



Quartalsbericht Q2 2009

1. Januar bis 30. Juni 2009

Q2

Kennzahlen auf einen Blick

Mio EUR	Q2 2009	Q2 2008	H1 2009	H1 2008
Umsatz	694,0	801,9	1.320,9	1.530,9
Recurring EBITDA ⁽¹⁾	201,1	203,7	295,0	292,2
EBITDA	177,2	189,3	267,7	274,1
EBIT	147,1	151,6	206,2	201,5
Finanzergebnis	-62,5	-64,3	-128,7	-122,8
Ergebnis vor Steuern	84,9	88,1	77,8	79,5
Konzernergebnis ⁽²⁾	45,5	59,5	43,8	51,6
Ergebnis je Vorzugsaktie (in Euro)	0,22	0,28	0,21	0,25
Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit	393,8	382,0	673,7	639,0
Cash-flow aus Investitionstätigkeit	-294,3	-388,7	-680,0	-718,8
Free Cash-flow	99,5	-6,7	-6,4	-79,9

Mio EUR	H1 2009	H1 2008
Bilanzsumme	5.938,3	5.980,4
Eigenkapital	465,0	893,9
Eigenkapitalquote	7,8%	15,0%
Programmvermögen	1.472,9	1.282,3
Nettofinanzverschuldung ⁽³⁾	3.427,3	3.689,1
Mitarbeiter ⁽⁴⁾	5.299	5.915

⁽¹⁾ Bereinigtes EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten

⁽²⁾ Konzernüberschuss: Konzernergebnis, das den Anteilseignern der ProSiebenSat. 1 Media AG zuzurechnen ist

⁽³⁾ Für 2008 inklusive Zahlungsmittelbestand CMore

⁽⁴⁾ Anzahl durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen

> Das zweite Quartal 2009

Die Neuausrichtung der deutschen Senderfamilie und die Bündelung des Sales-Bereichs waren wichtige strategische Meilensteine. Die Maßnahmen zur Anpassung der Kosten an das wirtschaftlich sehr anspruchsvolle Umfeld zeigen Erfolg und wirken sich positiv auf die Ertragssituation aus. Auch das Werbezeiten-Vermarktungsmodell in Deutschland ist wieder wettbewerbsfähig, so dass wir unseren Brutto-Marktanteil in der für uns wichtigsten Umsatzregion um 3 Prozentpunkte auf 42,8 Prozent steigern konnten. Während der Konzernumsatz einen vor allem konjunkturbedingten Rückgang um 9,0 Prozent auf 694,0 Mio Euro (Q2 2008 ex CMORE: 762,8 Mio Euro) verzeichnete, stieg das recurring EBITDA um 6,6 Prozent auf 201,1 Mio Euro (Q2 2008 ex CMORE: 188,6 Mio Euro).

> Unsere Ziele für 2009

Die ProSiebenSat.1 Group hat sich in einem schwierigen Marktumfeld behauptet und ihre Profitabilität in der ersten Jahreshälfte durch effizientes Kostenmanagement gesteigert. Aufgrund der nach wie vor rezessiven Wirtschaftslage in Europa und der damit verbundenen schwierigen Planung für das Gesamtjahr 2009 werden wir auch in Zukunft alle notwendigen Maßnahmen ergreifen, um die Ertragskraft der ProSiebenSat.1 Group zu sichern. Dabei investieren wir weiter angemessen in Programme, um die Leistung unserer Sender im Zuschauermarkt zu stärken. Im Sales-Bereich werden wir nach den Marktanteilsgewinnen der vergangenen Monate in Deutschland weiter daran arbeiten, unsere Senderleistung zu adäquaten Preisen zu kapitalisieren.

> Die ProSiebenSat.1 Group

Die ProSiebenSat.1 Group gehört zu den führenden Medienkonzernen Europas. Werbefinanziertes Fernsehen ist das Kerngeschäft des Konzerns. Digitale Angebote wie das Internet zählen zu den Geschäftstätigkeiten, mit denen die ProSiebenSat.1 Group ihr Portfolio erweitert und ihre Erlösquellen diversifiziert. Unser Claim „the power of television“ ist ein klares Statement: ProSiebenSat.1 bietet erstklassige Unterhaltung und aktuelle Informationen auf allen Bildschirmen und allen Plattformen.

Inhalt

4	KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT	23	Kapitalflussrechnung
4	Konzern und Rahmenbedingungen	24	Eigenkapitalveränderungsrechnung
7	Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage	25	Anhang
13	Geschäftssegmente	31	VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER
16	Mitarbeiter	32	BESCHEINIGUNG NACH PRÜFERISCHER DURCHSICHT
17	Die ProSiebenSat.1-Aktie	33	WEITERE INFORMATIONEN
18	Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren	33	Finanzkalender
18	Nachtragsbericht	33	Kontakte/Impressum
19	Risiken- und Chancenbericht		
19	Prognosebericht		
21	KONZERNZWISCHENABSCHLUSS		
21	Gewinn- und Verlustrechnung		
22	Konzernbilanz		

Chronik H1 2009

ORGANISATIONSMASSNAHMEN IN DEUTSCHLAND

> PROSIEBENSAT.1-KONZERNHOLDING UND GERMAN FREE TV HOLDING



Produktionstochter maz&more gegründet

Zum 1. Januar 2009 hat Sat.1 seine Zentralredaktion in eine neue Gesellschaft überführt. Die neu gegründete maz&more GmbH produziert für Sat.1 das Frühstücksfernsehen und das Vorabendmagazin.

Sat.1 zieht nach München, Konzernfunktionen integriert

Mit dem Sat.1 Umzug von Berlin nach München sind künftig alle General-Interest-Sender der German Free TV Holding auch räumlich vereint. Die Senderfamilie arbeitet in nahezu allen Bereichen in einer Matrixstruktur. Durch die gemeinsame Nutzung von Ressourcen und Knowhow kann der TV-Konzern effizienter wirtschaften. Außerdem können die Sender ihr Kreativitätspotential gemeinsam besser ausschöpfen, um die Programmentwicklung weiter zu optimieren und ihre Profile Zielgruppen entsprechend zu schärfen.



Der Nachrichtensender N24 sowie maz&more haben auch künftig ihren Unternehmenssitz in Berlin.

Die Vorteile einer integrierten Organisation nutzt die ProSiebenSat.1 Group auch durch die verstärkte Bündelung zentraler Konzernfunktionen in Deutschland, wie zum Beispiel des Rechnungs- und Personalwesens, die ebenfalls vollständig nach München verlegt wurden.

> SALES

Integration von SevenOne Media und SevenOne Interactive

Mit der Eintragung ins Handelsregister am 3. Juni 2009 ist die Fusion der beiden ProSiebenSat.1-Vermarkter SevenOne Media und SevenOne Interactive offiziell vollzogen. Der größte TV-Vermarkter und der drittgrößte Online-Vermarkter Deutschlands bilden somit künftig ein Unternehmen, das unter dem Namen SevenOne Media GmbH firmiert. Die Zusammenlegung bringt für die Werbekunden deutliche Vorteile: Nach dem Prinzip „One face to the customer“ werden Unternehmen und Agenturen in Zukunft für Fernsehen und Online von einem zentralen Ansprechpartner betreut.



Zum 1. Juli gründet SevenOne Media eine eigene Tochterfirma für integrierte Crossmedia-Angebote, die SevenOne AdFactory. SevenOne Media trägt damit der stetig steigenden Nachfrage der Werbewirtschaft nach medienübergreifenden und integrierten Werbeangeboten Rechnung. SevenOne AdFactory bietet vernetzte Kommunikationslösungen rund um TV, Online, Mobile und Licensing aus einer Hand.

> DIVERSIFIKATION

Multimediaunternehmen SevenOne Intermedia stellt sich neu auf

Im Zuge der organisatorischen Neuaufstellung der TV- und Vermarktungsaktivitäten in Deutschland wurde auch die Abteilung „Multimedia TV-Marken“ der SevenOne Intermedia als Matrix organisiert. Die drei Säulen Marken- und Produktmanagement, Produktentwicklung und Content sowie Technik bilden den Kern der neuen markenübergreifenden Struktur.

> PRODUKTION & TECHNOLOGIE

Neues Playout Center startet Betrieb

Auch in technischer Hinsicht hat die Gruppe im ersten Halbjahr 2009 wichtige Schritte unternommen, um ihre Wettbewerbsposition zu stärken. Das neue Playout Center am Münchener Standort hat im April 2009 seinen Betrieb aufgenommen. Es beinhaltet ein dateibasiertes Programm-Archiv, den sogenannten Materialpool, und eine ebenfalls bandlose Sendeabwicklung. Somit können die Sender sämtliche Inhalte schneller und zu geringeren Kosten als bisher auf allen Medienplattformen verwerten.



ProSiebenSat.1 Produktion verkauft Berliner Tochter


Im Zuge der Portfolio-Optimierung hat die Konzerntochter ProSiebenSat.1 Produktion im Februar 2009 ihre Berliner Produktionssparte in eine eigene GmbH ausgegliedert. Zum 1. Juli 2009 übernimmt die fernseherwerft GmbH die Technik- und Produktionsdienstleistungen der ProSiebenSat.1 Produktion Berlin GmbH. Die fernseherwerft ist dadurch für mindestens fünf Jahre strategischer Partner für Technik und Produktion für N24 und maz&more.




Konzern und Rahmenbedingungen

WESENTLICHE EREIGNISSE UND ORGANISATORISCHE MASSNAHMEN IM ZWEITEN QUARTAL 2009


Investitionsmaßnahmen und Änderungen im Konsolidierungskreis


Organisation der TV- und Vermarktungsaktivitäten in Deutschland optimiert. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG hatte im November 2008 beschlossen, die Unternehmen der TV-Gruppe in Deutschland in einem groß angelegten Zukunftsprogramm auf die Herausforderungen der kommenden Jahre vorzubereiten. Wichtiger Teil des Maßnahmenpakets ist neben der Bündelung der Free-TV-Aktivitäten und dem Umzug von Sat.1 an den Hauptstandort des Konzerns in München-Unterföhring die Integration der Vermarktungsaktivitäten für TV (SevenOne Media) und New Media (SevenOne Interactive) sowie die Zentralisierung der Holdingfunktionen. Die Neuordnung der Unternehmensbereiche German Free TV und Sales sowie der Konzernholding wurde im ersten Halbjahr 2009 wie geplant weitestgehend abgeschlossen. Im Zuge der Portfolio-Optimierung wurden auch die Berliner Bereiche der Konzerntochter ProSiebenSat.1 Produktion in eine eigene GmbH ausgegliedert und an die fernsehwert GmbH veräußert. Der Verkaufsprozess hat keine wesentlichen Auswirkungen auf die Kennzahlen der Gewinn- und Verlustrechnung .


Geschäftsbeziehungen mit Programmlieferanten ausgebaut. Schwerpunkt der Investitionstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group ist der Ausbau des Programmbestands, wobei neben Auftrags- und Eigenproduktionen Verträge mit Programmlizenzgebern die Contentqualität der Sender sichern. Zu Jahresbeginn hat der Konzern einen mehrjährigen Lizenzvertrag mit Sony Pictures International geschlossen und den bestehenden Vertrag mit CBS Paramount International Television für das deutschsprachige Europa verlängert. Im zweiten Quartal hat das Unternehmen zudem ein attraktives Filmpaket von der Tele München Gruppe erworben. Auch auf internationaler Ebene hat die Gruppe bei gleichzeitig effizientem Kostenmanagement weiterhin angemessen in attraktive Programme investiert und beispielsweise in den Niederlanden ihre Kooperation mit den MGM-Studios ausgebaut sowie den Lizenzvertrag mit Sony Pictures für die belgischen Sender VT4 und vijfTV verlängert. Zudem hat die Gruppe erst vor kurzem die Übertragungsrechte für die UEFA Champions League in Ungarn erworben und sich in einem mehrjährigen Vertrag mit den Universal Studios die Fernsehrechte für TV2 gesichert.


Insgesamt hat die ProSiebenSat.1 Group im ersten Halbjahr 658,0 Mio Euro in den Erwerb von Programmrechten investiert (H1 2008: 678,8 Mio Euro, H1 2008 ex CMORE: 662,9 Mio Euro). Gleichzeitig hat der Konzern durch eine optimierte Nutzung des existierenden Programmvermögens die operativen Kosten reduziert .

Änderungen im Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG

Patrick Tillieux ist zum 30. Juni 2009 aus dem Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG ausgeschieden. Als Chief Operating Officer war er seit Mitte 2007 verantwortlich für die Ressorts Group Operations, International Free-TV, International Pay-TV, Radio und Print. Thomas Ebeling, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG verantwortet ab sofort die Bereiche International Free-TV und Print. Das Ressort Group Operations hat Axel Salzmann, Vorstand Finanzen übernommen, das Radiogeschäft Dr. Marcus Englert, Vorstand New Media .

 Konzernzwischenabschluss, S. 25, zu Portfoliomaßnahmen im Bereich Radio und Online im 1. Quartal 2009 siehe Erläuterungen im Anhang S.26

 Informationen zur Kostenentwicklung, S. 9, Entwicklung der Zuschauerquoten, S. 6

 Weitere Informationen zu den Vorstandsressorts unter <http://www.prosiebensat1.com/unternehmen/vorstand/> sowie im Nachtragsbericht auf S. 18

WIRTSCHAFTLICHES UMFELD UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN


Konjunkturelle Rahmenbedingungen

Nach derzeitiger Einschätzung des Internationalen Währungsfonds (IWF) wird die Weltwirtschaft im Jahr 2009 um 1,4 Prozent schrumpfen. Sowohl die USA (-2,6%) und Japan (-6,0%) als auch die Eurozone (-4,8%) müssen mit erheblichen Einbußen rechnen. Der Einbruch des globalen Handels trifft Deutschland infolge seiner Exportorientierung besonders stark: Schwache Ausfuhren und Investitionen ließen das reale Brutto-Inlandsprodukt im ersten Quartal 2009 um 3,8 Prozent gegenüber dem Vorquartal zurückgehen. Im Verlauf des zweiten Quartals 2009 mehrten sich Anzeichen für eine wirtschaftliche Erholung. Industrieproduktion und Auftragseingänge zeigten sich im April und Mai stabilisiert bzw. im Aufwärtstrend. Konjunktexperten prognostizieren im Quartalsvergleich nun einen vergleichsweise moderaten Rückgang von minus 0,7 (DIW-Konjunkturbarometer) bis minus 0,1 Prozent (Handelsblatt-Barclays-Indikator).

Entwicklung des Werbemarktes

Auf Basis der von Nielsen Media Research veröffentlichten Bruttozahlen für Deutschland erhöhten sich die Investitionen in TV-Werbung in den Monaten April bis Juni 2009 um 1,7 Prozent auf 2,27 Mrd Euro. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Vorjahresvergleichswert durch die Fußball-Europameisterschaft im Juni 2008 geprägt ist. In Folge der Euro 2008 wurden Werbeinvestitionen teilweise vorgezogen oder auf das dritte Quartal verschoben. Für das erste Halbjahr 2009 beliefen sich die Brutto-Werbeinvestitionen auf 4,30 Mrd Euro, gegenüber 4,32 Mrd Euro für die Monate Januar bis Juni 2008.

 Ausblick, S. 20

Die Bruttozahlen für den deutschen TV-Werbemarkt reflektieren die Entwicklung im Netto-Werbemarkt jedoch nicht vollständig. Nettozahlen für 2009 veröffentlicht der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) erst im Mai 2010, die Verbandsprognose für alle Werbeträger liegt derzeit bei minus fünf bis minus acht Prozent .

- **ProSiebenSat.1 gewinnt Werbemarktanteile im Kernmarkt zurück:** Die SevenOneMedia GmbH, TV-Vermarktungsgesellschaft der ProSiebenSat.1 Group im deutschen TV-Werbemarkt, konnte im zweiten Quartal 2009 die Brutto-Werbeumsätze gemäß Nielsen um 9,4 Prozent auf 973 Mio Euro steigern und damit ihre führende Position im Kernmarkt Deutschland wieder festigen. Der Brutto-Werbemarktanteil beträgt 42,8 Prozent (Q2 2008: 39,8%, H1 2009: 43,2%, H1 2008: 40,0 %).

Marktanteile deutscher Brutto-TV-Werbemarkt Q2 2009

In Prozent // Vorjahreswerte Q2 2008 in Klammer



Quelle: Nielsen Media Research.

In fast allen internationalen TV-Märkten der ProSiebenSat.1 Group sind die TV-Werbeinvestitionen im Minus, wenn auch unterschiedlich deutlich. Vor allem in den skandinavischen und osteuropäischen Ländern beschleunigte sich der Abwärtstrend im zweiten Quartal 2009. Eine Übersicht der Entwicklung der TV-Werbemärkte zeigt folgende Tabelle:

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

	Q2 2009 In Mio EUR	Abweichung Q2 2008 in Prozent	H1 2009 In Mio EUR	Abweichung H1 2008 in Prozent
Deutschland	2.273,9	1,7	4.301,9	-0,4
Österreich	161,4	-5,9	293,9	-4,9
Schweiz	153,2	-7,5	290,7	-7,0
Niederlande	847,7	-4,0	1.409,0	-2,6
Belgien	208,1	-0,8	372,3	-2,5
Norwegen	56,0	-22,5	118,6	-13,0
Schweden	105,0	-18,0	194,2	-15,2
Dänemark	55,4	-27,4	120,5	-21,4
Finnland	61,6	-11,6	122,7	-12,0
Ungarn	536,8	6,0	894,0	7,2
Rumänien	52,8	-38,0	91,9	-39,8
Bulgarien	94,1	-12,0	170,0	-8,6

Bei den vorliegenden Daten ist allerdings zu berücksichtigen, dass diese teilweise auf Bruttozahlen basieren und daher nur bedingt auf die relevanten Nettowerte schließen lassen. **Deutschland:** brutto, Nielsen Media Research. **Niederlande:** brutto, Nielsen. **Belgien:** brutto, CIM MDB, Juni beruht auf Erwartungen. **Schweden:** netto, IRM / Q2 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, Wechselkurs 8,8388 NOK, Juni beruht auf Erwartungen. **Dänemark:** netto, DRRB, Wechselkurs 7,4492 DKK, Juni beruht auf Erwartungen. **Finnland:** netto TNS Gallup Adex. **Ungarn:** brutto, AGB Nielsen Media Research, TV Kanäle: 2008=20 / 2009=26 / Wechselkurs 250 HUF. **Rumänien:** netto, Unternehmensinformation, benchmarked mit CME Quartalsberichte, **Bulgarien:** brutto (vor Rabatten), TNS TV-Plan / 31 TV Sender sind inbegriffen, Wechselkurs 1,95 BGN. **Österreich:** brutto, Media Focus. **Schweiz:** brutto, Media Focus / Wechselkurs 1,50 CHF. SevenOne Media Marktforschung, Stand Juli 2009.

Entwicklung des TV-Zuschauermarktes

Der positive Trend im deutschen Zuschauermarkt hält auch im zweiten Quartal 2009 an: Sat.1, ProSieben, kabel eins und N24 konnten während der Monate April bis Juni 2009 ihren gemeinsamen Zuschauermarktanteil um 1,5 Prozentpunkte auf 30,5 Prozent verbessern.

Durch komplementäre Programmierung der deutschen Senderfamilie kann die ProSiebenSat.1 Group die unterschiedlichen Interessen der Zuschauer bedienen. Auch international setzt der TV-Konzern auf eine Multi-Channel-Strategie. Ein gutes Beispiel dafür ist Dänemark. Hier ging im ersten Quartal 2009 der Kanal 6'eren auf Sendung. 6'eren ergänzt mit seinem Programm für die männliche Kernzielgruppe zwischen 15 und 50 die dänische Senderfamilie und hat der Gruppe in den vergangenen Monaten deutliche Marktanteilsgewinne beschert. Gute Gruppenmarktanteile erzielten in der Hauptsendezeit neben den dänischen Sendern die TV-Sender in den Niederlanden und Finnland. Insgesamt zeigte die Zuschauerperformance auf internationaler Ebene jedoch ein gemischtes Bild. Unter anderem wirkte sich die zunehmende Marktfragmentierung auf die Zuschauerquoten aus.

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

In Prozent	Q2 2009	Q2 2008	H1 2009	H1 2008
Deutschland	30,5	29,0	29,7	28,9
Österreich	18,0	15,8	17,0	15,3
Schweiz	16,6	17,0	16,4	17,2
Niederlande	27,7	25,0	27,0	25,5
Belgien	17,1	19,4	15,9	18,2
Norwegen	12,5	13,4	12,2	13,2
Schweden	17,0	15,2	15,4	15,0
Dänemark	15,9	14,3	15,5	13,8
Finnland	2,6	1,1	2,2	1,1
Ungarn	22,9	24,2	23,2	24,4
Rumänien	7,7	6,7	7,6	6,9

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; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. **Dänemark:** Kanal 4, Kanal 5, 6eren, The Voice; werberelevante Zielgruppe 15-50 Jahre, Basis: 14 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 Q2 2009

Topmodels gesucht // Auch im zweiten Quartal zeigten sich „Gernsey's Next Topmodels“ von ihrer besten Seite und erreichten einen Marktanteil von bis zu 29,1 Prozent. Mit einem Marktanteil von bis zu 29 Prozent erfreute sich die Show auch bei den österreichischen Zuschauern großer Beliebtheit.



© Oliver S.

Fußball // Live-Fußballspiel-Übertragungen bescherten Sat.1 regelmäßig Top-Quoten. Das UEFA Cup Finale erreichte einen Marktanteil von 32,4 Prozent in der werberelevanten Zielgruppe. Auf Fußball dürfen sich auch die Fans in Ungarn freuen - dort wird TV2 die Champions League übertragen.



© Witters



© Warner Bros. Television

„Chuck“ // Der neue dänische Sender 6'eren entwickelt sich weiterhin erfolgreich. Ein Sende-Highlight ist die US-Serie „Chuck“ mit bis zu 2,2 Prozent Marktanteil. Das Format verbindet Comedy und Action Elemente und trifft damit genau den Geschmack der männlichen Kernzielgruppe von 6'eren.

© Sony Pictures Television International. All Rights Reserved.



Da Vinci Code - Sakrileg // In Deutschland schauten 3,98 Mio Zuschauer den Film „Da Vinci Code - Sakrileg“ auf ProSieben. Der Film erreichte damit bei den Zuschauern zwischen 14 und 49 Jahren einen Marktanteil von 31,6 Prozent. Eine Vertragsverlängerung mit Sony International sicherte auch dem belgischen Sender VT4 das attraktive Kino-Highlight - hier erreichte der Blockbuster mit 29 Prozent Marktanteil eines der besten Quotenergebnisse.

© CBS Television



Erfolgreiche US-Serien // Die spannende Krimiserie „Navy CIS“ lockt europaweit Zuschauer vor den Fernseher: Auf dem niederländischen Sender Veronica zählt die US-Serie mit Quoten bis zu 19,4 Prozent zu den Programm-Highlights, mit Marktanteilen von bis zu 20,4 Prozent gehört „Navy CIS“ in Deutschland zu den beliebtesten Formaten in Sat.1.

© Willi Weber




Schlag den Raab // Bis zu 2,76 Mio Zuschauer verfolgen die spannende Eventshow „Schlag den Raab“. Das ProSieben TV-Highlight erzielte somit Zuschauermarktanteile von bis zu 34,7 Prozent. Auch international sorgt das Format regelmäßig für Aufsehen. In Schweden ist „Vem kan slå Filip & Fredrik“ für den „Kristallen Award“ nominiert - einer Auszeichnung, die in Skandinavien mit dem Oscar oder Emmy zu vergleichen ist.

ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im 2. Quartal 2009

Konzernumsatz. Der Konzernumsatz betrug für das zweite Quartal 2009 694,0 Mio Euro und lag damit 13,5 Prozent bzw. 107,9 Mio Euro unter Vorjahresniveau. Neben geringeren TV-Werbekunden wirkten sich insbesondere der Verkauf von CMore sowie Wechselkurseinflüsse auf die Umsatzentwicklung des Konzerns aus.

- Die Investitionszurückhaltung der Werbekunden belastete sowohl im Kernmarkt Deutschland als auch in nahezu allen internationalen TV-Märkten die Umsatzsituation: Die Umsätze im Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum gingen um 6,1 Prozent oder 27,7 Mio Euro zurück, die Erlöse des Segments Free-TV International um 13,9 Prozent bzw. 29,8 Mio Euro. Insgesamt verringerte sich der Umsatzbeitrag des Geschäftsbereichs Free-TV, in dem die Segmente Free-TV im deutschsprachigen Raum sowie Free-TV International zusammengefasst werden, gegenüber dem zweiten Quartal 2008 um 57,4 Mio Euro auf 609,6 Mio Euro (-8,6%).
- Die nordeuropäische Pay-TV-Sparte CMore wurde im Geschäftsjahr 2008 verkauft und ist im Vergleichsquartal des Vorjahres mit einem Umsatzbeitrag von 39,1 Mio Euro enthalten. Ohne Berücksichtigung von CMore im Vorjahr verringerte sich der Konzernumsatz folglich um 9,0 Prozent oder 68,8 Mio Euro .

 Segmentbericht, S. 13

Eine Übersicht der wesentlichen Kennzahlen für das zweite Quartal 2009 unter Berücksichtigung von Effekten aus der CMore-Entkonsolidierung zeigt folgende Überleitungsrechnung:

Kennzahlen für Q2 2009

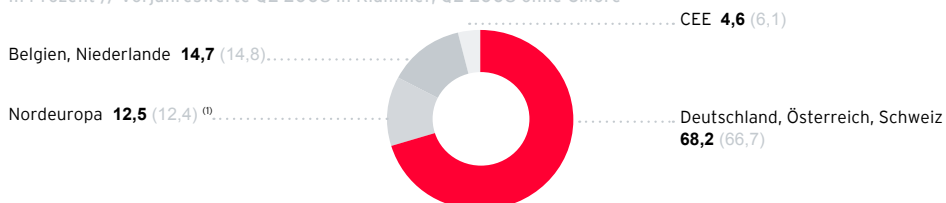
In Mio EUR

	ProSiebenSat.1 ohne CMore		CMore		ProSiebenSat.1 Group (inkl. CMore in Q2 2008)	
	Q2 2009	Q2 2008	Q2 2009	Q2 2008	Q2 2009	Q2 2008
Konzernumsatz	694,0	762,8	- / -	39,1	694,0	801,9
Gesamtkosten	547,2	632,2	- / -	25,0	547,2	657,2
Operative Kosten	495,8	577,5	- / -	24,0	495,8	601,5
Werteverzehr auf das Programmvermögen	261,9	307,0	- / -	11,4	261,9	318,5
Recurring EBITDA ⁽¹⁾	201,1	188,6	- / -	15,1	201,1	203,7
EBITDA	177,2	175,0	- / -	14,3	177,2	189,3

⁽¹⁾ Bereinigtes EBITDA: EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten.
Entkonsolidierung von CMore im November 2008.

Umsatz nach Regionen

In Prozent // Vorjahreswerte Q2 2008 in Klammer, Q2 2008 ohne CMore



⁽¹⁾ Nordeuropa: Die Erlöse von CMore in Nordeuropa sind in den Werten für 2008 nicht enthalten. Die Umsätze von CMore betragen im zweiten Quartal 2008 39,1 Mio Euro.

Sonstige betriebliche Erträge. Die sonstigen betrieblichen Erträge betrugen 0,6 Mio Euro, gegenüber 7,8 Mio Euro im zweiten Quartal 2008. Der Vorjahreswert setzt sich im Wesentlichen zusammen aus Einmalerträgen in Höhe von 5,8 Mio Euro, die sich hauptsächlich aus der Einbringung des Video-on-Demand-Portals maxdome in ein Joint Venture ergaben.

Gesamtkosten. Die Gesamtkosten - bestehend aus Herstellungs-, Vertriebs- und Verwaltungskosten (inklusive Abschreibungen und Einmalaufwendungen) - sind gegenüber dem

zweiten Quartal 2008 um 16,7 Prozent oder 110,0 Mio Euro auf 547,2 Mio Euro gesunken. Bereinigt um den CMore-Effekt verringerten sich die Gesamtkosten um 13,4 Prozent oder 85,0 Mio Euro.

Gesamtkosten

In Mio EUR

Q2 2009	385,0	89,8	72,4	547,2
Q2 2008	443,7	103,8	84,7	632,2⁽¹⁾

■ Herstellungskosten ■ Vertriebskosten ■ Verwaltungskosten

⁽¹⁾ Die Kosten von CMore sind in den Werten für 2008 nicht enthalten. Die Kosten aus dem Pay-TV-Geschäft von CMore für Q2 2008 verteilen sich wie folgt: Herstellungskosten 15,0 Mio Euro, Vertriebskosten: 7,0 Mio Euro, Verwaltungskosten: 3,0 Mio Euro.

- **Abschreibungen:** Die in den Gesamtkosten enthaltenen Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen betrugen 29,9 Mio Euro. Der Rückgang der Abschreibungen gegenüber dem Vorjahresquartal um 7,0 Mio Euro ergibt sich zum Großteil aus geringeren Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen (-4,6 Mio Euro).
- **Einmalaufwendungen.** Die Gesamtkosten für das zweite Quartal 2009 beinhalten Einmalaufwendungen in Höhe von 21,5 Mio Euro (Q2 2008: 18,8 Mio Euro), die insbesondere aus Effizienzsteigerungsmaßnahmen resultieren.

Operative Kosten. Die operativen Kosten - das bedeutet, die Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen sowie Abschreibungen - verringerten sich im zweiten Quartal 2009 um 17,6 Prozent oder 105,7 Mio Euro auf 495,8 Mio Euro. Der Wert für 2008 beinhaltet operative Kosten von CMore in Höhe von 24,0 Mio Euro. Hauptgrund für den Kostenrückgang gegenüber dem um CMore bereinigten Vergleichswert um 81,7 Mio Euro oder 14,1 Prozent sind Kostenanpassungen in allen Bereichen und effizientere Strukturen. Weitere Informationen hierzu finden sich auf Seite 12.

Recurring EBITDA. Während der Konzernumsatz einen deutlichen Rückgang verzeichnete, konnte das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA (recurring EBITDA) auf Vorjahresniveau gehalten werden. Effiziente Kostenkontrolle bildet die Grundlage für die insgesamt positive Ergebnisentwicklung. Das recurring EBITDA betrug 201,1 Mio Euro, gegenüber 203,7 Mio Euro im zweiten Quartal 2008. Bereinigt um den CMore-Effekt lag das recurring EBITDA um 6,6 Prozent oder 12,5 Mio Euro über Vorjahresniveau. Die recurring EBITDA-Marge verbesserte sich damit auf 29,0 Prozent (Q2 2008: 25,4%, Q2 2008 bereinigt um CMore: 24,7%). Das EBITDA verringerte sich um 6,4 Prozent bzw. 12,1 Mio Euro auf 177,2 Mio Euro. Darin enthalten sind Einmaleffekte in Höhe von 23,9 Mio Euro (Q2 2008: 14,4 Mio Euro). CMore trug im Vorjahresquartal 14,3 Mio Euro zum Konzern-EBITDA bei.

Überleitungsrechnung recurring EBITDA

In Mio EUR	Q2 2009	Q2 2008
Vorsteuerergebnis	84,9	88,1
Finanzergebnis	62,5	64,3
Betriebsergebnis	147,4	152,4
Abschreibungen ⁽¹⁾	29,9	36,9
(davon aus Kaufpreisallokationen)	13,9	18,5
EBITDA	177,2	189,3
Einmaleffekte (saldiert) ⁽²⁾	23,9	14,4
Recurring EBITDA (bereinigtes EBITDA)	201,1	203,7

⁽¹⁾ Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen. ⁽²⁾ Differenz aus Einmalaufwendungen 21,5 Mio Euro (Q2 2008 : 18,8 Mio Euro) und Einmalerträgen 2,4 Mio Euro (Q2 2008 -4,4 Mio Euro).

Finanzergebnis. Das Finanzergebnis betrug minus 62,5 Mio Euro (Q2 2008: minus 64,3 Mio Euro). Dies stellt eine Verbesserung gegenüber dem zweiten Quartal 2008 um 2,8 Prozent dar, die im Wesentlichen auf geringere Zinsaufwendungen zurückzuführen ist. Der Netto-Zinsaufwand verminderte sich um 9,0 Prozent oder 5,8 Mio Euro auf 58,9 Mio Euro.

Periodenergebnis. Das Ergebnis vor Steuern verringerte sich auf 84,9 Mio Euro und lag damit 3,6 Prozent oder 3,2 Mio Euro unter dem Vorjahreswert.

Der Steueraufwand für das zweite Quartal 2009 belief sich auf 33,9 Mio Euro nach 26,0 Mio Euro im Vorjahresquartal. Der Anstieg der Ertragssteuern resultiert aus einer Anpassung der effektiven Konzernsteuerquote für das Geschäftsjahr 2009 von rund 30 Prozent auf nunmehr 40 Prozent, die im Wesentlichen infolge einer beschränkten steuerlichen Abzugsfähigkeit von Zinsaufwendungen erforderlich war. Nach Abzug des Steueraufwands sowie nach Anteilen Dritter in Höhe von 5,4 Mio Euro (Q2 2008: 2,6 Mio Euro) wies der Konzern damit ein Periodenergebnis von 45,5 Mio Euro aus. Dies entspricht einem Rückgang des Konzernergebnisses, das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist, um 23,5 Prozent oder 14,0 Mio Euro. Das Ergebnis je Vorzugsaktie lag bei 0,22 Euro nach 0,28 Euro für das zweite Quartal 2008.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im 1. Halbjahr 2009

Konzernumsatz. Der Konzernumsatz verzeichnete im ersten Halbjahr 2009 einen Rückgang um 13,7 Prozent oder 210,0 Mio Euro auf 1,321 Mrd Euro. Gegenüber dem um CMore bereinigten Vorjahreswert verringerte sich der Konzernumsatz um 8,9 Prozent bzw. 129,0 Mio Euro.

Operative Kosten. Die operativen Kosten sanken im ersten Halbjahr 2009 um 17,1 Prozent bzw. 213,6 Mio Euro auf 1,032 Mrd Euro. Bereinigt um den Kostenbeitrag von CMore für das erste Halbjahr 2008 reduzierten sich die operativen Kosten um 12,2 Prozent oder 143,6 Mio Euro.

Zur Anpassung der Kosten an die rezessiven Marktbedingungen hatte die ProSiebenSat.1 Group 2008 umfassende Maßnahmen eingeleitet, die sich im ersten Halbjahr des laufenden Jahres und vor allem im zweiten Quartal 2009 positiv auf die Kostenentwicklung auswirkten. Insbesondere die Programmaufwendungen, die größte Kostenposition, wurden durch eine effizientere Ausnutzung des bestehenden Programmvermögens reduziert. Der in den Herstellungskosten ausgewiesene Werteverzehr des Programmvermögens verringerte sich vor diesem Hintergrund im ersten Halbjahr 2009 um 132,2 Mio Euro auf 540,1 Mio Euro (-19,7%). Ohne Berücksichtigung von CMore für die Monate Januar bis Juni 2008 reduzierte sich der Werteverzehr auf das Programmvermögen um 90,4 Mio Euro. Davon entfallen 45,1 Mio Euro auf das zweite Quartal. Neben der Senkung der Programmkosten haben im ersten Halbjahr 2009 insbesondere konzernweite Organisationsmaßnahmen zu den Einsparungen von insgesamt 53,2 Mio Euro (bereinigt um CMore) beigetragen. In Deutschland wurde der Standort Berlin geschlossen und die dortigen Bereiche nach München verlagert. Mit Ausnahme von N24 und maz&more sind nun alle Aktivitäten am Münchner Hauptstandort der ProSiebenSat.1 Media AG gebündelt. Die daraus resultierenden Kostenreduktionen wirkten sich unter anderem auf die Personalkosten aus, die sich im ersten Halbjahr 2009 gegenüber dem Vorjahr um 13,8 Mio Euro auf 180,0 Mio Euro verringerten (Q2 2009: - 11,5 Mio Euro ggü. Vorjahr).

Recurring EBITDA. Der Umsatzrückgang konnte durch die beschriebenen Kostenreduktionen aufgefangen werden, so dass das recurring EBITDA einen leichten Anstieg um 2,8 Mio Euro auf 295,0 Mio Euro verzeichnete (+1,0%, bereinigt um CMore: +4,9%). Die recurring EBITDA-Marge verbesserte sich auf 22,3 Prozent (H1 2008: 19,1%, H1 2008 bereinigt um CMore: 19,4%).

Das EBITDA lag mit 267,7 Mio Euro um 2,3 Prozent oder 6,4 Mio Euro unter Vorjahresniveau. Darin enthalten sind Einmaleffekte in Höhe von 27,3 Mio Euro (H1 2008: 18,0 Mio Euro), die sich im Wesentlichen aus einmaligen Aufwendungen in Höhe von 31,6 Mio Euro (H1 2008: 22,4 Mio Euro) zusammensetzen. Der Anstieg der Einmalaufwendungen gegenüber dem Vorjahr resultiert größtenteils aus der Umsetzung von konzernweiten Effizienzsteigerungsmaßnahmen.

Kennzahlen für H1 2009

In Mio EUR	ProSiebenSat.1 ohne CMore		CMore		ProSiebenSat.1 Group (inkl. CMore in H1 2008)	
	H1 2009	H1 2008	H1 2009	H1 2008	H1 2009	H1 2008
Konzernumsatz	1.320,9	1.450,0	- / -	81,0	1.320,9	1.530,9
Gesamtkosten	1.124,8	1.268,4	- / -	71,6	1.124,8	1.340,0
Herstellungskosten	792,8	907,8	- / -	52,1	792,8	959,9
Vertriebskosten	192,6	211,0	- / -	14,2	192,6	225,1
Verwaltungskosten	139,4	149,6	- / -	5,3	139,4	155,0
Operative Kosten	1.032,1	1.175,7	- / -	70,0	1.032,1	1.245,7
Werteverzehr auf das Programmvermögen	540,1	630,5	- / -	41,8	540,1	672,3
Recurring EBITDA ⁽¹⁾	295,0	281,2	- / -	11,0	295,0	292,2
Einmaleffekte (saldiert)	27,3	16,9	- / -	1,1	27,3	18,0
EBITDA	267,7	264,3	- / -	9,8	267,7	274,1

⁽¹⁾ Bereinigtes EBITDA: EBITDA vor nicht wiederkehrenden Posten.
Entkonsolidierung von CMore im November 2008.

FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES KONZERNS

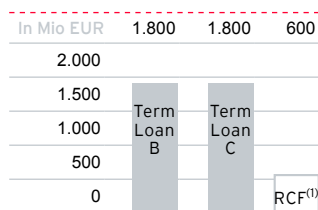
Fremdkapitalausstattung

Die bestehende konzernweite Unternehmensfinanzierung der ProSiebenSat.1 Group setzt sich im Wesentlichen zusammen aus verschiedenen besicherten endfälligen Darlehen in Höhe von insgesamt 3,6 Mrd Euro mit einer Laufzeit bis Juli 2014 (Term Loan B) bzw. bis Juli 2015 (Term Loan C). Darüber hinaus beinhaltet die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung eine revolvingierende Kreditfazilität mit einer Laufzeit bis Juli 2014 und einem Rahmenvolumen von 600 Mio Euro (RCF). Rund 80 Prozent der variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten sind über verschiedene Zinsswaps abgesichert. Die ProSiebenSat.1 Group hatte diesen besicherten syndizierten Kredit in Zusammenhang mit der Finanzierung der SBS-Akquisition im Juni 2007 vereinbart.

Finanzierungsanalyse

Netto-Finanzverbindlichkeiten. Die Netto-Finanzverschuldung (das heißt der Saldo aus Kreditverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und den kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten zuzüglich der liquiden Mittel aus der zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte) betrug zum 30. Juni 2009 3,427 Mrd Euro. Dies entspricht einem Rückgang gegenüber dem 30. Juni 2008 um 7,1 Prozent oder 261,8 Mio Euro, der im Wesentlichen auf einen Anstieg der liquiden Mittel zurückzuführen (+476,3 Mio Euro) ist. Positiv auf die Liquidität des ProSiebenSat.1-Konzerns wirkte sich die gegenüber dem Vorjahr reduzierte Dividendenzahlung aus. Im Juni 2009 wurde für das Geschäftsjahr 2008 eine Dividende in Höhe von 2,1 Mio Euro gezahlt, im Vorjahr belief sich die Ausschüttungssumme auf 269,9 Mio Euro. Die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten mit einer Laufzeit von unter einem Jahr sind aufgrund einer gegenüber dem 30. Juni 2008 höheren Ziehung unter der revolvingierenden Kreditfazilität (+497,2 Mio Euro) um 235,0 Mio Euro auf 497,8 Mio Euro gestiegen. Insgesamt beliefen sich die kurz- und langfristigen Finanzverbindlichkeiten auf 4,027 Mrd Euro (30. Juni 2008: 3,839 Mrd Euro).

Im Vergleich zum Stichtag am 31. Dezember 2008 wies die Netto-Finanzverschuldung einen leichten Anstieg um 0,6 Prozent oder 20,6 Mio Euro aus. Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten betrugen 4,027 Mrd Euro gegenüber 4,040 Mrd Euro am 31. Dezember



⁽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. Dort werden auch die Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements beschrieben.

2008. Die liquiden Mittel verringerten sich gegenüber dem Wert zum Jahresende 2008 hingegen um 5,3 Prozent bzw. 33,8 Mio Euro auf 599,1 Mio Euro. Einen wesentlichen Einfluss auf die Veränderung der liquiden Mittel hatte die Teilrückführung des Sat.1-Baudarlehens im ersten Halbjahr 2009.

- **Kreditlinien.** Unter Berücksichtigung von Avalinanspruchnahmen waren zum 30. Juni 2009 58,4 Mio Euro aus der revolvingierenden Kreditfazilität ungenutzt. Zum 31. Dezember 2008 wies der Konzern ebenfalls freie Kreditlinien von 54,1 Mio Euro aus, zum 30. Juni 2008 waren 305,5 Mio Euro aus dem RCF ungenutzt.
- **Verschuldungsgrad.** Das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum LTM recurring EBITDA (EBITDA der letzten zwölf Monate) des Konzerns lag zum Ende des zweiten Quartals 2009 beim Faktor 5,1, im Jahr zuvor betrug die Netto-Finanzverschuldung das 5,2-fache des bereinigten EBITDA.


Kapitalflussrechnung: Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Kapitalflussrechnung

In Mio EUR	Q2 2009	Q2 2008	H1 2009	H1 2008
Konzernergebnis	50,9	62,1	46,7	56,1
Cash-flow	344,2	440,6	607,6	771,3
Zunahme/Abnahme der Vorräte	-0,4	0,5	-1,7	-0,8
Zunahme/Abnahme der unverzinslichen Forderungen und Sonstiger Vermögenswerte	82,6	-63,4	60,4	-92,2
Zunahme/Abnahme der unverzinslichen Verbindlichkeiten	-32,6	4,3	7,3	-39,3
Veränderung Working Capital	49,6	-58,6	66,0	-132,4
Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit	393,8	382,0	673,7	639,0
Cash-flow aus Investitionstätigkeit	-294,3	-388,7	-680,0	-718,8
Free Cash-flow	99,5	-6,7	-6,4	-79,9
Cash-flow aus Finanzierungstätigkeit	-9,5	-140,1	-27,4	-21,4
Zahlungswirksame Veränderung des Finanzmittelfonds und Währungseffekte	90,1	-146,8	-33,8	-101,2
Finanzmittelfonds zum Periodenanfang	509,0	296,4	632,9	250,8
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus nicht fortgeführten Aktivitäten am Ende der Periode	- / -	-26,8	- / -	-26,8
Finanzmittelfonds zum Periodenende	599,1	122,8	599,1	122,8

Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit. Der in den Monaten Januar bis Juni 2009 erwirtschaftete Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit betrug 673,7 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem operativen Cash-flow im ersten Halbjahr 2008 um 34,7 Mio Euro der hauptsächlich aus Veränderungen des Working Capitals resultiert.

Die Veränderung des **Working Capitals** (unverzinsliche Forderungen abzüglich unverzinsliche Verbindlichkeiten) und damit des gebundenen Kapitals belief sich zum 30. Juni 2009 auf 66,0 Mio Euro gegenüber minus 132,4 Mio Euro am 30. Juni 2008. Die im Januar 2008 erfolgte Teilzahlung des Bußgeldes aus dem Bundeskartellamtsverfahren in Höhe von 60,0 Mio Euro ist in der Position Veränderung der unverzinslichen Verbindlichkeiten zum 30. Juni 2008 abgebildet.

Cash-flow aus Investitionstätigkeit. Der Cash-flow aus Investitionstätigkeit belief sich auf minus 680,0 Mio Euro im Vergleich zu minus 718,8 Mio Euro zum Ende des ersten Halbjahres 2008 (-5,4%). Schwerpunkt der Investitionstätigkeit ist der Ausbau des Programmvermögens durch den Erwerb von Programmrechten. Auch im ersten Halbjahr hat die Gruppe attraktive Filmpakete erworben und gleichzeitig eine angepasste Investitionspolitik verfolgt .

- Im ersten Halbjahr investierte der Konzern 658,0 Mio Euro in das Programmvermögen (H1 2008: 678,8 Mio Euro). Dies entspricht einem leichten Rückgang gegenüber dem er-

sten Halbjahr 2008 um 3,1 Prozent oder 20,8 Mio Euro. Der Vorjahreswert beinhaltet aktivierte Programmrechte in Höhe von 15,9 Mio Euro für die im November 2008 entkonsolidierte Pay-TV-Sparte CMore. Ohne Berücksichtigung von CMore lagen die Programminvestitionen folglich 0,7 Prozent bzw. 4,9 Mio Euro unter Vorjahresniveau. Auf den deutschsprachigen Raum entfallen 470,9 Mio Euro bzw. 71,6 Prozent der gesamten Programminvestitionen des ersten Halbjahrs 2009 (H1 2008: 475,2 Mio Euro).

- Für das zweite Quartal 2009 betrugen die Investitionen in das Programmvermögen 278,0 Mio Euro. Die Programminvestitionen für den deutschsprachigen Raum beliefen sich auf 195,5 Mio Euro, gegenüber 239,1 Mio Euro im zweiten Quartal 2008. Bereinigt um die Programminvestitionen für CMore in Höhe von 9,3 Mio Euro wurden im zweiten Quartal 2008 317,9 Mio in den Erwerb von Programmrechten aktiviert.

Der daraus resultierende **Free Cash-flow** betrug für das erste Halbjahr 2009 minus 6,4 Mio Euro (H1 2008: -79,9 Mio Euro). Wesentlichen Einfluss auf die positive Entwicklung des Free Cash-flows hatte die Veränderung der unverzinslichen Forderungen. Der Free Cash-flow für das zweite Quartal 2009 verbesserte sich in diesem Zusammenhang deutlich von minus 6,7 Mio Euro im zweiten Quartal des Vorjahres auf 99,5 Mio Euro.

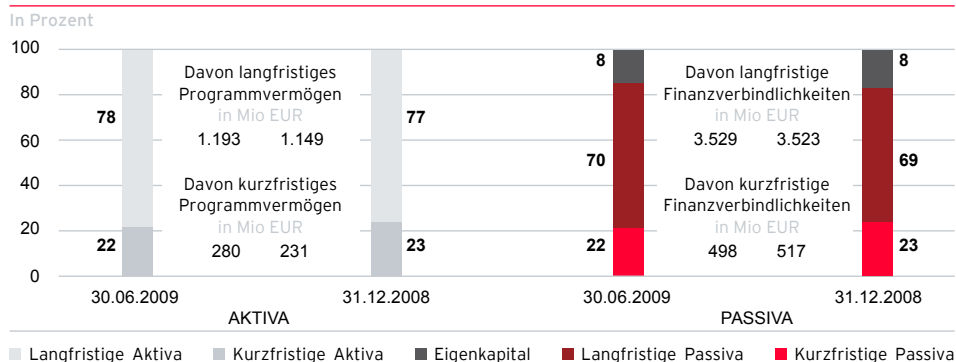
Cash-flow aus Finanzierungstätigkeit. Aus dem Cash-flow aus Finanzierungstätigkeit ergab sich im ersten Halbjahr 2009 ein Mittelabfluss von 27,4 Mio Euro. In Zusammenhang mit dem Umzug von Sat.1 nach München wurden 18,9 Mio Euro des Baudarlebens in Höhe von 30,5 Mio Euro zurückgezahlt. Zudem flossen für den Rückkauf eigener Vorzugsaktien 15,4 Mio Euro ab (H1 2008: 15,1 Mio Euro).

Im ersten Halbjahr 2008 resultierte aus der Finanzierungstätigkeit hingegen ein Mittelzufluss von 267,4 Mio Euro, der vorwiegend auf Ziehungen aus dem RCF-Kredit in Höhe von 260,0 Mio Euro zurückzuführen ist. Gegenläufig wirkte die Zahlung der Dividende, die im zweiten Quartal 2008 zu einem Mittelabfluss in Höhe von 269,9 Mio Euro führte.

Liquide Mittel. Die genannten Mittelveränderungen führten zu einer Zunahme der Barmittel und Barmitteläquivalente aus fortzuführenden Tätigkeiten gegenüber dem 30. Juni 2008 um 476,3 Mio Euro auf 599,1 Mio Euro.

Bilanz: Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

Bilanzstruktur




Die Konzernbilanz wies im Vergleich zum 31. Dezember 2008 bzw. zum Vorjahresstichtag am 30. Juni keine wesentlichen strukturellen Veränderungen auf.

Bilanzsumme. Die Bilanzsumme betrug zum 30. Juni 2009 5,938 Mrd Euro (31. Dezember 2008: 5,930 Mrd Euro, 30. Juni 2008: 5.980 Mio Euro).


Lang- und kurzfristige Vermögenswerte. Das Programmvermögen ist mit einem Anteil von 24,8 Prozent an der Bilanzsumme einer der wichtigsten Vermögenswerte (31. Dezember 2008: 23,3%). Die kurzfristigen Programmvermögenswerte beliefen sich zum 30. Juni 2009 auf 279,8 Mio Euro und lagen damit 49,0 Mio Euro über dem Vergleichswert. Insgesamt stiegen die Programmvermögenswerte um 92,9 Mio Euro auf 1,473 Mrd Euro (+6,7%).


- Im Vergleich zum 30. Juni 2008 verzeichneten die kurz- und langfristigen Programmvermögenswerte einen Anstieg um 190,6 auf 1,473 Mrd Euro (+14,9%). Die Zunahme des Programmvermögens gegenüber dem Stichtag am 30. Juni 2008 resultiert aus höheren langfristigen Programmvermögenswerten (+242,9 Mio Euro).


Eigenkapital. Auf der Passivseite der Bilanz verringerte sich das Eigenkapital um 2,9 Prozent oder 13,9 Mio Euro auf 465,0 Mio Euro. Die Eigenkapitalquote betrug 7,8 Prozent nach 8,1 Prozent zum 31. Dezember 2008. Im Wesentlichen schmäleren die ergebnisneutrale Bewertung von Cashflow-Hedges von 52,1 Mio Euro die Eigenkapitalbasis gegenüber dem 31. Dezember 2008.

- Im Vergleich zum 30. Juni 2008 verringerte sich die Eigenkapitalquote um 7,1 Prozentpunkte auf 7,8 Prozent. Hauptgrund hierfür ist der zum Jahresende 2008 vorgenommene Goodwill-Impairment in Höhe von 180,0 Mio Euro .

Lang- und kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen. Die langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten zeigten gegenüber dem 31. Dezember 2008 einen Zugang um 103,0 Mio Euro auf 434,8 Mio Euro. Die langfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen beinhalten unter anderem die genannten Bewertungseffekte aus dem Hedge-Accounting. Zu einer Abnahme der kurzfristigen Darlehens- und Kreditverbindlichkeiten um 18,9 Mio Euro auf 497,8 Mio Euro führte demgegenüber die teilweise Rückführung des Sat.1-Baudarlehens. Insgesamt betrugen die lang- und kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen 5,473 Mrd Euro (+0,4 Prozent oder 22,3 Mio Euro).

- Im Vergleich zum 30. Juni 2008 erhöhten sich die lang- und kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen um 386,7 Mio Euro auf 5.473 Mio Euro. Neben den Bewertungseffekten aus dem Hedge-Accounting (+240,3 Mio Euro) ist der Anstieg der lang- und kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen auf höhere kurzfristige Darlehens- und Kreditverbindlichkeiten zurückzuführen. Diese verzeichneten infolge einer erhöhten Inanspruchnahme der revolvingierenden Kreditfazilität einen Anstieg um 235,0 Mio Euro auf 497,8 Mio Euro .

 Informationen hierzu finden sich im Geschäftsbericht 2008 http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/finanzberichte/

 Kreditlinien, S. 11

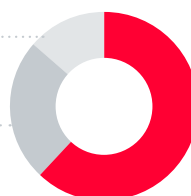
GESCHÄFTSSEGMENTE

Umsatz nach Segmenten

In Prozent // Vorjahreswerte Q2 2008 in Klammer

Segment Diversifikation ⁽²⁾
12,2 (12,6)

Segment Free-TV International
26,6 (28,1)




Segment Free-TV D/A/CH
61,2 (59,3)

⁽²⁾ Die Erlöse von CMore sind in den Werten für 2008 nicht enthalten. Die Umsätze von CMore betrugen im zweiten Quartal 2008 39,1 Mio Euro.

Entwicklung des Zuschauer- und TV-Werbemarktes, S. 5


Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal. Angesichts der aktuellen Wirtschaftslage ist die Investitionsbereitschaft der Werbekunden in Deutschland erneut gesunken. Die TV-Werbeeinnahmen der ProSiebenSat.1 Group blieben daher in ihrer wichtigsten Umsatzregion hinter dem Vorjahreswert zurück, obwohl die TV-Gruppe im zweiten Quartal 2009 Marktanteilsgewinne im deutschen Zuschauer- und Werbemarkt verbuchte . Dies hat zur Folge, dass der externe Umsatz des Segments Free-TV in Deutschland, Österreich und der Schweiz im zweiten Quartal 2009 einen Rückgang um 6,1 Prozent auf 424,6 Mio Euro verzeichnete (Q2 2008: 452,3 Mio Euro).

- Erneut gestiegen sind im zweiten Quartal 2009 hingegen die Erlöse aus TV-Werbung in Österreich. Positiv auf die Umsatzentwicklung wirkte sich die höhere technische Reichweite der Programme sowie der Ausbau des österreichischen TV-Senders PULS 4 aus. Auch in der Schweiz entwickelten sich die Buchungseingänge von TV-Werbespots gegenüber dem zweiten Quartal 2008 stabil.

Der konjunkturbedingte Rückgang der Werbeeinnahmen im deutschen TV-Markt konnte durch Kostenreduktionen aufgefangen werden, so dass sich das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA des Segments (recurring EBITDA) um 9,9 Prozent oder 11,5 Mio Euro auf 127,3 Mio Euro verbesserte. Zum einen verringerten sich die Kosten aufgrund geringerer Programm- und Materialaufwendungen, zum anderen wirkten sich im zweiten Quartal 2009 die Maßnahmen zur strategischen Neuausrichtung der deutschen TV-Gruppe positiv auf die Kostenstruktur aus. Das EBITDA verzeichnete ein Wachstum auf vergleichbarem Niveau und lag mit 110,6 Mio Euro um 11,7 Mio Euro über dem Vorjahresvergleichswert (+ 11,8%).

Organisatorische Maßnahmen im 1. Halbjahr, S. 4

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr. Der externe Segmentumsatz verringerte sich im ersten Halbjahr 2009 um 6,4 Prozent auf 813,4 Mio Euro. Trotz des Umsatzrückgangs um 56,0 Mio Euro konnte das recurring EBITDA gegenüber dem ersten Halbjahr 2008 aufgrund geringerer operativer Kosten um 12,7 Prozent bzw. 22,0 Mio Euro auf 195,4 Mio Euro gesteigert werden. Das EBITDA betrug 171,4 Mio Euro und lag damit 11,5 Prozent über dem Vorjahreswert (+17,7 Mio Euro). Das EBITDA für das erste Halbjahr 2009 beinhaltet Ergebnis mindernde Einmaleffekte in Höhe von 24,0 Mio Euro, die überwiegend aus den verschiedenen Effizienzsteigerungsmaßnahmen in Deutschland resultierten .

Segment Free-TV International

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal. Auch im internationalen Free-TV-Segment wurde die Entwicklung der Werbeeinnahmen weiterhin deutlich von der gesamtwirtschaftlichen Lage belastet. Der externe Segmentumsatz verringerte sich im Vorjahresvergleich um 13,9 Prozent auf 184,9 Mio Euro (Q2 2008: 214,7 Mio Euro). Besonders in Schweden, Belgien und den osteuropäischen Märkten Ungarn und Rumänien waren die TV-Werbeerlöse im zweiten Quartal 2009 rückläufig. Neben den schwierigen konjunkturellen Voraussetzungen wirkten sich Währungseffekte negativ auf die Umsatzentwicklung aus, vor allem in Schweden und Ungarn. Lediglich Dänemark zeigte aufgrund höherer Distributionserlöse und der erfolgreichen Entwicklung des TV-Senders 6'eren, der Anfang des Jahres auf Sendung ging, ein Umsatzwachstum gegenüber dem zweiten Quartal 2008.

Infolge der gruppenweit eingeleiteten Maßnahmen zur Kostensenkung konnte das recurring EBITDA dennoch um 2,4 Prozent auf 55,7 Mio Euro leicht gesteigert werden (Q2 2008: 54,4 Mio Euro). Vor allem die Programm- und Materialaufwendungen sind im zweiten Quartal 2009 gesunken. Das EBITDA betrug 53,7 Mio Euro und lag damit auf Vorjahresniveau (53,6 Mio Euro).

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr. Der externe Segmentumsatz lag im ersten Halbjahr 2009 mit 338,9 Mio Euro um 51,8 Mio Euro unter Vorjahresniveau (-13,3%). Wenngleich dem Umsatzrückgang durch Kostenanpassungen entgegen gewirkt wurde, verringerte sich das recurring EBITDA um 16,0 Prozent oder 13,1 Mio Euro auf 68,8 Mio Euro. Das EBITDA belief sich auf 66,0 Mio Euro (H1 2009: 80,9 Mio Euro).

Kennzahlen für den Bereich Free-TV

In Mio EUR	Q2 2009	Q2 2008	Q2 2009	Q2 2008
	Externer Umsatz		Recurring EBITDA*	
Segment Free-TV D/A/CH	424,6	452,3	127,3	115,8
Segment Free-TV International	184,9	214,7	55,7	54,4
Geschäftsbereich Free-TV	609,5	667,0	183,0	170,2

In Mio EUR	H1 2009	H1 2008	H1 2009	H1 2008
	Externer Umsatz		Recurring EBITDA*	
Segment Free-TV D/A/CH	813,4	869,4	195,4	173,4
Segment Free-TV International	338,9	390,7	68,8	81,9
Geschäftsbereich Free-TV	1.152,3	1.260,1	264,2	255,3

* Recurring EBITDA= um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA.

Segment Diversifikation

Der externe Umsatz des Segments Diversifikation, worin alle von TV-Werbeeinnahmen unabhängigen Geschäftstätigkeiten des Konzerns im deutschsprachigen sowie im internationalen Raum zusammengefasst werden, betrug im zweiten Quartal 2009 84,4 Mio Euro und lag damit 50,5 Mio Euro unter Vorjahresniveau (-37,4%).

- Der deutliche Umsatzrückgang ist größtenteils auf Konsolidierungseffekte infolge des Verkaufs der nordeuropäischen Pay-TV-Sparte CMore zum Jahresende 2008 zurückzuführen. Der Umsatz für das zweite Quartal 2008 beinhaltet Erlöse von CMore in Höhe von 39,1 Mio Euro. Ohne Berücksichtigung von CMore für die Monate April bis Juni 2008 verringerte sich der externe Segmentumsatz im zweiten Quartal 2009 um 11,9 Prozent bzw. 11,4 Mio Euro. Darüber hinaus prägten Wechselkurseinflüsse die Umsatzperformance im internationalen Radiogeschäft.
- Ursache für den Umsatzrückgang in Deutschland sind geringere Erlöse im Bereich Call-TV (9Live). Die Einführung einer neuen Gewinnspielsatzung der Landesmedienanstalten regelt seit März 2009 die Durchführung von Gewinnspielen und schreibt unter anderem eine Reihe von Informations- und Nachweispflichten im laufenden Programm vor. Dies hat dazu geführt, dass die Anruferzahl bei 9Live gegenüber dem zweiten Quartal 2008 weiter zurückgegangen ist. Zudem wirkte sich die Entkonsolidierung von solute im Februar 2009 auf die Umsatzentwicklung aus. Weiterhin sehr positiv entwickelte sich im deutschen Markt hingegen der Bereich Musik.

Die operativen Kosten sanken im gleichen Zeitraum, der Umsatzrückgang konnte jedoch nicht kompensiert werden. Das recurring EBITDA verzeichnete folglich einen Rückgang um 14,2 Mio Euro auf 18,3 Mio Euro (-43,7%). Bereinigt um den CMore-Effekt lag das recurring EBITDA 4,6 Prozent bzw. 0,8 Mio Euro unter Vorjahresniveau. Das EBITDA für das zweite Quartal 2009 belief sich auf 14,2 Mio Euro (Q2 2008: 35,7 Mio Euro, Q2 2008 bereinigt um CMore: 21,4 Mio Euro). Darin enthalten sind Einmaleffekte in Höhe von 4,1 Mio Euro (Q2 2008: 3,2 Mio Euro). Einmalaufwendungen ergaben sich im zweiten Quartal 2009 unter anderem aus Maßnahmen zur Effizienzsteigerung im Radiogeschäft.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr. Der externe Segmentumsatz im Bereich Diversifikation verzeichnete im ersten Halbjahr 2009 einen Rückgang um 102,2 Mio

Euro auf 168,7 Mio Euro (-37,7%). Der Großteil des Umsatzrückgangs resultiert aus der Entkonsolidierung der Pay-TV-Sparte CMore, die in den Umsätzen für das erste Halbjahr 2008 mit 81,0 Mio Euro enthalten sind. Die Effekte aus der Entkonsolidierung von CMore prägten auch die Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2009. Das recurring EBITDA verringerte sich um 15,9 Prozent oder 5,8 Mio Euro auf 30,7 Mio Euro. CMore trug im Vorjahresvergleichszeitraum 11,0 Mio Euro zum recurring EBITDA bei. Das EBITDA betrug 31,2 Mio Euro (H1 2008: 39,1 Mio Euro, H1 2008 bereinigt um CMore: 29,3 Mio Euro).

Kennzahlen für den Bereich Diversifikation

In Mio EUR	Q2 2009	Q2 2008**		H1 2009	H1 2008**	
		Inkl. CMore	Exkl. CMore		Inkl. CMore	Exkl. CMore
Externer Umsatz	84,4	134,9	95,8	168,7	270,8	189,8
Recurring EBITDA*	18,3	32,5	17,5	30,7	36,5	25,6

* Recurring EBITDA= um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA.

** Entkonsolidierung von CMore im November 2008.

MITARBEITER


Zum 30. Juni 2009 waren 5.299 (H1 2008: 5.915) Personen europaweit bei der ProSiebenSat.1 Group beschäftigt (durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen). Davon waren 2.831 Personen (H1 2008: 3.089) in Deutschland, Österreich und der Schweiz tätig, was einem Anteil von 53,4 Prozent am Gesamtkonzern entspricht.

Mitarbeiterzahlen ProSiebenSat.1 Group (konzernweit)

In Mio EUR	Q2 2009	Q2 2008	H1 2009	H1 2008
Durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen	5.178	6.032	5.299	5.915
Anzahl der Mitarbeiter zum Stichtag*	5.714**	6.715	5.714**	6.715

* Anzahl der Stellen ohne Berücksichtigung des individuellen Arbeitszeitanteils. ** Inkl. 187 Stellen bei ProSiebenSat.1 Produktion, die zum 1. Juli 2009 zur fernsehwertf übergingen.

Organisationsmaßnahmen in Deutschland, S. 4

- Ende 2008 wurden umfassende Maßnahmen zur Neuaufstellung der deutschen Tochterunternehmen ergriffen. In diesem Zusammenhang wurden im 1. Halbjahr 2009 insbesondere bei German Free TV und den Sendern Sat.1, ProSieben und kabel eins sowie den Vermarktungstöchtern SevenOne Media und SevenOne Interactive Stellen verringert. Teil des Maßnahmenpakets ist die Verlagerung der Berliner Aktivitäten nach München. Am Berliner Standort waren bislang rund 878 Mitarbeiter beschäftigt (durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen zum 30. Juni 2008: 996). Insgesamt sollen im Rahmen der eingeleiteten Maßnahmen und dem Umzug von Sat.1 im Jahr 2009 deutschlandweit 225 Stellen abgebaut werden. Ein weiterer Grund 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 .
- In den internationalen Märkten waren im Vergleich zum Vorjahresstichtag insbesondere aufgrund des Verkaufs der nordeuropäischen Pay-TV-Sparte CMore und des TV-Untertiteldienstes BTI weniger Personen bei ProSiebenSat.1 beschäftigt. Zudem erfolgten auch in den internationalen Gesellschaften Personalanpassungen, vor allem in Ungarn, Rumänien und den Radiogesellschaften.

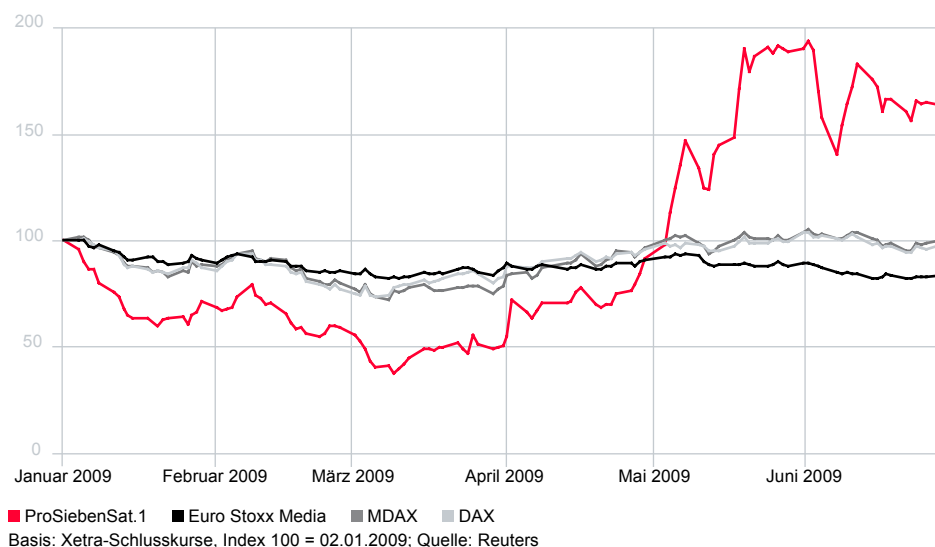
Beziehungen zu nahestehende Personen

Bezüglich der für den Zwischenlagebericht geforderten Angaben zu den nahestehenden Personen verweisen wir auf die Ausführungen im Anhang zum Konzern-Zwischenabschluss im Abschnitt „Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen auf Seite 34.

DIE PROSIEBENSAT.1-AKTIE

In einem von Marktturbulenzen gekennzeichneten Jahr erholten sich die Aktienmärkte zu Beginn des zweiten Quartals 2009 leicht. Die positive Wirkung des Finanzmarktumfeldes verlieh der ProSiebenSat.1-Aktie Auftrieb, die zu Quartalsbeginn bei 1,21 Euro notierte und in den folgenden Wochen einen deutlichen Anstieg verzeichnete. Gestützt durch die am 2. April veröffentlichte Ankündigung eines weiteren Aktienrückkaufs, die vom Markt positiv aufgenommenen Ergebnisse für das erste Quartal 2009 und durch Heraufstufungen des Kursziels seitens der Analysten, erreichte die Aktie am 2. Juni ihr vorübergehendes Hoch bei 4,65 Euro. Bis zum Ende des ersten Halbjahres 2009 gab der Kurs der ProSiebenSat.1 Aktie jedoch wieder auf 3,92 Euro nach.

ProSiebenSat.1-Aktie: Kennzahlen



ProSiebenSat.1-Aktie: Kennzahlen

	H1 2009	H1 2008	Q2 2009	Q2 2008
Höchster Börsenschlusskurs XETRA (Euro)	4,65	16,62	4,65	15,11
Tiefster Börsenschlusskurs XETRA (Euro)	0,90	6,06	1,21	6,06
Schlusskurs XETRA (Euro)	3,92	6,37	3,92	6,37
Aktienumsatz XETRA insgesamt (Stück)	138.132.325	151.348.884	83.050.028	88.361.091
Aktienumsatz XETRA durchschnittliches Handelsvolumen je Tag (Stück)	1.105.059	1.201.182	1.339.517	1.380.642


Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2008. Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG sowie die gesonderte Versammlung der Vorzugsaktionäre für das Geschäftsjahr 2008 fanden am 4. Juni 2009 in München statt. An der Aktionärsversammlung nahmen rund 400 Anteilseigner und Gäste teil:


- Bei einer Präsenz von 74,9 Prozent des Grundkapitals wurden alle Beschlussvorschläge der Verwaltung, für die eine Zustimmung der Stammaktionäre auf der ordentlichen Hauptversammlung erforderlich war, ohne Gegenstimmen angenommen. Die Stammaktionäre der ProSiebenSat.1 Media AG haben unter anderem die Ausschüttung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2008 in Höhe von 0,02 Euro je dividendenberechtigter Inhaber-Vorzugsaktie (im Vorjahr: 1,25 EUR je Inhaber-Vorzugsaktie, 1,23 EUR je Stammaktie) beschlossen. Die Dividendensumme beträgt damit rund 2,1 Mio Euro. Die Dividende wurde ab dem 5. Juni 2009 ausgeschüttet. Die ordentliche Hauptversammlung hat darüber hinaus im Rahmen turnusmäßiger Aufsichtsratswahlen Robin Bell-Jones, Investment Advisor bei Permira, Greg Dyke, Company Director, Philipp Freise, Direktor bei KKR, Lord Clive Hollick, Senior Advisor bei KKR, Johannes Peter Huth, Partner und Head of Europe bei

KKR, Götz Mäuser, Partner bei Permira, Dr. Jörg Rockenhäuser, Geschäftsführer bei Permira, Adrianus Johannes Swartjes, Vorstandsvorsitzender der Telegraaf Media Groep N.V., Prof. Dr. Harald Wiedmann, Wirtschaftsprüfer/Rechtsanwalt, in den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG gewählt. Dem Aufsichtsrat der Gesellschaft gehören in der neuen Amtsperiode somit statt bisher 15 nur noch neun Mitglieder an. Die hierzu erforderliche Satzungsänderung wurde von der Hauptversammlung ebenfalls beschlossen. Die Hauptversammlung hat zudem ein neues Genehmigtes Kapital in Höhe von insgesamt bis zu 109.398.600 Euro geschaffen und der Ermächtigung zur Ausgabe von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen sowie im Zusammenhang damit der Schaffung eines Bedingten Kapitals in Höhe von bis zu 109.398.600 Euro nebst Satzungsänderung zugestimmt. Ferner wurde die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG im Umfang von bis zu 10 Prozent des Grundkapitals erneuert.


- Die Schaffung eines Bedingten Kapitals nebst Satzungsänderung bedurfte auch der Zustimmung der Vorzugsaktionäre der ProSiebenSat.1 Media AG. Die gesonderte Versammlung der Vorzugsaktionäre hat bei einer Präsenz von 51,9 Prozent der Schaffung eines Bedingten Kapitals nebst Satzungsänderung mit rund 82,5 Prozent zugestimmt.

Nach der ordentlichen Hauptversammlung hat der neu zusammengesetzte Aufsichtsrat Johannes Huth zum Vorsitzenden und Götz Mäuser zu seinem Stellvertreter gewählt. Johannes Huth ist Partner und Head of Europe bei KKR und seit März 2007 Mitglied des ProSiebenSat.1-Aufsichtsrats. Götz Mäuser, Partner der Permira Beteiligungsberatung GmbH, war seit März 2007 Aufsichtsratsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media AG.

 Weitere Informationen unter http://www.pro7sat1.com/investor_relations/aktienrueckkauf/index.php

ProSiebenSat.1 Media AG kauft eigene Aktien zurück. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat im Zeitraum vom 6. April bis 18. Juni 2009 4.900.000 eigene Vorzugsaktien zu einem durchschnittlichen Kurs von 3,14 Euro je Stück erworben. Mit den bereits im Jahr 2008 erworbenen eigenen Vorzugsaktien hält die ProSiebenSat.1 Media AG damit insgesamt 6.027.500 eigene Vorzugsaktien. Dies entspricht einem Anteil von 2,75 Prozent bezogen auf das Grundkapital der Gesellschaft. Der Rückkauf dient in erster Linie dazu, Aktienoptionen im Rahmen des Long Term Incentive Plans zu bedienen. Der ProSiebenSat.1 Media AG stehen aus diesen eigenen Aktien gemäß § 71b AktG keine Rechte zu, von der Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar gehaltene eigene Aktien sind nicht dividendenberechtigt .


NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

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

- **Klaus-Peter Schulz verlässt ProSiebenSat.1 Group.** ProSiebenSat.1 gab am 7. Juli 2009 bekannt, dass Klaus-Peter Schulz das Unternehmen verlassen wird. Er war als Mitglied des Vorstands seit September 2008 verantwortlich für die Bereiche Sales und Marketing in den deutschsprachigen Ländern der Gruppe sowie für die Koordination der internationalen Sales-Aktivitäten. Klaus-Peter Schulz hat sein Amt mit Wirkung zum 31. Juli 2009 niedergelegt.

Nach dem Ende des zweiten Quartals 2009 bis zum 4. August 2009, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichtes zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, sind keine weiteren berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung

 Weitere Informationen unter http://www.prosiebensat1.com/investor_relations/finanzberichte/

für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group beziehungsweise der ProSiebenSat.1 Media AG haben.

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 Halbjahr 2009 weiterhin als begrenzt. Gegenüber den im Geschäftsbericht 2008 erläuterten Risiken haben sich keine wesentlichen Änderungen ergeben. Unverändert stellt die Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Situation in Europa das größte Risiko dar.

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

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. Teil des Risikomanagements ist neben der Untersuchung von Konjunkturdaten unter anderem auch das Monitoring 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 23, eine detaillierte Darstellung der Risikokategorien sowie eine Beschreibung des Risikomanagementsystems befinden sich im Geschäftsbericht 2008 [↗](#).

Chancen

http://www.pro7sat1.com/investor_relations/finanzberichte/

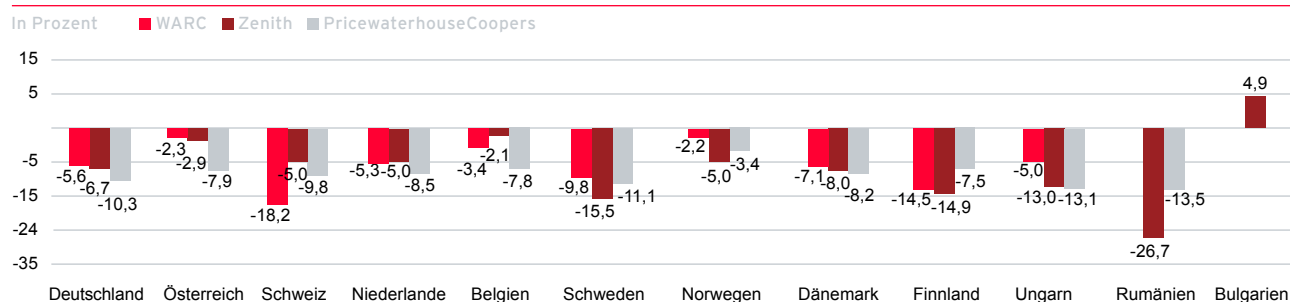
Die leistungswirtschaftlichen und unternehmensstrategischen Chancen wurden im Geschäftsbericht 2008 ab Seite 84 ausführlich dargestellt. Darüber hinaus wurden keine weiteren wesentlichen Chancen identifiziert [↗](#).

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. Trotz erster wirtschaftlicher Erholungstendenzen ist die Krise an den internationalen Finanzmärkten noch nicht überwunden. Ihre weiterhin nicht absehbaren Folgen für die Realwirtschaften mindern die Visibilität zusätzlich.

Entwicklung des Werbemarkts in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern, Prognosen für 2009



Quelle: WARC (World Advertising Research Center) 07/2009, ZenithOptimedia 07/2009, Zahlen auf Nettobasis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen. PricewaterhouseCoopers entertainment und media outlook 2009-2013 (06/2009). WARC und ZenithOptimedia beruhen auf EUR, PWC auf USD. WARC-Daten nicht für Rumänien und Bulgarien verfügbar, PWC nicht für Bulgarien.

In der derzeitig angespannten Konjunkturlage verändern sich wirtschaftliche Kennzahlen und Prognosen in kürzesten Zeitabständen und können daher erheblich von der Realität differieren. Unsere eigenen Einschätzungen für den Werbemarkt im Jahr 2009 weichen daher teilweise durchaus von den Prognosen der Institute ab. So schätzen wir den Rückgang des deutschen TV-Werbemarktes derzeit auf mehr als 10 Prozent netto ein. WARC und Zenith-Optimedia rechnen für 2009 mit einem Rückgang der TV-Werbeinvestitionen in Deutschland um 5,6 bzw. 6,7 Prozent netto. Auch für die übrigen Märkte der ProSiebenSat.1 Group klaffen die Vorhersagen der Institute teilweise erheblich auseinander.

Unternehmensausblick

Die im Geschäftsjahr 2008 eingeleiteten Maßnahmen zur Verbesserung der Organisationsstrukturen und Anpassung der Kosten an die schwierigen gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen erweisen sich als vorausschauende und richtige Entscheidung. Aufgrund der nach wie vor rezessiven Wirtschaftslage in Europa sowie der Einschätzung hinsichtlich eines rückläufigen Werbemarktes und der damit verbundenen schwierigen Planung für das Geschäftsjahr 2009 werden wir auch in Zukunft alle notwendigen Maßnahmen ergreifen, um die Ertragskraft der ProSiebenSat.1 Group zu sichern. Im Rahmen der Veröffentlichung der Zahlen für das Geschäftsjahr 2008 am 4. März 2009 hatte die ProSiebenSat.1 Group ein Einsparziel zur Senkung der operativen Kosten für das Jahr 2009 bekanntgegeben. Das Kostensenkungsprogramm, basierend auf im Jahr 2008 eingeleiteten Maßnahmen, sah Einsparungen für das Geschäftsjahr 2009 in Höhe von insgesamt mindestens 100 Mio Euro vor. Aufgrund von zusätzlichen, im laufenden Geschäftsjahr ergriffenen Maßnahmen werden wir die ursprünglich geplanten Kostenreduktionen jedoch übertreffen.

Die aktuelle Ergebnisentwicklung bewegt sich im Blick auf das Gesamtjahr 2009 im Rahmen der im Geschäftsbericht 2008 veröffentlichten Erwartung. Vor dem Hintergrund des beschriebenen volatilen Umfelds sind darüber hinaus keine quantitativen Umsatzprognosen für 2009 möglich, zumal die Performance im vierten Quartal, die für unsere Umsatzentwicklung wichtigste Periode, abzuwarten bleibt.

Unsere wichtigsten Zielsetzungen für 2009

- Wir verbessern unsere Kostenstruktur kontinuierlich.
 - Wir optimieren unsere Organisationsstrukturen.
 - Wir vernetzen unsere Aktivitäten in Deutschland sowie in Europa noch enger.
 - Wir kapitalisieren unsere Performance im Zuschauermarkt zu angemessenen Preisen.
 - Wir investieren in attraktive Programme und optimieren unseren Content-Output.
 - Wir nutzen unsere Möglichkeiten zur verstärkten vertikalen Diversifikation.
 - Wir stärken unsere Marktposition im Bereich New Media.
-

Konzern-Zwischenabschluss

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd. Euro	Q2 2009	Q2 2008	H1 2009	H1 2008
1. Umsatzerlöse	693.962	801.861	1.320.941	1.530.931
2. Herstellungskosten	-385.007	-458.738	-792.782	-959.865
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	308.955	343.123	528.159	571.066
4. Vertriebskosten	-89.755	-110.770	-192.561	-225.137
5. Verwaltungskosten	-72.389	-87.709	-139.422	-154.951
6. Sonstige betriebliche Erträge	560	7.780	10.411	11.326
7. Betriebsergebnis	147.371	152.424	206.587	202.304
8. Gewinn- und Verlustanteile an assoziierten Unternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden	1.946	-461	1.027	1.550
9. Sonstiges finanzielles Ergebnis	-233	-847	-413	-847
10. Sonstige Zinsen und ähnliche Erträge	1.481	4.826	4.094	7.298
11. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-58.886	-64.701	-122.138	-127.458
12. Zinsergebnis	-57.405	-59.875	-118.044	-120.160
13. Sonstiges Finanzierungsergebnis	-6.815	-3.156	-11.310	-3.302
14. Finanzergebnis	-62.507	-64.339	-128.740	-122.759
15. Ergebnis vor Steuern	84.864	88.085	77.847	79.545
16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-33.944	-25.985	-31.137	-23.466
17. Konzernergebnis	50.920	62.100	46.710	56.079
Ergebnis, das den				
Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG	45.546	59.541	43.802	51.606
Minderheitenanteilen	5.374	2.559	2.908	4.473
zuzurechnen ist				
Euro				
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Stammaktie nach IAS 33 *	0,20	0,26	0,19	0,23
Unverwässertes und verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie nach IAS 33 *	0,22	0,28	0,21	0,25

* dabei berücksichtigtes Periodenergebnis: Q2 2009: 45,5 Mio Euro [Q2 2008: 59,5 Mio Euro]; H1 2009: 43,8 Mio Euro [H1 2008: 51,6 Mio Euro]

dabei berücksichtigte Anzahl der Stamm- und Vorzugsaktien: Q2 2009: 214.775 Tsd Stück [Q2 2008: 217.670 Tsd Stück]; H1 2009: 216.222 Tsd Stück [H1 2008: 218.164 Tsd Stück]

Gesamtergebnisrechnung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd. Euro	Q2 2009	Q2 2008	H1 2009	H1 2008
Konzernergebnis	50.920	62.100	46.710	56.079
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	20.349	24.047	2.641	18.761
Bewertung von Cash Flow Hedges	3.353	136.097	-52.083	54.504
Latente Steuern	200	-37.738	15.462	-14.622
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	23.902	122.406	-33.980	58.643
Konzerngesamtergebnis	74.822	184.506	12.730	114.722
Gesamtergebnis, das den				
Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG	70.537	182.069	12.252	110.249
Minderheitenanteilen	4.285	2.437	478	4.473
zuzurechnen ist				

Konzernbilanz der ProSiebenSat.1 Group - Vermögenswerte

Tsd. Euro	30.06.2009	31.12.2008	30.06.2008
A. Langfristige Vermögenswerte			
I. Immaterielle Vermögenswerte	3.010.574	3.004.010	3.340.684
II. Sachanlagen	249.285	248.945	268.059
III. Nach der Equity-Methode bilanzierte Finanzanlagen	4.198	6.868	6.598
IV. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	59.837	58.272	58.871
V. Programmvermögen	1.193.114	1.149.157	950.246
VI. Forderungen und Sonstige Vermögenswerte	8.005	7.591	7.619
VII. Latente Steueransprüche	102.971	91.528	30.008
	4.627.984	4.566.371	4.662.085
B. Kurzfristige Vermögenswerte			
I. Programmvermögen	279.751	230.815	332.060
II. Vorräte	7.258	5.537	5.662
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	205	211	190
IV. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuer	50.123	59.911	71.242
V. Forderungen und Sonstige Vermögenswerte	373.876	434.153	448.094
VI. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	599.073	632.871	122.784
VII. Zur Veräußerung bestimmte Vermögenswerte	- / -	- / -	338.236
	1.310.286	1.363.498	1.318.268
Vermögenswerte	5.938.270	5.929.869	5.980.353

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

Tsd. Euro	30.06.2009	31.12.2008	30.06.2008
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	218.797	218.797	218.797
II. Kapitalrücklage	547.168	547.139	546.987
III. Erwirtschaftetes Eigenkapital	-12.592	-56.394	124.353
IV. Eigene Anteile	-30.545	-15.105	-15.105
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	-265.640	-234.090	2.104
Eigenkapital, das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzuordnen ist	457.188	460.347	877.136
VI. Minderheitenanteile am Eigenkapital	7.845	18.576	16.739
	465.033	478.923	893.875
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Langfristige Darlehen und Kredite	3.528.846	3.523.152	3.576.149
II. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	7.230	6.961	5.934
III. Rückstellungen	629	1.248	3.706
IV. Finanzielle Verbindlichkeiten	434.823	331.831	238.073
V. Sonstige Verbindlichkeiten	2.476	25.116	4.097
VI. Latente Steuerschulden	193.312	196.665	201.151
	4.167.316	4.084.973	4.029.110
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Kurzfristige Darlehen und Kredite	497.775	516.663	262.745
II. Rückstellungen	135.929	178.258	132.462
III. Finanzielle Verbindlichkeiten	464.330	432.043	339.895
IV. Sonstige Verbindlichkeiten	207.887	239.009	277.476
V. Zur Veräußerung bestimmte Verbindlichkeiten	- / -	- / -	44.790
	1.305.921	1.365.973	1.057.368
Eigenkapital, Verbindlichkeiten und Rückstellungen	5.938.270	5.929.869	5.980.353

Konzern-Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd. Euro	Q2 2009	Q2 2008	H1 2009	H1 2008
Konzernergebnis	50.920	62.100	46.710	56.079
Abschreibungen/Wertaufholungen auf lang- und kurzfristige Vermögenswerte	30.083	37.746	61.488	72.679
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	259.617	318.476	537.796	672.431
Zunahme/Abnahme der Steuerrückstellungen (inkl. Veränderung latenter Steuern)	2.965	23.020	-36.116	-16.133
Zunahme/Abnahme der sonstigen Rückstellungen	552	-4.220	1.099	-10.818
Ergebnisse aus der Equity-Bewertung und sonstigen zahlungsunwirksamen Veränderungen aus Finanzanlagen	1.339	486	2.236	500
Ergebnis bzw. Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	2.558	148	-4.169	119
Ergebnis aus dem Verkauf von Programmvermögen	133	- / -	156	- / -
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-3.948	2.865	-1.573	-3.527
Cash-flow	344.219	440.621	607.627	771.330
Zunahme/Abnahme der Vorräte	-365	519	-1.722	-813
Zunahme/Abnahme der unverzinslichen Forderungen und Sonstiger Vermögenswerte	82.573	-63.419	60.402	-92.218
Zunahme/Abnahme der unverzinslichen Verbindlichkeiten	-32.644	4.284	7.343	-39.328
Cash-flow aus betrieblicher Tätigkeit	393.783	382.005	673.650	638.971
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	13.316	1.058	21.502	13.803
Auszahlungen für die Beschaffung von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	-34.571	-37.130	-52.649	-47.791
Auszahlungen für die Beschaffung von Finanzanlagen	-1.192	-1.595	-2.257	-1.922
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	3.453	-1.471	11.357	19.561
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-278.023	-327.174	-657.974	-678.819
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	1.391	-21.815	60	-32.196
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-628	3.437	4.838	3.437
Sonstige Änderungen des Eigenkapitals sowie sonstige Änderungen aus der Fremdwährungsbewertung	1.995	-4.028	-4.915	5.095
Cash-flow aus Investitionstätigkeit	-294.259	-388.718	-680.038	-718.832
Free Cash-flow	99.524	-6.713	-6.388	-79.861
Dividende	- / -	-269.899	- / -	-269.899
Auszahlung zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	-247	-2.949	-19.220	-3.809
Einzahlungen aus Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	6.228	135.536	7.250	267.382
Erwerb eigener Aktien	-15.440	-2.770	-15.440	-15.105
Cash-flow aus Finanzierungstätigkeit	-9.459	-140.082	-27.410	-21.431
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands	889	384	867	1.766
Zahlungswirksame Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	89.176	-147.179	-34.665	-103.058
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Anfang der Periode	509.008	296.350	632.871	250.847
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente am Ende der Periode	599.073	149.555	599.073	149.555
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus nicht fortgeführten Aktivitäten am Ende der Periode	- / -	-26.771	- / -	-26.771
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente aus fortgeführten Aktivitäten am Ende der Periode	599.073	122.784	599.073	122.784
Im Cash-Flow aus betrieblicher Tätigkeit sind folgende Ein- und Auszahlungen gemäß IAS 7 enthalten:				
Cash-flow aus Ertragsteuern	-10.560	-54.855	-45.649	-91.338
Cash-flow aus gezahlten Zinsen	-55.947	-59.301	-123.228	-124.803
Cash-flow aus erhaltenen Zinsen	1.971	2.233	3.376	4.678

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group 1. Januar bis 30. Juni 2008

Tsd. Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital			Eigenkapital, das den Anteilseigner der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	Minderheitsanteile am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital
					Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	Bewertung von Cash Flow Hedges	Latente Steuern			
31. Dezember 2007	218.797	546.987	342.646	- / -	-16.073	-51.185	10.719	1.051.891	10.435	1.062.326
Gezahlte Dividende	- / -	- / -	-269.899	- / -	- / -	- / -	- / -	-269.899	-5.583	-275.482
Veränderung des Konsolidierungskreises	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	7.414	7.414
Erwerb eigener Aktien	- / -	- / -	- / -	-15.105	- / -	- / -	- / -	-15.105	- / -	-15.105
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- / -	- / -	- / -	- / -	18.761	54.504	-14.622	58.643	- / -	58.643
Konzernergebnis	- / -	- / -	51.606	- / -	- / -	- / -	- / -	51.606	4.473	56.079
Konzerngesamtergebnis	- / -	- / -	51.606	- / -	18.761	54.504	-14.622	110.249	4.473	114.722
30. Juni 2008	218.797	546.987	124.353	-15.105	2.688	3.319	-3.903	877.136	16.739	893.875

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group 1. Januar bis 30. Juni 2009

Tsd. Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Eigenkapital	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital			Eigenkapital, das den Anteilseigner der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	Minderheitsanteile am Eigenkapital	Konzern-eigenkapital
					Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	Bewertung von Cash Flow Hedges	Latente Steuern			
31. Dezember 2008	218.797	547.139	-56.394	-15.105	-96.575	-185.221	47.706	460.347	18.576	478.923
Gezahlte Dividende	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-5.662	-5.662
Veränderung des Konsolidierungskreises	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-5.547	-5.547
Aktienoptionsplan	- / -	29	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	29	- / -	29
Erwerb eigener Aktien	- / -	- / -	- / -	-15.440	- / -	- / -	- / -	-15.440	- / -	-15.440
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- / -	- / -	- / -	- / -	5.071	-52.083	15.462	-31.550	-2.430	-33.980
Konzernergebnis	- / -	- / -	43.802	- / -	- / -	- / -	- / -	43.802	2.908	46.710
Konzerngesamtergebnis	- / -	- / -	43.802	- / -	5.071	-52.083	15.462	12.252	478	12.730
30. Juni 2009	218.797	547.168	-12.592	-30.545	-91.504	-237.304	63.168	457.188	7.845	465.033

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 30. Juni 2009 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt.

Der Konzern-Zwischenabschluss ist in Euro nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, 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 im 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 Halbjahr des Geschäftsjahrs 2009 erzielten Ergebnisse lassen nicht notwendigerweise Vorhersagen über die Entwicklung des weiteren Geschäftsverlaufes zu.

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.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden, die für den Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2009 angewendet wurden, basieren grundsätzlich auf denselben Bilan-

zierungs- und Bewertungsmethoden, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2008 zu Grunde lagen mit Ausnahme der nachfolgend dargestellten Änderungen. 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 Halbjahresabschluss 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 30. Juni 2009 hatte diese Interpretation nur unwesentliche Auswirkungen.

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

IFRS 8 „Geschäftssegmente“ wurde durch das IASB im November 2006 herausgegeben. 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 Zusammenhang mit dem Erwerb der SBS Broadcasting Group entschieden, den Standard ab dem Quartalsbericht September 2007 vorzeitig anzuwenden.

Erlassene, noch nicht angewendete Standards

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 Media Group prüft derzeit die hieraus resultierenden Effekte auf die Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage.

ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTENE VERMÖGENSWERTE UND VERBINDLICHKEITEN

Die Bilanz zum 30. Juni 2008 weist unter diesen Positionen die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten der CMore Group AB, Stockholm und der Broadcast Text International AB, Stockholm und deren Tochterunternehmen aus. Die CMore Group AB und ihre Tochtergesellschaften war dem Segment Diversifikation, die Broadcast Text International AB und ihre

Tochtergesellschaften dem Segment Free-TV International zugeordnet. Beide Unternehmensgruppen wurden im 2. Halbjahr 2008 veräußert. Dadurch ist die Vergleichbarkeit der Gewinn- und Verlustrechnung mit den Vorjahreswerten nur eingeschränkt möglich.

KONSOLIDIERUNGSKREIS

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

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2008	50	112	162
Neu gegründete/konsolidierte Unternehmen	7	10	17
Fusionierte/entkonsolidierte Unternehmen	-3	-4	-7
Einbezogen zum 30.06.2009	54	118	172

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.

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. Es flossen keine Kaufpreiszahlungen. 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. Der Zeitwert der Put-Option wurde als finanzielle Verbindlichkeit bilanziert, da die ProSiebenSat.1 Group gemäß IAS 32 „Finanzinstrumente: Anhangangaben und Ausweis“ eine unbedingte Verpflichtung, die Verbindlichkeit zu erfüllen, hat. Minderheitsanteile wurden dagegen nicht bilanziert.

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 der ProSiebenSat.1 Group im schwedischen Radiomarkt.

In den Vermögenswerten und Schulden der ProSiebenSat.1 Group sind die oben genannten Gesellschaften in Summe mit folgenden Werten enthalten:

Tsd. Euro		Step up	Fair value
Geschäfts- oder Firmenwert	- / -	17.034	17.034
Immaterielle Vermögenswerte	98	3.544	3.642
Langfristige Vermögenswerte	50	- / -	50
Kurzfristige Vermögenswerte	531	- / -	531
Rückstellungen und Verbindlichkeiten inkl. latenter Steuern	-654	-932	-1.586
Summe			19.671
Kaufpreis nach IFRS 3			19.671
Summe			19.671

Der Umsatz- und Ergebnisbeitrag der neu erworbenen Gruppe ist aus Sicht der ProSiebenSat.1 Group für den Zwischenabschluss zum 30. Juni 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 wurde im 1. Quartal 2009 unter den sonstigen betrieblichen Erträgen ausgewiesen. Im 2. Quartal 2009 erfolgte aufgrund einer vertraglichen Kaufpreisanpassung eine Verringerung des Verkaufspreises um 127 Tsd Euro.

Verkauf der ProSiebenSat.1 Berlin Produktion GmbH

Im Zuge der Portfolio-Optimierung wurde mit Wirkung zum 30. Juni 2009 die ProSiebenSat.1 Berlin Produktion GmbH, eine 100%ige Tochtergesellschaft der ProSiebenSat.1 Produktion GmbH, an die fernseherwerk GmbH veräußert. Es ergaben sich dadurch keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzern-Zwischenabschluss für das 1. Halbjahr 2009. Die ProSiebenSat.1 Berlin Produktion GmbH wurde nachfolgend vom neuen Eigentümer in fernseherwerk Produktion GmbH umfirmiert und ist seit dem 1. Juli 2009 für die nächsten 5 Jahre strategischer Partner hinsichtlich Technik und Produktion für die Konzerngesellschaften N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen GmbH und die maz&more GmbH.

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. Die ProSiebenSat.1 Group 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-Werbbeeinnahmen generieren, dazu gehören Aktivitäten im Bereich Transaktions-TV, Multimedia, Merchandising, Online und Radio bis zu verwandten Print-Produkten.

Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group Q2 2009

Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Summe Segmente	Über- leitung	Summe Konzernabschluss Q2 2009
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV				
Umsatzerlöse	439.410	185.297	624.707	87.539	712.246	-18.284	693.962
Außenumsatz	424.617	184.934	609.551	84.411	693.962	- / -	693.962
Innenumsätze	14.793	363	15.156	3.128	18.284	-18.284	- / -
Recurring EBITDA	127.272	55.689	182.961	18.320	201.281	-151	201.130

Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group Q2 2008

Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Summe Segmente	Über- leitung	Summe Konzernabschluss Q2 2008
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV				
Umsatzerlöse	464.536	216.457	680.993	138.219	819.212	-17.351	801.861
Außenumsatz	452.276	214.679	666.955	134.906	801.861	- / -	801.861
Innenumsätze	12.260	1.778	14.038	3.313	17.351	-17.351	- / -
Recurring EBITDA	115.806	54.355	170.161	32.510	202.671	1.029	203.700

Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group H1 2009

Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Summe Segmente	Über- leitung	Summe Konzernabschluss H1 2009
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV				
Umsatzerlöse	839.931	339.890	1.179.821	175.016	1.354.837	-33.896	1.320.941
Außenumsatz	813.399	338.880	1.152.279	168.662	1.320.941	- / -	1.320.941
Innenumsätze	26.532	1.010	27.542	6.354	33.896	-33.896	- / -
Recurring EBITDA	195.373	68.754	264.127	30.733	294.860	94	294.954

Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group H1 2008

Tsd Euro	Free-TV			Segment Diversifikation	Summe Segmente	Über- leitung	Summe Konzernabschluss H1 2008
	Segment Free-TV deutschsprachig	Segment Free-TV International	Summe Free-TV				
Umsatzerlöse	897.558	393.884	1.291.442	275.860	1.567.302	-36.371	1.530.931
Außenumsatz	869.411	390.694	1.260.105	270.826	1.530.931	- / -	1.530.931
Innenumsätze	28.147	3.190	31.337	5.034	36.371	-36.371	- / -
Recurring EBITDA	173.432	81.873	255.305	36.523	291.828	333	292.161

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

Überleitungsrechnungen zur Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd Euro	Q2 2009	Q2 2008
Gewinn/Verlust		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	201.281	202.671
den Segmenten nicht zurechenbare Posten	132	12
Zinseliminierung	- / -	392
Aufwands- und Ertragskonsolidierung	-166	- / -
Zwischengewinneliminierung	-117	-161
Schuldenkonsolidierung	- / -	786
Summe Konzernabschluss	201.130	203.700
Non Recurring Ergebnis	-23.908	-14.376
Finanzergebnis	-62.507	-64.339
Abschreibungen	-29.841	-36.900
Wertminderungen	-10	- / -
Ergebnis vor Steuern	84.864	88.085

Überleitungsrechnungen zur Segmentberichterstattung der ProSiebenSat.1 Group

Tsd Euro	H1 2009	H1 2008
Gewinn/Verlust		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	294.860	291.828
den Segmenten nicht zurechenbare Posten	170	-116
Zinseliminierung	- / -	392
Aufwands- und Ertragskonsolidierung	-10	- / -
Zwischengewinneliminierung	-66	- / -
Schuldenkonsolidierung	- / -	57
Summe Konzernabschluss	294.954	292.161
Non Recurring Ergebnis	-27.290	-18.024
Finanzergebnis	-128.740	-122.759
Abschreibungen	-61.054	-71.833
Wertminderungen	-23	- / -
Ergebnis vor Steuern	77.847	79.545

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, Tsd Euro	deutschsprachig	B/NL	Nordic	CEE	Summe Konzernabschluss Q2 2009
Außenumsatz	472.857	102.229	86.808	32.068	693.962

Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group

geografische Aufteilung, Tsd Euro	deutschsprachig	B/NL	Nordic	CEE	Summe Konzernabschluss Q2 2008
Außenumsatz	508.857	112.654	134.088	46.262	801.861

Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group

geografische Aufteilung, Tsd Euro	deutschsprachig	B/NL	Nordic	CEE	Summe Konzernabschluss H1 2009
Außenumsatz	914.453	185.346	165.078	56.064	1.320.941

Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group

geografische Aufteilung, Tsd Euro	deutschsprachig	B/NL	Nordic	CEE	Summe Konzernabschluss H1 2008
Außenumsatz	988.271	199.316	263.759	79.585	1.530.931

EVENTUALSCHULDEN UND SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Gegenüber den im Geschäftsbericht 2008 beschriebenen Haftungsverhältnissen und sonstigen finanziellen Verpflichtungen ergaben sich bis zum 30. Juni 2009 in der ProSiebenSat.1 Group keine wesentlichen Änderungen.

BEZIEHUNGEN ZU NAHE STEHENDEN PERSONEN UND UNTERNEHMEN

Die im Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2008 dargestellten Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen gelten unverändert. 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. Die Einführung eines zusätzlichen Management Incentive Plans (MIP) für bestimmte Mitglieder des Managements der ProSiebenSat.1 Media AG führte nach IFRS 2 zu keiner Ergebnisauswirkung, da das wahrscheinlichste Ausübungsszenario eine Gewährung von Eigenkapital-Instrumenten vorsieht.

AKTIENRÜCKKAUF SOWIE NEUERMACHTIGUNG DURCH DIE HAUPTVERSAMMLUNG IM 1. HALBJAHR 2009

Im ersten Halbjahr 2009 hat die ProSiebenSat.1 Media AG 4.900.000 auf den Inhaber lautende stimmrechtslose Vorzugsaktien zu einem Durchschnittskurs von 3,14 Euro über die Börse zurückgekauft. Die Hauptversammlung vom 4. Juni 2009 hat den Vorstand darüber hinaus ermächtigt, für einen Zeitraum bis zum 3. Dezember 2010 Stammaktien und/oder Vorzugsaktien von insgesamt bis zu 10 Prozent des im Zeitpunkt der Erteilung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft zu erwerben.

DIVIDENDENAUSSCHÜTTUNG

Am 5. Juni 2009 wurden 2.075 Tsd Euro an Dividenden für das Geschäftsjahr 2008 an Vorzugsaktionäre ausgeschüttet. Dies entspricht einer Ausschüttung von 0,02 Euro je Vorzugsaktie.

WESENTLICHE EREIGNISSE NACH DER ZWISCHENBERICHTSPERIODE

Die ProSiebenSat.1 AG gab am 7. Juli 2009 bekannt, dass Klaus-Peter Schulz die ProSiebenSat.1 Group verlassen wird. Er war als Mitglied des Vorstands seit September 2008 für die Bereiche Sales und Marketing der deutschsprachigen Länder der Gruppe sowie für die Koordination der internationalen Sales-Aktivitäten verantwortlich. Klaus-Peter Schulz hat sein Amt mit Wirkung zum 31. Juli 2009 niedergelegt.

4. August 2009

Der Vorstand

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

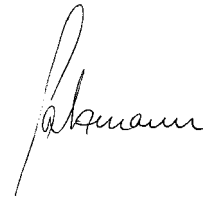
Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns im verbleibenden Geschäftsjahr beschrieben sind.

Unterföhring, 4. August 2009

Der Vorstand



THOMAS EBELING (CEO)



AXEL SALZMANN (CFO)



ANDREAS BARTL (German Free TV)



DR. MARCUS ENGLERT (New Media)

Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

AN DIE PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG, UNTERFÖHRING

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss - bestehend aus verkürzter Bilanz, verkürzter Gewinn- und Verlustrechnung, verkürzter Kapitalflussrechnung, verkürzter Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangangaben - und den Konzernzwischenlagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2009, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 37w WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

Auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, oder dass der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden ist.

München, den 4. August 2009

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Kozikowski
[Wirtschaftsprüfer]



Dr. Dauner
[Wirtschaftsprüfer]

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.