



ProSiebenSat.1 Group

1. Januar bis 31. März 2012

Quartalsbericht Q1 2012

- 2 __ Q1 2012 AUF EINEN BLICK
- 3 __ KENNZAHLEN AUF EINEN BLICK

KONZERN- ZWISCHENLAGE- BERICHT

- 5 __ CHRONIK Q1 2012
- 7 __ Konzern und Rahmenbedingungen
 - 7....Konjunkturelle Rahmenbedingungen
 - 8....Entwicklung der Werbemarkte
 - 9....Entwicklung der Zuschauermarktanteile
- 11 __ TV-HIGHLIGHTS Q1 2012

- 12 __ Geschäftsverlauf
 - 12....Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage
 - 12....Änderungen im Konsolidierungskreis und Erläuterung der Berichtsweise
 - 14....Ertragslage des Konzerns
 - 16....Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

- 23 __ Segmentbericht
 - 23....Segment Broadcasting German-speaking
 - 24....Segment Broadcasting International
 - 24....Segment Digital & Adjacent
 - 25....Segment Content Production & Global Sales

- 26 __ Mitarbeiter
- 27 __ Die ProSiebenSat.1-Aktie
- 28 __ Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren
- 28 __ Nachtragsbericht
- 29 __ Risikobericht
- 30 __ Prognosebericht
 - 30....Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen
 - 32....Unternehmensausblick
- 34 __ PROGRAMMAUSBLICK

KONZERN- ABSCHLUSS

- 36 __ Gewinn- und Verlustrechnung
- 37 __ Gesamtergebnisrechnung
- 38 __ Bilanz
- 39 __ Kapitalflussrechnung
- 40 __ Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 41 __ Anhang

WEITERE INFORMATIONEN

- 50 __ Kennzahlen: Mehrjahresübersicht
- 51 __ Impressum
- 52 __ Finanzkalender

Q1 2012 AUF EINEN BLICK:

Wir sind gut in das neue Geschäftsjahr gestartet. Das belegen die Eckdaten des ersten Quartals, die wir gegenüber dem Vorjahr teilweise deutlich verbessern konnten. Der Konzernumsatz lag bei 634,8 Mio Euro und damit um 6,5 Prozent über dem Vorjahreswert. Der Anstieg spiegelt das Umsatzwachstum in allen Segmenten wider. Die ProSiebenSat.1 Group weist für das erste Quartal 2012 ein recurring EBITDA von 141,6 Mio Euro aus (+8,9% ggü. Vorjahr), der bereinigte Periodenüberschuss nach Steuern aus fortgeföhrten Aktivitäten stieg um 61,2 Prozent auf 54,5 Mio Euro. Neben der positiven Umsatzentwicklung wirkten sich geringere Finanzierungskosten positiv auf den Netto-Gewinn aus. Die Netto-Finanzverschuldung verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 1,229 Mrd Euro auf 1,923 Mrd Euro ebenfalls deutlich. Damit stehen wir operativ und bilanziell auf einem soliden Fundament.

UNSERE ZIELE AUF EINEN BLICK:

Aufgrund des guten Starts in das Jahr 2012 bestätigen wir unseren positiven Jahresausblick für 2012 und streben eine Steigerung des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Auch bezogen auf das recurring EBITDA erwarten wir, den Rekordwert des Vorjahres zu übertreffen. Ziel ist es, unsere attraktive Marktposition im TV-Geschäft zu stärken und gleichzeitig durch konsequente Diversifikation in verwandte Geschäftszweige zusätzliches Umsatzwachstum zu erzielen. Bis 2015 haben wir ein zusätzliches Umsatzpotenzial für den Konzern von insgesamt 750 Mio Euro im Vergleich zum Jahr 2010 identifiziert, davon sollen rund 50 Prozent außerhalb des Kerngeschäfts werbefinanziertes Fernsehen in Deutschland erlöst werden.

PROSIEBENSAT.1 AUF EINEN BLICK:

Die ProSiebenSat.1 Group wurde im Jahr 2000 als größtes Fernsehunternehmen in Deutschland gegründet. Heute sind wir mit 29 TV-Sendern in 10 Ländern vertreten und gehören zu den führenden Medienunternehmen Europas. Mit unseren Angeboten erreichen wir jeden Tag über 62 Mio TV-Haushalte - auch online und mobil, rund um die Uhr, an jedem Ort der Welt. Unser Hauptsitz befindet sich in Unterföhring bei München. Die ProSiebenSat.1 Media AG ist in Deutschland börsennotiert und beschäftigt konzernweit über 4.000 Mitarbeiter. 2011 haben wir einen Jahresumsatz aus fortgeföhrten Aktivitäten von 2,756 Mrd Euro und ein recurring EBITDA von 850,0 Mio Euro erwirtschaftet. Damit ist die ProSiebenSat.1 Group eines der größten und profitabelsten Medienhäuser in Europa.

KENNZAHLEN AUF EINEN BLICK

	Q1 2012	Q1 2011
in Mio Euro		
Konzernumsatz	634,8	595,8
Gesamtkosten	525,6	510,8
Operative Kosten ¹	494,9	467,0
Werteverzehr des Programmvermögens	273,3	262,0
Recurring EBITDA ²	141,6	130,0
EBITDA	137,2	127,5
Finanzergebnis	-35,7	-38,9
Ergebnis vor Steuern	75,2	47,3
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	50,8	33,8
Bereinigter Konzernüberschuss ³	54,5	33,8
Investitionen in das Programmvermögen	343,2	348,9
Free-Cash-Flow	-111,8	-141,1
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-378,0	-362,0

	31.3.2012	31.12.2011
in Mio Euro		
Programmvermögen	1.595,1	1.531,3
Eigenkapital	1.476,4	1.441,4
Eigenkapitalquote (in %)	29,3	28,6
Liquide Mittel	414,2	517,9
Verschuldungsgrad ⁴	2,2	2,1
Netto-Finanzverschuldung	1.922,9	1.817,8
Mitarbeiter ⁵	4.141	4.253

1 Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen.

2 Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA.

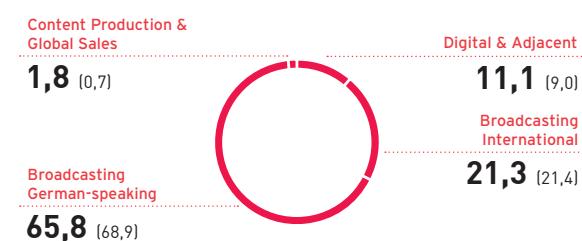
3 Konzernergebnis vor Effekten aus Kaufpreisallokationen sowie nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten.

4 Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA.

5 Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag aus fortgeführten Aktivitäten.

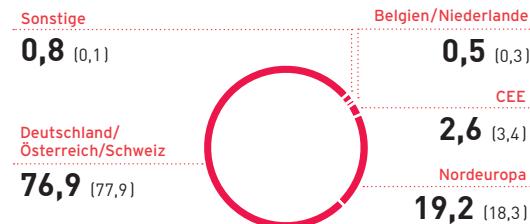
UMSATZ NACH SEGMENTEN

in Prozent, Vorjahrswerte Q1 2011 in Klammern



UMSATZ NACH REGIONEN

in Prozent, Vorjahrswerte Q1 2011 in Klammern



Erläuterung zur Berichtswweise im ersten Quartal bzw zum 31. März 2012. Die Werte beziehen sich auf die gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Kennzahlen aus fortgeführten Aktivitäten. Die Vorjahrswerte der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Kapitalflussrechnung wurden entsprechend angepasst. Gemäß IFRS 5 sind Vorjahres-Bilanzkennzahlen nicht anzupassen. Die belgischen TV-Aktivitäten sowie die niederländischen TV- und Print-Aktivitäten wurden mit Vollzug der jeweiligen Anteilskaufverträge Anfang Juni 2011 bzw. Ende Juli 2011 entkonsolidiert. Die Ergebnisse der betroffenen Unternehmen werden als nicht-fortgeführte Aktivitäten separat ausgewiesen. Das Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten enthält sowohl das erwirtschaftete Ergebnis wie auch den Entkonsolidierungsgewinn und ist auf Nachsteuerbasis dargestellt.

KONZERN-

ZWISCHENLAGE-

BERICHT

- 5 __ CHRONIK Q1 2012
7 __ Konzern und Rahmenbedingungen
7Konjunkturelle Rahmenbedingungen
8Entwicklung der Werbemarkte
9Entwicklung der Zuschauermarkanteile
11 __ TV-HIGHLIGHTS Q1 2012
- 12 __ Geschäftsverlauf**
12Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-,
Finanz- und Vermögenslage
12Änderungen im Konsolidierungskreis und
Erläuterung der Berichtsweise
14Ertragslage des Konzerns
16Finanz- und Vermögenslage des Konzerns
- 23 __ Segmentbericht**
23Segment Broadcasting German-speaking
24Segment Broadcasting International
24Segment Digital & Adjacent
25Segment Content Production & Global Sales
- 26 __ Mitarbeiter
27 __ Die ProSiebenSat.1-Aktie
28 __ Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren
28 __ Nachtragsbericht
29 __ Risikobericht
30 __ Prognosebericht
30Künftige wirtschaftliche und
branchenspezifische Rahmenbedingungen
32Unternehmensausblick
34 __ PROGRAMMAUSBLICK

ProSiebenSat.1 hat im ersten Quartal 2012 in neue Wachstumsfelder investiert und das Portfolio erweitert. Über diese und weitere wichtige Ereignisse informieren wir Sie hier.

CHRONIK Q1 2012

UNTERNEHMEN

MÄRZ...Distributionsvertrag mit der Deutschen Telekom AG und Net Cologne geschlossen. Seit dem 1. März 2012 sind alle HD-Sender sowie die Pay-TV-Angebote der ProSiebenSat.1 Group erstmals auch im IPTV-Entertain-Paket der Deutschen Telekom AG enthalten. Bereits seit 1. Februar verbreitet NetCologne die deutschen HD- und Pay-TV-Sender der Gruppe. Die ProSiebenSat.1 Group generiert über die Verbreitung ihrer Pay-TV-Sender zusätzliche Erlöse: Sie ist an den technischen Zugangsgebühren beteiligt, die die Kabel- und Telekommunikationsanbieter für die Bereitstellung der Pay-TV-Pakete erheben.

MÄRZ...Fernsehvorstand Andreas Bartl wird Medienunternehmer. Andreas Bartl, Vorstand TV Deutschland, hat die ProSiebenSat.1 Media AG zum 1. März 2012 auf eigenen Wunsch verlassen und sich als Medienunternehmer selbstständig gemacht. Den Vorsitzbereich von Andreas Bartl übernimmt kommissarisch Thomas Ebeling, CEO der ProSiebenSat.1 Group.

JANUAR....(b) ProSiebenSat.1 sichert sich attraktives Film- und Serienpaket von Warner Bros. Die ProSiebenSat.1 Group schließt mit Warner Bros. International Television Distribution einen mehrjährigen Lizenzvertrag. Durch den Output-Deal erhält die Gruppe exklusive Free-TV-Rechte an künftigen Kinoproduktionen sowie an zahlreichen Hollywood-Blockbustern wie „Harry Potter 1-4“ oder „Herr der Ringe“. ProSiebenSat.1 hat langfristige Verträge mit nahezu allen großen Hollywood-Studios und wichtigen Produzenten.



BROADCASTING GERMAN-SPEAKING

MÄRZ...Deutsche Sendergruppe baut Zuschauermarktanteil deutlich aus. SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx steigern ihren gemeinsamen Zuschauermarktanteil im ersten Quartal 2012 deutlich: Im Vergleich zum Vorjahresquartal legten die vier Sender um 1,0 Prozentpunkte auf 28,5 Prozent zu. Für das starke Wachstum sorgten vor allem ProSieben und sixx. Der Frauensender sixx übertraf allein im März elf Mal die Ein-Percentmarke und erzielte einen Monatsmarktanteil von 0,9 Prozent.

MÄRZ....(a) ProSiebenSat.1 kauft österreichischen Privatsender Austria 9. Die ProSiebenSat.1 Group erweitert ihr österreichisches Senderportfolio um einen weiteren Kanal. Das Unternehmen hat den Privatsender Austria 9 erworben. Die ProSiebenSat.1 Group ist mit ihren vier Sendern SAT.1 Austria, ProSieben Austria, kabel eins austria sowie PULS 4 bereits heute das am schnellsten wachsende TV-Unternehmen Österreichs; durch den Zukauf wird das Unternehmen seine Marktanteile weiter steigern. Austria 9 führt in Kooperation mit sixx im Sommer 2012 einen Sender-Relaunch durch.



....a

JANUAR....(c) Neuer TV-Sender in

Norwegen. In Norwegen geht im Januar mit VOX ein neuer Sender on Air. Der Kanal richtet sich hauptsächlich an Zuschauer über 30 und zeigt neben Klassikern der TV-Geschichte auch aktuelle Filme, Serien und Comedy-Formate. Im ersten Quartal erzielte VOX bereits einen Marktanteil von 0,6 Prozent. Damit baut die norwegische Sendergruppe ihre gute Position weiter aus.



BROADCASTING INTERNATIONAL

MÄRZ...Skandinavische Sender auf Erfolgskurs. Im ersten Quartal steigert die ProSiebenSat.1 Group ihre Zuschauermarktanteile in allen nordischen Ländern signifikant. In Norwegen gingen die Werte um 2,4 Prozentpunkte nach oben, dicht gefolgt von Dänemark mit einem Plus von 2,2 Prozentpunkten. Auch Finnland (+1,1 Prozentpunkte) und Schweden (+0,8 Prozentpunkte) entwickelten sich sehr gut. Gründe waren vor allem neue Sender wie VOX und MAX in Norwegen, in Finnland zahlte sich der Ausbau von TV5 zu einem 24-Stunden-Programm aus.

JANUAR....Exklusiver Games-Vertrag

mit Sony. Zum Jahresauftakt schließt ProSiebenSat.1 einen Exklusivvertrag mit Sony Online Entertainment. ProSiebenSat.1 sichert sich die europaweiten Exklusivilizenzen für acht Onlinespiele. Die langjährige strategische Partnerschaft macht ProSiebenSat.1 Games zu einem der führenden europäischen Online-Games-Anbieter. Die Games-Sparte ist bereits heute ein wichtiger Wachstumstreiber im Segment Digital & Adjacent.

JANUAR....Serienpremiere auf MyVideo.

Im Januar 2012 feiert die US-Serie „Sons of Anarchy“ mit einem Sensationserfolg Premiere auf MyVideo. Über 3,5 Millionen User sahen die Serie seither auf dem Video-Portal. Nach dem erfolgreichen Auftakt wird MyVideo auch künftig mit „Online-First“-Premieren die steigende Nachfrage nach qualitativ hochwertigem Content im Internet bedienen. Mit „Spartacus: Blood and Sand“ bietet MyVideo seit März eine TV-Serie an, die im April auf ProSieben on Air gehen wird.

DIGITAL & ADJACENT

FEBRUAR....maxdome und Panasonic vereinen Video-on-Demand und TV. Seit Februar gehen maxdome und Panasonic gemeinsam in die vernetzte Zukunft der Medienwelt. In Deutschland können Besitzer eines VIERA-TVs der Generation 2012 von Panasonic direkt auf das maxdome-Angebot zugreifen, ohne dabei eine Set-Top-Box zwischenschalten zu müssen. In den vergangenen Monaten wurden bereits mit vielen namhaften Gerätsherstellern Kooperationen geschlossen - maxdome ist nun in nahezu allen neuen hybriden Endgeräten integriert.

MÄRZ....(d) Vertrag mit Warner -

1.000 neue Spielfilme für maxdome. Die ProSiebenSat.1 Group erwirbt für ihre Online-Videothek maxdome ein umfangreiches Rechtepaket. Damit wird das Spielfilmangebot von Deutschlands größtem Video-on-Demand-Portal um über 1.000 Spielfilme erweitert. Darunter befinden sich Top-Titel wie „Herr der Ringe“ und „Troja“, aber auch Klassiker wie „Die Katze auf dem heißen Blechdach“. Bereits im Februar hatte die Gruppe einen Spielfilm-Deal geschlossen und über 250 Spielfilme von Twentieth Century Fox für maxdome erworben.



CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

MÄRZ....(e) Mehrheit an Fiction-Produzent in Großbritannien erworben. Red Arrow erwirbt im März eine Mehrheitsbeteiligung an der britischen TV- und Filmproduktion Endor Productions. Damit wird Red Arrow sein englischsprachiges Film- und Serienportfolio deutlich ausbauen und weiter in strategisch wichtige TV-Märkte wie die USA oder Großbritannien vorstoßen. Die Programme von Endor Productions werden ab sofort von SevenOne International vermarktet. Bis 2015 rechnet der Konzern für das Segment „Content Production & Global Sales“ mit einem zusätzlichen Umsatzpotenzial von 100 Millionen Euro.



MÄRZ....„Der letzte Bulle“ und „Danni Lowinski“ gehen in Frankreich und Belgien on Air. In Deutschland zählt die SAT.1-Sendung zu den erfolgreichsten TV-Serien: Jetzt ist „Der letzte Bulle“ auch im französischen Fernsehen zu sehen. Sie ging am 5. März unter dem Titel „Mick Brisgau“ on Air und läuft seither in einer Synchronfassung erfolgreich auf dem Sender Direct 8. Am 1. März startete mit „Danni Lowinski“ zudem eine weitere SAT.1-Serie auf einem ausländischen Sender. Der flämische TV-Kanal VTM hat eine eigene Fassung von „Danni Lowinski“ gedreht und strahlt in der ersten Staffel insgesamt acht Folgen aus.

Konzern und Rahmenbedingungen

Konjunkturelle Rahmenbedingungen

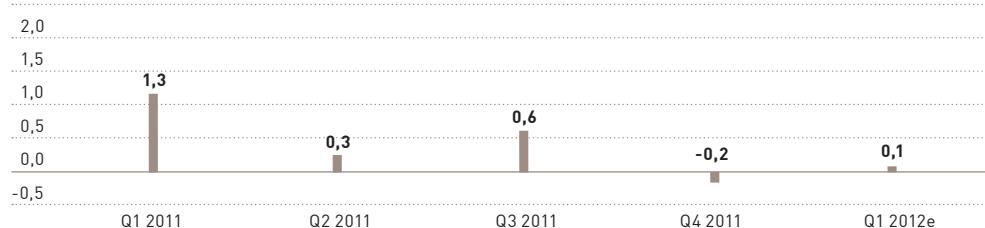
Gesamtaussage zur Geschäftsentwicklung und Rahmenbedingungen aus Sicht der Unternehmensleitung siehe „Auf einen Blick“, Seite 2.

Der Internationale Währungsfonds erwartet in seiner aktuellen Frühjahrsprognose eine globale Wachstumsrate von plus 3,5 Prozent für das Jahr 2012. Das sind 0,2 Prozentpunkte mehr als noch im Januar. Dank anhaltender politischer Bemühungen in den Ländern der Eurozone haben sich die weltweiten Konjunktursorgen zwischenzeitlich wieder etwas abgeschwächt. Für die Eurozone bleiben die Wachstumserwartungen trotz dieser leichten Stimmungsaufhellung allerdings recht verhalten. Nach einem schwachen vierten Quartal 2011, das mit einem realen Minus von 0,3 Prozent im Vergleich zum Vorquartal abschloss, wird auch im ersten Quartal 2012 mit einem negativen Ergebnis gerechnet. Das ifo-Institut prognostiziert ein Minus von 0,2 Prozent gegenüber dem Vorquartal. Neben der Euro-Schuldenkrise und Konsolidierungsbemühungen in den Staatshaushalten vieler Länder belasten vor allem die hohen Rohölpreise die Konjunkturlage.

Im Vergleich zum schwachen europäischen Umfeld sind die Aussichten der deutschen Wirtschaft vergleichsweise positiv. Zwar musste auch hier im Schlussquartal 2011 ein reales Minus von 0,2 Prozent gegenüber dem Vorquartal verbucht werden und die Erwartungen für das erste Quartal 2012 sind - u. a. bedingt durch den starken Kälteeinbruch und entsprechenden Auswirkungen auf das Baugewerbe - kaum besser (Gemeinschaftsdiagnose: +0,1 Prozent vs. Vorquartal). Dennoch sollte die Binnenkonjunktur die schwächere Auslandsnachfrage im weiteren Jahresverlauf bis zu einem bestimmten Grad kompensieren können. Wichtige Stimmungsindikatoren wie das ifo-Geschäftsklima oder das GfK-Konsumklima zeigten zu Jahresbeginn zumindest einen stabilen Aufwärtstrend.

ENTWICKLUNG DES BRUTTO-INLANDSPRODUKTS IN DEUTSCHLAND

in Prozent, Veränderung vs. Vorquartal



Quelle: Statistisches Bundesamt. Q1 2012e: Prognose der Institute.

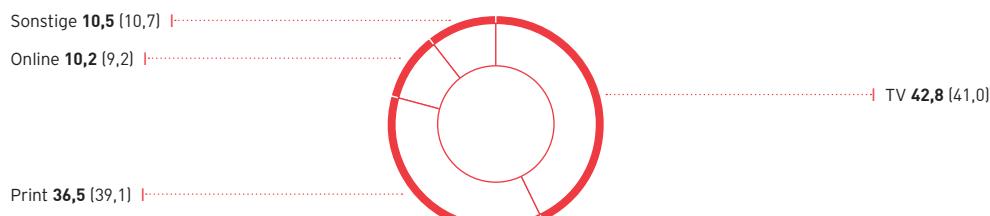
Auch in den skandinavischen Ländern entwickelten sich die ökonomischen Rahmendaten robust, wenn auch weniger dynamisch als noch im ersten Quartal 2011.

Entwicklung der Werbemarkte

Unterstützt von den im europäischen Vergleich recht freundlichen ökonomischen Perspektiven legten die Brutto-Investitionen im deutschen TV-Werbemarkt im ersten Quartal 2012 um 7,7 Prozent auf 2,57 Mrd Euro (Vorjahr: 2,38 Mrd Euro) zu. Verantwortlich für das TV-Wachstum waren primär die Bereiche Dienstleistung, Medien, Getränke und Telekommunikation. Dabei hat TV seinen Anteil am Gesamtwerbemarkt deutlich erhöht und vor allem zu Lasten von Print weiter an Relevanz im Media-Mix gewonnen (+1,8 Prozentpunkte auf 42,8 Prozent).

MEDIA-MIX DEUTSCHER BRUTTO-TV-WERBEMARKT

in Prozent, Vorjahreswerte Q1 2011 in Klammern

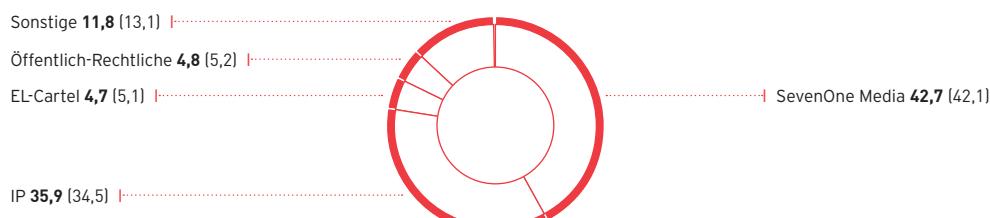


Quelle: Nielsen Media Research.

Die SevenOne Media GmbH, Vermarktungsgesellschaft der ProSiebenSat.1 Group für den deutschen Markt, verbuchte im ersten Quartal 2012 TV-Werbeeinnahmen in Höhe von 1,1 Mrd Euro brutto (Vorjahresquartal: 1,0 Mrd Euro). Das Wachstum im Vergleich zum Vorjahresquartal lag bei 9,4 Prozent und damit deutlich über dem Marktdurchschnitt. Vor allem der Mittelstand investierte stark. Mit einem Marktanteil von 42,7 Prozent brutto - ein Plus von 0,6 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr - hat das Unternehmen seine führende Wettbewerbsposition in einem ausgesprochen kompetitiven Umfeld erfolgreich behauptet.

MARKTANTEILE DEUTSCHER BRUTTO-TV-WERBEMARKT

in Prozent, Vorjahreswerte Q1 2011 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research, SevenOne Media ohne N24 und 9Live. Abweichung von 100 Prozent rundungsbedingt.

Aus der Vermarktung von Video-Werbung im Internet erzielte das Unternehmen Brutto-Umsätze von 23,5 Mio Euro. SevenOne Media lag damit deutlich vor seinem direkten Mitbewerber: Die IP Deutschland erreichte im ersten Quartal 2012 einen Anteil von 12,8 Mio Euro. Besonders dynamisch wuchs das Online-Portal MyVideo.de. Das Volumen des Online-Bewegtbildmarkts lag im ersten Quartal bei 50,3 Mio Euro. Insgesamt erzielte der deutsche Online-Werbemarkt im ersten Quartal 2012, wozu neben Bewegtbild- auch klassische Bannerwerbung zählt, Einnahmen von 611,8 Mio Euro brutto. Die SevenOne Media GmbH erwirtschaftete 57,0 Mio Euro durch die Vermarktung von Online-Werbezeiten und lag damit deutlich vor der IP mit 38,9 Mio Euro.

Die meisten internationalen Werbemarkte, in denen die ProSiebenSat.1 Group mit ihren Fernsehsendern vertreten ist, wiesen im ersten Quartal 2012 ebenfalls ein deutliches Wachstum aus. Besonders dynamisch entwickelten sich die nordeuropäischen TV-Märkte. Das stärkste Wachstum verzeichnete Norwegen mit plus 8,9 Prozent netto, aber auch Dänemark und Finnland wiesen hohe Steigerungsraten auf. Ungarn und Rumänien lagen aufgrund der schwachen Konjunktur unter Vorjahresniveau.

ENTWICKLUNG DER TV-WERBEMÄRKTE

	Abweichungen vs. Vorjahr
	Q1 2012
in Prozent	
Deutschland	7,7
Österreich	9,9
Schweiz	9,0
Norwegen	8,9
Schweden	1,0
Dänemark	6,4
Finnland	4,2
Ungarn	-16,5
Rumänien	-20,1

Die vorliegenden Daten basieren teilweise auf Bruttozahlen und lassen daher nur bedingt auf die relevanten Nettowerte schließen. Deutschland: brutto, Nielsen Media Research. Österreich: brutto, Media Focus. Schweiz: brutto, Media Focus. Norwegen: netto, IRM. Schweden: netto, IRM. Dänemark: netto, DRRB. Finnland: netto, TNS Media Intelligence. Ungarn: netto, eigene Berechnungen. Rumänien: netto, eigene Berechnungen.

Entwicklung der Zuschauermarktanteile

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre Zuschauermarktanteile im ersten Quartal 2012 in allen wesentlichen Märkten signifikant gegenüber dem Vorjahr gesteigert:

ZUSCHAUERMARKTANTEILE PROSIEBENSAT.1-FREE-TV-SENDER NACH LÄNDERN

	Q1 2012	Q1 2011
in Prozent		
Deutschland	28,5	27,5
Österreich	20,2	19,2
Schweiz	14,1	15,7
Norwegen	18,6	16,2
Schweden	12,9	12,1
Dänemark	18,0	15,8
Finnland	5,4	4,3
Ungarn	18,3	20,7
Rumänien	6,3	7,4

Werte für Deutschland, Österreich und Schweiz beziehen sich auf 24-Stunden (Mo-So). Marktanteile in den übrigen Ländern auf Extended Prime Time (RO, Fl: 18-24h / SE, NO, DK, HU: 17-24h). Deutschland: SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx; werberelevante Zielgruppe 14-49 Jahre; sixx: Daten sind erst ab Februar 2011 freigegeben, bei der Jahresbetrachtung 2011 geht der Januar mit 0 in die Berechnung ein. 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 seit 2011 ausschließlich die Nutzung des Schweizer Signals/Programmfensters. Norwegen: TVNorge, FEM, MAX, The Voice (bis 22. Januar 2012), VOX (ab 23. Januar 2012); werberelevante Zielgruppe 12-44 Jahre. Schweden: Kanal 5, Kanal 9; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. 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. Ungarn: TV2, FEM3; PRO4 (seit März 2011); werberelevante Zielgruppe 18-49 Jahre. Rumänien: Prima TV, Kiss TV; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. Die Daten von 2011 und 2012 sind aufgrund von methodischen Umstellungen nicht vergleichbar.

Die deutschen TV-Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx haben ihren Gruppenmarktanteil im ersten Quartal deutlich ausgebaut. Mit 28,5 Prozent lagen die vier Sender 1,0 Prozentpunkte über dem Vorjahr (27,5%). Vor allem ProSieben (+0,5 Prozentpunkte) und sixx (+0,6 Prozentpunkte) konnten wesentlich zum Wachstum beitragen. Besonders beliebt waren bei den Zuschauern Formate wie der ProSieben-Blockbuster „2012“ mit einem Marktanteil von 37,1 Prozent oder die ProSieben-Serie „Two and a half Man“ (bis zu 32,5%). sixx punktete mit US-Serien wie „Vampire Diaries“ (bis zu 3,1%) oder „Grey's Anatomy - Die jungen Ärzte“ (bis zu 2,6%).

Auch in Österreich konnten die ProSiebenSat.1-Sender mit einem Plus von 1,0 Prozentpunkten deutlich zulegen und ihren gemeinsamen Marktanteil auf 20,2 Prozent steigern (Vorjahr: 19,2%). Damit bauten SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins austria sowie PULS 4 ihren Abstand gegenüber den privaten Mitbewerbern weiter aus. Vor allem PULS 4 trug mit einem deutlichen Plus von 0,6 Prozentpunkten auf 3,8 Prozent (Vorjahr: 3,2%) zu einem Anstieg der Quoten bei. Der Sender weist unter allen Vollprogrammen Österreichs das stärkste Wachstum auf.

Darüber hinaus verzeichneten die Sender der ProSiebenSat.1 Group in allen nordischen Ländern hohe Steigerungsraten. In Norwegen erzielten TVNorge, FEM, MAX, VOX und The Voice einen Marktanteil von 18,6 Prozent, dies entspricht einem Plus von 2,4 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahreszeitraum (16,2%). Das starke Wachstum ist vornehmlich auf die erfolgreiche Entwicklung des Männerenders MAX zurückzuführen, der seine Quoten seit Start im November 2010 beständig steigert und im ersten Quartal 2012 bei einem Marktanteil von 3,4 Prozent lag. Zudem trug der im Januar neu gestartete Sender VOX, der sich auf Zuschauer über 30 fokussiert, zum Wachstum der norwegischen Senderfamilie bei. VOX erzielte im ersten Quartal bereits einen Marktanteil von 0,6 Prozent. In Finnland konnte die ProSiebenSat.1 Group mit ihren Sendern TV5 und The Voice ebenfalls deutlich zulegen. Die beiden Sender verzeichneten im ersten Quartal mit einem Marktanteil von 5,4 Prozent (Vorjahr: 4,3%) einen Zuwachs von 1,1 Prozentpunkten. Das signifikante Plus resultiert hauptsächlich aus dem Ausbau von TV5 zu einem 24-Stunden-Programm. Zuvor teilten sich TV5 sowie The Voice eine Sendelizenz. In Dänemark ist die signifikante Steigerung der Zuschauermarktanteile um 2,2 Prozentpunkte auf 18,0 Prozent (Vorjahr: 15,8%) vor allem auf den großen Erfolg der Reality-Show „Big Brother“ zurückzuführen. Für die Show launchte der Sender Kanal 5 am 30. März 2012 erstmals ein integriertes Vermarktungskonzept, das neben TV auch Radio und Internet einbezog.

TV-HIGHLIGHTS 2012

Das Fernsehjahr 2012 startete mit vielen TV-Highlights – in Deutschland und in unseren europäischen Märkten.



STARKE FRAU....(a) Im Februar kehrte die Wanderhure mit starken Marktanteilen auf den Bildschirm zurück. Teil 2, „**Die Rache der Wanderhure**“, erzielte beim SAT.1-Publikum einen Marktanteil von 26,9 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern. Teil 3 wird derzeit gedreht.

NAHES ENDE....(b) Geht 2012 die Welt unter? ProSieben zeigte schon mal, wie das aussehen könnte. Der Blockbuster „**2012**“ von Roland Emmerich holte mit 37,1 Prozent einen Spitzenwert.



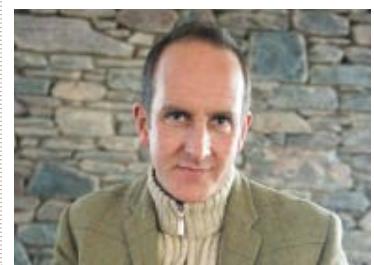
TOLLER GEBURTSTAG....(c) Am 29. Februar feierte kabel eins seinen 20. Geburtstag. In der Jubiläumswoche lief „**Forrest Gump**“ über die Bildschirme, 7,9 Prozent der werberelevanten Zuschauer zwischen 14 und 49 Jahren waren dabei. Die kabel eins Zuschauer hatten den Filmklassiker zuvor als Wunschfilm selbst gewählt.



GROSSER ERFOLG....(d) In Dänemark vernetzte „**Big Brother 2012**“ den TV-Sender Kanal 5 mit Internet, Radio und mobilen Angeboten und erzielte mit dem Crossmedia-Event die stärksten TV-Marktanteile (bis zu 16,5%) seit Senderbestehen.



TRAUMHAUS....(e) Der neue norwegische Sender VOX machte Quote mit Ideen zum eigenen Traumhaus. In „**Drømmesdesign**“ bekamen Zuschauer Tipps, wie man sein Zuhause noch schöner macht. Bis zu 3,4 Prozent der Zuschauer verfolgten die Styling-Aktion fürs eigene Heim – ein großer Erfolg für den im Januar gestarteten Sender.



Geschäftsverlauf

Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Die ProSiebenSat.1 Group ist erfolgreich ins Jahr 2012 gestartet. Das konjunkturelle Umfeld blieb auch im ersten Quartal weiter günstig, wenn auch wie erwartet mit regional unterschiedlicher Dynamik. Während sich die Werbeinvestitionen in den deutschsprachigen Märkten unverändert robust zeigten, lagen die Buchungseingänge in Nordeuropa sogar deutlich über Vorjahr. In Osteuropa erreichte der Konzern das Vorjahresniveau in einem stark rückläufigen Werbeumfeld hingegen nicht.

Konjunkturelle und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 30.

Neben konjunkturellen Rahmenbedingungen wird die Umsatzentwicklung von den Erfolgen im Zuschauermarkt beeinflusst. Hier haben sich im ersten Quartal 2012 keine Änderungen gegenüber dem Jahresende 2011 ergeben, die sich maßgeblich auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung ausgewirkt hätten: Das Unternehmen konnte seine Performance im Zuschauermarkt zu adäquaten Preisen kapitalisieren und in Nordeuropa sowie im deutschsprachigen Raum die Erlöse aus dem Verkauf von TV-Werbezeiten steigern. Insgesamt erwirtschaftete das Unternehmen 74,9 Prozent (Vorjahr: 76,2%) und damit den Großteil seines Umsatzes aus der Vermarktung von TV-Werbezeiten. Davon entfallen 74,6 Prozent (Vorjahr: 76,1%) auf den deutschen TV-Werbemarkt, der wichtigste Umsatzmarkt des Konzerns.

Die regionale Umsatzverteilung visualisiert eine Grafik auf Seite 3.

Die ProSiebenSat.1 Group ist weltweit tätig, generiert ihre Umsätze mit 75,8 Prozent (Vorjahr: 77,0%) jedoch überwiegend in der Eurozone. Währungsschwankungen beeinflussen die Umsatz- und Ergebnisentwicklung daher nur marginal. Risiken aus Wechselkursänderungen, die sich insbesondere aus dem Kauf von Lizenzprogrammen in den USA ergeben könnten, sichert ProSiebenSat.1 zudem durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente ab. Neben Schwankungen von Währungen könnten veränderte Zinssätze das Ergebnis der Gesellschaft beeinflussen. Dies hat sich jedoch im ersten Quartal 2012 nicht auf das Zins- bzw. Finanzergebnis ausgewirkt, da zum 31. März 2012 nahezu 100 Prozent (Vorjahr: rund 79%) der variabel verzinslichen Finanzverbindlichkeiten des Konzerns über Zinsswaps abgesichert waren.

Änderungen im Konsolidierungskreis und Erläuterung zur Berichtsweise

Die Portfoliomaßnahmen im Jahr 2011 werden im Geschäftsbericht ab Seite 64 erläutert.

Im vergangenen Jahr hat ProSiebenSat.1 die TV- und Print-Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden veräußert. Die entkonsolidierten Unternehmen werden als nicht-fortgeführte Aktivitäten ausgewiesen. Die Textanalyse bezieht sich - sofern nicht anders gekennzeichnet - auf das fortgeführte Geschäft.

Im ersten Quartal 2012 fanden keine Ereignisse statt, die sich in wesentlichem Umfang auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des ProSiebenSat.1-Konzerns und seine Segmente ausgewirkt hätten. Allerdings hat der Konzern durch strategische Zukäufe und Partnerschaften sein Portfolio erweitert. Eine chronologische Übersicht zeigen die Seiten fünf und sechs. Mit Beginn des Jahres 2012 hat die ProSiebenSat.1 Group zudem die Segmentstruktur an ihre Vier-Säulen-Wachstumsstrategie angepasst und berichtet nun in folgenden vier Segmenten:

- › „Broadcasting German-speaking“: Die vier deutschen Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx sowie die Sender unserer Konzernchter in Österreich und der Schweiz werden im

Segment „Broadcasting German-speaking“ konsolidiert. Die Vermarktungsgesellschaften SevenOne Media und SevenOne AdFactory sowie die ProSiebenSat.1 Produktion und die SAT.1-Regionalgesellschaften werden ebenfalls in diesem Segment ausgewiesen.

- › **„Broadcasting International“:** Die TV-Sender in Nordeuropa (Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden) und im CEE-Raum (Ungarn, Rumänien) bilden das Segment „Broadcasting International“. Seit 2012 werden zudem alle Radiosender, die ehemals dem Berichtssegment „Diversifikation“ zugeordnet wurden, in diesem Segment ausgewiesen.
- › **„Digital & Adjacent“:** Als Fernsehunternehmen besitzen wir einen umfangreichen Bestand an hochwertigem Bewegtbild-Inventar, das wir über alle Plattformen von TV über Mobile bis zu Online und Video-on-Demand einsetzen können. Geschäftsaktivitäten im digitalen Mediengebiet wie Online, Pay-TV, Video-on-Demand oder HbbTV werden im Segment „Digital & Adjacent“ konsolidiert. Das Geschäftsfeld Commerce und Ventures wird ebenfalls in diesem Segment ausgewiesen. Darunter fallen die Geschäftsmodelle Media-for-Revenue-Share und Media-for-Equity: Start-up-Unternehmen mit interessanten Produkten erhalten Medialeistung von ProSiebenSat.1 gegen eine Umsatz- und/oder Unternehmensbeteiligung. Darüber hinaus sind das Games-Geschäft sowie die Musiksparte Teil dieses Segments. Unser Ziel ist es, die Reichweite und Wirksamkeit von TV zu nutzen, um neue Geschäftsfelder zu erschließen. Auf diese Weise nutzt der Konzern freie Werbezeiten, generiert zusätzliche Erlöse und erhöht gleichzeitig seine Unabhängigkeit von zyklischen Schwankungen der Werbemarkte. Das Segment „Digital & Adjacent“ wurde vormals unter der Bezeichnung „Other Media“ dem Berichtssegment „Diversifikation“ zugeordnet.
- › **„Content Production & Global Sales“:** Seit 2010 bündelt ProSiebenSat.1 alle Aktivitäten im Bereich Entwicklung, Produktion und weltweiter Vertrieb von Programminhalten unter dem Dach der Red Arrow Entertainment Group. Auf diese Weise kann der Konzern Ressourcen effizient nutzen und Synergien heben. Diese Geschäftsaktivitäten werden mit Beginn des Geschäftsjahres 2012 im Segment „Content Production & Global Sales“ zusammengefasst, zuvor waren sie Teil des Segments „Free-TV im deutschsprachigen Raum“.

Die ProSiebenSat.1 Group hatte ihre Geschäftsfelder bislang in drei Segmente unterteilt: Die klassischen TV-Aktivitäten wurden in den Segmenten „Free-TV im deutschsprachigen Raum“ und „Free-TV International“ zusammengefasst. Alle nicht unmittelbar vom TV-Werbemarkt abhängigen Geschäftsmodelle wurden im Segment „Diversifikation“ konsolidiert. Aus Gründen der Vergleichbarkeit werden im vorliegenden Quartalsbericht die Vorjahreszahlen an die neue Segmentstruktur angepasst. Ein Mehrjahresvergleich für die Segmente „Broadcasting German-speaking“, „Broadcasting International“, „Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“ entfällt.

Ertragslage des Konzerns

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP FÜR DAS ERSTE QUARTAL

in Mio Euro	Q1 2012	Q1 2011
Konzernumsatz	634,8	595,8
Operative Kosten ¹	494,9	467,0
Gesamtkosten	525,6	510,8
Umsatzkosten	382,0	359,1
Vertriebskosten	80,2	82,8
Verwaltungskosten	63,3	57,6
Sonstige betriebliche Aufwendungen	0,1	11,3
Betriebsergebnis (EBIT)	110,9	86,2
Recurring EBITDA ²	141,6	130,0
Einmaleffekte (saldiert) ³	-4,4	-2,5
EBITDA	137,2	127,5
Periodengewinn (inklusive nicht-fortgeführte Aktivitäten) ⁴	50,8	38,3
Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten ⁴	50,8	33,8
Konzernergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ⁴	- / -	4,5

1 Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen 2 Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. 3 Saldo aus Einmalaufwendungen und -erträgen. 4 Nach Steuern und Anteile Dritter.

Erläuterung zur Berichtswise im ersten Quartal. Die Werte beziehen sich auf die gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Kennzahlen aus fortgeführten Aktivitäten. Die Vorjahreswerte der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Kapitalflussrechnung wurden entsprechend angepasst. Gemäß IFRS 5 sind Vorjahres-Bilanzkennzahlen nicht anzupassen. Die belgischen TV-Aktivitäten sowie die niederländischen TV- und Print-Aktivitäten wurden mit Vollzug der jeweiligen Anteilskaufverträge Anfang Juni 2011 bzw. Ende Juli 2011 entkonsolidiert. Die Ergebnisse der betroffenen Unternehmen werden als nicht-fortgeführte Aktivitäten separat ausgewiesen. Das Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten enthält sowohl das erwirtschaftete Ergebnis wie auch den Entkonsolidierungsgewinn und ist auf Nachsteuerbasis dargestellt.

Konzernumsatz

Im ersten Quartal 2012 stieg der Konzernumsatz der ProSiebenSat.1 Group um 6,5 Prozent oder 39,0 Mio Euro auf 634,8 Mio Euro. Alle vier Segmente trugen zum Umsatzzanstieg gegenüber dem ersten Quartal 2011 bei.

Der Konzern erhöhte seine Umsätze aus TV- und Radiowerbung in nahezu allen Märkten, wobei insbesondere die nordeuropäischen Länder ein Umsatzplus verzeichneten. Insgesamt erzielte die Gruppe im Berichtszeitraum 553,3 Mio Euro (Vorjahr: 538,0 Mio Euro) oder 87,2 Prozent (Vorjahr: 90,3%) des Konzernumsatzes im Bereich Broadcasting. Die Diversifikationserlöse erzielten in den ersten drei Monaten zweistellige Wachstumsraten und trugen insgesamt 12,8 Prozent zum Konzernumsatz bei. Darin enthalten sind die beiden Segmente Digital & Adjacent und Content Production & Global Sales. Wichtigste Umsatztreiber waren hier unter anderem der Online-Bereich und das Geschäftsmodell Media-for-Revenue-Share.

Aufwendungen und Erträge

Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beliefen sich auf 0,1 Mio Euro gegenüber 11,3 Mio Euro im ersten Quartal 2011. Im Vorjahr sind in dieser Position Wertminderungen (Impairment) auf die 9Live-Marke in Höhe von 11,2 Mio Euro enthalten. Die sonstigen betrieblichen Erträge lagen mit 1,7 Mio Euro nahezu auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 1,2 Mio Euro).

Die **Gesamtkosten** des Konzerns - bestehend aus Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten inklusive der sonstigen betrieblichen Aufwendungen - erhöhten sich um 2,9 Prozent auf 525,6 Mio Euro (Vorjahr: 510,8 Mio Euro). Damit lag der Kostenanstieg erneut unter dem Umsatzwachstum. Hauptursache für den Kostenanstieg gegenüber dem ersten Quartal 2011 waren gestiegene Umsatzkosten, die sich um 22,9 Mio Euro auf 382,0 Mio Euro erhöhten. Zu einem Anstieg der Umsatzkosten führte primär ein höherer Werteverzehr auf das Programmvermögen (+11,3 Mio Euro), die größte Kostenposition des Konzerns. Das Programmvermögen wird in der Regel planmäßig und abhängig von der Anzahl der zulässigen bzw. geplanten Ausstrahlungen abgeschrie-

ben. Daneben führten Investitionen in neue Wachstumsfelder wie der Ausbau junger bzw. die Gründung neuer TV-Sender sowie die Expansion des weltweiten Produktionsportfolios zu einem Kostenanstieg.

Die Gesamtkosten des Konzerns beinhalten einmalige Aufwendungen und Abschreibungen in Höhe von insgesamt 30,7 Mio Euro, gegenüber 43,8 Mio Euro im Vorjahr. Der vergleichsweise hohe Vorjahreswert enthält die genannten Wertminderungen auf den Markenwert von 9Live. Bereinigt um diese Positionen stiegen die **operativen Kosten** um 6,0 Prozent oder 27,9 Mio Euro auf 494,9 Mio Euro. Eine Überleitungsrechnung der Gesamtkosten zu den operativen Kosten stellt sich wie folgt dar:

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG GESAMTKOSTEN ZU OPERATIVE KOSTEN

in Mio Euro



Das um **Einmaleffekte bereinigte EBITDA** (recurring EBITDA) stieg im ersten Quartal 2012 um 8,9 Prozent oder 11,6 Mio Euro auf 141,6 Mio Euro. Die entsprechende operative Marge verbesserte sich damit auf 22,3 Prozent (Vorjahr: 21,8%) und spiegelt die hohe Profitabilität des Konzerns wider. Das EBITDA verzeichnete ein Wachstum um 9,7 Mio Euro auf 137,2 Mio Euro (+7,6%).

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG EBITDA ZU RECURRING EBITDA

in Mio Euro

	Q1 2012	Q1 2011
Ergebnis vor Steuern	75,2	47,3
Finanzergebnis	35,7	38,9
Betriebsergebnis	110,9	86,2
Abschreibungen ¹	26,3	41,3
(davon Kaufpreisallokationen)	4,7	23,5
EBITDA	137,2	127,5
Einmaleffekte (saldiert) ²	4,4	2,5
Recurring EBITDA (bereinigtes EBITDA)	141,6	130,0

1 Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen. 2 Differenz aus Einmalaufwendungen in Höhe von 4,4 Mio Euro (Vorjahr: 2,5 Mio Euro) und Einmalerträgen von 0,0 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro).

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich im ersten Quartal 2012 um 8,2 Prozent oder 3,2 Mio Euro auf minus 35,7 Mio Euro. Ursache hierfür sind geringere Zinsaufwendungen infolge einer reduzierten durchschnittlichen Verschuldung des Konzerns. Vor diesem Hintergrund verbesserte sich das Finanzergebnis um 20,6 Prozent oder 10,9 Mio Euro auf minus 42,0 Mio Euro. Das sonstige Finanzergebnis verringerte sich dagegen um 97,2 Prozent oder 10,6 Mio Euro auf 0,3 Mio Euro. Dies ist einerseits auf Währungseffekte zurück zu führen. Andererseits enthält der Vorjahreswert einen einmaligen Bewertungsertrag in Höhe von 18,2 Mio Euro, der im Rahmen der Erst-konsolidierung des Video-on-Demand-Portals maxdome entstand.

Die gute Umsatzentwicklung und geringere Zinsaufwendungen führten zu einem deutlichen Anstieg des **Ergebnisses vor Steuern** um 59,0 Prozent auf 75,2 Mio Euro (Vorjahr: 47,3 Mio Euro). Die Ertragsteuern erhöhten sich im ersten Quartal 2012 im Wesentlichen ergebnisbedingt auf

22,6 Mio Euro (Vorjahr: 11,7 Mio Euro). Nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter belief sich das **Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten** auf 50,8 Mio Euro. Es übertraf den Vorjahreswert damit um 50,3 Prozent bzw. 17,0 Mio Euro. Unter Berücksichtigung der nicht-fortgeführten Aktivitäten steigerte die ProSiebenSat.1 Group das Periodenergebnis nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter um 12,5 Mio Euro. Der Vorjahreswert beinhaltet die Ergebnisbeiträge der veräußerten Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden in Höhe von 4,5 Mio Euro.

Das um nicht cash-wirksame Sondereffekte **bereinigte Periodenergebnis** für das fortgeführte Geschäft (underlying net income) stieg auf 54,5 Mio Euro. Dies entspricht einer ebenfalls signifikanten Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 61,2 Prozent bzw. 20,7 Mio Euro. Bezogen auf das underlying net income ergab sich folglich ein unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie von 0,26 Euro nach 0,16 Euro für das erste Quartal 2011.

HERLEITUNG BEREINIGTER KONZERNÜBERSCHUSS AUS FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN

in Mio Euro	Q1 2012	Q1 2011
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	50,8	33,8
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen (nach Steuern) ¹	3,7	10,1
Wertminderungen im Zusammenhang ursprünglicher Kaufpreisallokationen (nach Steuern) ²	-/-	8,1
Bewertungseffekt aus der Erstkonsolidierung maxdome	-/-	-18,2
Bereinigter Konzernüberschuss (underlying net income)	54,5	33,8

1 Abschreibung aus Kaufpreisallokationen vor Steuern: 4,7 Mio Euro (Vorjahr 12,3 Mio Euro). 2 Wertminderungen (Impairment) vor Steuern in Höhe von 0,0 Mio Euro (Vorjahr: 11,2 Mio Euro).

Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Im August 2011 hatte die ProSiebenSat.1 Group 1,2 Mrd Euro und damit rund ein Drittel ihrer Darlehen in Höhe von ursprünglich 3,6 Mrd Euro vorzeitig zurückgeführt. Gleichzeitig verlängerte die Gruppe mit knapp 2,1 Mrd Euro den Großteil ihrer verbleibenden Darlehen bis Juli 2016 zu attraktiven Konditionen. Zum 31. März 2012 waren 2,337 Mrd Euro Darlehen und Kredite ausstehend. Während die Summe der Finanzverbindlichkeiten im Vergleich zum Stichtag im Dezember nahezu unverändert (+0,1% bzw. 1,4 Mio Euro) war, verzeichneten sie gegenüber dem 31. März 2011 einen deutlichen Rückgang um 1,427 Mrd Euro. Der Anteil des Fremdkapitals an der Bilanzsumme verringerte sich damit auf 70,7 Prozent (31. März 2011: 82,6%).

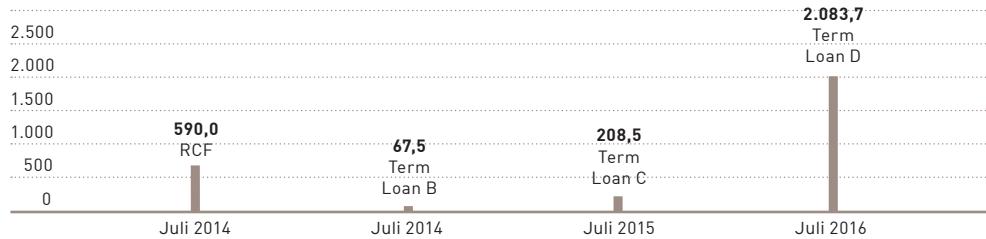
Die Konditionen der Finanzverbindlichkeiten werden im Geschäftsbericht 2011 auf den Seiten 72 bis 73 erläutert.

Kredit-Ratings stellen ein unabkömmliges Urteil über die Kreditwürdigkeit eines Unternehmens dar. Die Rating-Agenturen bewerten die ProSiebenSat.1 Group nicht. Infolgedessen bestehen derzeit keine offiziellen Ratings.

Konzernweite Unternehmensfinanzierung. Wesentlicher Bestandteil der konzernweiten Unternehmensfinanzierung sind besicherte endfällige Darlehen (Term Loan B, C und D) mit unterschiedlichen Fälligkeiten. Neben diesen Darlehen, die als langfristige Finanzverbindlichkeiten bilanziert werden, beinhaltet die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung eine revolvierende Kreditfazilität (RCF). Eine Übersicht der Volumina und Laufzeiten der einzelnen Kreditfazilitäten zeigt untenstehende Grafik:

VOLUMINA UND FÄLLIGKEITSPROFIL ZUM 31. MÄRZ 2012

in Mio Euro



- › **Term Loans:** Insgesamt beliefen sich die Term Loans zum 31. März 2012 auf 2,360 Mrd Euro und bewegten sich damit auf dem Stichtagswert 31. Dezember 2011. Zum 31. März 2011 betragen die Darlehen noch 3,560 Mrd Euro.
- › **Revolvierende Kreditfazilität:** Das verfügbare Rahmenvolumen der revolvierenden Kreditfazilität beträgt derzeit 590,0 Mio Euro. Zum 31. März 2012 wurden keine Barinanspruchnahmen genutzt. Am Stichtag im Dezember 2011 verfügte der Konzern über freie Kreditlinien von 548,4 Mio Euro. Zum 31. März 2011 waren es 306,5 Mio Euro.

Weitere Informationen zu den Kreditmargen finden sich im Geschäftsbericht 2011, Seite 73.

Fremdkapitalkosten durch derivative Finanzinstrumente abgesichert. Die Term Loans und die Inanspruchnahme der revolvierenden Kreditfazilität werden variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge verzinst. Risiken aus der Änderung von variablen Zinssätzen sind durch verschiedene Zinssicherungsinstrumente abgesichert. Im Februar 2012 hat die ProSiebenSat.1 Group Zinsswaps in Höhe von insgesamt 1,050 Mrd Euro bis 2016 verlängert. Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Group im März 2012 weitere Zinssicherungsgeschäfte mit einem Nominalvolumen in Höhe von insgesamt 450,0 Mio Euro und einer Laufzeit bis 2016 abgeschlossen. Diese Geschäfte sichern ebenfalls das Zinsrisiko im Zeitraum 2014 bis 2016 aus dem neu aufgelegten Term Loan D ab. Der durchschnittliche Festzinssatz für die verlängerten Zinsswaps hat sich mit diesen Maßnahmen von 4,6 Prozent auf rund 3,4 Prozent verringert. Die Absicherungsquote für alle Finanzverbindlichkeiten war zum 31. März 2012 mit nahezu 100 Prozent unverändert im Vergleich zum Stichtag im Dezember. Zum Stichtag am 31. März 2011 waren rund 79 Prozent abgesichert.

Außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente: Im Berichtszeitraum bestanden in der ProSiebenSat.1 Group keine wesentlichen außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente. Informationen zum Thema Leasing finden sich im Geschäftsbericht 2011 auf Seite 73.

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 geben der ProSiebenSat.1 Group mehr Flexibilität bei zukünftigen Finanzierungen. 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 2011 auf Seite 74. Die ProSiebenSat.1 Group hat die vertraglichen Bestimmungen auch im ersten Quartal 2012 erfüllt.

Kapitalflussrechnung, Seite 19.

Finanzierungsanalyse

Die **Netto-Finanzverschuldung** belief sich zum 31. März 2012 auf 1,923 Mrd Euro. Dies entspricht einem leichten Anstieg gegenüber dem 31. Dezember 2011 um 5,8 Prozent oder 105,0 Mio Euro, bedingt durch einen im ersten Quartal saisonal negativen Free Cashflow. Den Großteil des Free Cashflows generiert ProSiebenSat.1 üblicherweise im vierten Quartal.

Gegenüber dem Stichtag 31. März 2011 verzeichnete die Netto-Finanzverschuldung hingegen einen deutlichen Rückgang um 39,0 Prozent bzw. 1,229 Mrd Euro auf 1,923 Mrd Euro. Ursache hierfür ist die geringere durchschnittliche Finanzverschuldung des Konzerns infolge der Darlehensrückführung im August 2011 in Höhe von 1,2 Mrd Euro. Der **Verschuldungsgrad** (Leverage-Faktor) hat sich vor diesem Hintergrund gegenüber dem 31. März 2011 ebenfalls deutlich verbessert. So ergab das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate zum 31. März 2012 den Faktor 2,2. Damit liegt der Leverage-Faktor im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5. Zum Vorjahrestichtag hatte der Wert noch das 3,4-fache des bereinigten EBITDA betragen. Der korrespondierende Verschuldungsgrad belief sich zum Stichtag am 31. Dezember 2011 auf das 2,1-fache des bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate.

NETTO-FINANZVERSCHULDUNG DES KONZERNS

in Mrd Euro

31.03.2012	1,923
31.12.2011	1,818
31.03.2011	3,152

VERHÄLTNIS NETTO-FINANZVERSCHULDUNG ZUM LTM RECURRING EBITDA

31.03.2012	2,2
31.12.2011	2,1
31.03.2011	3,4

Leasing-Verbindlichkeiten werden bei der Berechnung des Verschuldungsgrades nicht berücksichtigt.

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.

KAPITALFLUSSRECHNUNG

in Mio Euro	Q1 2012	Q1 2011
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	52,6	35,6
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	4,5
Cashflow fortgeführter Aktivitäten	404,1	387,4
Veränderung Working Capital	-74,9	-80,8
Erhaltene Dividende	5,5	- / -
Gezahlte Steuern	-24,9	-33,5
Gezahlte Zinsen	-44,3	-53,5
Erhaltene Zinsen	0,7	1,3
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	266,2	220,9
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	64,3
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-378,0	-362,0
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	9,2	-46,5
Free Cashflow	-102,6	-123,3
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-1,6	-1,4
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	- / -
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes fortgeführter Aktivitäten	0,5	-4,3
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	-0,6
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-103,7	-129,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	517,9	740,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	414,2	611,1

Der Cashflow aus **betrieblicher Tätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten** verzeichnete im ersten Quartal 2012 einen Anstieg auf 266,2 Mio Euro und lag damit um 20,5 Prozent bzw. 45,3 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Der hohe Mittelzufluss aus der operativen Tätigkeit ist auf die verbesserte Ertragslage des Konzerns sowie niedrigere Zins- und Steuerzahlungen zurückzuführen. Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit inklusive der nicht-fortgeführten Aktivitäten verringerte sich konsolidierungskreisbedingt auf 266,2 Mio Euro (Vorjahr: 285,2 Mio Euro). Der Vorjahreswert enthält die Cashflow-Beiträge aus den entkonsolidierten Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden.

Aus dem **Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten** ergab sich ein Mittelabfluss von 378,0 Mio Euro gegenüber 362,0 Mio (+4,4%) im Vorjahr. Der Mittelabfluss aus dem Erwerb von Programmrechten betrug 343,2 Mio Euro gegenüber 348,9 Mio Euro in der Vergleichsperiode (-1,6%). Der Konzern hat zu Jahresbeginn unter anderem einen mehrjährigen Lizenzvertrag mit Warner Bros. International Television Distribution für seine deutschen

Sender abgeschlossen. Damit sichert sich der Konzern die Free-TV-Rechte an zahlreichen Blockbustern, US-Serien und lokalen Produktionen des Hollywood-Studios für die kommenden Jahre. Der Lizenzkauf bildete auch im ersten Quartal 2012 einen Schwerpunkt der Investitionstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group. Darüber hinaus hat der Konzern im ersten Quartal 2012 den österreichischen TV-Sender Austria 9 erworben und die Expansion der Red Arrow Entertainment Group mit dem Erwerb von Mehrheitsbeteiligungen an den britischen Produktionsfirmen CPL Productions und Endor Productions vorangetrieben. Die Mittelabflüsse für Zugänge zum Konsolidierungskreis, in dem die genannten Akquisitionen enthalten sind, stiegen auf 7,2 Mio Euro (Vorjahr: 1,7 Mio Euro).

Im Rahmen der **Investitionstätigkeit aus nicht-fortgeföhrt Aktivitäten** flossen dem Konzern im ersten Quartal dieses Jahres 9,2 Mio Euro zu (Vorjahr: Auszahlungen von 46,5 Mio Euro). Ursache hierfür war der Ausgleich der Restkaufpreisforderung aus der Veräußerung der belgischen und niederländischen Aktivitäten.

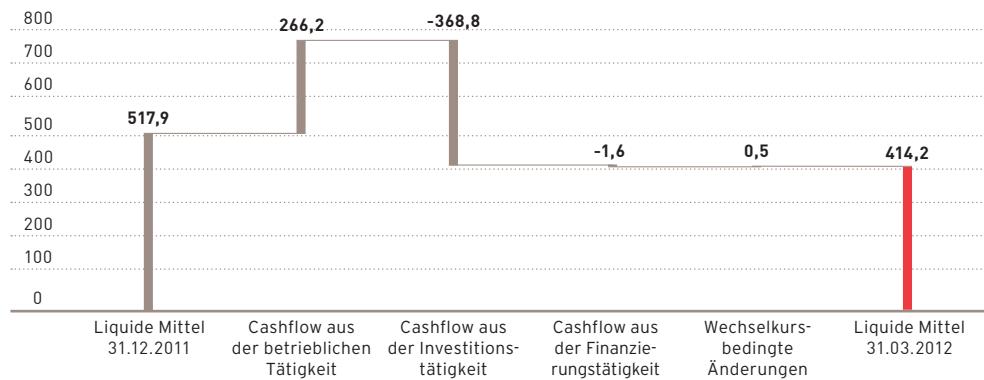
Vor dem Hintergrund der beschriebenen Mittelabflüsse verbesserte sich der Free Cashflow inklusive der nicht-fortgeföhrt Aktivitäten von minus 123,3 Mio Euro im Vorjahr auf minus 102,6 Mio Euro. Der Free Cashflow aus fortgeföhrt Aktivitäten belief sich auf minus 111,8 Mio Euro (Vorjahr: minus 141,1 Mio Euro). Saisonale bedingt weist die ProSiebenSat.1 Group im ersten Quartal einen negativen Free Cashflow aus.

Aus der **Finanzierungstätigkeit** flossen in den ersten drei Monaten dieses Jahres 1,6 Mio Euro ab nach 1,4 Mio Euro im Vorjahr (+14,3%).

Die beschriebenen Zahlungsströme führten im ersten Quartal 2012 zu einer Veränderung der liquiden Mittel von minus 103,7 Mio Euro gegenüber minus 129,6 Mio Euro im ersten Quartal 2011. Zum 31. März 2012 betrugen die **liquiden Mittel** 414,2 Mio Euro (31. Dezember 2011: 517,9 Mio Euro; 31. März 2011: 611,1 Mio Euro). Der geringere Zahlungsmittelbestand im Vergleich zum Vorjahr steht unter anderem im Zusammenhang mit der anteiligen Tilgung der Darlehen und der vollständigen Rückführung der revolvierenden Kreditfazilität (1,431 Mrd Euro) sowie der Dividendenzahlung (241,2 Mio Euro) im Sommer 2011. Die Auszahlungen wurden jedoch größtenteils durch die Mittelzuflüsse aus der Veräußerung der belgischen und niederländischen Tochtergesellschaften (1,459 Mrd Euro) kompensiert. Die ProSiebenSat.1 Group verfügt damit auch weiterhin über eine komfortable Liquiditätsausstattung.

VERÄNDERUNG DER ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE

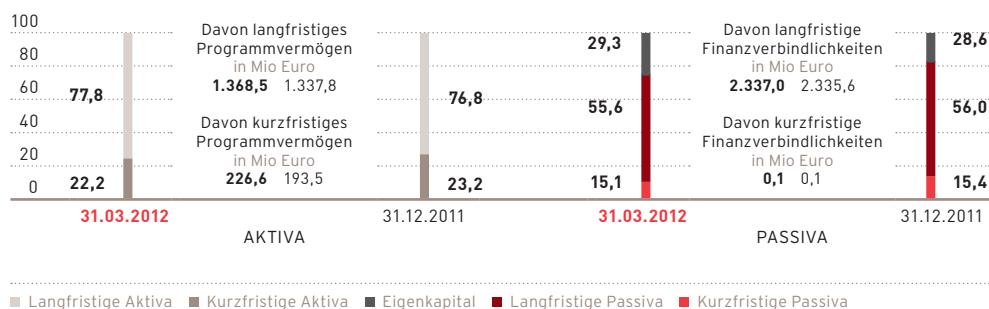
in Mio Euro



Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

BILANZSTRUKTUR

in Prozent



■ Langfristige Aktiva ■ Kurzfristige Aktiva ■ Eigenkapital ■ Langfristige Passiva ■ Kurzfristige Passiva

Die **Bilanzsumme** betrug zum 31. März dieses Jahres 5,045 Mrd Euro, gegenüber 5,034 Mrd Euro am 31. Dezember 2011. Die Bilanzsumme hat sich primär aufgrund gestiegener immaterieller Vermögenswerte sowie Programmvermögenswerte leicht erhöht. Gegenläufig wirkten sich die saisonal bedingt geringeren liquiden Mittel aus. Einzelne wertmäßig wesentliche Veränderungen von Bilanzpositionen gegenüber dem 31. Dezember 2011 werden im Folgenden dargestellt:

Liquide Mittel, Seite 20.

- › Die **immateriellen Vermögenswerte** erhöhten sich im Vergleich zum Stichtag 31. Dezember 2011 auf 2,200 Mrd Euro. Dieser Anstieg um 1,4 Prozent bzw. 31,0 Mio Euro resultiert hauptsächlich aus Zugängen von Lizzenzen im Bereich Online-Games. Daneben wirkten sich Währungseffekte bestandserhöhend aus. Der Anteil der immateriellen Vermögenswerte an der Bilanzsumme belief sich zum Berichtsstichtag auf 43,6 Prozent (31. Dezember 2011: 43,1%).
- › Mit einem Anteil von 31,6 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2011: 30,4%) zählt neben den immateriellen Vermögenswerten das Programmvermögen zu den wichtigsten Vermögenswerten der ProSiebenSat.1 Group. Das **lang- und kurzfristige Programmvermögen** stieg gegenüber dem 31. Dezember 2012 vor allem aufgrund von Zugängen bei Auftragsproduktionen und Lizenzprogrammen im Segment Broadcasting German-speaking um 4,2 Prozent auf insgesamt 1,595 Mrd Euro (31. Dezember 2011: 1,531 Mrd Euro).
- › Die verbesserte Ertragskraft führte zu einer Zunahme des **Eigenkapitals** um 2,4 Prozent auf 1,476 Mrd Euro (31. Dezember 2011: 1,441 Mrd Euro). Die Eigenkapitalquote verbesserte sich vor diesem Hintergrund auf 29,3 Prozent gegenüber 28,6 Prozent zum 31. Dezember 2011.
- › Die **lang- und kurzfristigen sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten** erhöhten sich auf 355,9 Mio Euro und lagen damit um 9,0 Prozent oder 29,4 Mio Euro über dem Wert am 31. Dezember 2011. Ursache hierfür sind vor allem vertraglich vereinbarte Kaufpreiszahlungen für Akquisitionen in den Segmenten Digital & Adjacent sowie Content Production & Global Sales. Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** reduzierten sich hingegen um 59,6 Mio Euro auf 397,2 Mio Euro (-13,0%). Der Rückgang ist bedingt durch geringere Programmverbindlichkeiten in Deutschland und Skandinavien. Daneben wirkten sich Währungseffekte bestandsmindernd aus.

Die Bilanz des ProSiebenSat.1-Konzerns wies gegenüber dem 31. Dezember 2011 keine wesentlichen strukturellen Änderungen auf, im Vergleich zum 31. März 2011 hat sich die Bilanzstruktur allerdings deutlich verändert. Ursache hierfür ist der Verkauf der belgischen und niederländischen Gesellschaften im vergangenen Jahr sowie die Darlehensrückführung im August 2011. Vor diesem Hintergrund verkürzte sich die Bilanzsumme zum 31. März 2012 um 1,244 Mrd. Euro auf 5,045 Mrd Euro (31. März 2011: 6,289 Mrd Euro). Wesentliche Änderungen der in diesem Zusammenhang bedeutendsten Bilanzpositionen werden nachfolgend erläutert, die Veränderung der liquiden Mittel wird auf Seite 20 beschrieben:

- › Die **immateriellen Vermögenswerte** sanken konsolidierungskreisbedingt gegenüber dem 31. März 2011 um 867,8 Mio Euro auf 2,200 Mrd Euro. Das **lang- und kurzfristige Programmvermögen** verringerte sich ebenfalls deutlich infolge der Entkonsolidierung der Tochtergesellschaften in Belgien und den Niederlanden. Es betrug zum 31. März dieses Jahres 1,595 Mrd Euro gegenüber 1,739 Mrd Euro im Vorjahr.
- › Das **Eigenkapital** verzeichnete gegenüber dem 31. März 2011 einen ergebnisbedingten Anstieg um 382,5 Mio Euro auf 1,476 Mrd Euro. Vor diesem Hintergrund und aufgrund der Darlehensrückführung im dritten Quartal 2011 erhöhte sich die Eigenkapitalquote signifikant von 17,4 Prozent auf 29,3 Prozent.
- › Auf der Passivseite verringerten sich die **lang- und kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen** um 31,3 Prozent oder 1,626 Mrd Euro auf 3,569 Mrd Euro. Diese Entwicklung resultiert im Wesentlichen aus der Verringerung der langfristigen Darlehen und Kredite um 1,196 Mrd Euro auf 2,337 Mrd Euro infolge der Darlehenstilgung. Zudem hat die vollständige Rückzahlung der revolvierenden Kreditfazilität in Höhe von 230,0 Mio Euro die kurzfristigen Darlehen und Kredite reduziert (31. März 2011: 230,6 Mio Euro).

Segmentbericht

UMSATZ NACH SEGMENTEN

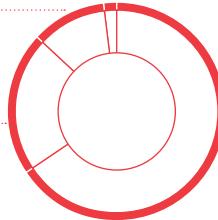
in Prozent, Vorjahreswerte Q1 2011 in Klammern

Segment Digital & Adjacent¹
11,1 (9,0) ↓

Segment Content Production & Global Sales
↓ 1,8 (0,7)

Segment Broadcasting International
21,3 (21,4) ↓

Segment Broadcasting German-speaking
↓ 65,8 (68,9)



1 Vorjahreswerte inklusive 9Live.

Segment Broadcasting German-speaking

Die ProSiebenSat.1 Group profitierte im ersten Quartal 2012 von einem positiven Konjunkturklima und konnte ihre TV-Werbeeinnahmen in den deutschsprachigen Märkten steigern. Die externen Umsätze im Segment Broadcasting German-speaking wiesen vor diesem Hintergrund ein Wachstum von insgesamt 1,8 Prozent oder 7,3 Mio Euro auf 417,9 Mio Euro auf. Das Unternehmen generierte in diesem Segment im ersten Quartal 95,6 Prozent der Umsätze durch den Verkauf von TV-Werbezeiten (Vorjahr: 93,9%). Eine weitere Einnahmequelle bilden zunehmend Distributionserlöse. Die ProSiebenSat.1 Group ist mit ihren vier HD-Sendern im Paket aller großen Kabelnetzbetreiber vertreten und partizipiert seit 2011 an den technischen Freischaltentgelten, die Endkunden an die Kabelanbieter entrichten. Einen Rückgang verzeichnete hingegen der Umsatz aus dem Verkauf von Programmvermögenswerten.

Trotz eines höheren Segmentumsatzes konnten die operativen Kosten stabil gehalten werden. Das recurring EBITDA verbesserte sich in den Monaten Januar bis März 2012 um 11,0 Prozent oder 10,8 Mio Euro auf 108,6 Mio Euro. Das EBITDA stieg gegenüber dem Vorjahr ebenfalls deutlich und betrug 106,1 Mio Euro (Vorjahr: 90,5 Mio Euro).

KENNZAHLEN SEGMENT BROADCASTING GERMAN-SPEAKING¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro

Q1 2012 ↓ 417,9

Q1 2011 ↓ 410,6

Recurring EBITDA, in Mio Euro

Q1 2012 ↓ 108,6

Q1 2011 ↓ 97,8

1 Die Berichterstattung für das erste Quartal 2012 basiert auf der neuen Segmentstruktur, die erstmals im Quartalsabschluss Q1 2012 zugrunde gelegt wird. Um die Vergleichbarkeit der aktuellen Quartalszahlen mit denen des Vorjahrs zu gewährleisten, wurden die Vorjahreszahlen an die neue Segmentstruktur angepasst. Ein Mehrjahresvergleich entfällt.

Segment Broadcasting International

Die externen Umsätze des Segments Broadcasting International legten im ersten Quartal 2012 um 6,3 Prozent oder 8,0 Mio Euro auf 135,4 Mio Euro zu. Für das Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr sorgte in erster Linie die nordeuropäische TV-Familie. Ein wesentlicher Impuls ging dabei von den TV-Sendern in Norwegen und Dänemark aus, die ihre Werbeeinnahmen gegenüber dem Vorjahr erneut deutlich steigern konnten. Neben höheren TV-Werbeeinnahmen stiegen auch die Erlöse aus der Vermarktung von Radiowerbezeiten. Während die ProSiebenSat.1 Group in den skandinavischen Ländern von einem höheren Investitionsvolumen der TV-Werbebranche profitieren und die Zuschauerleistung zu adäquaten Preisen kaptalisieren konnte, blieben die TV-Werbeerlöse in Osteuropa konjunkturbedingt unter dem Vorjahreswert.

Das rückläufige Ergebnis in Osteuropa sowie Kostensteigerungen aufgrund höherer Programmkosten für den Ausbau des nordeuropäischen Senderportfolios führten zu einem Ergebnisrückgang im Segment Broadcasting International: Das recurring EBITDA verringerte sich gegenüber dem ersten Quartal 2011 um 16,7 Prozent auf 16,9 Mio Euro (Vorjahr: 20,3 Mio Euro). Das EBITDA erreichte 15,9 Mio Euro (Vorjahr: 25,1 Mio Euro).

KENNZAHLEN SEGMENT BROADCASTING INTERNATIONAL¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro



Recurring EBITDA, in Mio Euro



¹ Die Berichterstattung für das erste Quartal 2012 basiert auf der neuen Segmentstruktur, die erstmals im Quartalsabschluss Q1 2012 zugrunde gelegt wird. Um die Vergleichbarkeit der aktuellen Quartalszahlen mit denen des Vorjahrs zu gewährleisten, wurden die Vorjahreszahlen an die neue Segmentstruktur angepasst. Ein Mehrjahresvergleich entfällt.

Segment Digital & Adjacent

Im Segment Digital & Adjacent verzeichnete der Konzern hohe Wachstumsraten bei Umsatz und Ergebnis. So stiegen die externen Umsätze im ersten Quartal 2012 auf 70,5 Mio Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 31,0 Prozent oder 16,7 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Die Umsatzsteigerung ist primär auf die Online-Sparte zurückzuführen: Im ersten Quartal 2012 erzielte der Konzern durch Online-Video-Advertising mit Kampagnen auf MyVideo.de und den Internetportalen der deutschen Senderfamilie zweistellige Wachstumsraten bei den Einnahmen aus Online-Werbung. Zudem war das Wachstum durch das Ventures-Geschäft getrieben, insbesondere durch die Vermarktung von Medialeistung an Start-up-Unternehmen gegen Umsatzbeteiligungen. Neben der Online- und Ventures-Sparte waren die Online-Games-Angebote, das Video-on-Demand-Portal maxdome und der Bereich Musik Treiber des Umsatzanstiegs.

In den Vorjahreswerten sind die Beiträge des Call-TV-Senders 9Live, der am 9. August 2011 eingestellt wurde, noch enthalten. Ohne Berücksichtigung des Beitrags von 9Live im Vorjahr hätten die Umsätze des Segments Digital & Adjacent im ersten Quartal 2012 eine Wachstumsrate von 57,9 Prozent verzeichnet.

Die positive Umsatzentwicklung in Verbindung mit unterproportional gestiegenen Kosten führte zu einer Steigerung des recurring EBITDA um 70,9 Prozent bzw. 7,3 Mio Euro auf 17,6 Mio Euro. Das EBITDA verzeichnete einen ebenfalls deutlichen Anstieg um 71,6 Prozent auf 17,5 Mio Euro (Vorjahr: 10,2 Mio Euro).

KENNZAHLEN SEGMENT DIGITAL & ADJACENT¹

Externer Segmentumsatz², in Mio Euro



Recurring EBITDA², in Mio Euro



¹ Die Berichterstattung für das erste Quartal 2012 basiert auf der neuen Segmentstruktur, die erstmals im Quartalsabschluss Q1 2012 zugrunde gelegt wird. Um die Vergleichbarkeit der aktuellen Quartalszahlen mit denen des Vorjahrs zu gewährleisten, wurden die Vorjahreszahlen an die neue Segmentstruktur angepasst. Ein Mehrjahresvergleich entfällt. ² Vorjahreswerte inklusive 9Live.

Segment Content Production & Global Sales

Eine dynamische Umsatzentwicklung zeigte auch das Segment Content Production & Global Sales. Das Segment beendete die ersten drei Monate des Jahres 2012 mit einer Steigerung der externen Erlöse um 175,0 Prozent oder 7,0 Mio Euro auf 11,0 Mio Euro. Die Programmproduktions- und Vertriebstochter Red Arrow Entertainment Group hat ihr Portfolio in den vergangenen Monaten durch Akquisitionen erweitert und verstärkte ihre Präsenz insbesondere in Großbritannien und den USA.

Weitere Informationen
in der Chronik, Seite 5-6 sowie
Seite 20.

Das recurring EBITDA des Segments verringerte sich im ersten Quartal 2012 hingegen um 1,9 Mio Euro auf minus 1,5 Mio Euro. Das EBITDA sank um 2,7 Mio Euro auf minus 2,3 Mio Euro. Hier wirkten sich Kostensteigerungen im Zuge der Portfolio-Expansion aus.

KENNZAHLEN SEGMENT CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro



Recurring EBITDA, in Mio Euro



¹ Die Berichterstattung für das erste Quartal 2012 basiert auf der neuen Segmentstruktur, die erstmals im Quartalsabschluss Q1 2012 zugrunde gelegt wurde. Um die Vergleichbarkeit der aktuellen Quartalszahlen mit denen des Vorjahrs zu gewährleisten, wurden die Vorjahreszahlen an die neue Segmentstruktur angepasst. Ein Mehrjahresvergleich entfällt.

Ausführliche Informationen zum Thema „Mitarbeiter“ enthält der Geschäftsbericht 2011 auf den Seiten 83-87.

Mitarbeiter

Die ProSiebenSat.1 Group beschäftigte zum 31. März 2012 konzernweit durchschnittlich 4.081 Personen im Vergleich zu 4.182 im Vorjahr. Der Rückgang um 101 vollzeitäquivalente Stellen ist im Wesentlichen auf die Einstellung des Call-TV-Senders 9Live, die Veräußerung der Radiogesellschaften in Bulgarien und Griechenland sowie die Restrukturierung der TV2 Group in Ungarn zurückzuführen. In Osteuropa ging die durchschnittliche Beschäftigtenzahl im ersten Quartal 2012 um 211 auf 648 vollzeitäquivalente Stellen zurück. Die regionale Verteilung der Mitarbeiter hat sich vor diesem Hintergrund im ersten Quartal leicht verschoben:

BESCHÄFTIGUNGSAZHLEN NACH REGIONEN

Durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen, Vorjahreswert Q1 2011 in Klammer

D/A/CH		2.412 (2.408)
Nordeuropa		903 (824)
CEE		648 (859)
Sonstige		61 (49)
B/NL		57 (42)

Im Deutschland, Österreich und der Schweiz beschäftigte ProSiebenSat.1 im ersten Quartal 2.412 Personen (Vorjahr: durchschnittlich 2.408 vollzeitäquivalenten Stellen), dies entspricht 59,1 Prozent am Gesamtkonzern (Vorjahr: 57,6%). Im Segment Digital & Adjacent verzeichnete die Gruppe durch den strategischen Ausbau der Games-Sparte einen Personalaufbau von 25 vollzeitäquivalenten Stellen.

In Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden lag die Anzahl der Mitarbeiter über Vorjahr: Der Anstieg um rund 80 vollzeitäquivalente Stellen auf insgesamt 903 (Vorjahr: durchschnittlich 824 vollzeitäquivalente Stellen) ist vor allem auf die Gründung des neuen norwegischen TV-Senders VOX, die Ausweitung des finnischen TV-Senders TV5 zu einem 24-Stunden-Programm sowie den Ausbau des finnischen Radiogeschäfts zurückzuführen. Insgesamt beschäftigte ProSiebenSat.1 in Nordeuropa rund 22,1 Prozent (Vorjahr: 19,7%) seiner Mitarbeiter.

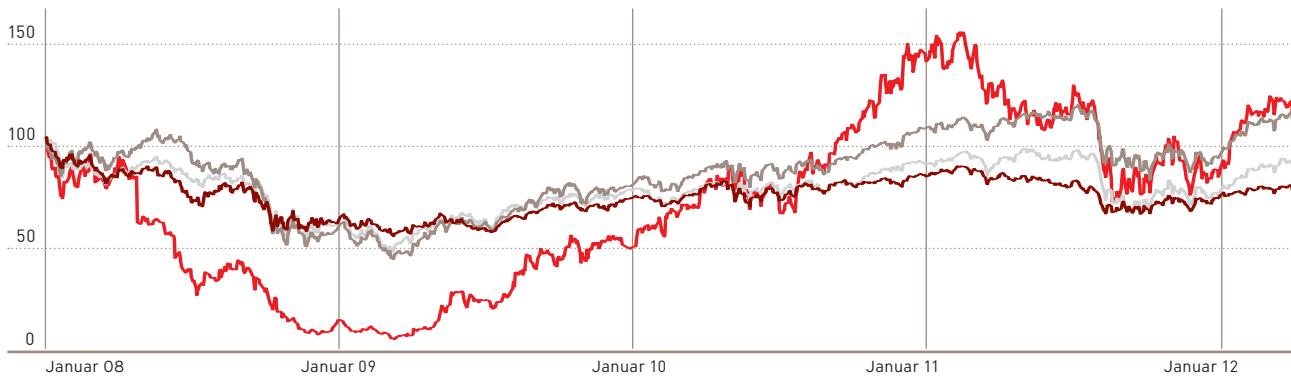
Der Personalaufwand der ProSiebenSat.1 Group stieg im ersten Quartal 2012 aufgrund des Personalaufbaus in einzelnen Geschäftsfeldern um 2,6 Prozent auf insgesamt 83,0 Mio Euro (Vorjahr: 80,9 Mio Euro).

Die ProSiebenSat.1-Aktie

Die ProSiebenSat.1-Aktie an der Börse. Das erste Quartal 2012 war von einer positiven Grundstimmung an den Aktienmärkten gekennzeichnet. Das Börsenklima prägte Anzeichen einer Entspannung der Schuldenkrise in den Euro-Ländern, positiv aufgenommene Konjunkturdaten aus den USA sowie historisch niedrige Zinsen im Euro-Raum. Der DAX notierte am letzten Handelstag des ersten Quartals um knapp 18 Prozent höher als zum Jahresende 2011 und schloss am 30. März 2012 bei 6.947 Punkten. Auch der MDAX legte im Quartalsverlauf um rund 20 Prozent zu und beendete das erste Quartal 2012 bei 10.703 Punkten. Der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex Euro Stoxx Media notierte am 30. März 2012 bei 170 Punkten und damit um 4,9 Prozent höher als zum Jahresende 2011.

Die ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie profitierte von dem günstigen Börsenumfeld und ist mit deutlichen Kursgewinnen in das Jahr 2012 gestartet. Zusätzlichen Auftrieb gab der Aktie die gute Performance und der Jahresausblick des Unternehmens für 2012 sowie positive Analystenbewertungen. Ihren Höchststand im ersten Quartal 2012 erreichte die ProSiebenSat.1-Aktie mit 19,82 Euro am Tag der Bilanzpressekonferenz am 1. März 2012. Am letzten Handelstag der ersten drei Monate 2012 schloss die ProSiebenSat.1-Aktie bei 19,27 Euro. Dies entspricht einem Plus von 36,5 Prozent im Vergleich zum Jahresende 2011. Damit hat sich die Aktie im ersten Quartal 2012 deutlich besser als ihre Vergleichsindizes entwickelt. In den ersten drei Monaten des Jahres 2012 empfahlen 18 nationale und internationale Analysten namhafter Banken und Investmenthäuser die Aktie zum Kauf.

PROSIEBENSAT.1-AKTIE: KURSENTWICKLUNG



■ ProSiebenSat.1 ■ Euro Stoxx Media ■ MDAX ■ DAX Basis: Xetra Schlusskurse, Index 100 = Januar 2008; Quelle: Reuters.

		01.01. - 31.03.2012	01.01.- 31.03.2011	01.01.- 31.03.2010	01.01.- 31.03.2009	01.01.- 31.03.2008
Höchster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	19,82	24,80	12,69	2,40	16,62
Tiefster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	14,19	19,22	8,13	0,90	11,85
Schlusskurs XETRA	Euro	19,27	20,66	12,50	1,20	13,70
Aktienumsatz XETRA insgesamt	Stück	49.033.019	58.781.964	57.355.408	55.082.297	62.987.793
Aktienumsatz XETRA (durchschnittliches Handelsvolumen je Tag)	Stück	754.354	918.468	910.403	874.322	1.015.932

KENNZAHLEN ZUR PROSIEBENSAT.1-AKTIE

		2012	2011	2010	2009	2008
Grundkapital zum Bilanzstichtag	Euro	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200
Anzahl Vorzugsaktien zum Bilanzstichtag ¹	Euro	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600
Anzahl Stammaktien zum Bilanzstichtag (nicht notiert)	Euro	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600
Dividende je Vorzugsaktie	Stück	2	1,14	1,14	0,02	0,02
Dividendensumme	Stück	241,2	240,8	240,8	2,1	2,1

¹ Vor Reduktion um 6.926.750 eigene Aktien. 2 Die Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2011 findet am 15. Mai 2012 statt. Der Dividendenvorschlag wurde im Geschäftsbericht 2011 auf S. 26 veröffentlicht.

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Forschung und Entwicklung

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.

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 Senderfamilie ergeben. Auch das Mitarbeiterpotenzial ist ein wichtiger Erfolgsfaktor, der nicht finanziell bewertet wird.

ProSiebenSat.1 übernimmt gesellschaftliche Verantwortung. Die ProSiebenSat.1 Group erreicht mit ihren Angeboten täglich viele Millionen Menschen. Über unsere TV-Sender und digitalen Medien beeinflussen wir die öffentliche Meinungsbildung. Daraus leitet sich für uns eine besondere gesellschaftliche Verantwortung ab. Gleichzeitig haben wir über die Reichweite unserer Medien die Möglichkeit, wichtige Themen in den öffentlichen Fokus zu rücken. Ein aktuelles Beispiel dafür ist der „Tolerance Day“ auf ProSieben. Zum zweiten Mal sprachen Stars wie Joko und Klaas in einer umfangreichen TV- und Internetkampagne über ihre Erfahrungen und ihr Verständnis von Toleranz. In TV-Magazinen wie „taff“ oder „Galileo“ beleuchtete ProSieben das Thema von verschiedenen Seiten. Zur Primetime zeigte der Sender den Spielfilm „Gran Torino“, der sich mit Rassismus beschäftigt und einen Marktanteil von 17,4 Prozent erzielte.

Umfassende Informationen über „Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren“ und ihre Bedeutung für die Wettbewerbskraft der ProSiebenSat.1 Group beinhaltet der Geschäftsbericht 2011 auf den Seiten 92 bis 99.

Nachtragsbericht

Zwischen dem 31. März 2012 und dem 2. Mai 2012, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, sind keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group bzw. der ProSiebenSat.1 Media AG haben. Der Bericht für das erste Quartal 2012 wird am 10. Mai 2012 veröffentlicht.

Risikobericht

**Gesamtaussage zur Risikosituation
des Konzerns - Beurteilung aus
Sicht der Unternehmensleitung.**

Das unternehmerische Handeln der ProSiebenSat.1 Group ist darauf ausgerichtet, mögliche Risiken zu identifizieren, zu analysieren und aktiv zu steuern sowie Chancen auf zusätzliche Umsatz- und Ertragspotenziale konsequent zu nutzen. 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 2011 hat sich folglich keine grundlegende Änderung der Gesamtrisikolage ergeben.

RISIKO- UND CHANCENMANAGEMENT BEI PROSIEBENSAT.1

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 eingehenden Analyse der wichtigsten Einzelrisiken bzw. der konsolidierten Betrachtung der Hauptrisikogruppen („Externe Risiken“, „Vertriebsrisiken“, „Content Risiken“, „Technologische Risiken“, „Organisatorische Risiken“, „Finanzwirtschaftliche Risiken“ sowie „Compliance Risiken“) bzw. der konsolidierten Betrachtung der drei Hauptrisikogruppen des Konzerns (Operative Risiken, Finanzwirtschaftliche Risiken und 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 unternehmensexternen Steuerungssystems. Für eine umfassende Darstellung der Risikokategorien und des konzernweit gültigen Risikomanagementsystems verweisen wir auf die Ausführungen im Geschäftsbericht 2011 ab Seite 101, potenzielle Chancen werden im Geschäftsbericht 2011 ab Seite 116 beschrieben. Darüber hinaus hat ProSiebenSat.1 im Berichtszeitraum keine weiteren wesentlichen Chancen oder Risiken identifiziert.

Prognosebericht

Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

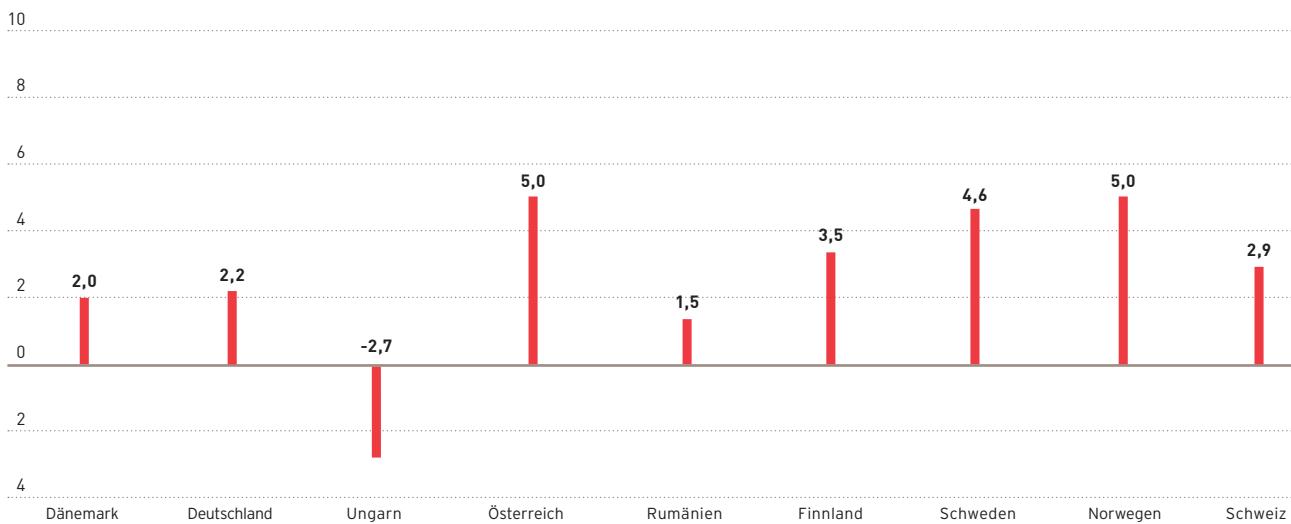
Im Jahr 2012 wird die Weltwirtschaft voraussichtlich auf Expansionskurs bleiben, allerdings mit geringerer Dynamik als im Jahr 2011. Der Internationale Währungsfonds prognostiziert derzeit ein reales Wachstum von 3,5 Prozent - nach plus 3,9 Prozent im Vorjahr. Für die Eurozone sind die Perspektiven vor dem Hintergrund der Schuldenkrise sehr verhalten, für das Gesamtjahr wird ein Minus von 0,3 Prozent erwartet. Neben Griechenland und Polen werden vor allem Italien (IWF-Prognose: -1,9%) und Spanien (IWF-Prognose: -1,8%) mit Rezessionen zu kämpfen haben.

Im Vergleich zu den europäischen Nachbarn sind die Aussichten für die deutsche Wirtschaft relativ positiv. Im Winterhalbjahr 2011/2012 kam es im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mit minus 0,2 Prozent im vierten Quartal 2011 und voraussichtlich plus 0,1 Prozent im ersten Quartal 2012 zu einer Konjunkturabkühlung. Ab dem zweiten Quartal 2012 ist aber wieder mit einer Wachstumsbeschleunigung zu rechnen. Zwar wird die Schwäche der europäischen Handelspartner die Exportdynamik dämpfen, dafür sind die Randbedingungen für eine stabile Binnenkonjunktur recht günstig. Der Arbeitsmarkt entwickelt sich weiter positiv, die Haushaltseinkommen steigen - auch dank teilweise recht hoher Lohnabschlüsse. Dies sollte den privaten Konsum beleben. Überdies wirken die einheitliche Geldpolitik und das historisch niedrige Zinsniveau im Euroraum für die deutsche Wirtschaft weiterhin expansiv - und stimulieren damit Investitionen. Für das Gesamtjahr 2012 rechnen die führenden deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute in ihrer Gemeinschaftsdiagnose mit einem abgeschwächten, in Anbetracht der schwierigen Lage im europäischen Umfeld aber immer noch recht soliden Plus von 0,9 Prozent. Die makroökonomischen Unsicherheiten bleiben allerdings beträchtlich. Vor allem eine erneute Zuspitzung der Euro-Schuldenkrise könnte die leichte Erholung schnell wieder gefährden. Die Konjunkturaussichten in den internationalen Märkten der ProSiebenSat.1 Group sind, von den osteuropäischen Ländern abgesehen, ebenfalls relativ positiv.

Da es sich bei TV-Werbeausgaben um Investitionen von Unternehmen handelt, steht die Entwicklung der Werbemarkte in enger Beziehung zur derzeitigen und zukünftig erwarteten allgemeinen Wirtschaftslage. Auch 2011 ging das recht dynamische deutsche Wirtschaftswachstum (+3,0 Prozent) mit einem soliden Wachstum der TV-Werbeinvestitionen einher (Zenith-Prognose: +3,0% netto). Im laufenden Jahr bleibt der positive Konjunkturtrend voraussichtlich erhalten, könnte sich aber abschwächen. Dementsprechend liegen auch die Nettoprognosen der Agenturgruppe ZenithOptimedia und des World Advertising Research Center (WARC) mit plus 2,2 bzw. plus 1,4 Prozent Wachstum niedriger als im Vorjahr. Die Prognosen für die internationalen TV-Werbemarkte der ProSiebenSat.1 Group bewegen sich ebenfalls fast durchweg im positiven Bereich.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES TV-WERBEMARKTS IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN 2012

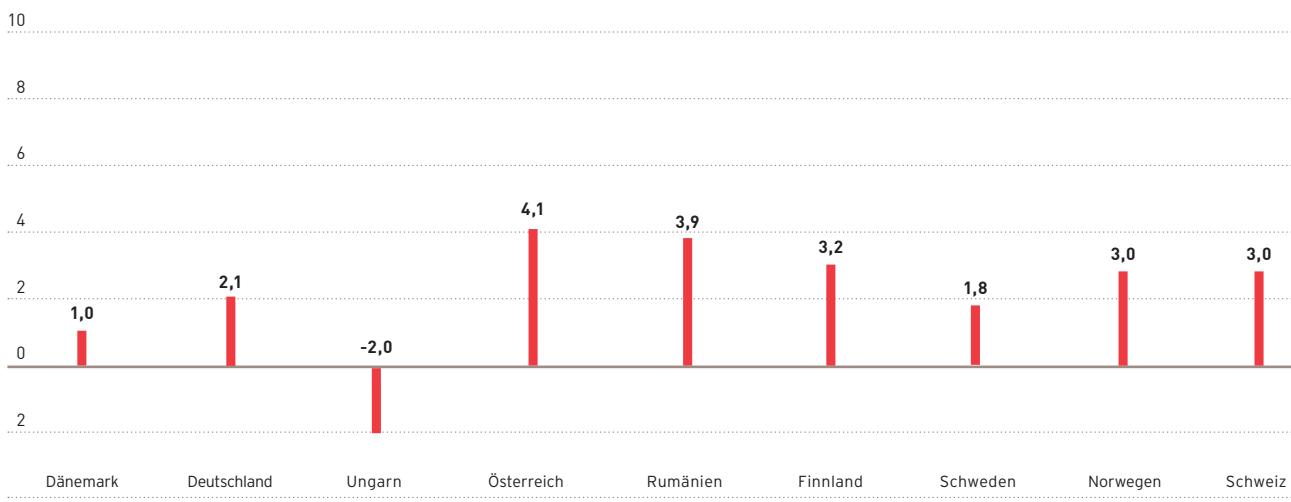
in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



Quelle: ZenithOptimedia (3/2012), Zahlen auf Nettobasis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DES GESAMTWERBEMARKTS IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN 2012

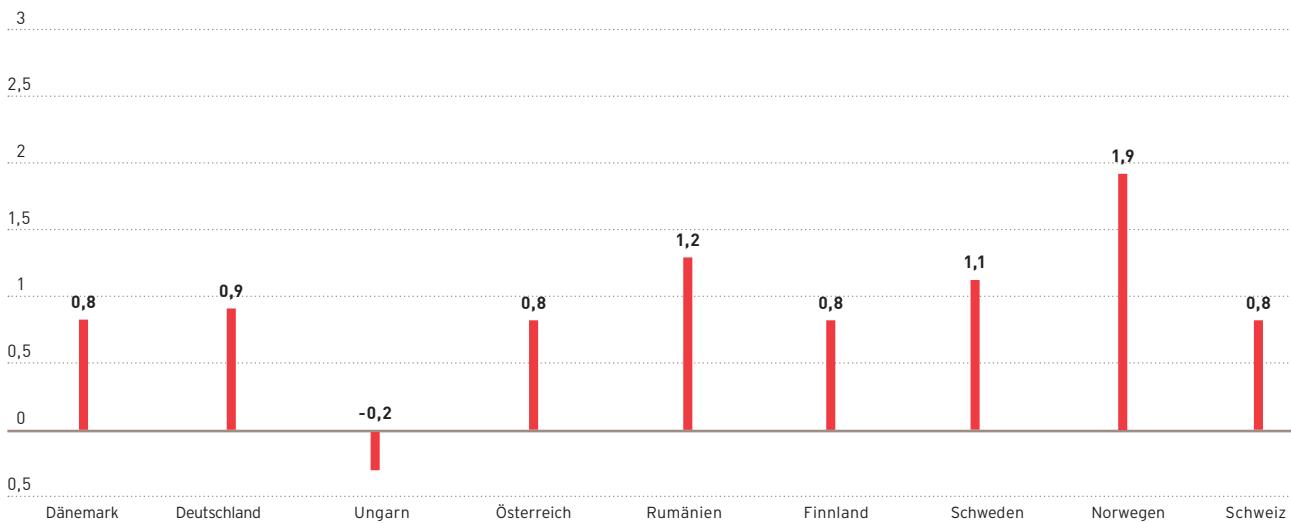
in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



Quelle: ZenithOptimedia (3/2012), Zahlen auf Nettobasis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen.

PROGNOSSEN FÜR DAS REALE BIP IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN 2012

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



Quelle: Eurostat (Stand: 19.04.2012).

TV-Werbung erreicht sehr schnell viele Konsumenten und zeichnet sich durch eine hohe Sugestivkraft aus. Durch die Kommunikation von emotionalen Geschichten mit Bewegtbild und Ton bzw. Musik transportiert TV-Werbung Werbebotschaften mit hoher Glaubwürdigkeit. Diese Wirksamkeit für die Markenkommunikation können statische Bilder in Zeitschriften oder Online-Banner nicht transportieren. Daher ist davon auszugehen, dass Bewegtbild auch in Zukunft die effektivste Möglichkeit für die Markenkommunikation bleibt. Ein Beleg dafür ist auch, dass Bewegtbildwerbeformen im Internet das am schnellsten wachsende Segment innerhalb der Onlinewerbung darstellen. Bei Vergleichen mit der Internetnutzung sollte beachtet werden, dass das Internet in erster Linie einen Übertragungsweg und kein Medium darstellt. Nur ca. 40 Prozent der online verbrachten Nutzungszeit entspricht der Mediennutzung im klassischen Sinn. Der Rest entfällt auf Kommunikation, Spielen, Einkaufen oder Online-Banking. Print erreicht zwar ebenfalls alle Zielgruppen, aber mit rückläufiger Tendenz. Vor diesem Hintergrund dürfte TV-Werbung auch künftig seinen Anteil am Media-Mix weiter steigern.

Unternehmensausblick

Die ProSiebenSat.1 Group hat zuletzt im Geschäftsbericht 2011 (Seite 124ff.) einen Jahresausblick für den Planungszeitraum 2012 und 2013 gegeben. Dieser ist auf der Konzernwebpage unter www.prosiebensat1.com abrufbar.

Die Wirtschaftsforschungsinstitute prognostizieren für unsere wichtigsten Umsatzmärkte eine weitere - wenn auch weniger dynamische - Fortsetzung des konjunkturellen Aufwärtstrends im Jahr 2012. Dies dürfte die Entwicklung der TV-Werbemarkte widerspiegeln, wobei unsere Prognosen nach wie vor etwas konservativer ausfallen als die Erwartungen der Forschungsinstitute. Unsere aktuelle Umsatzerwartung für den Konzern bewegt sich weiterhin im Rahmen der im März 2012 veröffentlichten Prognosen. So streben wir auf Jahressicht unverändert einen Anstieg des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Dazu werden voraussichtlich alle Segmente beitragen, wobei der Konzern dynamische Zuwachsrate vor allem im Diversifikationsbereich (Digital & Adjacent und Content Production & Global Sales) erwartet. Allein im Segment Digital & Adjacent sollen die Umsätze bis 2015 jährlich im zweistelligen Prozentbereich steigen. In regionaler Hinsicht sieht das Unternehmen für 2012 vor allem in Skandinavien weitere Wachstumschancen. Für den Konzern haben wir bis 2015 ein zusätzliches Umsatzpotenzial von insgesamt 750 Mio Euro identifiziert, bezogen auf den Gruppenumsatz im Jahr 2010.

Im Rahmen der langfristig ausgerichteten „Vier-Säulen-Strategie 2015“ wird die ProSiebenSat.1 Group ihr Portfolio über alle Segmente hinweg deutlich erweitern und in Wachstumsfelder wie die Games-Sparte oder die Content-Produktion von Red Arrow investieren. Zudem wird das Unternehmen in seinen internationalen Märkten verstärkt in attraktive TV-Inhalte und junge Sender investieren, um seine Distributionserlöse zu steigern und am Marktwachstum zu partizipieren. Größere Akquisitionen sind derzeit jedoch nicht geplant. Für unseren Verschuldungsgrad haben wir einen Zielkorridor von 1,5 bis 2,5 definiert, an dem wir festhalten.

Unsere Wachstumsstrategie beruht auf der Zielsetzung, das bestehende Werbeinventar zu nutzen, um neue Märkte zu erschließen. Ein Erfolgsbeispiel hierfür ist die Vermarktung ungenutzter Werbezeiten an Start-up-Unternehmen nach dem Prinzip Medialeistung gegen Umsatzbeteiligung. Gleichzeitig besitzt ProSiebenSat.1 als Fernsehunternehmen ein umfangreiches Inventar an hochwertigen Bewegtbildern, das wir über alle Plattformen von TV über Mobile bis zu Online und Video-on-Demand einsetzen können. Mit werbefinanzierten Online-Portalen wie MyVideo hat der Konzern in den vergangenen Jahren im Internet Marken mit hohem Bekanntheitsgrad etabliert. Neben der „Professionalisierung“ von MyVideo „als Premium Plattform für kostenlose Inhalte im Web“ steht der weitere Ausbau von Deutschlands führendem Video-on-Demand-Portal maxdome auf unserer Agenda.

Das Umsatzwachstum dürfte auf Jahressicht zu einem Anstieg des recurring EBITDA auf über 850 Mio Euro führen. In Bezug auf das bereinigte Jahresergebnis ist es ebenfalls unsere Zielsetzung für 2012, einen neuen Rekordwert zu erreichen. Neben höheren Umsätzen werden geringere Zins- und Finanzierungsaufwendungen von voraussichtlich über 50 Mio Euro zu einer erneuten Steigerung des bereinigten Konzernjahresüberschusses beitragen.

ANMERKUNG ZU DEN VORAUSSCHAUENDEN AUSSAGEN ZUR KÜNFTIGEN ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

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 Faktoren werden im Geschäftsbericht 2011 ab Seite 101 beschrieben. Sollten eine oder gar mehrere dieser Unwägbarkeiten eintreten oder 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.

Es geht spannend weiter - mit vielen TV-Überraschungen und guten Bekannten.

PROGRAMM-AUSBlick



GOLDENE STIMME....(a) In der neuen SAT.1-Talent-Game-Show „**The Winner is...**“ schätzen die Kandidaten ein, wieviel ihre Stimme wert ist. In der Sendung mit Linda de Mol geht es für die Teilnehmer um eine Million Euro - ab dem 11. April in SAT.1, dann immer freitags um 20.15 Uhr

GRÜNE WOCHE....(b) Ab dem 14. Mai wird ProSieben wieder grün. Bereits zum vierten Mal veranstaltet der Sender eine Themenwoche unter dem Motto „**Green Seven 2012**“. Der Sender vermittelt seinem jungen Publikum auf unterhaltsame Weise, was jeder für die Umwelt tun kann.



LECKERES GERICHT....(c) Auf dem finnischen Sender TV5 wird ab dem 5. Mai gekocht: In „**Ruokamatkalla**“ steht die bekannte finnische Köchin Ellen Kajava gemeinsam mit zwei Celebrities am Herd. TV5 zeigt insgesamt sechs Folgen, immer samstags um 16.05 Uhr.



GROSSER TRAUM....(d) Am 15. Mai 2012 startet mit „**Jill Kussmacher - Glamour, Grill & Hollywood**“ eine neue Personality-Soap auf sixx. Die Zuschauer können Jills Weg von der Bratwurst-Prinzessin zum Hollywood-Star verfolgen. Immer dienstags um 21.15 Uhr.



HÄSSLICHE VERGANGENHEIT....(e) Der US-Serienhit „**GCB**“ wird schon jetzt als Nachfolger für die „Desperate Housewives“ gehandelt. Der schwedische Sender Kanal 5 zeigt die Drama-Serie ab dem 27. März. Das frühere Superbiest Amanda Vaughn kehrt nach dem tragischen Unfalltod ihres Mannes zurück in ihren Heimatort, wo sie auf ihre eigene Vergangenheit trifft.



KONZERN- ABSCHLUSS

36 __ Gewinn- und Verlustrechnung

37 __ Gesamtergebnisrechnung

38 __ Bilanz

39 __ Kapitalflussrechnung

40 __ Eigenkapitalveränderungs-
rechnung

41 __ Anhang

Gewinn- und Verlustrechnung

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro	Q1 2012	Q1 2011	Veränderung absolut	Veränderung in %
FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN				
1. Umsatzerlöse	634,8	595,8	39,0	7%
2. Umsatzkosten	-382,0	-359,1	-22,9	6%
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	252,8	236,7	16,1	7%
4. Vertriebskosten	-80,2	-82,8	2,6	-3%
5. Verwaltungskosten	-63,3	-57,6	-5,7	10%
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-0,1	-11,3	11,2	-99%
7. Sonstiger betrieblicher Ertrag	1,7	1,2	0,5	42%
8. Betriebsergebnis	110,9	86,2	24,7	29%
9. Zinsen und ähnliche Erträge	1,5	1,6	-0,1	-6%
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-43,5	-54,5	11,0	-20%
11. Zinsergebnis	-42,0	-52,9	10,9	21%
12. Ergebnis aus at Equity bewerteten Anteilen	6,0	3,1	2,9	94%
13. Sonstiges Finanzergebnis	0,3	10,9	-10,6	-97%
14. Finanzergebnis	-35,7	-38,9	3,2	8%
15. Ergebnis vor Steuern	75,2	47,3	27,9	59%
16. Ertragsteuern	-22,6	-11,7	-10,9	93%
17. Konzernergebnis fortgeföhrter Aktivitäten	52,6	35,6	17,0	48%
NICHT-FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN				
18. Ergebnis nicht-fortgeföhrter Aktivitäten nach Steuern	-/-	4,5	-4,5	-100%
19. Konzernergebnis	52,6	40,1	12,5	31%
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Ergebnis	50,8	38,3	12,5	33%
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	1,8	1,8	0,0	0%
in Euro				
Ergebnis je Aktie				
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,24	0,18	0,06	33%
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,24	0,18	0,06	33%
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,24	0,17	0,07	41%
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,24	0,18	0,06	33%
Ergebnis je Aktie fortgeföhrter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,24	0,16	0,08	50%
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,24	0,16	0,08	50%
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,24	0,15	0,09	60%
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,24	0,16	0,08	50%
Ergebnis je Aktie nicht-fortgeföhrter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	-/-	0,02	-0,02	-100%
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	-/-	0,02	-0,02	-100%
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	-/-	0,02	-0,02	-100%
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	-/-	0,02	-0,02	-100%

Aufgrund der Änderung der Bilanzierungsmethode zur Ermittlung des Ergebnisses je Aktie wurden die Vorjahreswerte entsprechend angepasst.
Nähtere Informationen zur geänderten Ermittlung finden sich auf Seite 168 des Geschäftsberichts 2011.

Gesamtergebnisrechnung

GESAMTERGEBNISRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro	Q1 2012	Q1 2011	Veränderung absolut	Veränderung in %
Konzernergebnis	52,6	40,1	12,5	31%
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	16,3	6,7	9,6	143%
Bewertung von Cashflow Hedges	-22,0	26,9	-48,9	-/-
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	6,3	-7,1	13,4	-/-
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	0,6	26,5	-25,9	-98%
Konzern-Gesamtergebnis	53,2	66,6	-13,4	-20%
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Gesamtergebnis	51,4	64,8	-13,4	-21%
Gesamtergebnisanteil anderer Gesellschafter	1,8	1,8	0,0	0%

Bilanz

BILANZ DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro	31.03.2012	31.12.2011	31.03.2011
A. LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
I. Immaterielle Vermögenswerte	2.200,3	2.169,3	3.068,1
II. Sachanlagen	219,1	221,3	228,5
III. At Equity bewertete Anteile	1,5	1,0	1,0
IV. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	62,5	56,5	62,9
V. Programmvermögen	1.368,5	1.337,8	1.569,4
VI. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	- / -	- / -	2,2
VII. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	2,2	2,6	3,3
VIII. Latente Ertragsteueransprüche	71,1	78,8	75,9
	3.925,2	3.867,3	5.011,3
B. KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
I. Programmvermögen	226,6	193,5	169,3
II. Vorräte	1,0	1,0	1,0
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	0,0	0,0	0,2
IV. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	295,6	279,4	309,3
V. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	47,7	39,2	41,2
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	134,9	135,3	145,5
VII. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	414,2	517,9	611,1
	1.120,0	1.166,3	1.277,6
Bilanzsumme	5.045,2	5.033,6	6.288,9

in Mio Euro	31.03.2012	31.12.2011	31.03.2011
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	218,8	218,8	218,8
II. Kapitalrücklage	576,0	575,5	578,0
III. Gewinnrücklage	833,1	782,3	424,5
IV. Eigene Anteile	-51,4	-52,5	-20,9
V. Kumulierte übriges Eigenkapital	-91,7	-92,3	-113,4
VI. Sonstiges Eigenkapital	-16,5	-0,4	- / -
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehendes Eigenkapital	1.468,3	1.431,4	1.087,0
VII. Anteile anderer Gesellschafter	8,1	10,0	6,9
	1.476,4	1.441,4	1.093,9
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Darlehen und Kredite	2.337,0	2.335,6	3.533,1
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	290,1	279,0	309,6
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	24,4	46,8	41,0
IV. Übrige Verbindlichkeiten	1,3	1,3	1,9
V. Rückstellungen für Pensionen	10,2	10,1	9,2
VI. Sonstige Rückstellungen	6,2	6,4	18,1
VII. Latente Ertragsteuerschulden	136,2	138,7	158,7
	2.805,4	2.817,9	4.071,6
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Darlehen und Kredite	0,1	0,1	230,6
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	65,8	47,5	43,6
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	372,8	410,0	461,5
IV. Übrige Verbindlichkeiten	208,5	188,5	260,0
V. Steuerrückstellungen	44,9	49,5	62,9
VI. Sonstige Rückstellungen	71,3	78,7	64,8
	763,4	774,3	1.123,4
Bilanzsumme	5.045,2	5.033,6	6.288,9

Kapitalflussrechnung

KAPITALFLUSSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro	Q1 2012	Q1 2011
Ergebnis fortgeföhrter Aktivitäten	52,6	35,6
Ergebnis nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	- / -	4,5
Konzernergebnis	52,6	40,1
Ertragsteuern	22,6	11,7
Finanzergebnis	35,7	38,9
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	26,3	41,3
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	273,5	262,0
Veränderung der Pensionsrückstellungen und sonstigen Rückstellungen	-2,7	-4,6
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	-1,0	2,0
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-2,9	0,5
Cashflow fortgeföhrter Aktivitäten	404,1	387,4
Cashflow nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	- / -	42,4
Cashflow Gesamt	404,1	429,8
Veränderung Working Capital	-74,9	-80,8
Erhaltene Dividende	5,5	- / -
Gezahlte Steuern	-24,9	-33,5
Gezahlte Zinsen	-44,3	-53,5
Erhaltene Zinsen	0,7	1,3
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeföhrter Aktivitäten	266,2	220,9
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	- / -	64,3
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit Gesamt	266,2	285,2
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	0,3	0,6
Auszahlungen für die Beschaffung von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-28,3	-19,1
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-0,3	-0,1
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	1,0	8,1
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-343,2	-348,9
Auszahlungen aus den Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-7,2	-1,7
Auszahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-0,3	-0,9
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeföhrter Aktivitäten	-378,0	-362,0
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	9,2	-46,5
davon Einzahlungen aus dem Abgang nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	9,2	- / -
Cashflow aus Investitionstätigkeit Gesamt	-368,8	-408,5
Free Cashflow	-102,6	-123,3
Auszahlung zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	-2,4	-2,4
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	1,1	4,6
Auszahlung von Dividenden an andere Gesellschafter	-0,3	-3,6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeföhrter Aktivitäten	-1,6	-1,4
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	- / -	- / -
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit Gesamt	-1,6	-1,4
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands fortgeföhrter Aktivitäten	0,5	-4,3
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands nicht-fortgeföhrter Aktivitäten	- / -	-0,6
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-103,7	-129,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	517,9	740,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	414,2	611,1

Eigenkapitalveränderungsrechnung

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP Q1 2011

in Mio Euro

	Kumulierte übriges Eigenkapital										
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklage	Eigene Anteile	Unterschiedsbetrag aus Währungs umrechnung	Bewertung von Cashflow Hedges	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesellschafter	Konzern-eigenkapital
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	- / -	- / -	38,3	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	38,3	1,8	40,1
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- / -	- / -	- / -	- / -	6,7	26,9	-7,1	- / -	26,5	- / -	26,5
Konzern-Gesamtergebnis	- / -	- / -	38,3	- / -	6,7	26,9	-7,1	- / -	64,8	1,8	66,6
Gezahlte Dividenden	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-3,6
Aktienoptionsplan	- / -	0,4	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	0,4	- / -	0,4
Erwerb eigener Anteile	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -
Sonstige Veränderungen	- / -	- / -	- / -	4,5	- / -	- / -	- / -	- / -	4,5	0,1	4,6
31. März 2011	218,8	578,0	424,5	-20,9	7,5	-166,1	45,2	- / -	1.087,0	6,9	1.093,9

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP Q1 2012

in Mio Euro

	Kumulierte übriges Eigenkapital										
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Gewinnrücklage	Eigene Anteile	Unterschiedsbetrag aus Währungs umrechnung	Bewertung von Cashflow Hedges	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesellschafter	Konzern-eigenkapital
31. Dezember 2011	218,8	575,5	782,3	-52,5	-8,4	-115,7	31,8	-0,4	1.431,4	10,0	1.441,4
Konzernergebnis	- / -	- / -	50,8	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	50,8	1,8	52,6
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- / -	- / -	- / -	- / -	16,3	-22,0	6,3	- / -	0,6	- / -	0,6
Konzern-Gesamtergebnis	- / -	- / -	50,8	- / -	16,3	-22,0	6,3	- / -	51,4	1,8	53,2
Gezahlte Dividende	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-0,3
Aktienoptionsplan	- / -	0,5	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	0,5	- / -	0,5
Erwerb eigener Anteile	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -
Sonstige Veränderungen	- / -	- / -	- / -	1,1	- / -	- / -	- / -	-16,1	-15,0	-3,4	-18,4
31. März 2012	218,8	576,0	833,1	-51,4	7,9	-137,7	38,1	-16,5	1.468,3	8,1	1.476,4

Konzernanhang für den Zwischenabschluss zum 31. März 2012 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 gehört mit ihren Tochtergesellschaften (das Unternehmen, der Konzern oder ProSiebenSat.1 Group) zu den führenden Medienunternehmen Europas. Kerngeschäft des Konzerns ist werbefinanziertes Fernsehen. Daneben gehören zahlreiche Onlineangebote, Aktivitäten in verwandten Geschäftszweigen wie Games, Ventures, Licensing und Music sowie die Produktion und der weltweite Vertrieb von Programmen zum Portfolio der ProSiebenSat.1 Media AG.

2 Grundlagen der Rechnungslegung

Der Konzern-Zwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Group zum 31. März 2012 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 2011 und dem darin enthaltenen Anhang zu lesen, den die ProSiebenSat.1 Media AG am 30. März 2012 veröffentlicht hat.

Aus Sicht der Unternehmensleitung enthält dieser Konzern-Zwischenabschluss alle üblichen, laufend vorzunehmenden Anpassungen, um ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild des Geschäftsverlaufes des Unternehmens im Berichtszeitraum darzustellen. Die im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2012 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 31. März 2012 angewendet wurden, sind mit Ausnahme der nachfolgend dargestellten Änderung dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2011 zu Grunde lagen. Für weiter gehende Angaben zu den angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze verweisen wir auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2011 (vgl. Seiten 146 - 158 des Geschäftsberichts 2011), der die Grundlage für den vorliegenden Zwischenabschluss darstellt.

Im Geschäftsjahr 2012 hat die ProSiebenSat.1 Group ihre Segmentberichterstattung geändert und berichtet nun über die Segmente Broadcasting German-speaking, Broadcasting International, Digital & Adjacent sowie Content Production & Global Sales (siehe Ziffer 5 „Segmentberichterstattung“).

Die Änderung wurde rückwirkend durchgeführt, die Vergleichszahlen wurden entsprechend angepasst.

Die ProSiebenSat.1 Group hat die folgenden, ab dem Geschäftsjahr 2012 erstmals verpflichtend anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften bzw. Änderungen an bestehenden Rechnungslegungsvorschriften umgesetzt:

- › Geänderter IFRS 7 („Finanzinstrumente: Angaben“): Angaben zur Übertragung finanzieller Vermögenswerte

Diese neue bzw. geänderte Rechnungslegungsvorschrift sowie weitere „Jährliche Verbesserungen an den IFRS“, die im Geschäftsjahr 2012 erstmalig anzuwenden sind, haben auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group im Konzern-Zwischenabschluss zum 31. März 2012 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 31. März 2012 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 IAS 32
 („Finanzinstrumente: Saldierung finanzieller Vermögenswerte und Schulden“)
- › IFRS 1 („Erstmalige Anwendung der IFRS: Darlehen der öffentlichen Hand“)
- › IFRS 9 („Finanzinstrumente“)
- › IFRS 10 („Konzernabschlüsse“)
- › IFRS 11 („Gemeinschaftliche Vereinbarungen“)
- › IFRS 12 („Angaben zu Beteiligungen an anderen Unternehmen“)
- › IFRS 13 („Bemessung des beizulegenden Zeitwerts“)
- › IFRIC 20 („Abraumkosten in der Produktionsphase einer im Tagebau erschlossenen Mine“)

Nach unserer gegenwärtigen Einschätzung ist davon auszugehen, dass die Auswirkungen der genannten Standards und Interpretationen eine untergeordnete Bedeutung auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group haben werden.

4

Konsolidierungskreis

Die Anzahl der im Rahmen der Vollkonsolidierung in den Konzern-Zwischenabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2012 wie folgt geändert:

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2011	56	95	151
Zugänge	1	4	5
Abgänge	0	0	0
Einbezogen zum 31.03.2012	57	99	156

Die ProSiebenSat.1 Media AG verfügt bei diesen Gesellschaften unmittelbar oder mittelbar über die Mehrheit der Stimmrechte oder kann auf andere Weise auf die Tätigkeiten der Gesellschaften beherrschenden Einfluss nehmen. Neben den vollkonsolidierten Unternehmen werden zum 31. März 2012 acht (31. Dezember 2011: 7) assoziierte Unternehmen und vier Gemeinschaftsunternehmen (31. Dezember 2011: 2) 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.

Akquisitionen im ersten Quartal 2012

Am 27. Februar 2012 hat die ProSiebenSat.1 Group eine Beteiligung von 53,98% an der LHB Ltd., London, Großbritannien erworben, deren wichtigste Beteiligung die CPL Productions Ltd., London, Großbritannien ist. Bereits am 25. November 2011 hatte der Konzern eine Beteiligung von 90% an der Hard Hat AB, Stockholm, Schweden erworben, welche aus Wesentlichkeitsgründen zum Jahresende 2011 als verbundenes, nicht konsolidiertes Unternehmen ausgewiesen wurde. Im Rahmen der Erstkonsolidierung beider Gesellschaften wurden Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 8,2 Mio Euro aktiviert. Hierüber hinaus wurden keine wesentlichen immateriellen Vermögenswerte erfasst. Ebenso hat die ProSiebenSat.1 Group am 15. März 2012 beherrschende Mehrheitsbeteiligungen an der Endor Productions Ltd., London, Großbritannien sowie zum 28. März 2012 an der Austria 9 TV GmbH, Wien, Österreich erworben, die zum 31. März 2012 aus Wesentlichkeitsgründen als verbundene, nicht konsolidierte Unternehmen ausgewiesen werden. Die Akquisitionen sind weder einzeln noch zusammen genommen wesentlich für die Darstellung der Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns.

Weitere Akquisitionen fanden während des ersten Quartals 2012 nicht statt.

Mit Vertrag vom 23. März 2012 hat die ProSiebenSat.1 Media AG über ihre 100%-ige Tochtergesellschaft ProSiebenSat.1 Digital GmbH, Unterföhring, mit den Minderheitsgesellschaftern ihrer Tochtergesellschaft Wetter.com AG, Singen eine Put-Option über die verbleibenden Anteile vereinbart, deren Fair Value zum Vertragszeitpunkt 19,1 Mio Euro als finanzielle Verbindlichkeit erfasst wurde, da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Verbindlichkeit der Put-Option zu erfüllen. Da es sich hierbei um eine Transaktion mit Anteilseignern handelt, wurde die Differenz zwischen dem Kaufpreis und den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter in Übereinstimmung mit den Vorschriften von IAS 27 erfolgsneutral im sonstigen Eigenkapital erfasst.

Wesentliche Akquisitionen im ersten Quartal 2011

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 wurde dem damaligen Segment Diversifikation zugeordnet und ist nach der Änderung der Segmentberichterstattung im Geschäftsjahr 2012 dem Segment Digital & Adjacent zugeordnet (siehe Ziffer 5 „Segmentberichterstattung“). 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 und zum 31. März 2012 2,8 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 zum Erwerbszeitpunkt 8,2 Mio Euro betrug. Zum 31. März 2012 beträgt der Buchwert dieser Vereinbarung 8,9 Mio Euro. Darüber hinaus wurde am Ende des Geschäftsjahrs 2010 eine Zahlung in Höhe von 6,0 Mio Euro geleistet.

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 ProSiebenSat.1 Group. Es werden lediglich die Bilanzposten dargestellt, die zu diesem Zeitpunkt Werte aufwiesen:

in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbszeit- punkt	Step up	Fair Value zum Erwerbszeit- punkt
Immaterielle Vermögenswerte	3,9	- / -	3,9
Sachanlagen	0,1	- / -	0,1
Langfristiges Programmvermögen	1,2	- / -	1,2
Latente Ertragsteueransprüche	1,7	- / -	1,7
Langfristige Vermögenswerte	6,9	- / -	6,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5,9	- / -	5,9
Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	0,3	- / -	0,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2,6	- / -	2,6
Kurzfristige Vermögenswerte	8,8	- / -	8,8
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	0,0	- / -	0,0
Darlehen und Kredite	-16,5	- / -	-16,5
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-14,8	- / -	-14,8
Sonstige Rückstellungen	-4,5	- / -	-4,5
Sonstige Verbindlichkeiten	0,0	- / -	0,0
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	-35,8	- / -	-35,8
Netto-Reinvermögen	-20,1	- / -	-20,1
Kaufpreis nach IFRS 3			22,7
Geschäfts- oder Firmenwert			42,8

Der Geschäfts- oder Firmenwert, der zum jetzigen Zeitpunkt steuerlich vollständig abgeschrieben ist, setzt sich aus potenziellen Synergieeffekten, strategischem Entwicklungspotenzial sowie der Weiterentwicklung der bestehenden Plattform inklusive der Erschließung neuer Geschäftsfelder zusammen.

Im Geschäftsjahr 2011 erzielte die maxdome GmbH & Co. KG einen Umsatz in Höhe von 20,9 Mio Euro sowie einen Verlust vor Steuern in Höhe von 5,0 Mio Euro.

Veräußerung von Tochterunternehmen in Belgien und den Niederlanden im Geschäftsjahr 2011

Im Geschäftsjahr 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 Mediunternehmen. Aufgrund des hiermit einhergehenden Kontrollverlustes wurden die betroffenen Unternehmen zu den jeweiligen Veräußerungsdaten entkonsolidiert. 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, auch wenn die Kriterien zur Bilanzierung nach IFRS 5 im ersten Quartal des Geschäftsjahrs 2011 noch nicht erfüllt waren.

Die folgende Tabelle enthält das Ergebnis aus nicht-fortgeföhrten Aktivitäten (d.h. der verkauften Tochterunternehmen in Belgien und den Niederlanden) im ersten Quartal 2011:

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG NICHT-FORTGEFÖHRTE AKTIVITÄTEN

in Mio Euro	Q1 2012	Q1 2011
1. Umsatzerlöse	- / -	88,2
2. Aufwendungen	- / -	-83,6
3. Betriebsergebnis	- / -	4,6
4. Finanzergebnis	- / -	3,8
5. Betriebsergebnis vor Steuern	- / -	8,4
4. Ertragsteuern	- / -	-3,9
5. Betriebsergebnis nach Steuern	- / -	4,5
6. Veräußerungsgewinn aus aufgegebenem Geschäftsbereich	- / -	- / -
7. Ertragsteuern auf Veräußerung	- / -	- / -
8. Ergebnis nach Steuern	- / -	4,5

Das Ergebnis aus nicht-fortgeföhrten Aktivitäten ist vollständig den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen. Aus der zum 31. Dezember 2011 bestehenden Kaufpreisforderung flossen dem Konzern im ersten Quartal 2012 9,2 Mio Euro zu.

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 ab dem Geschäftsjahr 2012 über die vier Segmente Broadcasting German-speaking, Broadcasting International, Digital & Adjacent sowie Content Production & Global Sales. Bislang war die Segmentstruktur des Konzerns in die drei Segmente Free-TV im deutschsprachigen Raum, Free-TV International und Diversifikation aufgeteilt. Die Vorjahreszahlen wurden gemäß IFRS 8.29 angepasst.

Dem Segment Broadcasting German-speaking werden im Wesentlichen die Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx sowie die SAT.1-Regionalgesellschaften, der Vermarkter SevenOne Media sowie die Konzerttöchter in Österreich und der Schweiz zugeordnet.

Zum Segment Broadcasting International gehören die werbefinanzierten TV-Sender in Nord-europa (Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden) und im zentral- und osteuropäischen Raum (Rumänien und Ungarn) sowie die Radiosender in Nordeuropa. Im Geschäftsjahr 2011 waren in diesem Segment auch die Radiosender in Griechenland (bis September 2011) und Bulgarien (bis November 2011) enthalten. Im Geschäftsjahr 2011 wurden die TV-Aktivitäten in den Benelux-Ländern (Niederlande und Belgien) veräußert. Aus diesem Grund wurden die nachfolgenden Tabellen angepasst, um die Auswirkungen der nicht-fortgeföhrteten Aktivitäten auf die Segmente darzustellen.

Das Segment Digital & Adjacent umfasst die Bereiche Online-, Pay- und Mobile-TV, Games und den Bereich Ventures, während das Segment Content Production & Global Sales die im Bereich internationale Programmproduktion tätige Red Arrow Entertainment Group sowie den globalen Programmvertrieb der SevenOne International beinhaltet.

Der im Geschäftsjahr 2011 veräußerte, dem damaligen Segment Diversifikation zugeordnete Bereich Print, wird gesondert unter „nicht-fortgeföhrtete Aktivitäten“ ausgewiesen.

SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP Q1 2012

	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Broadcasting International	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Produc- tion & Global Sales	Summe Segmente fortgeföhrt Aktivitäten	Nicht- fortgeföhrt Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzern- abschluss
in Mio Euro	Q1 2012	Q1 2012	Q1 2012	Q1 2012	Q1 2012	Q1 2012	Q1 2012	Q1 2012
Umsatzerlöse	435,7	135,4	70,7	19,9	661,7	- / -	-26,9	634,8
Außenumsätze	417,9	135,4	70,5	11,0	634,8	- / -	- / -	634,8
Innenumsätze	17,8	0,0	0,2	8,9	26,9	- / -	-26,9	- / -
Recurring EBITDA	108,6	16,9	17,6	-1,5	141,6	- / -	- / -	141,6

SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP Q1 2011

	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Broadcasting International	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Produc- tion & Global Sales	Summe Segmente fortgeföhrt Aktivitäten	Nicht- fortgeföhrt Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzern- abschluss
in Mio Euro	Q1 2011	Q1 2011	Q1 2011	Q1 2011	Q1 2011	Q1 2011	Q1 2011	Q1 2011
Umsatzerlöse	426,8	128,0	54,1	19,5	628,4	88,2	-32,6	684,0
Außenumsätze	410,6	127,4	53,8	4,0	595,8	88,2	- / -	684,0
Innenumsätze	16,2	0,6	0,3	15,5	32,6	- / -	-32,6	- / -
Recurring EBITDA	97,8	20,3	10,3	0,4	128,8	13,9	-0,1	142,6

Nachfolgend werden die Überleitungsrechnungen von den Segmentwerten auf die entsprechenden Konzernwerte dargestellt:

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ZU DEN SEGMENTINFORMATIONEN

in Mio Euro	Q1 2012	Q1 2011
RECURRING EBITDA		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	141,6	128,8
Recurring EBITDA aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	- / -	13,9
Eliminierungen	- / -	-0,1
Recurring EBITDA des Konzerns	141,6	142,6
Non-recurring Ergebnis	-4,4	-7,8
Finanzergebnis	-35,7	-35,1
plärmäßige Abschreibungen	-26,0	-32,6
Wertminderungen	-0,3	-11,4
Eliminierung Ergebnis vor Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	- / -	-8,4
Konzernergebnis vor Steuern aus fortgeführten Aktivitäten	75,2	47,3

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 (Rumänien und Ungarn sowie im ersten Quartal 2011 Bulgarien und Griechenland), BE/NL (Belgien, Niederlande), Sonstige (USA, UK) sowie die nicht-fortgeführten Aktivitäten des TV- bzw. Print-Bereichs in BE/NL (Belgien, Niederlande) unterschieden.

ANGABEN AUF UNTERNEHMENSEBENE

Geografische Aufteilung	Deutschsprachig		Nordic		CEE		BE/NL		Nicht-fortgeföhrte Aktivitäten		Sonstige		Summe Konzernabschluss	
	Q1 2012	Q1 2011	Q1 2012	Q1 2011	Q1 2012	Q1 2011	Q1 2012	Q1 2011	Q1 2012	Q1 2011	Q1 2012	Q1 2011	Q1 2012	Q1 2011
in Mio Euro	487,9	464,3	121,7	109,1	16,8	20,0	3,2	1,7	0,0	88,2	5,2	0,7	634,8	684,0
Außenumsätze														

Aufgrund der Änderung der Segmentberichterstattung stellt der im Geschäftsjahr 2011 dem Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum zugeordnete Produktionsbereich nunmehr als operatives Segment Content Production & Global Sales eine eigenständige zahlungsmittelgenerierende Einheit für Zwecke des Werthaltigkeitstests für den Geschäfts- oder Firmenwert nach IAS 36 dar. Hieraus ergaben sich keine Auswirkungen auf die Werthaltigkeitsbeurteilung des Geschäfts- oder Firmenwerts.

6 Finanzielle Verbindlichkeiten und Sicherungsbeziehungen

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Geschäftsjahr 2011 einen Teil ihrer endfälligen Darlehen (Term Loans B und C) vorzeitig zurückgezahlt. Gleichzeitig wurden 2.083,7 Mio Euro der verbleibenden Darlehen bis Juli 2016 verlängert und als neues Term Loan D aufgelegt. Insgesamt haben die Darlehen zum 31. März 2012 ein Nominalvolumen von 2.359,7 Mio Euro. Die Darlehensverbindlichkeiten werden variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge zwischen 1,0 und 2,5 Prozent verzinst. Im Februar 2012 hat die ProSiebenSat.1 Group zur Absicherung des Zinsrisikos im Zeitraum 2014 bis 2016 einen Teil ihrer Zinssicherungsinstrumente (Zinsswaps) in Höhe von 1.050,0 Mio Euro bis 2016 verlängert. Der durchschnittliche Festzinsatz für diese Zinsswaps verringert sich dadurch von rund 4,6 Prozent auf rund 3,4 Prozent. Die verlängerten Zinsswaps erfüllen ebenso wie die bisherigen Sicherungsinstrumente die Voraussetzungen des IAS 39 zur Anwendung von Cash-Flow Hedge Accounting. Darüber hinaus

hat die ProSiebenSat.1 Media Group im März 2012 weitere Zinssicherungsgeschäfte mit einem Nominalvolumen in Höhe von insgesamt 450,0 Mio Euro abgeschlossen. Diese Geschäfte sichern ebenfalls das Zinsrisiko im Zeitraum 2014 bis 2016 ab.

Zum 31. März 2012 hat sich aufgrund dieser Transaktionen das Laufzeitenprofil der betroffenen finanziellen Verbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group im Vergleich zum 31. Dezember 2011 wie folgt geändert:

in Mio Euro	bis 12 Monate	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	Summe Vertragliche Cashflows
Bankdarlehen	82,8	2.641,4	- / -	2.724,2
Zinsswaps	59,3	106,5	- / -	165,8

Da die oben beschriebenen Sicherungsmaßnahmen das Zinsrisiko zwischen 2014 und 2016 absichern, hat sich durch diese Transaktion das Zinsrisikoprofil zum 31. März 2012 im Vergleich zum 31. Dezember 2011 nicht verändert.

Die Absicherungsquote beträgt zum 31. März 2012 unverändert 100 Prozent (31. Dezember 2011: 100%)

7 Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Gegenüber den im Geschäftsbericht 2011 ausgewiesenen Positionen ergaben sich bis zum 31. März 2012 in der ProSiebenSat.1 Group keine wesentlichen Änderungen.

8 Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Andreas Bartl, Vorstand TV Deutschland, hat die ProSiebenSat.1 Media AG auf eigenen Wunsch zum 1. März 2012 verlassen. Sein neues Unternehmen Bartl Media widmet sich der Entwicklung von neuen Fernsehsendern, TV-Formaten sowie künstlerischen Talenten. In dieser Funktion wird Andreas Bartl auch die ProSiebenSat.1 Media AG beraten. Den Vorstandsbereich von Andreas Bartl hat kommissarisch Thomas Ebeling, CEO der ProSiebenSat.1 Group übernommen. Vorsitzender der Geschäftsführung der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH ist kommissarisch ProSieben-Geschäftsführer Jürgen Hörner.

Zum 31. März 2012 haben sich die Geschäftsbeziehungen der ProSiebenSat.1 Group mit nahestehenden Unternehmen und Personen im Vergleich zum 31. Dezember 2011 nicht wesentlich geändert.

9 Aktienoptionsplan und eigene Aktien

Im ersten Quartal 2012 wurden 713.250 Aktienoptionen des Cycle 2009 ausgeübt. Dadurch verringerte sich die Anzahl der eigenen Aktien von 7.640.000 zum 31. Dezember 2011 auf 6.926.750 zum 31. März 2012.

10 Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Zwischen dem Ende des ersten Quartals 2012 und dem 2. Mai 2012, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, sind keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group beziehungsweise der ProSiebenSat.1 Media AG haben.

2. Mai 2012

Der Vorstand

WEITERE INFORMATIONEN

50 __ Kennzahlen: Mehrjahresübersicht

51 __ Impressum

52 __ Finanzkalender

Kennzahlen:
Mehrjahresübersicht

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT

in Mio Euro	Q1 2012	Q1 2011	Q1 2010	Q1 2009	Q1 2008	Q1 2007	Q1 2006
Konzernumsatz	634,8	595,8	658,4	627,0	729,1	501,2	465,3
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	11,8	7,9	4,8	-1,1	-1,2	13,5	10,8
Gesamtkosten	525,6	510,8	574,2	577,6	682,7	432,2	407,0
Operative Kosten ¹	494,9	467,0	532,2	536,3	644,1	422,1	- / -
Werteverzehr des Programmvermögens	273,3	262,0	278,4	278,2	353,8	248,0	241,3
Recurring EBITDA ²	141,6	130,0	128,6	93,8	88,5	82,1	- / -
Recurring EBITDA Marge (in %)	22,3	21,8	19,5	15,0	12,1	16,4	- / -
EBITDA	137,2	127,5	119,2	90,4	84,8	82,0	70,6
Einmaleffekte (saldiert) ³	-4,4	-2,5	-9,4	-3,4	-3,7	-0,1	- / -
Betriebsergebnis (EBIT)	110,9	86,2	86,6	59,0	49,9	71,9	61,1
Finanzergebnis	-35,7	-38,9	-54,9 ⁷	-66,2	-58,4	-4,4	-11,0
Ergebnis vor Steuern	75,2	47,3	31,7 ⁷	-7,0	-8,5	67,5	50,1
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	50,8	33,8	21,7 ⁷	-1,7	-7,9	40,6	30,7
Ergebnis nicht-fortgeföhrter Aktivitäten nach Steuern	- / -	4,5	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -
Bereinigter Konzernüberschuss ⁴	54,5	33,8	32,3 ⁷	11,6	6,1	41,7	- / -
Investitionen in das Programmvermögen	343,2	348,9	397,8	380,0	351,6	269,9	249,1
Free-Cash-Flow	-111,8	-141,1	-139,0	-103,4	-73,1	32,6	-24,5
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-378,0	-362,0	-400,7	-383,0	-340,4	-260,4	-255,4

in Mio Euro	31.03.2012	31.03.2011	31.03.2010	31.03.2009	31.03.2008	31.03.2007	31.03.2006
Programmvermögen	1.595,1	1.738,7	1.638,8	1.460,0	1.290,4	1.066,8	1.061,4
Eigenkapital	1.476,4	1.093,9	656,9 ⁷	443,5 ⁷	1.012,2 ⁷	1.293,6	1.214,8
Eigenkapitalquote (in %)	29,3	17,4	10,6 ⁷	7,5 ⁷	16,8 ⁷	63,7	59,5
Liquide Mittel	414,2	611,1	604,1	509,0	296,4	95,5	129,7
Finanzverbindlichkeiten	2.337,1	3.763,7	4.034,9	4.021,6	3.711,3	185,8	384,6
Verschuldungsgrad ⁵	2,2	3,4	4,7	5,2	4,5	1,1	- / -
Netto-Finanzverschuldung	1.922,9	3.152,3	3.430,7	3.512,4	3.414,8	90,0	254,6
Mitarbeiter ⁶	4.141	4.253	4.801	5.460	5.985	3.062	2.885

1 Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. 2 Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. 3 Saldo aus Einmalauflwendungen und Einmalerträgen. 4 Konzernergebnis aus fortgeföhrten Aktivitäten vor Effekten aus Kaufpreisallokationen sowie nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten. 5 Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum Recurring EBITDA der letzten zwölf Monate. 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 ersten Quartal bzw. zum 31. März 2012. Die Werte 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 5 sind Vorjahres-Bilanzkennzahlen nicht anzupassen. Die belgischen TV-Aktivitäten sowie die niederländischen TV- und Print-Aktivitäten wurden mit Vollzug der jeweiligen Anteilskaufverträge Anfang Juni 2011 bzw. Ende 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.

Impressum

Kontakte

Presse

ProSiebenSat.1 Media AG
Konzernkommunikation
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 - 11 45
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 11
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
Corporate Communications

Foto Credits: Titel © Julian Baumann // Chronik Seite 5, 6: b) HARRY POTTER UND DER STEIN DER WEISEN © Warner Bros. Pictures, d) HERR DER RINGE, DER - DIE GEFÄHRTERN © Warner Bros. // TV Highlights Seite 11: a) DIE RACHE DER WANDERHURE © SAT.1/Nela König, b) 2012 © 2009 Columbia Pictures Industries, Inc. All Rights Reserved., c) FORREST GUMP © Paramount Pictures, d) BIG BROTHER 2012 Rasmus Mogensen/Kanal 5, e) DRÖMMEDESIGN © Fremantle // Programmausblick Seite 34: a) THE WINNER IS © SAT.1/Thomas Rusch, b) GREEN SEVEN 2012 © ProSieben/Marcus Höhn, c) RUOKAMATKALLA © TV5, d) © JILL KUSSMACHER - GLAMOUR, GRILL & HOLLYWOOD © sixx/Kaveh Kasravi, e) C.G.B © ABC Studios/Kanal 5

DIE PROSIEBENSAT.1 GROUP IM INTERNET

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

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

FINANZKALENDER

01.03.2012	Pressekonferenz/IR -Konferenz anlässlich der vorläufigen Zahlen 2011 Pressemitteilung, Pressekonferenz in München, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren
30.03.2012	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2011
10.05.2012	Veröffentlichung des Quartalsberichts Q1 2012 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten, Webcast
15.05.2012	Ordentliche Hauptversammlung 2012
16.05.2012	Dividendenzahlung
02.08.2012	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2012 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten, Webcast
08.11.2012	Veröffentlichung des Quartalsberichts Q3 2012 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten, Webcast



ProSiebenSat.1 Group

Medienallee 7
85774 Unterföhring
www.ProSiebenSat1.com