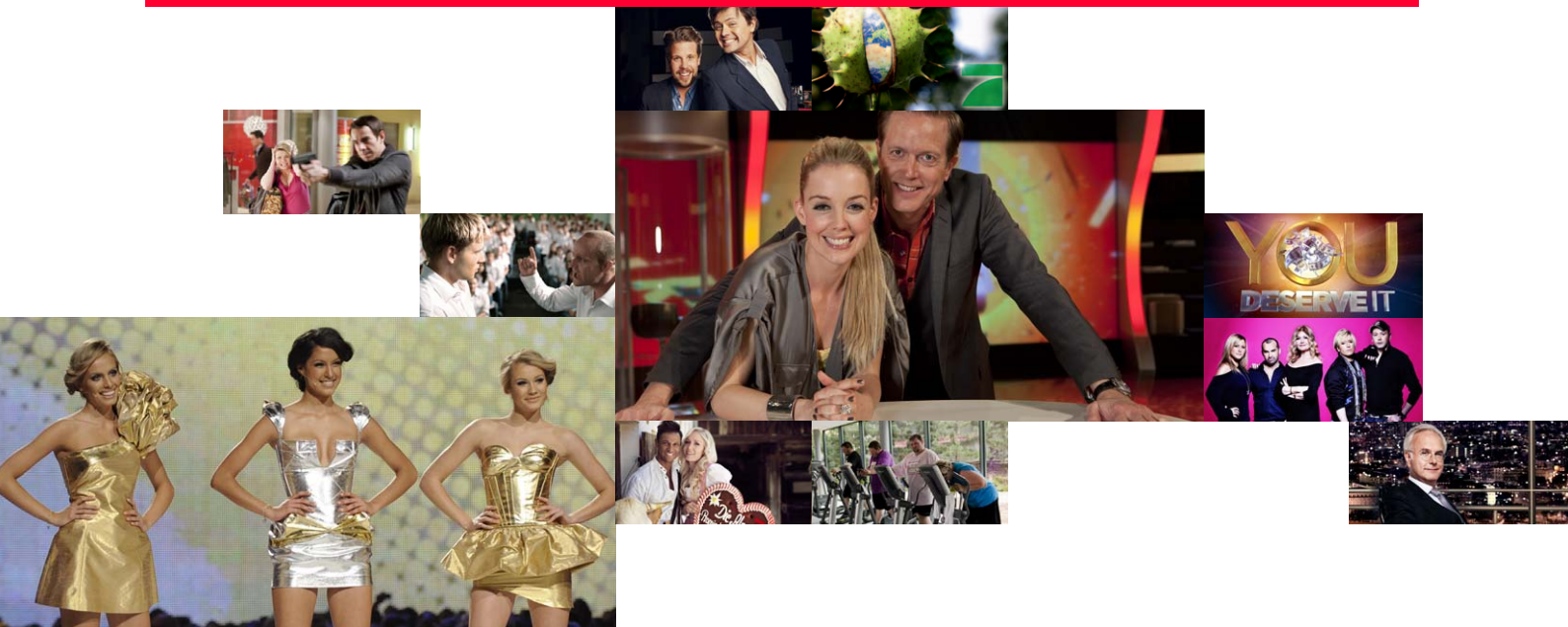




ProSiebenSat.1 Group

Quartalsbericht Q2 2011 // 1. Januar bis 30. Juni 2011

INHALT



KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

- 3 // Auf einen Blick
- 4 // Chronik
- 6 **Konzern und Rahmenbedingungen**
- 6 Konjunkturelle Rahmenbedingungen
- 6 Entwicklung des Werbemarkts
- 7 Entwicklung des Zuschauermarkts
- 8 Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf
- 9 // Programmrückblick

10 Geschäftsverlauf

- | | |
|----|--|
| 10 | Wesentliche Ereignisse und Erläuterung der Berichtsweise |
| 11 | Ertragslage des Konzerns |
| 16 | Finanz- und Vermögenslage des Konzerns |

21 Segmentbericht

- | | |
|----|---------------------------------|
| 21 | Segment Free-TV Deutschsprachig |
| 22 | Segment Free-TV International |
| 23 | Segment Diversifikation |

24 Mitarbeiter

25 Die ProSiebenSat.1-Aktie

26 Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

27 Nachtragsbericht

27 Risiken- und Chancenbericht

28 Prognosebericht

- | | |
|----|--|
| 28 | Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen |
| 29 | Künftige branchenspezifische Rahmenbedingungen |
| 29 | Unternehmensausblick |
| 31 | // Programmausblick |

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

32 Gewinn- und Verlustrechnung

33 Gesamtergebnisrechnung

34 Bilanz

35 Kapitalflussrechnung

37 Eigenkapitalveränderungsrechnung

38 Anhang

48 VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER

49 BESCHEINIGUNG NACH
PRÜFERISCHER DURCHSICHT

WEITERE INFORMATIONEN

50 Kennzahlen

51 Finanzkalender

51 Impressum

// ERFOLGE Q2 2011 AUF EINEN BLICK.

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihr Umsatzwachstum im zweiten Quartal 2011 fortgesetzt, wozu unter anderem die positive Konjunkturentwicklung in ihrem wichtigsten Umsatzmarkt Deutschland beigetragen hat. Wir haben unsere Stärken als Marktführer im deutschen Werbegeschäft genutzt, um auch in verwandten Bereichen wie Online und Games oder der Vermarktung von Werbezeiten gegen Umsatzbeteiligungen zu wachsen. Im internationalen TV-Geschäft verzeichneten wir erneut hohe Zuwächse und profitierten von der Marktdynamik Nordeuropas. Das recurring EBITDA der fortgeführten Aktivitäten stieg vor diesem Hintergrund um weitere 6,8 Prozent auf 238,7 Mio Euro, das Netto-Ergebnis des Konzerns nach Anteilen anderer Gesellschafter verbesserte sich um 67,5 Prozent auf 129,0 Mio Euro.

// ZIELE 2011 AUF EINEN BLICK.

Wir bekräftigen unseren positiven Jahresausblick und blicken aufgrund der guten Erfolge zuversichtlich in die zweite Jahreshälfte. Unsere Werbeeinnahmen in Deutschland haben sich im zweiten Quartal besser entwickelt als erwartet. Verschiedene Maßnahmen zur Portfolio-Optimierung des letzten Jahres wie die Auslagerung der Nachrichtenproduktion oder zuletzt der Verkauf der Beteiligungen in den Niederlanden und Belgien haben unsere Rentabilität gestärkt und unseren finanziellen Spielraum erhöht. Wir werden unseren Wachstumskurs fortsetzen und erwarten, 2011 erneut ein Rekordergebnis zu erzielen.

// PROSIEBENSAT.1 AUF EINEN BLICK.

Die ProSiebenSat.1 Group wurde 2000 als größtes Fernsehunternehmen in Deutschland gegründet. Heute gehört der Konzern zu den führenden Medienunternehmen Europas. Unser Kerngeschäft ist Fernsehen. Neben dem klassischen werbefinanzierten TV-Geschäft zählen zahlreiche Onlineangebote sowie Aktivitäten in verwandten Geschäftszweigen wie Games, Musik oder Commerce zu unserem Portfolio. Auch durch die Produktion und den weltweiten Vertrieb von Programmen diversifizieren wir unsere Geschäftstätigkeit konsequent. Unser Hauptsitz befindet sich in Unterföhring bei München. Die ProSiebenSat.1 Media AG ist börsennotiert und beschäftigt derzeit über 4.000 Mitarbeiter.

Ausgewählte Kennzahlen für den ProSiebenSat.1-Konzern

in Mio Euro	ProSiebenSat.1 inkl. nicht-fortgeführte Aktivitäten			Nicht-fortgeführte Aktivitäten			ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten		
	Q2 2011	Q2 2010	+/-%	Q2 2011	Q2 2010	+/-%	Q2 2011	Q2 2010	+/-%
Umsatz	799,6	761,2	+5,0	107,4	111,2	-3,4	692,2	650,0	+6,5
Gesamtkosten	591,7	595,3	-0,6	73,1	73,8	-0,9	518,6	521,5	-0,6
Recurring EBITDA	272,0	263,8	+3,1	33,3	40,3	-17,4	238,7	223,5	+6,8
Konzernperiodenergebnis ¹⁾	129,0	77,0	+67,5	47,2	25,8	+82,9	81,8	51,2	+59,8

¹⁾ Nach Anteilen anderer Gesellschafter.

Konzernumsatz der fortgeführten Aktivitäten

in Mio Euro

Q2 2011  692,2

Q2 2010  650,0

Recurring EBITDA der fortgeführten Aktivitäten

in Mio Euro

Q2 2011  238,7

Q2 2010  223,5

// CHRONIK

Wir haben in den vergangenen Monaten unser Portfolio weiter optimiert und in neue Wachstumsfelder investiert.

> Januar

Neuer Männersender in Ungarn

Mit PRO4 geht in Ungarn am 3. Januar ein neuer Sender on Air. Der Kanal richtet sich an Männer zwischen 18 und 49 Jahren und bietet TV-Serien, Filme, Animationsserien sowie populäre Eigenproduktionen. PRO4 ist neben MAX in Norwegen und 6'eren in Dänemark der dritte Männersender im Portfolio der ProSiebenSat.1 Group.



> Februar

Chart-Rekord für Starwatch Entertainment

Im Februar dominiert Starwatch Entertainment die deutschen Musik-Charts. Gleich drei Künstler des ProSiebenSat.1-Musiklabels sind zeitgleich in den Top Ten vertreten. Roxette belegt mit „Charm School“ Platz eins, Lena ist mit „Good News“ auf Platz zwei und Max Raabe schafft es mit seinem Album „Küssen kann man nicht alleine“ auf Platz acht.



> April

Red Arrow erwirbt britische Produktionsfirma

Die Red Arrow Entertainment Group setzt ihre Expansion in den englischsprachigen TV-Märkten fort und erwirbt 51 Prozent an der Filmproduktion The Mob Film Holdings Ltd., eines der erfolgreichsten unabhängigen Produktionsunternehmen Großbritanniens. The Mob ist auf die Herstellung hochwertiger Spielfilme und Dokumentationen spezialisiert. Bereits im Januar hatte das Unternehmen eine Holdinggesellschaft in London gegründet, im März eröffnete SevenOne International ein Büro in Los Angeles. Ziel ist es, englischsprachigen Content selbst zu produzieren und damit in den weltweit wichtigsten TV-Märkten Fuß zu fassen.



„You Deserve It“ in 28 Länder verkauft

Anfang April präsentiert SevenOne International in Cannes auf der MIP TV die Reality-Game-Show „You Deserve It“ erstmals vor großem Publikum. Das Format stammt aus der Zusammenarbeit von Red Arrow und dem erfolgreichen Programmentwickler Dick de Rijk. „You Deserve It“ ging bislang in 28 Länder, darunter große

TV-Märkte wie Spanien und Italien.

Als größter Erfolg gilt der Verkauf an den US-amerikanischen TV-Sender ABC.

ProSiebenSat.1 trennt sich von TV- und Print-Aktivitäten in den Niederlanden und Belgien

Die ProSiebenSat.1 Group verkauft ihre TV- und Print-Aktivitäten in den Niederlanden und in Belgien an ein internationales Bieterkonsortium. Die Veräußerung der belgischen TV-Aktivitäten wurde am 8. Juni 2011 vollzogen. Der Verkauf der niederländischen TV- und Printsparte erfolgte am 29. Juli 2011.



> Mai

sixx feiert Geburtstag

Anfang Mai feiert sixx seinen ersten Geburtstag. Kurz zuvor erzielte der Sender erstmals einen Tagesmarktanteil von 1,0 Prozent. Mittlerweile erreichen sixx-Sendungen Marktanteile von bis zu 3,4 Prozent. Auch den Werbemarkt hat sixx von seinem Konzept überzeugt. sixx richtet sich speziell an die weibliche Zielgruppe und finanziert sich über Sonderwerbformen und maßgeschneiderte vernetzte Kampagnen.

ProSiebenSat.1 stellt Live-Betrieb von 9Live ein

Vor dem Hintergrund des nachhaltigen Rückgangs der Call-TV-Erlöse stellt ProSiebenSat.1 den Live-Betrieb von 9Live zum 31. Mai 2011 ein. Seit-her sind auf dem Sender Spielfilme und Serien zu sehen. Mit der Einstellung des Live-Sendebetriebs entfallen auch die Call-TV-Produktionen für die anderen Sender der Gruppe.



ProSiebenSat.1 erwirbt führende Games-Anbieter

Die ProSiebenSat.1 Group treibt ihre Expansion im Games-Geschäft weiter voran. Der Konzern erwarb über seine Tochterfirma ProSiebenSat.1 Digital mit burda:ic einen der führenden Anbieter kostenloser Online-Spiele in Europa. Zugleich hat das Unternehmen eine Mehrheitsbeteiligung von 51 Prozent an Covus Games, Betreiber von browsergames.de, übernommen. Ziel ist eine Top-3-Position unter den europäischen Anbietern im Online-Games-Bereich.



> Juni

maxdome wird fünf

Fünf Jahre nach dem Start ist maxdome mit 35.000 Videos Deutschlands größtes Video-on-Demand-Portal. Keine andere Videothek bietet im Internet so viele TV-, Kino- und Musik-Highlights. Zudem hat maxdome Kooperationen mit namhaften TV-Geräteherstellern geschlossen und ist so auch über den Fernsehbildschirm abrufbar. Im ersten Halbjahr 2011 erwirbt ProSiebenSat.1 attraktive Rechtepakete von Universum Film, ORF-Enterprise und Universal Music für maxdome.



> Juli

ProSiebenSat.1 bietet HD nun auch über digitales Kabel an

Die ProSiebenSat.1 Group schließt mit Kabel Deutschland einen langfristigen Vertrag über die Verbreitung ihrer Free-TV-, Pay-, HD- und Video-on-Demand-Angebote. Ab Oktober können Zuschauer mit Kabelanschluss über Kabel Deutschland erstmals auch die HD-Sender der ProSiebenSat.1 Group beziehen.



Götz Mäuser ist Vorsitzender des ProSiebenSat.1 Aufsichtsrats

Götz Mäuser, Partner bei der Permira Beteiligungsberatung GmbH, wurde am 1. Juli 2011 zum Vorsitzenden des ProSiebenSat.1-Aufsichtsrats gewählt. Er folgt auf Johannes Huth, der den stellvertretenden Vorsitz übernimmt. Huth ist Partner und Head of Europe bei Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. Als neues Mitglied wurde Herman M.P. van Campenhout, Vorstandsvorsitzender der Telegraaf Media Groep N.V., in den ProSiebenSat.1-Aufsichtsrat aufgenommen. Er tritt die Nachfolge von Adrianus Johannes Swartjes an, ehemaliger CEO der Telegraaf Media Groep.

Hauptversammlung beschließt Dividendenzahlung von 1,14 Euro je Vorzugsaktie

Die Aktionäre der ProSiebenSat.1 Media AG haben bei der diesjährigen Hauptversammlung am 1. Juli 2011 die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,14 Euro je dividendenberechtigter Inhaber-Vorzugsaktie und 1,12 Euro je dividendenberechtigter Namens-Stammaktie beschlossen. Die Dividendensumme beträgt insgesamt 241,2 Mio Euro (Vorjahr: 2,1 Mio Euro). Auch die übrigen Beschlussvorschläge wurden einstimmig angenommen. Die Dividende wurde am 4. Juli 2011 ausgezahlt.

Rückführung der Darlehen um 1,2 Mrd Euro

Die Kreditgeber der ProSiebenSat.1 Group haben Ende Juli 2011 der Verlängerung eines Großteils der Darlehen bis 2016 zugestimmt. Zugleich wird das Unternehmen 1,2 Mrd Euro im August 2011 und damit vorzeitig zurückführen.

Konzern und Rahmenbedingungen

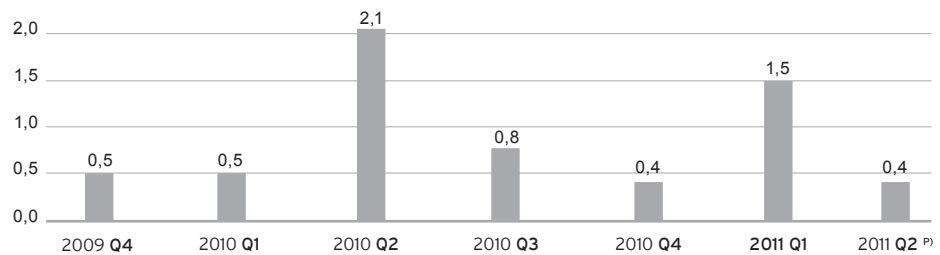
Konjunkturelle Rahmenbedingungen

Die Weltwirtschaft setzte ihr Wachstum im ersten Halbjahr 2011 fort, vor allem in den Schwellenländern. Auch im Euroraum (17 Länder) bzw. in der Europäischen Union (27 Länder) stabilisierte sich der Aufwärtstrend, wobei die Wachstumsunterschiede zwischen den einzelnen Mitgliedstaaten weiterhin hoch sind. Während Frankreich oder die skandinavischen Länder teilweise recht kräftig expandieren, bleiben große Volkswirtschaften wie Spanien oder Italien deutlich zurück.

Die deutsche Wirtschaft begann das Jahr in sehr guter Verfassung und treibt derzeit die europäische Konjunktur an. Das deutsche Brutto-Inlandsprodukt hat im ersten Quartal 2011 mit real plus 1,5 Prozent im Vergleich zum Vorquartal kräftig zugelegt – unterstützt durch Sonderfaktoren wie einer starken Baukonjunktur. Im zweiten Quartal 2011 wird sich das Wachstumstempo der deutschen Konjunktur voraussichtlich verlangsamen. Der Handelsblatt-Barclays-Indikator prognostiziert derzeit für das zweite Quartal 2011 ein Wachstum der deutschen Wirtschaftsleistung von 0,4 Prozent gegenüber dem Vorquartal.

Brutto-Inlandsprodukt in Deutschland

in Prozent // Veränderung vs. Vorquartal



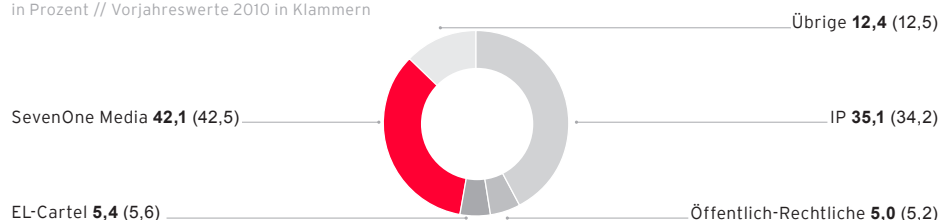
Preisbereinigt, verkettet, saison- und kalenderbereinigt. ^{P)} = Prognose: Handelsblatt-Barclays-Indikator
Quellen: Statistisches Bundesamt (Stand 24. 05. 2011)

Entwicklung des Werbemarkts

Die Entwicklung der Werbemärkte ist eng mit der jeweils aktuellen bzw. prognostizierten Wirtschaftslage verknüpft. Entsprechend positiv fallen die von Nielsen Media Research veröffentlichten Daten für den deutschen TV-Werbemarkt aus. Im ersten Halbjahr 2011 stiegen die Brutto-Investitionen in TV-Werbung gegenüber dem Vorjahr um 2,6 Prozent auf 5,08 Mrd Euro (Vorjahr: 4,95 Mrd Euro). In diesem Marktumfeld konnte die ProSiebenSat.1 Group ihre TV-Werbeinnahmen um brutto 1,5 Prozent auf 2,13 Mrd Euro steigern (Vorjahr: 2,10 Mrd Euro) und ist mit einem Marktanteil von 42,1 Prozent Marktführer (Vorjahr: 42,5%).

Marktanteile deutscher Brutto-TV-Werbemarkt erstes Halbjahr 2011

in Prozent // Vorjahreswerte 2010 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research

Die ProSiebenSat.1 Group nutzt ihre Marktführerschaft gezielt, um in verwandte Bereiche zu expandieren und ihre Abhängigkeit von zyklischen Schwankungen einzelner Märkte zu reduzieren. Der Konzern vermarktet nicht nur TV-Werbung erfolgreich in seinem Kernmarkt, sondern zählt mit 26 Mio Unique Usern pro Monat beispielsweise auch zu den Top-5-Onlinevermarktern in Deutschland. In einem dynamisch wachsenden Onlinewerbemarkt setzte die ProSiebenSat.1 Group hier ihr Wachstum im ersten Halbjahr 2011 fort. Der Konzern steigerte seine Online-Werbeumsätze um brutto 10,4 Prozent auf 66,7 Mio Euro (Vorjahr: 60,4 Mio Euro). Insgesamt verzeichnete der deutsche Online-Werbemarkt im ersten Halbjahr 2011 ein Plus von 26,0 Prozent auf 1,31 Mrd Euro brutto gegenüber dem Vorjahr (Vorjahr: 1,04 Mrd Euro). Besonders wachstumsstark ist die Vermarktung von Bewegtbild-Werbung im Internet. Mit einem Anteil von 51,1 Prozent ist die ProSiebenSat.1 Group in diesem Bereich führend (Vorjahr: 50,5%). Neben klassischer Teaser- und Bannerwerbung bietet der Konzern seinen Werbekunden die Möglichkeit, Bewegtbild-Werbung in einem attraktiven Content-Umfeld zu schalten.

Auch in fast allen internationalen TV-Märkten der ProSiebenSat.1 Group hat die Konjunkturlage das Buchungsverhalten der Werbewirtschaft positiv beeinflusst. Vor allem in den skandinavischen Ländern stiegen die Netto-Investitionen in TV-Werbung deutlich an.

Entwicklung des TV-Werbemarkts

	Q2 2011 Abweichungen vs. Vorjahr in Prozent	H1 2011 Abweichungen vs. Vorjahr in Prozent
Deutschland	4,1	2,6
Österreich	10,5	9,3
Schweiz	10,7	8,2
Norwegen	15,4	14,9
Schweden	13,1	17,9
Dänemark	16,6	18,6
Finnland	14,8	13,6
Ungarn	-3,9	-9,8
Rumänien	-15,0	-16,2

Bei den vorliegenden Daten ist zu berücksichtigen, dass sie teilweise auf Bruttozahlen basieren und daher nur bedingt auf die relevanten Nettowerte schließen lassen. **Deutschland:** brutto, Nielsen Media Research. **Österreich:** brutto, Media Focus. **Schweiz:** brutto, Media Focus. **Norwegen:** netto, IRM, Q2 2011 beruht auf Erwartungen. **Schweden:** netto, iRM, Q2 2011 beruht auf Erwartungen. **Dänemark:** netto, DRRB, Q2 2011 beruht auf Erwartungen. **Finnland:** netto, TNS Media Intelligence. **Ungarn:** netto, eigene Berechnungen. **Rumänien:** netto, eigene Berechnungen. Aufgrund der Veräußerungen der TV-Aktivitäten in den Niederlanden und Belgien werden die Werbemarktdaten für diese Länder nicht mehr ausgewiesen.

Entwicklung des Zuschauermarkts

Im zweiten Quartal 2011 konnte das Unternehmen den gemeinsamen Zuschauermarktanteil der deutschen TV-Familie steigern: Mit 29,2 Prozent erzielten SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx den stärksten Marktanteil in einem zweiten Quartal seit zwei Jahren. Gegenüber dem zweiten Quartal 2010 ergibt sich ein Plus von 1,0 Prozentpunkten (Vorjahr: 28,2%, ohne sixx und N24). Zu diesem Erfolg trugen vor allem Formate wie „Germany's next Topmodel“ (ProSieben) oder „Danni Lowinski“ und „Der letzte Bulle“ (SAT.1) bei. Im ersten Halbjahr 2011 lag der Zuschauermarktanteil bei 28,2 Prozent (Vorjahr: 28,3%).

International entwickelten sich die Sender im zweiten Quartal 2011 ebenfalls größtenteils positiv. Die österreichischen Sender SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins austria und PULS 4 steigerten ihren gemeinsamen Zuschauermarktanteil um 1,5 Prozentpunkte auf 20,7 Prozent (Vorjahr: 19,2%). Damit ist es den vier Sendern gelungen, den Vorsprung gegenüber den privaten Mitbewerbern weiter auszubauen. In Norwegen erzielten TV Norge, FEM, MAX und The Voice im zweiten Quartal ein Plus von 3,2 Prozentpunkten und erreichten mit 17,7 Prozent den höchsten Wert ihrer Historie (Vorjahr: 14,5%). Das starke Wachstum ist vor allem auf die gute Entwicklung des Männersenders

MAX zurückzuführen, der seine Quoten seit dem Start im November 2010 kontinuierlich ausbaut. Im vierten Quartal 2010 betrug der Marktanteil von MAX noch 1,5 Prozent, im zweiten Quartal 2011 lag er bei 2,5 Prozent.

Die ProSiebenSat.1 Group hat in den vergangenen Monaten in wichtigen Märkten neue TV-Sender gestartet und ausgebaut. Damit erschließt sich das Unternehmen Zielgruppen, die über das bisherige Senderportfolio nicht abgedeckt waren. Der deutsche Frauensender sixx, der norwegische Männersender MAX oder PRO4 in Ungarn sind aktuelle Beispiele dafür.

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

in Prozent	Q2 2011	Q2 2010	H1 2011	H1 2010
Deutschland	29,2	28,2	28,2	28,3
Österreich	20,7	19,2	20,0	18,4
Schweiz	17,2	16,7	16,8	16,6
Dänemark	16,8	17,4	16,2	16,9
Finnland	4,9	3,1	4,5	2,8
Norwegen	17,7	14,5	16,9	13,7
Schweden	15,0	15,8	13,4	14,4
Ungarn	21,5	20,6	21,1	20,9
Rumänien	8,0	7,2	7,7	7,4

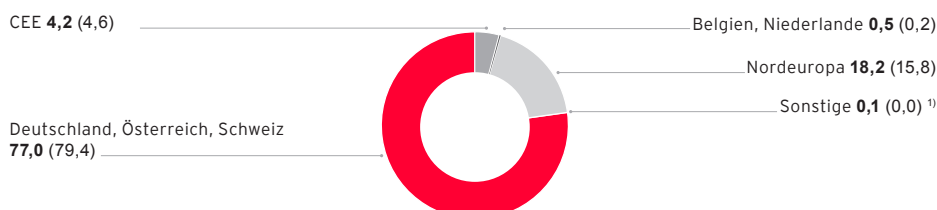
Werte für Deutschland, Österreich und Schweiz beziehen sich auf 24-Stunden (Mo-So). Marktanteile in den übrigen Ländern auf Extended Prime Time (RO, FI: 18-24h / SE, NO, DK, HU: 17-24h). **Deutschland:** SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx (sixx: Quotenausweis seit Februar 2011, bei der Quartals-/Halbjahres- und Jahresbetrachtung 2011 geht der Januar mit 0 in die Berechnung ein, im Februar und März 2011 hatte sixx jeweils einen Marktanteil von 0,2 Prozent, im April und Mai jeweils einen Marktanteil von 0,3 Prozent; im Juni einen Marktanteil von 0,4 Prozent); Quoten des zweiten Quartals 2010 mit N24: 29,4 Prozent Marktanteil, Quoten des ersten Halbjahres mit N24: 29,5 Prozent Marktanteil; werberelevante Zielgruppe 14-49 Jahre. **Österreich:** SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins Austria, PULS 4; werberelevante Zielgruppe 12-49 Jahre. **Schweiz:** SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, kabel eins Schweiz; werberelevante Zielgruppe 15-49 Jahre. Sämtliche Daten basieren auf Tagesgewichtung und beinhalten ausschließlich die Nutzung des Schweizer Signals/Programmfensters. **Niederlande und Belgien:** Aufgrund der Veräußerungen der TV-Aktivitäten in den Niederlanden und Belgien werden die Quoten nicht mehr ausgewiesen. **Dänemark:** Kanal 4, Kanal 5, 6'eren, The Voice; werberelevante Zielgruppe 15-50 Jahre, Basis: 14 werbefinanzierte TV-Sender. **Finnland:** The Voice, TV5; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. **Norwegen:** TV Norge, FEM, MAX, The Voice; werberelevante Zielgruppe 12-44 Jahre. **Schweden:** Kanal 5, Kanal 9; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. **Ungarn:** TV2; FEM3; PRO4; werberelevante Zielgruppe 18-49 Jahre. **Rumänien:** Prima TV, Kiss TV; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. Die Daten für Rumänien basieren auf urbaner Bevölkerung.

Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf

Das Kerngeschäft der ProSiebenSat.1 Group ist werbefinanziertes Free-TV. Im Hauptumsatzmarkt Deutschland profitierte das Unternehmen von positiven Impulsen aus der konjunkturellen Aufwärtstendenz und verbucht vor allem im zweiten Quartal 2011 höhere TV-Werbereinnahmen. Zudem wirkten sich die guten Zuschauerquoten auf das Buchungsverhalten der deutschen Werbewirtschaft aus. Die nordeuropäischen Märkte zeigten eine unverändert hohe Wachstumsdynamik. In diesem Marktumfeld steigerten die ProSiebenSat.1-Sender ihre TV-Einnahmen deutlich. In Ungarn und Rumänien belastete allerdings die schwache Konjunktur die Investitionsbereitschaft in TV-Werbung, so dass auch die Werbeeinnahmen der ProSiebenSat.1 Group unter Vorjahresniveau lagen. Insgesamt erwirtschaftete die Mediengruppe im zweiten Quartal 2011 77,0 Prozent (Vorjahr: 79,4%) ihrer Umsatzerlöse aus fortgeführten Aktivitäten im deutschsprachigen Raum und 18,2 Prozent (Vorjahr: 15,8%) in ihren nordeuropäischen Märkten.

Umsatz nach Regionen der fortgeführten Aktivitäten

Q2 2011 // Vorjahreswerte in Klammern / in Prozent



¹⁾ Umsatz in USA und UK

Die Print- und TV-Aktivitäten in den Niederlanden werden vor dem Hintergrund des Verkaufsprozesses als nicht-fortgeführte Aktivitäten ausgewiesen. Die belgischen TV-Aktivitäten wurden im Juni 2011 entkonsolidiert. Die Vorjahresvergleichszahlen wurden entsprechend angepasst.



Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf, Seite 15

PROGRAMMRÜCKBLICK

Fünf Highlights aus unserem Programm im zweiten Quartal 2011.

MADE IN GERMANY

In der letzten Folge vor der Sommerpause geriet **„Danni Lowinski“** als Geisel in die Hände eines Klienten. Mindestens genauso dramatisch endete die zweite Staffel der SAT.1-Erfolgsserie **„Der letzte Bulle“**. Kurz nachdem seine Kollegin Tanja ihm ihre Liebe gesteht, wird sie von einer Kugel getroffen. Die spannenden Finalfolgen bescherten SAT.1 Staffelbestwerte. Im Schnitt erzielte **„Der letzte Bulle“** einen starken Marktanteil von 16,7 Prozent, für **„Danni Lowinski“** lief es mit 15,2 Prozent ebenfalls sehr gut. Im Frühjahr 2012 geht es mit neuen Folgen weiter.



ECHTE PFUNDKERLE

Sie schwitzten, stöhnten - und ließen die Pfunde purzeln. Die neun Kandidatenpaare der kabel eins-Erfolgsshow **„The Biggest Loser - Abspecken im Doppelpack“** verloren gemeinsam 650 Kilo. Auch aus Quotensicht war die Show ein voller Erfolg: Mit Marktanteilen von bis zu 9,9 Prozent waren in der zweiten Staffel noch mehr junge Zuschauer dabei.



SO SCHÖN IST DEUTSCHLAND

„Germany's next Topmodel - By Heidi Klum“ zählt zu den erfolgreichsten TV-Shows im deutschen Fernsehen. Bis zu 24,3 Prozent der 14- bis 49-Jährigen waren im Frühjahr dabei, als der Modellnachwuchs Castings, Challenges und Fotoshootings absolvierte.



ENJOY DIFFERENCE. START TOLERANCE.

Als Buch ist es ein Klassiker, als Film ebenfalls ein Erfolg. ProSieben zeigte den Spielfilm **„Die Welle“** zum „Tolerance Day“ am 8. April. Die Free-TV-Premiere erzielte einen Marktanteil von 20,7 Prozent bei den 14- bis 49-Jährigen und brachte ProSieben den Tagessieg in der Primetime ein.



VORHANG AUF!

Spott, Hohn, Gehässigkeiten - und ein paar Komplimente: Das ist die Mischung, mit der die Redner im Theater **„Chat Noir“** ans Mikrofon treten. Sie halten eine Laudatio auf bekannte Persönlichkeiten, das Publikum amüsiert sich köstlich. Die ungewöhnliche TV-Show **„Roast fra Chat Noir“** erzielte auf TVNorge Marktanteile bis zu 29,7 Prozent.



BACK TO THE NINTIES!

Filip und Frederik reisten mit den Zuschauern zurück in die 90er. Die Lokalproduktion **„NittiLeaks“** war mit einem Staffelschnitt von 22,9 Prozent ein großer Erfolg für Kanal 5 in Schweden.

Geschäftsverlauf

Wesentliche Ereignisse und Erläuterung der Berichtsweise

Die ProSiebenSat.1 Group hat am 20. April 2011 Verträge zur Veräußerung ihrer Geschäftsaktivitäten in den Niederlanden in den Bereichen Fernsehen und Print sowie ihre TV-Aktivitäten in Belgien an ein Konsortium führender internationaler Medienunternehmen unterzeichnet. Das Konsortium besteht in den Niederlanden aus der Sanoma Corporation und der Talpa Holding N.V. sowie in Belgien aus der Sanoma Corporation, der Corelio N.V. und der Waterman & Waterman CVA. Die zum ProSiebenSat.1-Konzern gehörenden Produktionsgesellschaften in den Niederlanden und Belgien waren nicht Teil der Transaktion und verbleiben bei ProSiebenSat.1. Der den Transaktionen zugrunde liegende Unternehmenswert beträgt insgesamt 1,225 Mrd Euro, das für die beiden Geschäftsbereiche für 2010 berechnete bereinigte EBITDA 115 Mio Euro. Daraus ergibt sich ein Bewertungs-Multiple in Höhe des 10,6-fachen des bereinigten EBITDA.

Der Verkauf der belgischen TV-Aktivitäten wurde am 8. Juni 2011 vollzogen und die Gesellschaften entkonsolidiert. Der Verkauf der niederländischen Aktivitäten stand zum Ende des zweiten Quartals 2011 noch unter dem Vorbehalt der kartellrechtlichen Genehmigung. Die Geschäftstätigkeiten der bereits veräußerten Aktivitäten in Belgien und der zum Verkauf anstehenden Aktivitäten in den Niederlanden werden gemäß IFRS 5 in diesem Halbjahresfinanzbericht als „nicht-fortgeführte Aktivitäten“ ausgewiesen. Daher sind die laufenden Ergebnisse dieser Aktivitäten sowie die Effekte aus der Entkonsolidierung des belgischen TV-Portfolios nicht mehr in den einzelnen Positionen der Konzern-Gewinn-und-Verlust-Rechnung enthalten, sondern als „Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten“ dargestellt. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst. In der Konzern-Bilanz werden die Vermögenswerte bzw. Verbindlichkeiten der niederländischen Gesellschaften jeweils in der Position „zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte“ bzw. „Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten“ ausgewiesen.

Darüber hinaus fanden in der ersten Jahreshälfte 2011 keine Ereignisse mit wesentlichen Auswirkungen auf die Organisationsstruktur oder die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns statt. Allerdings hat die ProSiebenSat.1 Group im ersten Halbjahr 2011 ihr Portfolio durch Akquisitionen im Online-Games- und VoD-Bereich ergänzt und ihr Produktionsgeschäft international expandiert. Zudem hat das Unternehmen den Live-Betrieb des Call-Senders 9Live aufgrund seines Umsatzrückgangs in den vergangenen Jahren Ende Mai eingestellt. Einen Überblick über die erfolgten Portfoliomaßnahmen gibt untenstehende Tabelle:

Portfoliomaßnahmen und Änderungen im Konsolidierungskreis im laufenden Jahr

JANUAR BIS JUNI 2011

Segment Free-TV deutschsprachig

- Red Arrow Entertainment Limited erwirbt 51 Prozent an The Mob Film Holdings Limited
- > Konsolidierung seit April 2011

Segment Free-TV International

- Verkauf der TV-Aktivitäten in den Niederlanden und Belgien
- > Entkonsolidierung der TV-Aktivitäten in Belgien im Juni 2011, Abschluss der Transaktion in den Niederlanden im Juli 2011

- Launch von PRO4 in Ungarn im Januar 2011

Segment Diversifikation

- Erwerb weiterer 50 Prozent der Anteile an maxdome
- > Vollkonsolidierung der Video-on-Demand-Plattform mit Vollzug des Kaufvertrags ab Januar 2011
- Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung am Online-Games-Anbieter Covus Games GmbH, Betreiber von browsergames.de und burda i:c im April 2011
- > Konsolidierung von Covus Games mit Vollzug im Mai 2011, burda i:c mit Vollzug am 1. Juli 2011
- Einstellung des Live-Sendebetriebs des Call-TV-Senders 9Live zum 31. Mai 2011
- Die Printaktivitäten in den Niederlanden werden aufgrund des Verkaufsprozesses im ersten Halbjahr als nicht-fortgeführte Geschäftstätigkeiten ausgewiesen, Abschluss der Transaktion im Juli 2011



Gesamtaussage des Vorstands,
Seite 3



Weitere Einzelheiten zur Berichtsweise
nach IFRS 5 finden sich im Anhang zum
Konzernzwischenabschluss ab Seite 42



Chronik, Seite 4

Portfoliomaßnahmen und Änderungen im Konsolidierungskreis im vergangenen Jahr

JANUAR BIS JUNI 2010

Segment Free-TV deutschsprachig

- Gründung der Red Arrow Entertainment Group im Januar 2010, der Holdinggesellschaft für die Bereiche Produktion, Programmvertrieb und Formatentwicklung; SevenOne International wird Teil der Red Arrow Entertainment Group
- Launch des neuen deutschen Free-TV-Senders sixx im Mai 2010
- Verkauf des Nachrichtensenders N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH und der Produktionsgesellschaft MAZ&MORE TV-Produktion GmbH am 16. Juni 2010
- Entkonsolidierung zum 30. Juni 2010

Segment Free-TV International

- Launch des neuen Free-TV-Senders FEM3 in Ungarn im Januar 2011
- Mehrheitsbeteiligung an Sultan Sushi BVBA am 4. März 2010
- Konsolidierung seit März 2010

Ertragslage des Konzerns

Eine Übersicht ausgewählter Kennzahlen der Gewinn- und Verlustrechnung unter Berücksichtigung des als „nicht-fortgeführte Aktivitäten“ ausgewiesenen Geschäfts in den Niederlanden und Belgien zeigt untenstehende Überleitungsrechnung. Die folgende Analyse der Umsatz- und Ergebnisentwicklung bezieht sich - wo nicht anders gekennzeichnet - auf das fortgeführte Geschäft.

Ausgewählte Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group

	ProSiebenSat.1 inkl. nicht-fortgeführte Aktivitäten		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
In Mio Euro	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010
Konzernumsatz	799,6	761,2	107,4	111,2	692,2	650,0
Operative Kosten	529,9	498,7	74,3	70,9	455,6	427,8
Gesamtkosten	591,7	595,3	73,1	73,8	518,6	521,5
Umsatzkosten	433,2	376,2	62,1	57,2	371,1	319,0
Vertriebskosten	87,4	95,5	6,6	8,7	80,8	86,8
Verwaltungskosten	71,1	123,6	4,4	7,9	66,7	115,7
Betriebsergebnis (EBIT)	231,1	167,4	55,4	37,4	175,7	130,0
Recurring EBITDA ¹⁾	272,0	263,8	33,3	40,3	238,7	223,5
Einmaleffekte (saldiert) ²⁾	-6,2	-58,4	22,1	- / -	-28,3	-58,4
EBITDA	265,8	205,4	55,4	40,3	210,4	165,1
Konzernergebnis, das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	129,0	77,0	47,2	25,8	81,8	51,2
Underlying net income	142,5	87,2	47,2	27,4	95,3	59,8

¹⁾ Bereinigtes EBITDA: EBITDA vor Einmaleffekten. ²⁾ Saldo aus Einmalaufwendungen und -erträgen.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2011

Beschreibung wesentlicher Kennzahlen für das zweite Quartal 2011 auf Basis der fortgeführten Tätigkeiten

Der **Konzernumsatz** wies im zweiten Quartal 2011 ein Wachstum um 6,5 Prozent oder 42,2 Mio Euro auf 692,2 Mio Euro aus. Den höchsten Wachstumsbeitrag erzielten hierbei die nordeuropäischen Sender, die sich zusätzlich zu Werbeeinnahmen über Distributionserlöse finanzieren. Auch im deutschsprachigen TV-Segment konnte der Konzern seine Umsätze gegenüber dem Vorjahresvergleichswert steigern. Insgesamt erzielte die ProSiebenSat.1 Group 603,8 Mio Euro (Vorjahr: 569,3 Mio Euro) bzw. 87,2 Prozent (Vorjahr: 87,6%) des Konzernumsatzes in ihrem Kerngeschäft werbefinanziertes Free-TV. Gleichzeitig stieg der Umsatzbeitrag des Diversifikationssegments auf 88,4 Mio Euro (Vorjahr: 80,7 Mio Euro).





Personalaufwendungen, Seite 24

Die sonstigen betrieblichen Erträge beliefen sich im zweiten Quartal 2011 auf 2,1 Mio Euro gegenüber 1,5 Mio Euro im Vorjahr (+40,0%).

Die **Gesamtkosten** des Konzerns – bestehend aus Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten – betrugen 518,6 Mio Euro und lagen damit um 0,6 Prozent oder 2,9 Mio Euro unter Vorjahresniveau. Während die Umsatzkosten im zweiten Quartal 2011 mit 371,1 Mio Euro um 16,3 Prozent stiegen (Vorjahr: 319,0 Mio Euro), haben sich die Verwaltungskosten des Konzerns deutlich verringert. Sie sanken um 42,4 Prozent auf 66,7 Mio Euro (Vorjahr: 115,7 Mio Euro).

• **Einmalaufwendungen.** In den Gesamtkosten des Konzerns sind Einmalkosten in Höhe von 28,3 Mio Euro enthalten (Vorjahr: 58,6 Mio Euro). Mit 24,1 Mio Euro steht der Großteil der einmaligen Aufwendungen im Zusammenhang mit der Einstellung des Live-Senderbetriebs von 9Live. Seit 1. Juni 2011 strahlt der Quizsender fiktionalen Programm aus. Die genannten Einmalaufwendungen sind größtenteils in den Umsatzkosten enthalten.

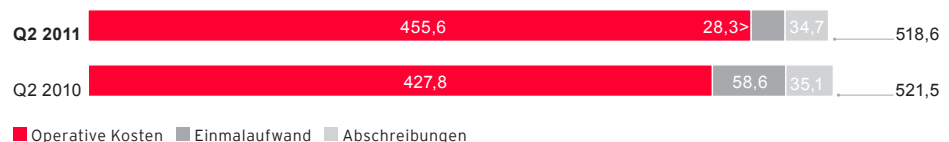
Im Vorjahr fielen insbesondere im Zuge der Auslagerung der Nachrichtenproduktion einmalige Aufwendungen an. Diese Einmaleffekte in Höhe von 50,0 Mio Euro werden in den Verwaltungskosten für das zweite Quartal 2010 ausgewiesen.

• **Abschreibungen.** Die Abschreibungen betrugen 34,7 Mio Euro nach 35,1 Mio Euro im zweiten Quartal 2010 (- 1,1% ggü. Vorjahr).

Die **operativen Kosten** – das bedeutet die um Einmalaufwendungen und Abschreibungen bereinigten Gesamtkosten – beliefen sich im zweiten Quartal 2011 auf 455,6 Mio Euro (Vorjahr: 427,8 Mio Euro). Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 6,5 Prozent, nach einer Kostensteigerung von 1,5 Prozent im ersten Quartal 2011. Wie erwartet verbuchte der Konzern im zweiten Quartal 2011 einen vergleichsweise deutlichen Kostenanstieg insbesondere aufgrund von Investitionen in Wachstumsfelder wie die Bereiche Programmproduktion und -vertrieb, Video-on-Demand oder jüngst gestarteter TV-Sender. Zudem lagen die Kosten im klassischen Kerngeschäft im zweiten Quartal 2011 leicht über Vorjahr, vor allem im deutschen Markt. Ursache hierfür sind höhere Programmaufwendungen gegenüber dem zweiten Quartal 2010, das durch die Fußball-WM geprägt war. Ein weiterer Einflussfaktor war der späte Ostertermin in diesem Jahr, der zu höheren Investitionen in attraktive Programme im zweiten Quartal führte.

Gesamtkosten der fortgeführten Geschäftstätigkeit

in Mio Euro



Das um Einmaleffekte **bereinigte EBITDA** (recurring EBITDA) zeigte im zweiten Quartal 2011 ein Wachstum um 6,8 Prozent auf 238,7 Mio Euro (Vorjahr: 223,5 Mio Euro). Die operative Marge betrug 34,5 Prozent (Vorjahr: 34,4%) und spiegelt die unverändert hohe Profitabilität der Mediengruppe wider.

Das Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen inklusive Einmaleffekten (EBITDA) nahm um 45,3 Mio Euro bzw. 27,4 Prozent zu und erreichte 210,4 Mio Euro.

Überleitungsrechnung recurring EBITDA der fortgeführten Geschäftstätigkeit

in Mio Euro	Q2 2011	Q2 2010
Ergebnis vor Steuern	120,0	77,5
Finanzergebnis	55,7	52,5
Betriebsergebnis	175,7	130,0
Abschreibungen ¹⁾	34,7	35,1
(davon Kaufpreisallokationen)	16,6	12,3
EBITDA	210,4	165,1
Einmaleffekte (saldiert) ²⁾	28,3	58,4
Recurring EBITDA (bereinigtes EBITDA)	238,7	223,5

¹⁾ Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen. ²⁾ Differenz aus Einmalaufwendungen in Höhe von 28,3 Mio Euro (Vorjahr: 58,6 Mio Euro) und Einmalerträgen von 0,0 Mio Euro (Vorjahr: 0,2 Mio Euro).



Zinsergebnis, Seite 17

Das **Finanzergebnis** verringerte sich im zweiten Quartal 2011 um 6,1 Prozent bzw. 3,2 Mio Euro auf minus 55,7 Mio Euro. Die Entwicklung des Finanzergebnisses ist durch gegenläufige Effekte geprägt: Während das sonstige Finanzergebnis währungsbedingt rückläufig war, führten leicht geringere Zinskosten zu einer Verbesserung des Zinsergebnisses.

Das **Vorsteuerergebnis** wuchs um deutliche 54,8 Prozent auf 120,0 Mio Euro. Im Vorjahresquartal betrug das Ergebnis vor Steuern 77,5 Mio Euro. Die Ertragsteuern sind im zweiten Quartal 2011 infolge des höheren Ergebnisses um 11,2 Mio Euro auf 35,2 Mio Euro gestiegen. Das **Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten** abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter verbesserte sich vor diesem Hintergrund um 30,6 Mio Euro auf 81,8 Mio Euro (+59,8% ggü. Vorjahr).

Beschreibung wesentlicher Kennzahlen für das zweite Quartal 2011 inklusive der Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden

Der **Konzernumsatz inklusive der Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden** stieg im zweiten Quartal 2011 um 5,0 Prozent auf 799,6 Mio Euro (Vorjahr: 761,2 Mio Euro). Das korrespondierende **recurring EBITDA** verbesserte sich um 3,1 Prozent auf 272,0 Mio Euro (Vorjahr: 263,8 Mio Euro). Das EBITDA stieg unter Berücksichtigung des nicht-fortgeführten Geschäfts auf 265,8 Mio Euro (Vorjahr: 205,4 Mio Euro) und beinhaltet Einmaleffekte in Höhe von minus 6,2 Mio Euro (Vorjahr: -58,4 Mio Euro). Die einmaligen Aufwendungen in Zusammenhang mit 9Live wurden durch positive Effekte aus dem Verkauf der belgischen Gesellschaften teilweise kompensiert.

Das **Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten** erhöhte sich um 21,4 Mio Euro auf 47,2 Mio Euro (+82,9% ggü. Vorjahr). Ursache hierfür sind Effekte aus der Veräußerung des Portfolios in den Niederlanden und Belgien. So ist insbesondere der Veräußerungsgewinn in Höhe von 20,9 Mio Euro aus dem Verkauf der belgischen Tochterunternehmen in dieser Position enthalten. Zudem beinhaltet das Ergebnis aus nicht-fortgeführten Geschäftsaktivitäten den Ergebnisbeitrag der belgischen Aktivitäten bis zu ihrer Entkonsolidierung im Juni 2011 sowie das Ergebnis der niederländischen Free-TV- und Print-Sparte für das zweite Quartal 2011. Der Veräußerungsgewinn in Höhe von 20,9 Mio Euro ist steuerfrei.

Nach Steuern sowie Anteilen anderer Gesellschafter weist ProSiebenSat.1 damit insgesamt ein **Konzernergebnis** in Höhe von 129,0 Mio Euro aus. Dies entspricht einer Steigerung um 67,5 Prozent oder 52,0 Mio Euro. Bereinigt um nicht cash-wirksame Sondereffekte in Höhe von 13,5 Mio Euro hat sich das Konzernergebnis einschließlich des Geschäfts in Belgien und den Niederlanden um 63,4 Prozent auf 142,5 Mio Euro verbessert. Im zweiten Quartal 2010 betrug das sogenannte **underlying net income** 87,2 Mio Euro.

Überleitungsrechnung underlying net income

in Mio Euro	Q2 2011	Q2 2010
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	129,0	77,0
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen (nach Steuern) ¹⁾	10,0	10,2
Wertminderungen im Zusammenhang ursprünglicher Kaufpreisallokationen (nach Steuern) ²⁾	3,5	- / -
Bereinigter Konzernüberschuss (underlying net income)	142,5	87,2

¹⁾ Abschreibung aus Kaufpreisallokationen vor Steuern: 12,2 Mio Euro (Vorjahr 13,5 Mio Euro). ²⁾ Wertminderungen (Impairment) vor Steuern in Höhe von 4,5 Mio Euro.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2011

Auf Halbjahressicht steigerte die ProSiebenSat.1 Group ebenfalls den **Konzernumsatz** und alle relevanten Ergebnisgrößen. So stieg der Konzernumsatz unter Berücksichtigung der Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden um 4,4 Prozent auf 1,484 Mrd Euro (+63,0 Mio Euro ggü. Vorjahr). Der Konzernumsatz aus fortgeführten Aktivitäten verzeichnete demgegenüber im ersten Halbjahr 2011 ein noch deutlicheres Umsatzplus von 5,0 Prozent auf 1,288 Mrd Euro (+61,9 Mio Euro ggü. Vorjahr). Treiber des Wachstums war in erster Linie die gute Umsatzentwicklung der nordeuropäischen Märkte.

Die **Gesamtkosten** der ProSiebenSat.1 Group inklusive der Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden beliefen sich auf 1,186 Mrd Euro (+1,3% bzw. 15,6 Mio Euro ggü. Vorjahr). Davon entfallen 1,029 Mrd Euro auf die fortgeführten Aktivitäten (-0,9% bzw. 8,8 Mio Euro ggü. Vorjahr). Die Gesamtkosten enthalten Wertminderungen (Impairment) in Höhe von 11,2 Mio Euro auf den Markenwert von 9Live, die im ersten Quartal 2011 vorgenommen wurden. Darüber hinaus umfasst der Halbjahreswert Kosteneffekte aus Wachstumsmaßnahmen wie der vollständigen Übernahme des VoD-Portals maxdome mit Wirkung zum 1. Januar 2011. Bereinigt um Abschreibungen und einmalige Aufwendungen betrugen die operativen Kosten aus fortgeführten Aktivitäten 922,6 Mio Euro gegenüber 887,7 Mio Euro im Vorjahr (+3,9%). Insgesamt stiegen die operativen Kosten der ProSiebenSat.1 Group im ersten Halbjahr 2011 um 3,9 Prozent auf 1,072 Mrd Euro (Vorjahr: 1,032 Mrd Euro).

Unter Einbeziehung der Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden stieg das recurring EBITDA der Gruppe um 5,7 Prozent auf 414,6 Mio Euro (Vorjahr: 392,4 Mio Euro). Das **recurring EBITDA** aus fortgeführten Aktivitäten verbesserte sich um 7,8 Prozent auf 368,7 Mio Euro und verzeichnete damit ein noch höheres Wachstum (Vorjahr: 342,1 Mio Euro).

Aus fortgeführten Aktivitäten und nach Abzug Ergebnisanteil andere Gesellschaften erwirtschaftete das Unternehmen im ersten Halbjahr 2011 einen **Periodenüberschuss** in Höhe von 115,6 Mio Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 70,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr (67,9 Mio Euro). Insgesamt wuchs der Periodenüberschuss nach Steuern und Anteilen Dritter um 69,3 Prozent bzw. 68,5 Mio Euro auf 167,3 Mio Euro.

Ausgewählte Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group

In Mio Euro	ProSiebenSat.1 inkl. nicht-fortgeführte Aktivitäten		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010
Konzernumsatz	1.483,6	1.420,6	195,6	194,5	1.288,0	1.226,1
Operative Kosten	1.072,4	1.031,9	149,8	144,2	922,6	887,7
Gesamtkosten	1.186,0	1.170,4	156,6	149,8	1.029,4	1.020,6
Umsatzkosten	852,9	791,1	122,7	114,6	730,2	676,5
Vertriebskosten	180,6	186,3	17,0	19,5	163,6	166,8
Verwaltungskosten	152,5	193,0	16,9	15,7	135,6	177,3
Betriebsergebnis (EBIT)	321,9	254,1	60,0	44,7	261,9	209,4
Recurring EBITDA ¹⁾	414,6	392,4	45,9	50,3	368,7	342,1
Einmaleffekte (saldiert) ²⁾	-14,0	-67,8	16,8	- / -	-30,8	-67,8
EBITDA	400,6	324,6	62,7	50,3	337,9	274,3
Konzernergebnis, das den Anteils- eignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	167,3	98,8	51,7	30,9	115,6	67,9
Underlying net income	181,7	120,0	53,3	34,1	128,4	85,9

¹⁾ Bereinigtes EBITDA: EBITDA vor Einmaleffekten. ²⁾ Saldo aus Einmalaufwendungen und -erträgen.

Vergleich des erwarteten mit dem tatsächlichen Geschäftsverlauf

Die ProSiebenSat.1 Group hatte mit Publikation der Zahlen für das erste Quartal 2011 ihren Jahresausblick mit bestimmten Spezifizierungen hinsichtlich des zweiten Quartals bzw. der ersten Jahreshälfte 2011 bestätigt. Für das erste Halbjahr 2011 prognostizierte der Konzern steigende Umsätze im mindestens niedrigen einstelligen Prozentbereich. Aufgrund der Investitionen in neue Wachstumsfelder und attraktive TV-Programme wurde ein überdurchschnittlicher Anstieg der operativen Kosten erwartet, vor allem im zweiten Quartal 2011. Vor diesem Hintergrund ging das Unternehmen davon aus, dass sich das recurring EBITDA im ersten Halbjahr 2011 auf Vorjahresniveau bewegen würde. Für das Netto-Ergebnis plante der Konzern mit einer deutlichen Steigerung gegenüber dem ersten Halbjahr 2010.

Die Umsatz- und Ergebnisprognose wurde aufgrund der positiven Entwicklung im deutschen Werbegeschäft im zweiten Quartal 2011 übertroffen, sowohl in Bezug auf das fortgeführte Geschäft als auch auf Basis der Zahlen inklusive der Umsatz- und Ergebnisbeiträge aus Belgien und den Niederlanden.

Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

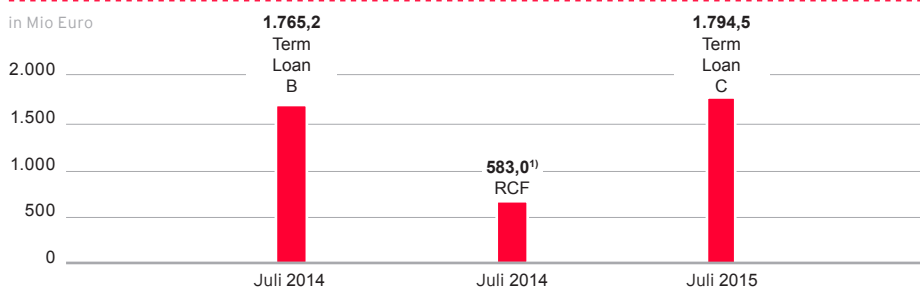
Zum 30. Juni 2011 waren 3,766 Mrd Euro Darlehen und Kredite ausstehend, nach 4,026 Mrd Euro im Vorjahr bzw. 3,762 Mrd Euro zum 31. Dezember 2010. Das Fremdkapital der ProSiebenSat.1 Group besteht zum Berichtsstichtag zu 69,4 Prozent aus langfristigen Darlehen und Krediten (30. Juni 2010: 63,6%; 31. Dezember 2010: 66,7%) und zu 4,5 Prozent aus kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten (30. Juni 2010: 9,0%; 31. Dezember 2010: 4,4%).

Wesentlicher Bestandteil der konzernweiten Unternehmensfinanzierung sind zum Berichtsstichtag verschiedene besicherte endfällige Darlehen mit einer Laufzeit bis Juli 2014 (Term Loan B) bzw. Juli 2015 (Term Loan C). Zusätzlich beinhaltet die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung eine revolvingende Kreditfazilität (RCF) mit einer Laufzeit bis Juli 2014 und einem verfügbaren Rahmenvolumen von derzeit 583,0 Mio Euro (ursprünglich 600,0 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group hat den bestehenden Kredit mit einem Rahmenvolumen von ursprünglich 4,2 Mrd Euro im Zuge der Akquisition der SBS Broadcasting Group im Jahr 2007 aufgenommen.

• **Revolvierende Kreditfazilität:** Die Barinanspruchnahme der revolvingenden Kreditfazilität beträgt zum Stichtag 30. Juni 2011 230,0 Mio Euro (Vorjahr: 497,2 Mio Euro). Unter Berücksichtigung von Avalinanspruchnahmen in Höhe von 46,5 Mio Euro wurden zum 30. Juni 2011 276,5 Mio Euro aus der revolvingenden Kreditfazilität in Anspruch genommen. Zum 31. Dezember 2010 waren es 256,5 Mio Euro (inklusive Avalinanspruchnahmen von 26,5 Mio Euro), am Vorjahresstichtag im Juni 2010 noch 543,8 Mio Euro (inklusive Avalinanspruchnahmen von 46,6 Mio Euro). Die revolvingende Kreditfazilität wird in der Bilanzposition kurzfristige Darlehen und Kredite ausgewiesen.

• **Term Loans:** Die Term Loans B und C haben zum 30. Juni 2011 ein Volumen von insgesamt 3,560 Mrd Euro. Ihr ursprüngliches Gesamtvolumen von 3,600 Mrd Euro hat sich im vergangenen Jahr aufgrund einer vertraglich bedingten Teilrückzahlung des Term Loan C um 10,9 Mio Euro reduziert. Zudem hatte sich das Term Loan B im vierten Quartal 2009 infolge einer Redenominierung eines Teilbetrags von Schwedischer Krone in Euro um 29,4 Mio Euro vermindert. Zum 30. Juni 2011 haben sich darüber hinaus keine Änderungen ergeben.

Fremdkapitalausstattung und Laufzeiten zum 30. Juni 2011



¹⁾ Davon in Anspruch genommen: 276,5 Mio Euro (inklusive Avalinanspruchnahmen)



Rating des ProSiebenSat.1-Konzerns: Kredit-Ratings stellen ein unabhängiges Urteil über die Kreditwürdigkeit eines Unternehmens dar. Die Term Loans der ProSiebenSat.1 Group werden jedoch von den Rating-Agenturen nicht zur Bonitätsbeurteilung herangezogen. Infolgedessen bestehen derzeit keine offiziellen Ratings.



Partielle Verlängerung und vorzeitige Rückführung, Seite 30



Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente: Im Berichtszeitraum bestanden in der ProSiebenSat.1 Group keine wesentlichen außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente. Informationen zum Thema Leasing finden sich im Geschäftsbericht 2010 auf Seite 66

Die Verzinsung der Darlehen (Term Loan B und Term Loan C) sowie die Inanspruchnahmen unter dem RCF erfolgen variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen plus einer zusätzlichen Kreditmarge.



Finanzergebnis, Seite 13

• **Kreditzins.** Risiken aus der Änderung von variablen Zinssätzen werden größtenteils durch derivative Finanzgeschäfte in Form von Zinsswaps abgesichert. Zum 30. Juni 2011 betrug die Absicherungsquote 79 Prozent (30. Juni 2010: 79%). Der durchschnittliche festverzinsliche Swapsatz beläuft sich auf rund 4,6 Prozent pro Jahr. Die Zinssätze sind im zweiten Quartal 2011 im Vergleich zum Vorjahr angestiegen. Aufgrund der geringeren durchschnittlichen Verschuldung des Konzerns sowie einer reduzierten Kreditmarge haben sich die Zinsaufwendungen gegenüber dem zweiten Quartal 2010 jedoch insgesamt um 1,6 Mio Euro auf 53,6 Mio Euro verringert.

• **Kreditmarge.** Die Kreditmarge betrug zum Ende des ersten Halbjahres 2011 für das Term Loan C 1,875 Prozent per annum. Der Kreditvertrag sieht für das Term Loan B und den RCF eine Veränderung der Kreditmarge vor, wenn der Verschuldungsgrad bestimmte Werte erreicht. Infolgedessen reduzierte sich diese Marge gegenüber dem Vorjahr auf 1,5 Prozent per annum (Vorjahr: 1,75% per annum).

Konzernweite Unternehmensfinanzierung

Die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung über die endfälligen Darlehen (Term Loan B und C) und die revolvingende Kreditfazilität beinhaltet Bestimmungen, die die ProSiebenSat.1 Group unter anderem zur Einhaltung bestimmter Finanzkennzahlen verpflichten. Über Einzelheiten der sogenannten Financial Covenants informiert der Geschäftsbericht 2010 auf S. 68. Die ProSiebenSat.1 Group hat die vertraglichen Bestimmungen auch im zweiten Quartal bzw. ersten Halbjahr 2011 erfüllt.

Finanzierungsanalyse

Die Netto-Finanzverschuldung der ProSiebenSat.1 Group – das bedeutet der Saldo aus Kreditverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und den kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten – reduzierte sich gegenüber dem Vorjahresstichtag um 13,2 Prozent oder 433,1 Mio Euro auf 2,842 Mrd Euro. Die erneute Verringerung der Netto-Finanzverschuldung zum 30. Juni 2011 resultiert aus höheren liquiden Mitteln. Auch gegenüber dem Stichtag am 31. Dezember 2010 (3,021 Mrd Euro) hat sich die Netto-Finanzverschuldung aufgrund des höheren Zahlungsmittelbestands verringert.



Anhang, Seite 43

In den liquiden Mitteln zum Stichtag am 30. Juni 2011 sind die Erlöse aus dem Verkauf der TV-Aktivitäten in Belgien mit 192,5 Mio Euro enthalten. Dementsprechend wurde für die Berechnung des recurring EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM recurring EBITDA) der Beitrag der veräußerten Gesellschaften in Belgien bereinigt. Vor diesem Hintergrund ergab das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum LTM recurring EBITDA den Faktor 3,1. Zum Vorjahresstichtag hatte der Wert noch 4,1 betragen. Die Kennzahl verbesserte sich im Halbjahresvergleich aufgrund der gesunkenen Netto-Finanzverschuldung sowie der hohen Ergebnissteigerung gegenüber dem Vorjahresvergleichswert. Zum Stichtag 31. Dezember 2010 betrug der Wert das 3,3-fache des bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate.

Netto-Finanzverschuldung des Konzerns

in Mrd Euro

30.06.2011		2,842
30.06.2010		3,275
30.06.2009		3,427

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Die Kapitalflussrechnung des ProSiebenSat.1-Konzerns zeigt die Herkunft und Verwendung der Zahlungsströme. Dabei wird unterschieden in Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit, Cashflow aus Investitionstätigkeit und Cashflow aus Finanzierungstätigkeit. Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit wird, ausgehend vom Konzernergebnis, indirekt abgeleitet. Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds entspricht den flüssigen Mitteln der Bilanz zum Stichtag.

Das zweite Quartal 2011 war geprägt durch den Verkaufsprozess in Belgien und den Niederlanden. Darüber hinaus fanden keine Ereignisse statt, die zu wesentlichen Veränderungen der Zahlungsströme im zweiten Quartal bzw. ersten Halbjahr 2011 gegenüber den Vorjahresvergleichswerten geführt hätten. Wichtige Cashflow-Kennzahlen für das zweite Quartal unter Berücksichtigung der nicht-fortgeführten belgischen und niederländischen Aktivitäten werden nachfolgend beschrieben:

Der **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit der fortgeführten Aktivitäten** stieg im zweiten Quartal 2011 auf 409,6 Mio Euro und lag damit um 9,9 Prozent bzw. 36,8 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Der hohe Mittelzufluss aus der operativen Tätigkeit des zweiten Quartals 2011 spiegelt die gute Geschäftsentwicklung wider. Auch auf Halbjahressicht verbesserte sich der operative Cashflow gegenüber dem Vorjahr deutlich und steigt um 8,6 Prozent auf 625,9 Mio Euro (Vorjahr: 576,5 Mio Euro). Inklusive der Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden flossen aus der operativen Tätigkeit im zweiten Quartal 2011 413,8 Mio Euro zu. Dies entspricht einem leichten Rückgang gegenüber dem zweiten Quartal 2010 von 3,7 Prozent bzw. 16,0 Mio Euro, der aus den nicht-fortgeführten Aktivitäten resultiert.



Schwerpunkt der **Investitionstätigkeit** der ProSiebenSat.1 Group ist der Lizenzeinkauf sowie der Programmwerb durch Auftrags- und Fremdproduktion. Der Mittelabfluss aus dem Programmwerb der fortgeführten Aktivitäten stieg im zweiten Quartal 2011 auf 232,2 Mio Euro und lag damit um 5,7 Prozent bzw. 12,5 Mio Euro über dem Vorjahr. Darüber hinaus war die Investitionstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group in der Berichtsperiode wesentlich durch die Kaufpreiszahlung für die belgischen Gesellschaften geprägt. Insgesamt flossen vor diesem Hintergrund 192,0 Mio Euro (Vorjahr: -13,2 Mio Euro) zu. Im Zusammenhang mit Zugängen aus Akquisitionen resultieren hingegen Mittelabflüsse von 15,5 Mio Euro (Vorjahr: 1,5 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group hat im zweiten Quartal 2011 ihr Games- und Produktionsportfolio ausgebaut und Anteile an Covus Games und The Mob erworben.

Aus den beschriebenen Zahlungsströmen aus der Investitionstätigkeit resultiert damit insgesamt ein Mittelabfluss von 95,5 Mio Euro für das zweite Quartal 2011 (Vorjahr: 275,5 Mio Euro). Davon entfallen mit 258,2 Mio Euro der Großteil auf die fortgeführten Aktivitäten (Vorjahr: 247,1 Mio Euro). Im ersten Halbjahr 2011 flossen aus der Investitionstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten 620,2 Mio Euro ab, nach 603,3 Mio Euro in der ersten Jahreshälfte 2010.

Der **Free Cashflow**, eine der wichtigsten Kennzahlen zur Beurteilung der Finanzkraft des ProSiebenSat.1-Konzerns, verdoppelte sich im zweiten Quartal 2011 auf 318,3 Mio Euro (Vorjahr: 154,3 Mio Euro). Der deutliche Anstieg des Free Cashflows spiegelt neben der guten Ertragslage des Konzerns vor allem die Mittelzuflüsse aus der Veräußerung der belgischen TV-Aktivitäten wider. Auch auf Halbjahressicht hat sich die Kennzahl deutlich verbessert und betrug 195,0 Mio Euro (Vorjahr: 15,3 Mio Euro).

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten** belief sich im zweiten Quartal 2011 auf minus 3,0 Mio Euro gegenüber minus 21,3 Mio Euro im Vorjahr. Der höhere Mittelabfluss in der Vergleichsperiode ist hauptsächlich auf die partielle Rückführung der bestehenden Term Loans im zweiten Quartal 2010 in Höhe von 10,9 Mio Euro zurückzuführen. Zudem flossen im Vorjahr 2,1 Mio Euro für die Zahlung der Dividende ab. Im laufenden Jahr wurde die Dividende in Höhe von 241,2 Mio Euro am 4. Juli 2011 ausbezahlt.

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über eine komfortable Liquiditätssausstattung. Aus den beschriebenen Zahlungsmittelströmen resultiert ein Anstieg der liquiden Mittel zum 30. Juni 2011 um 23,1 Prozent auf insgesamt 923,4 Mio Euro (Vorjahr: 750,3 Mio Euro). Darin sind liquide Mittel von 41,6 Mio Euro aus den zur Veräußerung gehaltenen niederländischen Gesellschaften enthalten.

Kapitalflussrechnung

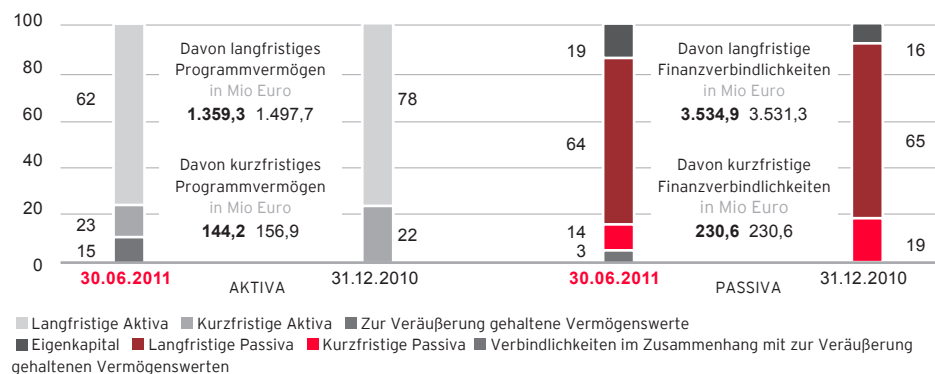
	Q2 2011	Q2 2010	H1 2011	H1 2010
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	84,8	53,5	120,4	71,5
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	47,2	25,8	51,7	30,9
Cashflow	551,0	499,4	980,7	891,7
Veränderung Working Capital	3,1	27,3	-82,3	-16,8
Erhaltene Dividende	3,2	2,5	3,2	2,5
Gezahlte Steuern	-31,2	-31,9	-64,7	-79,2
Gezahlte Zinsen	-51,5	-54,0	-105,1	-110,0
Erhaltene Zinsen	1,8	0,3	3,2	0,9
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	409,6	372,8	625,9	576,5
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	4,2	57,0	73,1	115,0
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-258,2	-247,1	-620,2	-603,3
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	162,7	-28,4	116,2	-72,9
Free Cashflow	318,3	154,3	195,0	15,3
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-3,0	-21,3	-4,4	-23,4
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	- / -	- / -	- / -
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes fortgeführter Aktivitäten	-1,4	12,1	-5,7	20,0
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes nicht-fortgeführter Aktivitäten	-1,6	1,1	-2,2	1,0
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	312,3	146,2	182,7	12,9
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	611,1	604,1	740,7	737,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	923,4	750,3	923,4	750,3
Abzüglich zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	-41,6	- / -	-41,6	- / -
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende aus fortgeführten Aktivitäten	881,8	750,3	881,8	750,3

Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

Die Entkonsolidierung der belgischen Aktivitäten und der Verkaufsprozess in den Niederlanden führten zu strukturellen Veränderungen in der Konzernbilanz. So werden die Vermögenspositionen und Verbindlichkeiten der niederländischen Aktivitäten zum 30. Juni 2011 in den entsprechenden kurzfristigen Bilanzpositionen ausgewiesen. Die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten der niederländischen Tochterunternehmen wurden in die Position „Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte“ umgegliedert bzw. als „Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten“ ausgewiesen. Die belgischen Tochterunternehmen wurden mit Vollzug des Verkaufs Anfang Juni 2011 entkonsolidiert.

Bilanzstruktur

Angaben in Prozent



Anhang, ab Seite 38

Wesentliche Effekte zum 30. Juni 2011 auf die wertmäßig größten Bilanzwerte werden nachfolgend erläutert:

Das **Programmvermögen** betrug 1,504 Mrd Euro und lag damit um 9,1 Prozent bzw. 151,1 Mio Euro unter dem Wert zum 31. Dezember 2010. Auch die **immateriellen Vermögenswerte** verzeichneten insbesondere aufgrund der Entkonsolidierung der belgischen Aktivitäten und den Umgliederungen der niederländischen Vermögenswerte einen Rückgang gegenüber dem 31. Dezember 2010 um 28,3 Prozent bzw. 859,4 Mio Euro auf 2,178 Mrd Euro.

Die **liquiden Mittel** erhöhten sich gegenüber dem Vorjahresstichtag im Dezember um 19,0 Prozent auf 881,8 Mio Euro. Der Anstieg um 141,1 Mio Euro ist zum einen auf die positive Geschäftsentwicklung der ProSiebenSat.1 Group im ersten Halbjahr 2011, zum anderen auf den Veräußerungserlös der belgischen Aktivitäten zurückzuführen. Die liquiden Mittel einschließlich der niederländischen Aktivitäten betrugen 923,4 Mio Euro (Vorjahr: 750,3 Mio Euro).

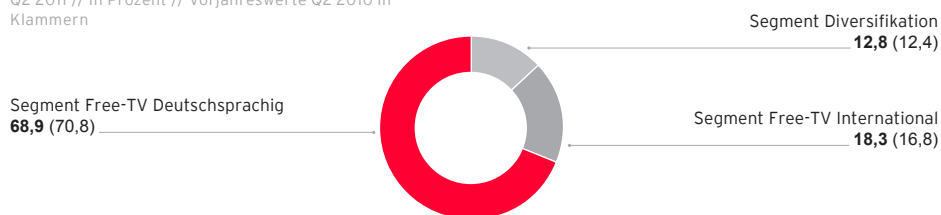
Die positive operative Geschäftsentwicklung hat auch die Eigenkapitalbasis des Konzerns gestärkt. Das **Eigenkapital** stieg um 17,2 Prozent auf 1,202 Mrd Euro (31. Dezember 2010: 1,026 Mrd Euro). Die entsprechende Eigenkapitalquote erhöhte sich damit auf 19,1 Prozent (31. Dezember 2010: 16,2%).

Darüber hinaus ergaben sich keine wesentlichen bilanziellen Änderungen. Die **Bilanzsumme** des Konzerns war mit 6,295 Mrd Euro nahezu konstant (31. Dezember 2010: 6,316 Mrd Euro).

Segmentbericht

Umsatz nach Segmenten aus fortgeführten Aktivitäten

Q2 2011 // In Prozent // Vorjahreswerte Q2 2010 in Klammern



Segment Free-TV deutschsprachig

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal

Der externe Umsatz des Segments Free-TV in Deutschland, Österreich und der Schweiz stieg im zweiten Quartal 2011 um 3,7 Prozent auf 477,2 Mio Euro (Vorjahr: 460,3 Mio Euro). Die Gruppe konnte in allen drei Märkten ihre Einnahmen aus der Vermarktung von TV-Werbung steigern. Das Umsatzwachstum führte zu einem Anstieg des um Einmaleffekte bereinigten EBITDA um 3,0 Prozent bzw. 5,2 Mio Euro auf 176,8 Mio Euro. Das EBITDA lag mit 179,4 Mio Euro um 58,6 Prozent bzw. 66,3 Mio Euro über dem Vorjahresniveau. Darin enthalten sind Einmaleffekte von 2,6 Mio Euro, gegenüber minus 58,5 Mio Euro im Vorjahr. Im zweiten Quartal 2010 ergaben sich insbesondere im Zusammenhang mit der Veräußerung von N24 vergleichsweise hohe einmalige Aufwendungen.

Kennzahlen Segment Free-TV deutschsprachig

Externer Segmentumsatz // in Mio Euro		Recurring EBITDA // in Mio Euro	
Q2 2011	477,2	Q2 2011	176,8
Q2 2010	460,3	Q2 2010	171,6
Q2 2009	424,6	Q2 2009	127,3

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr

Der Umsatzbeitrag des Segments Free-TV in Deutschland, Österreich und der Schweiz verzeichnete im ersten Halbjahr 2011 ein Wachstum um 13,7 Mio Euro auf 891,7 Mio Euro (+1,6 Prozent). Das recurring EBITDA erreichte 274,9 Mio Euro und lag damit um 2,8 Prozent bzw. 7,6 Mio Euro über Vorjahr. Das EBITDA stieg um 32,5 Prozent auf 270,1 Mio Euro (Vorjahr: 203,9 Mio Euro).

Kennzahlen Segment Free-TV deutschsprachig

Externer Segmentumsatz // in Mio Euro		Recurring EBITDA // in Mio Euro	
H1 2011	891,7	H1 2011	274,9
H1 2010	878,0	H1 2010	267,3
H1 2009	813,4	H1 2009	195,4

Segment Free-TV International

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal

Das Segment Free-TV International, zu dem nach dem Verkauf der TV-Gesellschaften in den Niederlanden und Belgien künftig noch die TV-Aktivitäten im nord- und osteuropäischen Raum zählen, setzte seinen Wachstumskurs fort.

Die ProSiebenSat.1 Group profitierte im zweiten Quartal 2011 von der anhaltenden starken Dynamik in den nordischen Märkten und konnte ihre TV-Werbeeinnahmen vor allem in Norwegen und Dänemark weiter steigern. Höhere Distributionserlöse trieben zudem das Umsatzwachstum an. In Osteuropa blieben die TV-Werbeeinnahmen konjunkturbedingt hingegen leicht unter Vorjahresniveau. Insgesamt erreichten die externen Umsatzerlöse aus fortgeführten Aktivitäten 126,6 Mio Euro und lagen damit um 16,1 Prozent oder 17,6 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Das recurring EBITDA wuchs gegenüber dem Vorjahr um 9,2 Prozent oder 2,8 Mio Euro auf 33,1 Mio Euro. Das EBITDA verminderte sich hingegen aufgrund von Einmaleffekten um 11,7 Prozent auf 27,1 Mio Euro (Vorjahr: 30,7 Mio Euro).

Kennzahlen für das Segment Free-TV International

	Segment Free-TV International inkl. nicht- fortgeführte Aktivitäten		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
In Mio Euro	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010
Umsatz	218,8	204,8	92,2	95,8	126,6	109,0
Recurring EBITDA	62,7	65,0	29,6	34,7	33,1	30,3
EBITDA	78,7	65,4	51,6	34,7	27,1	30,7

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr

Auf Halbjahressicht weist die ProSiebenSat.1 Group ebenfalls ein Umsatz- und Ergebniswachstum in ihrem internationalen TV-Geschäft aus. Der Außenumsatz des Segments Free-TV International aus fortgeführten Aktivitäten stieg aufgrund hoher Werbe- und Distributionserlöse in Nordeuropa um 16,4 Prozent bzw. 32,9 Mio Euro auf 234,0 Mio Euro. Das recurring EBITDA verzeichnete eine Zunahme um 17,4 Prozent auf 51,9 Mio Euro (Vorjahr: 44,2 Mio Euro), das EBITDA erhöhte sich um 18,4 Prozent auf 50,9 Mio Euro (Vorjahr: 43,0 Mio Euro).

Kennzahlen für das Segment Free-TV International

	Segment Free-TV International inkl. nicht- fortgeführte Aktivitäten		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
In Mio Euro	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010
Umsatz	399,8	365,6	165,8	164,5	234,0	201,1
Recurring EBITDA	90,5	84,3	38,6	40,1	51,9	44,2
EBITDA	106,3	83,1	55,4	40,1	50,9	43,0

Segment Diversifikation

Das Segment Diversifikation erfasst alle Aktivitäten jenseits des klassischen werbefinanzierten TV-Geschäfts. Die niederländische Print-Sparte wird aufgrund des geplanten Verkaufs als nicht-fortgeführte Aktivitäten ausgewiesen. Folgende Analyse bezieht sich auf das fortgeführte Geschäft:

Kennzahlen für das Segment Diversifikation

	Segment Diversifikation inkl. nicht-fortgeführte Aktivitäten		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
In Mio Euro	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010
Umsatz	103,6	96,1	15,2	15,4	88,4	80,7
Recurring EBITDA	32,8	27,4	6,0	6,2	26,8	21,2
EBITDA	8,0	27,1	6,0	6,2	2,0	20,9

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal

Die externen Erlöse des Segments Diversifikation aus fortgeführten Aktivitäten stiegen in den Monaten April bis Juni 2011 weiter an und betrugen 88,4 Mio Euro. Dies entspricht einem Wachstum gegenüber dem zweiten Quartal 2010 um 9,5 Prozent bzw. 7,7 Mio Euro, das größtenteils auf die Vollkonsolidierung von maxdome zurückzuführen ist. Das Video-on-Demand-Portal maxdome wird seit Januar 2011 vollständig konsolidiert und baut sein Angebot an Serien, Spielfilmen und Musik kontinuierlich aus. Ein weiterer Grund sind höhere Werbeeinnahmen der Radionetzwerke in Nordeuropa. Auch im Bereich Games oder der Vermarktung von Online-Werbung setzte der Medienkonzern sein Umsatzwachstum fort und steigerte seine Erlöse aus Video-Advertising. Neben diesem noch jungen und dynamisch wachsenden Geschäftszweig stiegen die Erlöse aus der Vermarktung von TV-Werbezeiten gegen Umsatzbeteiligung. Mit diesem Geschäftsmodell wendet sich ProSiebenSat.1 gezielt an junge Unternehmen, die bislang nicht im TV geworben haben. Der Umsatzbeitrag des Call-TV-Senders 9Live lag hingegen unter Vorjahr.

Das recurring EBITDA stieg um 26,4 Prozent bzw. 5,6 Mio Euro auf 26,8 Mio Euro. Die Grundlage für das hohe recurring EBITDA bildet das Wachstum der Segmenterlöse bei gleichzeitig geringeren operativen Kosten. Das EBITDA lag hingegen deutlich unter dem Vorjahreswert von 20,9 Mio Euro und betrug 2,0 Mio Euro. Das EBITDA beinhaltet ergebnismindernde Einmaleffekte in Höhe von 24,8 Mio Euro (Vorjahr: -0,3 Mio Euro), die hauptsächlich aus der Einstellung des Live-Sendebetriebs von 9Live resultieren.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr

Auch auf Halbjahressicht lagen die Umsatzerlöse aus fortgeführten Aktivitäten deutlich über dem Vorjahreswert. Die externen Segmenterlöse stiegen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 10,4 Prozent bzw. 15,3 Mio Euro auf 162,3 Mio Euro. Das recurring EBITDA verbesserte sich gegenüber der ersten Jahreshälfte 2010 um 31,7 Prozent auf 38,6 Mio Euro (Vorjahr: 29,3 Mio Euro). Das EBITDA verzeichnete infolge der einmaligen Aufwendungen im zweiten Quartal 2011 einen Rückgang von 47,9 Prozent auf 13,6 Mio Euro (Vorjahr: 26,1 Mio Euro).

Kennzahlen für das Segment Diversifikation

	Segment Diversifikation inkl. nicht-fortgeführte Aktivitäten		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
In Mio Euro	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010
Umsatz	192,1	177,0	29,8	30,0	162,3	147,0
Recurring EBITDA	49,5	41,0	10,9	11,7	38,6	29,3
EBITDA	24,5	37,8	10,9	11,7	13,6	26,1

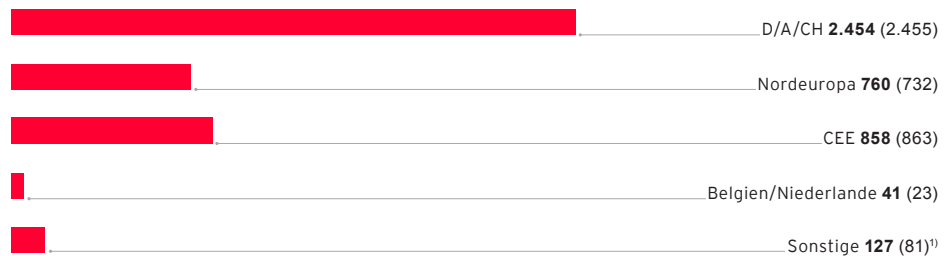
Mitarbeiter

Die ProSiebenSat.1 Group beschäftigte im ersten Halbjahr 2011 insgesamt 4.240 Mitarbeiter (Vorjahr: 4.154 durchschnittlich vollzeitäquivalente Stellen). In den genannten Werten sind die Mitarbeiter der veräußerten Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden nicht enthalten.

Im deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz) lag die Anzahl der Mitarbeiter bei 2.454 (Vorjahr: 2.455), dies entspricht einem Anteil von 57,9 Prozent am Gesamtkonzern (Vorjahr: 59,1 Prozent). Durch die Mehrheitsbeteiligungen an The Mob Film Holdings, Kinetic Content sowie dem Kauf von Covus Games sind 47 Stellen hinzugekommen. Der Personalaufwand des Konzerns aus fortgeführten Aktivitäten stieg vor diesem Hintergrund im ersten Halbjahr 2011 um 3,1 Prozent auf 164,8 Mio Euro (Vorjahr: 159,8 Mio Euro).

Mitarbeiter nach Regionen aus fortgeführten Aktivitäten

Durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen, Vorjahreswert H1 2010 in Klammern



¹⁾ Mitarbeiter in USA und UK



Ausführliche Informationen zum Thema Mitarbeiter bei ProSiebenSat.1 beinhaltet der Geschäftsbericht 2010 ab Seite 75.

In Deutschland waren zum Stichtag am 30. Juni 2011 48,9 Prozent der Angestellten weiblich (Vorjahr: 50,5%) und 51,1 Prozent der Angestellten männlich (Vorjahr: 49,5%). Im Management ist die Frauenquote mit knapp 30 Prozent ebenfalls hoch.

Positionierung als attraktiver Arbeitgeber. Qualifizierte, leistungsstarke und motivierte Mitarbeiter sind eine zentrale Voraussetzung für den Erfolg der ProSiebenSat.1 Group. Deshalb bietet der Konzern seinen Angestellten mit der ProSiebenSat.1 Academy ein umfangreiches Weiterbildungsprogramm. Gleichzeitig ist es von großer Bedeutung, dass sich ProSiebenSat.1 im freien Arbeitsmarkt als attraktiver Arbeitgeber positioniert. Eine wichtige Zielgruppe für ProSiebenSat.1 sind junge Nachwuchstalente. Hier ist es besonders wichtig, frühzeitig mit potenziellen Berufseinsteigern in Kontakt zu treten. Aus diesem Grund ist das Unternehmen im zweiten Quartal 2011 neue Hochschulk Kooperationen eingegangen. Künftig wird der Konzern unter anderem mit der Hamburg Media School sowie mit der Hochschule der Medien in Stuttgart zusammenarbeiten. Um ProSiebenSat.1 als attraktiven Arbeitgeber bei jungen Menschen zu verankern und zielgruppengerecht zu kommunizieren, hat das Unternehmen zum Ende des zweiten Quartals zudem einen Auftritt auf Facebook gestartet.

Die ProSiebenSat.1-Aktie

Die Börsenentwicklung war im Verlauf des ersten Halbjahres 2011 von gemischten Signalen geprägt. Wachsende Unternehmensgewinne und erfreuliche Konjunkturdaten stimulierten eine freundliche Börsenstimmung. Gleichzeitig führte die anhaltend angespannte Haushaltslage in den Ländern der Eurozone zu einem gegenläufigen Effekt. In diesem Umfeld entwickelte sich auch die ProSiebenSat.1-Aktie volatil.

Vom verabschiedeten Rettungspaket Griechenlands positiv beeinflusst, gewannen die Kapitalmärkte Ende Juni wieder an Auftrieb. So notierte der DAX am 30. Juni 2011 um 5,5 Prozent, der MDAX um 7,3 Prozent höher als zu Jahresbeginn. Der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex Euro Stoxx Media, in dem auch die ProSiebenSat.1-Aktie enthalten ist, beendete das erste Halbjahr 2011 dagegen mit einem Minus von 6,4 Prozent deutlich schwächer als zu Jahresbeginn. Die Unsicherheit über die Entwicklung der europäischen Werbemärkte wirkte sich negativ auf die Kursentwicklung der Medienwerte aus.

Am 30. Juni 2011 schloss die ProSiebenSat.1-Aktie bei 19,55 Euro und notierte damit gegenüber einem Kurs von 22,80 Euro zu Jahresbeginn schwächer. Im Vorjahresvergleich ist ihr Wert hingegen um 61,3 Prozent gestiegen.

ProSiebenSat.1-Aktie: Kursentwicklung



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

		03.01.- 30.06.2011	04.01.- 30.06.2010	02.01.- 30.06.2009	02.01.- 30.06.2008	02.01.- 30.06.2007
Höchster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	24,80	14,20	4,65	16,62	29,50
Tiefster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	17,15	8,13	0,90	6,06	24,00
Schlusskurs XETRA	Euro	19,55	12,12	3,92	6,37	29,28
Aktienumsatz XETRA insgesamt	Stück	112.534.991	110.761.919	138.132.325	151.348.884	88.056.550
Aktienumsatz XETRA						
Durchschnittliches Handelsvolumen je Tag	Stück	886.102	879.063	1.105.059	1.201.182	704.452

Kennzahlen zur ProSiebenSat.1-Aktie

		2011	2010	2009	2008	2007
Grundkapital zum Bilanzstichtag	Stück	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200
Anzahl Vorzugsaktien zum Bilanzstichtag ¹⁾	Stück	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600
Anzahl Stammaktien zum Bilanzstichtag (nicht notiert)	Stück	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600
Dividende je Vorzugsaktie	Euro	- / -	1,14 ²⁾	0,02	0,02	1,25
Dividendensumme	Mio Euro	- / -	241,2 ²⁾	2,1	2,1	269,9

¹⁾ Inkl. eigener Aktien. ²⁾ Die Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2010 fand am 1. Juli 2011 statt. Die Dividende wurde am 4. Juli 2011 ausgeschüttet.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Verschiedene für die ProSiebenSat.1 Group wichtige Vermögenswerte sind nicht in der Bilanz erfasst: die Werte bestimmter Sendermarken, die Reichweite und Qualität der ProSiebenSat.1-Programme oder Organisationsvorteile, die sich aus der komplementären Programmgestaltung der Senderfamilien ergeben. Auch das Mitarbeiterpotenzial, die Unternehmensreputation oder das gesellschaftliche Engagement sind wichtige Erfolgsfaktoren des ProSiebenSat.1-Konzerns, die nicht finanziell bewertet werden.

ProSiebenSat.1 übernimmt gesellschaftliche Verantwortung. Als eines der größten Medienunternehmen Europas erreicht die ProSiebenSat.1 Group täglich viele Millionen Menschen. Über unsere TV-Sender und digitalen Medien unterstützen wir die öffentliche Meinungsbildung. Daraus leitet sich für uns eine besondere gesellschaftliche Verantwortung ab. Gleichzeitig haben wir über die Reichweite unserer Medien die Möglichkeit, wichtige Themen in den öffentlichen Fokus zu rücken.

Ein aktuelles Beispiel ist der „Tolerance Day“ auf ProSieben. In einer umfangreichen TV- und Internetkampagne sprachen Stars wie Sara Nuru oder der Moderator Aiman Abdallah am 8. April unter dem Motto „Enjoy Difference. Start Tolerance.“ über ihre Erfahrungen und ihr Verständnis von Toleranz. In TV-Magazinen wie „taff“ oder „Galileo“ beleuchtete ProSieben das Thema von verschiedenen Seiten. Zur Primetime zeigte der Sender den deutschen Spielfilm „Die Welle“, der sich kritisch mit autoritären Gesellschaftsformen auseinandersetzt. Eine Umfrage zeigte, dass die Zuschauer das Engagement von ProSieben schätzen. Zwei Drittel bewerteten den Aktionstag als „gut“ oder „sehr gut“, 80 Prozent befürworteten weitere Projekte dieser Art.

ZUSAMMEN MEHR BEWEGEN

//01 Unter dem Motto "Enjoy Difference. Start Tolerance" rief ProSieben den 8. April zum TOLERANCE DAY aus. In Dokumentationen, Magazinen und Filmen ging es um das Thema Toleranz. //02, 04 Bei den Aktionen "Green Seven" (ProSieben) und "Love Green" (SAT.1) geben die beiden Sender Tipps, wie jeder etwas zum Schutz der Umwelt beitragen kann. //03 Der rumänische Sender Prima TV ruft bei "Stop Indifferentei" dazu auf, Kleider, Bücher und Spielzeug für hilfsbedürftige Menschen zu spenden.



//01



//04



//02



//03



Die ProSiebenSat.1 Group betreibt intensive Marktforschung in allen Bereichen, die sich aus ihrer Geschäftstätigkeit ergeben oder in denen das Unternehmen Wachstumspotenzial sieht. Marktforschungsaktivitäten entsprechen jedoch nicht der Definition von Forschung und Entwicklung nach IAS 38.8, so dass diese Angaben im Lagebericht entfallen.

ProSiebenSat.1 Group setzt auf „Grünen Strom“. Die ProSiebenSat.1 Group stellt ihre Energieversorgung am Standort München/Unterföhring auf regenerative Quellen um. Dazu hat das Unternehmen im April 2011 einen Vertrag mit einem Anbieter geschlossen, der umweltfreundliche Energie aus Wasserkraft erzeugt. Damit wird die ProSiebenSat.1 Group ihren CO₂-Fußabdruck deutlich verringern: Bisher verbraucht das Unternehmen an seinem Hauptstandort jährlich über 16 GW/h Strom. Durch die Umstellung auf regenerative Energiequellen vermindert die Gruppe den CO₂-Ausstoß jährlich um 8.100 Tonnen CO₂ und 11 Kilogramm radioaktiven Abfall. Damit leistet die ProSiebenSat.1 Group einen wichtigen Beitrag zum Schutz der Umwelt.

Nachtragsbericht



Portfoliomaßnahmen, Seite 10



Anhang, Seite 47

Nach Abschluss der Berichtsperiode wurde der Verkauf der Aktivitäten in den Niederlanden vollzogen. Das sogenannte Closing erfolgte am 29. Juli 2011. Die ProSiebenSat.1 Group wird die Erlöse aus dem Verkauf der niederländischen und belgischen Aktivitäten für die vorzeitige Rückführung ihrer Kredite um 1,2 Mrd Euro verwenden. Im Sinne einer proaktiven Bilanzmanagements hat das Unternehmen auch die Laufzeit für rund 2,1 Mrd Euro und damit eines wesentlichen Teils seiner Darlehen bis Juli 2016 verlängert. Die ProSiebenSat.1 Group hat ihren Kreditgebern am 18. Juli 2011 ein entsprechendes Angebot vorgelegt und am 29. Juli 2011 die Zustimmung erhalten.

Die ProSiebenSat.1 Group hat in den vergangenen Monaten zudem ihr Games-Portfolio ausgebaut und über ihre Tochterfirma ProSiebenSat.1 Digital das Unternehmen burda:ic übernommen. Die Akquisition wurde am 1. Juli 2011 vollzogen. burda:ic ist einer der führenden Publisher kostenloser Online-Spiele in Europa.

Darüber hinaus sind zwischen dem Ende des zweiten Quartals 2011 und dem 3. August, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group beziehungsweise der ProSiebenSat.1 Media AG haben.

Risiken- und Chancenbericht

Gegenüber dem 31. Dezember 2010 hat sich keine grundlegende Änderung der Risikolage ergeben. Der Vorstand bewertet die Gesamtrisikolage zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Lageberichts weiterhin als begrenzt und beherrschbar. Es sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group führen könnten. Auf Basis unserer Planungskenntnisse sind auch keine wesentlichen Änderungen zu erwarten, die den Fortbestand der ProSiebenSat.1 Group künftig gefährden könnten.

Effektives Risiko- und Chancenmanagement bei der ProSiebenSat.1 Group. Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG werden im Rahmen der Risikoberichterstattung regelmäßig über potenzielle Risiken informiert, welche die Geschäftsentwicklung der ProSiebenSat.1 Group maßgeblich beeinflussen könnten. Basis hierfür bildet ein systematisches Management von Risiken im Konzern. Der Risikomanagementprozess umfasst die Identifikation von Risiken und Chancen, deren Bewertung, den Einsatz von Steuerungsinstrumenten sowie die Risikoüberwachung. Über das konzernweite Risikomanagement werden quartalsweise die wesentlichen Risiken identifiziert und im Rahmen der Risikoanalyse unter dem Aspekt der Eintrittswahrscheinlichkeit und ihrer Auswirkung auf den Unternehmenserfolg bewertet. Auf diese Weise werden kritische Erfolgsfaktoren fortlaufend beobachtet, so dass signifikante Abweichungen frühzeitig erkannt und geeignete Maßnahmen zur Gegensteuerung eingeleitet bzw. Chancen entsprechend genutzt werden können.



Konjunkturausblick, Seite 28

Aufgrund der Konjunktursensibilität der Werbemärkte wird der Geschäftsverlauf der ProSiebenSat.1 Group maßgeblich von makroökonomischen Parametern beeinflusst. Die Analyse der Konjunktur- und Werbemarktentwicklung ist daher ein wichtiger Bestandteil des konzernweiten Risikomanagements bei ProSiebenSat.1. Mit der Festigung des Aufschwungs haben die Konjunkturrisiken in den vergangenen Monaten weiter abgenommen. Allerdings stehen Konjunkturprognosen immer unter dem Vorbehalt bestimmter

Prämissen und unterliegen somit auch Unsicherheiten. So könnte sich unter anderem die anhaltend angespannte Haushaltslage in einigen Ländern der Eurozone bei einer weiteren Zuspitzung negativ auswirken.

Gesamtrisikolage

Die Gesamtrisikosituation ist das Resultat der eingehenden Analyse der wichtigsten Einzelrisiken bzw. der konsolidierten Betrachtung der Hauptrisikogruppen („Externe Risiken“, „Content Risiken“, „Technologische Risiken“, „Vertriebsrisiken“, „Organisatorische Risiken“, „Finanzwirtschaftliche Risiken“ sowie „Compliance Risiken“). Chancen und Risiken sowie deren positive und negative Veränderungen werden nicht gegeneinander aufgerechnet.

Für eine umfassende Darstellung der Risikokategorien und des konzernweit gültigen Risikomanagementsystems verweisen wir auf die Ausführungen im Geschäftsbericht 2010 ab Seite 89, potenzielle Chancen werden im Geschäftsbericht 2010 ab Seite 102 beschrieben. Darüber hinaus hat ProSiebenSat.1 keine weiteren wesentlichen Chancen oder Risiken identifiziert.

Prognosebericht

Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Nach über fünf Prozent Plus im Jahr 2010 wird die Weltwirtschaft im laufenden Jahr 2011 ihren Expansionskurs voraussichtlich fortsetzen, allerdings mit etwas gebremster Dynamik. Sonderfaktoren wie das Erdbebenunglück in Japan oder die politischen Unruhen im arabischen Raum haben das Expansionstempo in den letzten Monaten gedrosselt. Risiken wie die schwache US-amerikanische Wirtschaft oder die Staatsschuldenkrise haben sich zuletzt verstärkt. Insgesamt prognostiziert der Internationale Währungsfonds für das Jahr 2011 ein reales Plus der Weltwirtschaft von 4,3 Prozent.

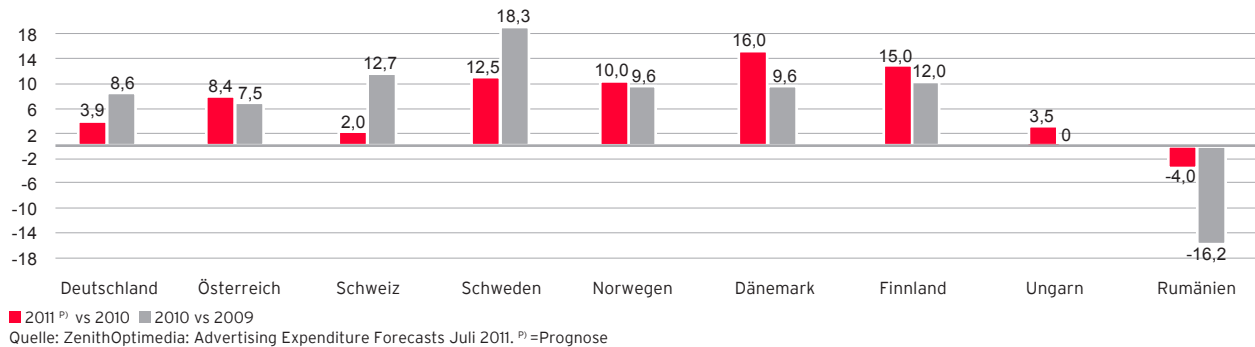
Für Europa rechnet die Europäische Kommission derzeit mit einer Wachstumsrate von 1,8 Prozent (EU27), für die Eurozone mit einem etwas schwächeren Plus von 1,6 Prozent (EU17). Regional gibt es allerdings zum Teil deutliche Unterschiede in den Entwicklungsgeschwindigkeiten. Während sich die Konjunkturlage in einigen Ländern verbessert, sind die Wachstumserwartungen für Volkswirtschaften mit Schuldenproblemen wie Irland, Griechenland oder Portugal sehr gedämpft. Vertrauensverlust und Verunsicherung könnten zudem auf größere Mitglieder der Währungsunion wie Spanien oder Italien übergreifen.

Deutschlands wirtschaftliche Perspektiven sind weiterhin gut. Führende Wirtschaftsforschungsinstitute rechnen für 2011 derzeit mit rund dreieinhalb Prozent Wachstum (ifo: +3,3%, RWI: +3,7%). Die Konjunktur wird voraussichtlich von der Auslands- wie von der Inlandsnachfrage getragen. Steigende Verbraucherpreise könnten das freundliche Konsumklima zwar negativ beeinflussen, die Arbeitsmarktsituation und die entsprechenden Einkommensperspektiven setzen dagegen jedoch deutlich positive Impulse. Auch in den skandinavischen Ländern dürfte die Wirtschaftsleistung weiterhin steigen. Die osteuropäischen Nachbarn kehren allmählich auf den Wachstumspfad zurück, wenn auch noch nicht mit der Dynamik früherer Jahre.

Werbemarkt und makroökonomische Rahmenbedingungen korrelieren üblicherweise stark. Auch 2010 ging das starke Wirtschaftswachstum in Deutschland mit einem deutlichen Wachstumsschub bei den Werbeinvestitionen einher. Laut ZAW legten die Werbeinvestitionen 2010 um netto 2,1 Prozent zu, die Investitionen in TV-Werbung um 8,6 Prozent netto. Der Aufschwung scheint sich 2011 zu stabilisieren, wenngleich sich die Dynamik gegenüber dem Vorjahr abgeschwächt hat. Die Agenturgruppe Zenith prognostiziert derzeit für Deutschland ein immer noch gutes, aber nicht mehr ganz so hohes Wachstum der Netto-Werbeinvestitionen um 3,9 Prozent im Gesamtjahr 2011 (PWC: +3,7%, WARC: +3,7%). Die Aussichten für die meisten internationalen TV-Werbemärkte der ProSiebenSat.1 Group sind positiv, wobei vor allem für die Werbewirtschaft in den nordischen Ländern ein stärkeres Wachstum erwartet wird.

Erwartete Entwicklung der TV-Werbeinvestitionen in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Fernsehmärkten

Veränderung gegenüber Vorjahr in Prozent

**Künftige branchenspezifische Rahmenbedingungen**

Auch in der digitalen Welt ist die Bedeutung des Fernsehens ungebrochen hoch. Im ersten Halbjahr 2011 ist die Sehdauer erneut gestiegen und liegt in der jungen Zielgruppe (14-49) nun bei 196 Minuten pro Tag. Gleichzeitig nimmt die Bedeutung von Bildschirmmedien stetig zu. Bei jungen Nutzern findet 66 Prozent der Mediennutzung über ein Bildschirmmedium statt. Für die ProSiebenSat.1 Group bietet diese Entwicklung sowohl im Zuschauer- als auch im Werbemarkt große Chancen. Als TV-Unternehmen verfügt die Gruppe neben starken Distributionskanälen über einen umfangreichen Bestand an hochwertigem Video-Inventar, das sie auf eigenen Plattformen von TV über Mobile bis zu Online und Video-on-Demand ausstrahlen kann. Im Werbemarkt öffnet die Popularität von Bildschirmmedien beispielsweise im Bereich der so genannten VideoAds einen Wachstumsmarkt. Bewegtbildwerbung im Internet verzeichnet jährlich dreistellige Wachstumsraten, 2010 erhöhten sich die Bruttoumsätze in Deutschland um 159 Prozent. Auch hier profitiert ProSiebenSat.1 von eigenen attraktiven Inhalten, in deren Onlineumfeld sie Werbespots schalten kann. Dies ist ein entscheidender Vorteil gegenüber Wettbewerbern.

Unternehmensausblick

Der Verkaufsprozess in Belgien und den Niederlanden verändert das Portfolio der ProSiebenSat.1 Group deutlich. Diese Portfolioänderungen werden in unseren Planwerten für das Jahr 2011 entsprechend berücksichtigt. Auf die im Geschäftsbericht 2010 formulierten qualitativen Trendaussagen zur Umsatz- und Ergebnisentwicklung hat dies jedoch keine Auswirkungen.



Die ProSiebenSat.1 Group hat im Geschäftsbericht 2010 (Seite 106ff) einen Ausblick für das Gesamtjahr gegeben.



Gesamtaussage des Vorstands zur erwarteten Entwicklung, Seite 3



Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf, Seite 15

Wir rechnen auf Jahressicht unverändert mit einem stabilen bis niedrig einstelligen Nettowachstum des deutschen Werbemarkts. Für unsere internationalen Märkte haben wir unseren Planungen mit Ausnahme Osteuropas sehr positive Konjunkturdaten für das Jahr 2011 zugrunde gelegt und gehen davon aus, dass vor allem die nordeuropäischen Märkte dynamisch wachsen. Da die Buchungen von TV-Werbung allerdings sehr kurzfristig erfolgen, sind Prognosen stets mit gewissen Unsicherheiten behaftet. Auf Jahressicht schränkt zudem die große Bedeutung des vierten Quartals für die Umsatzperformance der ProSiebenSat.1 Group die Planungssicherheit ein. So realisiert der Konzern mit einem Anteil von rund 30 Prozent den Großteil seines Jahresumsatzes im vierten Quartal.

Die ProSiebenSat.1 Group bekräftigt auf Grundlage der guten Geschäftsentwicklung in allen Segmenten ihren positiven Jahresausblick. Das Unternehmen strebt - auch auf Basis fortgeführter Aktivitäten - für das Jahr 2011 ein Wachstum des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Dazu werden alle Segmente beitragen: Für das deutschsprachige TV-Segment erwartet das Unternehmen ein Umsatzwachstum in mindestens niedrigen einstelligen Prozentbereich. In den Segmenten Free-TV International und Diversifikation geht ProSiebenSat.1 davon aus, das dynamische Umsatzwachstum

fortsetzen zu können. Dies wird auch auf Jahressicht zu einer signifikanten Zunahme des Netto-Ergebnisses führen. In Bezug auf das recurring EBITDA aus fortgeführter Tätigkeit wird die ProSiebenSat.1 Group ebenfalls ihren Wachstumskurs fortsetzen und erwartet einen neuen Höchstwert.

Eine wichtige Maßgabe zur Erreichung unserer finanziellen Ziele bleibt die Fortsetzung unserer Kostendisziplin. Für den bedeutendsten Kostenfaktor eines TV-Konzerns, das Programmvermögen, ist es unser Ziel, dass die Aufwendungen im Jahr 2011 moderat, in jedem Fall unterhalb der Umsatzwachstumsrate, steigen. Insgesamt dürften die operativen Kosten aus dem fortgeführten Geschäft aufgrund von Investitionen in neue Wachstumsfelder wie des Content-Produktionsbereichs, des Video-on-Demand-Portals max-dome und neuer TV-Sender gegenüber dem Vorjahr moderat zulegen.

Die Finanzierung des Konzerns ist langfristig gesichert. Dennoch analysieren wir regelmäßig verschiedene Möglichkeiten, um unsere Kapitalstruktur zu verbessern. Die ProSiebenSat.1 Group wird einen Großteil ihrer im Juli 2014 bzw. Juli 2015 endfälligen Darlehen bis Juli 2016 verlängern und gleichzeitig einen Darlehensbetrag von bis zu 1,2 Mrd Euro vorzeitig zurückführen. Die entsprechende Zustimmung der Kreditgeber hat ProSiebenSat.1 nach Abschluss der Berichtsperiode erhalten. Diese Maßnahmen werden den Verschuldungsgrad und das Zinsergebnis des Konzerns nochmals deutlich verbessern. Kurz- bis mittelfristig soll der Verschuldungsgrad auf den Faktor 1,5 bis 2,5 sinken. Zum Jahresende 2011 sollte der Wert bereits innerhalb dieses Korridors liegen.

Anmerkung zu den vorausschauenden Aussagen zur künftigen Vermögens-, Finanz- und Ertragslage.

Unsere Prognose basiert auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Risiken und Unsicherheiten, die diese Prognose belasten können, sind zum Beispiel eine Verlangsamung der Konjunkturerholung, ein Rückgang der Werbeinvestitionen, steigende Kosten der Programmbeschaffung, Veränderungen der Wechselkurse oder Zinssätze, negative Quotentrends oder gar eine dauerhafte Veränderung des Mediennutzungsverhaltens, Änderungen von Gesetzen, regulatorischen Bestimmungen und medienpolitische Richtlinien. Weitere Unsicherheitsfaktoren werden im Risikobericht des Geschäftsberichts 2010 ab Seite 89 beschrieben. Sollte eine oder gar mehrere dieser Unwägbarkeiten eintreten oder sollten die den vorausschauenden Aussagen zugrunde liegenden Annahmen nicht eintreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen.



PROGRAMMAUSBLICK

Die Highlights der kommenden Monate

PROMIS IN 1775 METERN HÖHE

Janine Kunze und Daniel Aminati laden ab dem 20. August 2011 acht Prominente auf **"Die Alm"**. Die Stars tauschen Designerkleid gegen Arbeitshose, High Heels gegen Bergstiefel und führen in den Südtiroler Bergen ein Leben wie vor hundert Jahren. Die Promis müssen sich komplett selbst versorgen, Kühe melken, Brot backen, den Stall ausmisten und mit Quellwasser duschen. Hier wird sich zeigen, wer auf 1775 Metern wirklich die Lederhosen an hat.



VON TÄNZERN UND PARADIESVÖGELN

Die weltberühmten **„Pinapple Dance Studios“** in London kennt jeder. Internationale Stars wie Mick Jagger und Madonna trainierten schon dort. Ab dem 12. Juli 2011 porträtiert sixx das schillernde Studio in einer Doku-Reihe. Louie Spence, Artistic Director, führt die Zuschauer hinter die Kulissen. Davor gibt es um 20.15 Uhr zur Einstimmung immer einen großen Tanzfilm: sixx holt beim „sixx Dance Summer“ Klassiker wie „Flashdance“ oder „Grease“ aufs Parkett.



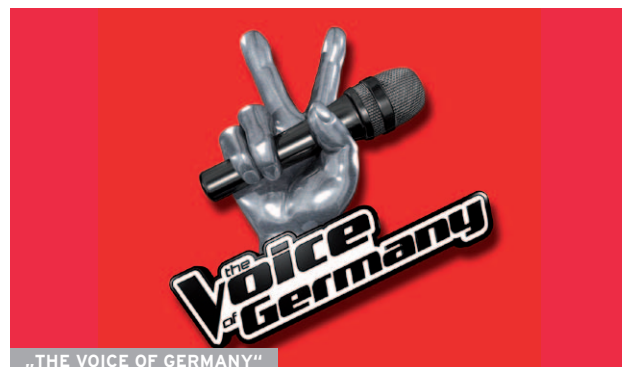
„POPSTARS“ GOES AUSTRIA!

PULS 4 produziert in diesem Jahr zum ersten Mal eine eigene Ausgabe der erfolgreichen Castingshow. Im Sommer startet die Castingtour für **„Popstars - Mission Österreich“**, im Herbst geht die Show auf Sendung. Mit dabei ist ein altbekanntes Gesicht: „Popstars“-Urgestein Detlef D! Soost sitzt auch in der österreichischen Jury.



DAS COMEBACK DES JAHRES

Nach acht Jahren ist die Kreativpause endlich vorbei: Ab September 2011 kommt **„Die Harald Schmidt Show“** zurück auf den SAT.1- Bildschirm. Zweimal wöchentlich nimmt der Altmeister der deutschen Late-Night- Unterhaltung die Ereignisse der Woche in gewohnt bissiger Natur aufs Korn. SAT.1 zeigt die neuen Folgen dienstags und mittwochs um 23.15 Uhr.



„THE VOICE OF GERMANY“

ist die erste Castingshow, bei der nur die Stimme zählt. Prominente Jurymitglieder wie Nena und Xavier Naidoo sitzen während der „Blind Auditions“ mit dem Rücken zur Bühne. Erst wenn sie ein Kandidat wirklich überzeugt hat, bekommen sie ihn auch zu Gesicht. In den USA und den Niederlanden ist die Show bereits ein großer Erfolg. In Deutschland startet **„The Voice of Germany“** im Herbst in SAT.1 und auf ProSieben.



AB AN DEN POKERTISCH

Sie zocken, bis ihre Männer nicht mehr können. Im Herbst startet **„Min mand kan“** auf dem dänischen Kanal 5. Die Show basiert auf dem SAT.1-Format **„Mein Mann kann“**, das bereits in fast 40 Länder verkauft wurde.

Gewinn- und Verlustrechnung

Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro		Q2 2011	Q2 2010*	H1 2011	H1 2010*
Fortgeführte Aktivitäten					
1.	Umsatzerlöse	692,2	650,0	1.288,0	1.226,1
2.	Umsatzkosten	-371,1	-319,0	-730,2	-676,5
3.	Bruttoergebnis vom Umsatz	321,1	331,0	557,8	549,6
4.	Vertriebskosten	-80,8	-86,8	-163,6	-166,8
5.	Verwaltungskosten	-66,7	-115,7	-135,6	-177,3
6.	Sonstiger betrieblicher Ertrag	2,1	1,5	3,3	3,9
7.	Betriebsergebnis	175,7	130,0	261,9	209,4
8.	Ergebnis aus at Equity bewerteten Anteilen	0,1	-2,4	3,2	-2,8
9.	Zinsen und ähnliche Erträge	2,1	1,1	3,7	2,3
10.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-53,6	-55,2	-108,1	-110,8
11.	Zinsergebnis	-51,5	-54,1	-104,4	-108,5
12.	Sonstiges Finanzergebnis	-4,3	4,0	6,6	4,8
13.	Finanzergebnis	-55,7	-52,5	-94,6	-106,5
14.	Ergebnis vor Steuern	120,0	77,5	167,3	102,9
15.	Ertragsteuern	-35,2	-24,0	-46,9	-31,4
16.	Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	84,8	53,5	120,4	71,5
Nicht-fortgeführte Aktivitäten					
17.	Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	47,2	25,8	51,7	30,9
18.	Konzernergebnis	132,0	79,3	172,1	102,4
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Ergebnis		129,0	77,0	167,3	98,8
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter		3,0	2,3	4,8	3,6
Euro					
Ergebnis je Aktie					
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie		0,60	0,36	0,78	0,46
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie		0,61	0,37	0,79	0,47
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie		0,60	0,36	0,78	0,46
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie		0,59	0,36	0,77	0,46
Ergebnis je Aktie fortgeführter Aktivitäten					
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie		0,38	0,24	0,54	0,31
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie		0,39	0,25	0,55	0,32
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie		0,38	0,24	0,54	0,31
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie		0,38	0,24	0,53	0,32
Ergebnis je Aktie nicht-fortgeführter Aktivitäten					
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie		0,22	0,12	0,24	0,15
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie		0,22	0,12	0,24	0,15
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie		0,22	0,12	0,24	0,15
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie		0,21	0,12	0,24	0,14

* Zahlen angepasst. Für Einzelheiten siehe Geschäftsbericht 2010, S. 125.

Gesamtergebnisrechnung

Gesamtergebnisrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro

	Q2 2011	Q2 2010*	H1 2011	H1 2010*
Konzernergebnis	132,0	79,3	172,1	102,4
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung **	-11,1	0,6	-4,4	35,6
Bewertung von Cashflow Hedges	-17,6	38,2	9,3	25,2
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	5,2	-10,7	-1,9	-7,2
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-23,5	28,1	3,0	53,6
Konzern-Gesamtergebnis	108,5	107,4	175,1	156,0
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Gesamtergebnis	105,6	105,1	170,4	152,3
Gesamtergebnisanteil anderer Gesellschafter	2,9	2,3	4,7	3,7

* Zahlen angepasst. Für Einzelheiten siehe Geschäftsbericht 2010, S. 125. ** Enthält Anteile anderer Gesellschafter aus Währungsumrechnungsdifferenzen für das H1 2011 i.H.v. minus 0,1 Mio Euro (H1 2010: 0,1 Mio Euro) und für das Q2 2011 i.H.v. minus 0,1 Mio Euro (Q2 2010: 0,0 Mio Euro).

Bilanz

Bilanz der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro

	30.06.2011	31.12.2010	30.06.2010*
A. Langfristige Vermögenswerte			
I. Immaterielle Vermögenswerte	2.177,7	3.037,1	3.020,9
II. Sachanlagen	218,7	232,2	231,2
III. At Equity bewertete Anteile	0,4	1,1	1,9
IV. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	64,3	63,0	61,6
V. Programmvermögen	1.359,3	1.497,7	1.304,1
VI. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	- / -	- / -	1,8
VII. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	- / -	2,2	2,2
VIII. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	3,2	3,5	5,3
IX. Latente Ertragsteueransprüche	72,9	87,1	106,0
	3.896,5	4.923,9	4.735,0
B. Kurzfristige Vermögenswerte			
I. Programmvermögen	144,2	156,9	318,4
II. Vorräte	2,2	0,5	2,7
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	- / -	0,2	0,2
IV. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	242,7	321,0	252,7
V. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	35,6	32,0	42,3
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	132,0	141,1	202,6
VII. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	881,8	740,7	750,3
VIII. Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	960,4	- / -	- / -
	2.398,9	1.392,4	1.569,2
Bilanzsumme	6.295,4	6.316,3	6.304,2

* Zahlen angepasst. Für Einzelheiten siehe Geschäftsbericht 2010, S. 125.

in Mio Euro

	30.06.2011	31.12.2010	30.06.2010*
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	218,8	218,8	218,8
II. Kapitalrücklage	578,5	577,6	579,7
III. Gewinnrücklage	553,6	386,2	172,2
IV. Eigene Anteile	-20,2	-25,4	-30,5
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	-136,8	-139,9	-189,7
VI. Sonstiges Eigenkapital	0,3	- / -	- / -
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehendes Eigenkapital	1.194,2	1.017,3	750,5
VII. Anteile anderer Gesellschafter	8,2	8,6	6,8
	1.202,4	1.025,9	757,3
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Darlehen und Kredite	3.534,9	3.531,3	3.527,8
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	330,2	348,5	402,6
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	20,2	41,8	44,8
IV. Übrige Verbindlichkeiten	1,2	1,7	1,4
V. Rückstellungen für Pensionen	9,6	9,1	8,3
VI. Sonstige Rückstellungen	17,5	16,2	15,1
VII. Latente Ertragsteuerschulden	92,4	163,7	187,8
	4.006,0	4.112,3	4.187,8
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Darlehen und Kredite	230,6	230,6	497,7
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	43,8	39,4	43,5
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	342,1	485,0	425,6
IV. Übrige Verbindlichkeiten	169,3	275,8	237,0
V. Steuerrückstellungen	60,4	73,0	59,5
VI. Sonstige Rückstellungen	59,6	74,3	95,8
VII. Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	181,2	- / -	- / -
	1.087,0	1.178,1	1.359,1
Bilanzsumme	6.295,4	6.316,3	6.304,2

* Zahlen angepasst. Für Einzelheiten siehe Geschäftsbericht 2010, S. 125.

Kapitalflussrechnung

Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Q2 2011	Q2 2010*	H1 2011	H1 2010*
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	84,8	53,5	120,4	71,5
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	47,2	25,8	51,7	30,9
davon Ergebnis aus dem Verkauf nicht-fortgeführte Aktivitäten	20,9	- / -	20,9	- / -
Konzernergebnis	132,0	79,3	172,1	102,4
Ertragsteuern	35,2	24,0	46,9	31,4
Finanzergebnis	55,7	52,5	94,6	106,5
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	34,7	35,1	75,8	64,9
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	273,5	214,9	535,5	455,9
Veränderung der Pensionsrückstellungen und sonstigen Rückstellungen	2,4	4,7	-2,2	12,3
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	-0,9	46,8	1,1	41,3
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-1,2	-2,9	-0,5	-4,7
Cashflow fortgeführter Aktivitäten	484,2	428,6	871,6	779,1
Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	66,8	70,8	109,1	112,6
Cashflow (Gesamt)	551,0	499,4	980,7	891,7
Veränderung Working Capital	3,1	27,3	-82,3	-16,8
Erhaltene Dividende	3,2	2,5	3,2	2,5
Gezahlte Steuern	-31,2	-31,9	-64,7	-79,2
Gezahlte Zinsen	-51,5	-54,0	-105,1	-110,0
Erhaltene Zinsen	1,8	0,3	3,2	0,9
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	409,6	372,8	625,9	576,5
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	4,2	57,0	73,1	115,0
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit (Gesamt)	413,8	429,8	699,0	691,5
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	0,3	0,2	0,9	0,6
Auszahlungen für die Beschaffung von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-16,6	-15,6	-35,6	-29,8
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-1,3	-0,1	-1,4	-0,5
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	7,6	4,7	15,7	19,6
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-232,2	-219,7	-581,1	-574,3
Auszahlungen von Darlehen an assoziierte Unternehmen	- / -	-1,9	- / -	-1,9
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-15,5	-1,5	-17,3	-3,8
Auszahlungen/Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-0,5	-13,2	-1,4	-13,2
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-258,2	-247,1	-620,2	-603,3
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	162,7	-28,4	116,2	-72,9
davon Einzahlungen aus dem Abgang nicht-fortgeführter Aktivitäten	192,5	- / -	192,5	- / -
Cashflow aus Investitionstätigkeit (Gesamt)	-95,5	-275,5	-504,0	-676,2
Free Cashflow	318,3	154,3	195,0	15,3

* Zahlen angepasst. Für Einzelheiten siehe Geschäftsbericht 2010, S. 125.

>>>

Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group Fortsetzung

in Mio Euro	Q2 2011	Q2 2010*	H1 2011	H1 2010*
Free Cashflow (Übertrag von Seite 35)	318,3	154,3	195,0	15,3
Auszahlung Dividende	- / -	-2,1	- / -	-2,1
Auszahlung zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	- / -	-11,4	- / -	-11,4
Einzahlungen aus Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	- / -	0,1	- / -	0,6
Auszahlung zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	-2,4	-2,6	-4,8	-5,2
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	0,7	- / -	5,3	- / -
Auszahlung für den Erwerb von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	-0,1	- / -	-0,1	- / -
Einzahlungen ausstehendes gezeichnetes Kapital anderer Gesellschafter	0,1	- / -	0,1	- / -
Auszahlung von Dividenden an andere Gesellschafter	-1,3	-5,3	-4,9	-5,3
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-3,0	-21,3	-4,4	-23,4
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	- / -	- / -	- / -
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit (Gesamt)	-3,0	-21,3	-4,4	-23,4
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands fortgeführter Aktivitäten	-1,4	12,1	-5,7	20,0
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands nicht-fortgeführter Aktivitäten	-1,6	1,1	-2,2	1,0
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	312,3	146,2	182,7	12,9
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	611,1	604,1	740,7	737,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	923,4	750,3	923,4	750,3
Abzüglich zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	-41,6	- / -	-41,6	- / -
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende aus fortgeführten Aktivitäten	881,8	750,3	881,8	750,3

* Zahlen angepasst. Für Einzelheiten siehe Geschäftsbericht 2010, S. 125.

Eigenkapitalveränderungsrechnung

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group zum 30. Juni 2010

	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklage	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital			Sonstiges Eigen- kapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehen- des Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigen- kapital
					Unterschieds- betrag aus Währungs- umrechnung	Bewertung von Cashflow Hedges	Latente Steuern				
in Mio Euro											
31. Dezember 2009 berichtet	218,8	552,5	75,5	-30,5	-71,4	-235,9	64,1	- / -	573,1	7,7	580,8
Änderung nach IAS 8*	- / -	26,2	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	26,2	- / -	26,2
31. Dezember 2009 angepasst	218,8	578,7	75,5	-30,5	-71,4	-235,9	64,1	- / -	599,3	7,7	607,0
Konzernergebnis	- / -	- / -	98,8	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	98,8	3,6	102,4
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- / -	- / -	- / -	- / -	35,5	25,2	-7,2	- / -	53,5	0,1	53,6
Konzern-Gesamtergebnis	- / -	- / -	98,8	- / -	35,5	25,2	-7,2	- / -	152,3	3,7	156,0
Gezahlte Dividenden	- / -	- / -	-2,1	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-2,1	-5,3	-7,4
Aktienoptionsplan	- / -	1,0	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	1,0	- / -	1,0
Sonstige Veränderungen	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	0,7	0,7
30. Juni 2010	218,8	579,7	172,2	-30,5	-35,9	-210,7	56,9	- / -	750,5	6,8	757,3

* Für Einzelheiten siehe Geschäftsbericht 2010, Seite 125.

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group zum 30. Juni 2011

	Gezeichnetes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklage	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital			Sonstiges Eigen- kapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehen- des Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigen- kapital
					Unterschieds- betrag aus Währungs- umrechnung	Bewertung von Cashflow Hedges	Latente Steuern				
in Mio Euro											
31. Dezember 2010	218,8	577,6	386,2	-25,4	0,8	-193,0	52,3	- / -	1.017,3	8,6	1.025,9
Konzernergebnis	- / -	- / -	167,3	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	167,3	4,8	172,1
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- / -	- / -	- / -	- / -	-4,3	9,3	-1,9	- / -	3,1	-0,1	3,0
Konzern-Gesamtergebnis	- / -	- / -	167,3	- / -	-4,3	9,3	-1,9	- / -	170,4	4,7	175,1
Gezahlte Dividende	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-4,9	-4,9
Aktienoptionsplan	- / -	0,9	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	0,9	- / -	0,9
Sonstige Veränderungen	- / -	- / -	0,1	5,2	- / -	- / -	- / -	0,3	5,6	-0,2	5,4
30. Juni 2011	218,8	578,5	553,6	-20,2	-3,5	-183,7	50,4	0,3	1.194,2	8,2	1.202,4

Konzernanhang für den Zwischenabschluss zum 30. Juni 2011 der ProSiebenSat.1 Group

1. 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.

Die ProSiebenSat.1 Media AG und ihre Tochtergesellschaften (das Unternehmen, der Konzern oder ProSiebenSat.1 Group) gehört zu den führenden Medienunternehmen Europas. Die ProSiebenSat.1 Group zählt neben dem Kerngeschäft Fernsehen zahlreiche Internetmarken, Beteiligungen an Radio-, Print- und New Media-Unternehmen sowie Aktivitäten in den Bereichen Music, Online-Games, Live- und Artist-Management zu ihrem Portfolio.

2. Grundlagen der Rechnungslegung

Der Konzern-Zwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Group zum 30. Juni 2011 wurde in Übereinstimmung mit IAS 34 „Zwischenberichterstattung“ aufgestellt.

Der Konzern-Zwischenabschluss ist in Euro nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, aufgestellt. Alle Beträge werden, soweit nicht gesondert darauf hingewiesen wird, in Millionen Euro (Mio 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 2010 und dem darin enthaltenen Anhang zu lesen, den die ProSiebenSat.1 Media AG am 31. März 2011 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 Geschäftsjahres 2011 erzielten Ergebnisse lassen nicht notwendigerweise Vorhersagen über die Entwicklung des weiteren Geschäftsverlaufes zu.

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

3. Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Die Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, die für den Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2011 angewendet wurden, sind dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2010 zu Grunde lagen. Für weiter gehende Angaben zu den angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2010 (vgl. Seiten 125 - 136 des Geschäftsberichts 2010), der die Grundlage für den vorliegenden Zwischenabschluss darstellt.

Im zweiten Quartal 2011 hat die ProSiebenSat.1 Group ihre TV-Aktivitäten in Belgien und ihre TV- und Print-Aktivitäten in den Niederlanden veräußert. Die Vermögenswerte und Schulden der betroffenen Tochterunternehmen sind gemäß IFRS 5 „Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche“ separat in der Bilanz ausgewiesen. Vorjahreswerte der Bilanz wurden nicht angepasst. Da die zur

Veräußerung stehenden Tochterunternehmen darüber hinaus „nicht-fortgeführte Aktivitäten“ darstellen, wurden deren Ergebnisposten als „Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten“ nach Ertragsteuern separat in der Gewinn- und Verlustrechnung dargestellt, unter Anpassung der Vorperioden.

Die ProSiebenSat.1 Group hat folgende, ab dem Geschäftsjahr 2011 verpflichtend anzuwendende, Rechnungslegungsvorschriften bzw. Änderungen an bestehenden Rechnungslegungsvorschriften umgesetzt:

- Überarbeiteter IAS 24 („Angaben über Beziehungen zu nahe stehenden Unternehmen und Personen“)
- Änderungen des IFRIC 14 („Vorauszahlungen im Rahmen von Mindestfinanzierungsvorschriften“)
- IFRIC 19 („Tilgung finanzieller Verbindlichkeiten durch Eigenkapitalinstrumente“)

Diese neuen bzw. geänderten Rechnungslegungsvorschriften sowie weitere „Jährliche Verbesserungen an den IFRS“, die im Geschäftsjahr 2011 erstmalig anzuwenden sind, haben auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group im Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2011 keine nennenswerten Auswirkungen.

Neben vorstehend genannten Änderungen sind neue oder geänderte Rechnungslegungsvorschriften des IASB und des IFRIC verabschiedet worden. Da diese jedoch noch nicht verpflichtend anzuwenden sind bzw. eine Übernahme durch die Europäische Kommission noch aussteht, wurden diese im Konzern-Zwischenabschluss zum 30. Juni 2011 nicht angewendet:

- Änderungen des IAS 1 („Darstellung des Abschlusses: Darstellung des sonstigen Gesamtergebnisses“)
- Änderungen des IAS 12 („Latente Steuern: Rückgewinnung der zugrunde liegenden Vermögenswerte“)
- Änderungen des IAS 19 („Leistungen an Arbeitnehmer“)
- Änderungen des IAS 27 („Separate Abschlüsse“: Folgeänderungen aus der Veröffentlichung von IFRS 10 „Konzernabschlüsse“)
- Änderung des IAS 28 („Anteile an assoziierten Unternehmen und Joint Ventures“: Folgeänderungen aus der Veröffentlichung von IFRS 10 „Konzernabschlüsse“)
- Änderungen des IFRS 7 („Finanzinstrumente: Angaben“)
- IFRS 9 („Finanzinstrumente“)
- IFRS 10 („Konzernabschlüsse“)
- IFRS 11 („Gemeinschaftliche Vereinbarungen“)
- IFRS 12 („Angaben zu Beteiligungen an anderen Unternehmen“)
- IFRS 13 („Bemessung des beizulegenden Zeitwerts“)

Nach unserer gegenwärtigen Einschätzung ist davon auszugehen, dass die Auswirkungen der genannten Standards und Interpretationen eine untergeordnete Bedeutung auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage haben werden.

4. Konsolidierungskreis

Die Anzahl der im Rahmen der Vollkonsolidierung in den Konzern-Zwischenabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2011 wie folgt geändert:

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2010	54	109	163
Zugänge	3	11	14
Abgänge	0	-10	-10
Einbezogen zum 30.06.2011	57	110	167

Die ProSiebenSat.1 Media AG verfügt bei diesen Gesellschaften unmittelbar oder mittelbar über die Mehrheit der Stimmrechte oder kann auf andere Weise auf die Tätigkeiten der Gesellschaften beherrschenden Einfluss nehmen. Neben den vollkonsolidierten Unternehmen werden zum 30. Juni 2011 elf (31. Dezember 2010: 15) assoziierte Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen nach der At-Equity-Methode in den Konzern-Zwischenabschluss einbezogen. Assoziierte Unternehmen sind Gesellschaften, auf die die ProSiebenSat.1 Media AG maßgeblichen Einfluss ausübt und die weder Tochterunternehmen noch Gemeinschaftsunternehmen sind. Gemeinschaftsunternehmen sind Gesellschaften, über die mit anderen Unternehmen die gemeinsame Führung ausgeübt wird.

Vollständiger Erwerb der maxdome GmbH & Co. KG

Mit Wirkung zum 1. Januar 2011 erwarb die ProSiebenSat.1 Media AG die restlichen Anteile in Höhe von 50 Prozent an der maxdome GmbH & Co. KG, Unterföhring, von der 1 & 1 Internet AG. Ab diesem Zeitpunkt wird das bislang nach der At-Equity-Methode bilanzierte Joint Venture durch den Erwerb der Kontrolle voll konsolidiert. Mit der Akquisition stärkt die ProSiebenSat.1 Group ihre Marktposition im Bereich Video-on-Demand. Die Gesellschaft wird dem Segment Diversifikation zugeordnet. Der Kaufpreis nach IFRS 3 beinhaltet ein Abkommen über eine Media-Kooperation mit dem Verkäufer des übernommenen Anteils. Der beizulegende Zeitwert dieses Abkommens betrug zum Erwerbszeitpunkt 5,4 Mio Euro.

Darüber hinaus wurde im ersten Quartal 2011 durch den Erwerb ein im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesener Gewinn in Höhe von 3,1 Mio Euro aus der Neubewertung des bisher gehaltenen Anteils in Höhe von 50 Prozent realisiert. Weitere Kaufpreisbestandteile umfassen eine im Jahr 2014 fällige Zahlung, deren auf den Erwerbszeitpunkt abgezinster Betrag 8,2 Mio Euro beträgt sowie eine Ende des Geschäftsjahrs 2010 geleistete Zahlung in Höhe von 6,0 Mio Euro.

Durch die Akquisition kam es aus Konzernsicht zur Konsolidierung der bestehenden Darlehensbeziehungen zwischen der ProSiebenSat.1 Group als Darlehensgeber und der maxdome GmbH & Co. KG als Darlehensnehmer. Aufgrund dieser Maßnahme entstand ein im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesener Gewinn in Höhe von 15,1 Mio Euro zum Zeitpunkt der Erstkonsolidierung, dessen Ursache in der unterschiedlichen Höhe der Buchwerte der entsprechenden Forderungen und Verbindlichkeiten vor der Akquisition begründet ist. Die ProSiebenSat.1 Group hatte in den vergangenen Jahren ihre an die maxdome GmbH & Co. KG ausgereichten Darlehen vollständig wertberichtigt. Im Rahmen der Vollkonsolidierung werden die Darlehensbeziehungen seit dem 1. Januar 2011 vollständig eliminiert.

Im Zusammenhang mit der Kaufpreisallokation wurden bei der maxdome GmbH & Co. KG im Jahresabschluss zum 31. Dezember 2010 Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte vorgenommen, die bereits in den Buchwerten zum Erwerbszeitpunkt berücksichtigt sind.

Nachfolgende Tabelle erläutert die finanziellen Auswirkungen dieses Unternehmenszusammenschlusses zum 1. Januar 2011 auf den Konzern-Zwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Group:

in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbs- zeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbs- zeitpunkt
Geschäfts- oder Firmenwert	- / -	42,8	42,8
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	3,9	- / -	3,9
Übrige langfristige Vermögenswerte	0,1	- / -	0,1
Kurzfristige Vermögenswerte	11,7	- / -	11,7
Rückstellungen und Verbindlichkeiten inkl. latenter Steuern	-35,8	- / -	-35,8
Kaufpreis nach IFRS 3			22,7

Der Geschäfts- oder Firmenwert, von dem zum jetzigen Zeitpunkt 12,7 Mio Euro als steuerlich abzugsfähig erwartet werden, setzt sich aus potenziellen Synergieeffekten, strategischem Entwicklungspotenzial sowie der Weiterentwicklung der bestehenden Plattform inklusive der Erschließung neuer Geschäftsfelder zusammen.

Im ersten Halbjahr 2011 erzielte die maxdome GmbH & Co. KG einen Umsatz in Höhe von 9,7 Mio Euro sowie ein Ergebnis vor Steuern in Höhe von minus 2,2 Mio Euro.

Akquisitionen im zweiten Quartal 2011

Mit Kaufvertrag vom 28. April 2011 und mit Wirkung zum 5. Mai 2011 erwarb die ProSiebenSat.1 Group über ihre 100%ige Tochtergesellschaft SevenOne Intermedia GmbH (ab dem 4. Mai 2011 firmierend als ProSiebenSat.1 Digital GmbH) 51 Prozent der stimmberechtigten Anteile an der Covus Games GmbH mit Sitz in Potsdam. Der Bar-Kaufpreis betrug 1,9 Mio Euro. Darüber hinaus wurde mit dem Minderheitsgesellschafter eine Put-Option vereinbart, deren beizulegender Zeitwert in Höhe von 5,0 Mio Euro als finanzielle Verbindlichkeit erfasst wurde, da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Verbindlichkeit aus der Put-Option zu erfüllen. Anteile anderer Gesellschafter wurden aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) dagegen nicht bilanziert. Geschäftsgegenstand von Covus Games ist der Betrieb und die Vermarktung von Internetportalen und Online-Spielen sowie die Beratung von Spiele-Herstellern. Die Gesellschaft wird dem Segment Diversifikation zugeordnet.

Mit Kaufvertrag vom und Wirkung zum 29. April 2011 erwarb die ProSiebenSat.1 Group über ihre 100%ige Tochtergesellschaft Red Arrow Entertainment Limited 51 Prozent der stimmberechtigten Anteile an der im Bereich Film- und Werbeproduktion tätigen Firma The Mob Film Holdings Limited mit Sitz in Beckenham, Kent, Großbritannien. Der Bar-Kaufpreis betrug 1,3 Mio GBP (1,5 Mio Euro). Darüber hinaus wurde mit den Minderheitsgesellschaftern eine Put-Option vereinbart, deren beizulegender Zeitwert in Höhe von 6,7 Mio GBP (7,4 Mio Euro) als finanzielle Verbindlichkeit erfasst wurde, da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Verbindlichkeit aus der Put-Option zu erfüllen. Anteile anderer Gesellschafter wurden aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) dagegen nicht bilanziert. Die Gesellschaft wird dem Segment Free-TV Deutschsprachig zugeordnet.

Beide Gesellschaften werden aufgrund der Tatsache, dass die ProSiebenSat.1 Group Kontrolle über die Gesellschaften ausübt, als Tochterunternehmen im Wege der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogen. Die Akquisitionen unterstützen den Wachstumsprozess der ProSiebenSat.1 Group im Bereich neuer Medien bzw. der Entwicklung und Produktion von genre- und plattformübergreifenden Programminhalten. In der folgenden Tabelle werden die im Zuge der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte und Schulden der erworbenen Gesellschaften zusammengefasst dargestellt:

in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbs- zeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbs- zeitpunkt
Geschäfts- oder Firmenwert	- / -	13,2	13,2
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	0,1	4,1	4,2
Übrige langfristige Vermögenswerte	0,0	- / -	0,0
Kurzfristige Vermögenswerte	1,3	- / -	1,3
Rückstellungen und Verbindlichkeiten inkl. latenter Steuern	-1,1	-1,8	-2,9
Kaufpreis nach IFRS 3			15,8

Vom oben dargestellten Geschäfts- oder Firmenwert entfallen 3,7 Mio Euro auf Covus Games und 9,5 Mio Euro auf The Mob. Dieser repräsentiert im Wesentlichen potenzielle Synergieeffekte und strategisches Entwicklungspotenzial in den Bereichen Filmproduktion und Online Gaming. Die ProSiebenSat.1 Group hat für beide Transaktionen unabhängige Bewertungsgutachten in Auftrag gegeben. Da diese zum Stichtag nur im Entwurf vorliegen, sind die Buchwerte der erworbenen Vermögenswerte und Schulden lediglich vorläufiger Natur. Ein Einbezug beider Unternehmen in die Gruppe bereits zum 1. Januar 2011 hätte keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernumsatz bzw. das Konzernergebnis gehabt. Weitere Akquisitionen fanden während des ersten Halbjahres 2011 nicht statt.

Veräußerung von Tochterunternehmen in Belgien und den Niederlanden

Mit Kaufvertrag vom 20. April 2011 veräußerte die ProSiebenSat.1 Group ihr TV-Geschäft in Belgien sowie das TV- und Print-Geschäft in den Niederlanden an ein Konsortium führender internationaler Medienunternehmen. Der den Transaktionen zugrunde liegende Unternehmenswert betrug insgesamt 1,225 Mrd Euro. Die zu veräußernden bzw. zum Stichtag bereits veräußerten Tochterunternehmen aus dem Bereich TV sind dem Segment Free TV International zugeordnet, während der Print-Bereich dem Segment Diversifikation zugeordnet ist (siehe Segmentberichterstattung, Punkt 5). Die zur Veräußerung stehenden Vermögenswerte der niederländischen TV- und Print-Aktivitäten sowie die mit diesen in Verbindung stehenden Verbindlichkeiten werden in der Bilanz gesondert ausgewiesen. Der formale und rechtliche Abschluss („Closing“) dieser Transaktion wurde nach Zustimmung der niederländischen Kartellbehörden am 29. Juli 2011 vollzogen (Siehe Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode, Punkt 10). Aufgrund ihrer Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group stellen die zur Disposition stehenden Tochterunternehmen nicht-fortgeführte Aktivitäten im Sinne des IFRS 5 dar. Das Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten wird in der Gewinn- und Verlustrechnung gesondert ausgewiesen, die Vorperioden sind entsprechend angepasst worden. Zum Stichtag umfassten die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte 960,4 Mio Euro, die hiermit in Verbindung stehenden Verbindlichkeiten 181,2 Mio Euro. Diese teilen sich auf die folgenden wesentlichen Positionen auf:

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

in Mio Euro	30. Juni 2011
Geschäfts- oder Firmenwert	523,2
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	227,1
Programmvermögen	99,5
Sonstige Vermögenswerte inkl. latente Steuern	69,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	41,6
Summe zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	960,4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	65,3
Passive latente Steuern	61,5
Sonstige Verbindlichkeiten	54,4
Summe Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	181,2
	779,2

Der formale und rechtliche Abschluss der Transaktion erfolgte für die Tochtergesellschaften in Belgien am 8. Juni 2011. Aufgrund des hiermit einhergehenden Kontrollverlustes wurden die betroffenen Unternehmen zu diesem Zeitpunkt entkonsolidiert. Der im Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ausgewiesene Entkonsolidierungsgewinn aus der Veräußerung der Tochterunternehmen in Belgien beläuft sich auf 20,9 Mio Euro.

Die folgende Tabelle enthält das Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten (d.h. der verkauften bzw. zum Verkauf anstehenden Geschäftsbereiche in Belgien und den Niederlanden) im ersten Halbjahr 2011:

Gewinn- und Verlustrechnung nicht-fortgeführter Aktivitäten

in Mio Euro

	Q2 2011	Q2 2010	H1 2011	H1 2010
1. Umsatzerlöse	107,4	111,2	195,6	194,5
2. Aufwendungen	-72,9	-73,8	-156,4	-149,7
3. Betriebsergebnis	34,5	37,4	39,2	44,8
4. Finanzergebnis	-0,6	-1,8	3,2	-2,8
5. Betriebsergebnis vor Steuern	33,9	35,6	42,4	42,0
6. Ertragsteuern	-7,7	-9,8	-11,6	-11,1
7. Betriebsergebnis nach Steuern	26,2	25,8	30,8	30,9
8. Veräußerungsgewinn aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	20,9	- / -	20,9	- / -
9. Ertragsteuern auf Veräußerung	- / -	- / -	- / -	- / -
10. Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	47,2	25,8	51,7	30,9

Das Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ist vollständig den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen. Die Veräußerung der Tochterunternehmen in Belgien hat sich auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group wie folgt ausgewirkt:

Auswirkungen der Entkonsolidierung auf den Konzern

in Mio Euro

	Q2 2011
Geschäfts- oder Firmenwert	81,3
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	49,2
Sachanlagen	3,0
Programmvermögen	76,7
Sonstige Vermögenswerte (inkl. aktive latente Steuern)	53,3
Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente	9,7
Rückstellungen	-1,3
Passive latente Steuern	-13,9
Sonstige Verbindlichkeiten	-76,7
Nettovermögen	181,3
 Kaufpreis	 202,2
 Kaufpreis	 202,2
Abgehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-9,7
Netto-Zahlungsmittelzufluss	192,5
 Entkonsolidierungsgewinn	 20,9

Bei der Berechnung des Entkonsolidierungsgewinns wurde der Geschäfts- und Firmenwert gemäß IAS 36.86 auf der Basis relativer Werte auf die abgehenden und verbleibenden Einheiten allokiert.

Schließung von 9Live

Zum 31. Mai 2011 hat die ProSiebenSat.1 Group den Live-Sendebetrieb des Senders 9Live eingestellt. Im Zusammenhang mit der Schließung von 9Live fielen im zweiten Quartal 2011 Einmalaufwendungen in Höhe von 24,1 Mio Euro an, die im Wesentlichen auf Maßnahmen im Programm- und Personalbereich zurückzuführen sind.

5. Segmentberichterstattung

Entsprechend IFRS 8 ist eine Abgrenzung von operativen Segmenten, basierend auf der unternehmensinternen Steuerung, vorzunehmen. Die Organisations- und Berichtsstruktur orientiert sich an einer Steuerung nach Geschäftsfeldern. Auf Basis des von ihm eingerichteten Berichtswesens beurteilt der Vorstand als Hauptentscheidungsträger (Chief Operating Decision Maker) den Erfolg der verschiedenen Segmente und die Zuteilung der Ressourcen.

Die ProSiebenSat.1 Group berichtet über die drei Segmente Free-TV Deutschsprachig, Free-TV International und Diversifikation.

Dem Segment Free-TV Deutschsprachig werden im Wesentlichen die Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx sowie die SAT.1-Regionalgesellschaften, der Vermarkter SevenOne Media sowie die Konzerntöchter in Österreich und der Schweiz zugeordnet.

Zum Segment Free-TV International gehörten bislang die werbefinanzierten TV-Sender in den Benelux-Ländern (Niederlande und Belgien), in Nordeuropa (Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden) und im zentral- und osteuropäischen Raum (Rumänien und Ungarn). Aufgrund der Veräußerung des TV-Geschäfts in den Niederlanden und Belgien wurden die nachfolgenden Tabellen angepasst, um die Auswirkungen der nicht-fortgeführten Aktivitäten auf die Segmente darzustellen.

Das Segment Diversifikation umfasst die Aktivitäten der Bereiche Video-on-Demand, Call-TV, Multimedia, Games und Merchandising im deutschsprachigen Raum („Other Media“) sowie die internationalen Aktivitäten Radio beziehungsweise bislang auch den Bereich Print. Die drei operativen Segmente Other Media, Radio und Print, die jeweils für sich genommen nicht wesentlich im Sinne von IFRS 8.11 sind, wurden somit bislang zum berichtspflichtigen Segment Diversifikation zusammengefasst. Aufgrund der geplanten Veräußerung des Bereichs Print wird dieser nun gesondert unter „nicht-fortgeführte Aktivitäten“ ausgewiesen.

Segmentinformationen Q2 2011

in Mio Euro	Segment Free-TV Deutschsprachig	Segment Free-TV International	Segment Diversifikation	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht-fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzernabschluss Q2 2011
Umsatzerlöse	516,8	126,7	89,2	732,7	107,4	-40,5	799,6
Außenumsätze	477,2	126,6	88,4	692,2	107,4	- / -	799,6
Innenumsätze	39,6	0,1	0,8	40,5	- / -	-40,5	- / -
Recurring EBITDA	176,8	33,1	26,8	236,7	35,6	-0,3	272,0

Segmentinformationen Q2 2010

in Mio Euro	Segment Free-TV Deutschsprachig	Segment Free-TV International	Segment Diversifikation	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht-fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzernabschluss Q2 2010
Umsatzerlöse	477,2	109,7	81,6	668,5	111,2	-18,5	761,2
Außenumsätze	460,3	109,0	80,7	650,0	111,2	- / -	761,2
Innenumsätze	16,9	0,7	0,9	18,5	- / -	-18,5	- / -
Recurring EBITDA	171,6	30,3	21,2	223,1	40,9	-0,2	263,8

Segmentinformationen H1 2011

in Mio Euro	Segment Free-TV Deutschsprachig	Segment Free-TV International	Segment Diversifikation	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht-fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzernabschluss H1 2011
Umsatzerlöse	947,9	234,9	164,1	1.346,9	195,6	-58,9	1.483,6
Außenumsätze	891,7	234,0	162,3	1.288,0	195,6	- / -	1.483,6
Innenumsätze	56,2	0,9	1,8	58,9	- / -	-58,9	- / -
Recurring EBITDA	274,9	51,9	38,6	365,4	49,5	-0,3	414,6

Segmentinformationen H1 2010

in Mio Euro	Segment Free-TV Deutschsprachig	Segment Free-TV International	Segment Diversifikation	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht-fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzernabschluss H1 2010
Umsatzerlöse	909,2	202,5	148,8	1.260,5	194,5	-34,4	1.420,6
Außenumsätze	878,0	201,1	147,0	1.226,1	194,5	- / -	1.420,6
Innenumsätze	31,2	1,4	1,8	34,4	- / -	-34,4	- / -
Recurring EBITDA	267,3	44,2	29,3	340,8	51,8	-0,2	392,4

Nachfolgend werden die Überleitungsrechnungen von den Segmentwerten auf Konzernwerte dargestellt:

Überleitungsrechnung zu den Segmentinformationen

in Mio Euro	Q2 2011	Q2 2010
Recurring EBITDA		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	236,7	223,1
Recurring EBITDA aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	35,6	40,9
Eliminierungen	-0,3	-0,2
Recurring EBITDA des Konzerns	272,0	263,8
Non-recurring Ergebnis	-6,2	-58,4
Finanzergebnis	-56,2	-54,3
planmäßige Abschreibungen	-30,0	-33,1
Wertminderungen	-4,7	-4,9
Eliminierung Ergebnis vor Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-54,9	-35,6
Konzernergebnis vor Steuern und nicht-fortgeführten Aktivitäten	120,0	77,5

Überleitungsrechnung zu den Segmentinformationen

in Mio Euro	H1 2011	H1 2010
Recurring EBITDA		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	365,4	340,8
Recurring EBITDA aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	49,5	51,8
Eliminierungen	-0,3	-0,2
Recurring EBITDA des Konzerns	414,6	392,4
Non-recurring Ergebnis	-14,0	-67,8
Finanzergebnis	-91,3	-109,2
planmäßige Abschreibungen	-62,6	-65,4
Wertminderungen	-16,1	-5,1
Eliminierung Ergebnis vor Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-63,3	-42,0
Konzernergebnis vor Steuern und nicht-fortgeführten Aktivitäten	167,3	102,9

Nachstehend sind die Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group zu finden. Dabei wird nach dem deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz), Nordic (Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden), dem zentral- und osteuropäischen Raum CEE (Bulgarien, Griechenland, Rumänien, Ungarn), BE/NL (Belgien, Niederlande), Sonstige (USA, UK) sowie die nicht-fortgeführten Aktivitäten des TV- bzw. Print-Bereichs in B/NL (Belgien, Niederlande) unterschieden.

Angaben auf Unternehmensebene

in Mio Euro	Deutschsprachig		Nordic		CEE		BE/NL		BE/NL Nicht-fortgeführte Aktivitäten		Sonstige		Summe Konzernabschluss	
geografische Aufteilung	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2011	Q2 2010
Außenumsätze	533,2	515,9	125,7	102,8	29,2	29,9	3,1	1,4	107,4	111,2	1,0	- / -	799,6	761,2

Angaben auf Unternehmensebene

in Mio Euro	Deutschsprachig		Nordic		CEE		BE/NL		BE/NL Nicht-fortgeführte Aktivitäten		Sonstige		Summe Konzernabschluss	
geografische Aufteilung	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010	H1 2011	H1 2010
Außenumsätze	997,5	980,6	234,8	189,0	49,2	53,2	4,8	3,3	195,6	194,5	1,7	- / -	1.483,6	1.420,6

6. Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Es ergaben sich gegenüber den im Geschäftsbericht 2010 beschriebenen Eventualverbindlichkeiten und sonstigen finanziellen Verpflichtungen bis zum 30. Juni 2011 in der ProSiebenSat.1 Group keine wesentlichen Änderungen.

7. Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Die im Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2010 dargestellten Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen gelten für den Berichtszeitraum unverändert.

8. Aktienoptionsplan und eigene Aktien

Es wurden im ersten Halbjahr 2011 35.334 Aktienoptionen des Cycle 2006 sowie 298.500 Aktienoptionen des Cycle 2008 ausgeübt. Dadurch verringerte sich die Anzahl der eigenen Aktien von 5.661.834 zum 31. Dezember 2010 auf 5.328.000 zum 30. Juni 2011.

9. Dividendenausschüttung

Für das Geschäftsjahr 2010 wurde auf der Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG am 1. Juli 2011 die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,14 Euro je dividendenberechtigter Inhaber-Vorzugsaktie und von 1,12 Euro je dividendenberechtigter Namens-Stammaktie beschlossen. Insgesamt wurden somit 241,2 Mio Euro am 4. Juli 2011 ausgeschüttet.

10. Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Mit Kaufvertrag vom 1. Juni 2011 und mit Wirkung zum 1. Juli 2011 erwarb die ProSiebenSat.1 Group über ihre 100%ige Tochtergesellschaft ProSiebenSat.1 Digital GmbH 100 Prozent der stimmberechtigten Anteile der burda:ic GmbH mit Sitz in München. Geschäftsgegenstand der Gesellschaft ist die Vermarktung, die digitale Distribution und der Betrieb von Onlineangeboten und Internet-Lösungen, die Redaktion und Publikation von Online-magazinen, die Erstellung und der Verkauf von redaktionellen und werblichen Inhalten zur Veröffentlichung im Internet, Webhosting, Community Management und Betreuung von Nutzern, sowie der Betrieb von online- und offline-Angeboten inklusive Vertrieb von

Merchandising-Produkten und Beratungsleistungen. Der Kaufpreis betrug 15,0 Mio Euro, abzüglich Anpassungen auf „cash-free/debt free“-Basis in Höhe von 1,4 Mio Euro. Neben einer Barkomponente wurde im Rahmen des Erwerbs mit einem der Verkäufer ein Abkommen über eine Media-Kooperation geschlossen, dessen beizulegender Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt 5,2 Mio Euro beträgt. Eine Zahlung in Höhe von 9,8 Mio Euro wurde bereits am 30. Juni 2011 geleistet. Die folgende Tabelle stellt die im Zuge der Akquisition vorläufig identifizierten Vermögenswerte und Schulden dar:

in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbs- zeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbs- zeitpunkt
Geschäfts- oder Firmenwert	- / -	7,2	7,2
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	2,0	5,3	7,3
Übrige langfristige Vermögenswerte	0,2	- / -	0,2
Kurzfristige Vermögenswerte	0,8	- / -	0,8
Rückstellungen und Verbindlichkeiten inkl. latenter Steuern	-0,3	-1,6	-1,9
Kaufpreis nach IFRS 3			13,6

Eine Einbeziehung der Gesellschaft bereits ab dem Beginn des Geschäftsjahres 2011 hätte keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt. Die Gesellschaft wird dem Segment Diversifikation zugeordnet werden.

Nach erfolgter Genehmigung durch die zuständigen Kartellbehörden erfolgte am 29. Juli 2011 der rechtliche und formale Abschluss („Closing“) des Verkaufs der TV- und Print-Aktivitäten in den Niederlanden. Die entsprechenden zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte sowie die mit diesen in Verbindung stehenden Verbindlichkeiten wurden zu diesem Zeitpunkt entkonsolidiert. Die entkonsolidierten Werte weichen nicht wesentlich von den zum 30. Juni in der Bilanz separat ausgewiesenen Werten ab. Die ProSiebenSat.1 Group erwartet einen Entkonsolidierungsgewinn von rund 300 Mio Euro.

Außerdem hat die ProSiebenSat.1 Group ihren Kreditgebern am 18. Juli 2011 ein Angebot zur teilweisen Laufzeitverlängerung ihrer endfälligen Darlehen bis Juli 2016 vorgelegt („Amend & Extend“), das diese am 29. Juli 2011 angenommen haben. In diesem Zusammenhang wird die ProSiebenSat.1 Group 1,2 Mrd Euro an Darlehen zurückführen. Insgesamt erwartet der Konzern hieraus eine substantielle finanzielle Entlastung und eine deutliche Verbesserung des Laufzeitprofils der verbleibenden endfälligen Darlehen nach Durchführung der Massnahmen.

Darüber hinaus sind zwischen dem Ende des zweiten Quartals 2011 und dem 3. August 2011, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, keine weiteren berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group beziehungsweise der ProSiebenSat.1 Media AG haben.

3. August 2011

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, 3. August 2011

Der Vorstand



Thomas Ebeling (CEO)



Axel Salzmann (CFO)



Andreas Bartl (FERNSEHEN DEUTSCHLAND)

Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

An die ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss - bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangsangaben - und den Konzernzwischenlagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2011, 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 sowie unter ergänzender Beachtung des International Standard on Review Engagements 2410 „Review of Interim Financial Information Performed by the Independent Auditor of the Entity“ 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, 3. August 2011

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Kozikowski (WIRTSCHAFTSPRÜFER)



Dr. Dauner (WIRTSCHAFTSPRÜFER)

Kennzahlen auf einen Blick

Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2009	Q2 2008	Q2 2007 ⁸
Umsatz	692,2	650,0	693,9	801,9	551,6
Gesamtkosten	518,6	521,5	547,2	657,2	407,1
Operative Kosten ¹⁾	455,6	427,8	495,7	601,5	395,5
Werteverzehr des Programmvermögens	253,3	214,2	261,9	318,5	230,8
Recurring EBITDA ²⁾	238,7	223,5	201,2	203,7	159,1
Recurring EBITDA Marge (in %)	34,5	34,4	29,0	25,4	28,8
EBITDA	210,4	165,1	177,3	189,3	158,8
Einmaleffekte ³⁾	-28,3	-58,4	-23,9	-14,4	-0,3
EBIT	175,7	130,0	147,1	151,6	148,6
Finanzergebnis	-55,7	-52,5	-62,5	-64,3	-5,0
Ergebnis vor Steuern	120,0	77,5	84,8	88,1	143,6
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter ⁴⁾	129,0	77,0	45,5	59,5	87,2
Ergebnis nicht fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	47,2	25,8	- / -	- / -	- / -
Underlying net income ⁵⁾	142,5	87,2	52,8	73,6	88,2
Investitionen in das Programmvermögen	232,2	219,7	278,0	327,2	211,8

in Mio Euro	H1 2011	H1 2010	H1 2009	H1 2008	H1 2007 ⁸
Umsatz	1.288,0	1.226,1	1.320,9	1.530,9	1.052,8
Gesamtkosten	1.029,4	1.020,6	1.124,8	1.340,0	839,4
Operative Kosten ¹⁾	922,6	887,7	1.032,0	1.245,7	817,5
Werteverzehr des Programmvermögens	515,3	460,5	540,1	672,3	478,7
Recurring EBITDA ²⁾	368,7	342,1	295,0	292,2	241,2
Recurring EBITDA Marge (in %)	28,6	27,9	22,3	19,1	22,9
EBITDA	337,9	274,3	267,7	274,1	240,8
Einmaleffekte ³⁾	-30,8	-67,8	-27,3	-18,1	-0,4
EBIT	261,9	209,4	206,1	201,5	220,4
Finanzergebnis	-94,6	106,5 ⁷	-128,7	-122,8	-9,3
Ergebnis vor Steuern	167,3	102,9 ⁷	77,8	79,5	211,1
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter ⁴⁾	167,3	98,8 ⁷	43,8	51,6	127,8
Ergebnis nicht fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	51,7	30,9	- / -	- / -	- / -
Underlying net income ⁵⁾	181,7	120,0	64,4	79,6	129,9
Investitionen in das Programmvermögen	581,1	574,3	658,0	678,8	481,7

in Mio Euro	30.06.2011	30.06.2010	30.06.2009	30.06.2008	30.06.2007 ⁸
Programmvermögen	1.503,5	1.622,5	1.472,8	1.282,3	1.042,9
Eigenkapital	1.202,4	757,3 ⁷⁾	492,8 ⁷⁾	921,7 ⁷⁾	1.375,4
Eigenkapitalquote (in %)	19,1	12,0 ⁷⁾	8,3 ⁷⁾	15,4 ⁷⁾	64,6
Liquide Mittel	881,8	750,3	599,1	632,9	213,9
Netto-Finanzverschuldung	2.842,0	3.275,1	3.427,3	3.689,1	-26,9
Mitarbeiter ⁶⁾	4.302	3.865	5.195	5.915	3.062

¹⁾ Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. ²⁾ Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. ³⁾ Saldo aus Einmalaufwendungen und Einmalserträgen. ⁴⁾ Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Ergebnis inklusive nicht fortgeführte Aktivitäten. ⁵⁾ Konzernergebnis inklusive nicht fortgeführte Aktivitäten vor Effekten aus Kaufpreisallokationen sowie nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten. ⁶⁾ Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag. ⁷⁾ Nach Änderung der Bilanzierungsmethode gem. IAS 8 und entsprechender Anpassung der Vorjahreszahlen. Informationen zur Änderung nach IAS 8 finden sich im Geschäftsbericht 2010 auf Seite 125. ⁸⁾ Konsolidierung der SBS Broadcasting Group seit Juli 2007.

Erläuterung zur Berichtsweise im zweiten Quartal bzw 1. Halbjahr 2011.

Die Werte für 2011 beziehen sich auf die gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Kennzahlen aus fortgeführten Aktivitäten. Die Vorjahreswerte der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Kapitalflussrechnung wurden entsprechend angepasst. Gemäß IFRS sind Vorjahres-Bilanzkennzahlen nicht anzupassen. Die belgischen TV-Aktivitäten wurden mit Vollzug des Anteilskaufvertrags

Anfang Juni 2011 entkonsolidiert. Der Verkauf der niederländischen TV- und Print-Aktivitäten war zum Berichtsstichtag noch nicht vollzogen, so dass diese Gesellschaften als nicht fortgeführte Aktivitäten bzw als zum Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten ausgewiesen werden.

Finanzkalender

03.03.2011

Pressekonferenz/IR-Konferenz
anlässlich der vorläufigen Zahlen 2010

31.03.2011

Geschäftsbericht 2010

05.05.2011

Quartalsbericht Q1 2011

01.07.2011

Ordentliche Hauptversammlung 2011

04.08.2011

Halbjahresfinanzbericht 2011

03.11.2011

Quartalsbericht Q3 2011

Impressum

Kontakte

Presse

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

Investor Relations

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

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

Photo Credits// © Robert Brembeck © SAT.1 © Boris Breuer, © Frank Dicks, © Thorsten Eichhorst, © Slife Elamine, © Johann Sebastian Hänel, © Frank Hempel, © Richard Hübner, © Daniela Inconato, © Simon Katzer © Conny Klein, © Martin Menke, © Christiane Pausch, © Aki Pfeiffer, © Stephan Pick, © Holger Rauner, © Jochen Röder, © Volker Roloff, © Martin Rottenkolber, © Willi Weber, © Arne Weychardt, © CBS Studios Inc. All Rights Reserved., © CBS Television, © Warner Bros. Television, © (2008) DREAMWORKS ANIMATION LLC. ALL RIGHTS RESERVED., © Touchstone Television, © 2009 ABC INC., © Warner Brothers, © Lucasfilm Ltd. & TM. All Rights Reserved, © 2008 Columbia Pictures Industries, Inc. and Beverly Blvd LLC. All Rights Reserved., © Twentieth Century Fox Home Entertainment, © Disney-ABC-ESPN Television, © Paramount Pictures, © Tandem Communications © ProSieben © Stefan Erhard, © Stephan Görlich, © Frank Hempel, © Bernd Jaworek, © Ralf Jürgens, © Guido Ohlenbostel, © Paul Schirrhofer, © Kai Schulz, © Stephan Schütze, © Micah Smith, © Uwe Tölle, © Willi Weber, © 20th Century Fox International Television, © Warner Bros., © BBC/Daniel Krieger, © BBC/James Stenson, © 2008 Columbia Pictures Industries, Inc. and Beverly Blvd LLC. All Rights Reserved., © MMIX DW STUDIOS L.L.C. and PARAMOUNT PICTURES CORPORATION. All Rights Reserved., © Paramount International Television, © Disney. All rights reserved, © Constantin Film Verleih GmbH, Gabor Klinsky, Joseph Wolfsberg, © Sony Pictures, © Warner Brothers Entertainment, © ABC Studios, © Touchstone Television, © 2008 Summit Entertainment, LLC All Rights Reserved, © Paramount Pictures, © Warner Bros. Television, © Touchstone Pictures, Pontius Pilate Productions (Muse) Inc. Photos by Toni Salabasev © kabel eins © Ralf Jürgens, © Martin Menke, © Oliver S., © Ralf Succo, © ABC Studios, © Warner Bros., 20th Century Fox International Television, © Touchstone Television, © Tresor TV, © Discovery Channel, © Touchstone Pictures, © Universal Pictures, © Paramount Pictures, © Columbia Pictures, © Dimension Films, © 2003 Sony Pictures Television International. All Rights Reserved., © Epsilon Motion Pictures, TM+ © Warner Bros., © Buena Vista International, © Miramax Films, © Paramount Pictures, 2009, © Warner Bros. International, © Sony Pictures Television International. All Rights Reserved., © Twentieth Century Fox Film Corporation, © Sony 2007 CPT Holdings, Inc. All Rights Reserved., © United Artists, © sixx © Norman Konrad, © Chandra Moennsrad, © Stephan Pick, © Carsten Sander, © Holde Schneider, © www.redpoint.tv, © 2008 Sony Pictures Television Inc. and Bluebush Productions, LLC. All Rights Reserved., © 2008 ABC INC., TM & © CBS Studios Inc. All Rights Reserved, © 2007 American Broadcasting Companies, Inc. All rights reserved., © Warner Brothers © Disney Enterprises, Inc. All rights reserved, © Sony Pictures Television International. All Rights Reserved, © Disney Enterprises, Inc. All rights reserved, © Foto Gert Krautbauer Photography, ©ProSieben/Oliver S., © Warner Brothers International, © Touchstone Pictures © Disney Enterprises, Inc. and Jerry Bruckheimer Inc. All rights reserved, © SBS Denmark/Hernrik Bülow © Warner Bros. Television, CQC © Cronica Carcotasilor, © Serban Huidu si Mihai Gainusa, © Gerry Frank, © SBS Belgium / VT4, © Kanal 5 © Prima TV © Jacob Mydtskov/SBS TV © Frank Dicks/ Phoenix Films (It. Datei) © kabel eins / Ralf Jürgens © The Königsberg Company © PULS 4 Christian Mikes © Leguan Productions AG © Magnus Selander/Kanal5 © ABC Studios © ProSieben/iStock.

Inhalt und Gestaltung

ProSiebenSat.1 Media AG
Konzernkommunikation

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, beeinflusst die Geschäftsaktivitäten, den Erfolg, die Geschäftsstrategie und die Ergebnisse der ProSiebenSat.1 Media AG. Zukunftsorientierte Aussagen sind keine historischen Fakten und beinhalten daher bekannte und unbekannte Risiken, Unsicherheiten und andere wichtige Faktoren, die dazu führen könnten, dass die tatsächlichen Ergebnisse von den erwarteten Ergebnissen abweichen. Diese in die Zukunft gerichteten Aussagen beruhen auf gegenwärtigen Plänen, Zielen, Schätzungen und Prognosen und berücksichtigen Erkenntnisse nur bis einschließlich des Datums der Erstellung dieses Berichts. In Anbetracht dieser Risiken, Ungewissheiten sowie anderer wichtiger Faktoren übernimmt die ProSiebenSat.1 Media AG keine Verpflichtung und beabsichtigt auch nicht, derartige zukunftsgerichtete Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse und Entwicklungen anzupassen. Obwohl mit größtmöglicher Sorgfalt sichergestellt wird, dass die hierin bereitgestellten Informationen und Fakten zutreffend und dass die Meinungen und Erwartungen angemessen sind, wird keine Haftung oder Garantie auf Vollständigkeit, Richtigkeit, Angemessenheit und/oder Genauigkeit jeglicher hier enthaltener Informationen und Meinungen übernommen.