



ProSiebenSat.1 Group

Quartalsbericht Q3 2011 // 1. Januar bis 30. September 2011

INHALT



KONZERNZWISCHENLAGEBERICHT

- 3 // Auf einen Blick
- 4 // Chronik

6 Konzern und Rahmenbedingungen

- 6 Konjunkturelle Rahmenbedingungen
- 6 Entwicklung der Werbemarkte
- 8 Entwicklung der Zuschauermarktanteile
- 10 // Programmrückblick

11 Geschäftsverlauf

- 11 Vergleich des tatsächlichen mit dem erwartetem Geschäftsverlauf
- 11 Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf
- 12 Wesentliche Ereignisse und Erläuterung der Berichtsweise
- 14 Ertragslage des Konzerns
- 18 Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

24 Segmentbericht

- 24 Segment Free-TV Deutschsprachig
- 25 Segment Free-TV International
- 27 Segment Diversifikation

28 Mitarbeiter

29 Die ProSiebenSat.1-Aktie

32 Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

34 Nachtragsbericht

34 Risiken- und Chancenbericht

36 Prognosebericht

- 36 Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- 37 Künftige branchenspezifische Rahmenbedingungen
- 37 Unternehmensausblick
- 40 // Programmausblick

KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

41 Gewinn- und Verlustrechnung

42 Gesamtergebnisrechnung

43 Bilanz

44 Kapitalflussrechnung

46 Eigenkapitalveränderungsrechnung

47 Anhang

WEITERE INFORMATIONEN

59 Kennzahlen

60 Finanzkalender

60 Impressum

// Q3 2011 AUF EINEN BLICK.

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihr Umsatzwachstum im dritten Quartal 2011 in allen Segmenten fortgesetzt. Wir haben unsere Stärken als Marktführer im deutschen TV-Werbegeschäft genutzt, um auch in verwandten Bereichen wie Online und Games oder der Vermarktung von Werbezeiten gegen Umsatzbeteiligungen weiter zu wachsen. Im internationalen TV-Geschäft verzeichneten wir erneut hohe Zuwächse und profitierten von der Marktdynamik Nordeuropas. Dies führte zu einem Anstieg des Konzernumsatzes der fortgeführten Aktivitäten um 8,9 Prozent auf 594,5 Mio Euro, das korrespondierende recurring EBITDA wuchs um weitere 19,5 Prozent auf 163,6 Mio Euro. Im dritten Quartal haben wir jedoch nicht nur unsere Profitabilität gestärkt. Durch die Optimierung des Geschäftsportfolios haben wir auch einen signifikanten Teil unserer Darlehen vorzeitig zurückgeführt und die Laufzeiten der verbleibenden Darlehen größtenteils verlängert. Damit steht die ProSiebenSat.1 Group finanziell und operativ auf einem soliden Fundament.

// UNSERE ZIELE AUF EINEN BLICK.

Auf Basis dieser erfolgreichen Geschäftsentwicklung bestätigen wir unseren positiven Jahresausblick, der von allen Segmenten getragen wird. Wir werden 2011 erneut ein Rekordergebnis erzielen und den Konzernumsatz aus dem fortgeführten Geschäft im mittleren einstelligen Prozentbereich steigern. Der weitere Wachstumskurs der ProSiebenSat.1 Group basiert auf unserer Vier-Säulen-Strategie. Neben der Stärkung des Kerngeschäfts in den deutschsprachigen Märkten und Nordeuropa werden wir unsere Geschäftstätigkeit noch konsequenter diversifizieren. Ziel ist es, durch ein breiteres Portfolio unabhängiger von zyklischen Schwankungen des deutschen Werbemarkts zu werden.

// PROSIEBENSAT.1 AUF EINEN BLICK.

Die ProSiebenSat.1 Group wurde im Jahr 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, Music 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 konzernweit 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		
	Q3 2011	Q3 2010	+/-%	Q3 2011	Q3 2010	+/-%	Q3 2011	Q3 2010	+/-%
Umsatz	613,9	628,0	-2,2	19,4	82,0	-76,3	594,5	546,0	+8,9
Operative Kosten	446,9	476,1	-6,1	14,2	64,0	-77,8	432,7	412,1	+5,0
Recurring EBITDA	168,8	154,9	+9,0	5,2	18,0	-71,1	163,6	136,9	+19,5
Konzernperiodenergebnis ¹⁾	340,3	32,5	- / -	328,9	12,8	- / -	11,4	19,7	-42,1

¹⁾ Nach Anteilen anderer Gesellschafter.

Konzernumsatz der fortgeführten Aktivitäten

in Mio Euro

Q3 2011  594,5

Q3 2010  546,0

Recurring EBITDA der fortgeführten Aktivitäten

in Mio Euro

Q3 2011  163,6

Q3 2010  136,9

// CHRONIK

Wir haben im dritten Quartal 2011 unser Portfolio weiter optimiert und in neue Wachstumsfelder investiert. Über diese und weitere wichtige Ereignisse informieren wir Sie hier.

> Juli

ProSiebenSat.1 erwirbt führende Games-Anbieter

Die ProSiebenSat.1 Group treibt ihre Expansion im Online Games-Markt weiter voran und hat mit burda:ic einen der führenden europäischen Anbieter übernommen. Zugleich hat ProSiebenSat.1 eine 51-prozentige Beteiligung an Covus Games erworben. Die Akquisitionen wurden im Juli bzw. Mai 2011 abgeschlossen.



Hauptversammlung beschließt Dividendenzahlung von 1,14 Euro je Vorzugsaktie

Die Aktionäre der ProSiebenSat.1 Media AG beschließen bei der 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. Die Dividende wurde am 4. Juli 2011 ausgezahlt. Auch die übrigen Beschlussvorschläge, für die eine Zustimmung der Stammaktionäre erforderlich war, wurden einstimmig angenommen. An der Aktionärsversammlung im Internationalen Congress Center München (ICM) nahmen rund 300 Aktionäre, Aktionärsvertreter und Gäste teil. Die Präsenz lag bei 60 Prozent.

Götz Mäuser ist Vorsitzender des ProSiebenSat.1 Aufsichtsrats

Götz Mäuser, Partner bei der Permira Beteiligungsberatung GmbH, wird 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 wird 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, ehemaliger CEO der Telegraaf Media Groep, an.



ProSiebenSat.1 gründet Beirat

Die ProSiebenSat.1 Group ruft unter dem Vorsitz von Dr. Edmund Stoiber ein Gremium ins Leben, das das Unternehmen in medienpolitisch und gesellschaftlich relevanten Fragen beraten wird. Dazu gehören Themen wie Ökologie, Jugend und Soziales oder Kunst und Kultur.

Verkauf der niederländischen Aktivitäten vollzogen

Am 29. Juli wird der Verkauf der niederländischen TV- und Print-Aktivitäten an ein internationales Bieterkonsortium abgeschlossen. Die Veräußerung der belgischen Beteiligungen erfolgte bereits im Juni. ProSiebenSat.1 hatte im April bekannt gegeben, sich von den Unternehmen beider Märkte zu trennen.

> August

ProSiebenSat.1 reduziert Darlehen um 1,2 Milliarden Euro

Die ProSiebenSat.1 Media AG führt einen Teil ihrer Darlehen vorzeitig um 1,2 Milliarden Euro zurück. Zudem vereinbart die ProSiebenSat.1 Group mit ihren Kreditgebern für den Großteil der verbleibenden Darlehen eine Laufzeitenverlängerung bis 2016. Hierdurch reduziert der Konzern seinen Verschuldungsgrad und optimiert das Fälligkeitsprofil seiner Kredite.

Aktienrückkauf

Im Zeitraum vom 29. August bis zum 14. September hat die ProSiebenSat.1 Media AG 2.500.000 Stück auf den Inhaber lautende stimmrechtslose Vorzugsaktien zurückgekauft. Damit erwirbt die Gesellschaft rund 2,3 Prozent der Gesamtzahl der Vorzugsaktien oder 1,15 Prozent des Grundkapitals der Gesellschaft. Der Rückkauf dient zur Absicherung von Long Term Incentive-Programmen.

9Live-Sendebetrieb eingestellt

Im August stellt ProSiebenSat.1 den Sendebetrieb des Call-TV-Senders 9Live endgültig ein. Grund ist ein nachhaltiger Erlösrückgang bei dem Transaktionskanal. Zum 31. Mai hatte das Unternehmen bereits den Live-Betrieb beendet, seither liefen Serien und Spielfilme auf der Frequenz von 9Live. Nach der Schließung von 9Live hat der Frauensender sixx den Sendeplatz übernommen. Dadurch kann sixx seine technische Reichweite deutlich steigern.

> September

HbbTV-Livebetrieb auf kabel eins ausgeweitet

Neben ProSieben und SAT.1 ist unser HbbTV-Angebot seit Anfang September auch auf kabel eins verfügbar. Mit einem einfachen Druck auf die rote Taste der Fernbedienung (sogenannter "Red-Button") wechselt der Zuschauer in eine multimediale Welt. ProSiebenSat.1 setzt konsequent auf neue Technologien, um Werbe- kunden alle Möglichkeiten moderner Vermarktung zu bieten.



> Oktober

ProSiebenSat.1 erweitert Vorstand
Conrad Albert (43) und Dr. Christian Wegner (37) gehören seit 1. Oktober 2011 zum Vorstand. Conrad Albert leitet das neu geschaffene Vorstandressort Legal, Distribution & Regulatory Affairs. Dr. Christian Wegner übernimmt das Ressort New Media & Diversification.



Mehrheitsbeteiligung an US-amerikanischer Produktionsfirma

Die Red Arrow Entertainment Group kündigt an, eine Mehrheitsbeteiligung an der US-amerikanischen Produktionsfirma Fuse Entertainment zu übernehmen. Mit Produktionen wie "The Killing" oder "Burn Notice" zählt Fuse Entertainment zu den führenden amerikanischen Fiction-Produzenten. Damit setzt Red

Arrow seine Expansion in den englischsprachigen TV-Märkten fort. Im Frühjahr hatte Red Arrow 51 Prozent an der britischen Filmproduktion The Mob Film Company übernommen, im Januar hatte das Unternehmen eine Holdinggesellschaft in London gegründet. Das Unternehmen will selbst mehr englischsprachigen Content produzieren und weltweit vermarkten.



Ausgezeichnetes Programm

Die ProSiebenSat.1 Group kann sich beim diesjährigen Deutschen Fernsehpreis gleich über drei Auszeichnungen freuen: Die SAT.1-Comedyshow „Ladykracher“ wurde als „Beste Comedy“ gefeiert, kabel eins erhielt für seine Dokumentation „Stellungswechsel - Job bekannt, fremdes Land“ als „Beste Unterhaltung / Doku“ eine Trophäe. Stefan Raab wurde mit dem „Publikumspreis 2011“ als bester Entertainer geehrt.



ProSiebenSat.1 und Unitymedia bauen Kooperation aus

Der Kabelnetzbetreiber Unitymedia übernimmt auch in Zukunft die Verbreitung der ProSiebenSat.1- Programme in Hessen und Nordrhein-Westfalen. Vor allem der Sender sixx gewinnt dadurch an analoger Reichweite. Im August hatte ProSiebenSat.1 die bestehenden Verträge bereits mit Kabel BW verlängert, im Juli schloss die Gruppe mit Kabel Deutschland einen langfristigen Vertrag über die Verbreitung der Free-TV, Pay-, HD- und Video-on-Demand-Angebote. Kunden der entsprechenden Kabelnetzbetrei-

ber können die ProSiebenSat.1-Sender damit erstmals auch in HD empfangen.



ProSiebenSat.1 lädt zum Capital Markets Day ein

Die ProSiebenSat.1 Group stellt Analysten auf dem Capital Markets Day am 5. Oktober ihre Wachstumsstrategie für die nächsten Jahre vor. Die Gruppe sieht bis 2015 zusätzliches Umsatzpotenzial in Höhe von 750 Millionen Euro. Bis zu diesem Zeitpunkt sollen in Deutschland zudem nahezu 50 Prozent des Umsatzes jenseits des klassischen TV-Werbe- markts erzielt werden.

Konzern und Rahmenbedingungen

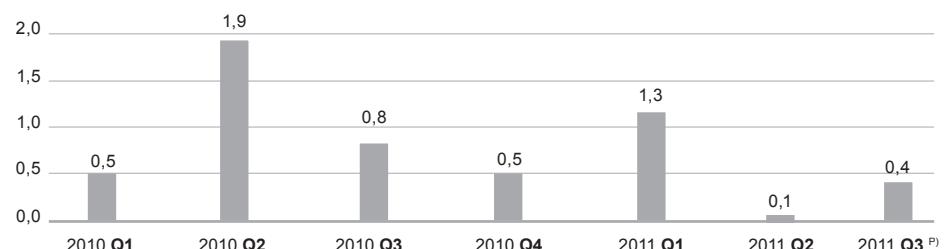
Konjunkturelle Rahmenbedingungen

Nach der raschen Konjunkturerholung der Weltwirtschaft im Jahr 2010 haben Sonderfaktoren wie die Schuldenkrise im Euroraum, politische Unruhen im arabischen Raum sowie das Erdbebenunglück in Japan das Expansionstempo der Weltwirtschaft gedrosselt. Auch im Euroraum (17 Länder) bzw. in der Europäischen Union (27 Länder) bleibt das Wachstum hinter dem Jahresauftakt zurück: Lag die Steigerungsrate im ersten Quartal 2011 noch bei 0,8 bzw. 0,7 Prozent, wuchs das Bruttoinlandsprodukt im zweiten Quartal in beiden Regionen lediglich um 0,2 Prozent. Für das dritte Quartal erwartet die Europäische Kommission ebenfalls ein Plus von rund 0,2 Prozent.

Die deutsche Wirtschaft begann das Jahr in sehr guter Verfassung und ist nach wie vor der konjunkturelle Stabilitätsfaktor Europas. Zwar fiel das Bruttoinlandsprodukt mit einem Plus von 0,1 Prozent im zweiten Quartal geringer aus als im Vorquartal (+ 1,3%). Doch für das dritte Quartal zeigen Indikatoren wie die Industrieproduktion ein im europäischen Vergleich wieder überdurchschnittliches Wachstum an: Sowohl der Handelsblatt-Barclays-Indikator als auch das DIW-Konjunkturbarometer prognostizieren ein Plus von 0,4 Prozent gegenüber dem Vorquartal, die Gemeinschaftsdiagnose erwartet sogar plus 0,6 Prozent. Dies ist vor allem auf eine nach wie vor dynamische Industrieproduktion zurückzuführen. Auch der deutsche Arbeitsmarkt ist weiterhin in sehr guter Verfassung, das Verbraucher-Vertrauen stabil.

Entwicklung des Brutto-Inlandsprodukts in Deutschland

in Prozent // Veränderung vs. Vorquartal



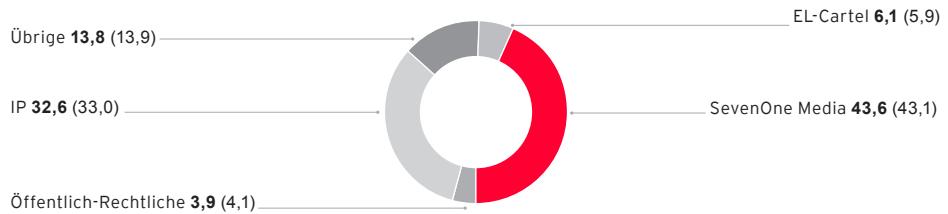
Preisbereinigt, verkettet, saison- und kalenderbereinigt. P = Prognose: Handelsblatt-Barclays-Indikator, DIW.
Quellen: Statistisches Bundesamt.

Entwicklung der Werbemarkte

Die Entwicklung der Werbemarkte 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 dritten Quartal 2011 stiegen die Brutto-Investitionen in TV-Werbung um 1,5 Prozent auf 2,37 Milliarden Euro (Vorjahr: 2,34 Mrd Euro), von Januar bis September 2011 steigerten sie sich um 2,2 Prozent auf 7,45 Milliarden Euro (Vorjahr: 7,29 Mrd Euro). Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, der vom Aufschwung nach der Finanzkrise getragen wurde, entspricht dies einem nicht mehr ganz so dynamischen, aber weiterhin guten Wachstum. In diesem Umfeld konnte auch die ProSiebenSat.1 Group ihre führende Marktposition ausbauen und den Anteil am Werbemarkt im dritten Quartal auf 43,6 Prozent brutto steigern (Vorjahr: 43,1%). Seine Brutto-Werbeeinnahmen erhöhte das Unternehmen im dritten Quartal um 2,7 Prozent auf 1,04 Milliarden Euro (Vorjahr: 1,01 Mrd Euro). In den ersten neun Monaten stiegen die Werbeerlöse der ProSiebenSat.1 Group um 2,0 Prozent auf brutto 3,12 Milliarden Euro (Vorjahr: 3,06 Mrd Euro).

Brutto-TV-Werbemarkt in Deutschland im dritten Quartal

Marktanteile in Prozent // Vorjahreswerte in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research, SevenOne Media exkl. N24, 9Live.

Auch in ihren meisten internationalen Märkten hat die Konjunkturlage das Buchungsverhalten der Werbewirtschaft positiv beeinflusst. Das stärkste Wachstum verzeichnete Norwegen mit einem Plus von 14,6 Prozent netto im dritten Quartal.

Entwicklung der TV-Werbemarkte

in Prozent	Q3 2011	Q1-Q3 2011
	Abweichungen vs. Vorjahr	Abweichungen vs. Vorjahr
Deutschland	1,5	2,2
Österreich	10,4	9,8
Schweiz	12,9	9,8
Norwegen	14,6	14,4
Schweden	5,0	11,3
Dänemark	12,2	20,1
Finnland	1,1	10,4
Ungarn	-14,6	-11,2
Rumänien	-12,3	-15,1

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, Q3 2011 beruht auf Erwartungen. **Schweden:** netto, IRM, Q3 2011 beruht auf Erwartungen. **Dänemark:** netto, DRRB, Q3 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.

Der Konzern vermarktet in seinem Kernmarkt Deutschland nicht nur TV-Werbung erfolgreich, sondern zählt mit knapp 27 Millionen Unique Usern auch zu den Top-3-Onlinevermarktern in Deutschland. Der deutsche Online-Werbemarkt verzeichnete im dritten Quartal ein Wachstum um 23,8 Prozent auf 722,3 Mio Euro brutto, in den ersten neun Monaten legten die Werbeumsätze in der Internetbranche um 35,2 Prozent auf 2,19 Mrd Euro brutto zu. Die Umsätze der ProSiebenSat.1 Group aus der Vermarktung von Online-Videos und -Bannern stiegen im dritten Quartal um 29,5 Prozent auf 38,1 Mio Euro brutto (Vorjahr: 29,4 Mio Euro). Zwischen Januar und September 2011 lagen die Einnahmen aus Online-Werbung bei 103,9 Millionen Euro brutto, dies entspricht einer Steigerung von 16,3 Prozent (Vorjahr: 89,1 Mio Euro).

Neben klassischer Teaser- und Bannerwerbung bietet der Konzern seinen Werbekunden die Möglichkeit, Bewegtbild-Werbung in einem attraktiven Content-Umfeld zu schalten. Mit einem Anteil von 50 Prozent ist die ProSiebenSat.1 Group in diesem Bereich führend. Die Nachfrage nach Video-Advertising im Internet ist in den vergangenen Monaten besonders dynamisch gestiegen und verzeichnete dreistellige Wachstumsraten.

Entwicklung der Zuschauermarktanteile

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre Zuschauermarktanteile im dritten Quartal 2011 in nahezu allen Märkten ausgebaut:

Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1 Group nach Ländern

in Prozent	Q3 2011	Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010
Deutschland	29,4	28,9	28,5	28,5
Österreich	20,3	20,2	20,0	19,0
Schweiz	16,2	18,7	16,4	17,3
Dänemark	15,9	17,0	16,1	16,9
Finnland	6,2	3,7	5,0	3,1
Norwegen	17,0	14,8	17,0	14,0
Schweden	13,6	13,5	13,5	14,2
Ungarn	21,3	22,9	21,2	21,6
Rumänien	7,8	6,7	7,7	7,3

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: Quoten-
ausweis seit Februar 2011, bei der Quartals-/Neunmonats- 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 und Juli jeweils einen Marktanteil von 0,4 Prozent; im August und September jeweils einen Marktanteil von 0,6 Prozent); 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. Die Auswertung des schweizerischen Signals ist erst seit 2011 möglich. 2010 beinhaltete das Signal noch Österreich und Deutschland gebündelt. **Dänemark:** Kanal 4, Kanal 5, 6'eren, The Voice; werberelevante Zielgruppe 15-50 Jahre, Basis: 14 werbefinanzierte TV-Sender. **Finnland:** TV5, The Voice; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. **Norwegen:** TVNorge, FEM, MAX, The Voice; werberelevante Zielgruppe 12-44 Jahre. **Schweden:** Kanal 5, Kanal 9; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. **Ungarn:** TV2; FEM3; werberelevante Zielgruppe 18-49 Jahre. **Rumänien:** Prima TV, Kiss TV; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. Die Daten für Rumänien basieren auf ürbaner Bevölkerung.

In Deutschland haben SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx ihre Marktanteile im Jahresverlauf kontinuierlich gesteigert. So lag der Wert im dritten Quartal mit 29,4 Prozent um 1,9 Prozentpunkte über dem des ersten Quartals 2011, im September überschritten SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx sogar die 30-Prozent-Marke (30,2%). Dazu trugen erfolgreiche Programme wie der SAT.1-Spielfilm „Wicki und die starken Männer“ (30,3%), die ProSieben-Serie „V - Die Besucher“ (bis zu 19,7%) oder die kabel eins-Doku „Stellungswechsel: Job bekannt - fremdes Land“ (bis zu 7,8%) bei. Bezogen auf den Neunmonatszeitraum entwickelten sich die Zuschauerquoten mit 28,5 Prozent stabil, gegenüber dem dritten Quartal 2010 ergab sich ein Plus von 0,5 Prozentpunkten.

Die österreichischen Programme SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins austria und PULS 4 steigerten ihren gemeinsamen Zuschauermarktanteil im dritten Quartal um 0,1 Prozentpunkte auf 20,3 Prozent, im Neunmonats-Vergleich verzeichneten die vier Sender ein Plus von 1,0 Prozentpunkten auf 20,0 Prozent (Vorjahr: 19,0%). Damit haben die österreichischen ProSiebenSat.1-Sender ihren Vorsprung gegenüber den privaten Mitbewerbern weiter ausgebaut.

Darüber hinaus verzeichneten die Sender der ProSiebenSat.1 Group vor allem in Skandinavien hohe Wachstumsraten. In Norwegen erzielten TV Norge, FEM, MAX und The Voice im dritten Quartal einen Zuschauermarktanteil von 17,0 Prozent (Vorjahr: 14,8%). In den Monaten Januar bis September 2011 lag der Wert ebenfalls bei 17,0 Prozent, dies entspricht einem Plus von 3,0 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr (14,0%). Das starke Wachstum ist vornehmlich auf die erfolgreiche Entwicklung des Männerenders MAX zurückzuführen, der seine Quoten seit dem Start im November 2010 beständig steigert und im dritten Quartal 2011 bei 2,9 Prozent lag.

Auch in Finnland konnte die ProSiebenSat.1 Group mit ihren Sendern TV5 und The Voice deutlich zulegen. Die beiden Sender verzeichneten im dritten Quartal mit einem Marktanteil von 6,2 Prozent einen Zuwachs von 2,5 Prozentpunkten (Vorjahr: 3,7%), von Januar bis September 2011 lag der Wert bei 5,0 Prozent (Vorjahr: 3,1%). Das signifikante Plus

erklärt sich vor allem durch den Ausbau von TV5 zu einem 24-Stunden-Programm. Zuvor hatten sich TV5 und The Voice eine Sendelizenz geteilt.

Um Marktanteile in den einzelnen Regionen dazuzugewinnen, hat die ProSiebenSat.1 Group in den vergangenen Monaten in wichtigen Märkten neue TV-Sender gestartet. Ein Beispiel für diese erfolgreiche Wachstumsstrategie sind neben dem Männersender MAX in Norwegen der Frauensender sixx in Deutschland, der im Mai 2010 on Air ging. Mit zusätzlichen Sendern gewinnt das Unternehmen Zielgruppen, die über das bisherige Senderportfolio nicht abgedeckt waren.

Die ProSiebenSat.1 Group expandiert gezielt in verwandte Bereiche, um die Abhängigkeit von einzelnen Märkten oder zyklischen Schwankungen zu reduzieren. Dazu zählen unter anderem die Web-Aktivitäten des Medienunternehmens. Die ProSiebenSat.1 Networld betreibt mit SAT1.de, ProSieben.de, MyVideo.de und vielen weiteren Marken eines der führenden Online-Netzwerke in Deutschland.

Der ProSiebenSat.1 Group ist es gelungen, die Nutzerzahlen auf ihren Onlineangeboten weiter auszubauen. Mit rund 27 Millionen Unique Usern pro Monat nimmt ProSiebenSat.1 Platz drei unter den deutschen Onlinevermarktern ein. Besonders stark wurden die Angebote von ProSieben.de, MyVideo und wetter.com genutzt. Der Erfolg von ProSieben.de ist unter anderem auf „Germany's next Topmodel“ oder „TV Total“ zurückzuführen - Marken, die nicht nur im TV, sondern auch im Internet eine starke Fangemeinde haben. Unter www. ProSieben.de und den übrigen Senderwebsites findet der Nutzer zahlreiche kostenlose Video-on-Demand-Angebote zu den Programmen, die sich über Werbung finanzieren.

PROGRAMMRÜCKBLICK

Fünf Highlights aus unserem Programm im dritten Quartal 2011

ES WIRD GEBISSEN UND GEHEULT

Stefan und Damon haben alle Hände voll zu tun, um Elena zu beschützen. Vor den Werwölfen, die sie töten wollen. Vor dem Urvampir Klaus, der ebenfalls nach ihrem Leben trachtet. Die neuen Folgen der US-Erfolgsserie „Vampire Diaries“ zogen die sixx-Zuschauer im dritten Quartal in ihren Bann. Bis zu 2,9 Prozent der 14-49-jährigen schalteten jeden Donnerstag ein.



ZOCKEN, WAS DAS ZEUG HÄLT

In Deutschland eine Erfolgsshow, in mehr als 30 weitere Länder verkauft. Jetzt erobert „Min mand kan“ auch die dänische TV-Landschaft. Nach dem deutschen Vorbild „Mein Mann kann“ zocken die Frauen auf Kanal 5 um das Können ihrer Männer. Mit Marktanteilen von bis zu 9,7 Prozent bei der werberelevanten Zielgruppe ist die Show in Dänemark ein Hit (Senderschnitt Q3 2011: 7,6 Prozent).



ZURÜCK ZU DEN WURZELN

Zwölf Amerikaner begeben sich in Norwegen auf die Suche nach ihren Wurzeln. Verschiedene Aufgaben sollen sie der norwegischen Kultur näher bringen. Die Reality-Serie „Alt for Norge“ von TVNorge erhielt bereits eine Auszeichnung als beste Newcomer-Serie. Die Zuschauer waren genauso angetan: Bis zu 31,3 Prozent der werberelevanten Zielgruppe schalteten Sonntags zur Prime Time ein.



FRIEDE FÜR ALLE - AUF EWIG

Das sind die Worte, mit denen „die Besucher“ die Menschen in der ProSieben-Serie „V - Die Besucher“ begrüßen. Allerdings kommen sie nicht in ganz so friedlicher Absicht. Mit starken Marktanteilen von bis zu 19,7 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern gehörte „V - Die Besucher“ zu den erfolgreichsten ProSieben-Serien im letzten Quartal. Ab 10. Oktober geht der Kampf um die Erde in die zweite Runde.



TAXIFAHREN EINMAL ANDERS

Zwei Taxifahrer aus Deutschland tauschen mit zwei Taxifahrern aus Indien den Arbeitsplatz. Das ist „Stellungswechsel: Job bekannt - fremdes Land“ bei kabel eins. Bis zu 7,8 Prozent der 14-49-jährigen waren dabei, als kabel eins Menschen aus verschiedenen Branchen zum Job-Austausch schickte. Das Format bescherte kabel eins 2011 erstmalig einen Deutschen Fernsehpreis als „Beste Unterhaltung/Doku“.



Geschäftsverlauf

Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf

Die Geschäftsentwicklung im dritten Quartal lag im Rahmen unserer Erwartungen. Gegenüber den im Geschäftsbericht 2010 (Seite 106 bis 109) bzw. Halbjahresbericht 2011 (Seite 29 bis 30) getroffenen Erwartungen für 2011 gibt es keine wesentlichen Änderungen, sondern lediglich bestimmte Ergänzungen und Spezifizierungen. Zudem hat die ProSiebenSat.1 Group im Oktober 2011 erstmalig ihre Wachstumsstrategie bis 2015 erläutert. Die Ziele für das Geschäftsjahr 2011 sowie die Wachstumsstrategie werden im Kapitel Unternehmensausblick ab Seite 37 erläutert.

Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf

Nach einem positiven Jahresbeginn haben die Risiken einer konjunkturellen Abkühlung zugenommen. Dies hatte jedoch bislang keine wesentlichen Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf von ProSiebenSat.1:

- Vor allem die Vermarktung von TV-Werbespots in den skandinavischen Ländern erzielte im dritten Quartal 2011 weiterhin hohe Wachstumsraten. Auch im deutschsprachigen TV-Segment konnte ProSiebenSat.1 die Zuschauerleistung der TV-Sender zu adäquaten Preisen kapitalisieren und seine Außenumsätze gegenüber dem Vorjahresvergleichswert um weitere 6,6 Prozent erhöhen. Insgesamt erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group aus fortgeführten Aktivitäten im dritten Quartal 516,2 Mio Euro (Vorjahr: 477,2 Mio Euro) bzw. 86,8 Prozent (Vorjahr: 87,4%) des Konzernumsatzes in ihrem Kerngeschäft werbefinanziertes Free-TV. Das Diversifikationssegment steigerte seinen Umsatzbeitrag um 13,8 Prozent auf 78,3 Mio Euro. Insbesondere im Onlinebereich hat der Konzern vom dynamischen Marktwachstum profitiert.
- Während sich die Werbeinvestitionen in den deutschsprachigen und nordeuropäischen Märkten unverändert robust entwickelten, blieben die Werbeeinnahmen der ProSiebenSat.1 Group in Osteuropa aufgrund der dort rezessiven Konjunkturlage unter Vorjahr.



Die im Geschäftsbericht 2010 erläuterte Geschäftstätigkeit (S.43-45) sowie die beschriebenen Gegebenheiten auf den wesentlichen Absatzmärkten und die Wettbewerbsposition der einzelnen Geschäftsfelder (S.44) bleibt weitestgehend unverändert.

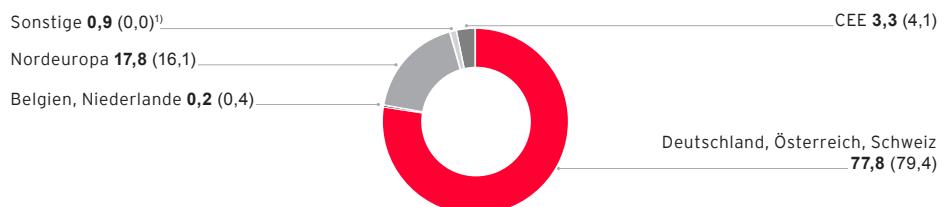


Im Unterschied zu Währungstranslationen hat die ProSiebenSat.1 Group Fremdwährungsrisiken aus Transaktionen abgesichert. Dies beschreiben wir im Risikobericht auf Seite 97 des Geschäftsberichts 2010. Transaktionsrisiken entstehen in erster Linie aus dem Erwerb von Programmrechten, die in US-Dollar abgerechnet werden.

Den Großteil der Erlöse erzielt die ProSiebenSat.1 Group in der Euro-Zone. In der Schweiz sowie in den nord- und osteuropäischen Märkten können allerdings Schwankungen der jeweiligen Heimatwährungen gegenüber der „Konzernwährung“ Euro die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns und seiner Segmente beeinflussen. Im Berichtszeitraum wirkten sich Währungsschwankungen nicht wesentlich auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung aus. Die regionale Umsatzverteilung hat sich aufgrund des Verkaufs der belgischen und niederländischen Tochtergesellschaften leicht verschoben. Eine entsprechende Übersicht zeigt untenstehende Grafik.

Umsatz nach Regionen aus fortgeführten Aktivitäten im dritten Quartal 2011

Vorjahreswerte in Klammern // in Prozent



¹⁾ Umsatz in USA und UK.

Wichtigster Umsatzmarkt mit einem Anteil von 71,0 Prozent (Vorjahr: 74,1%) ist der deutsche TV-Werbemarkt. SevenOne Media, der Werbezeitenvermarkter der ProSiebenSat.1 Group für diesen Markt, verfügt seit vielen Jahren über einen stabilen Kundenstamm. Der größte Anteil an den TV-Werbeinvestitionen stammt aus den Sektoren Ernährung, Körperpflege, Dienstleistungen und Handel. Das Unternehmen arbeitet kontinuierlich daran, die Serviceleistung für Kunden auszubauen sowie individuelle Werbekonzepte zu entwickeln und damit die Wirksamkeit von TV-Werbung weiter zu steigern. Die Programme der ProSiebenSat.1-Sender bieten ein hochwertiges Werbeumfeld. Dabei ist es der Gruppe in den vergangenen neun Monaten gelungen, den Zuschauermarktanteil an den kommerziell wichtigsten Zeitschienen stärker als die privaten Mitbewerber zu steigern. Zwischen 17.30 Uhr und 23.00 Uhr werden 60 Prozent des TV-Werbeumsatzes kapitalisiert.

Erläuterung zur Auftragsentwicklung

Mit einem Großteil unserer Werbekunden bestehen Rahmenvereinbarungen über Abnahmemengen und den diesen zugrundeliegenden Konditionen. Im deutschen Kernmarkt informieren wir unsere Kunden unter anderem in so genannten Programmscreenings über die Ausrichtung des TV-Programms der kommenden Programmsaison. Die Programmvorschau dient unseren Werbekunden als Entscheidungsgrundlage für ihre Investitionen. Das Preisniveau richtet sich nach Reichweite, Sendezeit, Nachfrage und der Anzahl der verfügbaren Werbeflächen. Das endgültige Budgetvolumen wird branchenüblich teilweise allerdings erst kurzfristig auf Monatssicht bestätigt - erst dann wird der gesamte Absatz transparent. Zudem werden zusätzliche Werbebudgets immer häufiger kurzfristig im vierten Quartal vergeben. Ein Indikator zur Beurteilung der Buchungssituation stellen die zuvor beschriebenen Nielsen-Daten für den Brutto-Werbemarkt dar.

Wesentliche Ereignisse und Erläuterung der Berichtsweise

Finanzkennzahlen der externen Berichterstattung. Zentrale finanzielle Steuerungsgrößen sind für die ProSiebenSat.1 Group das recurring EBITDA und die Netto-Finanzverschuldung, die dem Saldo aus Kreditverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und den kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten der ProSiebenSat.1 Group entspricht. Zudem beziehen sich Analysten in ihren Schätzungen häufig auf die operativen Kosten. Operative Kosten werden als Gesamtkosten abzüglich Abschreibungen und Einmalaufwendungen definiert und sind für die Berechnung des recurring EBITDA die relevante Kostengröße. Als recurring EBITDA wird das um Einmaleffekte bereinigte Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen definiert. Die Entwicklung dieser Kennzahlen wird daher auch auf den folgenden Seiten zur Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns beschrieben und im Prognosebericht betrachtet.

Änderungen im Konsolidierungskreis. Im Zuge der strategischen Portfolioanalyse hat die ProSiebenSat.1 Group am 20. April 2011 Verträge zur Veräußerung ihrer Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden unterzeichnet. Die Geschäftsaktivitäten in den Niederlanden in den Bereichen Fernsehen und Print wurden von der Sanoma Corporation und der Talpa Holding N.V. übernommen. Für die TV-Aktivitäten in Belgien besteht das Konsortium führender internationaler Medienunternehmen 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. Mit dem Erlös aus dem Verkauf der niederländischen und belgischen Aktivitäten hat ProSiebenSat.1 Ende August 2011 die aufgenommenen Kredite um 1,2 Mrd Euro vorzeitig zurückgeführt und damit den Verschuldungsgrad deutlich reduziert. Die Auswirkungen auf die Finanz- und Vermögenslage werden auf den Seiten 18 bis 23 ausführlich erläutert.

Der Verkauf der belgischen TV-Aktivitäten wurde am 8. Juni 2011 vollzogen und die Gesellschaften folglich im zweiten Quartal 2011 entkonsolidiert. Die Transaktion in den Niederlanden wurde im dritten Quartal abgeschlossen und die Gesellschaften am 29. Juli 2011 entkonsolidiert. Infolge der vorliegenden Voraussetzungen des IFRS 5 werden die veräußerten Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden bis zum Zeitpunkt ihrer Entkonsolidierung gesondert als „nicht-fortgeföhrte Aktivitäten“ ausgewiesen. In den einzelnen Positionen der Gewinn- und Verlust-Rechnung sind folglich die Ergebnisbeiträge sowie die Effekte aus der Entkonsolidierung inklusive des Veräußerungsgewinns nicht in den einzelnen Positionen enthalten, sondern werden zusammengefasst als „Ergebnis aus nicht-fortgeföhrten Aktivitäten“ ausgewiesen. Aufgrund der unterschiedlichen Entkonsolidierungszeitpunkte enthalten die nicht-fortgeföhrten Aktivitäten im dritten Quartal noch den laufenden Ergebnisbeitrag der niederländischen Aktivitäten für den Monat Juli. Demgegenüber umfassen die nicht-fortgeföhrten Aktivitäten im Neunmonatszeitraum neben dem niederländischen auch das belgische Geschäft bis einschließlich Mai. Die Vorfahrszahlen der Gewinn- und Verlustrechnung wurden auf Konzern- bzw. Segmentebene entsprechend angepasst. Bislang wurden die veräußerten TV- und Print-Aktivitäten in den Segmenten Free-TV International bzw. Diversifikation ausgewiesen.

Darüber hinaus fanden in den ersten neun Monaten des Jahres 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 Zeitraum Januar bis September 2011 ihr Portfolio durch Akquisitionen im Games- und VoD-Bereich ergänzt und ihr Produktionsgeschäft international expandiert. Ziel der ProSiebenSat.1 Group ist es, durch den Ausbau neuer Geschäftsbereiche zusätzliche Erlöspotenziale jenseits des klassischen Werbegeschäfts zu generieren und dadurch unabhängiger vom Werbemarkt und dessen konjunkturellen Schwankungen zu werden. Die ProSiebenSat.1 Group prüft daher kontinuierlich ihr Portfolio im Hinblick auf nachhaltiges Wachstumspotenzial. Vor diesem Hintergrund hat die Gruppe im dritten Quartal 2011 ihren griechischen Radiosender Lamps FM an die Attica Publications Group S.A. veräußert. Die Transaktion wurde am 20. September 2011 vollzogen. In Märkten mit einem integrierten Markenportfolio aus starken Fernseh- und Hörfunksendern bleiben Radiobeteiligungen weiterhin ein wichtiger strategischer Bestandteil. Aufgrund des Umsatzrückgangs von 9Live in den vergangenen Jahren hat das Unternehmen zudem den Sendebetrieb des Call-TV-Senders am 9. August 2011 vollständig eingestellt. Nach der Schließung von 9Live hat der Frauensender sixx den Sendeplatz übernommen. Damit konnte sixx seine technische Reichweite deutlich steigern. Einen Überblick der Portfoliomäßigungen zeigt die folgende Tabelle, eine chronologische Übersicht der Ereignisse im dritten Quartal 2011 findet sich auf den Seiten 4 bis 5.

Portfoliomäßigungen und Änderungen im Konsolidierungskreis im Neunmonatszeitraum 2011

Segment Free-TV Deutschsprachig

- Mehrheitsbeteiligung an The Mob Film Holdings Limited
- › Vollkonsolidierung seit April 2011
- Ankündigung des Erwerbs einer Mehrheitsbeteiligung an der US-amerikanischen Produktionsfirma Fuse Entertainment im September 2011
- › Closing in Q4 2011

Segment Free-TV International

- Launch von PRO4 in Ungarn im Januar 2011
- Verkauf der TV-Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden
- › Entkonsolidierung Belgien im Juni 2011
- › Entkonsolidierung Niederlande im Juli 2011

Segment Diversifikation

- Erwerb weiterer 50 Prozent der Anteile an maxdome
- › Vollkonsolidierung seit Januar 2011
- Mehrheitsbeteiligung am Online-Games-Anbieter Covus Games GmbH, Betreiber von browsergames.de, und 100% - Erwerb von burda i:c
- › Vollkonsolidierung von Covus Games seit Mai 2011, burda i:c seit Juli 2011
- Einstellung des Sendebetriebs des Call-TV-Senders 9Live im August 2011
- Verkauf des griechischen Radiosenders Lamps FM
- › Entkonsolidierung im September 2011



Eine ausführliche Erläuterung der Konzernstruktur und des unternehmensinternen Steuerungssystems finden sich im Jahresfinanzbericht auf den Seiten 48 bis 52. Weitere Informationen zu den aktuellen Änderungen im Konsolidierungskreis beinhaltet der Anhang dieses Zwischenabschlusses auf den Seiten 49 bis 53. Dort wird auch die Berichtsweise nach IFRS 5 ausführlich erläutert (S. 47 bis 48).

Portfoliomaßnahmen und Änderungen im Konsolidierungskreis im Neunmonatszeitraum 2010

Segment Free-TV Deutschsprachig

- Gründung der Red Arrow Entertainment Group im Januar 2010, 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
- Entkonsolidierung im Juni 2010

Segment Free-TV International

- Launch des neuen Free-TV-Senders Fem3 in Ungarn im Januar 2010
- Mehrheitsbeteiligung an der belgischen Produktionsgesellschaft Sultan Sushi BVBA
- Vollkonsolidierung seit März 2010
- Mehrheitsbeteiligung an der US Produktionsgesellschaft Kinetic Content LLC.
- Vollkonsolidierung seit September 2010

Ertragslage des Konzerns

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2011

Der Konzernumsatz aus den fortgeführten Aktivitäten stieg im dritten Quartal gegenüber dem Vorjahr um 8,9 Prozent oder 48,5 Mio Euro deutlich auf 594,5 Mio Euro. Dazu trugen alle Segmente bei.

Einschließlich der nicht-fortgeführten Aktivitäten verringerte sich der Konzernumsatz im dritten Quartal 2011 konsolidierungskreisbedingt um 2,2 Prozent bzw. 14,1 Mio Euro auf 613,9 Mio Euro. Die niederländischen Gesellschaften wurden im Juli 2011 entkonsolidiert und sind in den Vorjahresvergleichswerten für drei Monate enthalten. Eine Übersicht ausgewählter Kennzahlen unter Berücksichtigung des im dritten Quartal als „nicht-fortgeführte Aktivitäten“ ausgewiesenen Geschäfts 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

In Mio Euro	ProSiebenSat.1 inkl. nicht-fortgeführte Aktivitäten		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2010
Konzernumsatz	613,9	628,0	19,4	82,0	594,5	546,0
Operative Kosten	446,9	476,1	14,2	64,0	432,7	412,1
Gesamtkosten	506,2	519,5	10,1	67,3	496,1	452,2
Umsatzkosten	330,9	355,3	11,3	51,4	319,6	303,9
Vertriebskosten	95,7	92,1	1,4	7,6	94,3	84,5
Verwaltungskosten	79,6	72,1	-2,6	8,3	82,2	63,8
Betriebsergebnis (EBIT)	431,1	111,4	330,1	14,8	101,0	96,6
Recurring EBITDA ¹⁾	168,8	154,9	5,2	18,0	163,6	136,9
Einmaleffekte (saldiert) ²⁾	295,0	-10,8	324,9	-0,5	-29,9	-10,3
EBITDA	463,8	144,1	330,1	17,5	133,7	126,6
Konzernergebnis, das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	340,3	32,5	328,9	12,8	11,4	19,7
Underlying net income	351,8	42,8	328,9	13,7	22,9	29,1

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

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** bewegten sich im dritten Quartal 2011 mit 2,6 Mio Euro auf Vorjahresniveau.



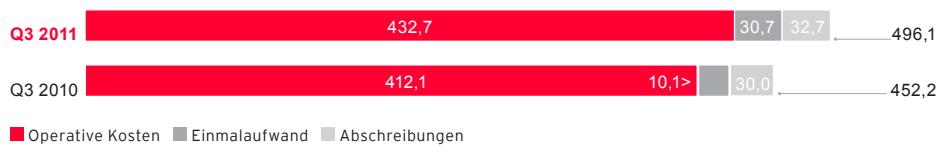
Die Entwicklung der Personalaufwendungen, enthalten in den Gesamtkosten, wird auf Seite 28 beschrieben.

Die **Gesamtkosten** des Konzerns betrugen 496,1 Mio Euro und lagen damit um 9,7 Prozent oder 43,9 Mio Euro über Vorjahr. Die Umsatzkosten stiegen um 5,2 Prozent bzw. 15,7 Mio Euro auf 319,6 Mio Euro. Der in den Umsatzkosten enthaltene Werteverzehr auf das Programmvermögen, die größte Aufwandsposition, nahm um 1,6 Prozent zu und belief sich auf 220,7 Mio Euro (Vorjahr: 217,2 Mio Euro). Die Verwaltungskosten erhöhten sich um 28,8 Prozent und betrugen 82,2 Mio Euro (Vorjahr: 63,8 Mio Euro). Die Vertriebskosten stiegen um 11,6 Prozent auf 94,3 Mio Euro (Vorjahr: 84,5 Mio Euro). Ursache für die Kostensteigerung im dritten Quartal 2011 sind insbesondere Investitionen in neue Wachstumsfelder wie der weitere Ausbau des Programm-Produktionsbereichs, des Video-on-Demand Portals maxdome oder des Online-Games Bereichs. Trotz höherer Umsätze blieben die Kosten im klassischen TV-Werbegeschäft stabil.

Aus den genannten Gründen wiesen auch die operativen Kosten einen Anstieg um 5,0 Prozent auf. Bereinigt um Abschreibungen in Höhe von 32,7 Mio Euro (Vorjahr: 30,0 Mio Euro) und Einmalaufwendungen von insgesamt 30,7 Mio Euro (Vorjahr: 10,1 Mio Euro) betrugen die operativen Kosten 432,7 Mio Euro (Vorjahr: 412,1 Mio Euro).

Gesamtkosten der fortgeführten Aktivitäten

in Mio Euro



Informationen zum Verkauf in Griechenland stehen auf Seite 13 und 53 dieses Zwischenberichts.

Das Umsatzwachstum führte zu einer Steigerung des **EBITDA** um 5,6 Prozent bzw. 7,1 Mio Euro auf 133,7 Mio Euro. Das EBITDA beinhaltet Einmaleffekte in Höhe von 29,9 Mio Euro (Vorjahr: 10,3 Mio Euro), die sich im Wesentlichen aus Einmalaufwendungen in Verbindung mit Portfoliooptimierungen zusammensetzen. Unter anderem ergaben sich Verluste aus dem Verkauf des Radiosenders in Griechenland sowie Einmalaufwendungen für Beratungsmandate. Weitere einmalige Kosten resultierten aus Start-up-Kosten für die Positionierung der deutschsprachigen Vollprogramme auf dem Gebiet der HD-Distribution. Die Sender SAT.1, ProSieben und kabel eins werden seit September 2011 auch in Österreich in High Definition (HD) ausgestrahlt. Parallel dazu werden die Programme wie in Deutschland weiterhin in Standardauflösung gesendet.

Das um Einmaleffekte bereinigte **recurring EBITDA** ist um 26,7 Mio Euro auf 163,6 Mio Euro gestiegen (+19,5%). Die operative Marge spiegelt mit 27,5 Prozent die hohe Profitabilität der ProSiebenSat.1 Group wider (Vorjahr: 25,1%).

Eine Überleitungsrechnung des operativen Ergebnisses vor und nach Einmaleffekten zeigt folgende Tabelle. Das recurring EBITDA aus nicht-fortgeföhrt Aktivitäten ist in der Kennzahlentabelle zu Beginn dieser Ertragsanalyse dargestellt.

Überleitungsrechnung recurring EBITDA aus fortgeföhrt Aktivitäten

in Mio Euro	Q3 2011	Q3 2010
Ergebnis vor Steuern	18,6	27,9
Finanzergebnis	82,4	68,7
Betriebsergebnis	101,0	96,6
Abschreibungen ¹⁾	32,7	30,0
(davon Kaufpreisallokationen)	13,9	12,0
EBITDA	133,7	126,6
Einmaleffekte (saldiert) ²⁾	29,9	10,3
Recurring EBITDA (bereinigtes EBITDA)	163,6	136,9

¹⁾ Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen. ²⁾ Differenz aus Einmalaufwendungen in Höhe von 30,7 Mio Euro (Vorjahr: 10,1 Mio Euro) und Einmalerträgen von 0,8 Mio Euro (Vorjahr: -0,2 Mio Euro).



Zinsswaps werden im Anhang auf Seite 57 erläutert.



Änderungen von Zinssätzen können sich auf das Finanzergebnis des Konzerns auswirken. Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „Finanzierungsstruktur“, Seite 18.

Das **Finanzergebnis** setzt sich zusammen aus dem Zinsergebnis, dem sonstigen Finanzergebnis und dem Ergebnis aus at Equity bewerteten Anteilen. Es betrug im dritten Quartal 2011 minus 82,4 Mio Euro nach minus 68,7 Mio Euro im Vorjahr. Diese Veränderung resultiert insbesondere aus einmaligen, im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesenen Aufwendungen im Zusammenhang mit der Laufzeitenverlängerung und der vorzeitigen Rückführung der Darlehen sowie der damit einhergehenden Zinssicherungsgeschäfte. Das sonstige Finanzergebnis reduzierte sich demzufolge von minus 12,8 Mio Euro im Vorjahr auf minus 32,9 Mio Euro. Einen positiven Effekt auf das Finanzergebnis hatten hingegen geringere Zinsaufwendungen aufgrund der reduzierten durchschnittlichen Verschuldung des Konzerns. Das Zinsergebnis belief sich auf minus 49,6 Mio Euro (Vorjahr: -55,0 Mio Euro).

Aus den beschriebenen Entwicklungen ergab sich ein Rückgang des Vorsteuerergebnisses um 33,3 Prozent oder 9,3 Mio Euro auf 18,6 Mio Euro. Die Ertragsteuern reduzierten sich ergebnisbedingt im dritten Quartal 2011 auf 5,2 Mio Euro (Vorjahr: 7,1 Mio Euro).

Unter Berücksichtigung der Ertragsteuern erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group aus fortgeföhrt Tätigkeit einen Periodenüberschuss von 13,4 Mio Euro (Vorjahr: 20,8 Mio Euro). Das Ergebnis nach Steuern aus nicht-fortgeföhrt Aktivitäten war primär geprägt durch den hohen steuerfreien Gewinn aus der Veräußerung der niederländischen TV- bzw. Printaktivitäten in Höhe von 320,8 Mio Euro und lag mit 328,9 Mio Euro daher deutlich über dem Vorjahreswert von 12,8 Mio Euro. Insgesamt steigerte die Mediengruppe das **Periodenergebnis nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter** damit auf 340,3 Mio Euro. Dies entspricht einer deutlichen Erhöhung um 307,8 Mio Euro. Folglich stieg das unverwässerte Ergebnis je Vorzugsaktie von 0,15 Euro auf 1,60 Euro, das unverwässerte Ergebnis je Stammaktie von 0,15 Euro auf 1,60 Euro.

Bereinigt um nicht cash-wirksame Sondereffekte in Höhe von 11,5 Mio Euro hat sich das Konzernergebnis für das fortgeföhrt Geschäft um 21,2 Prozent auf 22,9 Mio Euro verringert. Im dritten Quartal 2010 betrug das bereinigte Konzernergebnis (underlying net income) 29,1 Mio Euro. Bezogen auf den bereinigten Periodenüberschuss verringerte sich das unverwässerte Ergebnis je Vorzugsaktie für das fortgeföhrt Geschäft auf 0,11 Euro (Vorjahr: 0,14 Euro), das unverwässerte Ergebnis je Stammaktie auf 0,11 Euro (Vorjahr: 0,14 Euro).

Überleitungsrechnung underlying net income aus fortgeführten Aktivitäten

in Mio Euro	Q3 2011	Q3 2010
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	11,4	19,7
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen (nach Steuern) ¹⁾	9,3	9,4
Wertminderungen im Zusammenhang ursprünglicher Kaufpreisallokationen (nach Steuern) ²⁾	2,2	- / -
Bereinigter Konzernüberschuss (underlying net income)	22,9	29,1

¹⁾ Abschreibung aus Kaufpreisallokationen vor Steuern: 11,1 Mio Euro (Vorjahr 12,1 Mio Euro). ²⁾ Wertminderungen (Impairment) vor Steuern in Höhe von 2,7 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro).

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Neunmonatszeitraum 2011

Der **Konzernumsatz** stieg im Neunmonatszeitraum um 6,2 Prozent auf 1,883 Mrd Euro (+110,4 Mio Euro ggü. Vorjahr). Treiber des Wachstums war primär die dynamische Umsatzentwicklung der nordeuropäischen Märkte.

Die **Gesamtkosten** stiegen auf 1,526 Mrd Euro (+3,6% bzw. +52,7 Mio Euro ggü. Vorjahr). Ein Großteil des Kostenanstiegs basiert auf Aufwendungen in Verbindung mit Portfolio-maßnahmen einschließlich der Wertminderungen (Impairment) in Höhe von 11,2 Mio Euro auf den Markenwert von 9Live. Diese werden in den Verwaltungskosten ausgewiesen. Zudem führten Wachstumsmaßnahmen wie die vollständige Übernahme von maxdome mit Wirkung zum 1. Januar zu einem Anstieg der Umsatzkosten. Bereinigt um Abschreibungen und einmalige Aufwendungen betrugen die **operativen Kosten** 1,355 Mrd Euro gegenüber 1,3 Mrd Euro im Vorjahr (+4,3%).

Das **recurring EBITDA** der Gruppe stieg um 11,1 Prozent auf 532,3 Mio Euro (Vorjahr: 479,0 Mio Euro). Das EBITDA verbesserte sich um 17,6 Prozent auf 471,6 Mio Euro (Vorjahr: 400,9 Mio Euro). Aus fortgeführten Aktivitäten erwirtschaftete das Unternehmen einen **Periodenüberschuss** in Höhe von 133,8 Mio Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 45,0 Prozent (Vorjahr: 92,3 Mio Euro). Insgesamt wuchs der Periodenüberschuss nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter um 376,3 Mio Euro auf 507,6 Mio Euro (+286,6% ggü. Vorjahr). Dieser Wert beinhaltet neben dem Verkaufserlös aus der Transaktion in den Niederlanden den Gewinn aus der Veräußerung der belgischen TV-Gesellschaften (insgesamt 341,7 Mio Euro). Zudem sind die Ergebnisbeiträge der veräußerten niederländischen und belgischen Unternehmen bis zu ihrer Entkonsolidierung im Juli bzw. Juni 2011 in dieser Position enthalten. Der bereinigte Periodenüberschuss betrug auf Basis der fortgeführten Aktivitäten 152,1 Mio Euro (Vorjahr: 116,4 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	
	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010
Konzernumsatz	2.097,5	2.048,6	215,0	276,5	1.882,5	1.772,1
Operative Kosten	1.519,4	1.508,0	164,1	208,2	1.355,3	1.299,8
Gesamtkosten	1.692,2	1.689,9	166,7	217,1	1.525,5	1.472,8
Umsatzkosten	1.183,8	1.146,4	134,0	166,0	1.049,8	980,4
Vertriebskosten	276,3	278,4	18,4	27,1	257,9	251,3
Verwaltungskosten	232,1	265,1	14,3	24,0	217,8	241,1
Betriebsergebnis (EBIT)	753,0	365,4	390,1	59,4	362,9	306,0
Recurring EBITDA ¹⁾	583,4	547,3	51,1	68,3	532,3	479,0
Einmaleffekte (saldiert) ²⁾	281,0	-78,6	341,7	-0,5	-60,7	-78,1
EBITDA	864,4	468,7	392,8	67,8	471,6	400,9
Konzernergebnis, das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	507,6	131,3	380,6	43,7	127,0	87,6
Underlying net income	533,6	162,9	381,5	46,5	152,1	116,4

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

Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

Die ProSiebenSat.1 Group hat die Erlöse aus dem Verkauf der belgischen und niederländischen Gesellschaften zur vorzeitigen Rückführung von rund einem Drittel ihrer Darlehen (Term Loans) im August genutzt. Gleichzeitig hat das Unternehmen einen signifikanten Teil der verbleibenden Darlehen bis Juli 2016 verlängert. Damit hat der Konzern seine Kapitalstruktur nachhaltig verbessert.

Finanzierungsstruktur

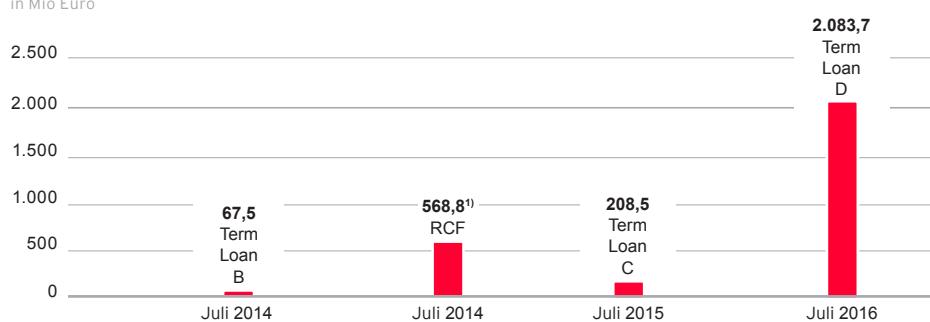
Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über verschiedene endfällige Darlehen mit unterschiedlichen Fälligkeiten. Eine Übersicht der Laufzeiten und Volumina der einzelnen Kreditfazilitäten zeigt untenstehende Grafik:



Weitere Informationen zum RCF finden Sie im Geschäftsbericht 2010 auf den Seiten 66 und 67.

Fremdkapitalausstattung und Fälligkeitsprofil der Darlehen zum 30. September 2011

in Mio Euro



¹⁾ Davon in Anspruch genommen: Avale in Höhe von 26,5 Mio Euro.

- Term Loan B und C wurden Ende August 2011 um 1,2 Mrd Euro zurückgeführt. Gleichzeitig wurde mit ca. 2,1 Mrd Euro der Großteil der verbleibenden Darlehen bis Juli 2016 verlängert und als neues Term Loan D aufgelegt. Die verbleibenden Term Loans B und C verfügen über eine Laufzeit bis Juli 2014 bzw. Juli 2015. Insgesamt haben die Darlehen zum 30. September 2011 ein Volumen von 2,360 Mrd Euro. Zum Vorjahrestichtag am 31. Dezember bzw. 30. September 2010 beliefen sich die Darlehen auf 3,560 Mrd Euro.



Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente:

Im Berichtszeitraum bestanden in der ProSiebenSat.1 Group keine wesentlichen außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente. Informationen zum Thema Leasing finden sich im Geschäftsbericht 2010 auf den Seiten 127 und 128.

- Neben diesen als langfristige Finanzverbindlichkeiten bilanzierten Darlehen beinhaltet die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung des Konzerns eine revolvierende Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen von derzeit 568,8 Mio Euro. Hiervon wurden 26,5 Mio Euro durch Garantien in Anspruch genommen. Sämtliche Barinanspruchnahmen dieser Kreditlinie wurden im dritten Quartal 2011 zurückgezahlt. Der Konzern verfügt zum Stichtag am 30. September 2011 somit über freie Kreditlinien in Höhe von 542,3 Mio Euro (31. Dezember 2010: 325,3 Mio Euro). Die bestehenden Kreditlinien können variabel in Anspruch genommen werden.

Die Verzinsung unserer Darlehen (Term Loan B, C und D) sowie die Inanspruchnahmen der verfügbaren Kreditlinie (RCF) erfolgen variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen plus einer zusätzlichen Kreditmarge:

- Die Kreditmarge betrug Ende September 2011 für das verbleibende 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 unterschreitet. Infolgedessen reduzierte sich diese Marge gegenüber dem Vorjahr auf 1,25 Prozent per annum (Vorjahr: 1,50% per annum). Das neue Term Loan D hat eine Kreditmarge von 2,5 Prozent per annum. Risiken aus der Änderung von variablen Zinssätzen werden durch derivative Finanzgeschäfte in Form von Zinsswaps abgesichert. Im Zusammenhang mit der anteiligen Rückzahlung der Term Loans B und C wurden Zinsswaps in Höhe von 450 Mio Euro vorzeitig aufgelöst. Nach Kreditrückzahlung und Auflösung von Zinsswaps betrug die Absicherungsquote ca. 100 Prozent (30. September 2010: 79%). Der durchschnittliche festverzinsliche Swapsatz beläuft sich am 30. September 2011 auf rund 4,6 Prozent pro Jahr.
- Die Euribor-Geldmarktkonditionen sind im dritten Quartal 2011 im Vergleich zum Vorjahr angestiegen. Aufgrund der geringeren durchschnittlichen Verschuldung des Konzerns haben sich die Zinsaufwendungen gegenüber dem dritten Quartal 2010 jedoch insgesamt um 4,0 Mio Euro auf 52,5 Mio Euro verringert.

Konzernweite Unternehmensfinanzierung

Die ProSiebenSat.1 Group hat die Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von ursprünglich 4,2 Mrd Euro im Zuge der Akquisition der SBS Broadcasting Group im Jahr 2007 aufgenommen. Im Zusammenhang mit der teilweisen Rückführung der Term Loans B und C in Höhe von insgesamt 1,2 Mrd Euro sowie der Laufzeitverlängerung in Höhe von ca. 2,1 Mrd Euro (neues Term Loan D) hat die ProSiebenSat.1 Group verschiedene Anpassungen der syndizierten Kreditvereinbarung mit den Kreditgebern vereinbart. Die Anpassungen dienen in erster Linie einer besseren Flexibilität bei zukünftigen Refinanzierungen der ProSiebenSat.1 Group. Die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung über die endfälligen Darlehen (Term Loan B, C und D) und die revolvierende 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 dritten Quartal bzw. in den ersten neun Monaten 2011 erfüllt.

Finanzierungsanalyse

Aufgrund der Darlehensrückführung bzw. des hohen Free Cashflows verbesserte sich die Netto-Finanzverschuldung deutlich. Im Vergleich zum Vorjahrestichtag im September reduzierte sich die Netto-Verschuldung um 36,8 Prozent auf 2,075 Mrd Euro (30. September 2010: 3,284 Mrd Euro), gegenüber dem 31. Dezember 2010 verringerte sie sich um 31,3 Prozent bzw. 946,0 Mio Euro.

Netto-Finanzverschuldung des Konzerns

in Mrd Euro

30.09.2011		2,075
30.09.2010		3,284
30.09.2009		3,534

Der Leverage-Faktor, eine marktübliche Kennzahl zur Messung der Verschuldungssituation, hat sich vor diesem Hintergrund ebenfalls signifikant verbessert und liegt im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5. So ergab das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM recurring EBITDA aus dem fortgeführten Geschäft) den Faktor 2,5. Neben der gesunkenen Netto-Finanzverschuldung hat die hohe Ergebnissesteigerung zu einer Verbesserung des Verschuldungsgrades

geführt. Zum Stichtag 31. Dezember 2010 betrug der Verschuldungsgrad das 3,3-fache des bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate, zum Vorjahrestichtag belief sich der Wert noch auf 3,8.

Verhältnis Netto-Finanzverschuldung zum LTM recurring EBITDA

30.09.2011		2,5
30.09.2010		3,8
30.09.2009		5,3

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Die Kapitalflussrechnung des ProSiebenSat.1-Konzerns zeigt die Herkunft und Verwendung der Zahlungsströme. Dabei wird unterschieden zwischen Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit, Cashflow aus Investitionstätigkeit und Cashflow aus Finanzierungstätigkeit. Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds entspricht den flüssigen Mitteln der Bilanz zum Stichtag. Eine Übersicht ausgewählter Kennzahlen der Kapitalflussrechnung unter Berücksichtigung der nicht-fortgeföhrten Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden zeigt untenstehende Überleitungsrechnung. Die textliche Analyse beschreibt, sofern nicht anders gekennzeichnet, die Zahlungsströme aus dem fortgeföhrten Geschäft.

Kapitalflussrechnung

in Mio Euro	Q3 2011	Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010
Ergebnis fortgeföhrter Aktivitäten	13,4	20,8	133,8	92,3
Ergebnis nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	328,9	12,8	380,6	43,7
Cashflow	340,6	380,1	1.321,3	1.271,8
Veränderung Working Capital	57,6	29,9	-24,7	13,1
Erhaltene Dividende	0,1	- / -	3,3	2,5
Gezahlte Steuern	-34,5	-12,1	-99,2	-91,3
Gezahlte Zinsen	-54,9	-55,9	-160,0	-165,9
Erhaltene Zinsen	2,3	0,9	5,5	1,8
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeföhrter Aktivitäten	309,8	299,9	935,9	876,4
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	-208,5	32,4	-135,6	147,4
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeföhrter Aktivitäten	-311,2	-297,6	-931,4	-900,9
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	1.261,1	-25,2	1.377,3	-98,1
Free Cashflow	1.051,2	9,5	1.246,2	24,8
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeföhrter Aktivitäten	-1.719,6	-2,6	-1.724,0	-26,0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	- / -	- / -	- / -	- / -
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes fortgeföhrter Aktivitäten	2,0	-12,4	-3,7	7,6
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	0,3	-1,4	-1,9	-0,4
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-666,1	-6,9	-483,4	6,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	923,4	750,3	740,7	737,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	257,3	743,4	257,3	743,4

Der **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** wird, ausgehend vom Konzernergebnis aus fortgeführter Geschäftstätigkeit, indirekt abgeleitet. Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit betrug im dritten Quartal 2011 309,8 Mio Euro und bewegte sich damit leicht über Vorjahresniveau (Vorjahr: 299,9). Die Entwicklung des Cashflow aus operativer Tätigkeit ist von gegenläufigen Effekten geprägt: Höhere Mittelfreisetzung aus dem Working Capital wurden durch gestiegene Steuerzahlungen reduziert. Im Neunmonatszeitraum belief sich der operative Cashflow auf 935,9 Mio Euro und lag aufgrund der verbesserten Ertragslage um 6,8 Prozent bzw. 59,5 Mio Euro über dem Vorjahreswert.



Die Kaufpreiszahlung wird im Anhang auf Seite 52 aufgeschlüsselt.

Der **Cashflow aus Investitionstätigkeit** betrug für das dritte Quartal minus 311,2 Mio Euro (Vorjahr: -297,6 Mio Euro). Im Neunmonatszeitraum 2011 flossen aus der Investitionstätigkeit 931,4 Mio Euro ab, gegenüber einem Mittelabfluss von 900,9 Mio Euro im Vergleichszeitraum. Der hohe **Mittelzufluss aus nicht-fortgeführten Aktivitäten** von 1,377 Mrd Euro im Neunmonatszeitraum resultierte aus der Kaufpreiszahlung für die niederländischen und belgischen Gesellschaften von insgesamt 1,459 Mrd Euro.



Ausgaben für Lizenzkauf, Auftrags- und Fremdproduktion fließen in den Cashflow aus Investitionstätigkeit ein. Aufwendungen aus Eigenproduktionen werden hingegen größtenteils in den Gesamtkosten des Konzerns und damit in der Gewinn- und Verlustrechnung ausgewiesen.

- Schwerpunkt der Investitionstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group ist der Lizenzkauf sowie der Programmerwerb durch Auftrags- und Fremdproduktion. Der Mittelabfluss aus dem Erwerb von Programmrechten betrug im dritten Quartal 302,8 Mio Euro (Vorjahr: 284,4 Mio Euro), bzw. 883,9 Mio Euro im Neunmonatszeitraum 2011 (Vorjahr: 858,7 Mio Euro). Mit 723,4 Mio Euro bzw. 79,6 Prozent in den ersten neun Monaten entfällt der Großteil der Programminvestitionen auf das Segment Free-TV Deutschsprachig (Vorjahr: 83,3%). 17,2 Prozent der Investitionen flossen in das internationale TV-Segment (Vorjahr: 16,6%). In Abhängigkeit von der Kernzielgruppe der einzelnen Sender setzt ProSiebenSat.1 auf eine individuelle Mischung aus Lizenzprogramm, das oftmals auf unseren Sendern erstmalig im europäischen Free-TV ausgestrahlt wird, und Programmformaten, die speziell für einzelne Sender konzipiert werden. Auftrags- und Eigenproduktionen schärfen jedoch nicht nur das Senderprofil. Sie helfen auch dabei, die Kosteneffizienz zu verbessern und konzernweit Synergien zu heben. Ein wichtiger Schritt stellt daher die Expansion der Red Arrow Entertainment Group dar, die ihr Produktionsportfolio in den vergangenen Monaten erweitert hat.

- Zudem hat die ProSiebenSat.1 Group mit Investitionen den Bereich Diversifikation strategisch gestärkt. Die Gruppe macht sich damit unabhängiger von Schwankungen im TV-Werbemarkt. So hat der Konzern zum Jahresauftakt seine Beteiligung an Deutschlands führendem Video-on-Demand-Portal aufgestockt und maxdome vollständig übernommen. Auch seine Expansion im Games-Geschäft hat der Konzern weiter vorangetrieben und bspw. im dritten Quartal 2011 das Unternehmen burda:ic vollständig übernommen. Insgesamt flossen im dritten Quartal Investitionen in Höhe von 7,9 Mio Euro in das Segment Diversifikation (Vorjahr: 4,7 Mio Euro) bzw. 50,7 Mio Euro im Neunmonatszeitraum (Vorjahr: 18,1 Mio Euro).

Der **Free Cashflow**, eine der wichtigsten Kennzahlen zur Beurteilung der Finanzkraft des ProSiebenSat.1-Konzerns, erhöhte sich im dritten Quartal 2011 signifikant auf 1,051 Mrd Euro (Vorjahr: 9,5 Mio Euro). Der deutliche Anstieg des Free Cashflows ist primär auf die Mittelzuflüsse aus der Veräußerung des niederländischen Geschäfts zurückzuführen. Auch auf Neunmonatssicht hat sich die Kennzahl erheblich verbessert und betrug 1,246 Mrd Euro (Vorjahr: 24,8 Mio Euro).

Aus der **Finanzierungstätigkeit** flossen im dritten Quartal 2011 1,720 Mrd Euro ab gegenüber 2,6 Mio Euro im Vorjahr. Der hohe Mittelabfluss im Vergleich zum Vorjahr resultiert größtenteils aus der anteiligen Tilgung der Darlehen in Höhe von 1,2 Mrd Euro sowie der vollständigen Rückführung der revolvierenden Kreditfazilität um 230,0 Mio Euro. Für die Zahlung der Dividende am 4. Juli 2011 flossen 241,2 Mio Euro ab. Im vergangenen Jahr erfolgte die Dividendenzahlung im Juni 2010 (2,1 Mio Euro). Zudem hat die ProSiebenSat.1 Media AG im dritten Quartal 2011 eigene Vorzugsaktien zurückgekauft (inklusive Gebühren 32,6 Mio Euro). Auf Neunmonatssicht ergab sich aus der Finanzierungstätigkeit ein Mittelabfluss von 1,724 Mrd Euro (Vorjahr: 26,0 Mio Euro).

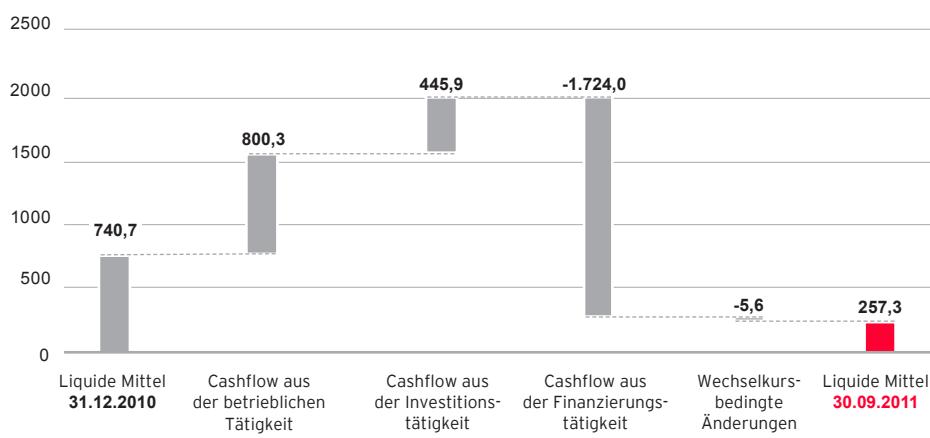


Die Liquidität wird im Wege des Cashpoolings bei der Holding zentral gesteuert. Segmentspezifische Angaben entfallen daher an dieser Stelle. Die Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements werden im Jahresfinanzbericht auf den Seiten 65 und 66 erläutert.

Die beschriebenen Zahlungsströme führten insgesamt zu einem Rückgang der **liquiden Mittel** gegenüber dem Vorjahrestichtag im Dezember 2010 um 65,3 Prozent bzw. 483,4 Mio Euro auf 257,3 Mio Euro.

Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

in Mio Euro

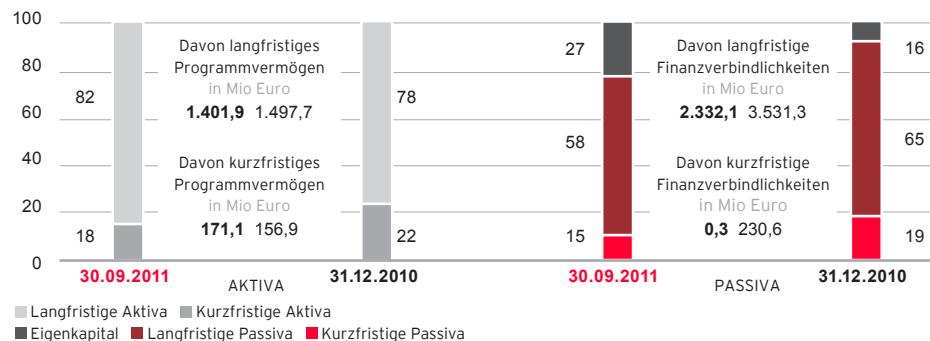


Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

Die Bilanzsumme betrug zum 30. September dieses Jahres 4,781 Mrd Euro (30. September 2010: 6,319 Mrd Euro; 31. Dezember 2010: 6,316 Mrd Euro). Der Rückgang der Bilanzsumme resultiert im Wesentlichen aus dem Verkauf der Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden sowie der Darlehensrückführung im August 2011.

Bilanzstruktur

Angaben in Prozent





Das Programmvermögen beinhaltet insbesondere Spielfilme, Serien und Auftragsproduktionen. Spielfilme und Serien werden mit Beginn der vertraglichen Lizenzzeit aktiviert, Auftragsproduktionen werden nach der Abnahme als sendefähiges Programmvermögen in der Bilanz ausgewiesen. Sportrechte sind bis zur Ausstrahlung in den geleisteten Anzahlungen enthalten und werden bei Ausstrahlung in das Programmvermögen umgebucht. Werden Programme ausgestrahlt, wird in der Gewinn- und Verlustrechnung ein sogenannter Programm-Werteverzehr gebucht.

- **Lang- und kurzfristige Vermögenswerte.** Auf der Aktivseite führte die Entkonsolidierung der belgischen und niederländischen Gesellschaften vor allem zu einem Rückgang der immateriellen Vermögenswerte. Sie beliefen sich zum 30. September 2011 auf 2,168 Mrd Euro, gegenüber 3,037 Mrd Euro zum 30. September 2010 bzw. 31. Dezember 2010. Ihr Anteil an der Bilanzsumme betrug 45,4 Prozent (30. September 2010: 48,1%; 31. Dezember 2010: 48,1%). Das Programmvermögen verringerte sich auf 1,573 Mrd Euro (30. September 2010: 1,683 Mrd Euro; 31. Dezember 2010: 1,655 Mrd Euro). Mit einem Anteil von 32,9 Prozent an der Bilanzsumme (30. September 2010: 26,6%; 31. Dezember 2010: 26,2%) zählen die lang- und kurzfristigen Programmvermögenswerte zu den wichtigsten Vermögenswerten der ProSiebenSat.1 Group.

Die liquiden Mittel beliefen sich auf 257,3 Mio Euro (30. September 2010: 743,4 Mio Euro; 31. Dezember 2010: 740,7 Mio Euro). Der Rückgang der liquiden Mittel gegenüber den Vorjahrestichtagen resultiert im Wesentlichen aus der Rückführung der revolvingen Kreditfazilität (RCF) in Höhe von 230,0 Mio Euro zum 30. September 2011. Zudem wirkte sich die Dividendenzahlung (241,2 Mio Euro) sowie der Aktienrückkauf (inklusive Gebühren 32,6 Mio Euro) auf die Liquidität aus.

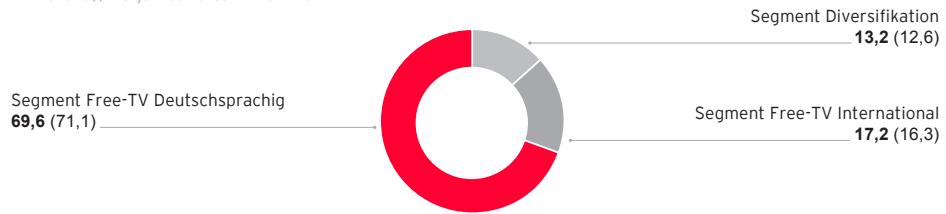
- **Eigenkapital.** Das Eigenkapital stieg gegenüber dem 30. September 2010 deutlich um 60,6 Prozent bzw. 478,7 Mio Euro auf 1,269 Mrd Euro. Im Vergleich zum 31. Dezember 2010 erhöhte sich das Eigenkapital um 243,2 Mio Euro bzw. 23,7%. Die entsprechende Eigenkapitalquote betrug 26,5 Prozent (30. September 2010: 12,5%; 31. Dezember 2010: 16,2%). Die verbesserte Ertragslage und die Darlehensrückführung haben die Eigenkapitalbasis des Konzerns nachhaltig gestärkt.
- **Lang- und kurzfristige Verbindlichkeiten.** Das Fremdkapital besteht zum Berichtsstichtag zu 2,332 Mrd Euro aus langfristigen Darlehen und Krediten (30. September 2010: 3,530 Mrd. Euro; 31. Dezember 2010: 3,531 Mrd. Euro). Dies entspricht einem Anteil von 66,4 Prozent (30. September 2010: 63,8%; 31. Dezember 2010: 66,7%) am Fremdkapital. Die langfristigen Darlehen und Kredite verringerten sich aufgrund der Darlehenstilgung deutlich. Infolge der vollständigen Rückführung der Barinanspruchnahmen des RCF reduzierten sich zudem die kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten. Sie beliefen sich zum Stichtag am 30. September 2011 noch auf 0,3 Mio Euro, gegenüber 497,8 Mio Euro am 30. September 2010 bzw. 230,6 Mio Euro am 31. Dezember 2010.

Darüber hinaus ergaben sich keine wesentlichen strukturellen oder quantitativen Bilanzänderungen.

Segmentbericht

Umsatz nach Segmenten aus fortgeführten Aktivitäten für das dritte Quartal

in Prozent // Vorjahreswerte in Klammern



Segment Free-TV Deutschsprachig

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal

Der externe Segmentumsatz des Segments Free-TV Deutschsprachig, das die Aktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz umfasst, erhöhte sich im dritten Quartal 2011 um 6,6 Prozent bzw. 25,7 Mio Euro auf 413,9 Mio Euro. Die Gruppe konnte ihre Erlöse in allen drei Märkten steigern und höhere Einnahmen aus der Vermarktung von TV-Werbezeiten erzielen. Wachstumsimpulse gab dabei auch der noch junge Free-TV Sender sixx, der sich speziell an neue TV-Werbekunden richtet.



Chronik, Seite 4-5

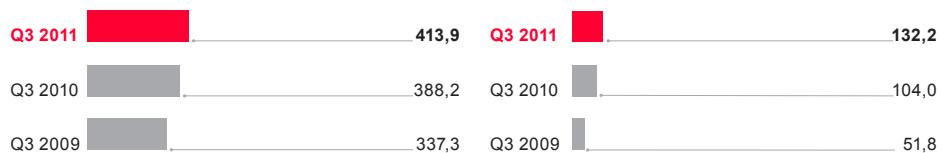
Neben dem klassischen TV-Werbegeschäft führte die internationale Expansion von Red Arrow zu einer Umsatzsteigerung. Red Arrow wurde im Januar 2010 gegründet und bündelt die Produktion und Entwicklung eigener Formate sowie deren weltweite Vermarktung unter einem Dach.

Das Umsatzwachstum führte zu einer Erhöhung des um Einmaleffekte bereinigten operativen Segmentergebnisses (recurring EBITDA) um 27,1 Prozent bzw. 28,2 Mio Euro auf 132,2 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Das EBITDA vor Einmaleffekten betrug 117,1 Mio Euro und lag damit um 19,9 Prozent bzw. 19,4 Mio Euro über Vorjahresniveau.

Kennzahlen Segment Free-TV Deutschsprachig für das dritte Quartal

Externer Segmentumsatz // in Mio Euro

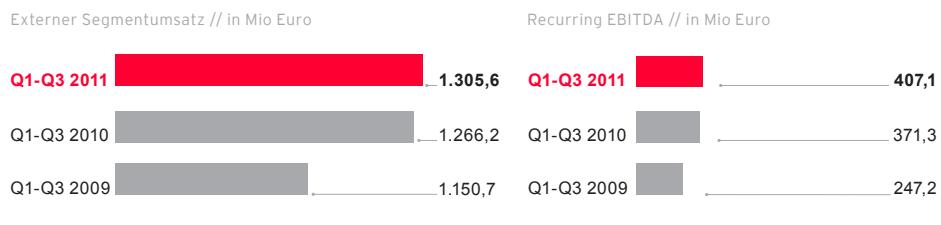
Recurring EBITDA // in Mio Euro



Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Neunmonatszeitraum

Auch bezogen auf den Neunmonatszeitraum wies das Segment ein Umsatz- und deutliches Ergebniswachstum aus: Der externe Segmentumsatz stieg um 3,1 Prozent bzw. 39,4 Mio Euro auf 1,306 Mrd Euro. Das Wachstum des EBITDA übertraf die Umsatzsteigerung. So erhöhte sich das EBITDA um 28,4 Prozent bzw. 85,6 Mio Euro auf 387,2 Mio Euro. Geringere Kosten durch den Verkauf von N24 wirkten sich hier positiv aus. Der Konzern hatte die Nachrichtenproduktion im Juni vergangenen Jahres ausgelagert. Das recurring EBITDA stieg um 9,6 Prozent bzw. 35,8 Mio Euro auf 407,1 Mio Euro.

Kennzahlen Segment Free-TV Deutschsprachig für den Neunmonatszeitraum



Segment Free-TV International

Nach dem Verkauf der TV-Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden beinhaltet das Segment Free-TV International die TV-Aktivitäten im nord- und osteuropäischen Raum. Die verkauften Aktivitäten in den Niederlanden werden in vorliegendem Bericht als nicht-fortgeföhrte Aktivitäten ausgewiesen. Aufgrund der unterschiedlichen Zeitpunkte der Entkonsolidierung der Gesellschaften beinhaltet diese Position im dritten Quartal die niederländischen Aktivitäten, wohingegen im Neunmonatszeitraum 2011 hier sowohl die belgischen als auch die niederländischen Aktivitäten abgebildet werden. Ausgewählte Kennzahlen unter Berücksichtigung der nicht-fortgeföhrten Aktivitäten sind in untenstehenden Überleitungsrechnungen dargestellt, der nachstehende Text analysiert das fortgeföhrte Geschäft.

Kennzahlen für das Segment Free-TV International für das dritte Quartal

In Mio Euro	Segment Free-TV International inkl. nicht-fortgeföhrte Aktivitäten		Nicht-fortgeföhrte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeföhrte Aktivitäten	
	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2010
Externer Segmentumsatz	116,6	156,7	14,3	67,7	102,3	89,0
Recurring EBITDA	18,5	32,4	3,0	14,5	15,5	17,9
EBITDA	332,1	31,6	327,9	14,4	4,2	17,2

Kennzahlen für das Segment Free-TV International für den Neunmonatszeitraum

In Mio Euro	Segment Free-TV International inkl. nicht-fortgeföhrte Aktivitäten		Nicht-fortgeföhrte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeföhrte Aktivitäten	
	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010
Externer Segmentumsatz	516,4	522,3	180,1	232,2	336,3	290,1
Recurring EBITDA	109,0	116,7	41,6	54,6	67,4	62,1
EBITDA	438,4	114,7	383,3	54,5	55,1	60,2

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal

Die externen Umsatzerlöse des Segments Free-TV International stiegen im dritten Quartal 2011 auf 102,3 Mio Euro und lagen damit um 14,9 Prozent oder 13,3 Mio Euro deutlich über dem Vorjahreswert.

Treiber des Umsatzwachstums waren die skandinavischen Sender, die von der anhaltend starken Marktdynamik profitierten. Vor allem in Norwegen und Dänemark stiegen die Erlöse aus TV-Werbung im Vergleich zum Vorjahr weiter an. Neben höheren TV-Werbeeinnahmen wuchsen auch die Distributionserlöse. Im Unterschied zum Kernmarkt Deutschland, wo sich die Free-TV Sender in erster Linie über Werbeeinnahmen finanzieren, kennzeichnet die skandinavischen TV-Märkte ein hybrides Erlösmodell: Zusätzlich zu Werbeumsätzen erzielen die Sender hier einen großen Teil ihrer Einnahmen über Verbreitungsgebühren. Vor allem in Norwegen entwickelten sich die Distributionserlöse dynamisch. In Osteuropa blieben die Erlöse hingegen aufgrund von konjunkturell bedingten rückläufigen Werbeeinnahmen unter Vorjahresniveau.

Das recurring EBITDA sank gegenüber dem Vorjahr um 13,4 Prozent auf 15,5 Mio Euro. Das rückläufige Ergebnis in Ungarn sowie Kostensteigerungen aufgrund von Investitionen in neue Wachstumsfelder wie jüngst gestartete TV-Sender führten zu diesem Rückgang um 2,4 Mio Euro. Das EBITDA betrug 4,2 Mio Euro und lag damit um 13,0 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Aufwendungen im Zuge der Portfolioanalyse führten zu dieser Ergebnisentwicklung.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung in den ersten neun Monaten

Die Umsatzerlöse lagen auch auf Neunmonatssicht deutlich über Vorjahresniveau. Der externe Umsatz des Segments Free-TV International stieg um 15,9 Prozent bzw. 46,2 Mio Euro auf 336,3 Mio Euro. Das recurring EBITDA verzeichnete eine Zunahme von 8,5 Prozent auf 67,4 Mio Euro (Vorjahr: 62,1 Mio Euro). Das EBITDA betrug 55,1 Mio Euro (Vorjahr: 60,2 Mio Euro).

Segment Diversifikation

Das Segment Diversifikation erfasst alle Aktivitäten jenseits des klassischen werbefinanzierten TV-Geschäfts. Hierzu zählen die Bereiche Online, Pay, VoD, Games, Commerce/Ventures und Music sowie das internationale Radiogeschäft. Die verkaufte niederländische Print-Sparte wird als nicht-fortgeföhrte Aktivitäten ausgewiesen. Folgende textliche Analyse bezieht sich auf das fortgeföhrte Geschäft.

Kennzahlen für das Segment Diversifikation für das dritte Quartal

In Mio Euro	Segment Diversifikation inkl. nicht-fortgeföhrte Aktivitäten		Nicht-fortgeföhrte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeföhrte Aktivitäten	
	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2010
Externer Segmentumsatz	83,4	83,1	5,1	14,3	78,3	68,8
Recurring EBITDA	17,8	18,5	2,2	4,8	15,6	13,7
EBITDA	14,3	14,7	2,2	4,3	12,1	10,4

Kennzahlen für das Segment Diversifikation für den Neunmonatszeitraum

In Mio Euro	Segment Diversifikation inkl. nicht-fortgeföhrte Aktivitäten		Nicht-fortgeföhrte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeföhrte Aktivitäten	
	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010
Externer Segmentumsatz	275,5	260,1	34,9	44,3	240,6	215,8
Recurring EBITDA	67,3	59,5	13,1	16,5	54,2	43,0
EBITDA	38,8	52,5	13,1	16,0	25,7	36,5

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal

Die erneute Umsatzsteigerung des Segments Diversifikation wurde im dritten Quartal 2011 primär durch die dynamische Entwicklung des jungen Geschäftsmodells „Media-for-Revenue-Share“ (Commerce/Ventures) sowie durch Umsatzsteigerungen im Bereich Online-Games oder der Vermarktung von Online-Video-Advertising erzielt. Ein weiterer Treiber des Wachstums im dritten Quartal war das VoD-Portal maxdome. Seit der Erstkonsolidierung im Januar 2011 baut maxdome sein Angebot an Serien, Spielfilmen und Musik kontinuierlich aus. Insgesamt stiegen die externen Erlöse des Segments gegenüber dem dritten Quartal 2010 um 13,8 Prozent bzw. 9,5 Mio Euro auf 78,3 Mio Euro. Das Umsatzwachstum führte zum einem Anstieg des recurring EBITDA um 13,9 Prozent auf 15,6 Mio Euro (Vorjahr: 13,7 Mio Euro). Das EBITDA verzeichnete ein Wachstum um 16,3 Prozent auf 12,1 Mio Euro (Vorjahr: 10,4 Mio Euro).

Umsatz- und Ergebnisentwicklung in den ersten neun Monaten

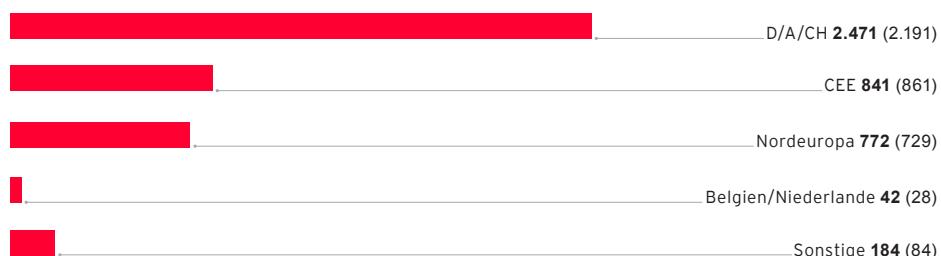
Im Neunmonatszeitraum stiegen die externen Segmenterlöse gegenüber dem Vorjahr um 11,5 Prozent bzw. 24,8 Mio Euro auf 240,6 Mio Euro. Das recurring EBITDA verzeichnete im Neunmonatszeitraum ebenfalls ein Wachstum und verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 26,0 Prozent auf 54,2 Mio Euro (Vorjahr: 43,0 Mio Euro). Das EBITDA verringerte sich hingegen um 29,6 Prozent bzw. 10,8 Mio Euro auf 25,7 Mio Euro. Ursache für den Rückgang des EBITDA sind in erster Linie einmalige Kosten im Zuge der Einstellung des Sendebetriebs von 9Live.

Mitarbeiter

Im dritten Quartal 2011 beschäftigte die ProSiebenSat.1 Group 4.371 Personen (Vorjahr: 3.983 vollzeitäquivalente Stellen). Zwischen Januar und September 2011 waren durchschnittlich 4.310 Personen bei dem Medienunternehmen beschäftigt (Vorjahr: 3.893). Im deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz) lag die Anzahl der Angestellten bei 2.471 (Vorjahr: 2.191), dies entspricht einem Anteil von 57,3 Prozent am Gesamtkonzern (Vorjahr: 56,3%). Die Zahl der Mitarbeiter ist bis September 2011 unter anderem durch neue Beteiligungen im Programm-Produktionsbereich (+206 vollzeitäquivalente Stellen) angestiegen. Im Bereich Diversifikation kamen durch die vollständige Übernahme der Video-on-Demand-Plattform maxdome Anfang des Jahres sowie neuer Beteiligungen im Games-Bereich 72 Stellen hinzu. Gleichzeitig reduzierte sich durch Auflösung des Transaktionskanals 9Live die Anzahl der Stellen um 60. Vor diesem Hintergrund stieg der Personalaufwand im Neunmonatszeitraum um 4,6 Prozent auf 245,0 Mio Euro (Vorjahr: 234,3 Mio Euro).

Mitarbeiter nach Regionen aus fortgeführten Aktivitäten im Neunmonatszeitraum

Durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen // Vorjahreswerte in Klammern



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

In Deutschland waren zum Stichtag am 30. September 2011 49,0 Prozent der Angestellten weiblich (Vorjahr: 49,9%) und 51,0 Prozent der Angestellten männlich (Vorjahr: 50,1%). Im Management ist die Frauenquote mit knapp 27 Prozent ebenfalls vergleichsweise hoch.

ProSiebenSat.1 betreibt aktives Talentmanagement. Im dritten Quartal hat die ProSiebenSat.1 Group im Rahmen des „Organisation & Talent Review“ (OTR) mit allen Führungskräften einen individuellen Entwicklungsplan ausgearbeitet. Die so genannten OTR-Sessions sind Teil eines kontinuierlichen Feedback- und Entwicklungsprozesses, bei dem bereichsübergreifende Gremien eine Einschätzung zum Potenzial der Kandidaten abgeben.

Ausbildungsquote kontinuierlich gesteigert. Die Ausbildung von Nachwuchskräften ist für die ProSiebenSat.1 Group ebenfalls ein zentrales Thema. Im dritten Quartal 2011 hat das Medienunternehmen 22 neue Volontäre, Auszubildende und Trainees eingestellt. Insgesamt stehen derzeit 94 Mitarbeiter bei ProSiebenSat.1 in Deutschland in einem Ausbildungsverhältnis. 2010 hat der Konzern seine Volontärsausbildung konzeptionell neu aufgestellt. Seitdem werden die Volontäre aus den Bereichen TV, Online und Print crossmedial ausgebildet. Damit lernen ProSiebenSat.1-Volontäre von Beginn an, wie Inhalte plattformübergreifend für unterschiedliche Mediengattungen entwickelt und produziert werden.

Neue Kooperation mit der Ludwig-Maximilians-Universität. ProSiebenSat.1 Digital hat im August 2011 gemeinsam mit Burda Digital, Tomorrow Focus und der Münchener Ludwig-Maximilian-Universität ein Forschungsprojekt aufgesetzt. Das „Internet Business Cluster“ hat es sich zum Ziel gesetzt, die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit des Digitalstandorts Deutschland zu stärken sowie die Vernetzung zwischen Wirtschaft und Forschung zu fördern. Für ProSiebenSat.1 bietet sich durch die Kooperation mit der Münchener Universität zudem die Möglichkeit, sich als Arbeitgeber bei Studenten zu präsentieren und auf diesem Weg junge Talente für das Unternehmen zu gewinnen.

Die ProSiebenSat.1-Aktie

Die ProSiebenSat.1-Aktie an der Börse. Nachdem die Staatsschuldenkrise in der Eurozone und den USA von den Kapitalmärkten über das erste Halbjahr 2011 hinweg als weitgehend beherrschbar eingestuft wurde, hat sich die Situation Ende Juli 2011 verschärft. Mit Ausweitung der Schuldenkrise und Herabstufung der Kreditwürdigkeit der USA traten die Aktienmärkte im dritten Quartal in eine deutliche Abwärtsbewegung ein. Dagegen wurde die Zustimmung des Bundestags zu einem größeren Euro-Rettungsschirm Ende September von den Aktienmärkten als positives Signal gewertet. Insgesamt verlor der deutsche Leitindex DAX nach seinem Kurssturz im August 21,3 Prozent im Vergleich zum Jahresbeginn und schloss bei 5.502 Punkten. Auch der MDAX beendete das dritte Quartal mit einem Minus von 18,2 Prozent im Vergleich zum ersten Handelstag 2011 und notierte zum Quartalsende bei 8.341 Punkten.

ProSiebenSat.1-Aktie: Kursentwicklung



ProSiebenSat.1-Aktie: Kursentwicklung

		03.01.- 30.09.2011	04.01.- 30.09.2010	02.01.- 30.09.2009	02.01.- 30.09.2008	02.01.- 30.09.2007
Höchster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	20,66	17,61	9,96	16,62	30,10
Tiefster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	11,49	8,13	0,90	4,33	22,04
Schlusskurs XETRA	Euro	13,31	17,43	7,35	4,76	22,04
Marktkapitalisierung am 30.09	Mio Euro	1.070,5	1.254,0	603,8	470,1	1.932,2
Ergebnis je Vorzugsaktie	Euro	2,38	0,61	0,15	0,20	0,59
Aktienumsatz XETRA insgesamt	Stück	113.612.787	148.452.627	207.020.153	205.428.450	133.520.776
Aktienumsatz XETRA						
Durchschnittliches Handelsvolumen je Tag	Stück	951.621	773.191	1.083.875	1.187.450	702.741

Die im MDAX notierte ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie spiegelt diese Entwicklung wider. Trotz der guten Unternehmensentwicklung und der Bekräftigung des positiven Jahresausblicks anlässlich der Bekanntgabe der Halbjahreszahlen Anfang August lag die Aktie zum Ende des dritten Quartals um 41,6 Prozent unter ihrem Wert am ersten Handelstag 2011. Auch andere Medienwerte reagierten auf die jüngsten Konjunkturentwicklungen und die damit einhergehenden Verunsicherungen an den Kapitalmärkten deutlich. So beendete der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex Euro Stoxx Media, in dem auch die ProSiebenSat.1-Aktie enthalten ist, die ersten neun Monate 2011 um 23,3

Prozent schwächer als zu Jahresbeginn. Im Mehrjahresvergleich 2009 bis 2011 zeigte die ProSiebenSat.1-Aktie allerdings eine bessere Entwicklung als die Vergleichsindizes MDAX und Euro Stoxx Media.



Informationen zur Hauptversammlung und Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2010 finden Sie in der Chronik auf Seite 4.

Zum Schlusskurs am 30. September 2011 notierte ProSiebenSat.1 bei 13,31 Euro. Den tiefsten Schlusskurs markierte das Papier bei 11,49 Euro, der höchste Schlusskurs im dritten Quartal wurde am 1. Juli 2011 mit 20,66 Euro erreicht. Das Handelsvolumen der ProSiebenSat.1-Aktie stieg im dritten Quartal an. Durchschnittlich wurden 1.077.796 Stück gehandelt, im Vorjahreszeitraum waren es börsentäglich 571.071 Stück.

Kennzahlen zur ProSiebenSat.1-Aktie

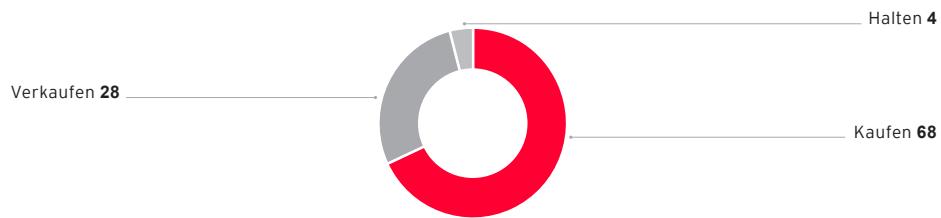
		2011	2010	2009	2008	2007
Grundkapital zum Bilanzstichtag	Stück	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200
Anzahl Vorzugsaktien zum Bilanzstichtag ¹⁾	Stück	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600
Anzahl Stammaktien zum Bilanzstichtag (nicht notiert)	Stück	109.398.600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

¹⁾ Inkl. eigener Aktien.

Analysten empfehlen ProSiebenSat.1-Aktie. Empfehlungen von Finanzanalysten sind eine wichtige Entscheidungsgrundlage für den Anleger. In den ersten neun Monaten 2011 haben 25 Brokerhäuser und Finanzinstitute Studien zur ProSiebenSat.1 Media AG veröffentlicht. 68 Prozent der Analysten empfahlen die ProSiebenSat.1-Aktie zum Kauf, das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analysten liegt am Ende des Berichtszeitraums bei rund 20,60 Euro.

Empfehlungen der Analysten

in Prozent



Stand: 30.09.2011

ProSiebenSat.1 Group kauft eigene Aktien zurück. Zur Absicherung von Long Term Incentive-Programmen hat die ProSiebenSat.1 Media AG vom 29. August bis 14. September 2011 eigene Aktien zurückgekauft. Insgesamt wurden 2.500.000 stimmrechtslose Vorzugsaktien bzw. 1,15 Prozent des Grundkapitals über die Deutsche Börse zu einem durchschnittlichen Kurs von 13,01 Euro erworben. Damit hält die ProSiebenSat.1 Media AG insgesamt 7.692.500 eigene Vorzugsaktien zum 30. September 2011. Dies entspricht einem Anteil von 3,5 Prozent des Grundkapitals. Der ProSiebenSat.1 Media AG stehen aus diesen eigenen Aktien gemäß § 71b AktG keine Rechte zu, von der Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar gehaltene eigene Aktien sind nicht dividendenberechtigt. Grundlage für den Aktienrückkauf ist der Beschluss der Hauptversammlung vom 29. Juni 2010, der die Gesellschaft bis zum 28. Juni 2015 ermächtigt, Aktien bis zu 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung bestehenden Grundkapitals zu erwerben.

Mitglieder des Aufsichtsrats erwerben ProSiebenSat.1-Aktien. Directors' Dealings-Meldungen nach § 15a WpHG sowie Beteiligungsmeldungen gemäß den §§ 21ff. Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) veröffentlicht ProSiebenSat.1 unverzüglich auf der Konzern-Webpage unter www.prosiebensat1.com in der Rubrik Investor Relations. Im August erhielt die ProSiebenSat.1 Media AG von ihrem stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden Johannes Peter Huth sowie Philipp Freise, ebenfalls Mitglied im Aufsichtsrat, die Mitteilung über den Erwerb von ProSiebenSat.1-Aktien.

Directors' Dealings-Meldungen im dritten Quartal 2011

Vorname, Name	Grund der Mitteilung	Kauf/Verkauf	Datum/Ort	Stückzahl	Kurs/Preis	Geschäftsvolumen
Johannes Huth	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	Kauf	18.08.2011, Xetra / Frankfurt/M.	75.000	12,37 Euro	927.750 Euro
Philipp Freise	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	Kauf	30.08.2011, Xetra / Frankfurt/M.	10.000	13,11 Euro	131.148 Euro

Intensiver Dialog mit den Kapitalmärkten. Es ist unser Anspruch, alle Kapitalmarktteilnehmer transparent, zeitnah und umfassend über die Geschäftslage und Zukunftsperspektiven des Unternehmens zu informieren. Der Vorstand und das Investor Relations-Team stellten sich in diesem Jahr in bislang rund 340 Einzelgesprächen und Conference Calls der Diskussion mit Analysten und Investoren. Das Unternehmen präsentierte sich auf zahlreichen Roadshows und nahm an acht Analysten- und Investorenkonferenzen teil.

Am 5. Oktober 2011 führte die ProSiebenSat.1 Media AG zudem erstmals einen Capital Markets Day durch. Vorstand und Leiter der Geschäftsbereiche stellten auf der Konferenz die Wachstumsstrategie der Gruppe bis 2015 vor. An der Veranstaltung nahmen knapp 100 Analysten, Investoren und Bankenvertreter teil. Zusätzlich wurde der Capital Markets Day auf der Konzernwebpage übertragen.

Ausgezeichnete Finanzberichterstattung und Investor Relations-Arbeit. Für ihre Kapitalmarktkommunikation erhielt die ProSiebenSat.1 Group 2011 erneut Auszeichnungen: Beim „Deutschen Investor Relations Preis 2011“ platzierte sich die ProSiebenSat.1 Group in diesem Jahr auf Rang 1 im MDAX (2010: Rang 4). Über 800 Fondsmanager und Analysten bewerteten hier die Investor Relations-Abteilungen anhand von Kriterien wie Klarheit der Berichterstattung, Fach- und Branchenwissen und Reaktionsschnelligkeit.

Im Wettbewerb um den besten Geschäftsbericht überzeugte die ProSiebenSat.1 Group mit einem vierten Platz unter den MDAX-Unternehmen. In der Gesamtwertung aller Börsen-Indizes belegte die ProSiebenSat.1 Group Platz 15 von rund 160 Unternehmen und verbesserte ihr Ranking damit um weitere sieben Plätze gegenüber dem Vorjahr. Der Wettbewerb wird einmal im Jahr vom manager magazin und dem Münsteraner Universitätsprofessor Jörg Baetge veranstaltet. Die Jury bewertet die Geschäftsberichte nach den Kriterien Inhalt, Gestaltung und Sprache.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Verschiedene wichtige Vermögenswerte der ProSiebenSat.1 Group 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. Ausführliche Informationen zu den nichtfinanziellen Erfolgsfaktoren beinhaltet der Geschäftsbericht 2010 ab Seite 82.

Forschung und Entwicklung bei ProSiebenSat.1

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 baut gesellschaftliches Engagement mit neuem Beirat aus. Als Medienunternehmen mit einer hohen publizistischen Reichweite hat die ProSiebenSat.1 Group eine besondere Verantwortung, über gesellschaftlich relevante Themen zu informieren und aufzuklären. Dieser Verantwortung kommt die ProSiebenSat.1 Group mit ihren Programmen seit vielen Jahren nach. Um sein Engagement weiter auszubauen, hat das Unternehmen im Juli 2011 einen Beirat gegründet, der die Gruppe unter dem Vorsitz von Dr. Edmund Stoiber in gesellschaftlich, ethisch und medienpolitisch wichtigen Fragen beraten sowie Reflexionen und Anregungen zu den Medienangeboten des Konzerns geben wird. Darüber hinaus stehen vor allem Entwicklungen in denjenigen Bereichen im Vordergrund, die für das Unternehmen und die Gesellschaft in Zukunft entscheidende Bedeutung haben werden: Forschung, Ökologie und Nachhaltigkeit, Jugend und Soziales, Kunst, Kultur und Sport.

Mitglieder des medienpolitischen Beirats von ProSiebenSat.1

- Dr. Edmund Stoiber (Vorsitz)
- Minu Barati-Fischer, Produzentin und Autorin
- Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang A. Herrmann, Präsident der Technischen Universität München
- Dr. Heike Kahl, Geschäftsführerin der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung
- Prof. Dr. Dieter Kronsucker, Journalist
- Prof. Markus Lüpertz, Maler
- Dr. Christine Theiss, Ärztin, Kickbox-Weltmeisterin
- Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Klaus Töpfer, Exekutivdirektor IASS, Institute for Advanced Sustainability Studies e.V., Bundesminister a.D.

Starke Marken und ausgezeichnete Programme. Die im Rahmen der SBS-Akquisition 2007 erworbenen Markenwerte werden in der Konzernbilanz als sogenannte immaterielle Vermögenswerte ausgewiesen. Als „eigene Marken“ werden SAT.1 und ProSieben hingegen nicht bilanziell erfasst. Sie gehören daher zu den besonders wichtigen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren der ProSiebenSat.1 Group. Beide Marken zählen zu den beliebtesten Fernsehsendern in Deutschland. Ihr Erfolg bemisst sich vor allem auf Basis der Zuschauerquoten. Darüber hinaus sind jedoch Auszeichnungen für die Programme ein Beleg für die inhaltliche Qualität der Sendungen. Auch in diesem Jahr haben die deutschen TV-Sender zahlreiche renommierte Preise erhalten. Eine Auswahl finden Sie auf der nächsten Seite.

AUSZEICHNUNGEN

Unser Programm wurde in den vergangenen Monaten mit zahlreichen Fernsehpreisen gewürdigt.



Nachtragsbericht



Der Quartalsbericht wurde am 3.11.2011 veröffentlicht und steht auch unter www.pro-siebensat1.com in deutscher und in englischer Sprache als Download zur Verfügung.

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat ihren Vorstand erweitert und Conrad Albert sowie Dr. Christian Wegner zum 1. Oktober 2011 in das Gremium berufen. Conrad Albert leitet das neu geschaffene Vorstandressort Legal, Distribution & Regulatory Affairs. Dr. Christian Wegner übernimmt das Ressort New Media & Diversification. Diese Maßnahmen reflektieren die hohe strategische Bedeutung der Geschäftsbereiche „Distribution“ sowie „Neue Medien und verwandte Bereiche“ für den Unternehmenserfolg des Konzerns.

Darüber hinaus sind zwischen dem Ende des dritten Quartals 2011 und dem 2. November 2011, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten. Auch haben sich nach Abschluss der Berichtsperiode keine Änderungen ergeben, die eine wesentliche Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group beziehungsweise der ProSiebenSat.1 Media AG haben.

Risiken- und Chancenbericht

Das unternehmerische Handeln von ProSiebenSat.1 ist darauf ausgerichtet, bestehende Chancen zu erkennen und zu nutzen sowie mögliche Risiken zu erfassen, zu analysieren und aktiv zu steuern.

Gesamtaussage zur Risikosituation des Konzerns – Beurteilung aus Sicht der Unternehmensleitung. 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. Gegenüber dem 31. Dezember 2010 hat sich folglich keine grundlegende Änderung der Gesamtrisikolage ergeben. Bestimmte Risikopositionen haben sich in den ersten neun Monaten 2011 im Vergleich zum Jahresende 2010 allerdings verändert und werden nachfolgend erläutert:

Entwicklung der Einzelrisiken zum 30. September 2011

Veränderung Q1-Q3 2011 vs. 31.12.2010



↗ Erhöhtes Risiko ↘ Reduzierung des Risikos → Risiko unverändert

- **Externe Risiken:** Die TV-Werbemarkte werden wesentlich von makroökonomischen Parametern beeinflusst: Bei positiven Konjunkturaussichten steigen neben einer erhöhten Investitionsbereitschaft der Unternehmen auch die Werbeausgaben. Im Nachkrisenjahr 2010, in dem das deutsche Wirtschaftswachstum bei sehr kräftigen 3,6 Prozent lag, profitierte das Fernsehen überproportional von der positiven Wirtschaftsentwicklung. Umgekehrt reagieren Unternehmen in Krisenzeiten relativ kurzfristig mit einer Kürzung ihrer Werbebudgets.

In den vergangenen Monaten haben sich die Konjunkturrisiken erhöht. Während die Wirtschaftsleistung in einigen Ländern wie Deutschland oder den skandinavischen Märkten weiter steigen dürfte, sind die Wachstumserwartungen für Volkswirtschaften mit Schuldenproblemen sehr gedämpft. Aufgrund der rezessiven Konjunkturlage in Ungarn prüfen wir derzeit Maßnahmen zur künftigen Effizienzsteigerung in diesem Markt. Mögliche Restrukturierungen würden sich im vierten Quartal auf die Ertragslage auswirken. Nach heutigem Kenntnisstand bewerten wir das Risiko aus den jüngsten konjunkturellen Entwicklungen jedoch weiterhin insgesamt als begrenzt und beherrschbar. Auswirkungen auf unser Geschäft spüren wir derzeit nicht. Die ProSiebenSat.1 Group bestätigt vor diesem Hintergrund ihren positiven Jahresausblick. Konjunkturprognosen stehen immer unter dem Vorbehalt bestimmter Prämissen und unterliegen somit auch Unsicherheiten. Daher berücksichtigt ProSiebenSat.1 bei ihrer Planung unterschiedliche Szenarien für den deutschen Kernmarkt. Der Konzern hat durch den Ausbau neuer Geschäftsmodelle jenseits von TV-Werbung sein Risikoprofil optimiert und wird diese Diversifikationsstrategie in den kommenden Jahren konsequent weiterverfolgen. Bis 2015 sollen 50 Prozent des Gesamtumsatzes außerhalb des TV-Werbegeschäfts im deutschen Markt generiert werden.

- **Finanzwirtschaftliche Risiken:** Die finanzwirtschaftliche Situation der ProSiebenSat.1 Group hat sich im Vergleich zum Jahresende 2010 weiter verbessert. Aufgrund des Verkaufs des belgischen und niederländischen Geschäfts konnte ProSiebenSat.1 einen Teil seiner Darlehen vorzeitig zurückführen. Gleichzeitig hat ProSiebenSat.1 das Fälligkeitsprofil der verbleibenden Darlehen optimiert und einen signifikanten Teil bis 2016 verlängert.

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 des Konzerns maßgeblich beeinflussen könnten. Basis hierfür bildet ein systematisches Management von Risiken. So werden über das konzernweite Risikomanagement 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.

Die Gesamtrisikosituation ist das Resultat der Bewertung der wichtigsten Einzelrisiken des Konzerns („Externe Risiken“, „Content Risiken“, „Technologische Risiken“, „Vertriebsrisiken“, „Organisatorische Risiken“, „Finanzwirtschaftliche Risiken“ sowie „Compliance Risiken“) bzw. der konsolidierten Betrachtung der drei Hauptrisikogruppen des Konzerns (Operative Risiken, Finanzielle Risiken, Compliance-Risiken). Chancen und Risiken der ProSiebenSat.1 Group sowie deren positive und negative Veränderungen werden dabei nicht gegeneinander aufgerechnet.

Das Monitoring von Wachstumspotenzialen ist ebenso wie das Risikomanagement Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems. 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 im Berichtszeitraum keine weiteren wesentlichen Chancen oder Risiken identifiziert.

Prognosebericht

Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen

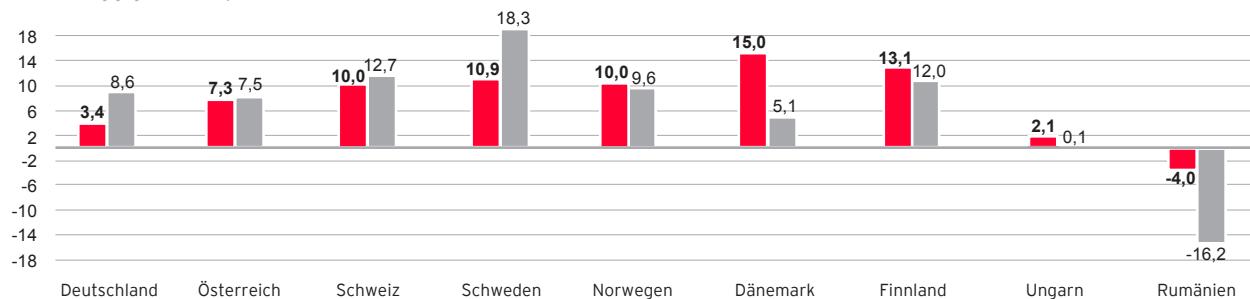
Die Weltwirtschaft hat sich 2010 erstaunlich rasch von der schweren Rezession des vorausgegangenen Jahres erholt. Nach einem sehr guten Start ins Jahr 2011 hat sich die Dynamik der Weltwirtschaft zwischenzeitlich verlangsamt. Infolgedessen hat der Internationale Währungsfonds seine globale Wachstumsprognose für 2011 um 0,3 Prozentpunkte auf 4,0 Prozent gesenkt - bei weiterhin robusten Wachstumsaussichten in den expandierenden Schwellenländern. Für die Eurozone (17 Länder) sowie die gesamte EU (27 Länder) erwartet die Europäische Kommission auf Jahressicht ein Plus von 1,6 Prozent bzw. 1,7 Prozent, wobei die Wachstumsprognosen für die einzelnen Mitgliedstaaten teilweise deutlich divergieren. Zum Jahresende hin dürften sich die nachlassende Investitions- und Konsumbereitschaft, die verschärften Konsolidierungsanstrengungen in den Mitgliedsländern sowie die schwindende weltwirtschaftliche Dynamik negativ auswirken. Die Länder der Eurozone und der EU27 werden im dritten und vierten Quartal daher wohl eine Wachstumsrate von 0,2 Prozent nicht übersteigen.

Auch für die deutsche Wirtschaft haben sich die Aussichten zuletzt eingetrübt. Laut Gemeinschaftsprognose könnte die Wirtschaftsleistung im vierten Quartal 2011 sogar schrumpfen. Ob und wie stark die Wirtschaft nachgeben wird, hängt vor allem von der Effektivität der europäischen Finanzpolitik ab. Zugleich gibt es aber eine Reihe positiver Einflussfaktoren. Der Arbeitsmarkt entwickelt sich weiterhin robust, das Verbrauchertrauen ist stabil. Der voraussichtlich nachlassende Inflationsdruck sowie das weiterhin niedrige Zinsniveau dürften ebenfalls positive Wirkung entfalten. Für das Gesamtjahr 2011 prognostizieren die Wirtschaftsforschungsinstitute in ihrem Herbstgutachten aufgrund des starken Jahresauftaktes, der guten Auftragsbestände und der weiterhin intakten Industrieproduktion ein Plus von knapp drei Prozent.

Da es sich bei TV-Werbeausgaben um Investitionen von Unternehmen handelt, steht die Entwicklung der Werbemarkte in enger Beziehung zur allgemeinen Wirtschaftslage. Inzwischen hat sich daher auch das Wachstumstempo der TV-Werbemarkte auf einem etwas niedrigeren Niveau eingependelt. Die Agenturgruppe Zenith prognostiziert vor diesem Hintergrund für den deutschen TV-Werbemarkt im Jahr 2011 ein immer noch gutes, aber nicht mehr ganz so dynamisches Plus von netto 3,4 Prozent. International liegen die Prognosen für die TV-Werbemarkte, in denen die ProSiebenSat.1 Group aktiv ist, ebenfalls überwiegend im positiven Bereich. Eine Übersicht der Prognosen zeigt folgende Grafik:

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

Veränderung gegenüber Vorjahr in Prozent



■ 2011^(p) vs 2010 ■ 2010 vs 2009

Quelle: ZenithOptimedia: Advertising Expenditure Forecasts October 2011. ^(p)=Prognose

Künftige branchenspezifische Rahmenbedingungen

Neben den konjunkturellen Rahmenbedingungen hat das künftige Medien-Nutzungsverhalten Einfluss auf die Geschäftsentwicklung der ProSiebenSat.1 Group. Seit einigen Jahren werden Bewegtbild-Inhalte durch Laptops, Smartphones oder Tablets über immer mehr Bildschirmmedien verbreitet. Trotz zahlreicher neuer Angebote ist Fernsehen unangefochtene Leitmedium. So ist die TV-Nutzung in den vergangenen Jahren innerhalb der werberelevanten Zielgruppe kontinuierlich gestiegen und liegt aktuell bei 206 Minuten pro Tag bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Auch bei jungen Menschen zwischen 14 und 29 Jahren ist die TV-Nutzung ungebrochen hoch. Dies dürfte in erster Linie damit zusammenhängen, dass Menschen über neue Bildschirmmedien ebenfalls Inhalte suchen, die sie aus dem Fernsehen kennen: Information und Unterhaltung in bewegten Bildern. Die ProSiebenSat.1 Group nutzt alle Wachstumschancen, die sich daraus für sie ergeben und bietet ihre Inhalte über zahlreiche Plattformen an.

Auch im Werbemarkt setzt ProSiebenSat.1 auf Wachstumschancen durch neue Technologien, die etwa die Regionalisierung von TV-Werbung ermöglichen oder die zielgruppengenaue Ansprache von Kunden (Targeting) erlauben. Bereits heute profitiert TV wie kein anderes Medium von den Stärken multimedialer Vermarktung. Die meisten crossmedialen Werbekampagnen basieren mit einem Anteil von 26,3 Prozent auf TV-Werbung. Ausschlaggebend ist, dass Werbekunden mit Fernsehen nach wie vor die größte Reichweite erzielen und darüber hinaus ein starkes Interesse für die beworbenen Produkte auslösen.

Unternehmensausblick

Erwartete Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage 2011



In unserem Geschäftsbericht 2010 geben wir ab Seite 106 einen Ausblick zum Geschäftsverlauf 2011. Die hier getroffenen Aussagen beziehen sich auf die fortgeführten Aktivitäten.

Da die Buchungen von TV-Werbung sehr kurzfristig erfolgen, sind Prognosen stets mit gewissen Unsicherheiten behaftet. Auf Jahressicht schränkt zudem die Bedeutung des vierten Quartals für die Umsatzentwicklung der ProSiebenSat.1 Group die Planungssicherheit ein. Traditionell realisiert die ProSiebenSat.1 Group etwa 30 Prozent ihres Jahresumsatzes im vierten Quartal. Unsere Jahresprognosen sind infolge der geringen Marktvisibilität etwas konservativer als die Prognosen führender Wirtschaftsforschungsinstitute. Für den deutschen TV-Werbemarkt haben wir unserer Planung unterschiedliche Szenarien zu Grunde gelegt. Diese reichen unverändert von einer stabilen Entwicklung bis zu einem niedrigen einstelligen Wachstum des TV-Werbemarkts im Jahr 2011. Auch in unseren internationalen Märkten konnten wir im dritten Quartal trotz der Verunsicherung infolge der europäischen Schuldenkrise keine wesentlichen Veränderungen in den Werbeaktivitäten gegenüber dem zweiten Quartal feststellen. Dementsprechend gehen wir - mit Ausnahme Osteuropas - unverändert von einer positiven Entwicklung aus und rechnen für das Jahr 2011 mit einem durchschnittlichen Wachstum der Werbemarkte im niedrigen zweistelligen Prozentbereich. Maßgeblicher Treiber dürfte weiterhin die dynamische Entwicklung in Norwegen bleiben.

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. Aufgrund unserer erfolgreichen Geschäftsentwicklung bestätigen wir unseren positiven Jahresausblick, der von allen Segmenten getragen wird. So streben wir für das Jahr 2011 eine Steigerung des **Konzernumsatzes** im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Im deutschsprachigen TV-Segment rechnen wir mit einem Umsatzwachstum im mindestens niedrigen einstelligen Prozentbereich. Für die Segmente Free-TV International und Diversifikation erwarten wir eine Fortsetzung des dynamischen Umsatzwachstums. Im Kerngeschäft rechnet der Konzern mit konstanten operativen Kosten. Investitionen in Wachstumsfelder wie beispielsweise neue Sender oder Content-Produktion werden jedoch zu höheren operativen Kosten im jeweiligen Bereich führen. Dieser

Kostenanstieg wird jedoch stets durch eine Umsatzsteigerung im jeweiligen Segment überkompensiert. Auf dieser Basis geht ProSiebenSat.1 davon aus, den im vergangenen Jahr erzielten Rekordwert beim recurring EBITDA erneut zu übertreffen.

Im Zuge der Optimierung des Sender- und Länderportfolios konnte ProSiebenSat.1 im August dieses Jahres einen Teil seiner Darlehen vorzeitig zurückführen und deren Fälligkeitsprofil größtenteils bis 2016 verlängern. Damit hat ProSiebenSat.1 seine Finanzierung und Kapitalstruktur nachhaltig optimiert. Die Gruppe steht finanziell und operativ auf einem äußerst soliden Fundament und verfügt über eine komfortable Liquiditätsausstattung. Die Reduktion unserer Netto-Finanzverschuldung sowie die Einhaltung unseres Verschuldungsgrades von 1,5 bis 2,5 bleibt auch künftig ein zentrales Ziel. Die Netto-Finanzverschuldung wird zum Jahresende voraussichtlich unter 1,9 Mrd Euro liegen.

Erwartete Finanz-, Ertrags- und Vermögenslage des ProSiebenSat.1-Konzerns ¹⁾

	2010	Ziele 2011
Konzernumsatz	2.601,0	
Recurring EBITDA	791,5	
Underlying net income	275,3	
Netto-Finanzverschuldung	3.021,0	

¹⁾ Angaben basieren auf den fortgeföhrten Aktivitäten.

Wachstumsstrategie bis 2015

In den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres ist der Umsatz der ProSiebenSat.1 Group kontinuierlich gegenüber dem Vorjahreszeitraum gewachsen. Diese Entwicklung wird sich voraussichtlich fortsetzen. Bis 2015 haben wir insgesamt ein zusätzliches Umsatzpotenzial von über 750 Mio Euro im Vergleich zum Jahr 2010 identifiziert. Wir rechnen damit, dass TV auch in Zukunft das wichtigste und beliebteste Medium sein wird. Basis unseres Wachstums ist daher auch künftig der Ausbau des Kerngeschäfts werbefinanzierter Free-TV. Gleichzeitig werden wir unsere Strategie zur Umsatzdiversifizierung forcieren und unsere Wachstumsmöglichkeiten in den Bereichen „Digital und Adjacent“ sowie „Entwicklung und Vertrieb von Programminhalten“ noch konsequenter ausschöpfen.

Bis 2015 ist es unser Ziel, nahezu 50 Prozent des Umsatzes jenseits der klassischen TV-Werbung in Deutschland zu generieren. Dazu werden wir unsere Marktführerschaft im Bereich Digital- und Online-TV weiter ausbauen. Wir rechnen damit, im Bereich **Neue Medien und verwandte Bereiche** das dynamische Wachstum der vergangenen Jahre fortzusetzen und schätzen das zusätzliche Umsatzpotenzial bis 2015 auf über 250 Mio Euro. Die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate des Umsatzes (CAGR) dürfte bei über 20 Prozent liegen. Durch innovative Erlösmodelle wie Media-for-Revenue-Share haben wir neue Standards in der Branche gesetzt, die wir auch zukünftig für weiteres Wachstum nutzen können. Auch unsere Online-Video- und Games-Strategie wird Grundlage unseres zukünftigen Wachstums sein.

Im Geschäftsfeld **Produktion und dem Vertrieb von Programminhalten** will der Konzern bis zum Jahr 2015 zirka 100 Mio Euro zusätzlich erlösen. Das CAGR soll voraussichtlich deutlich über 20 Prozent liegen. Basis hierfür ist eine systematische Internationalisierung der Inhalte, die vertiefte Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern und ein Ausbau der Präsenz in den USA und attraktiven Wachstumsmärkten.

Im **internationalen Broadcasting-Geschäft** ist es unser Ziel, die Umsätze durchschnittlich im oberen einstelligen Prozentbereich pro Jahr zu steigern. Wir rechnen hier bis 2015 mit einem Umsatzpotenzial von über 150 Mio Euro.

Im **deutschsprachigen Broadcasting-Geschäft** wollen wir unsere führende Position durch neue Sender, überzeugende Formate, optimierte Vertriebs- und Verbreitungsstrategie sowie die Nutzung neuer Technologien wie HD weiter ausbauen. Die Gruppe sieht hier bis 2015 ein zusätzliches Umsatzpotenzial von über 250 Mio Euro und rechnet in ihrem deutschen Kernmarkt damit, den Umsatz mindestens entsprechend dem Marktwachstum zu steigern.

Diese 4-Säulen-Wachstumsstrategie haben wir dem Kapitalmarkt im Oktober 2011 vorgestellt und werden sie im Einklang mit der Umstellung der internen Steuerung und Berichterstattung ab 2012 in unserer Segmentberichterstattung reflektieren.

Segmentstruktur ab 2012



¹⁾ Zum Segment "Deutschsprachiges Fernsehen" zählen die TV-Aktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz, jedoch künftig nicht mehr die Produktions- und Vertriebstochter Red Arrow Entertainment. ²⁾ Radio wird in das Segment "Broadcasting International" integriert. ³⁾ Die Wachstumssäulen "Neue Medien und verwandte Bereiche" sowie "Produktion und Vertrieb von Inhalten" werden im Segment Diversifikation zusammengefasst.

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

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

MUSIK LIEGT IN DER LUFT

Diese Show erobert die Welt im Sturm, jetzt kommt sie auch nach Deutschland. Ab dem 24. November gehen die Juroren abwechselnd auf ProSieben und SAT.1 auf die Suche nach „The Voice of Germany“. In den Blind Auditions sitzen die Juroren mit dem Rücken zu den Kandidaten. Sie sehen nichts, sie hören nur. In dieser Show zählt allein die Stimme.



EIN UNVERGESSLICHER SOMMER?

Sommer, Sonne, Strand und Party. Das erwarten sich fünf Jugendliche von ihren Sommerferien an den Kalajoki-Stränden der finnischen Riviera. Doch was werden sie tatsächlich erleben? Ab dem 11. Oktober begleitet der Sender TV5 die Teenager mit seiner bisher größten Lokalproduktion „Kalajoen hiekat“, dienstags bis freitags um 20.00 Uhr.



DAS PERFEKTE WEIHNACHTSMENÜ

Das Weihnachtsmenü kann durchaus für Stress sorgen - außer man holt sich ein paar Tipps bei Starkoch Jamie Oliver. Die gibt es ab dem 19. November jeden Samstag um 19.50 Uhr bei sixx in "Jamie Oliver's Familien-Weihnachten". Obendrauf liefert er gleich noch ein paar Ratschläge für die entspannte Familienfeier.



WENN DAS CASTING KOMMT

Am 2. Oktober startet auf PULS 4 „Popstars - Mission Österreich“. Anders als in Deutschland kommen nicht nur die Teilnehmer zum Casting, manchmal kommt auch das Casting zu den Teilnehmern. Ganz egal, ob die in ihrem Wohnzimmer, bei der Arbeit oder irgendwo unterwegs sind: Die Juroren Detlef D! Soost und Fernanda Brandao finden sie - immer sonntags um 20.15 Uhr auf PULS 4.



WILD WEDDING

In der Neuauflage von „Kär och galen“ zeigt der schwedische Kanal 5 Paare, die alles andere als die klassische Hochzeit in Weiß feiern. Sie buhlen um romantische Flitterwochen. „Kär och galen“ startet am 15. November auf Kanal 5.



Gewinn- und Verlustrechnung

Gewinn- und Verlustrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Q3 2011	Q3 2010*	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010*
Fortgeföhrte Aktivitäten				
1. Umsatzerlöse	594,5	546,0	1.882,5	1.772,1
2. Umsatzkosten	-319,6	-303,9	-1.049,8	-980,4
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	274,9	242,1	832,7	791,7
4. Vertriebskosten	-94,3	-84,5	-257,9	-251,3
5. Verwaltungskosten	-82,2	-63,8	-217,8	-241,1
6. Sonstiger betrieblicher Ertrag	2,6	2,8	5,9	6,7
7. Betriebsergebnis	101,0	96,6	362,9	306,0
8. Ergebnis aus at Equity bewerteten Anteilen	0,1	-0,9	3,3	-3,7
9. Zinsen und ähnliche Erträge	2,9	1,5	6,6	3,8
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-52,5	-56,5	-160,6	-167,3
11. Zinsergebnis	-49,6	-55,0	-154,0	-163,5
12. Sonstiges Finanzergebnis	-32,9	-12,8	-26,3	-8,0
13. Finanzergebnis	-82,4	-68,7	-177,0	-175,2
14. Ergebnis vor Steuern	18,6	27,9	185,9	130,8
15. Ertragsteuern	-5,2	-7,1	-52,1	-38,5
16. Ergebnis fortgeföhrter Aktivitäten	13,4	20,8	133,8	92,3
Nicht-fortgeföhrte Aktivitäten				
17. Ergebnis nicht-fortgeföhrter Aktivitäten nach Steuern	328,9	12,8	380,6	43,7
18. Konzernergebnis	342,3	33,6	514,4	136,0
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Ergebnis	340,3	32,5	507,6	131,3
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	2,0	1,1	6,8	4,7
Euro				
Ergebnis je Aktie				
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	1,60	0,15	2,37	0,60
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	1,60	0,15	2,38	0,61
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	1,60	0,15	2,37	0,60
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	1,56	0,15	2,33	0,61
Ergebnis je Aktie fortgeföhrter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,05	0,09	0,59	0,40
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,05	0,09	0,60	0,41
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,05	0,09	0,59	0,40
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,05	0,09	0,60	0,41
Ergebnis je Aktie nicht-fortgeföhrter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	1,55	0,06	1,78	0,20
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	1,55	0,06	1,78	0,20
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	1,55	0,06	1,78	0,20
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	1,51	0,06	1,73	0,20

^{*)} Zahlen angepasst. Für Einzelheiten siehe Geschäftsbericht 2010, S. 125.

Gesamtergebnisrechnung

Gesamtergebnisrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Q3 2011	Q3 2010*	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010*
Konzernergebnis	342,3	33,6	514,4	136,0
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung **	-14,1	23,9	-18,5	59,5
Bewertung von Cashflow Hedges	26,0	-34,4	35,3	-9,2
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	-7,0	9,9	-8,9	2,7
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	4,9	-0,6	7,9	53,0
Konzern-Gesamtergebnis	347,2	33,0	522,3	189,0
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Gesamtergebnis	345,2	31,9	515,6	184,2
Gesamtergebnisanteil anderer Gesellschafter	2,0	1,1	6,7	4,8

^{*} Zahlen angepasst. Für Einzelheiten siehe Geschäftsbericht 2010, S. 125. ^{**} Enthält Anteile anderer Gesellschafter aus Währungsumrechnungsdifferenzen für das Q1-Q3 2011 i.H.v. minus 0,1 Mio Euro (Q1-Q3 2010: 0,1 Mio Euro) und für das Q3 2011 i.H.v. 0,0 Mio Euro (Q3 2010: 0,0 Mio Euro).

Bilanz

Bilanz der ProSiebenSat.1 Group

	in Mio Euro	30.09.2011	31.12.2010	30.09.2010*
A. Langfristige Vermögenswerte				
I. Immaterielle Vermögenswerte		2.168,2	3.037,1	3.036,6
II. Sachanlagen		216,6	232,2	227,4
III. At Equity bewertete Anteile		0,5	1,1	1,4
IV. Langfristige finanzielle Vermögenswerte		64,3	63,0	62,3
V. Programmvermögen		1.401,9	1.497,7	1.442,3
VI. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		- / -	- / -	0,2
VII. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern		- / -	2,2	2,2
VIII. Übrige Forderungen und Vermögenswerte		12,7	3,5	5,8
IX. Latente Ertragsteueransprüche		67,0	87,1	100,2
		3.931,2	4.923,9	4.878,4
B. Kurzfristige Vermögenswerte				
I. Programmvermögen		171,1	156,9	240,2
II. Vorräte		2,4	0,5	2,1
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte		- / -	0,2	0,2
IV. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen		239,7	321,0	273,9
V. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern		61,0	32,0	39,3
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte		118,0	141,1	141,9
VII. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente		257,3	740,7	743,4
		849,5	1.392,4	1.441,0
Bilanzsumme		4.780,7	6.316,3	6.319,4

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

	in Mio Euro	30.09.2011	31.12.2010	30.09.2010*
A. Eigenkapital				
I. Gezeichnetes Kapital		218,8	218,8	218,8
II. Kapitalrücklage		572,7	577,6	580,0
III. Gewinnrücklage		652,6	386,2	204,7
IV. Eigene Anteile		-52,6	-25,4	-30,5
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital		-131,9	-139,9	-190,3
VI. Sonstiges Eigenkapital		0,3	- / -	- / -
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehendes Eigenkapital		1.259,9	1.017,3	782,7
VII. Anteile anderer Gesellschafter		9,2	8,6	7,7
		1.269,1	1.025,9	790,4
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen				
I. Darlehen und Kredite		2.332,1	3.531,3	3.529,6
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		296,6	348,5	394,5
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		23,4	41,8	38,1
IV. Übrige Verbindlichkeiten		1,9	1,7	1,9
V. Rückstellungen für Pensionen		9,8	9,1	8,4
VI. Sonstige Rückstellungen		21,3	16,2	15,0
VII. Latente Ertragsteuerschulden		105,5	163,7	173,3
		2.790,6	4.112,3	4.160,8
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen				
I. Darlehen und Kredite		0,3	230,6	497,8
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten		52,7	39,4	43,6
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen		377,5	485,0	439,3
IV. Übrige Verbindlichkeiten		189,5	275,8	249,7
V. Steuerrückstellungen		46,1	73,0	55,3
VI. Sonstige Rückstellungen		54,9	74,3	82,5
		721,0	1.178,1	1.368,2
Bilanzsumme		4.780,7	6.316,3	6.319,4

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

Kapitalflussrechnung

Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro	Q3 2011	Q3 2010*	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010*
Ergebnis fortgeföhrter Aktivitäten	13,4	20,8	133,8	92,3
Ergebnis nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	328,9	12,8	380,6	43,7
davon Ergebnis aus dem Verkauf nicht-fortgeföhrte Aktivitäten	320,8	- / -	341,7	- / -
Konzernergebnis	342,3	33,6	514,4	136,0
Ertragsteuern	5,2	7,1	52,1	38,5
Finanzergebnis	82,4	68,7	177,0	175,2
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	32,7	30,0	108,7	94,9
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	220,8	218,7	756,3	674,6
Veränderung der Pensionsrückstellungen und sonstigen Rückstellungen	2,5	-6,5	0,3	5,8
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	0,1	-1,2	1,2	40,1
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-17,9	-0,5	-18,4	-5,2
Cashflow fortgeföhrter Aktivitäten	339,2	337,1	1.211,0	1.116,2
Cashflow nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	1,4	43,0	110,3	155,6
Cashflow (Gesamt)	340,6	380,1	1.321,3	1.271,8
Veränderung Working Capital	57,6	29,9	-24,7	13,1
Erhaltene Dividende	0,1	- / -	3,3	2,5
Gezahlte Steuern	-34,5	-12,1	-99,2	-91,3
Gezahlte Zinsen	-54,9	-55,9	-160,0	-165,9
Erhaltene Zinsen	2,3	0,9	5,5	1,8
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeföhrter Aktivitäten	309,8	299,9	935,9	876,4
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	-208,5	32,4	-135,6	147,4
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit (Gesamt)	101,3	332,3	800,3	1.023,8
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	- / -	0,3	0,9	0,9
Auszahlungen für die Beschaffung von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-19,0	-13,3	-54,6	-43,1
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-0,1	-0,3	-1,5	-0,8
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	7,5	3,6	23,2	23,2
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-302,8	-284,4	-883,9	-858,7
Auszahlungen von Darlehen an assoziierte Unternehmen	- / -	-1,0	- / -	-2,9
Auszahlungen/Einzahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	0,1	-1,0	-17,2	-4,8
Einzahlungen/Auszahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	3,1	-1,5	1,7	-14,7
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeföhrter Aktivitäten	-311,2	-297,6	-931,4	-900,9
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	1.261,1	-25,2	1.377,3	-98,1
davon Einzahlungen aus dem Abgang nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	1.266,9	- / -	1.459,4	- / -
Cashflow aus Investitionstätigkeit (Gesamt)	949,9	-322,8	445,9	-999,0
Free Cashflow	1.051,2	9,5	1.246,2	24,8

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

Kapitalflussrechnung der ProSiebenSat.1 Group Fortsetzung

in Mio Euro	Q3 2011	Q3 2010*	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010*
Free Cashflow (Übertrag von Seite 44)	1.051,2	9,5	1.246,2	24,8
Auszahlung Dividende	-241,2	- / -	-241,2	-2,1
Auszahlung zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	-1.430,6	- / -	-1.430,6	-11,4
Einzahlungen aus Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	- / -	- / -	- / -	0,6
Auszahlung zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	-2,2	-2,3	-7,0	-7,5
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	0,2	- / -	5,5	- / -
Auszahlung für den Erwerb von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	- / -	- / -	-0,1	- / -
Einzahlungen ausstehendes gezeichnetes Kapital anderer Gesellschafter	- / -	- / -	0,1	- / -
Erwerb eigener Aktien	-32,6	- / -	-32,6	- / -
Auszahlung von Finanzierungskosten	-12,3	- / -	-12,3	- / -
Auszahlung von Dividenden an andere Gesellschafter	-0,9	-0,3	-5,8	-5,6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeföhrter Aktivitäten	-1.719,6	-2,6	-1.724,0	-26,0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	- / -	- / -	- / -	- / -
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit (Gesamt)	-1.719,6	-2,6	-1.724,0	-26,0
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands fortgeföhrter Aktivitäten	2,0	-12,4	-3,7	7,6
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	0,3	-1,4	-1,9	-0,4
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-666,1	-6,9	-483,4	6,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	923,4	750,3	740,7	737,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	257,3	743,4	257,3	743,4

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

Eigenkapitalveränderungsrechnung

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group zum 30. September 2010

in Mio Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapital-rücklage	Gewinn-rücklage	Eigene Anteile	Kumulierte übriges Eigenkapital			Sonstiges Eigenkapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesellschafter	Konzern-eigenkapital
					Unterschiedsbetrag aus Währungs-umrechnung	Bewertung von Cashflow Hedges	Latente Steuern				
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	- / -	- / -	131,3	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	131,3	4,7	136,0
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- / -	- / -	- / -	- / -	59,4	-9,2	2,7	- / -	52,9	0,1	53,0
Konzern-Gesamtergebnis	- / -	- / -	131,3	- / -	59,4	-9,2	2,7	- / -	184,2	4,8	189,0
Gezahlte Dividenden	- / -	- / -	-2,1	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-2,1	-5,6	-7,7
Aktienoptionsplan	- / -	1,2	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	1,2	- / -	1,2
Sonstige Veränderungen	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	0,8	0,8
30. September 2010	218,8	579,9	204,7	-30,5	-12,0	-245,1	66,8	- / -	782,6	7,7	790,3

* Für Einzelheiten siehe Geschäftsbericht 2010, Seite 125.

Eigenkapitalveränderungsrechnung der ProSiebenSat.1 Group zum 30. September 2011

in Mio Euro	Gezeichnetes Kapital	Kapital-rücklage	Gewinn-rücklage	Eigene Anteile	Kumulierte übriges Eigenkapital			Sonstiges Eigenkapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesellschafter	Konzern-eigenkapital
					Unterschiedsbetrag aus Währungs-umrechnung	Bewertung von Cashflow Hedges	Latente Steuern				
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	- / -	- / -	507,6	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	507,6	6,8	514,4
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- / -	- / -	- / -	- / -	-18,4	35,3	-8,9	- / -	8,0	-0,1	7,9
Konzern-Gesamtergebnis	- / -	- / -	507,6	- / -	-18,4	35,3	-8,9	- / -	515,6	6,7	522,3
Gezahlte Dividende	- / -	- / -	-241,2	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-241,2	-5,8	-247,0
Aktienoptionsplan	- / -	1,2	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	1,2	- / -	1,2
Erwerb eigener Anteile	- / -	- / -	- / -	-32,6	- / -	- / -	- / -	- / -	-32,6	- / -	-32,6
Sonstige Veränderungen	- / -	-6,1	- / -	5,4	- / -	- / -	- / -	0,3	-0,4	-0,3	-0,7
30. September 2011	218,8	572,7	652,6	-52,6	-17,6	-157,7	43,4	0,3	1.259,9	9,2	1.269,1

Konzernanhang für den Zwischenabschluss zum 30. September 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, Video-on-Demand, Live- und Artist-Management zu ihrem Portfolio.

2. Grundlagen der Rechnungslegung

Der Konzern-Zwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Group zum 30. September 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 in den ersten neun Monaten 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. September 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 hatte die ProSiebenSat.1 Group ihre TV-Aktivitäten in Belgien und ihre TV- und Print-Aktivitäten in den Niederlanden veräußert. Der rechtliche und wirtschaftliche Abschluss der Veräußerung der niederländischen Aktivitäten erfolgte nach Genehmigung durch die zuständigen Kartellbehörden im dritten Quartal 2011. Die

Transaktion wurde gemäß IFRS 5 „Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche“ bilanziert. Da die zur Veräußerung stehenden Tochterunternehmen „nicht-fortgeföhrte Aktivitäten“ darstellen, wurden deren Ergebnisse einschließlich des Entkonsolidierungserfolgs als „Ergebnis aus nicht-fortgeföhrten Aktivitäten“ nach Ertragsteuern separat und unter Anpassung der Vorperioden in der Gewinn- und Verlustrechnung dargestellt.

Im dritten Quartal 2011 hat die ProSiebenSat.1 Group mit ihren Kreditgebern eine teilweise Rückzahlung und Laufzeitverlängerung ihrer endfälligen Darlehensverbindlichkeiten vereinbart. Diese Maßnahme sowie die hiermit in Zusammenhang stehenden Auflösungen von Zinssicherungsgeschäften wurden gemäß den Vorschriften von IAS 39 „Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung“ erfasst.

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 Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group im Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 2011 keine nennenswerten Auswirkungen.

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

Wir gehen auch weiterhin davon aus, 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 in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2011 wie folgt geändert:

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2010	54	109	163
Zugänge	4	14	18
Abgänge	-3	-21	-24
Einbezogen zum 30.09.2011	55	102	157

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. Zum 30. September werden neben den vollkonsolidierten Unternehmen 11 (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 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 wertberichtet. 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 ProSieben-Sat.1 Group:

in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbszeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt
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 dritten Quartal 2011 erzielte die maxdome GmbH & Co. KG einen Umsatz in Höhe von 5,6 Mio Euro sowie ein Ergebnis vor Steuern in Höhe von minus 1,3 Mio Euro.

Erwerb von Burda:ic

Mit Kaufvertrag vom 1. Juni 2011 und mit Wirkung zum 1. Juli 2011 erwarb die ProSieben-Sat.1 Group über ihre Tochtergesellschaft ProSiebenSat.1 Digital GmbH 100 Prozent der stimmberechtigten Anteile an 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 Onlinemagazinen, 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, zuzüglich Anpassungen auf „cash-free/debt free“-Basis in Höhe von 0,6 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 Barzahlung 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 Erwerbszeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt
Geschäfts- oder Firmenwert	- / -	9,5	9,5
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	1,8	5,3	7,1
Übrige langfristige Vermögenswerte	0,2	- / -	0,2
Kurzfristige Vermögenswerte	1,5	0,2	1,7
Rückstellungen und Verbindlichkeiten inkl. latenter Steuern	-1,2	-1,7	-2,9
Kaufpreis nach IFRS 3			15,6

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert repräsentiert primär potenzielle strategische Synergiepotenziale im Bereich der Entwicklung von Online-Games. Bei den identifizierten sonstigen immateriellen Vermögenswerten handelt es sich um den Kundenstamm und vertragliche Kundenbeziehungen sowie die vorhandene IT-Plattform. Eine Einbeziehung der Gesellschaft bereits zum 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.

Weitere Akquisitionen im Geschäftsjahr 2011

Mit Kaufvertrag vom 28. April 2011 und mit Wirkung zum 5. Mai 2011 erwarb die ProSiebenSat.1 Group über ihre 100-prozentige 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 (Covus Games). 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 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-prozentige Tochtergesellschaft Red Arrow Entertainment Group 51 Prozent der stimmberechtigten Anteile an dem im Bereich Film- und Werbeproduktion tätigen Unternehmen The Mob Film Holdings Limited mit Sitz in Beckenham, Kent, Großbritannien (The Mob). Der Bar-Kaufpreis betrug 1,3 Mio GBP (1,5 Mio Euro). Darüber hinaus wurde für die Minderheitsgesellschafter eine finanzielle Verbindlichkeit erfasst, deren beizulegender Zeitwert 6,7 Mio GBP (7,4 Mio Euro) beträgt, da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat. Anteile anderer Gesellschafter wurden aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) dagegen nicht bilanziert. Die Gesellschaft wird dem Segment Free-TV Deutschsprachig zugeordnet.

Beide Unternehmen werden aufgrund der Tatsache, dass die ProSiebenSat.1 Group Kontrolle über die Gesellschaften ausübt, seit den jeweiligen Erwerbszeitpunkten 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 vorläufig 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 nach wie vor noch nicht abgeschlossen waren, 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 der ersten neun Monate 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 veräußerten Tochterunternehmen aus dem Bereich TV waren dem Segment Free TV International zugeordnet, der Print-Bereich dem Segment Diversifikation (siehe Segmentberichterstattung, Punkt 5). Der formale und rechtliche Abschluss („Closing“) der Transaktion erfolgte für die Tochtergesellschaften in Belgien am 8. Juni 2011, für die Tochtergesellschaften in den Niederlanden nach Zustimmung der niederländischen Kartellbehörden am 29. Juli 2011. Aufgrund des mit der Veräußerung einhergehenden Kontrollverlustes wurden die betroffenen Unternehmen zu den oben genannten Zeitpunkten entkonsolidiert. Der im Ergebnis aus nicht-fortgeföhrten Aktivitäten ausgewiesene, vorläufige Entkonsolidierungsgewinn aus der Veräußerung der Tochterunternehmen beträgt 341,7 Mio. Euro. Aufgrund ihrer Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group stellen die veräußerten Tochterunternehmen nicht-fortgeföhrte Aktivitäten im Sinne des IFRS 5 dar. Das Ergebnis aus nicht-fortgeföhrten Aktivitäten wird in der Gewinn- und Verlustrechnung gesondert ausgewiesen, die Vorperioden sind entsprechend angepasst worden.

Die folgende Tabelle enthält das vorläufige Ergebnis aus nicht-fortgeföhrten Aktivitäten (d.h. der verkauften Geschäftsbereiche in Belgien und den Niederlanden) im dritten Quartal bzw. den ersten neun Monaten des Geschäftsjahrs 2011:

Gewinn- und Verlustrechnung nicht-fortgeföhrter Aktivitäten

in Mio Euro	Q3 2011	Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010
1. Umsatzerlöse	19,4	82,0	215,0	276,5
2. Aufwendungen	-10,1	-67,3	-166,6	-217,1
3. Betriebsergebnis	9,3	14,7	48,4	59,4
4. Finanzergebnis	-0,3	2,5	3,0	-0,2
5. Betriebsergebnis vor Steuern	9,0	17,2	51,4	59,2
6. Ertragsteuern	-0,9	-4,4	-12,5	-15,5
7. Betriebsergebnis nach Steuern	8,1	12,8	38,9	43,7
8. Veräußerungsgewinn aus nicht-fortgeföhrten Aktivitäten	320,8	- / -	341,7	- / -
9. Ertragsteuern auf Veräußerung	- / -	- / -	- / -	- / -
10. Ergebnis nach Steuern	328,9	12,8	380,6	43,7

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

Auswirkungen der Entkonsolidierung auf den Konzern

in Mio Euro	Q3 2011
Geschäfts- und Firmenwert	519,7
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	227,2
Sachanlagevermögen	6,0
Programmvermögen	100,3
Sonstige Vermögenswerte (inkl. aktive latente Steuern)	330,9
Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente	14,4
Rückstellungen	-0,4
Passive latente Steuern	-61,4
Sonstige Verbindlichkeiten	-179,8
Nettovermögen	956,9
Kaufpreis in bar	1.281,3
Noch ausstehende Forderung	9,1
Veräußerungskosten	-12,7
Kaufpreis abzgl. Veräußerungskosten	1.277,7
Kaufpreis in bar	1.281,3
Abgehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-14,4
Netto-Zahlungsmittelzufluss	1.266,9
Entkonsolidierungsgewinn	320,8

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

Veräußerung von Tochterunternehmen in Griechenland

Mit Kaufvertrag vom 19. September 2011 veräußerte die ProSiebenSat.1 Group ihr Radio-Geschäft in Griechenland an eine lokale Verlagsgruppe. Der rechtliche und wirtschaftliche Abschluss der Transaktion fand ebenfalls am 19. September 2011 statt. Aufgrund des mit der Veräußerung einhergehenden Kontrollverlusts wurden die betroffenen Gesellschaften zu diesem Zeitpunkt entkonsolidiert. Der Kaufpreis betrug 4,3 Mio Euro, der unter den Verwaltungskosten erfasste Entkonsolidierungsverlust betrug 3,6 Mio Euro. Bei der Berechnung des Entkonsolidierungsergebnisses wurde der Geschäfts- und Firmenwert gemäß IAS 36.86 auf der Basis relativer Werte auf die abgehenden und verbleibenden Einheiten allokiert. Im Vorfeld der Veräußerung waren im zweiten Quartal 2011 bereits immaterielle Vermögenswerte (Markenrechte) in Höhe von 2,8 Mio Euro außerplanmäßig abgeschrieben worden. Die veräußerten Unternehmen stellen aufgrund ihrer untergeordneten Bedeutung keine nicht-fortgeführten Aktivitäten im Sinne des IFRS 5 dar, ein separater Ausweis bzw. eine Anpassung von Vorjahreszahlen war daher nicht geboten.

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 waren.

5. Segmentberichterstattung

Entsprechend IFRS 8 ist eine Abgrenzung von operativen Segmenten, basierend auf der unternehmensinternen Steuerung und Berichterstattung 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 im deutschsprachigen Raum werden im Wesentlichen die Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx sowie die SAT.1-Regionalgesellschaften, der Vermarkter SevenOne Media sowie die Konzernsöhne 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-fortgeföhrten Aktivitäten auf die Segmente darzustellen.

Das Segment Diversifikation umfasst die Aktivitäten der Bereiche Video-on-Demand, Call-TV, Games, Multimedia 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 Veräußerung des Bereichs Print wird dieser nun gesondert unter „nicht-fortgeföhrte Aktivitäten“ ausgewiesen.

Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group Q3 2011

in Mio Euro	Segment Free-TV Deutschsprachig	Segment Free-TV International	Segment Diversifikation	Summe Segmente fortgeföhrte Aktivitäten	Nicht-fortgeföhrte Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzernabschluss Q3 2011
Umsatzerlöse	433,1	102,4	78,8	614,3	19,4	-19,8	613,9
Außenumsätze	413,9	102,3	78,3	594,5	19,4	- / -	613,9
Innenumsätze	19,2	0,1	0,5	19,8	- / -	-19,8	- / -
Recurring EBITDA	132,2	15,5	15,6	163,3	5,2	0,3	168,8

Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group Q3 2010

in Mio Euro	Segment Free-TV Deutschsprachig	Segment Free-TV International	Segment Diversifikation	Summe Segmente fortgeföhrte Aktivitäten	Nicht-fortgeföhrte Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzernabschluss Q3 2010
Umsatzerlöse	403,2	89,4	69,7	562,3	82,0	-16,3	628,0
Außenumsätze	388,2	89,0	68,8	546,0	82,0	- / -	628,0
Innenumsätze	15,0	0,4	0,9	16,3	- / -	-16,3	- / -
Recurring EBITDA	104,0	17,9	13,7	135,6	19,3	- / -	154,9

Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group Q1-Q3 2011

in Mio Euro	Segment Free-TV Deutschsprachig	Segment Free-TV International	Segment Diversifikation	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht-fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzernabschluss Q1-Q3 2011
Umsatzerlöse	1.381,0	337,3	242,9	1.961,2	215,0	-78,7	2.097,5
Außenumsätze	1.305,6	336,3	240,6	1.882,5	215,0	- / -	2.097,5
Innenumsätze	75,4	1,0	2,3	78,7	- / -	-78,7	- / -
Recurring EBITDA	407,1	67,4	54,2	528,7	54,7	0,0	583,4

Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group Q1-Q3 2010

in Mio Euro	Segment Free-TV Deutschsprachig	Segment Free-TV International	Segment Diversifikation	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht-fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzernabschluss Q1-Q3 2010
Umsatzerlöse	1.312,4	291,9	218,6	1.822,9	276,5	-50,8	2.048,6
Außenumsätze	1.266,2	290,1	215,8	1.772,1	276,5	- / -	2.048,6
Innenumsätze	46,2	1,8	2,8	50,8	- / -	-50,8	- / -
Recurring EBITDA	371,3	62,1	43,0	476,4	71,1	-0,2	547,3

Nachfolgend werden die Überleitungsrechnungen von den Segmentwerten auf Konzernwerte dargestellt:

Überleitungsrechnung zu den Segmentinformationen

in Mio Euro	Q3 2011	Q3 2010
Recurring EBITDA		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	163,3	135,6
Recurring EBITDA aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	5,2	19,3
Eliminierungen	0,3	0,0
Recurring EBITDA des Konzerns	168,8	154,9
Non-recurring Ergebnis	295,0	-10,8
Finanzergebnis	-82,7	-66,2
planmäßige Abschreibungen	-30,0	-32,3
Wertminderungen	-2,7	-0,5
Eliminierung Ergebnis vor Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-329,8	-17,2
Konzernergebnis vor Steuern und nicht-fortgeführten Aktivitäten	18,6	27,9

Überleitungsrechnung zu den Segmentinformationen

in Mio Euro	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010
Recurring EBITDA		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	528,7	476,4
Recurring EBITDA aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	54,7	71,1
Eliminierungen	0,0	-0,2
Recurring EBITDA des Konzerns	583,4	547,3
Non-recurring Ergebnis	281,0	-78,6
Finanzergebnis	-174,0	-175,4
planmäßige Abschreibungen	-95,1	-97,7
Wertminderungen	-16,3	-5,6
Eliminierung Ergebnis vor Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-393,1	-59,2
Konzernergebnis vor Steuern und nicht-fortgeführten Aktivitäten	185,9	130,8

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-fortgeförderten Aktivitäten des TV- bzw. Print-Bereichs in BE/NL (Belgien, Niederlande) unterschieden.

Angaben auf Unternehmensebene

in Mio Euro	Deutschsprachig			Nordic		CEE		BE/NL		Nicht-fortgeförderte Aktivitäten		Sonstige		Summe Konzernabschluss		
	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2011	Q3 2010	613,9	628,0
geografische Aufteilung																
Außenumsätze	462,7	433,5	105,9	87,8	19,6	22,2	0,8	2,2	19,4	82,0	5,5	0,3				

Angaben auf Unternehmensebene

in Mio Euro	Deutschsprachig			Nordic		CEE		BE/NL		Nicht-fortgeförderte Aktivitäten		Sonstige		Summe Konzernabschluss		
	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	2.097,5	2.048,6
geografische Aufteilung																
Außenumsätze	1.460,1	1.414,1	340,7	276,8	68,8	75,4	5,6	5,5	215,0	276,5	7,3	0,3				

6. Finanzielle Verbindlichkeiten

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihren Kreditgebern am 18. Juli 2011 ein Angebot zur teilweisen Rückzahlung und Laufzeitverlängerung ihrer endfälligen Darlehen bis Juli 2016 vorgelegt („Amend & Extend“), welches diese am 29. Juli 2011 angenommen haben. Diese Maßnahme erfüllt nicht den Tatbestand einer substanzien Änderung der Finanzierungsbedingungen im Sinne des IAS 39.40.

Im Zusammenhang mit der Refinanzierung hat die ProSiebenSat.1 Group 1,2 Mrd Euro und damit rund ein Drittel der ursprünglichen Darlehen zurückgeführt. Der Großteil der Darlehensverbindlichkeiten hat eine Laufzeit bis Juli 2016, ein kleinerer Teil ist im Juli 2014 bzw. Juli 2015 fällig, was zu einer wesentlichen finanziellen Entlastung und Minderung des Liquiditätsrisikos führt. Zum 30. September 2011 hat sich damit das Laufzeitenprofil der betroffenen Verbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group sowie der in diesem Zusammenhang kontrahierten Derivate im Vergleich zum 31. Dezember 2010 wie folgt geändert:

in Mio Euro	bis 1 Jahr	Über 1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre	Summe vertragliche Cashflows	
				30.09.2011	30.09.2011
Bankdarlehen	96,4	2.738,0	- / -		2.834,4
Zinsswaps	71,1	99,8	- / -		170,9

in Mio Euro	bis 1 Jahr	Über 1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre	Summe vertragliche Cashflows	
				31.12.2010	31.12.2010
Bankdarlehen	335,4	4.010,8	- / -		4.346,2
Zinsswaps	95,3	134,9	- / -		230,2

Die Darlehensverbindlichkeiten sind variabel verzinslich, der Zinssatz orientiert sich hierbei an den Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge von zwischen 1,25 und 2,5 Prozent.

Vom Buchwert der ursprünglichen Verbindlichkeiten abgegrenzte, im Zusammenhang mit der Kreditverhandlung angefallene Transaktionskosten in Höhe von 8,0 Mio Euro wurden im Rahmen der durchgeführten Refinanzierung erfolgswirksam im Finanzergebnis erfasst. Der Refinanzierung zuordenbare Transaktionskosten in Höhe von 12,3 Mio Euro wurden vom Buchwert der Verbindlichkeiten abgegrenzt und werden im Rahmen der Effektivzinsmethode zukünftig erfolgswirksam erfasst. Die Bewertung dieser finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten mit der Effektivzinsmethode führt zu einem Bilanzansatz zum 30. September 2011 von 2,360 Mrd Euro (31. Dezember 2010: 3,531 Mrd Euro).

Im Zuge der Refinanzierung wurden Zinssicherungsgeschäfte (Zinsswaps) beendet und ein Betrag von 14,8 Mio Euro, welcher ursprünglich im sonstigen Gesamtergebnis erfasst worden waren, in das Finanzergebnis umgebucht. Ebenso wurden neue Zinssicherungsinstrumente (Zinsswaps) zur Reduzierung des Zinsänderungsrisikos aufgenommen. Die neuen Sicherungsmaßnahmen erfüllen, ebenso wie die beendeten Geschäfte, die Voraussetzungen des IAS 39 zur Anwendung von Cash-Flow Hedge Accounting. Zum 30. September 2011 beträgt die Absicherungsquote nach Kreditrückzahlung und Auflösung von Zinsswaps 100 Prozent (31. Dezember 2010: 79%).

Daneben verfügt die ProSiebenSat.1 Group zum 30. September 2011 über eine revolvierende Kreditlinie mit einem Rahmenvolumen von derzeit 568,8 Mio Euro. Hiervon wurden 26,5 Mio Euro durch Garantien in Anspruch genommen. Sämtliche Barinanspruchnahmen dieser Kreditlinie wurden im dritten Quartal 2011 zurückgezahlt. Der Konzern verfügt zum Stichtag am 30. September 2011 somit über freie Kreditlinien in Höhe von 542,3 Mio Euro (31. Dezember 2010: 325,3 Mio Euro). Die bestehenden Kreditlinien können variabel in Anspruch genommen werden.

7. Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

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

8. 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.

9. Aktienoptionsplan und eigene Aktien

In den ersten drei Quartalen 2011 wurden 35.334 Aktienoptionen des Cycle 2006, 298.500 Aktienoptionen des Cycle 2008 sowie 575.500 Aktienoptionen des Cycle 2009 ausgeübt. Zur Absicherung von Aktienoptionsplänen hat die ProSiebenSat.1 Media AG im 3. Quartal 2011 2.500.000 eigene Aktien zurückgekauft. Insgesamt erhöhte sich die Anzahl der eigenen Aktien von 5.661.834 zum 31. Dezember 2010 auf 7.692.500 zum 30. September 2011.

10. 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 am 4. Juli 2011 somit 241,2 Mio Euro ausgeschüttet.

11. Wesentliche Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Am 27. September 2011 wurden Conrad Albert und Dr. Christian Wegner mit Wirkung zum 1. Oktober 2011 in den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG berufen. Conrad Albert leitet das neu geschaffene Vorstandressort Legal, Distribution & Regulatory Affairs. Dr. Christian Wegner übernimmt das Ressort New Media & Diversification. Ab dem 1. Oktober 2011 sind die beiden neuen Vorstände somit als „nahestehende Personen“ im Sinne des IAS 24 zu betrachten.

Zwischen dem Ende des dritten Quartals 2011 und dem 2. November 2011, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, sind darüber hinaus keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group beziehungsweise der ProSiebenSat.1 Media AG haben.

2. November 2011

Der Vorstand

Kennzahlen auf einen Blick

ProSiebenSat.1 Group: Kennzahlen 2011

in Mio Euro	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2009	Q3 2008	Q3 2007
Umsatz	594,5	546,0	559,5	646,5	668,4
Gesamtkosten	496,1	452,2	534,1	595,2	730,3
Operative Kosten ¹⁾	432,7	412,1	469,3	547,3	548,2
Werteverzehr des Programmvermögens	220,7	217,2	238,4	247,3	271,4
Recurring EBITDA ²⁾	163,6	136,9	94,3	103,1	124,8
Recurring EBITDA Marge (in %)	27,5	25,1	16,9	15,9	18,7
EBITDA	133,7	126,6	62,3	92,5	0,4
Einmaleffekte ³⁾	-29,9	-10,3	-32,0	-10,6	-124,4
EBIT	101,0	96,6	29,8	58,6	-57,2
Finanzergebnis	-82,4	-68,7 ⁷⁾	-48,5	-78,9	-46,5
Ergebnis vor Steuern	18,6	27,9 ⁷⁾	-18,7	-20,0	-103,7
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter ⁴⁾	340,3	32,5 ⁷⁾	-12,7	-10,7	-77,9
Ergebnis nicht fortgeföhrter Aktivitäten nach Steuern	328,9	12,8	- / -	- / -	- / -
Underlying net income ⁵⁾	22,9	29,1	-16,7	0,6	68,4
Investitionen in das Programmvermögen	302,8	284,4	301,4	388,9	328,0

in Mio Euro	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008	Q1-Q3 2007
Umsatz	1.882,5	1.772,1	1.880,4	2.177,4	1.721,2
Gesamtkosten	1.525,5	1.472,8	1.658,9	1.935,2	1.569,6
Operative Kosten ¹⁾	1.355,3	1.299,8	1.501,3	1.791,5	1.368,0
Werteverzehr des Programmvermögens	736,0	677,7	778,5	919,6	750,2
Recurring EBITDA ²⁾	532,3	479,0	389,3	395,3	366,0
Recurring EBITDA Marge (in %)	28,3	27,0	20,7	18,2	21,3
EBITDA	471,6	400,9	330,0	366,6	241,2
Einmaleffekte ³⁾	-60,7	-78,1	-59,3	-28,6	-124,8
EBIT	362,9	306,0	235,9	260,1	163,2
Finanzergebnis	-177,0	-175,2 ⁷⁾	-177,2	-201,6	-55,9
Ergebnis vor Steuern	185,9	130,8 ⁷⁾	59,1	59,6	107,3
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter ⁴⁾	507,6	131,3 ⁷⁾	31,1	40,9	49,9
Ergebnis nicht fortgeföhrter Aktivitäten nach Steuern	380,6	43,7	- / -	- / -	- / -
Underlying net income ⁵⁾	152,1	116,4	47,7	80,4	197,5
Investitionen in das Programmvermögen	883,9	858,7	959,4	1.067,7	809,8

in Mio Euro	30.09.2011	30.09.2010	30.09.2009	30.09.2008	30.09.2007
Programmvermögen	1.573,0	1.682,5	1.534,6	1.360,7	1.319,0
Eigenkapital	1.269,1	790,4 ⁷⁾	466,7 ⁷⁾	871,8 ⁷⁾	1.074,0
Eigenkapitalquote (in %)	26,5	12,5 ⁷⁾	7,8 ⁷⁾	14,2 ⁷⁾	18,2
Liquide Mittel	257,3	743,4	508,4	221,5	163,7
Netto-Finanzverschuldung	2.075,0	3.283,8	3.534,4	3.816,7	3.541,5
Mitarbeiter ⁶⁾	4.375	4.086	4.916	6.075	5.996

¹⁾ Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. ²⁾ Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. ³⁾ Saldo aus Einmalaufwendungen und Einmalerträgen. ⁴⁾ Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Ergebnis inklusive nicht fortgeföhrte Aktivitäten. ⁵⁾ Konzernergebnis aus fortgeföhrten Aktivitäten vor Effekten aus Kaufpreisallokationen sowie nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten. ⁶⁾ Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag aus fortgeföhrten Aktivitäten. 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.

Erläuterung zur Berichtsweise im dritten Quartal bzw 30. September 2011.

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

Juni 2011 bzw. im Juli 2011 entkonsolidiert. Die Ergebnisse der betroffenen Unternehmen werden als nicht fortgeföhrte Aktivitäten separat ausgewiesen. Das Ergebnis aus nicht fortgeföhrten Aktivitäten enthält sowohl das erwirtschaftete Ergebnis wie auch den Entkonsolidierungsgewinn und ist auf Nachsteuerbasis dargestellt.

Finanzkalender

03.03.2011

Pressekonferenz/IR-Konferenz
anlässlich der vorläufigen Zahlen 2010
Pressemitteilung, Pressekonferenz
in München, Telefonkonferenz mit
Analysten und Investoren

31.03.2011

Veröffentlichung des
Geschäftsberichts 2010

05.05.2011

Veröffentlichung des
Quartalsberichts Q1 2011
Pressemitteilung, Telefonkonferenz
mit Analysten und Investoren, Telefon-
konferenz mit Journalisten, Webcast

01.07.2011

Ordentliche Hauptversammlung 2011

04.07.2011

Dividendenzahlung

04.08.2011

Veröffentlichung des
Halbjahresfinanzberichts 2011

Pressemitteilung, Telefonkonfe-
renz mit Analysten und Investoren,
Telefonkonferenz mit Journalisten,
Webcast

05.10.2011

Capital Markets Day

03.11.2011

Veröffentlichung des
Quartalsberichts Q3 2011
Pressemitteilung, Telefonkonfe-
renz mit Analysten und Investoren,
Telefonkonferenz mit Journalisten,
Webcast

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

Inhalt und Gestaltung

ProSiebenSat.1 Media AG
Konzernkommunikation

Photo Credits// © Robert Brembeck © SAT.1 © Boris Breuer, © Frank Dicks, © Thorsten Eichhorst, © Slife Elamine, © Johann Sebastian Hänel, © Frank Hempel, © Richard Hübner, © Daniela Incoronato, © 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 Schirnhofer, © 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, Gabo 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 Sacco, © 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 Moensad, © 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/Henrik Bülow © Warner Bros. Television, © COC © Cronica Carcotorilor, © Serban Huidu si Mihai Gainusa, © Gerry Frank, © SBS Belgium / VT4, © Kanal 5 © Prima TV © Jacob Mydtkov/SBS TV © Frank Dicks/Phoenix Films (lt. Datei) © kabel eins / Ralf Jürgens © The Königsberg Company © PULS 4 Christian Mikes © Leguan Productions AG © Magnus Selander/Kanal5 © ABC Studios © ProSieben/iStock.

Die ProSiebenSat.1 Group im Internet

Dieser Bericht ist auch in englischer Sprache erhältlich. Diese Veröffentlichungen sowie weitere Berichte und 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 Anbe tracht 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.