwerb der SBS Radio HNV AB (vorher Produktionsaktiebolaget Göteborg Ett)

Zum 20. Januar 2009 erwarb SBS Radio AB 100 Prozent des Radiogeschäfts des Stampen Konzerns in Schweden. Dabei brachte der Stampen Konzern seine Beteiligung in die Holdinggesellschaft SBS Radio HNV AB (vorher Produktionsaktiebolaget Göteborg Ett) gegen einen 20%igen Anteil an der SBS Radio AB (davor eine 100%ige Tochtergesellschaft der ProSiebenSat.1 Group) ein. In der Transaktion hat SBS Radio AB neue Anteile ausgegeben. Der Kaufvertrag beinhaltet Put- und Call-Optionen für den von Stampen Konzerngesellschaften gehaltenen 20%igen Minderheitenanteil. Die Call-Option ist ab 2009 und die Put-Option ab 2012 ausübbar.

SBS Radio HNV AB und ihre Tochtergesellschaften wurden zum 20. Januar 2009 im Abschluss der ProSiebenSat.1 Group vollkonsolidiert. SBS Radio HNV AB betreibt 9 Radiostationen und stärkt die Marktposition von ProSiebenSat.1 im schwedischen Radiomarkt.

Weitere nach IFRS 3 geforderte Angaben können zum jetzigen Zeitpunkt nicht gemacht werden, da mit der Kaufpreissallokation erst mit Vollzug des Kaufvertrags begonnen und diese bis zum Berichtszeitpunkt noch nicht endgültig abgeschlossen wurde. Der Umsatz- und Ergebnisbeitrag sowie die Nettovermögenswerte der neu erworbenen Gruppe sind aus

Sicht der ProSiebenSat.1 Group für den Zwischenabschluss zum 31. März 2009 als unwesentlich zu bezeichnen.

Verkauf der solute GmbH

Der Verkauf der solute GmbH wurde im Februar 2009 mit Wirkung zum 1. Januar 2009 vollzogen. Der aus Konzernsicht erzielte Veräußerungsgewinn beläuft sich auf 4.224 Tsd Euro und wird im 1. Quartal 2009 unter den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen.

SEGMENTBERICHTERSTATTUNG

Entsprechend den Regeln von IFRS 8 „Geschäftssegmente“ 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, Call-TV, Multimedia, Merchandising und Radio bis zu verwandten Print-Produkten.

Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group Q1 2009

In Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Summe Segmente	Überleitung	Summe Konzernabschluss Q1 2009
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV*				
Umsatzerlöse	400.521	154.593	555.114	87.477	642.591	-15.612	626.979
Außenumsatz	388.782	153.946	542.728	84.251	626.979	- / -	626.979
Innenumsätze	11.739	647	12.386	3.226	15.612	-15.612	- / -
Recurring EBITDA	68.101	13.065	81.166	12.413	93.579	245	93.824

Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group Q1 2008

In Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Summe Segmente	Über- leitung	Summe Konzernabschluss Q1 2008
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV*				
Umsatzerlöse	433.022	177.427	610.449	137.641	748.090	-19.020	729.070
Außenumsatz	417.135	176.015	593.150	135.920	729.070	- / -	729.070
Innenumsätze	15.887	1.412	17.299	1.721	19.020	-19.020	- / -
Recurring EBITDA	57.626	27.518	85.144	4.013	89.157	-696	88.461

*konsolidiert

Nachfolgend wird die Überleitung von der Segmentberichterstattung auf die Konzernwerte dargestellt:

Überleitungsrechnungen zur Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group

In Tsd Euro	Q1 2009	Q1 2008
Gewinn/Verlust		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	93.579	89.157
den Segmenten nicht zurechenbare Posten	38	-128
Aufwands- und Ertragskonsolidierung	156	- / -
Zwischengewinneliminierung	51	161
Schuldenkonsolidierung	- / -	-729
Summe Konzernabschluss	93.824	88.461
Non Recurring Ergebnis	-3.382	-3.649
Finanzergebnis	-66.233	-58.420
Abschreibungen	-31.213	-34.932
Wertminderungen	-13	- / -
Ergebnis vor Steuern	-7.017	-8.540

Nachstehend sind die Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group zu finden. Dabei wird unterschieden nach deutschsprachigem Raum [Deutschland, Österreich, Schweiz], B/NL [Niederlande, Belgien], Nordic [Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden] und CEE [Bulgarien, Griechenland, Rumänien, Ungarn].

Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group

geografische Aufteilung	deutschsprachig	B/NL	Nordic	CEE	Summe Konzernabschluss Q1 2009
Außenumsatz	441.596	83.117	78.270	23.996	626.979

Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group

geografische Aufteilung	deutschsprachig	B/NL	Nordic	CEE	Summe Konzernabschluss Q1 2008
Außenumsatz	479.414	86.662	129.671	33.323	729.070

EVENTUALSCHULDEN UND SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Gegenüber den im Geschäftsbericht 2008 beschriebenen Haftungsverhältnissen und sonstigen finanziellen Verpflichtungen ergaben sich bis zum 31. März 2009 keine wesentlichen Änderungen.

WESENTLICHE EREIGNISSE NACH DEM STICHTAG

31. MÄRZ 2009

Am 24. April 2009 hat der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG bekannt gegeben, dass Herr Patrick Tillieux sein Amt als Chief Operating Officer (COO) der Gesellschaft zum 30. Juni 2009 niederlegen wird. Seine Vorstandsressorts werden von Thomas Ebeling, CEO der ProSiebenSat.1 Media AG, übernommen.

Nach dem 31. März 2009 erwarb die ProSiebenSat.1 Media AG insgesamt 2.206.706 Vorzugsaktien (entspricht 3,0 Prozent aller Vorzugsaktien).

Im Zuge der Portfolio-Optimierung hat die Konzerngesellschaft ProSiebenSat.1 Produktion GmbH ihre Berliner Bereiche in eine eigene GmbH ausgegliedert. Die Produktionen erbringt ab dem 1. Juli 2009 für eine Laufzeit von mindestens fünf Jahre die fernsehwert GmbH.

13. Mai 2009

Der Vorstand

➤ In der im Jahresabschluss sowie im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2008 enthaltene Anteilsbesitzliste waren aufgrund redaktioneller Versehen einige Angaben zu den aufgeführten Beteiligungshöhen und den Gesellschaftern unvollständig. Hiermit wird die Anteilsbesitzliste der ProSiebenSat.1 Media AG (Stand 31. Dezember 2008) korrigiert:

ProSiebenSat.1 Group zum 31. Dezember 2008

Lfd. Nr.	Gesellschaft	Sitz	Land	Anteil in %	gehalten über Nr.
Verbundene Unternehmen					
1	ProSiebenSat.1 Media Aktiengesellschaft	Unterföhring	Deutschland		
2	9Live Fernsehen GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
3	9Live International GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	2
4	Agency Atlantic EOOD	Sofia	Bulgarien	100	157
5	Agency Vitosha EOOD	Sofia	Bulgarien	100	157
6	Aktuelt Nyheter AS	Oslo	Norwegen	100	150
7	Amerom Television Ltd.	New York	USA	100	103
8	Anonimi Radiofoniki Etairia Lampsi A.E. (Lampsi Radio Company S.A.)	Athen	Griechenland	100	107
9	ArtMerchandising & Media AG	Unterföhring	Deutschland	100	47
10	AT Fun B.V.	Amsterdam	Niederlande	100	116
11	best webnews GmbH	Köln	Deutschland	67,64	135
12	Broadcast Norge AS	Oslo	Norwegen	100	100
13	Carthage I B.V.	Amsterdam	Niederlande	100	116
14	CBO Media B.V. (davor Brainstation B.V.)	Amsterdam	Niederlande	100	116
15	Cutting Edge Production AS	Oslo	Norwegen	100	121
16	easy 107,5 Stockholm AB	Stockholm	Schweden	100	122
17	E-FM Sverige AB	Stockholm	Schweden	100	19
18	EBS International N.V.	Zaventem	Belgien	100	103, 158
19	Euradio i Sverige AB	Stockholm	Schweden	100	123
20	European Broadcasting System S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	100	103
21	European Radio Investments Limited	London	Großbritannien	100	107
22	Evroark EOOD	Sofia	Bulgarien	100	157
23	Face your Brand! GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	71
24	Fem Media GmbH	München	Deutschland	100	135
25	Fria Media I Blekinge AB	Karlskrona	Schweden	100	119
26	Fria Radiobolaget i Borås AB	Borås	Schweden	100	119
27	German Free TV Holding GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
28	Hellas Radio Service Ltd.	Athen	Griechenland	100	103
29	ICS SBS Broadcasting S.R.L. (davor I.M. Radio Contract S.R.L.)	Chisinau	Moldawien	100	132
30	INTERAKTÍV-FICTION Műsorkészítő és Filmgyártó Kft.	Budapest	Ungarn	100	31
31	INTERAKTÍV Televíziós Műsorkészítő Kft.	Budapest	Ungarn	100	103
32	kabel eins Fernsehen GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	27
33	Kanal 5 AB	Stockholm	Schweden	100	34
34	Kanal 5 Holding AB	Stockholm	Schweden	100	104
35	Kanal 5 Limited	London	Großbritannien	100	107
36	Kiss FM DOO	Belgrad	Serbien	49	103
37	Kommunikationsanpartsselskabet af 2/4 1990	Arthus C	Dänemark	100	84
38	lokalisten media GmbH	München	Deutschland	90	135
39	MAGIC Internet Holding GmbH	Berlin	Deutschland	100	135
40	MAGIC Internet GmbH	Berlin	Deutschland	100	39
41	Meteos TV Holding GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	162
42	Miracle Sound Oy	Helsinki	Finnland	51	58
43	Miracle Sound Oulu Oy	Oulu	Finnland	100	42
44	Miracle Sound Tampere Oy	Helsinki	Finnland	100	58, 42
45	Mix Megapol.se AB	Stockholm	Schweden	100	119
46	MM MerchandisingMedia GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	9
47	MM MerchandisingMedia Holding GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
48	MTM Produkció Műsorgyártó és Filmforgalmazó Kft.	Budapest	Ungarn	100	103, 116
49	MTM-SBS Televízió Zrt.	Budapest	Ungarn	97,51	103
50	MyVideo Broadband S.R.L.	Bukarest	Rumänien	100	39

ProSiebenSat.1 Group zum 31. Dezember 2008

Lfd. Nr.	Gesellschaft	Sitz	Land	Anteil in %	gehalten über Nr.
Verbundene Unternehmen					
51	N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH	Unterföhring	Deutschland	100	27
52	Niknet EOOD	Sofia	Bulgarien	100	157
53	P7S1 Broadcasting S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	100	54, 56
54	P7S1 Erste SBS Holding GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
55	P7S1 Creative Productions Holding GmbH (davor ProSiebenSat.1 Siebte Verwaltungsgesellschaft mbH)	Unterföhring	Deutschland	100	1
56	P7S1 Zweite SBS Holding GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
57	Producers at work GmbH	Potsdam	Deutschland	67	1
58	Pro Radio Oy	Helsinki	Finnland	100	100
59	ProSiebenSat.1 Applications GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
60	ProSieben Austria GmbH	Wien	Österreich	100	137
61	ProSieben Digital Media GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
62	ProSieben Television GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	27
63	ProSieben (Schweiz) AG	Küsnacht	Schweiz	100	139
64	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
65	ProSiebenSat.1 Achte Verwaltungsgesellschaft mbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
66	ProSiebenSat.1 Neunte Verwaltungsgesellschaft mbH (zukünftig: Maz & More GmbH)	Unterföhring	Deutschland	100	51
67	ProSiebenSat.1 Berlin Produktion GmbH (zum Zeitpunkt 31. Dezember 2008 noch in Gründung)	Berlin	Deutschland	100	68
68	ProSiebenSat.1 Produktion GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
69	ProSiebenSat.1 Welt GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
70	PS Event GmbH	Köln	Deutschland	67	71
71	PSH Entertainment GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
72	Puls 4 TV GmbH	Wien	Österreich	100	137
73	Puls 4 TV GmbH & Co. KG	Wien	Österreich	100	137
74	Radio Nova A/S (davor Radio 2 A/S)	Kopenhagen	Dänemark	80	102
75	Radio City AB	Stockholm	Schweden	100	122
76	Radio Daltid SBS AB	Stockholm	Schweden	51	119
77	Radio Express EAD	Sofia	Bulgarien	100	5
78	Radio HIT FM Melodicum AB	Växjö	Schweden	100	119
79	Radio Match AB	Jönköping	Norwegen	100	119
80	Radiostasjonen Radio Norge AS (davor TV2 Saturn AS)	Oslo	Norwegen	100	121
81	Radio Stella AB	Helsingborg	Schweden	100	119
82	Radio Veselina EAD	Plovdiv	Bulgarien	100	103
83	Radio Zita Radiohonikes Epichiriseis Anonimi Etairia	Saloniki	Griechenland	100	93
84	Radioreklame A/S	Arhus C.	Dänemark	95,2	120
85	Radio VLR A/S	Taastrup	Dänemark	100	120
86	Redseven Entertainment GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	55
87	Reklamradio-FMK AB	Kalmar	Schweden	100	119
88	RIS Vinyl Skane AB	Stockholm	Schweden	100	123
89	Ritmo Plovdiv EOOD	Plovdiv	Bulgarien	100	157
90	Rockklassiker Sverige AB	Stockholm	Schweden	100	88
91	Romanian Broadcasting Corporation Limited	London	Großbritannien	100	107
92	Salonika Radio Investments Holding S.A.	Luxemburg	Luxemburg	100	103
93	Salonika Radio Investments S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	100	92
94	Sat.1 Bayern GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	151
95	Sat.1 Grundstücksverwaltungs GmbH & Co. KG	Unterföhring	Deutschland	100	98
96	Sat.1 Norddeutschland GmbH	Hannover	Deutschland	100	98
97	Sat.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H	Wien	Österreich	51	98
98	Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH	Berlin	Deutschland	100	27
99	Sat.1 Schweiz AG	Zürich	Schweiz	50	98
100	SBS Belgium N.V.	Zaventem	Belgien	100	103, 18

ProSiebenSat.1 Group zum 31. Dezember 2008

Lfd. Nr.	Gesellschaft	Sitz	Land	Anteil in %	gehalten über Nr.
Verbundene Unternehmen					
101	SBS Broadcasting B.V.	Amsterdam	Niederlande	100	116
102	SBS Broadcast Danmark A/S	Skovlunde	Dänemark	100	100
103	SBS Broadcasting Europe B.V.	Amsterdam	Niederlande	100	106
104	SBS Broadcasting Europe B.V. the Netherlands svensk Filial	Stockholm	Schweden	100	103
105	SBS Broadcasting Holding I B.V.	Amsterdam	Niederlande	100	53
106	SBS Broadcasting Holding II B.V.	Amsterdam	Niederlande	100	105
107	SBS Broadcasting (UK) Limited	London	Großbritannien	100	103
108	SBS Broadcasting Networks Limited	London	Großbritannien	100	107
109	SBS Broadcasting (Sweden) AB	Stockholm	Schweden	100	103
110	SBS Danish Television Limited	London	Großbritannien	100	107
111	SBS European Pay TV Services S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	100	103
112	SBS Finance B.V.	Amsterdam	Niederlande	100	103
113	SBS Finland Oy	Helsinki	Finnland	100	58
114	SBS Interactive AB (in Liquidation)	Stockholm	Schweden	100	104
115	SBS Magyarországi Befektetési Kft.	Budapest	Ungarn	98,34	103
116	SBS Nederland B.V.	Amsterdam	Niederlande	100	103
117	SBS Productions B.V.	Amsterdam	Niederlande	100	101
118	SBS Publishing & Licensing B.V.	Amsterdam	Niederlande	100	101
119	SBS Radio AB	Stockholm	Schweden	100	123
120	SBS Radio A/S	Kopenhagen	Dänemark	80	102
121	SBS Radio Norge AS	Oslo	Norwegen	77	100
122	SBS Radio Sweden AB	Stockholm	Schweden	100	123
123	SBS Radio Sweden Holding AB	Stockholm	Schweden	100	104
124	SBS Records Aps	Kopenhagen	Dänemark	100	120
125	SBS Services B.V.	Amsterdam	Niederlande	100	116
126	SBS Services (UK) Limited	London	Großbritannien	100	107
127	SBS TV A/S	Skovlunde	Dänemark	100	102
128	Scandinavian Broadcasting System (Jersey) Ltd.	Jersey	Channel Islands	100	101
129	S.C. Canet Radio SRL	Bukarest	Rumänien	20	132
130	S.C. Media Group Services International S.R.L.	Bukarest	Rumänien	100	132, 116
131	S.C. Prime Time Productions S.R.L.	Bukarest	Rumänien	100	132, 116
132	S.C. SBS Broadcasting Media S.R.L.	Bukarest	Rumänien	100	21, 91, 107
133	SevenOne Brands GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
134	SevenOne Interactive GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	133
135	SevenOne Intermedia GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	61
136	SevenOne International GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
137	SevenOne Media Austria GmbH	Wien	Österreich	100	133
138	SevenOne Media GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	133
139	SevenOne Media (Schweiz) AG	Küsnacht	Schweiz	100	133
140	SevenPictures Film GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
141	SevenSenses GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
142	Seven Scores Musikverlag GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
143	solute GmbH	Karlsruhe	Deutschland	74,8	135
144	Starwatch Music GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	47
145	Stichting Administratiekantoor Melida (in Liquidation)	Amsterdam	Niederlande	100	53
146	Svensk Radiopartner Radio City AB	Karlstad	Schweden	100	119
147	Teledirekt Vermarktungsgesellschaft für Fernsehempfang mbH	Unterföhring	Deutschland	100	1
148	Turun Ensitorppa Oy	Helsinki	Finnland	100	58
149	TV5 Finland Oy	Helsinki	Finnland	100	58
150	TV Norge AS	Oslo	Norwegen	100	12

ProSiebenSat.1 Group zum 31. Dezember 2008

Lfd. Nr.	Gesellschaft	Sitz	Land	Anteil in %	gehalten über Nr.
Verbundene Unternehmen					
151	tv-weiß-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	98
152	V8 Broadcasting B.V.	Amsterdam	Niederlande	100	101
153	Veronica Broadcasting VOF	Amsterdam	Niederlande	100	152, 13
154	Veronica Litho B.V.	Hilversum	Niederlande	100	101
155	Veronica Uitgeverij B.V.	Hilversum	Niederlande	100	101
156	Vinyl AB	Stockholm	Schweden	100	123
157	Vitosha FM EOOD	Sofia	Bulgarien	100	103
158	VT4 Limited	London	Großbritannien	100	103
159	VT4 Marketing & Sales N.V.	Zaventem	Belgien	100	158, 18
160	VT4 Network N.V.	Zaventem	Belgien	100	158, 18
161	wer-weiss-was GmbH	Hamburg	Deutschland	74,8	135
162	wetter.com AG	Singen	Deutschland	73	135
163	Wetter Fernsehen - Meteos GmbH	Singen	Deutschland	100	41
Verbundene, nicht konsolidierte Unternehmen					
164	Anadolu Televizyon Ve Radyo Yayıncılık Ve Ticaret Anonim Şirketi	Istanbul	Türkei	98	125
165	Balkans Media Investments EOOD	Sofia	Bulgarien	100	157
166	maxdome Verwaltungs GmbH	Unterföhring	Deutschland	100	141
167	Merchandising Prag s.p.a.	Prag	Tschechien	100	47
Assoziierte Unternehmen -at equity-					
168	Autoplenum GmbH	München	Deutschland	25,1	135
169	Big Brother AB	Stockholm	Schweden	50	104
170	Big Brother Kommanditbolag	Stockholm	Schweden	51	33, 169
171	IP Multimedia (Schweiz) AG	Küsnacht	Schweiz	23	139
172	maxdome GmbH & Co. KG	Unterföhring	Deutschland	50	141
173	LOVESEARCH DP AB	Stockholm	Schweden	95,09	33
174	Österjös Reklamradio AB	Visby	Schweden	40	119
175	Poolside Reise GmbH	München	Deutschland	40	135
176	Privatfernsehen in Bayern Verwaltungs-GmbH	München	Deutschland	49,9	151
177	Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG	München	Deutschland	49,9	151
178	Radiobokningen i Västmanland Handelsbolag	Västerås	Schweden	20	119
179	Radio Silkeborg af 1997 A/S	Silkeborg	Dänemark	34	84
180	TV 10 B.V.	Amsterdam	Niederlande	100	181
181	TVIO Holdings LLC	Wilmington	USA	50	101
182	Veronica/Jetix Text VOF	Amsterdam	Niederlande	100	152, 180
183	VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH	Berlin	Deutschland	50	1
Übrige Beteiligungen					
184	AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien	München	Deutschland	12	1
185	Berliner Pool TV Produktionsgesellschaft mbH	Berlin	Deutschland	50	51
186	Deutscher Fernsehpreis GmbH	Köln	Deutschland	25	1
187	ZeniMax Media Inc.	Rockville	USA	8,03	103

Finanzkalender

04.03.2009 Pressekonferenz/IR-Konferenz anlässlich der vorläufigen Zahlen 2008

30.03.2009 Geschäftsbericht 2008

14.05.2009 Quartalsbericht Q1 2009

04.06.2009 Ordentliche Hauptversammlung 2009

06.08.2009 Halbjahresfinanzbericht 2009

05.11.2009 Quartalsbericht Q3 2009

Impressum

KONTAKTE

Presse

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

Investor Relations

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

Inhalt und Gestaltung

ProSiebenSat.1 Media AG
Corporate Office
Julian Geist
Katrin Schneider
Heike Nachbaur

Herausgeber

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

> Die ProSiebenSat.1 Group im Internet

Diese und andere Veröffentlichungen sowie Informationen über die ProSiebenSat.1 Group erhalten Sie im Internet unter der Adresse <http://www.prosiebensat1.com/>.

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

ProSiebenSat.1 Group

Medienallee 7

85774 Unterföhring

www.ProSiebenSat1.com
