



ProSiebenSat.1 Group

1. Januar bis 30. Juni 2012

Quartalsbericht Q2 2012

- 2 __ Q2 2012 AUF EINEN BLICK
- 3 __ KENNZAHLEN AUF EINEN BLICK

KONZERN- ZWISCHENLAGE- BERICHT

- 5 __ H1 2012 IM ÜBERBLICK
- 7 __ Konzern und Rahmenbedingungen
 - 7.....Konjunkturelle Rahmenbedingungen
 - 7.....Entwicklung der Werbemärkte
 - 9.....Entwicklung der Zuschauermarktanteile
- 11 __ TV-HIGHLIGHTS Q2 2012
- 12 __ Geschäftsverlauf
 - 12.....Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf
 - 13.....Änderungen im Konsolidierungskreis und Erläuterung zur Berichtsweise
 - 15.....Ertragslage des Konzerns
 - 18.....Finanz- und Vermögenslage des Konzerns
- 25 __ Segmentbericht
 - 25.....Segment Broadcasting German-speaking
 - 26.....Segment Broadcasting International
 - 27.....Segment Digital & Adjacent
 - 28.....Segment Content Production & Global Sales
- 29 __ Mitarbeiter
- 31 __ Die ProSiebenSat.1-Aktie
- 32 __ Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren
- 33 __ Nachtragsbericht
- 33 __ Risiko- und Chancenbericht
- 35 __ Prognosebericht
 - 35.....Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen
 - 37.....Unternehmensausblick
- 39 __ PROGRAMMAUSBLICK

KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

- 41 __ Gewinn- und Verlustrechnung
- 42 __ Gesamtergebnisrechnung
- 43 __ Bilanz
- 44 __ Kapitalflussrechnung
- 46 __ Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 47 __ Anhang

-
- 59 __ Versicherung der gesetzlichen Vertreter
 - 60 __ Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht
-

WEITERE INFORMATIONEN

- 62 __ Kennzahlen: Mehrjahresübersicht
- 63 __ Impressum
- 64 __ Finanzkalender

Q2 2012 AUF EINEN BLICK:

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihr Umsatzwachstum im zweiten Quartal 2012 fortgesetzt. Dabei haben wir insbesondere von unseren strategischen Wachstumsinitiativen profitiert: Neue TV-Sender in Deutschland und Nordeuropa, die Vermarktung von Werbezeiten gegen Umsatz- bzw. Unternehmensbeteiligung, unsere Produktions- und Programmvertriebstochter sowie der Games-Bereich waren die wesentlichen Umsatztreiber. In unserem Kerngeschäft Free-TV erzielten vor allem die nordeuropäischen Sender erneut hohe Wachstumsraten. Im deutschsprachigen Raum waren die TV-Werbeerlöse nach einem starken Vorjahresquartal nahezu stabil. Insgesamt ist es uns gelungen, unser Kerngeschäft Free-TV weiter zu stärken und unsere Diversifikationsaktivitäten auszubauen. Die ProSiebenSat.1 Group steigerte ihren Konzernumsatz im zweiten Quartal um 4,5 Prozent auf 723,3 Mio Euro, das recurring EBITDA wuchs um 2,0 Prozent auf 243,5 Mio Euro. Zudem wirkten sich geringere Finanzierungskosten positiv auf den Nettogewinn aus. Die Netto-Finanzverschuldung verbesserte sich deutlich und lag mit 2,034 Mrd Euro um 807,6 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Damit stehen wir operativ und bilanziell auf einem soliden Fundament.

UNSERE ZIELE AUF EINEN BLICK:

Wir bestätigen unseren Jahresausblick für 2012 und streben eine Steigerung des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Im Hinblick auf das recurring EBITDA erwarten wir das Vorjahresergebnis zu übertreffen. Ziel ist es, unsere führende Marktposition im TV-Geschäft zu stärken und gleichzeitig durch konsequente Diversifikation in verwandte Geschäftszweige eine deutliche Umsatzsteigerung zu erzielen. Bis 2015 haben wir ein zusätzliches Umsatzpotenzial für den Konzern von insgesamt 750 Mio Euro im Vergleich zu den fortgeführten Aktivitäten im Jahr 2010 identifiziert. Bezogen auf den Gesamtumsatz sollen bis zum Jahr 2015 rund 50 Prozent jenseits der klassischen TV-Werbung in Deutschland generiert werden.

PROSIEBENSAT.1 AUF EINEN BLICK:

Die ProSiebenSat.1 Group wurde im Jahr 2000 als größtes Fernsehunternehmen in Deutschland gegründet. Heute sind wir mit unseren Angeboten in zehn Ländern vertreten und gehören zu den führenden Medienunternehmen Europas. Mit unseren 29 TV-Sendern erreichen wir jeden Tag über 62 Millionen 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 fortgeführten 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

in Mio Euro	Q2 2012	Q2 2011	H1 2012	H1 2011
Konzernumsatz	723,3	692,2	1.358,1	1.288,0
Gesamtkosten	555,8	518,6	1.081,4	1.029,4
Operative Kosten ¹	483,0	455,6	977,9	922,6
Werteverzehr des Programmvermögens	257,4	273,6	530,7	535,6
Recurring EBITDA ²	243,5	238,7	385,1	368,7
EBITDA	206,7	210,4	343,9	337,9
Finanzergebnis	-46,5	-55,7	-82,2	-94,6
Ergebnis vor Steuern	124,2	120,0	199,4	167,3
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	83,9	81,8	134,7	115,6
Bereinigter Konzernüberschuss ³	121,5	95,3	176,0	129,1
Investitionen in das Programmvermögen	241,3	232,2	584,6	581,1
Free Cashflow	145,4	151,4	33,8	5,7
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-260,8	-258,2	-638,9	-620,2

in Mio Euro	30.06.2012	30.06.2011
Programmvermögen	1.573,8	1.503,5
Eigenkapital	1.358,0	1.202,4
Eigenkapitalquote (in %)	27,4	19,1
Liquide Mittel	304,1	881,8
Verschuldungsgrad ⁴	2,3	3,1
Netto-Finanzverschuldung	2.034,4	2.842,0
Mitarbeiter ⁵	4.224	4.302

1 Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen.

2 Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA.

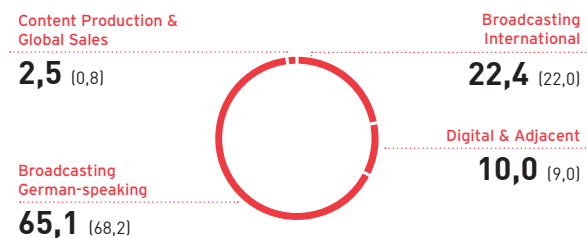
3 Konzernergebnis vor Effekten aus Kaufpreisallokationen und nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten sowie einer Rückstellung für das Kartellrechtsverfahren in 2012.

4 Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate.

5 Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag aus fortgeführten Aktivitäten.

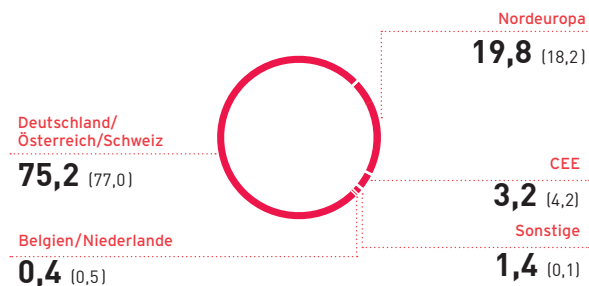
UMSATZ NACH SEGMENTEN

in Prozent, Vorjahrswerte Q2 2011 in Klammern



UMSATZ NACH REGIONEN

in Prozent, Vorjahrswerte Q2 2011 in Klammern



Erläuterung zur Berichtsweise: Die Werte für das zweite Quartal bzw. das erste Halbjahr 2011 beziehen sich auf die gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Kennzahlen aus fortgeführten Aktivitäten. Die Ergebnisposten der im Jahr 2011 entkonsolidierten Unternehmen einschließlich Entkonsolidierungsergebnis werden zusammengefasst und separat nach Steuern als Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ausgewiesen. Im ersten Halbjahr 2012 bestanden keine nicht-fortgeführten Aktivitäten.

KONZERN- ZWISCHENLAGE- BERICHT

5 __ H1 2012 IM ÜBERBLICK

7 __ Konzern und Rahmenbedingungen

7.....Konjunkturelle Rahmenbedingungen

7.....Entwicklung der Werbemärkte

9.....Entwicklung der Zuschauermarktanteile

11 __ TV-HIGHLIGHTS Q2 2012

12 __ Geschäftsverlauf

12.....Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den
Geschäftsverlauf

13.....Änderungen im Konsolidierungskreis und
Erläuterung der Berichtsweise

15.....Ertragslage des Konzerns

18.....Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

25 __ Segmentbericht

25.....Segment Broadcasting German-speaking

26.....Segment Broadcasting International

27.....Segment Digital & Adjacent

28.....Segment Content Production & Global Sales

29 __ Mitarbeiter

31 __ Die ProSiebenSat.1-Aktie

32 __ Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

33 __ Nachtragsbericht

33 __ Risiko- und Chancenbericht

35 __ Prognosebericht

35.....Künftige wirtschaftliche und
branchenspezifische Rahmenbedingungen

37.....Unternehmensausblick

39 __ PROGRAMMAUSBLICK

Im ersten Halbjahr 2012 hat die ProSiebenSat.1 Group ihr Kerngeschäft weiter gestärkt und in zukunftsweisende Wachstumsfelder investiert. Die wichtigsten Ereignisse finden Sie hier im Überblick.

H1 2012 IM ÜBERBLICK

UNTERNEHMEN

MÄRZ.....Distributionsvertrag mit der Deutschen Telekom AG und Net Cologne geschlossen. Seit dem 1. März 2012 sind alle deutschsprachigen HD- und Pay-TV-Angebote der ProSiebenSat.1 Group im IPTV-Entertain-Paket der Deutschen Telekom AG enthalten. Bereits seit 1. Februar verbreitet NetCologne die deutschen HD- und Pay-TV-Kanäle der Gruppe. ProSiebenSat.1 erzielt über die Verbreitung der HD-Sender zusätzliche Erlöse: Das Unternehmen ist an den technischen Zugangsgeldern beteiligt, welche die Kabel- und Telekommunikationsanbieter für die Bereitstellung der HD-Pakete erheben.

MAI.....Hauptversammlung beschließt Dividende von 1,17 Euro je Vorzugsaktie. Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG fand am 15. Mai 2012 in der Event-Arena im Olympiapark München statt. Die Aktionäre beschlossen die Ausschüttung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2011 in Höhe von 1,17 Euro je dividendenberechtigter Inhaber-Vorzugsaktie und 1,15 Euro je dividendenberechtigter Namens-Stammaktie. Die Dividende wurde am 16. Mai ausgezahlt. Alle Beschlussvorschläge wurden einstimmig angenommen.

MAI.....Neue Aufsichtsratsmitglieder berufen. Die ordentliche Hauptversammlung hat Herrn drs. Fred Th. J. Arp, Finanzvorstand der Telegraaf Media Groep N.V., und Herrn Stefan Dziarski, Investment Professional bei der Permira Beteiligungsberatung GmbH, in den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Group berufen. Sie treten die Nachfolge der bisherigen Aufsichtsratsmitglieder Herman M. P. van Campenhout und Robin Bell-Jones an.

MÄRZ.....(a) Neuen TV-Sender in Österreich erworben. Im März 2012 kaufte ProSiebenSat.1 den Privatsender Austria 9. Nach einem Sender-Relaunch ging der Kanal am 3. Juli mit neuem Namen und Design on Air: Seither ergänzt der als Frauensender positionierte Kanal sixx Austria das österreichische Senderportfolio und bietet Österreichs Frauen erstklassige Unterhaltung. sixx Austria ist neben SAT.1 Austria, ProSieben Austria, kabel eins austria sowie PULS 4 bereits der fünfte ProSiebenSat.1-Sender in Österreich und wird dazu beitragen, die bestehende Marktführerschaft weiter auszubauen.



.....a

BROADCASTING GERMAN-SPEAKING

MAI.....(b) ProSiebenSat.1 sichert sich attraktive US-Lizenzrechte. Die deutschen Sender der ProSiebenSat.1 Group bieten ihren Zuschauern auch in den kommenden Jahren erfolgreiche US-Serien und Spielfilme. Das Unternehmen hat im ersten Halbjahr mehrere umfangreiche Lizenzpakete von Hollywood-Studios erworben. Die Vereinbarungen sichern der ProSiebenSat.1 Media AG den Zugriff auf Blockbuster wie „Herr der Ringe“ (Warner Bros.) oder die erfolgreiche US-Serie „Navy CIS“ (CBS Studios). Aber auch neue Titel wie die US-Serie „Hannibal“ (Gaumont International Television) laufen durch die Vereinbarungen künftig auf den deutschen ProSiebenSat.1-Sendern.



.....b

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

Norwegen. In Norwegen ging 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 Halbjahr erzielte VOX bereits einen Marktanteil von 1,0 Prozent. Damit baut die norwegische Sendergruppe ihre gute Position weiter aus.



....c

BROADCASTING INTERNATIONAL

JUNI....Skandinavien erzielt Rekordquoten im

Zuschauermarkt. In den ersten sechs Monaten konnte die ProSiebenSat.1 Group ihre Zuschauermarktanteile in allen nordischen Ländern deutlich steigern. Die dänischen Sender erzielten mit einem Plus von 2,7 Prozentpunkten das beste Halbjahr in ihrer Geschichte. Die norwegischen Sender legten um 1,9 Prozentpunkte zu. Auch Finnland (+1,3 Prozentpunkte) und Schweden (+0,6 Prozentpunkte) entwickelten sich sehr gut. Neben erfolgreichen Programmen sorgten vor allem neue Sender wie MAX oder VOX in Norwegen für das starke Wachstum.

JUNI....(d) Neue Radiosender stärken dänisches

Portfolio. Im Juni kaufte die dänische SBS-Radiogruppe mit Radio 100, Radio Klassik und Radio Soft drei neue Hörfunksender und stieg damit zum Marktführer auf. In Schweden konnten die zur ProSiebenSat.1 Group gehörenden Radiostationen ihren Marktanteil im zweiten Quartal weiter ausbauen und sind dadurch nun ebenfalls Marktführer.



....d

JANUAR....Exklusiver Games-Vertrag mit

Sony. Zum Jahresauftakt sicherte sich ProSiebenSat.1 die europaweiten Exklusivlizenzen für acht Onlinespiele von Sony Online Entertainment. Mit „DC Universe Online“ ist bereits das erste Spiel verfügbar. Die langjährige strategische Partnerschaft macht ProSiebenSat.1 Games zu einem der führenden europäischen Anbieter im Online-Games-Bereich. Die Games-Sparte ist ein wichtiger Wachstumstreiber im Segment Digital & Adjacent.

FEBRUAR....maxdome und Panasonic bringen

Video-on-Demand und TV zusammen. Seit Februar können Besitzer eines VIERA-Fernsehgerätes 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 mit zahlreichen namhaften Geräteherstellern Kooperationen geschlossen. Dadurch ist maxdome nun über nahezu alle neuen hybriden TV-Geräte abrufbar.

DIGITAL & ADJACENT

MÄRZ....(e) Vertrag mit Warner - 1.000 neue

Spielfilme für maxdome. Die ProSiebenSat.1 Group erwirbt für ihre Online-Videothek maxdome ein umfangreiches Rechtepakett. Damit wird das Spielfilmangebot von Deutschlands größtem Video-on-Demand-Portal um über 1.000 Spielfilme erweitert. Die Vereinbarung sichert maxdome 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.



....e

MÄRZ....Erfolgreiche Online-First-Starts auf

MyVideo. Die Video-Community MyVideo baut ihr Angebot an professionellem Content weiter aus. Dazu gehören seit 2012 auch so genannte Online-First-Angebote, bei denen TV-Serien zuerst online gezeigt werden. Mit der ersten Staffel des US-Serienhits „Spartacus“ erzielte MyVideo über 15 Millionen Video-Abrufe. Seit Juni 2012 sind bei MyVideo das Prequel sowie die zweite Staffel zu sehen. Jeweils vier Wochen nach der Online-First-Premiere zeigte ProSieben die Serien dann - ebenfalls mit hervorragenden Quoten.

Mai....ProSiebenSat.1 bringt neuen Pay-TV-

Sender on Air. Seit Anfang Mai gibt es auch von ProSieben eine Pay-TV-Verlängerung. ProSieben FUN zeigt ein junges, abwechslungsreiches Programm und richtet sich vor allem an Zuschauer zwischen 14 und 39 Jahren. Nach SAT.1 emotions und kabel eins CLAS-SICS ist ProSieben FUN der dritte deutsche Pay-TV-Sender und erschließt der Gruppe zusätzliche Zuschauer.

APRIL....„Mein Mann kann“ nach Großbri-

tannien verkauft. Red Arrow International (vormals SevenOne International) hat die SAT.1-Show „Mein Mann kann“ an Großbritannien's größten Privatsender ITV1 verkauft. Nach „Schlag den Raab“ ist dies erst die zweite deutsche TV-Show, die es bislang ins britische Fernsehen geschafft hat. Produziert wird die ITV-Adaption von CPL, einem Tochterunternehmen der Red Arrow Entertainment Group in London. Die SAT.1-Show „Mein Mann kann“ ist ein weltweiter TV-Erfolg: Rund 30 internationale TV-Sender haben sich die Ausstrahlungsrechte bereits gesichert.

CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

Mai....Neue Produktionsunternehmen in

Großbritannien erworben. Großbritannien ist einer der weltweit wichtigsten TV-Märkte. Aus diesem Grund hat die Red Arrow Entertainment Group im ersten Halbjahr 2012 drei weitere Mehrheitsbeteiligungen an britischen Produktionsunternehmen übernommen. CPL ist auf die Entwicklung und Produktion von TV-Shows spezialisiert, NERD TV stellt hauptsächlich Reality- und Comedy-Formate her. ENDOR Productions zählt zu den renommiertesten Produktionsunternehmen im Fiction-Bereich. Damit ist Red Arrow Entertainment in Großbritannien strategisch hervorragend aufgestellt.

Mai....(f) Red Arrow Entertainment steigt

in israelischen TV-Markt ein. Im Mai hat Red Arrow die Mehrheit an der israelischen Produktionsfirma „July August Productions“ übernommen. Das neue Tochterunternehmen ist auf die Entwicklung und Produktion von TV-Shows, Serien und Spielfilmen spezialisiert. Mit dem Einstieg in den israelischen Fernsehmarkt eröffnen sich Red Arrow neue Wachstumschancen: Das Land zählt weltweit zu den produktivsten und kreativsten TV-Märkten. Alle Produktionen von „July August“ gehen in das Vertriebsportfolio von Red Arrow International.



....f

Konzern und Rahmenbedingungen

Konjunkturelle Rahmenbedingungen

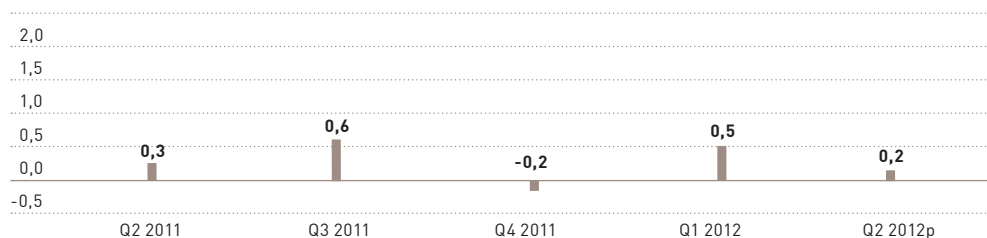
Nach einer kurzen konjunkturellen Belebung am Jahresende 2011 und in den ersten Monaten 2012 büßte die Weltwirtschaft zur Jahresmitte wieder etwas an Dynamik ein. Auslöser war vor allem die Staatsschuldenkrise in der Eurozone. Der Internationale Währungsfonds (IWF) prognostiziert derzeit, dass die globale Weltwirtschaft 2012 um 3,5 Prozent (2011: 3,9%) wachsen wird, 0,4 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Hintergrund sind schwächere Konjunkturdaten aus Europa sowie Anzeichen für eine nachlassende Wirtschaftsdynamik in den USA und China.

Für Europa und die Eurozone sind die Aussichten nach wie vor verhalten. Für beide Regionen meldete das Europäische Statistikamt im ersten Quartal 2012 im Vorquartalsvergleich ein Nullwachstum. Die Prognosen für das zweite Quartal sind ebenfalls zurückhaltend. Das ifo-Institut rechnet für die Eurozone mit einem realen Minus von 0,2 Prozent im Vergleich zum Vorquartal.

Die deutsche Wirtschaft wies im ersten Quartal 2012 einen Anstieg des Bruttoinlandsprodukts (BIP) um 0,5 Prozent im Vergleich zum Vorquartal aus und entwickelte sich damit etwas besser als der Großteil seiner europäischen Nachbarn. Positive Impulse kamen in erster Linie aus dem Außenhandel, aber auch der private Konsum sowie gute Arbeitsmarktdaten und steigende Haushaltseinkommen beflügelten die Konjunktur. Für das zweite Quartal ist mit einer etwas schwächeren Entwicklung zu rechnen. Die anhaltende Unsicherheit im Zusammenhang mit der Euro-Schuldenkrise könnte sich stärker als bislang auf die deutsche Wirtschaft auswirken. Deren wichtigstes Stimmungsbarometer, der ifo-Geschäftsklimaindex, hat sich zuletzt verschlechtert. Gleichwohl bleiben die fundamentalen Rahmenbedingungen für Deutschland positiv. Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) rechnet für das zweite Quartal trotz des schwierigen europäischen Umfelds mit einem Plus von 0,2 Prozent im Vergleich zum Vorquartal.

ENTWICKLUNG DES BRUTTOINLANDSPRODUKTS IN DEUTSCHLAND

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorquartal



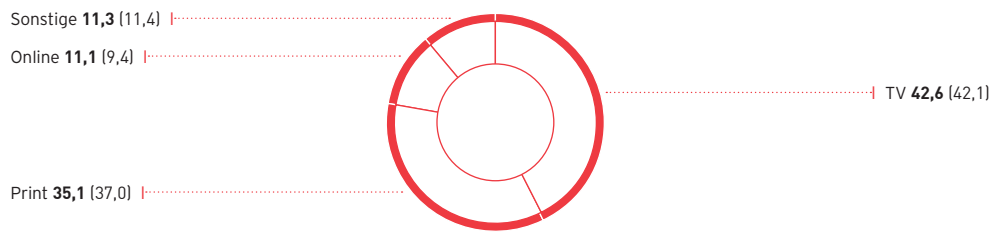
Quelle: Destatis; Q2 2012p: Prognose DIW.

Entwicklung der Werbemärkte

Laut den Brutto-Zahlen von Nielsen Media Research lagen die Investitionen im deutschen TV-Werbemarkt im ersten Halbjahr 2012 mit 5,30 Mrd Euro um 4,4 Prozent höher als im Vorjahr (5,08 Mrd Euro). Das zweite Quartal 2012 verlief mit einem Plus von 1,5 Prozent auf 2,73 Mrd Euro (Vorjahr: 2,69 Mrd Euro) spürbar schwächer als das erste Quartal 2012 (Q1 2012: 7,7% vs. Vorjahr). TV hat seinen Anteil am Gesamtwerbemarkt jedoch erneut deutlich erhöht und im zweiten Quartal 2012 vor allem zu Lasten von Print weiter an Relevanz im Media-Mix gewonnen, wie folgende Grafik zeigt:

MEDIA-MIX DEUTSCHER BRUTTO-WERBEMARKT IM ZWEITEN QUARTAL

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2011 in Klammern

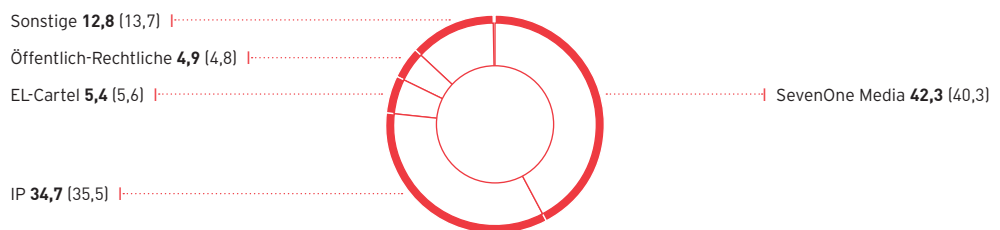


Quelle: Nielsen Media Research. Abweichung von 100 Prozent rundungsbedingt.

Mit einem Brutto-Marktanteil von 42,3 Prozent (Vorjahr: 40,3%) konnte SevenOne Media, die Vermarktungsgesellschaft der ProSiebenSat.1 Group, ihre Marktführerschaft im zweiten Quartal 2012 weiter ausbauen.

MARKTANTEILE DEUTSCHER BRUTTO-TV-WERBEMARKT IM ZWEITEN QUARTAL

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2011 in Klammern



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

Auf Basis der Nielsen-Auswertungen erzielte die ProSiebenSat.1 Group im ersten Halbjahr 2012 Brutto-Werbeinnahmen in Höhe von 2,25 Mrd Euro (Vorjahr: 2,09 Mrd Euro). Im zweiten Quartal 2012 lagen die deutschen Bruttoumsätze der ProSiebenSat.1 Group bei 1,16 Mrd Euro (Vorjahr: 1,09 Mrd Euro). Brutto-Werbeinvestitionen erlauben nur bedingt Rückschlüsse auf die tatsächlichen Werbeeinnahmen, da sie weder Rabatte und Eigenwerbung noch Agenturprovisionen berücksichtigen.

Zudem beinhalten die Brutto-Zahlen von Nielsen Media Research auch TV-Spots aus Media-for-Revenue-Share und Media-for-Equity-Geschäften, die ProSiebenSat.1 nicht im Segment Broadcasting German-speaking sondern im Segment Digital & Adjacent verbucht. Die ProSiebenSat.1 Group führte die beiden Erlösmodelle Media-for-Revenue-Share und Media-for-Equity-Share im Jahr 2009 ein. Dabei investiert ProSiebenSat.1 Medialeistung gegen eine Umsatz- bzw. Unternehmensbeteiligung an Start-Up-Unternehmen.

Durch die Vermarktung von Online-Werbeflächen erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group im ersten Halbjahr 2012 127,7 Mio Euro brutto und lag damit deutlich vor ihrem direkten Mitbewerber IP Deutschland mit 81,3 Mio Euro. Im zweiten Quartal 2012 lagen die Online-Erlöse der ProSiebenSat.1 Group bei 69,8 Mio Euro. Aus der Vermarktung von Bewegtbildwerbung im Internet erzielte SevenOne Media im zweiten Quartal 2012 Brutto-Umsätze in Höhe von 24,2 Mio Euro und bestätigte damit erneut ihre Marktführerschaft. Das Volumen des Online-Video-Werbemarkts lag im ersten Halbjahr bei 108,0 Mio Euro, im zweiten Quartal 2012 bei 56,6 Mio Euro. Insgesamt erzielte der deutsche Online-Werbemarkt, wozu neben Bewegtbild- auch klassische Bannerwerbung zählt, im ersten Halbjahr 2012 Einnahmen von 1,33 Mrd Euro brutto, im zweiten Quartal lagen die Erlöse bei 710,5 Mio Euro.

In den internationalen Märkten, in denen die ProSiebenSat.1 Group mit ihren Fernsehsendern vertreten ist, wiesen Norwegen (+6,4%) und Schweden (+11,6%) im zweiten Quartal 2012 erneut ein deutliches Wachstum auf. Obwohl der dänische Werbemarkt mit minus 9,3 Prozent im zweiten Quartal stark rückläufig war, ist es den dänischen ProSiebenSat.1-Sendern gelungen, ihren Werbemarktanteil entgegen des Markttrends auszubauen und um 3,0 Prozentpunkte auf 19,0 Prozent zuzulegen. Ungarn und Rumänien lagen aufgrund der schwachen Konjunktur erneut unter Vorjahresniveau.

ENTWICKLUNG DER TV-WERBEMÄRKTE

in Prozent	Abweichungen vs. Vorjahr	Abweichungen vs. Vorjahr
	Q2 2012	H1 2012
Deutschland	1,5	4,4
Österreich	5,0	7,5
Schweiz	-0,9	1,3
Norwegen	6,4	7,5
Schweden	11,6	6,7
Dänemark	-9,3	-4,3
Finnland	-1,1	1,6
Ungarn	-28,9	-24,1
Rumänien	-23,9	-22,3

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

Wie erwartet beeinflusste die Fußball-Europameisterschaft den deutschen Zuschauermarkt im zweiten Quartal 2012 stark. Während ARD (+4,7 Prozentpunkte) und ZDF (+5,2 Prozentpunkte) durch die Ausstrahlung der Fußball-EM im Vergleich zum Vorjahr deutlich zulegen konnten, mussten alle deutschen Privatsender im EM-Monat Juni Marktanteile abgeben.

Die deutschen ProSiebenSat.1-Sender lagen im Juni mit einem Marktanteil von 24,3 Prozent um 5,6 Prozentpunkte unter Vorjahr (29,9%). Mit Ausnahme des Fußball-Monats Juni erzielte die Sendergruppe im ersten Halbjahr 2012 jedoch durchgängig Quoten über Vorjahresniveau und konnte den Einfluss der EM dadurch kompensieren. In der ersten Jahreshälfte lag der Gruppenmarktanteil mit 28,1 Prozent nahezu auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 28,2%). Bereinigt um den Einfluss der Fußball-Europameisterschaft erzielten die vier Sender im ersten Halbjahr einen Marktanteil von 28,9 Prozent und lagen damit 0,9 Prozentpunkte über dem Vergleichszeitraum (Vorjahr: 28,0%). Im zweiten Quartal kam der EM-Effekt etwas stärker zum Tragen, so dass SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx gemeinsam 27,6 Prozent erzielten (Vorjahr: 29,2%).

In allen nordischen Märkten sowie in Österreich legten die ProSiebenSat.1-Sender hingegen sowohl im zweiten Quartal als auch auf Halbjahressicht deutlich zu. Der Einfluss der Fußball-Europameisterschaft war hier kaum spürbar, da die meisten Länder nicht daran teilnahmen oder wie Dänemark und Schweden bereits in der Vorrunde ausschieden.

In Österreich steigerten SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins austria sowie PULS 4 ihren Gruppenmarktanteil im zweiten Quartal um 0,5 Prozentpunkte auf 21,3 Prozent (Vorjahr: 20,8%). Damit bauten die vier Sender ihren Vorsprung gegenüber den privaten Mitbewerbern weiter aus. Vor allem PULS 4 trug mit einem deutlichen Plus von 0,5 Prozentpunkten sowie einem Marktanteil von 3,7 Prozent (Vorjahr: 3,2%) zu dem Quotenanstieg bei.

In Dänemark erzielten Kanal 4, Kanal 5, 6'eren und The Voice mit einem Plus von 3,0 Prozentpunkten auf 19,8 Prozent ein sehr gutes Ergebnis. Auf Halbjahressicht konnte die dänische Sendergruppe mit 18,9 Prozent (Vorjahr: 16,2%) den besten Gruppenmarktanteil ihrer Geschichte verbuchen.

In Norwegen erreichten TVNorge, FEM, MAX und VOX im zweiten Quartal gemeinsam 19,0 Prozent (Vorjahr: 17,7%). Das entspricht einer Steigerung von 1,3 Prozentpunkten. Das starke Wachstum ist vor allem auf die erfolgreiche Einführung neuer TV-Sender wie MAX und VOX zurückzuführen. Beide Sender wachsen seit ihrer Gründung schnell und kontinuierlich. VOX ging erst im Januar 2012 auf Sendung und erzielte im zweiten Quartal 2012 bereits einen Marktanteil von 1,4 Prozent. Der im November 2010 gegründete Sender MAX lag zwischen April und Juni bei 3,5 Prozent (Vorjahr: 2,5%).

Die ProSiebenSat.1 Group baute auch in Schweden ihren Marktanteil im zweiten Quartal aus. Kanal 5 und Kanal 9 erzielten gemeinsam 15,4 Prozent (Vorjahr: 15,0%). Ausschlaggebend für die Steigerung war das Wachstum von Kanal 5. Der schwedische Sender fokussiert sich auf die Zielgruppe der 14- bis 44-Jährigen und legte im zweiten Quartal um 0,7 Prozentpunkte auf 12,8 Prozent zu.

Die ProSiebenSat.1 Group hat in den vergangenen Jahren zahlreiche TV-Sender gegründet, um neue Zuschauergruppen zu erschließen und das Vermarktungsportfolio weiter auszubauen. Zuletzt kaufte ProSiebenSat.1 im März 2012 den österreichischen TV-Sender Austria 9. Nach einem Relaunch ging der Kanal Anfang Juli 2012 mit neuem Design und neuem Namen on Air: Seither ergänzt der als Frauensender positionierte Kanal sixx Austria das österreichische Senderportfolio und wird dazu beitragen, die bestehende Marktführerschaft weiter auszubauen.

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

in Prozent	Q2 2012	Q2 2011	H1 2012	H1 2011
Deutschland	27,6	29,2	28,1	28,2
Österreich	21,3	20,7	20,7	20,0
Schweiz	15,1	17,2	14,6	16,8
Dänemark	19,8	16,8	18,9	16,2
Finnland	6,2	4,9	5,8	4,5
Norwegen	19,0	17,7	18,8	16,9
Schweden	15,4	15,0	14,0	13,4
Ungarn	19,2	21,5	18,7	21,1
Rumänien	6,1	8,0	6,2	7,7

Werte für Deutschland, Österreich und Schweiz beziehen sich auf 24 Stunden (Mo-So). Marktanteile in den übrigen Ländern auf Extended Prime Time (RO, FI: 18-24h / SE, NO, DK, HU: 17-24h). Deutschland: SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx; 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 Österreich, 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.

Im zweiten Quartal 2012 überraschten die ProSiebenSat.1-Sender ihre Zuschauer mit großen Shows, spannenden Dokumentationen und vielen Film- und Serien-Highlights.

TV-HIGHLIGHTS Q2 2012



....a

GROSSES FINALE....(a) 19. Mai um 23:17 Uhr, UEFA Champions League-Finale, Elfmeterschießen: Fast 70 Prozent der 14- bis 49-Jährigen sitzen in diesem Moment gebannt vor dem Fernseher und müssen zusehen, wie sich der FC Bayern München gegen Chelsea ins Aus schießt. Trotzdem war das Spiel ein riesiges TV-Ereignis - 59,1 Prozent waren insgesamt beim „Finale dahoam“ dabei.

BELIEBTE TOP-FORMATE....(b) Bei ihr geht es um die große Karriere - bei ihm um das große Geld. Auch im zweiten Quartal gehörten „Germany's Next Topmodel - by Heidi Klum“ (bis zu 19,3%) und „Schlag den Raab“ (bis zu 25,0%) zu den erfolgreichsten Shows auf ProSieben.



....b

WICHTIGE WENDE....(c) In ihrer gewohnten Umgebung kommen diese Jugendlichen nicht mehr klar. „Die strengsten Eltern der Welt“ bieten ihnen eine neue Chance - fernab von allem, was die Teenager kennen. Die vierte Staffel der kabel eins-Reportage war mit Marktanteilen von bis zu 11,0 Prozent die stärkste seit dem Sendestart 2009.



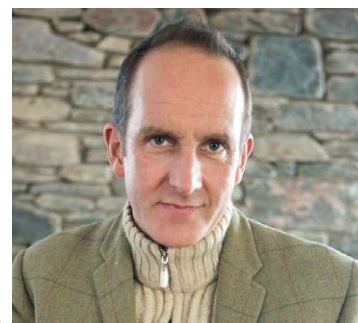
....c

BLUTIGER ERFOLG....(d) Die US-Serie „Vampire Diaries“ gehörte auch im zweiten Quartal zu den erfolgreichsten sixx-Programmen. Immer donnerstags zeigte der Frauensender die Folgen der dritten Staffel als exklusive Preview. Bis zu 2,7 Prozent der 14- bis 49-Jährigen waren dabei.



....d

KREATIVE WÜNSCHE....(e) Architekt Kevin McCloud erfüllt die Wünsche seiner Kunden: Aus ganz normalen Häusern macht er echte Architektur-Highlights. Die Show „Drømmedesign“ rund ums Traumhaus erreichte auf dem neuen norwegischen Sender VOX im zweiten Quartal sehr gute Marktanteile von bis zu 3,8 Prozent.



....e

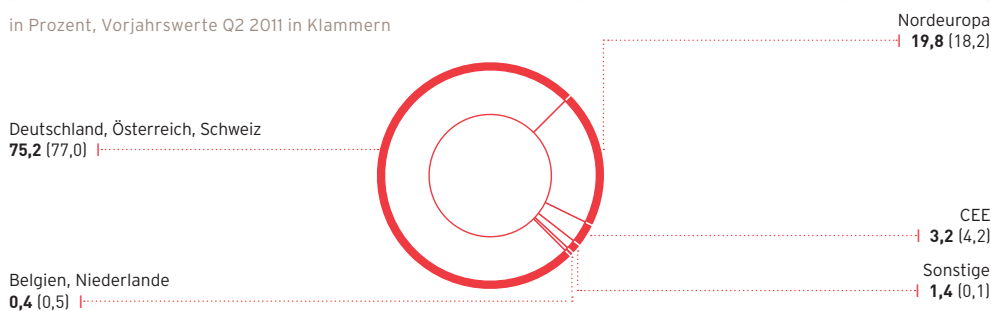
Geschäftsverlauf

Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf

Nach einem positiven Jahresauftakt haben die Risiken einer konjunkturellen Abkühlung im Verlauf des zweiten Quartals 2012 zugenommen. Dies hatte mit Ausnahme der osteuropäischen Märkte bislang jedoch keine Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf der ProSiebenSat.1 Group. Die nordeuropäischen Länder verzeichneten im zweiten Quartal erneut hohe Wachstumsraten. Alle vier Länder des nordeuropäischen Senderportfolios trugen zum Umsatzwachstum bei, wobei vor allem Norwegen und Schweden höhere TV-Werbeerlöse verzeichneten und von einem wachsenden Marktumfeld profitierten. In den deutschsprachigen TV-Märkten blieben die Erlöse der ProSiebenSat.1 Group im zweiten Quartal 2012 nach starken Vergleichszahlen im Vorjahr insgesamt nahezu stabil: Während die deutschen TV-Werbeerlöse der Gruppe leicht rückläufig waren, stiegen die Erlöse aus TV-Werbung in Österreich und der Schweiz an. In den osteuropäischen Märkten belastete die weiterhin bestehende Konjunkturschwäche die Investitionsbereitschaft in TV-Werbung, so dass auch die Werbeeinnahmen der ProSiebenSat.1 Group unter Vorjahr lagen. Insgesamt erwirtschaftete der Konzern im zweiten Quartal dieses Jahres 75,2 Prozent (Vorjahr: 77,0%) seiner Umsatzerlöse im deutschsprachigen Raum und 19,8 Prozent (Vorjahr: 18,2%) in seinen nordeuropäischen Märkten.

UMSATZ NACH REGIONEN IM ZWEITEN QUARTAL

in Prozent, Vorjahrswerte Q2 2011 in Klammern



Den Großteil ihrer Erlöse erzielt die ProSiebenSat.1 Group in der Eurozone. In der Schweiz sowie in einigen nord- und osteuropäischen Märkten wird die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns und seiner Segmente allerdings durch Wechselkursschwankungen bei der Umrechnung von Fremdwährungen in die „Konzernwährung“ Euro beeinflusst. Im Berichtszeitraum wirkten sich Translationseffekte nicht wesentlich auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage aus.

Entwicklung der
Zuschauerquoten, Seite 9.

Neben ökonomischen Rahmenbedingungen korreliert die Umsatzentwicklung der ProSiebenSat.1 Group mit den Erfolgen im Zuschauermarkt. Trotz des erwartungsgemäß hohen Einflusses der Fußball-Europameisterschaft im zweiten Quartal 2012 konnten die deutschen ProSiebenSat.1-Sender mit Ausnahme des Fußball-Monats Juni im ersten Halbjahr durchgängig Quoten über Vorjahresniveau erzielen und den Einfluss der EM damit ausgleichen. In allen nordischen Märkten legten die ProSiebenSat.1-Sender bei den Zuschauermarktanteilen sowohl im zweiten Quartal als auch auf Halbjahressicht deutlich zu.

Änderungen im Konsolidierungskreis und Erläuterung zur Berichtsweise

Im ersten Halbjahr 2012 fanden keine Ereignisse statt, die sich wesentlich auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns und seine Segmente ausgewirkt haben. Allerdings hat die ProSiebenSat.1 Group im Zeitraum Januar bis Juni 2012 ihr Portfolio durch strategische Akquisitionen und Partnerschaften ergänzt. So hat die Gruppe unter anderem mit der Übernahme von Produktionsunternehmen aus Großbritannien und Israel die internationale Expansion ihres Programm-Produktionsgeschäfts weiter vorangetrieben. Eine chronologische Übersicht der einzelnen Portfoliomaßnahmen im ersten Halbjahr 2012 und im Vergleichszeitraum gibt nachstehende Tabelle:

PORTFOLIOMASSNAHMEN UND ÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS IM ERSTEN HALBJAHR 2012

Segment Broadcasting German-speaking	Erwerb des österreichischen Privatsenders Austria 9 im März 2012 (Relaunch als sixx Austria am 3. Juli 2012) › Vollkonsolidierung seit April 2012
Segment Broadcasting International	Launch des neuen TV-Senders VOX in Norwegen im Januar 2012 Erwerb von drei neuen Hörfunksendern (Radio 100, Radio Klassik und Radio Soft) durch die dänische SBS-Radiogruppe im Juni 2012 › Verbundene, nicht konsolidierte Unternehmen
Segment Digital & Adjacent	Gründung der Kreativagentur SugarRay (100-Prozent-Tochter) › Vollkonsolidierung seit Februar 2012 Mehrheitsbeteiligung am Münchner Suchmaschinen-Marketing-Unternehmen Booming GmbH im Mai 2012 › Vollkonsolidierung seit Mai 2012 Launch des neuen Pay-TV-Senders ProSieben FUN im Juni 2012
Segment Content Production & Global Sales	Mehrheitsbeteiligung am britischen Produktionsunternehmen CPL Productions im Februar 2012 › Vollkonsolidierung seit März 2012 Mehrheitsbeteiligung an der britischen TV- und Filmproduktion Endor Productions im März 2012 › Vollkonsolidierung seit April 2012 Mehrheitsbeteiligung an der britischen Produktionsfirma New Entertainment Research and Development Limited (NERD TV) im Mai 2012 › Vollkonsolidierung seit Juni 2012 Mehrheitsbeteiligung an der israelischen Produktionsfirma July August Productions im Mai 2012 › Vollkonsolidierung seit Juni 2012

PORTFOLIOMASSNAHMEN UND ÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS IM ERSTEN HALBJAHR 2011 (ANALOG ZUR NEUEN SEGMENTSTRUKTUR)

Segment Broadcasting International	Launch des Free-TV-Senders PRO4 in Ungarn im Januar 2011 Verkauf der TV-Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden › Entkonsolidierung der Aktivitäten in Belgien im Juni 2011 › Entkonsolidierung der Aktivitäten in den Niederlanden im Juli 2011
Segment Digital & Adjacent	Erwerb weiterer 50 Prozent der Anteile an maxdome › Vollkonsolidierung seit Januar 2011 Mehrheitsbeteiligung an Covus Games GmbH, Betreiber von browsergames.de und 100-prozentiger Erwerb von burda:ic › Vollkonsolidierung von Covus Games seit Mai 2011, burda:ic seit Juli 2011 Einstellung des Live-Sendebetriebs des Call-TV-Senders 9Live zum 31. Mai 2011
Segment Content Production & Global Sales	Mehrheitsbeteiligung an der britischen Produktionsfirma The Mob Film Holdings Ltd. › Vollkonsolidierung seit April 2011

Mit Beginn des Jahres 2012 hat die ProSiebenSat.1 Group die Segmentstruktur an ihre Vier-Säulen-Wachstumsstrategie angepasst und berichtet seitdem in den folgenden vier Segmenten:

- **„Broadcasting German-speaking“:** Die vier deutschen Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx, die unter dem Dach der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH gebündelt werden sowie die Sender unserer Konzerntöchter 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 Radio-Sender, die ehemals dem Berichtssegment „Diversifikation“ zugeordnet waren, 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 Medienbereich 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 Media-leistung 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 Wirkkraft 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 Werbemärkte. 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“ konsolidiert, zuvor waren sie Teil des Segments „Free-TV im deutschsprachigen Raum“.

Bis zum 31. Dezember 2011 hatte die ProSiebenSat.1 Group ihre Geschäftsfelder in drei Segmenten 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 Halbjahresbericht die Vorjahreszahlen an die neue Segmentstruktur angepasst. Ein Mehrjahresvergleich für die Segmente „Broadcasting German-speaking“, „Broadcasting International“, „Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“ erfolgt nicht.

Die Portfoliomaßnahmen 2011 werden im Geschäftsbericht ab Seite 64 erläutert.

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

Ertragslage des Konzerns

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN FÜR DAS ZWEITE QUARTAL

in Mio Euro	Q2 2012	Q2 2011
Konzernumsatz	723,3	692,2
Operative Kosten ¹	483,0	455,6
Gesamtkosten	555,8	518,6
Umsatzkosten	379,2	371,1
Vertriebskosten	77,8	80,8
Verwaltungskosten	62,9	64,8
Sonstige betriebliche Aufwendungen	35,9	1,9
Betriebsergebnis (EBIT)	170,7	175,7
Recurring EBITDA ²	243,5	238,7
Einmaleffekte (saldiert) ³	-36,8	-28,3
EBITDA	206,7	210,4
Periodengewinn (inklusive nicht-fortgeführte Aktivitäten) ⁴	83,9	129,0
Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten ⁴	83,9	81,8
Konzernergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ⁵	- / -	47,2

¹ Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen ² Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. ³ Saldo aus Einmalaufwendungen und -erträgen. ⁴ Nach Steuern und Anteilen Dritter. ⁵ Nach Steuern.

Erläuterung zur Berichtsweise: Die Werte für das zweite Quartal 2011 beziehen sich auf die gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Kennzahlen aus fortgeführten Aktivitäten. Die Ergebnisposten der im Jahr 2011 entkonsolidierten Unternehmen einschließlich Entkonsolidierungsergebnis werden zusammengefasst und separat nach Steuern als Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ausgewiesen. Im zweiten Quartal 2012 bestanden keine nicht-fortgeführten Aktivitäten.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal 2012

Die ProSiebenSat.1 Group steigerte ihren **Konzernumsatz** im zweiten Quartal 2012 um 4,5 Prozent bzw. 31,1 Mio Euro auf 723,3 Mio Euro. Das Umsatzwachstum basierte insbesondere auf einem Anstieg der Diversifikationserlöse, die alle Erlösmodelle außerhalb des klassischen TV-Werbe-geschäfts abbilden. Darin enthalten sind die beiden Segmente Digital & Adjacent sowie Content Production & Global Sales. Beide Segmente verzeichneten in den Monaten April bis Juni 2012 hohe Wachstumsraten ihrer externen Umsatzerlöse, wobei sich vor allem das Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft im Vergleich zum Vorjahr dynamisch entwickelte. Der Beitrag beider Segmente zum Konzernumsatz im zweiten Quartal 2012 stieg damit auf insgesamt 12,5 Prozent. Im Segment Digital & Adjacent waren die Ventures-Sparte mit dem Geschäftsmodell Media-for-Revenue-Share und die Online-Games-Angebote wesentliche Wachstumstreiber.

Auch das nordeuropäische Senderportfolio verzeichnete im zweiten Quartal 2012 weiterhin eine hohe Wachstumsdynamik mit gestiegenen TV-Werbe- und Distributionserlösen. Vor allem in Norwegen und Schweden lagen die Buchungseingänge von TV-Werbespots in einem wachsenden Marktumfeld deutlich über Vorjahr. In den deutschsprachigen Ländern entwickelten sich die Erlöse aus TV-Werbung nach einem starken Vorjahresquartal insgesamt nahezu stabil. Die Gruppe erzielte im Berichtszeitraum insgesamt 540,5 Mio Euro (Vorjahr: 539,1 Mio Euro) bzw. 74,7 Prozent (Vorjahr: 77,9%) des Konzernumsatzes in ihrem Kerngeschäft werbefinanziertes Free-TV.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** beliefen sich im zweiten Quartal 2012 auf 3,2 Mio Euro nach 2,1 Mio Euro im Vorjahr (+52,4%).

Die **Gesamtkosten** des Konzerns – bestehend aus Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie sonstigen betrieblichen Aufwendungen – sind in der Berichtsperiode um 7,2 Prozent bzw. 37,2 Mio Euro auf 555,8 Mio Euro angestiegen. Hauptursache für den Kostenanstieg gegenüber dem Vorjahr waren höhere sonstige betriebliche Aufwendungen, die sich im Berichtszeitraum auf 35,9 Mio Euro beliefen (Vorjahr: 1,9 Mio Euro). Darin enthalten ist eine Rückstellung in Höhe

Für weitere Informationen zum
Kartellrechtsverfahren siehe
Risikobericht, Seite 34 und
Anhang, Seite 56.

von 27,5 Mio Euro, die im zweiten Quartal 2012 im Rahmen des laufenden Kartellrechtsverfahrens gebildet wurde. Zudem stiegen die Umsatzkosten um 2,2 Prozent bzw. 8,1 Mio Euro auf 379,2 Mio Euro an.

- **Einmalaufwendungen:** In den Gesamtkosten des Konzerns sind Einmalaufwendungen in Höhe von 36,8 Mio Euro enthalten (Vorjahr: 28,3 Mio Euro). Mit 27,5 Mio Euro resultiert der Großteil der einmaligen Aufwendungen aus der Rückstellungsbildung im Zuge des laufenden Kartellrechtsverfahrens. Die genannten Einmalaufwendungen sind im Wesentlichen in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten.
- **Abschreibungen:** Die Abschreibungen betrugen 36,0 Mio Euro nach 34,7 Mio Euro im zweiten Quartal 2011 (+3,7%). Darin enthalten sind Wertminderungen auf Markenwerte in Höhe von insgesamt 8,2 Mio Euro, die das TV- bzw. Radiogeschäft im Segment Broadcasting International betreffen. Die genannten Wertminderungen sind ebenfalls in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthalten.

Die **operativen Kosten** - bereinigt um Einmalaufwendungen und Abschreibungen - stiegen im zweiten Quartal 2012 um 6,0 Prozent bzw. 27,4 Mio Euro auf 483,0 Mio Euro. Höhere operative Kosten gegenüber dem zweiten Quartal 2011 fielen insbesondere aufgrund von Investitionen in neue Wachstumsfelder an, wie der Ausbau junger bzw. die Gründung neuer TV-Sender sowie die Expansion des weltweiten Produktionsportfolios. Im Kerngeschäft, das im Wesentlichen die TV-Aktivitäten im deutschsprachigen Raum sowie in Nordeuropa und den osteuropäischen Ländern enthält, entwickelten sich die operativen Kosten im zweiten Quartal 2012 durch effizientes Kostenmanagement hingegen leicht rückläufig. Eine Überleitungsrechnung der Gesamtkosten zu den operativen Kosten wird in der folgenden Grafik dargestellt:

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG GESAMTKOSTEN ZU OPERATIVE KOSTEN

in Mio Euro



Das um Einmaleffekte bereinigte **recurring EBITDA** erhöhte sich im zweiten Quartal 2012 um 2,0 Prozent bzw. 4,8 Mio Euro auf 243,5 Mio Euro. Die entsprechende operative Marge betrug 33,7 Prozent (Vorjahr: 34,5%). Das EBITDA verzeichnete aufgrund der zuvor genannten Einmalaufwendungen einen leichten Rückgang um 1,8 Prozent auf 206,7 Mio Euro.

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG EBITDA ZU RECURRING EBITDA

in Mio Euro

	Q2 2012	Q2 2011
Ergebnis vor Steuern	124,2	120,0
Finanzergebnis	46,5	55,7
Betriebsergebnis	170,7	175,7
Abschreibungen ¹	36,0	34,7
(davon Kaufpreisallokationen)	12,8	16,6
EBITDA	206,7	210,4
Einmaleffekte (saldiert) ²	36,8	28,3
Recurring EBITDA (bereinigtes EBITDA)	243,5	238,7

¹ Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen. ² Differenz aus Einmalaufwendungen in Höhe von 36,8 Mio Euro (Vorjahr: 28,3 Mio Euro) und Einmalerträgen von 0,0 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro).

Das **Finanzergebnis** verbesserte sich im zweiten Quartal 2012 um 16,5 Prozent oder 9,2 Mio Euro auf minus 46,5 Mio Euro. Die Veränderung des Finanzergebnisses basiert auf geringeren Zinsaufwendungen infolge einer reduzierten durchschnittlichen Verschuldung des Konzerns. Das Zinsergebnis verbesserte sich demzufolge um 18,4 Prozent oder 9,5 Mio Euro auf minus 42,0 Mio Euro. Das sonstige Finanzergebnis reduzierte sich währungsbedingt um 37,2 Prozent oder 1,6 Mio Euro auf minus 5,9 Mio Euro.

Aus den beschriebenen Entwicklungen ergab sich im zweiten Quartal 2012 ein Anstieg des **Ergebnisses vor Steuern** um 3,5 Prozent bzw. 4,2 Mio Euro auf 124,2 Mio Euro. Nach Ertragsteuern in Höhe von 39,2 Mio Euro (Vorjahr: 35,2 Mio Euro) erreichte das **Periodenergebnis** aus fortgeführten Aktivitäten **nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter** 83,9 Mio Euro (Vorjahr: 81,8 Mio Euro).

Der **bereinigte Konzernüberschuss** (underlying net income) aus fortgeführten Aktivitäten erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr deutlich um 27,5 Prozent bzw. 26,2 Mio Euro auf 121,5 Mio Euro. Der bereinigte Konzernüberschuss ist reduziert um nicht cash-wirksame Sondereffekte und die Rückstellung für das Kartellrechtsverfahren. Bezogen auf das underlying net income ergab sich folglich ein unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie von 0,58 Euro, nach 0,45 Euro für das zweite Quartal 2011.

HERLEITUNG BEREINIGTER KONZERNÜBERSCHUSS AUS FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN

in Mio Euro	Q2 2012	Q2 2011
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	83,9	81,8
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen (nach Steuern) ¹	3,6	10,0
Wertminderungen im Zusammenhang mit ursprünglichen Kaufpreisallokationen (nach Steuern) ²	6,5	3,5
Rückstellung aus Kartellrechtsverfahren	27,5	- / -
Bereinigter Konzernüberschuss (underlying net income)³	121,5	95,3

1 Abschreibung aus Kaufpreisallokationen vor Steuern: 4,6 Mio Euro (Vorjahr: 12,2 Mio Euro). 2 Wertminderungen (Impairment) vor Steuern in Höhe von 8,2 Mio Euro (Vorjahr: 4,5 Mio Euro). 3 Konzernergebnis vor Effekten aus Kaufpreisallokationen und nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten sowie einer Rückstellung für das Kartellrechtsverfahren in 2012.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr 2012

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN FÜR DAS ERSTE HALBJAHR

in Mio Euro	H1 2012	H1 2011
Konzernumsatz	1.358,1	1.288,0
Operative Kosten¹	977,9	922,6
Gesamtkosten	1.081,4	1.029,4
Umsatzkosten	761,2	730,2
Vertriebskosten	158,0	163,6
Verwaltungskosten	126,2	122,4
Sonstige betriebliche Aufwendungen	36,0	13,2
Betriebsergebnis (EBIT)	281,6	261,9
Recurring EBITDA²	385,1	368,7
Einmaleffekte (saldiert) ³	-41,2	-30,8
EBITDA	343,9	337,9
Periodengewinn (inklusive nicht-fortgeführte Aktivitäten)⁴	134,7	167,3
Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten ⁴	134,7	115,6
Konzernergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ⁵	- / -	51,7

1 Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. 2 Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. 3 Saldo aus Einmalaufwendungen und -erträgen. 4 Nach Steuern und Anteilen Dritter. 5 Nach Steuern.

Erläuterung zur Berichtsweise: Die Werte für das erste Halbjahr 2011 beziehen sich auf die gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Kennzahlen aus fortgeführten Aktivitäten. Die Ergebnisposten der im Jahr 2011 entkonsolidierten Unternehmen einschließlich Entkonsolidierungsergebnis werden zusammengefasst und separat nach Steuern als Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ausgewiesen. Im ersten Halbjahr 2012 bestanden keine nicht-fortgeführten Aktivitäten.

Auf Halbjahressicht stieg der Konzernumsatz um 5,4 Prozent bzw. 70,1 Mio Euro auf 1,358 Mrd Euro. Neben der guten operativen Performance der nordeuropäischen Senderfamilie - insbesondere in Norwegen und Schweden - ist der Anstieg auf die dynamische Umsatzentwicklung der Segmente Digital & Adjacent sowie Content Production & Global Sales zurückzuführen.

Die **Gesamtkosten** betrugen 1,081 Mrd Euro (+5,1% bzw. 52,0 Mio Euro ggü. Vorjahr). Hauptursache für den Kostenanstieg waren zum einen höhere sonstige betriebliche Aufwendungen (+22,8 Mio Euro ggü. Vorjahr) aufgrund der Rückstellung für das laufende Kartellrechtsverfahren, die im zweiten Quartal 2012 gebildet wurde. Zum anderen führten Wachstumsmaßnahmen wie der Ausbau junger bzw. die Gründung neuer TV-Sender sowie die Expansion des weltweiten Produktionsportfolios zu einer Steigerung der Umsatzkosten um 4,2 Prozent bzw. 31,0 Mio Euro auf 761,2 Mio Euro. Bereinigt um Abschreibungen und einmalige Aufwendungen stiegen die **operativen Kosten** im ersten Halbjahr 2012 um 6,0 Prozent auf 977,9 Mio Euro (Vorjahr: 922,6 Mio Euro).

Das **recurring EBITDA** der ProSiebenSat.1 Group stieg im ersten Halbjahr 2012 um 4,4 Prozent auf 385,1 Mio Euro (Vorjahr: 368,7 Mio Euro). Das EBITDA verbesserte sich um 1,8 Prozent auf 343,9 Mio Euro (Vorjahr: 337,9 Mio Euro). Die Gruppe erwirtschaftete ein **Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter** in Höhe von 134,7 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg um 16,5 Prozent bzw. 19,1 Mio Euro. Das **bereinigte Periodenergebnis** (underlying net income) erreichte 176,0 Mio Euro und lag damit um 36,3 Prozent bzw. 46,9 Mio Euro über dem Vorjahresniveau.

Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

Zum 30. Juni 2012 waren 2,339 Mrd Euro Darlehen und Kredite ausstehend. Während die Summe der Finanzverbindlichkeiten im Vergleich zum Stichtag im Dezember 2011 nahezu unverändert war (+0,1% bzw. 2,8 Mio Euro), verzeichneten sie gegenüber dem 30. Juni 2011 einen deutlichen Rückgang um 1,427 Mrd Euro. Der Anteil des Fremdkapitals an der Bilanzsumme verringerte sich damit auf 72,6 Prozent (30. Juni 2011: 80,9%).

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 der Konzern mit knapp 2,1 Mrd Euro den Großteil seiner verbleibenden Darlehen bis Juli 2016 zu attraktiven Konditionen.

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

Kredit-Ratings stellen ein unabhängiges Urteil über die Kreditwürdigkeit eines Unternehmens dar. Die Term Loans der ProSiebenSat.1 Group werden von den Rating-Agenturen nicht bewertet. 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 als langfristige Finanzverbindlichkeiten bilanzierten Darlehen beinhaltet die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung eine revolvingende Kreditfazilität (RCF), die seit Mai 2012 in zwei Tranchen mit unterschiedlichen Laufzeiten unterteilt ist.

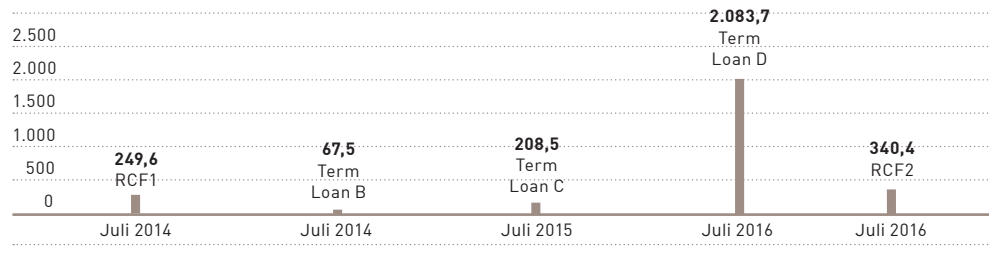
- **Term Loans:** Insgesamt hatten die Term Loans zum 30. Juni 2012 ein Nominalvolumen von 2,360 Mrd Euro und bewegten sich damit auf dem Wert zum Stichtag 31. Dezember 2011. Zum 30. Juni 2011 beliefen sich die Darlehen noch auf 3,560 Mrd Euro.
- **Revolvierende Kreditfazilität:** Das verfügbare Rahmenvolumen der revolvingenden Kreditfazilität beträgt derzeit insgesamt 590,0 Mio Euro. Die ProSiebenSat.1 Group hat Ende Mai 2012 mit 340,4 Mio Euro den überwiegenden Teil der Kreditlinie bis Juli 2016 verlängert (neuer RCF 2). Das verbleibende Rahmenvolumen in Höhe von 249,6 Mio Euro läuft unverändert bis

Juli 2014 (RCF 1). Zum 30. Juni 2012 wurden keine Barmittel in Anspruch genommen. Am Stichtag im Dezember 2011 verfügte der Konzern über freie Kreditlinien von 548,4 Mio Euro. Zum 30. Juni 2011 waren es 306,5 Mio Euro.

Eine Übersicht zu den Volumina und Laufzeiten der einzelnen Kreditfazilitäten zeigt untenstehende Grafik:

VOLUMINA UND FÄLLIGKEITSPROFIL ZUM 30. JUNI 2012

in Mio Euro



Fremdkapitalkosten durch derivative Finanzinstrumente abgesichert. Die Term Loans und die Inanspruchnahme der revolving Kreditfazilität werden variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge verzinst.

- Kreditzins:** Risiken aus der Änderung von variablen Zinssätzen sind durch verschiedene Zinssicherungsinstrumente abgesichert. Die Absicherungsquote für alle Finanzverbindlichkeiten war zum 30. Juni 2012 mit 100 Prozent unverändert im Vergleich zum Stichtag im Dezember 2011. Zum Stichtag am 30. Juni 2011 waren rund 79 Prozent abgesichert. Der durchschnittliche festverzinsliche Swapsatz beläuft sich auf 4,1 Prozent pro Jahr. Die Euribor-Geldmarktkonditionen sind im zweiten Quartal 2012 im Vergleich zum Vorjahr gesunken. Aufgrund der geringeren durchschnittlichen Verschuldung des Konzerns haben sich die Zinsaufwendungen gegenüber dem zweiten Quartal 2011 insgesamt um 10,6 Mio Euro auf 43,0 Mio Euro verringert.
- Kreditmarge:** Die Kreditmarge betrug Ende Juni 2012 für das Term Loan D 2,5 Prozent per annum und 1,875 Prozent per annum für das Term Loan C. Der Kreditvertrag sieht für das Term Loan B und die revolving Kreditfazilität (RCF 1 und RCF 2) dann eine Veränderung der Kreditmarge vor, wenn der Verschuldungsgrad bestimmte Werte unterschreitet. Infolgedessen belief sich die Marge für das Term Loan B und den RCF 1 zum Stichtag 30. Juni 2012 auf 1,0 Prozent per annum (Vorjahr: 1,5% per annum). Der neue RCF 2 hat eine Kreditmarge von 2,0 Prozent per annum.

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 hinsichtlich der revolving Kreditfazilität (RCF 1 und RCF 2) 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 S. 74. Die ProSiebenSat.1 Group hat die vertraglichen Bestimmungen auch im zweiten Quartal bzw. in den ersten sechs Monaten 2012 erfüllt.

Finanzierungsanalyse

Die Netto-Finanzverschuldung belief sich zum 30. Juni 2012 auf 2,034 Mrd Euro. Dies entspricht einem Anstieg um 11,9 Prozent bzw. 216,6 Mio Euro gegenüber dem 31. Dezember 2011, der im Wesentlichen durch die Dividendenzahlung im Mai 2012 (245,7 Mio Euro) bedingt ist. Im vergangenen Jahr erfolgte die Dividendenzahlung im dritten Quartal (241,2 Mio Euro).

Gegenüber dem Stichtag 30. Juni 2011 verringerte sich die Netto-Finanzverschuldung um 28,4 Prozent bzw. 807,6 Mio Euro. Ursache hierfür ist die geringere 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 30. Juni 2011 ebenfalls deutlich verbessert. So ergab das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate zum 30. Juni 2012 den Faktor 2,3. Damit liegt der Leverage-Faktor im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5. Zum Vorjahresstichtag 30. Juni 2011 hatte der Wert noch das 3,1-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 (LTM = last twelve months).

NETTO-FINANZVERSCHULDUNG DES KONZERNS

in Mrd Euro

30.06.2012	2,034
31.12.2011	1,818
30.06.2011	2,842

VERHÄLTNIS NETTO-FINANZVERSCHULDUNG ZUM LTM RECURRING EBITDA

30.06.2012	2,3
31.12.2011	2,1
30.06.2011	3,1

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 in der Bilanz zum Stichtag.

KAPITALFLUSSRECHNUNG

in Mio Euro	Q2 2012	Q2 2011	H1 2012	H1 2011
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	85,0	84,8	137,6	120,4
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	47,2	- / -	51,7
Cashflow fortgeführter Aktivitäten	486,9	484,2	891,1	871,6
Veränderung Working Capital	-10,0	3,1	-84,7	-82,3
Erhaltene Dividende	- / -	3,2	5,5	3,2
Gezahlte Steuern	-31,2	-31,2	-56,1	-64,7
Gezahlte Zinsen	-40,2	-51,5	-84,5	-105,1
Erhaltene Zinsen	0,7	1,8	1,4	3,2
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	406,2	409,6	672,7	625,9
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	4,2	- / -	73,1
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-260,8	-258,2	-638,9	-620,2
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	162,7	9,2	116,2
Free Cashflow aus fortgeführten Aktivitäten	145,4	151,4	33,8	5,7
Free Cashflow aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	- / -	166,9	9,2	189,3
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-258,3	-3,0	-260,1	-4,4
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	- / -	- / -	- / -
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes fortgeführter Aktivitäten	2,8	-1,4	3,3	-5,7
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	-1,6	- / -	-2,2
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-110,1	312,3	-213,8	182,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	414,2	611,1	517,9	740,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	304,1	923,4	304,1	923,4
Abzüglich zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	- / -	-41,6	- / -	-41,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende aus fortgeführten Aktivitäten	304,1	881,8	304,1	881,8

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit der fortgeführten Aktivitäten erreichte im zweiten Quartal dieses Jahres 406,2 Mio Euro und bewegte sich damit nahezu auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 409,6 Mio Euro). Niedrigere Zinszahlungen infolge der geringeren Verschuldung wurden durch Veränderungen im Working Capital kompensiert, die sich zum 30. Juni 2012 auf minus 10,0 Mio Euro beliefen (Vorjahr: 3,1 Mio Euro). Auf Halbjahressicht stieg der operative Cashflow hingegen auf 672,7 Mio Euro und lag damit um 7,5 Prozent bzw. 46,8 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Der Anstieg des operativen Cashflows in den ersten sechs Monaten 2012 geht auf geringere Zinszahlungen, eine verbesserte Ertragslage sowie gesunkene Steuerzahlungen zurück.

Schwerpunkt der Investitionstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group ist der Lizenzeinkauf sowie der Programmerwerb durch Auftrags- und Fremdproduktionen. Der Mittelabfluss aus dem Er-

werb von Programmrechten stieg im zweiten Quartal auf 241,3 Mio Euro (Vorjahr: 232,2 Mio Euro). Auf Halbjahressicht lagen die Mittelabflüsse mit 584,6 Mio Euro annähernd auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 581,1 Mio Euro).

Im Zusammenhang mit Zugängen aus Akquisitionen ergaben sich im zweiten Quartal 2012 Mittelabflüsse von 5,0 Mio Euro (Vorjahr: 15,5 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group hat im zweiten Quartal 2012 das Portfolio der Red Arrow Entertainment Group mit dem Erwerb von Mehrheitsbeteiligungen an den Produktionsunternehmen NERD TV (UK) und July August Productions (Israel) weiter ausgebaut. Weitere Mittelabflüsse ergaben sich aus dem Erwerb einer Mehrheitsbeteiligung an dem Suchmaschinen-Marketing-Unternehmen Booming im Mai 2012. Darüber hinaus hat der Konzern mit dem Erwerb von drei neuen Hörfunksendern in Dänemark sein Radiogeschäft gestärkt.

Der **Cashflow aus Investitionstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten** betrug 260,8 Mio Euro und lag damit nahezu auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 258,2 Mio Euro). Im ersten Halbjahr 2012 flossen aus der Investitionstätigkeit 638,9 Mio Euro ab, nach 620,2 Mio Euro in der ersten Jahreshälfte 2011 (+3,0% ggü. Vorjahr). Ursache hierfür waren insbesondere höhere Investitionen in immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

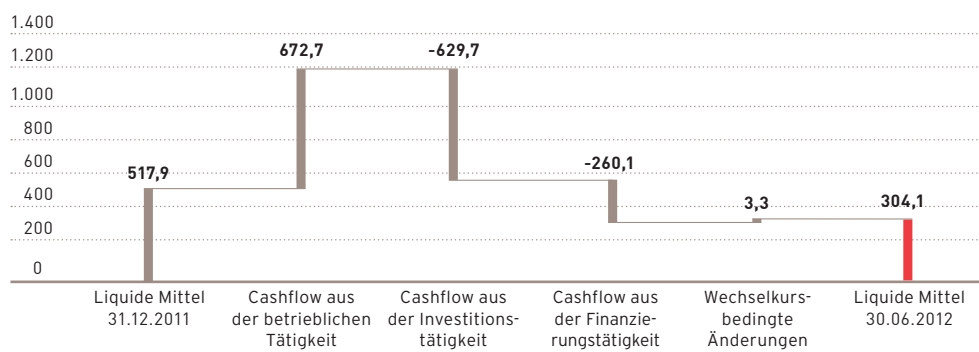
Vor dem Hintergrund der beschriebenen Zahlungsströme verringerte sich der **Free Cashflow aus fortgeführten Aktivitäten** auf 145,4 Mio Euro (Vorjahr: 151,4 Mio Euro). Auf Halbjahressicht hat sich der Free Cashflow aus fortgeführten Aktivitäten hingegen um 28,1 Mio Euro auf 33,8 Mio Euro erhöht (Vorjahr: 5,7 Mio Euro).

Der Cashflow aus **Finanzierungstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten** belief sich im zweiten Quartal 2012 auf minus 258,3 Mio Euro gegenüber minus 3,0 Mio Euro im Vorjahr. Der höhere Mittelabfluss gegenüber dem Vorjahr ist hauptsächlich auf die Auszahlung der Dividende in Höhe von 245,7 Mio Euro im zweiten Quartal zurückzuführen, während die Dividendenzahlung im Vorjahr erst zu Beginn des dritten Quartals erfolgte. Die beschriebenen Entwicklungen wirkten sich auch auf Halbjahressicht aus: So flossen aus der Finanzierungstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten minus 260,1 Mio Euro ab, nach minus 4,4 Mio Euro im ersten Halbjahr 2011.

Die beschriebenen Zahlungsströme führten im zweiten Quartal 2012 zu einer Veränderung der liquiden Mittel von minus 110,1 Mio Euro gegenüber plus 312,3 Mio Euro im Vorjahr. Zum 30. Juni 2012 betrugen die **liquiden Mittel** 304,1 Mio Euro (31. Dezember 2011: 517,9 Mio Euro; 30. Juni 2011: 881,8 Mio Euro). Der geringere Zahlungsmittelbestand im Vergleich zum Vorjahresstichtag 30. Juni 2011 steht unter anderem im Zusammenhang mit der anteiligen Tilgung der Darlehen und der vollständigen Rückführung der revolving Kreditfazilität (1,431 Mrd Euro) sowie den Dividendenzahlungen (Juli 2011: 241,2 Mio Euro, Mai 2012: 245,7 Mio Euro). Die Auszahlungen wurden dabei zum Großteil durch die Mittelzuflüsse aus der Veräußerung der niederländischen Tochtergesellschaften (1,276 Mrd Euro) im Sommer 2011 kompensiert. Die ProSiebenSat.1 Group verfügt damit auch weiterhin über eine komfortable Liquiditätsausstattung.

VERÄNDERUNG DER ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE

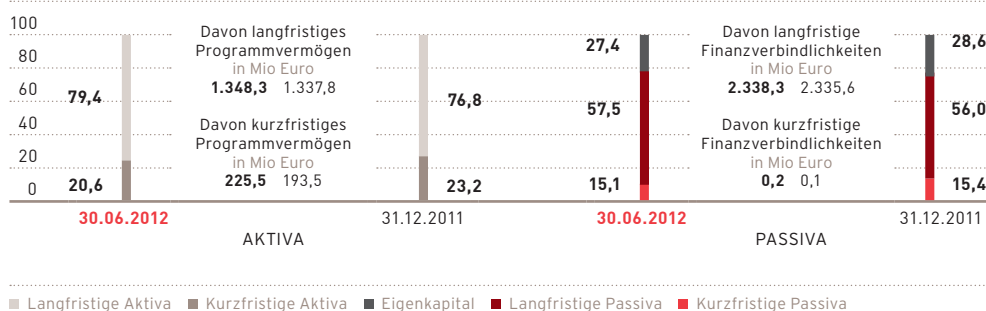
in Mio Euro



Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

BILANZSTRUKTUR

in Prozent



Die Bilanzsumme betrug zum 30. Juni dieses Jahres 4,955 Mrd Euro, gegenüber 5,034 Mrd Euro am 31. Dezember 2011. Der Rückgang der Bilanzsumme um 78,9 Mio Euro ist im Wesentlichen auf niedrigere liquide Mittel sowie ein verringertes Eigenkapital infolge der Dividendenausschüttung im zweiten Quartal 2012 zurückzuführen. Gegenläufig wirkten sich die vorgenommenen Erstkonsolidierungen im ersten Halbjahr 2012 aus, die zu einem Anstieg der immateriellen Vermögenswerte führten. Die wertmäßig wesentlichen Änderungen von Bilanzpositionen gegenüber dem 31. Dezember 2011 werden nachfolgend erläutert:

- Immaterielle Vermögenswerte.** Die immateriellen Vermögenswerte erhöhten sich im Vergleich zum Stichtag 31. Dezember 2011 auf 2,220 Mrd Euro. Der Anstieg um 2,3 Prozent bzw. 50,8 Mio Euro resultiert hauptsächlich aus Erstkonsolidierungseffekten. In diesem Zusammenhang erhöhten sich die Geschäfts- oder Firmenwerte um rund 30 Mio Euro. Daneben wirkten sich vor allem Währungseffekte bei den Geschäfts- oder Firmenwerten sowie Zugänge von Lizenzen im Bereich Online-Games bestandserhöhend aus. Der Anteil der immateriellen Vermögenswerte an der Bilanzsumme stieg zum Berichtsstichtag entsprechend auf 44,8 Prozent (31. Dezember 2011: 43,1%).
- Programmvermögen.** Neben den immateriellen Vermögenswerten zählt das Programmvermögen mit einem Anteil von 31,8 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2011: 30,4%) zu den wichtigsten Vermögenswerten der ProSiebenSat.1 Group. Das lang- und kurzfristige Programmvermögen stieg gegenüber dem Vorjahresstichtag auf insgesamt 1,574 Mrd Euro (31. Dezember 2011: 1,531 Mrd Euro). Hauptursache für die Steigerung des Programmvermögens auf Halbjahressicht waren Zugänge von Auftragsproduktionen und Lizenzprogrammen im Segment Broadcasting German-speaking. Zudem verzeichnete das Segment Broadcasting International insbesondere im zweiten Quartal 2012 wesentliche Zugänge.
- Eigenkapital.** Das Eigenkapital sank um 5,8 Prozent auf 1,358 Mrd Euro (31. Dezember 2011: 1,441 Mrd Euro). Der Rückgang gegenüber dem Stichtag im Dezember 2011 ist durch gegenläufige Effekte geprägt: Während sich das Eigenkapital im Wesentlichen aufgrund der Dividendenzahlung in Höhe von 245,7 Mio Euro im Mai 2012 verringerte, führte die verbesserte Ertragslage auf Halbjahressicht hingegen zu einer Stärkung der Eigenkapitalbasis. Positiv wirkten sich zudem Entwicklungen bei der Bewertung der Cashflow Hedges und Währungsumrechnungseffekte, die im übrigen kumulierten Eigenkapital erfasst werden, aus. Die Eigenkapitalquote erreichte 27,4 Prozent gegenüber 28,6 Prozent zum 31. Dezember 2011.

- **Lang- und kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen.** Die lang- und kurzfristigen sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten stiegen um 43,9 Mio Euro auf 370,4 Mio Euro (+13,4%) gegenüber dem 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 67,0 Mio Euro auf 389,8 Mio Euro (-14,7%). Der Rückgang ist vor allem auf geringere Verbindlichkeiten aus dem laufenden Geschäftsbetrieb sowie geringere Programmverbindlichkeiten im Segment Broadcasting German-speaking zurückzuführen.

Die Rückstellungen haben sich insgesamt nicht wesentlich verändert. Der größte Teil der Rückstellungen entfällt zum 30. Juni 2012 mit 92,3 Mio Euro weiterhin auf die sonstigen kurzfristigen Rückstellungen (31. Dezember 2011: 78,7 Mio Euro). Der Anstieg der sonstigen Rückstellungen ist im Wesentlichen bedingt durch die in der Berichtsperiode gebildete Rückstellung in Höhe von 27,5 Mio Euro im Zusammenhang mit dem laufenden Kartellrechtsverfahren.

Insgesamt betrugen die lang- und kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen zum 30. Juni dieses Jahres 3,597 Mrd Euro und bewegten sich damit nahezu auf unverändertem Niveau (31. Dezember 2011: 3,592 Mrd Euro).

Weitere Informationen
siehe Geschäftsbericht 2011,
Seite 64 und 72.

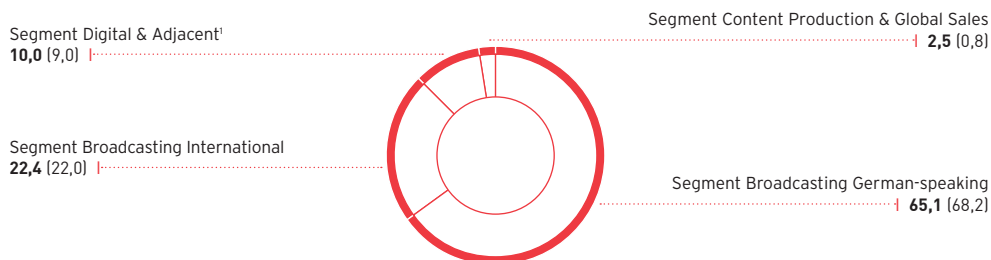
Die Bilanz des ProSiebenSat.1-Konzerns wies gegenüber dem 31. Dezember 2011 keine wesentlichen strukturellen Änderungen auf. Im Vergleich zum 30. Juni 2011 hat sich die Bilanzstruktur allerdings deutlich verändert. Ursache hierfür ist der Verkauf der niederländischen Gesellschaften sowie die anteilige Darlehensrückführung im zweiten Halbjahr 2011. Vor diesem Hintergrund verkürzte sich die Bilanzsumme zum 30. Juni 2012 um 1,341 Mrd Euro auf 4,955 Mrd Euro (30. Juni 2011: 6,295 Mrd Euro). Wesentliche Änderungen der in diesem Zusammenhang bedeutendsten Bilanzpositionen werden nachfolgend erläutert, die Veränderung der liquiden Mittel wird auf den Seiten 21 und 22 beschrieben:

- Das **Eigenkapital** verzeichnete gegenüber dem 30. Juni 2011 einen ergebnisbedingten Anstieg um 155,6 Mio Euro auf 1,358 Mrd Euro. Vor diesem Hintergrund und aufgrund der Darlehensrückführung im dritten Quartal 2011 erhöhte sich die Eigenkapitalquote entsprechend signifikant von 19,1 Prozent auf 27,4 Prozent. Die Kapital- und Finanzierungsstruktur des Konzerns hat sich damit nachhaltig verbessert.
- Auf der Passivseite verringerten sich die **lang- und kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen** um 29,4 Prozent oder 1,496 Mrd Euro auf 3,597 Mrd Euro. Diese Entwicklung resultiert im Wesentlichen aus der Verringerung der langfristigen Darlehen und Kredite um 1,197 Mrd Euro auf 2,338 Mrd Euro infolge der anteiligen Darlehenstilgung. Zudem hat die vollständige Rückzahlung der revolvingierenden Kreditfazilität in Höhe von 230,0 Mio Euro die kurzfristigen Darlehen und Kredite entsprechend reduziert (30. Juni 2011: 230,6 Mio Euro).

Segmentbericht

UMSATZANTEIL NACH SEGMENTEN IM ZWEITEN QUARTAL

in Prozent, Vorjahreswerte Q2 2011 in Klammern



¹ Vorjahreswerte inklusive 9Live.

Segment Broadcasting German-speaking

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal

Im zweiten Quartal 2012 erzielte das Segment Broadcasting German-speaking einen externen Umsatz von 471,0 Mio Euro und lag damit nahezu auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 472,3 Mio Euro). Während die TV-Werbeerlöse der deutschen Senderfamilie nach starken Vergleichszahlen im Vorjahr leicht rückläufig waren, stiegen die Buchungseingänge von TV-Werbespots in Österreich und der Schweiz im Vergleich zum Vorjahr an.

Wachstumsimpulse gingen zudem von den Distributionserlösen aus, die erneut dynamische Zuwachsraten verzeichneten. 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 Kabel- und Satellitenanbieter entrichten.

Das recurring EBITDA betrug 176,6 Mio Euro gegenüber 174,1 Mio Euro im Vorjahr (+1,4%). Das EBITDA verringerte sich aufgrund von Einmaleffekten um 18,9 Prozent bzw. 33,5 Mio Euro auf 143,3 Mio Euro. Die einmaligen Aufwendungen enthalten im Wesentlichen eine Rückstellung in Höhe von 27,5 Mio Euro im Zuge des laufenden Kartellrechtsverfahrens.

Weitere Informationen zum Kartellrechtsverfahren siehe Risikobericht, Seite 34 und Anhang, Seite 57.

KENNZAHLEN SEGMENT BROADCASTING GERMAN-SPEAKING¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro



Recurring EBITDA, in Mio Euro



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

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr

Der Umsatzbeitrag des Segments Broadcasting German-speaking stieg in den ersten sechs Monaten 2012 um 6,0 Mio Euro auf 888,9 Mio Euro (+0,7%). Das recurring EBITDA erreichte 285,2 Mio Euro und lag damit um 4,9 Prozent bzw. 13,3 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Das EBITDA verzeichnete aufgrund der genannten Einmaleffekte einen Rückgang um 6,7 Prozent bzw. 17,9 Mio auf 249,4 Mio Euro.

KENNZAHLEN SEGMENT BROADCASTING GERMAN-SPEAKING¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro

H1 2012	888,9
H1 2011	882,9

Recurring EBITDA, in Mio Euro

H1 2012	285,2
H1 2011	271,9

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

Segment Broadcasting International

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal

Die externen Erlöse des Segments Broadcasting International stiegen in den Monaten April bis Juni 2012 auf 162,3 Mio Euro und lagen damit um 6,4 Prozent bzw. 9,7 Mio Euro über dem Vorjahr. Treiber des Umsatzwachstums waren erneut die nordeuropäischen TV-Sender, die weiterhin von einer guten Performance im Zuschauermarkt profitierten und hohe Zuwachsraten bei den TV-Werbeerlösen verzeichneten. Vor allem in Norwegen und Schweden lagen die Buchungseingänge von TV-Werbespots in einem wachsenden Marktumfeld deutlich über dem Vorjahr. Zudem trieben gestiegene Distributionserlöse das Umsatzwachstum.

In den osteuropäischen TV-Märkten blieben die Erlöse aufgrund des rückläufigen Marktumfelds dagegen unter dem Vorjahresniveau.

Das Wachstum der externen Segmenterlöse führte bei unterproportional gestiegenen operativen Kosten zu einem Anstieg des recurring EBITDA um 12,3 Prozent bzw. 5,0 Mio Euro auf 45,8 Mio Euro. Das EBITDA lag um 29,3 Prozent bzw. 10,1 Mio Euro über dem Vorjahreswert und erreichte 44,6 Mio Euro. Im EBITDA-Vorjahreswert sind vergleichsweise hohe einmalige Aufwendungen im Zusammenhang mit der strategischen Analyse des internationalen Portfolios enthalten.

KENNZAHLEN SEGMENT BROADCASTING INTERNATIONAL¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro

Q2 2012	162,3
Q2 2011	152,6

Recurring EBITDA, in Mio Euro

Q2 2012	45,8
Q2 2011	40,8

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

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr

Der Umsatzbeitrag des Segments Broadcasting International verzeichnete im ersten Halbjahr 2012 ein Wachstum von 6,3 Prozent bzw. 17,7 Mio Euro auf 297,7 Mio Euro. Das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA erhöhte sich um 2,6 Prozent bzw. 1,6 Mio Euro auf 62,7 Mio Euro. Das EBITDA erreichte 60,5 Mio Euro (Vorjahr: 59,6 Mio Euro). Der Umsatz- und Ergebnisanstieg im ersten Halbjahr 2012 basiert auf der guten operativen Performance der nordeuropäischen TV-Familie. Gegenläufig wirkten sich hingegen der Umsatz- und Ergebnismrückgang in Osteuropa sowie Kostensteigerungen aufgrund höherer Programmkosten für den Ausbau des nordeuropäischen Senderportfolios aus.

KENNZAHLEN SEGMENT BROADCASTING INTERNATIONAL¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro

H1 2012	297,7
H1 2011	280,0

Recurring EBITDA, in Mio Euro

H1 2012	62,7
H1 2011	61,1

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

Segment Digital & Adjacent

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal

Das Segment Digital & Adjacent setzte seinen Wachstumskurs in den Monaten April bis Juni 2012 fort: Die externen Erlöse stiegen um 15,5 Prozent auf 72,1 Mio Euro (Vorjahr: 62,4 Mio Euro). Das Umsatzwachstum von 9,7 Mio Euro ist im Wesentlichen auf den Bereich Ventures mit dem Geschäftsmodell Media-for-Revenue-Share zurückzuführen. Auch die Online-Games Angebote und das Video-on-Demand-Portal maxdome trieben die Umsatzentwicklung. Wachstumsimpulse kamen zudem von der erst 2012 gegründeten Kreativagentur SugarRay und der Suchmaschinen-Marketing-Agentur Booming, die im Mai 2012 erstmalig konsolidiert wurde.

Die Vorjahreswerte des Segments enthalten die Beiträge des Call-TV-Senders 9Live, der am 9. August 2011 eingestellt wurde. Ohne Berücksichtigung des Beitrags von 9Live im Vorjahr hätten die Umsätze des Segments Digital & Adjacent im zweiten Quartal 2012 eine Wachstumsrate von 29,3 Prozent verzeichnet.

Das recurring EBITDA stieg um 5,2 Prozent auf 20,1 Mio Euro. Das EBITDA verbesserte sich um 23,7 Mio Euro auf 18,4 Mio Euro. Der EBITDA-Vorjahreswert enthält vergleichsweise hohe Einmalaufwendungen in Höhe von 24,4 Mio Euro, die hauptsächlich aus der Einstellung des Live-Sendeetriebs von 9Live resultieren.

KENNZAHLEN SEGMENT DIGITAL & ADJACENT¹

Externer Segmentumsatz², in Mio Euro

Q2 2012	72,1
Q2 2011	62,4

Recurring EBITDA², in Mio Euro

Q2 2012	20,1
Q2 2011	19,1

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

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr

Auf Halbjahressicht erzielte das Segment Digital & Adjacent zweistellige Wachstumsraten bei Umsatz und Ergebnis: Die externen Segmenterlöse legten um 22,7 Prozent bzw. 26,4 Mio Euro auf 142,6 Mio Euro zu. Das recurring EBITDA stieg im Vergleich zur ersten Jahreshälfte 2011 um 28,2 Prozent bzw. 8,3 Mio Euro auf 37,7 Mio Euro. Das EBITDA erhöhte sich auf 35,9 Mio Euro (Vorjahr: 4,9 Mio Euro). Auch auf Halbjahressicht wurde die Ergebnisentwicklung von den zuvor genannten einmaligen Aufwendungen im zweiten Quartal 2011 beeinflusst.

KENNZAHLEN SEGMENT DIGITAL & ADJACENT¹

Externer Segmentumsatz², in Mio Euro



Recurring EBITDA², in Mio Euro



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

Segment Content Production & Global Sales

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im zweiten Quartal

Das Segment Content Production & Global Sales verzeichnete im zweiten Quartal 2012 ein dynamisches Umsatzwachstum: So lagen die externen Erlöse mit 17,9 Mio Euro deutlich über dem Vorjahreswert (Vorjahr: 4,9 Mio Euro). Die Programmproduktions- und Vertriebstochter Red Arrow Entertainment Group hat ihr Portfolio in den vergangenen Monaten durch Akquisitionen erweitert und ihre Präsenz insbesondere in Großbritannien und den USA verstärkt.

Gestiegene operative Kosten aufgrund von Anlaufkosten bei den neu erworbenen Produktionsgesellschaften führten im zweiten Quartal 2012 zu einem Ergebnismrückgang gegenüber dem Vorjahr: So verringerte sich das recurring EBITDA um 1,9 Mio Euro auf 1,0 Mio Euro. Das EBITDA sank auf 0,5 Mio Euro (Vorjahr: 2,9 Mio Euro).

KENNZAHLEN SEGMENT CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro



Recurring EBITDA, in Mio Euro



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

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im ersten Halbjahr

Auch auf Halbjahressicht übertrafen die externen Segmenterlöse das Vorjahresniveau deutlich: Die Umsatzerlöse stiegen gegenüber den ersten sechs Monaten 2011 auf 28,9 Mio Euro (Vorjahr: 8,9 Mio Euro). Das recurring EBITDA reduzierte sich hingegen um 3,8 Mio Euro auf

Weitere Informationen zu den
Portfoliomaßnahmen, Seite 13.

minus 0,5 Mio Euro. Das EBITDA belief sich auf minus 1,8 Mio Euro (Vorjahr: 3,3 Mio Euro). Kostensteigerungen im Zuge der Portfolioexpansion wirkten sich auch auf Halbjahressicht auf die Ergebnisentwicklung aus.

KENNZAHLEN SEGMENT CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro

H1 2012 28,9

H1 2011 8,9

Recurring EBITDA, in Mio Euro

H1 2012 -0,5

H1 2011 3,3

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

Mitarbeiter

Die ProSiebenSat.1 Group beschäftigte im ersten Halbjahr 2012 konzernweit durchschnittlich 4.183 Mitarbeiter (Vorjahr: 4.240 Mitarbeiter). Der leichte Rückgang um 57 vollzeitäquivalente Stellen oder 1,3 Prozent ist im Wesentlichen auf die Veräußerung der Radiogesellschaften in Bulgarien und Griechenland sowie die Restrukturierung des TV-Geschäfts in Ungarn zurückzuführen. In Osteuropa ging die durchschnittliche Beschäftigtenzahl im ersten Halbjahr 2012 um 24,7 Prozent auf 646 vollzeitäquivalente Stellen zurück (Vorjahr: 858). Im Segment Digital & Adjacent verzeichnete die Gruppe durch den strategischen Ausbau der Games-Sparte und den Erwerb der Agentur Booming hingegen ein Plus von 70 Mitarbeitern oder 20,3 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2011.

Im deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz) lag die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter im ersten Halbjahr bei 2.441 vollzeitäquivalenten Stellen und damit nahezu auf dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 2.454). Dies entspricht einem Anteil von 58,3 Prozent am Gesamtkonzern (Vorjahr: 57,9%). In Nordeuropa stieg die Anzahl der Beschäftigten vor allem durch den Ausbau des finnischen Radiogeschäfts auf 869 vollzeitäquivalente Stellen (Vorjahr: 760).

MITARBEITERZAHLEN NACH REGIONEN IM ERSTEN HALBJAHR 2012

durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen, Vorjahreswert H1 2011 in Klammern

D/A/CH 2.441 (2.454)

Nordeuropa 869 (760)

CEE 646 (858)

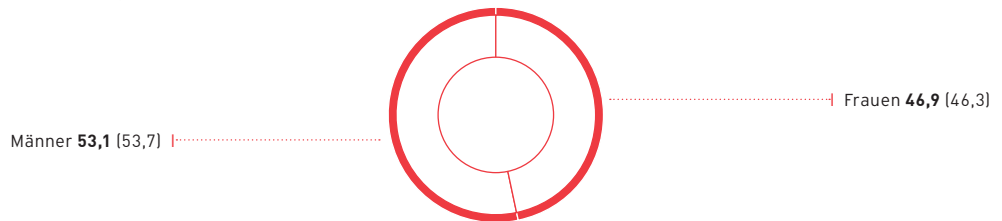
Sonstige 178 (127)

B/NL 49 (41)

Diversity-Management bei ProSiebenSat.1. Wir schätzen die Vielfalt, die unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an persönlichen Eigenschaften, Talenten und Fähigkeiten mitbringen. Unsere Zukunftsfähigkeit wird maßgeblich davon bestimmt, wie wir diese Vielfalt fördern und nutzen. Ein wichtiges Thema ist hierbei der Anteil von Frauen und Männern im Unternehmen sowie in Führungspositionen. In der ProSiebenSat.1 Group waren zum Stichtag 30. Juni 2012 46,9 Prozent der Festangestellten weiblich (Vorjahr: 46,3%) und 53,1 Prozent männlich (Vorjahr: 53,7%). Mit 30,1 Prozent (Vorjahr: 28,5%) ist die Frauenquote im Management ebenfalls sehr hoch.

ANTEIL DER FRAUEN UND MÄNNER IM GESAMTKONZERN

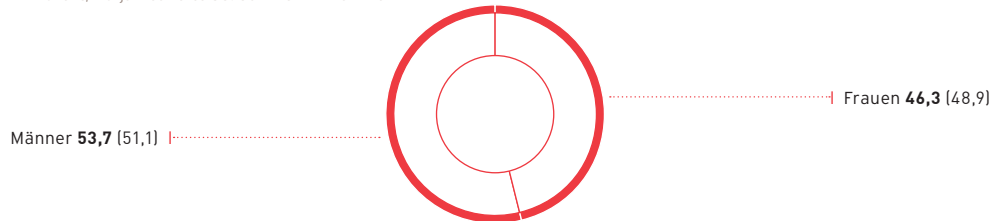
in Prozent, Vorjahreswerte 30. Juni 2011 in Klammern



Im Kernmarkt Deutschland lag der Frauenanteil zum 30. Juni 2012 bei 46,3 Prozent (Vorjahr: 48,9%).

ANTEIL DER FRAUEN UND MÄNNER IM KERNMARKT DEUTSCHLAND

in Prozent, Vorjahreswerte 30. Juni 2011 in Klammern



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

Der Personalaufwand der ProSiebenSat.1 Group ging im ersten Halbjahr 2012 aufgrund der geringeren Mitarbeiterzahl im Konzern leicht auf 163,5 Mio Euro zurück (Vorjahr: 164,8 Mio Euro).

Work-Life-Angebot ausgebaut. ProSiebenSat.1 bietet seinen Mitarbeitern ein umfangreiches Angebot an Sozialleistungen. Zudem besitzen die Themen Familienfreundlichkeit sowie eine ausgewogene Work-Life-Balance einen hohen Stellenwert im Unternehmen. Die Gruppe betreibt für ihre Mitarbeiter bereits seit zehn Jahren eine eigene Kindertagesstätte. Flexible Arbeitszeitmodelle sowie Teleworking-Arbeitsplätze runden das Angebot ab. Im ersten Halbjahr 2012 hat ProSiebenSat.1 sein Work-Life-Portfolio in den Bereichen Familie, Sport, Gesundheit und Services noch einmal deutlich ausgebaut. Mitarbeiter können bei der Suche nach Betreuungsangeboten und Ferienfreizeiten für ihre Kinder sowie im Pflegefall von Angehörigen nun die Hilfe eines ProSiebenSat.1-Kooperationspartners in Anspruch nehmen. Die Agentur bietet zusätzlich verschiedene Concierge-Services, die die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben erleichtern. Darüber hinaus hat die Gruppe als präventive Gesundheitsmaßnahme ihr Sportangebot für Mitarbeiter erweitert.

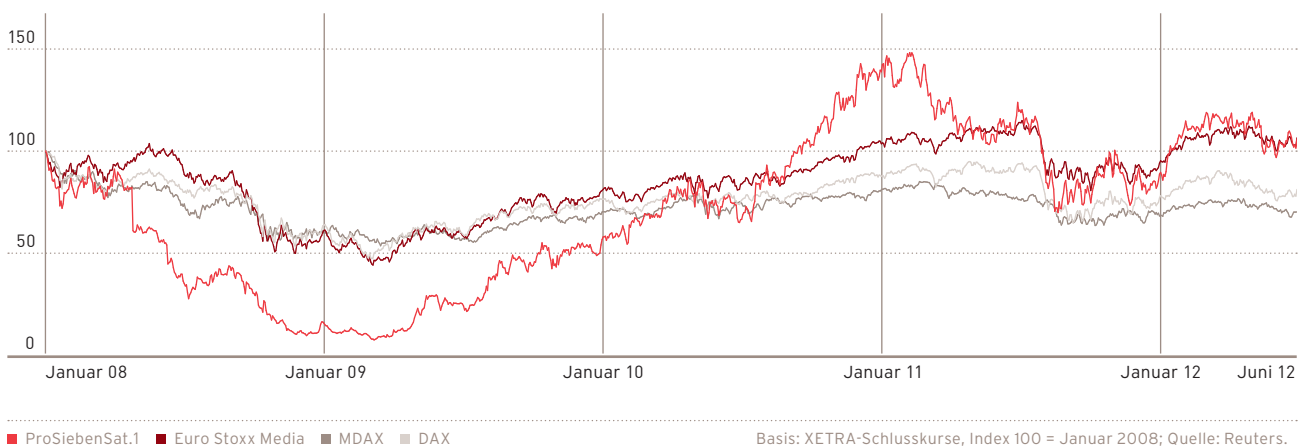
Die ProSiebenSat.1-Aktie

Die ProSiebenSat.1-Aktie an der Börse. Das erste Halbjahr 2012 war von einer hohen Volatilität an den Kapitalmärkten geprägt. Die Einigung über das zweite Rettungspaket für Griechenland, geldpolitische Maßnahmen der Zentralbank sowie gute US-Konjunkturdaten wurden von den Aktienmärkten als positives Signal gewertet. In Deutschland sorgten zudem wachsende Unternehmensgewinne sowie ein nach wie vor freundliches Konsumklima zunächst für ein gutes Börsenklima. Durch die zunehmend angespannte Haushaltslage einiger Länder der Eurozone spitzte sich die Schuldenkrise jedoch weiter zu, so dass die Aktienmärkte Anfang April sowie im gesamten zweiten Quartal einen deutlich schwächeren Verlauf aufwiesen. Die Entwicklung wurde von ersten Anzeichen einer weltweiten Konjunkturabschwächung begleitet.

Im Juni 2012 gewannen die Aktienmärkte vor allem durch Unterstützungsmaßnahmen der Notenbanken wieder an Auftrieb. Infolgedessen notierte der DAX am 29. Juni 2012 um 8,8 Prozent höher als zum Jahresende 2011 und schloss bei 6.416 Punkten. Der MDAX beendete das erste Halbjahr 2012 mit einem Plus von 16,3 Prozent und notierte am 29. Juni 2012 bei 10.344 Punkten. Der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex Euro Stoxx Media schloss die erste Jahreshälfte 2012 mit einem Plus von 3,5 Prozent bei 158 Punkten.

Die ProSiebenSat.1-Aktie entwickelte sich im ersten Halbjahr 2012 mit einem Plus von 24,8 Prozent gegenüber dem Jahresende 2011 deutlich besser als die Vergleichsindizes. Positive Analystenbewertungen und über den Erwartungen liegende Unternehmenszahlen gaben der ProSiebenSat.1-Aktie in den ersten sechs Monaten Auftrieb. Am letzten Handelstag des zweiten Quartals 2012 notierte das Papier bei 17,62 Euro. Den höchsten Schlusskurs des ersten Halbjahres 2012 markierte die Aktie bei 19,83 Euro am 1. März, dem Tag der Bilanzpressekonferenz. Am Ende des Berichtszeitraums empfahlen 19 nationale und internationale Analysten renommierter Banken und Investmenthäuser die Aktie zum Kauf.

KURSENTWICKLUNG DER PROSIEBENSAT.1-AKTIE



		01.01. - 30.06.2012	01.01. - 30.06.2011	01.01. - 30.06.2010	01.01. - 30.06.2009	01.01. - 30.06.2008
Höchster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	19,83	24,80	14,20	4,65	16,62
Tiefster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	14,19	17,15	8,13	0,90	6,06
Schlusskurs XETRA	Euro	17,62	19,55	12,12	3,92	6,37
Aktienumsatz XETRA insgesamt	Stück	83.119.019	112.534.991	110.761.919	138.132.325	151.348.884
Aktienumsatz XETRA (durchschnittliches Handelsvolumen je Tag)	Stück	654.480	886.102	879.063	1.105.059	1.201.182

Börsennotiert sind nur die Vorzugsaktien.

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	Euro	- / -	1,17 ²	1,14	0,02	0,02
Dividendensumme	Mio Euro	- / -	245,7 ²	241,2	2,07	2,08

1 Inkl. eigener Aktien. 2 Die Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2011 fand am 15. Mai 2012 statt. Die Dividende wurde am 16. Mai 2012 ausgeschüttet.

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 sind nicht in der Bilanz enthalten. Dabei handelt es sich vor allem um selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte wie Markenwerte und weitere nichtfinanzielle Leistungsindikatoren, die eine große Bedeutung für den Unternehmenserfolg haben. Auch das Mitarbeiterpotenzial ist ein wichtiges Kriterium, das nicht bilanziert wird. Hingegen aktivieren wir in geringem Umfang bestimmte selbst erstellte, immaterielle Vermögenswerte.



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 Beispiel dafür ist der „Tolerance Day“ auf ProSieben. Zum zweiten Mal sprachen Stars wie Joko und Claas am 19. Februar 2012 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 dem Thema Rassismus auseinandersetzt. Mit einem Marktanteil von 17,4 Prozent erreichte „Gran Torino“ fast 2,6 Millionen Zuschauer.

ProSiebenSat.1 ist grün. Die ProSiebenSat.1 Group räumt Umweltschutzthemen grundsätzlich viel Platz in ihren Programmen ein. Zusätzlich rückt die Sendergruppe ökologische Themen mit Aktionen wie „Green Seven“ ins öffentliche Bewusstsein. In der Woche vom 14. bis zum 20. Mai 2012 ging die ProSieben-Initiative „Green Seven“ bereits zum vierten Mal auf Sendung. In zahlreichen Programmen wie „taff“ oder „Galileo“ klärte der Sender wieder darüber auf, wie jeder etwas zum Schutz der Umwelt beitragen kann. ProSieben ist insbesondere bei Zuschauern zwischen 14 und 29 Jahren sehr beliebt und hat so die Möglichkeit, junge Menschen für Themen wie Umweltschutz oder Toleranz zu begeistern und wichtige Werte zu vermitteln.



ProSiebenSat.1 stellt Energieversorgung auf regenerative Quellen um. Unternehmen agieren in einem Marktumfeld, das von knapper werdenden Ressourcen und steigendem Kostendruck geprägt ist. Auch für einen Medienkonzern ist nachhaltiges Wirtschaften sowie der schonende Einsatz von Ressourcen eine wichtige Voraussetzung für den künftigen Unternehmenserfolg. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat ihre Energieversorgung zum 1. Januar 2012 deshalb auf regenerative Quellen umgestellt. Dadurch vermindert die Gruppe ihre Emissionen jährlich um 8.100 Tonnen CO₂ und 11 Kilogramm radioaktiven Abfall.

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

Nachtragsbericht

Zwischen dem 30. Juni 2012 und dem 1. August 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 zweite Quartal 2012 wird am 2. August 2012 veröffentlicht.

Risiko- und Chancenbericht

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 Planungsannahmen 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. Bestimmte Risikopositionen haben sich im Vergleich zum Jahresende 2011 allerdings verändert und werden nachfolgend erläutert.

ENTWICKLUNG DER EINZELRISIKEN ZUM 30. JUNI 2012

Veränderung 30.06.2012 vs. 31.12.2011

↗	→	→	→	→	→	↘	→
Externe Risiken	Vertriebsrisiken	Content Risiken	Technologische Risiken	Organisatorische Risiken	Finanzwirtschaftliche Risiken	Compliance Risiken	Gesamtrisikolage

↗ leicht gestiegen → unverändert ↘ leicht gesunken

Externe Risiken

Die TV-Märkte werden wesentlich von makroökonomischen Bedingungen beeinflusst. Bei positiven Konjunkturaussichten steigen neben einer erhöhten Investitionsbereitschaft der Unternehmen auch die Werbeausgaben. Umgekehrt reagieren Unternehmen bei nachlassender Wirtschaftsdynamik relativ kurzfristig mit einer Kürzung ihrer Werbebudgets. In den vergangenen Monaten haben sich die Konjunkturrisiken leicht erhöht: Nach Anzeichen einer leichten Entspannung der Euro-Schuldenkrise zu Jahresbeginn geriet die Eurozone im Laufe des zweiten Quartals 2012 wieder stärker unter Druck. Infolgedessen schwächte sich dadurch die konjunkturelle Dynamik auch in Deutschland etwas ab. Nach heutigem Kenntnisstand bewerten wir das Risiko aus den jüngsten Entwicklungen jedoch weiterhin insgesamt als begrenzt und beherrschbar. Auswirkungen auf unser Geschäft spüren wir derzeit nicht.

Konjunkturprognosen stehen immer unter dem Vorbehalt bestimmter Prämissen und unterliegen somit auch Unsicherheiten. Daher berücksichtigt die ProSiebenSat.1 Group in ihrer Planung unterschiedliche Szenarien für den deutschen Kernmarkt. Der Konzern hat durch den Ausbau neuer Geschäftsmodelle jenseits von TV-Werbung sein Risikoprofil optimiert und wird diese Diversifikationsstrategie in den kommenden Jahren konsequent weiterverfolgen. Bis 2015 sollen 50 Prozent des Gesamtumsatzes außerhalb des klassischen TV-Werbegegeschäfts im deutschen Markt generiert werden.

Compliance Risiken

Weitere Informationen
zum Kartellrechtsverfahren siehe
Anhang, Seite 57.

Angebliche Verstöße gegen Kartellvorschriften. Im Geschäftsbericht 2011 hat die ProSiebenSat.1 Group ein potenzielles Risiko durch eine angebliche Verletzung des Kartellrechts dargelegt. Im Juli 2012 haben sich die ProSiebenSat.1 Group und das Bundeskartellamt im Grundsatz auf eine einvernehmliche Beendigung der mit diesem Vorwurf im Zusammenhang stehenden Verfahren verständigt. Unter Berücksichtigung des Verhandlungsstands und auf der Basis bestmöglicher Schätzungen hat die ProSiebenSat.1 Group zum 30. Juni 2012 einen Betrag von 27,5 Mio Euro zurückgestellt.

§32a UrhG („Bestseller“). Im Geschäftsbericht 2011 wurde ein potentielles Risiko bezüglich §32a UrhG („Bestseller“) beschrieben. Das LG Berlin hat SAT.1 am 19. Juli 2011 zur Zahlung einer weiteren Vergütung an einen Drehbuchautor einer TV-Serie auf Basis von §32a UrhG („Bestseller“) verurteilt. Über die Berufung von SAT.1 wird Ende Oktober 2012 verhandelt. Zur Reduzierung der wirtschaftlichen Unsicherheit durch die unklare Rechtslage aus §32a UrhG sind die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH in Verhandlungen mit einem Interessenverband von Urhebern eingetreten, um eine gesetzlich in §36 UrhG vorgesehene gemeinschaftliche Vergütungsregelung aufzustellen, die Ansprüche nach §32a UrhG für zukünftige Produktionen vermeiden würde. Der Ausgang dieser Verhandlungen sowie mögliche finanzielle Belastungen für die ProSiebenSat.1 Group sind derzeit noch nicht abzuschätzen.

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 nicht gegeneinander aufgerechnet.

Das Monitoring von Wachstumspotenzialen ist ebenso wie das Risikomanagement Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems. Für eine umfassende Darstellung der Risikokategorien und des konzernweit gültigen Risikomanagementsystems verweisen wir auf die Ausführungen im Geschäftsbericht 2011 ab Seite 101, potenzielle Chancen werden im Geschäftsbericht 2011 ab Seite 116 beschrieben.

Prognosebericht

Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen

Nach einer Aufhellung zum Jahreswechsel 2011/2012 hat sich die globale Konjunktur zur Jahresmitte wieder abgeschwächt. Vor allem die erneute Zuspitzung der Euro-Schuldenkrise bremste die weltwirtschaftliche Entwicklung. Nach Angaben des IWF ist die globale Wirtschaftsleistung 2011 um 3,9 Prozent gestiegen. 2012 wird das Wachstum aufgrund der genannten Faktoren voraussichtlich etwas niedriger ausfallen. Das Institut für Weltwirtschaft (IfW) prognostiziert derzeit ein Plus von 3,4 Prozent, das ifo-Institut von 3,2 Prozent. Im Jahr 2013 könnte die Weltwirtschaft wieder stärker expandieren. Voraussetzung dafür ist eine Eindämmung der europäischen Staatsschuldenkrise.

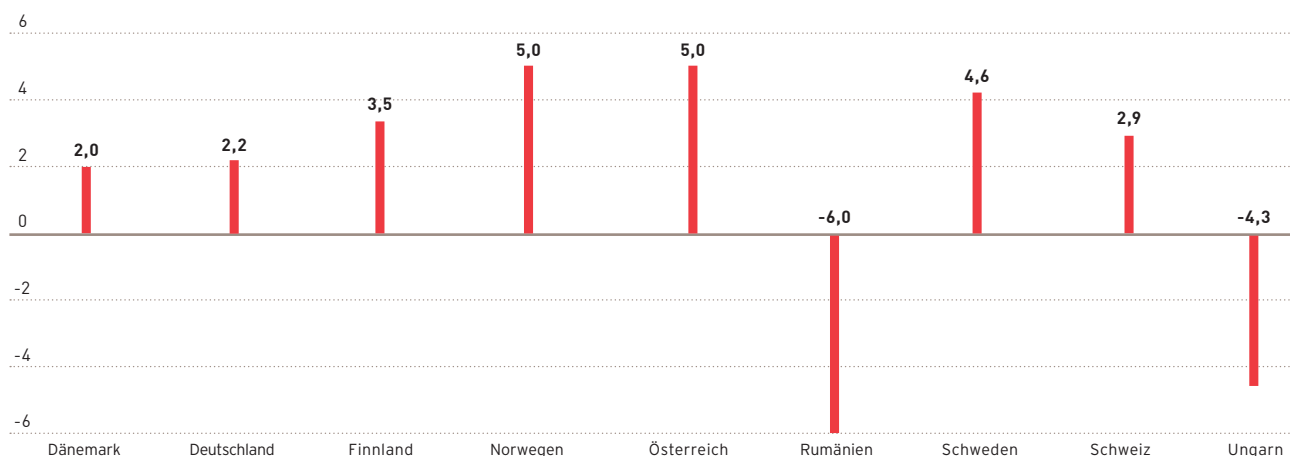
Die Eurozone wird nach Meinung von Wirtschaftsforschern im Jahr 2012 weiterhin stagnieren (ifo: -0,5%; IfW: -0,4%). Dies könnte die wirtschaftliche Expansion Deutschlands im zweiten und dritten Quartal 2012 dämpfen. Gleichwohl sind die Kerndaten weiterhin günstig: Die Geldpolitik der Europäischen Zentralbank ist ausgesprochen investitionsfreundlich, der niedrige Eurokurs hilft den deutschen Exporten, die Beschäftigungsquote bewegt sich in Deutschland auf hohem Niveau und das Konsumklima ist nach wie vor stabil. Wenn sich die derzeitigen Turbulenzen um die Euro-Schuldenkrise beruhigen, könnten die konjunkturellen Auftriebskräfte zum Jahresende wieder stärker zum Tragen kommen. Die Prognosen für das Gesamtjahr 2012 liegen derzeit zwischen 0,7 (ifo-Institut) und 1,1 Prozent (Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung).

Die Entwicklung der Werbemärkte steht in enger Beziehung zur aktuellen und zukünftig erwarteten allgemeinen Wirtschaftslage. Auch 2011 ging das dynamische deutsche Wirtschaftswachstum (+3,0%) mit einem leichten Plus bei den TV-Werbeinvestitionen einher (+0,7% netto). Im laufenden Jahr bleibt der erfreuliche Konjunkturtrend voraussichtlich erhalten. Die Netto-Prognosen der Agenturgruppe ZenithOptimedia und des World Advertising Research Center (WARC) sehen 2,2 bzw. 0,7 Prozent Wachstum für Deutschland voraus. Die Konjunkturaussichten in den internationalen Märkten der ProSiebenSat.1 Group sind relativ stabil. Auch die Prognosen für die entsprechenden TV-Werbemärkte liegen abgesehen von Ungarn und Rumänien im positiven Bereich.

Eine Übersicht der relevanten wirtschaftlichen und branchenspezifischen Prognosen zeigen folgende Grafiken:

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

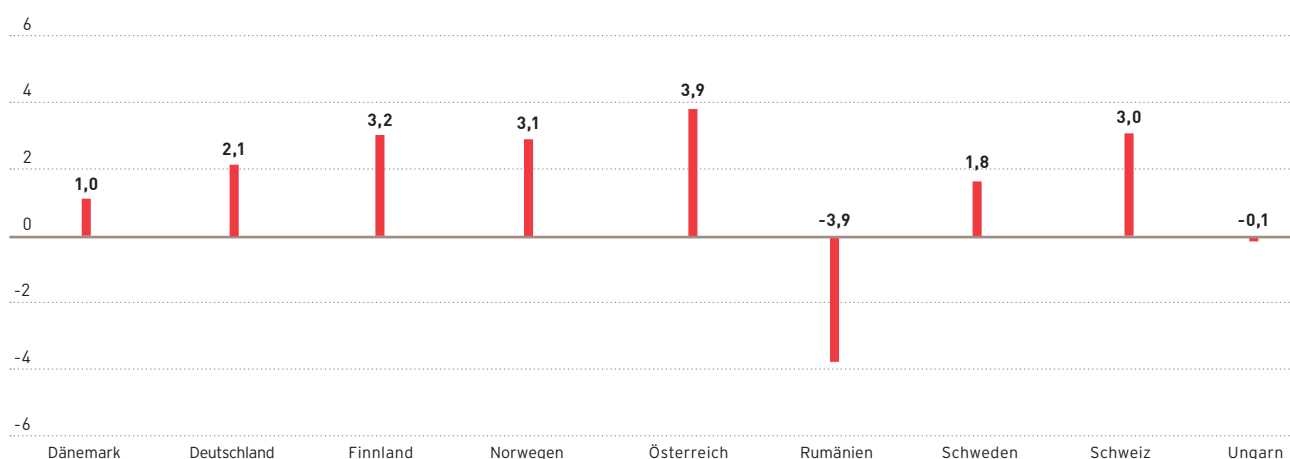
in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



Quelle: ZenithOptimedia (6/2012), 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

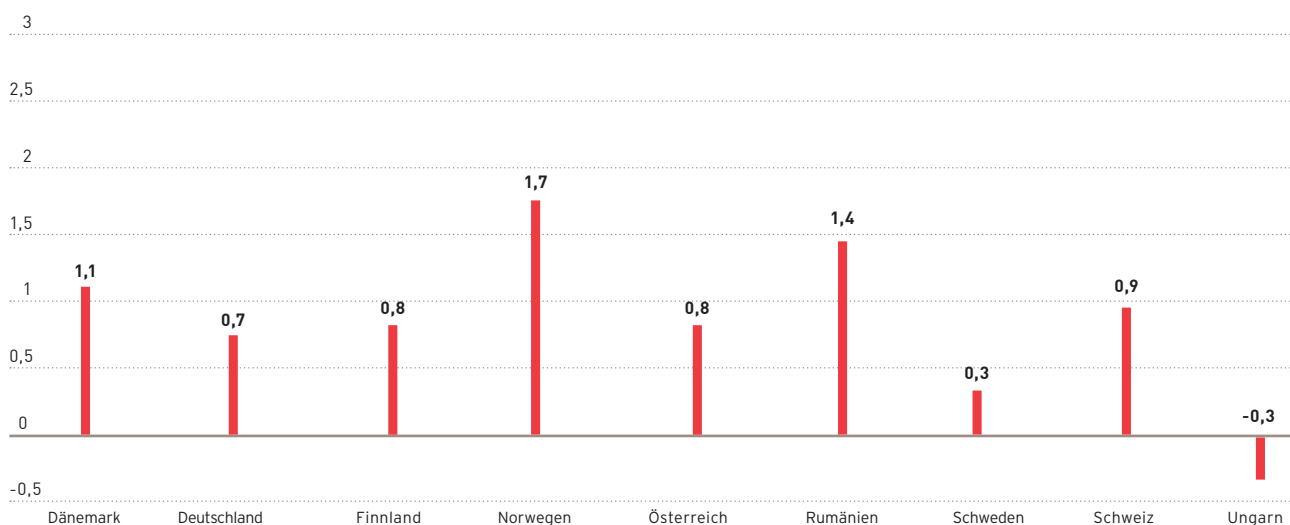
in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



Quelle: ZenithOptimedia (6/2012), Zahlen auf Nettobasis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen.

PROGNOSEN FÜR DAS REALE BRUTTOINLANDSPRODUKT IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN 2012

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



Quelle: Eurostat (Stand: 07.07.2012).

Fernsehen bleibt auch im Internetzeitalter Leitmedium. Durch technologische Innovationen erhält das Medium zusätzliche Funktionen und gewinnt weiter an Relevanz. So wird Fernsehen durch das Zusammenspiel von Internet und TV zunehmend ein „soziales Medium“, wie das Beispiel „The Voice Connect“ im ersten Halbjahr 2012 zeigte. Die ProSiebenSat.1 Group etablierte parallel zum TV-Erfolgsformat „The Voice“ eine Internetplattform, auf der neben einem Internet-Livestream verschiedene interaktive Angebote sowie die Social-Media-Applikationen Facebook und Twitter abgerufen werden konnten. Die Plattform erzielte während des Ausstrahlungszeitraums rund 18 Mio Online-Video-Views und ist ein Beleg dafür, wie Fernsehen nach wie vor Themen setzt und zugleich von neuen Formen der Mediennutzung profitiert. Im ersten Halbjahr zeigte die ProSiebenSat.1 Group im Rahmen von so genannten „Online-First“-Premieren zudem erstmals eine Fernsehserie („Spartacus“) vor ihrer TV-Ausstrahlung exklusiv auf der gruppeneigenen Internetplattform MyVideo.de und erreichte innerhalb von vier Wochen über 15 Millionen Videoabrufe. Einen Monat später ging die Serie auf dem TV-Sender ProSieben on Air und erzielte dort überdurchschnittliche Marktanteile von bis zu 18,0 Prozent. Dieses Beispiel zeigt, wie ProSiebenSat.1 als integrierter Medienkonzern von den Stärken von TV und Online profitieren wird und Zuschauern sowohl lineare als auch nonlineare Formen der Mediennutzung bieten kann.

Unternehmensausblick

Da die Buchungen von TV-Werbung sehr kurzfristig erfolgen und eine hohe Interdependenz zwischen dem konjunkturellen Umfeld sowie der Entwicklung der Werbemärkte besteht, sind Prognosen stets mit gewissen Unsicherheiten behaftet. Auf Jahressicht schränkt zudem die Bedeutung des vierten Quartals für die Umsatzentwicklung der ProSiebenSat.1 Group die Planungssicherheit ein. Üblicherweise realisiert die TV-Gruppe etwa 30 Prozent ihres Jahresumsatzes im vierten Quartal.

Nach einer konjunkturellen Belebung zum Jahresauftakt büßte die Weltwirtschaft zur Jahresmitte wieder etwas an Dynamik ein. Dennoch sind die Konjunkturaussichten in den für die ProSiebenSat.1 Group relevanten Märkten relativ stabil. Auch die Prognosen für die entsprechenden TV-Werbemärkte liegen mit Ausnahme von Ungarn und Rumänien im positiven Bereich. Vor diesem Hintergrund strebt die ProSiebenSat.1 Group auf Jahressicht unverändert einen Anstieg des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich an. In unserem Kernmarkt Deutschland rechnen wir mit einem Werbemarktwachstum im niedrigen einstelligen Prozentbereich und wir gehen davon aus, das Jahr in etwa auf Marktniveau abzuschließen. Voraussetzung ist, dass sich die makroökonomischen Rahmenbedingungen im Laufe des zweiten Halbjahres nicht deutlich eintrüben.

Im Rahmen unserer Vier-Säulen-Strategie haben wir in den vergangenen Jahren neben unserem Kerngeschäft auch weniger konjunktursensitive Diversifikationsaktivitäten wie Online, Games, Video-on-Demand oder die weltweite Entwicklung und Produktion von TV-Inhalten maßgeblich vorangetrieben. Im zweiten Halbjahr erwarten wir deshalb erneut dynamische Zuwachsraten aus den Segmenten „Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“. International sehen wir vor allem in Skandinavien weiterhin gute Wachstumschancen. Die Umsatzsteigerung dürfte auf Jahressicht zu einem Anstieg des recurring EBITDA auf über 850 Mio Euro führen. In Bezug auf das bereinigte Jahresergebnis ist es ebenfalls unser Ziel, 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. Für unseren Verschuldungsgrad halten wir weiterhin am definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5 fest.

Im Zuge der bis 2015 angelegten Vier-Säulen-Wachstumsstrategie wird die ProSiebenSat.1 Group ihr Portfolio auch künftig über alle vier Segmente hinweg erweitern und in Wachstumsmfelder wie Games oder das Produktionsgeschäft von Red Arrow investieren. Dies stellt sicher, dass die Gruppe ihr Erlösportfolio weiter diversifiziert und an der dynamischen Entwicklung von Trend- und Wachstumsmärkten partizipiert. Unsere Wachstumsstrategie basiert auf dem Ziel, ausgehend vom Kerngeschäft Fernsehen weitere verwandte Geschäftsfelder zu erschließen und auszubauen. Bis 2015 wollen wir – bezogen auf den Gruppenumsatz aus fortgeführten Aktivitäten des Jahres 2010 – über alle vier Segmente hinweg ein zusätzliches Umsatzpotenzial von insgesamt 750 Mio Euro realisieren.

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 Werbeeinkünfte, 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.

Die ProSiebenSat.1-Sender starten mit neuen Serien, spannenden Shows und Sport-Highlights in die nächste TV-Saison.

PROGRAMM- AUSBLICK



UNGLEICHE ÄRZTE....(a) „Danni Lowinski“ und „Der letzte Bulle“ sind längst Serienhits. Jetzt legt SAT.1 nach: Im Herbst starten gleich vier neue deutsche Serien, darunter **„Auf Herz und Nieren“**. Für den versnobten Chirurgen Dr. David Heller ist es ein Albtraum: In der Praxis des alten Dr. Hansen muss er Kassenpatienten bedienen. Hansens Nichte Nina, ebenfalls Ärztin, ist alles andere als begeistert von ihrem neuen Kollegen. Für die beiden ist das ziemlich nervenaufreibend – für die Zuschauer höchst unterhaltsam.

KLEINES GELD....(b) Caroline stammt aus einer der reichsten Familien der Stadt – bis diese ihr gesamtes Geld verliert. Dann trifft sie Max, die sich mit zwei Jobs gerade so über Wasser hält. Gemeinsam sind sie die **„2 Broke Girls“**. Die Sitcom zählte in der vergangenen Saison zu den erfolgreichsten US-Neustarts. Auf ProSieben geht die erste Staffel Ende August on Air. „2 Broke Girls“ ist nur eine von drei Sitcoms, die im Herbst in der ProSieben-Primetime starten.



SENSATIONELLER REKORD....(c) kabel eins bleibt am Ball und sicherte sich die Rechte für die **UEFA Europa League**. Ab Herbst überträgt der Sender die Spiele donnerstags. In der vergangenen Saison erreichte kabel eins mit der Europa League-Übertragung Rekordquoten von bis zu 20,3 Prozent bei den 14- bis 49-Jährigen.



GEKLAUTES DOPPELLEBEN....(d) Sarah Michelle Gellar ist zurück. In der neuen sixx-Mystery-Serie **„Ringer“** spielt sie gleich zwei Rollen – Bridget und ihre Zwillingsschwester Siobhan, deren Identität sie annimmt. „Ringer“ ist nur eine von vielen US-Serien-Highlights, die im Herbst auf sixx starten.



LUSTIGE SUCHE....(e) Eine Gruppe von Amerikanern geht auf Ahnenforschung in Dänemark. Die Show von Kanal 5 **„Aft for Danmark“** begleitet sie dabei. In Norwegen ist das Format bereits ein Hit, im September geht dort die dritte Staffel bei TVNorge auf Sendung.



KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

41 __ Gewinn- und Verlustrechnung

42 __ Gesamtergebnisrechnung

43 __ Bilanz

44 __ Kapitalflussrechnung

46 __ Eigenkapitalveränderungs-
rechnung

47 __ Anhang

Gewinn- und Verlustrechnung

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro	Q2 2012	Q2 2011	H1 2012	H1 2011
FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN				
1. Umsatzerlöse	723,3	692,2	1.358,1	1.288,0
2. Umsatzkosten	-379,2	-371,1	-761,2	-730,2
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	344,1	321,1	596,9	557,8
4. Vertriebskosten	-77,8	-80,8	-158,0	-163,6
5. Verwaltungskosten	-62,9	-64,8	-126,2	-122,4
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-35,9	-1,9	-36,0	-13,2
7. Sonstiger betrieblicher Ertrag	3,2	2,1	4,9	3,3
8. Betriebsergebnis	170,7	175,7	281,6	261,9
9. Zinsen und ähnliche Erträge	1,0	2,1	2,5	3,7
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-43,0	-53,6	-86,5	-108,1
11. Zinsergebnis	-42,0	-51,5	-84,0	-104,4
12. Ergebnis aus at Equity bewerteten Anteilen	1,4	0,1	7,4	3,2
13. Sonstiges Finanzergebnis	-5,9	-4,3	-5,6	6,6
14. Finanzergebnis	-46,5	-55,7	-82,2	-94,6
15. Ergebnis vor Steuern	124,2	120,0	199,4	167,3
16. Ertragsteuern	-39,2	-35,2	-61,8	-46,9
17. Konzernergebnis fortgeführter Aktivitäten	85,0	84,8	137,6	120,4
NICHT-FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN				
18. Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	- / -	47,2	- / -	51,7
19. Konzernergebnis	85,0	132,0	137,6	172,1
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Ergebnis				
	83,9	129,0	134,7	167,3
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter				
	1,1	3,0	2,9	4,8
in Euro				
Ergebnis je Aktie				
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,39	0,60	0,63	0,78
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,40	0,61	0,64	0,79
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,39	0,59	0,63	0,76
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,40	0,59	0,64	0,77
Ergebnis je Aktie fortgeführter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,39	0,38	0,63	0,54
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,40	0,39	0,64	0,55
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,39	0,37	0,63	0,52
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,40	0,37	0,64	0,53
Ergebnis je Aktie nicht-fortgeführter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	- / -	0,22	- / -	0,24
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	- / -	0,22	- / -	0,24
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	- / -	0,22	- / -	0,24
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	- / -	0,22	- / -	0,24

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

Gesamtergebnisrechnung

GESAMTERGEBNISRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro	Q2 2012	Q2 2011	H1 2012	H1 2011
Konzernergebnis	85,0	132,0	137,6	172,1
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung ¹	11,8	-11,1	28,1	-4,4
Bewertung von Derivaten in Cashflow Hedges	53,6	-17,6	31,6	9,3
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Aufwendungen und Erträge	-14,9	5,2	-8,6	-1,9
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	50,5	-23,5	51,1	3,0
Konzern-Gesamtergebnis	135,5	108,5	188,7	175,1
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Gesamtergebnis	134,4	105,6	185,8	170,4
Gesamtergebnisanteil anderer Gesellschafter	1,1	2,9	2,9	4,7

¹ Enthält Anteile anderer Gesellschafter aus Währungsdifferenzen für das H1 2012 i.H.v. 0,0 Mio Euro (H1 2011: minus 0,1 Mio Euro) und für das Q2 2012 i.H.v. 0,0 Mio Euro (Q2 2011: minus 0,1 Mio Euro).

Bilanz

BILANZ DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	30.06.2012	31.12.2011	30.06.2011
A. LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
I. Immaterielle Vermögenswerte	2.220,1	2.169,3	2.177,7
II. Sachanlagen	227,0	221,3	218,7
III. At Equity bewertete Anteile	3,1	1,0	0,4
IV. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	60,9	56,5	64,3
V. Programmvermögen	1.348,3	1.337,8	1.359,3
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	4,2	2,6	3,2
VII. Latente Ertragsteueransprüche	72,4	78,8	72,9
	3.936,0	3.867,3	3.896,5
B. KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
I. Programmvermögen	225,5	193,5	144,2
II. Vorräte	1,0	1,0	2,2
III. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	266,8	279,4	242,7
IV. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	41,2	39,2	35,6
V. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	180,1	135,3	132,0
VI. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	304,1	517,9	881,8
VII. Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	- / -	- / -	960,4
	1.018,7	1.166,3	2.398,9
Bilanzsumme	4.954,7	5.033,6	6.295,4

in Mio Euro

	30.06.2012	31.12.2011	30.06.2011
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	218,8	218,8	218,8
II. Kapitalrücklage	576,3	575,5	578,5
III. Gewinnrücklage	671,3	782,3	553,6
IV. Eigene Anteile	-51,4	-52,5	-20,2
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	-41,2	-92,3	-136,8
VI. Sonstiges Eigenkapital	-18,6	-0,4	0,3
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehendes Eigenkapital	1.355,2	1.431,4	1.194,2
VII. Anteile anderer Gesellschafter	2,8	10,0	8,2
	1.358,0	1.441,4	1.202,4
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Darlehen und Kredite	2.338,3	2.335,6	3.534,9
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	311,8	279,0	330,2
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	24,2	46,8	20,2
IV. Übrige Verbindlichkeiten	1,3	1,3	1,2
V. Rückstellungen für Pensionen	11,4	10,1	9,6
VI. Sonstige Rückstellungen	5,5	6,4	17,5
VII. Latente Ertragsteuerschulden	157,6	138,7	92,4
	2.850,1	2.817,9	4.006,0
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Darlehen und Kredite	0,2	0,1	230,6
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	58,6	47,5	43,8
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	365,6	410,0	342,1
IV. Übrige Verbindlichkeiten	186,0	188,5	169,3
V. Steuerrückstellungen	43,9	49,5	60,4
VI. Sonstige Rückstellungen	92,3	78,7	59,6
VII. Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	- / -	- / -	181,2
	746,6	774,3	1.087,0
Bilanzsumme	4.954,7	5.033,6	6.295,4

Kapitalflussrechnung

KAPITALFLUSSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	Q2 2012	Q2 2011	H1 2012	H1 2011
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	85,0	84,8	137,6	120,4
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	47,2	- / -	51,7
davon Ergebnis aus dem Verkauf nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	20,9	- / -	20,9
Konzernergebnis	85,0	132,0	137,6	172,1
Ertragsteuern	39,2	35,2	61,8	46,9
Finanzergebnis	46,5	55,7	82,2	94,6
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	36,0	34,7	62,3	75,8
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	257,8	273,5	531,4	535,5
Veränderung der Pensionsrückstellungen und sonstigen Rückstellungen	25,2	2,4	22,5	-2,2
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	-0,5	-0,9	-1,5	1,1
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-2,3	-1,2	-5,2	-0,5
Cashflow fortgeführter Aktivitäten	486,9	484,2	891,1	871,6
Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	66,8	- / -	109,1
Cashflow Gesamt	486,9	551,0	891,1	980,7
Veränderung Working Capital	-10,0	3,1	-84,7	-82,3
Erhaltene Dividende	- / -	3,2	5,5	3,2
Gezahlte Steuern	-31,2	-31,2	-56,1	-64,7
Gezahlte Zinsen	-40,2	-51,5	-84,5	-105,1
Erhaltene Zinsen	0,7	1,8	1,4	3,2
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	406,2	409,6	672,7	625,9
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	4,2	- / -	73,1
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit Gesamt	406,2	413,8	672,7	699,0
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	-0,2	0,3	0,1	0,9
Auszahlungen für die Beschaffung von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-18,4	-16,6	-46,8	-35,6
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-1,5	-1,3	-1,8	-1,4
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	5,9	7,6	6,9	15,7
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-241,3	-232,2	-584,6	-581,1
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-5,0	-15,5	-12,2	-17,3
Auszahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-0,3	-0,5	-0,5	-1,4
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-260,8	-258,2	-638,9	-620,2
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	162,7	9,2	116,2
davon Einzahlungen aus dem Abgang nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	192,5	9,2	192,5
Cashflow aus Investitionstätigkeit Gesamt	-260,8	-95,5	-629,7	-504,0
Free Cashflow	145,4	318,3	43,0	195,0

Kapitalflussrechnung Fortsetzung

KAPITALFLUSSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	Q2 2012	Q2 2011	H1 2012	H1 2011
Free Cashflow (Übertrag von Seite 44)	145,4	318,3	43,0	195,0
Auszahlung Dividende	-245,7	- / -	-245,7	- / -
Auszahlung zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	-0,5	- / -	-0,6	- / -
Einzahlungen aus Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	0,2	- / -	0,2	- / -
Auszahlung zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	-2,4	-2,4	-4,9	-4,8
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	- / -	0,7	1,1	5,3
Auszahlung für den Erwerb von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	- / -	-0,1	- / -	-0,1
Auszahlung im Zusammenhang mit Finanzierungsmaßnahmen	-2,2	- / -	-2,2	- / -
Einzahlungen auf ausstehendes gezeichnetes Kapital anderer Gesellschafter	- / -	0,1	- / -	0,1
Auszahlung von Dividenden an andere Gesellschafter	-7,7	-1,3	-8,0	-4,9
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-258,3	-3,0	-260,1	-4,4
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	- / -	- / -	- / -
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit Gesamt	-258,3	-3,0	-260,1	-4,4
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands fortgeführter Aktivitäten	2,8	-1,4	3,3	-5,7
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	-1,6	- / -	-2,2
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-110,1	312,3	-213,8	182,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	414,2	611,1	517,9	740,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	304,1	923,4	304,1	923,4
Abzüglich zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	- / -	-41,6	- / -	-41,6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende aus fortgeführten Aktivitäten	304,1	881,8	304,1	881,8

Eigenkapitalveränderungsrechnung

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

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

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	Gezeich- netes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklage	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital		Bewertung von Cashflow Hedges	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehen- des Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigen- kapital
					Unter- schieds- betrag aus Währungs- umrechnung	Unterschiedsbetrag aus Währungs- umrechnung						
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	- / -	- / -	134,7	- / -	- / -		- / -	- / -	- / -	134,7	2,9	137,6
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- / -	- / -	- / -	- / -	28,1		31,6	-8,6	- / -	51,1	- / -	51,1
Konzern-Gesamtergebnis	- / -	- / -	134,7	- / -	28,1		31,6	-8,6	- / -	185,8	2,9	188,7
Gezahlte Dividende	- / -	- / -	-245,7	- / -	- / -		- / -	- / -	- / -	-245,7	-8,0	-253,7
Aktienoptionsplan	- / -	0,8	- / -	- / -	- / -		- / -	- / -	- / -	0,8	- / -	0,8
Sonstige Veränderungen	- / -	- / -	- / -	1,1	- / -		- / -	- / -	-18,2	-17,1	-2,1	-19,2
30. Juni 2012	218,8	576,3	671,3	-51,4	19,7		-84,1	23,2	-18,6	1.355,2	2,8	1.358,0

Konzernanhang für den Zwischenabschluss zum 30. Juni 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 Entwicklung, Produktion und weltweiter Vertrieb von Programmen zum Portfolio der ProSiebenSat.1 Media AG.

2 Grundlagen der Rechnungslegung

Der Konzern-Zwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Group zum 30. Juni 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 Halbjahr 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 30. Juni 2012 angewendet wurden, sind mit Ausnahme der nachfolgend dargestellten Änderung dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2011 zu Grunde lagen. Für weitergehende Angaben zu den angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen 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 Internati-

onal, Digital & Adjacent sowie Content Production & Global Sales (Siehe Ziffer 5 „Segmentberichterstattung“). Die Änderung wurde gemäß IFRS 8 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 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 30. Juni 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 30. Juni 2012 nicht umgesetzt:

- 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“)
- Änderung des IAS 32 („Finanzinstrumente: Ausweis“) zur Saldierung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten
- IFRS 1 („Erstmalige Anwendung der IFRS: Ausgeprägte Hochinflation und feste Umstellungszeitpunkte“)
- IFRS 1 („Erstmalige Anwendung der IFRS: Darlehen der öffentlichen Hand“)
- Änderungen des IFRS 7 („Finanzinstrumente: Angaben“) über Angaben zur Saldierung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten
- 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, mit Ausnahme von IFRS 9 und IFRS 13 sowie den neuen Standards zur Konzernrechnungslegung (IFRS 10 bis 12), von untergeordneter Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns sein werden. Die ProSiebenSat.1 Group ist gegenwärtig mit der Analyse der gesondert genannten Standards befasst, quantitative Aussagen über mögliche Auswirkungen lassen sich zum jetzigen Zeitpunkt nicht treffen.

4 Konsolidierungskreis

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

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2011	56	95	151
Zugänge	2	9	11
Abgänge	0	-2	-2
Einbezogen zum 30.06.2012	58	102	160

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 ausüben. Neben den vollkonsolidierten Unternehmen werden zum 30. Juni 2012 sieben (31. Dezember 2011: 7) assoziierte Unternehmen und drei 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.

Erstkonsolidierungen und 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. Die Erstkonsolidierung erfolgte im März 2012. 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. Die Erstkonsolidierung erfolgte im März 2012, beide Unternehmen werden dem Segment Content Production & Global Sales zugeordnet. Im Rahmen der Erstkonsolidierung beider Gesellschaften wurden Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 8,2 Mio Euro aktiviert, dieser repräsentiert im Wesentlichen strategische Synergiepotenziale im Bereich Filmproduktion und ist für steuerliche Zwecke nicht abzugsfähig. Darüber hinaus wurden keine wesentlichen immateriellen Vermögenswerte erfasst.

Die Akquisitionen sind weder einzeln noch zusammen genommen wesentlich für die Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns.

Weitere Erstkonsolidierungen 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 27,03% der Anteile vereinbart. Der Fair Value dieser Put-Option wurde zum Vertragszeitpunkt in Höhe von 19,1 Mio Euro als finanzielle Verbindlichkeit erfasst, da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Verbindlichkeit der Put-Option zu erfüllen. Da es sich hierbei um eine Transaktion mit bestehenden 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.

Erstkonsolidierungen und Akquisitionen im zweiten Quartal 2012

Mit Vertrag vom 2. Februar 2012 und wirtschaftlicher Wirkung zum 28. März 2012 erwarb die ProSiebenSat.1 AG über das Konzernunternehmen SevenOne Media Austria GmbH, Wien, Österreich, 100% der Anteile an der Austria 9 TV GmbH, Wien, Österreich. Die Gesellschaft beinhaltet eine österreichische Fernsehlizenz und wird dem Segment Broadcasting German-speaking zugeordnet. Die Erstkonsolidierung erfolgte aus Wesentlichkeitsgründen im April 2012.

Mit Vertrag vom und wirtschaftlicher Wirkung zum 15. März 2012 erwarb die ProSiebenSat.1 Media AG über das Konzernunternehmen Red Arrow Entertainment Limited, London, Großbritannien, 51% der Anteile an der Endor Productions Limited, London, Großbritannien. Die Gesellschaft ist in der Entwicklung, Lizenzierung und Produktion von TV- und Spielfilmformaten in Großbritannien tätig und wird dem Segment Content Production & Global Sales zugeordnet. Die Erstkonsolidierung erfolgte aus Wesentlichkeitsgründen im April 2012.

Mit Vertrag vom und wirtschaftlicher Wirkung zum 8. Mai 2012 erwarb die ProSiebenSat.1 Media AG über das Konzernunternehmen Sultan Sushi B.V., Amsterdam, Niederlande 51,02% der Anteile an der July August Communications and Productions Limited, Ramat Gan, Israel. Die Gesellschaft ist in der Entwicklung und Vermarktung von Formaten sowie der Entwicklung und Produktion von TV-Shows, Serien und Spielfilmen tätig und wird dem Segment Content Production & Global Sales zugeordnet. Die Erstkonsolidierung erfolgte im Juni 2012.

Mit Vertrag vom und wirtschaftlicher Wirkung zum 10. Mai 2012 erwarb die ProSiebenSat.1 Media AG über das Konzernunternehmen Red Arrow Entertainment Limited, London, Großbritannien 51% der Anteile an der New Entertainment Research and Development Limited, London, Großbritannien. Die Gesellschaft ist im Bereich der Entwicklung und Produktion von Factual Entertainment- und Comedyformaten für britische sowie internationale TV-Sender tätig und wird dem Segment Content Production & Global Sales zugeordnet. Die Erstkonsolidierung erfolgte im Juni 2012.

Mit Vertrag vom 2. April 2012 und wirtschaftlicher Wirkung zum 11. Mai 2012 erwarb die ProSiebenSat.1 AG über das Konzernunternehmen SevenVentures GmbH, Unterföhring eine Beteiligung von 100% an der Booming GmbH, München. Die Gesellschaft ist in den Bereichen Suchmaschinen-Marketing und -Optimierung, E-Mail-Marketing und Affiliate-Marketing tätig und wird dem Segment Digital & Adjacent zugeordnet. Die Erstkonsolidierung erfolgte im Mai 2012.

Die im zweiten Quartal 2012 erstmalig konsolidierten Gesellschaften werden aufgrund der Tatsache, dass die ProSiebenSat.1 Group Kontrolle über die Gesellschaften ausübt, als Tochterunternehmen im Wege der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogen. Sie sind einzeln nicht wesentlich für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns. Die nachfolgende Tabelle erläutert deshalb zusammengefasst die vorläufigen finanziellen Auswirkungen dieser Unternehmenszusammenschlüsse auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group zum Zeitpunkt der Erstkonsolidierungen. Es werden lediglich die Bilanzposten dargestellt, die Werte enthalten:

in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbszeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt
Immaterielle Vermögenswerte	0,1	4,6	4,7
Sachanlagen	0,1	- / -	0,1
Langfristige Vermögenswerte	0,2	4,6	4,8
Kurzfristiges Programmvermögen	2,0	- / -	2,0
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	4,1	- / -	4,1
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	0,4	- / -	0,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	0,7	- / -	0,7
Kurzfristige Vermögenswerte	7,2	- / -	7,2
Latente Ertragsteuerschulden	- / -	1,2	1,2
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	- / -	1,2	1,2
Darlehen und Kredite	0,4	- / -	0,4
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6,6	- / -	6,6
Sonstige Verbindlichkeiten	4,2	- / -	4,2
kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	11,2	- / -	11,2
Netto-Reinvermögen	-3,8	3,4	-0,4
Kaufpreis nach IFRS 3			18,5
Geschäfts- oder Firmenwert			18,9

Bei den separat erfassten immateriellen Vermögenswerten handelt es sich um Distributionsverträge der Austria 9 TV GmbH. Ansonsten wurden im Rahmen der Kaufpreisallokationen keine weiteren immateriellen Vermögenswerte separat von den Geschäfts- oder Firmenwerten erfasst.

Die identifizierten Geschäfts- oder Firmenwerte entfallen in Höhe von 6,3 Mio Euro auf die Akquisition von Endor Productions Limited, in Höhe von 4,8 Mio Euro auf July August Communications and Productions Limited, in Höhe von 3,1 Mio Euro auf New Entertainment Research and Development Limited, in Höhe von 3,0 Mio Euro auf Booming GmbH und in Höhe von 1,7 Mio Euro auf Austria 9 TV GmbH. Diese repräsentieren primär strategische Synergiepotenziale in den Bereichen Filmproduktion und Broadcasting und sind steuerlich nicht abzugsfähig. Die Buchwerte der übernommenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen entsprechen ihren Fair Values. Die Kaufpreise nach IFRS 3 wurden in Höhe von 8,3 Mio Euro bar bezahlt. Darüber hinaus vereinbarte der Konzern im Rahmen der Akquisitionen von Endor Productions Limited, July August Communications and Productions Limited und New Entertainment Research and Development Limited mit den jeweiligen Minderheitsgesellschaftern Put-Optionen über die verbleibenden Anteile. Diese wurden zum Erstkonsolidierungszeitpunkt als finanzielle Verbindlichkeiten zum Fair Value in Höhe von 10,2 Mio Euro erfasst, da die ProSiebenSat.1 Group hieraus eine unmittelbare Verpflichtung zur Erfüllung der Optionen hat.

Am 22. Juni 2012 hat die ProSiebenSat.1 Group, über das Konzernunternehmen SBS Media A/S, Kopenhagen, Dänemark, 100% der Anteile an den Radiosendern Radioselskabet af 1/7 2007 ApS, Newradio ApS und Radio Klassisk ApS, alle Kopenhagen, Dänemark für einen Barkaufpreis von 3,3 Mio Euro erworben. Der Erwerb stärkt die Position des Konzerns im dänischen Radio Markt. Aus Wesentlichkeitsgründen und wegen der zeitlichen Nähe des Erwerbs zum Berichtstichtag werden die Gesellschaften zum 30. Juni 2012 als verbundene, nicht konsolidierte Unternehmen ausgewiesen. Die Erstkonsolidierung erfolgt im dritten Quartal 2012.

Weitere Akquisitionen fanden im zweiten Quartal 2012 nicht statt.

Die im ersten Halbjahr 2012 erstkonsolidierten Unternehmen haben die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group seit der Erstkonsolidierung nicht wesentlich beeinflusst. Ebenso hätte eine Einbeziehung bereits ab Beginn des Geschäftsjahres 2012 keine wesentlichen Auswirkungen gehabt.

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 Medienunternehmen. Mit dem einhergehenden Kontrollverlust wurden die betroffenen Unternehmen zu den jeweiligen Veräußerungsdaten entkonsolidiert. Aufgrund ihrer Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group stellen die veräußerten Tochterunternehmen nicht-fortgeführte Aktivitäten im Sinne des IFRS 5 dar. Das Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten wird in der Gewinn- und Verlustrechnung gesondert ausgewiesen, die Vorperioden sind entsprechend angepasst worden.

Die folgende Tabelle enthält das Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten (d.h. der verkauften Geschäftsbereiche in Belgien und den Niederlanden) im zweiten Quartal bzw. der ersten Hälfte 2011:

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG NICHT-FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN

in Mio Euro	Q2 2011	H1 2011
1. Umsatzerlöse	107,4	195,6
2. Aufwendungen	-72,9	-156,4
3. Betriebsergebnis	34,5	39,2
4. Finanzergebnis	-0,6	3,2
5. Betriebsergebnis vor Steuern	33,9	42,4
4. Ertragsteuern	-7,7	-11,6
5. Betriebsergebnis nach Steuern	26,2	30,8
6. Veräußerungsgewinn aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	20,9	20,9
7. Ertragsteuern auf Veräußerung	- / -	- / -
8. Ergebnis nach Steuern	47,2	51,7

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

AUSWIRKUNGEN DER ENTKONSOLIDIERUNG AUF DEN KONZERN

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

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

Zudem umfassten im Vorjahr die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte 960,4 Mio Euro, die hiermit in Verbindung stehenden Verbindlichkeiten 181,2 Mio Euro. Diese teilten sich auf die folgenden Positionen auf:

ZUR VERÄÜSSERUNG GEHALTENE VERMÖGENSWERTE UND VERBINDLICHKEITEN

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

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.

Aufgrund einer Änderung der internen Organisations- und Berichtsstruktur berichtet die ProSiebenSat.1 Group 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 unter dem Dach der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH gebündelten deutschen Sender SAT.1, Pro-Sieben, kabel eins und sixx sowie die SAT.1-Regionalgesellschaften, der Vermarkter SevenOne Media sowie die Konzerntöchter in Österreich und der Schweiz zugeordnet.

Zum Segment Broadcasting International gehören die werbefinanzierten TV-Sender in Nordeuropa (Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden) und im zentral- und osteuropäischen Raum (Rumänien und Ungarn) sowie die Radiosender in Nordeuropa und Rumänien. 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-fortgeführten Aktivitäten auf die Segmente darzustellen.

Das Segment Digital & Adjacent umfasst die Bereiche Online-, Pay- und Mobile-TV, Games, Commerce und den Bereich Ventures, während das Segment Content Production & Global Sales die im Bereich internationale Programmentwicklung und -produktion 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-fortgeführte Aktivitäten“ ausgewiesen.

SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP Q2 2012

	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Broadcasting International	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Produc- tion & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht- fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzern- abschluss
in Mio Euro	Q2 2012	Q2 2012	Q2 2012	Q2 2012	Q2 2012	Q2 2012	Q2 2012	Q2 2012
Umsatzerlöse	489,6	162,5	72,4	26,4	750,9	- / -	-27,6	723,3
Außenumsätze	471,0	162,3	72,1	17,9	723,3	- / -	- / -	723,3
Innenumsätze	18,6	0,2	0,3	8,5	27,6	- / -	-27,6	- / -
Recurring EBITDA	176,6	45,8	20,1	1,0	243,5	- / -	- / -	243,5

SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP Q2 2011

	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Broadcasting International	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Produc- tion & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht- fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzern- abschluss
in Mio Euro	Q2 2011	Q2 2011	Q2 2011	Q2 2011	Q2 2011	Q2 2011	Q2 2011	Q2 2011
Umsatzerlöse	509,9	152,6	62,7	26,5	751,7	107,4	-59,5	799,6
Außenumsätze	472,3	152,6	62,4	4,9	692,2	107,4	- / -	799,6
Innenumsätze	37,6	- / -	0,3	21,6	59,5	- / -	-59,5	- / -
Recurring EBITDA	174,1	40,8	19,1	2,9	236,9	35,6	-0,5	272,0

SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP H1 2012

	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Broadcasting International	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Produc- tion & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht- fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzern- abschluss
in Mio Euro	H1 2012	H1 2012	H1 2012	H1 2012	H1 2012	H1 2012	H1 2012	H1 2012
Umsatzerlöse	925,3	297,9	143,1	46,3	1.412,6	- / -	-54,5	1.358,1
Außenumsätze	888,9	297,7	142,6	28,9	1.358,1	- / -	- / -	1.358,1
Innenumsätze	36,4	0,2	0,5	17,4	54,5	- / -	-54,5	- / -
Recurring EBITDA	285,2	62,7	37,7	-0,5	385,1	- / -	- / -	385,1

SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP H1 2011

	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Broadcasting International	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Produc- tion & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht- fortgeführte Aktivitäten	Eliminierungen	Summe Konzern- abschluss
in Mio Euro	H1 2011	H1 2011	H1 2011	H1 2011	H1 2011	H1 2011	H2 2011	H1 2011
Umsatzerlöse	936,7	280,6	116,8	46,0	1.380,1	195,6	-92,1	1.483,6
Außenumsätze	882,9	280,0	116,2	8,9	1.288,0	195,6	- / -	1.483,6
Innenumsätze	53,8	0,6	0,6	37,1	92,1	- / -	-92,1	- / -
Recurring EBITDA	271,9	61,1	29,4	3,3	365,7	49,5	-0,6	414,6

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

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ZU DEN SEGMENTINFORMATIONEN

in Mio Euro	Q2 2012	Q2 2011
RECURRING EBITDA		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	243,5	236,9
Recurring EBITDA aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-/-	35,6
Eliminierungen	- / -	-0,5
Recurring EBITDA des Konzerns	243,5	272,0
Non-recurring Ergebnis	-36,8	-6,2
Finanzergebnis	-46,5	-56,2
planmäßige Abschreibungen	-26,9	-30,0
Wertminderungen	-9,1	-4,7
Eliminierung Ergebnis vor Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-/-	-54,9
Konzernergebnis vor Steuern aus fortgeführten Aktivitäten	124,2	120,0

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ZU DEN SEGMENTINFORMATIONEN

in Mio Euro	H1 2012	H1 2011
RECURRING EBITDA		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	385,1	365,7
Recurring EBITDA aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-/-	49,5
Eliminierungen	- / -	-0,6
Recurring EBITDA des Konzerns	385,1	414,6
Non-recurring Ergebnis	-41,2	-14,0
Finanzergebnis	-82,2	-91,3
planmäßige Abschreibungen	-52,9	-62,6
Wertminderungen	-9,4	-16,1
Eliminierung Ergebnis vor Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-/-	-63,3
Konzernergebnis vor Steuern aus fortgeführten Aktivitäten	199,4	167,3

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 Halbjahr 2011 Bulgarien und Griechenland), BE/NL (Belgien, Niederlande), Sonstige (USA, UK) sowie den nicht-fortgeführten Aktivitäten des TV- bzw. Print-Bereichs in BE/NL (Belgien, Niederlande) unterschieden.

ANGABEN AUF UNTERNEHMENSEBENE

Geografische Aufteilung	Deutschsprachig		Nordic		CEE		BE/NL		BE/NL Nicht-fortgeführte Aktivitäten		Sonstige		Summe Konzernabschluss	
	Q2 2012	Q2 2011	Q2 2012	Q2 2011	Q2 2012	Q2 2011	Q2 2012	Q2 2011	Q2 2012	Q2 2011	Q2 2012	Q2 2011	Q2 2012	Q2 2011
in Mio Euro														
Außenumsätze	544,2	533,2	143,3	125,7	22,8	29,2	2,9	3,1	- / -	107,4	10,1	1,0	723,3	799,6

ANGABEN AUF UNTERNEHMENSEBENE

Geografische Aufteilung	Deutschsprachig		Nordic		CEE		BE/NL		BE/NL Nicht-fortgeführte Aktivitäten		Sonstige		Summe Konzernabschluss	
	H1 2012	H1 2011	H1 2012	H1 2011	H1 2012	H1 2011	H1 2012	H1 2011	H1 2012	H1 2011	H1 2012	H1 2011	H1 2012	H1 2011
in Mio Euro														
Außenumsätze	1.032,1	997,5	265,0	234,8	39,6	49,2	6,1	4,8	- / -	195,6	15,3	1,7	1.358,1	1.483,6

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 zahlungsmittel-generierende 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 Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte

Im zweiten Quartal 2012 wurden Wertminderungen auf Markenrechte in Höhe von 5,0 Mio Euro in Rumänien sowie 3,2 Mio Euro in Norwegen erfasst. Diese sind den nach IAS 36 gebildeten zahlungsmittelgenerierenden Einheiten Free TV International bzw. Radio zuzuordnen. Ansonsten ergaben sich gegenüber der letzten Werthaltigkeitsprüfung im Geschäftsjahr 2011 keine Änderungen. Zur Methodik und Durchführung des Wertminderungstests verweisen wir auf die Ausführungen im Geschäftsbericht 2011 (Ziffer 6 „Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze, S. 149f., sowie Ziffer 18 „Immaterielle Vermögenswerte“, S. 170-173).

7 Eigenkapital

Das Gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt zum 30. Juni 2012 unverändert 218,8 Mio Euro. Die Veränderung der Kapitalrücklage von 0,8 Mio Euro auf 576,3 Mio Euro zum 30. Juni 2012 ist durch die erfolgswirksame Erfassung von Aktienoptionen begründet. Die Gewinnrücklage ist im ersten Halbjahr 2012 um 111,0 Mio Euro auf 671,3 Mio Euro gesunken (31. Dezember 2011: 782,3 Mio Euro). Dies spiegelt einerseits den Periodengewinn in Höhe von 134,7 Mio Euro, andererseits die im Mai 2012 erfolgte Dividendenausschüttung von 245,7 Mio Euro wider (siehe Ziffer 11 „Dividendenausschüttung“). Die Veränderung der eigenen Anteile beruht auf der Veräußerung von Vorzugsaktien im Zusammenhang mit der Ausübung von Aktienoptionen (siehe Ziffer 10 „Aktienoptionsplan und eigene Anteile“). Darüber hinaus wurden im ersten Halbjahr 2012 im kumulierten übrigen Eigenkapital nach Berücksichtigung latenter Steuern 51,1 Mio Euro aus der Umrechnung von Abschlüssen von Tochterunternehmen in Fremdwährung und im Rahmen des Cash-Flow Hedge Accounting erfasst. Die Veränderung des sonstigen Eigenkapitals ist im Wesentlichen auf die Erfassung einer Put-Option von

Minderheitsanteilseignern des Tochterunternehmens wetter.com AG zurückzuführen, die als Transaktion mit bestehenden Anteilseignern erfolgsneutral abgebildet wurde (siehe Ziffer 4 „Konsolidierungskreis“).

8 Finanzielle Verbindlichkeiten und Sicherungsbeziehungen

Wesentlicher Bestandteil der konzernweiten Unternehmensfinanzierung sind im Rahmen einer syndizierten Kreditvereinbarung mehrere besicherte endfällige Darlehen sowie eine revolvingende Kreditfazilität (RCF). Das verfügbare Rahmenvolumen der revolvingenden Kreditfazilität beträgt derzeit insgesamt 590,0 Mio Euro. Die ProSiebenSat.1 Group hat Ende Mai 2012 mit 340,4 Mio Euro einen Großteil der Kreditlinie bis Juli 2016 verlängert und als neuen RCF 2 aufgelegt. Das verbleibende Rahmenvolumen (RCF 1) in Höhe von 249,6 Mio Euro läuft unverändert bis Ende Juli 2014.

Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Group im Februar 2012 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 Festzinssatz für diese Zinsswaps verringert sich dadurch von rund 4,6 Prozent auf rund 3,4 Prozent. Die verlängerten Zinsswaps wurden aufgrund der im Zeitpunkt der Verlängerung entstandenen Ineffektivität gemäß IAS 39 de-designiert; die aufgrund der sofortigen Neu-Designation gebildete Sicherungsbeziehung erfüllt die Voraussetzungen für das Hedge-Accounting gemäß IAS 39. Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 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 30. Juni 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	75,9	2.594,4	- / -	2.670,3
Zinsswaps	57,7	111,3	- / -	169,0
Summe	133,6	2.705,7	- / -	2.839,3

Da die oben beschriebenen Sicherungsmaßnahmen das Zinsrisiko zwischen 2014 und 2016 absichern, hat sich durch diese Transaktion das Zinsrisikoprofil zum 30. Juni 2012 im Vergleich zum 31. Dezember 2011 nicht verändert.

Die Absicherungsquote beträgt zum 30. Juni 2012 unverändert 100 Prozent (31. Dezember 2011: 100%).

9 Rückstellungen, Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Gegenüber den im Geschäftsbericht 2011 ausgewiesenen Positionen ergaben sich bis auf die unten aufgeführten Sachverhalte zum 30. Juni 2012 in der ProSiebenSat.1 Group keine wesentlichen Änderungen.

Kartellrechtsverfahren gegen die ProSiebenSat.1 Media AG: Im Mai 2010 wurden die Räumlichkeiten der ProSiebenSat.1 Media AG durch das Bundeskartellamt durchsucht. Grund hierfür war der Verdacht, dass ehemalige Angestellte der ProSiebenSat.1 Media AG vor einigen Jahren

angeblich Absprachen mit der RTL-Gruppe getroffen hätten, die insbesondere auf eine Verschlüsselung bisher kostenlos empfangbarer Fernsehprogramme gerichtet gewesen sein sollen. Im Juli 2012 haben sich die ProSiebenSat.1 Group und das Bundeskartellamt im Grundsatz auf eine einvernehmliche Beendigung der mit diesem Vorwurf im Zusammenhang stehenden Verfahren verständigt. Unter Berücksichtigung des Verhandlungsstands und auf der Basis bestmöglicher Schätzungen hat die ProSiebenSat.1 Group zum 30. Juni 2012 einen Betrag von 27,5 Mio Euro zurückgestellt.

Klagen auf Zahlung von Bestsellernachvergütung gegen Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group:

Das Landgericht Berlin hat die SAT.1 Satelliten Fernsehen GmbH am 19. Juli 2011 zur Zahlung einer weiteren Vergütung an einen Drehbuchautor einer TV-Serie auf Basis von §32a UrhG („Bestseller“) verurteilt. Über die Berufung von SAT.1 wird Ende Oktober 2012 verhandelt. Zur Reduzierung der wirtschaftlichen Unsicherheit durch die unklare Rechtslage aus §32a UrhG sind die Sender der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH in Verhandlungen mit einem Interessenverband von Urhebern eingetreten, um eine gesetzlich in §36 UrhG vorgesehene gemeinschaftliche Vergütungsregelung aufzustellen, die Ansprüche nach §32a UrhG für zukünftige Produktionen vermeiden würde. Der Ausgang dieser Verhandlungen sowie mögliche finanzielle Belastungen für die ProSiebenSat.1 Group sind derzeit noch nicht abzuschätzen.

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen haben sich abgesehen von konsolidierungskreisbedingten Anpassungen nicht wesentlich verändert.

10 Aktienoptionsplan und eigene Aktien

Im ersten Halbjahr 2012 wurden 717.750 Aktienoptionen des Cycle 2009 ausgeübt. Dadurch verringerte sich die Anzahl der eigenen Aktien von 7.640.000 zum 31. Dezember 2011 auf 6.922.250 zum 30. Juni 2012.

11 Dividendenausschüttung

Für das Geschäftsjahr 2011 wurde auf der Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG am 15. Mai 2012 die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,17 Euro je dividendenberechtigter Inhaber-Vorzugsaktie und von 1,15 Euro je dividendenberechtigter Namens-Stammaktie beschlossen. Insgesamt wurden am 16. Mai 2012 somit 245,7 Mio Euro ausgeschüttet.

12 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Für detaillierte Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung verweisen wir auf den Abschnitt „Liquiditäts- und Investitionsanalyse“ im Zwischenlagebericht.

13 Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

Zum 30. Juni 2012 haben sich keine wesentlichen Änderungen im Vergleich zu den im Konzernanhang für das Geschäftsjahr 2011 dargestellten Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen ergeben.

14 Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Zwischen dem Ende des ersten Quartals 2012 und dem 1. August 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.

1. August 2012
Der Vorstand

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

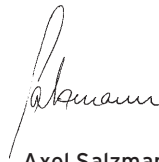
Nach bestem Wissen versichern wir, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen für die Zwischenberichterstattung der Konzernzwischenabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage des Konzerns vermittelt und im Konzernzwischenlagebericht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

Unterföhring, 1. August 2012

Der Vorstand



Thomas Ebeling (CEO)



Axel Salzmann (CFO)



Conrad Albert (Legal, Distribution & Regulatory Affairs)



Dr. Christian Wegner (New Media & Diversification)

Bescheinigung nach prüferischer Durchsicht

An die ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring

Wir haben den verkürzten Konzernzwischenabschluss - bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung sowie ausgewählten erläuternden Anhangsangaben - und den Konzernzwischenlagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring, für den Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2012, die Bestandteile des Halbjahresfinanzberichts nach § 37w WpHG sind, einer prüferischen Durchsicht unterzogen. Die Aufstellung des verkürzten Konzernzwischenabschlusses nach den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und des Konzernzwischenlageberichts nach den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, eine Bescheinigung zu dem verkürzten Konzernzwischenabschluss und dem Konzernzwischenlagebericht auf der Grundlage unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses und des Konzernzwischenlageberichts unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze für die prüferische Durchsicht von Abschlüssen sowie unter ergänzender Beachtung des International Standard on Review Engagements 2410 „Review of Interim Financial Information Performed by the Independent Auditor of the Entity“ vorgenommen. Danach ist die prüferische Durchsicht so zu planen und durchzuführen, dass wir bei kritischer Würdigung mit einer gewissen Sicherheit ausschließen können, dass der verkürzte Konzernzwischenabschluss in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den IFRS für Zwischenberichterstattung, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der Konzernzwischenlagebericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den für Konzernzwischenlageberichte anwendbaren Vorschriften des WpHG aufgestellt worden sind. Eine prüferische Durchsicht beschränkt sich in erster Linie auf Befragungen von Mitarbeitern der Gesellschaft und auf analytische Beurteilungen und bietet deshalb nicht die durch eine Abschlussprüfung erreichbare Sicherheit. Da wir auftragsgemäß keine Abschlussprüfung vorgenommen haben, können wir einen Bestätigungsvermerk nicht erteilen.

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

München, den 1. August 2012

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Dr. Gerhard Dauner (Wirtschaftsprüfer)



Haiko Schmidt (Wirtschaftsprüfer)

WEITERE INFORMATIONEN

62__ Kennzahlen: Mehrjahresübersicht

63__ Impressum

64__ Finanzkalender

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT

in Mio Euro	Q2 2012	Q2 2011	Q2 2010	Q2 2009	Q2 2008	Q2 2007	Q2 2006
Konzernumsatz	723,3	692,2	650,0	693,9	801,9	551,6	550,9
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	17,2	17,3	11,9	12,2	11,0	26,0	24,8
Gesamtkosten	555,8	518,6	521,5	547,2	657,2	407,1	408,7
Operative Kosten ¹	483,0	455,6	427,8	495,7	601,5	395,5	- / -
Werteverzehr des Programmvermögens	257,4	273,6	214,2	261,9	318,5	230,8	235,7
Recurring EBITDA ²	243,5	238,7	223,5	201,2	203,7	159,1	- / -
Recurring EBITDA Marge (in %)	33,7	34,5	34,4	29,0	25,4	28,8	- / -
EBITDA	206,7	210,4	165,1	177,3	189,3	158,8	154,8
Einmaleffekte (saldiert) ³	-36,8	-28,3	-58,4	-23,9	-14,4	-0,3	- / -
Betriebsergebnis (EBIT)	170,7	175,7	130,0	147,1	151,6	148,6	144,9
Finanzergebnis	-46,5	-55,7	-52,5	-62,5	-64,3	-5,0	-8,4
Ergebnis vor Steuern	124,2	120,0	77,5	84,8	88,1	143,6	136,5
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter ⁴	83,9	129,0	77,0	45,5	59,5	87,2	83,4
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	- / -	47,2	25,8	- / -	- / -	- / -	- / -
Bereinigter Konzernüberschuss ⁵	121,5	95,3	87,2	52,8	73,6	88,2	- / -
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie (bereinigt)	0,58	0,45	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -
Investitionen in das Programmvermögen	241,3	232,2	219,7	278,0	327,2	211,8	210,0
Free Cashflow	145,4	151,4	154,3	99,5	-6,7	117,8	208,2
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-260,8	-258,2	-247,1	-294,3	-388,7	-219,9	-213,3

in Mio Euro	H1 2012	H1 2011	H1 2010	H1 2009	H1 2008	H1 2007	H1 2006
Konzernumsatz	1.358,1	1.288,0	1.226,1	1.320,9	1.530,9	1.052,8	1.016,1
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	14,7	13,0	8,4	5,9	5,2	20,1	18,4
Gesamtkosten	1.081,4	1.029,4	1.020,6	1.124,8	1.340,0	839,4	815,7
Operative Kosten ¹	977,9	922,6	887,7	1.032,0	1.245,7	817,5	- / -
Werteverzehr des Programmvermögens	530,7	535,6	460,5	540,1	672,3	478,7	477,0
Recurring EBITDA ²	385,1	368,7	342,1	295,0	292,2	241,2	- / -
Recurring EBITDA Marge (in %)	28,4	28,6	27,9	22,3	19,1	22,9	- / -
EBITDA	343,9	337,9	274,3	267,7	274,1	240,8	225,5
Einmaleffekte (saldiert) ³	-41,2	-30,8	-67,8	-27,3	-18,1	-0,4	- / -
Betriebsergebnis (EBIT)	281,6	261,9	209,4	206,1	201,5	220,4	206,0
Finanzergebnis	-82,2	-94,6	-106,5 ⁸	-128,7	-122,8	-9,3	-19,4
Ergebnis vor Steuern	199,4	167,3	102,9 ⁸	77,8	79,5	211,1	186,6
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter ⁴	134,7	167,3	98,8 ⁸	43,8	51,6	127,8	114,2
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	- / -	51,7	30,9	- / -	- / -	- / -	- / -
Bereinigter Konzernüberschuss ⁵	176,0	129,1	120,0	64,4	79,6	129,9	- / -
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie (bereinigt)	0,84	0,61	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -
Investitionen in das Programmvermögen	584,6	581,1	574,3	658,0	678,8	481,7	459,1
Free Cashflow	33,8	5,7	15,3	-6,4	-79,9	150,3	183,8
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-638,9	-620,2	-603,3	-680,0	-718,8	-480,3	-468,7

in Mio Euro	30.06.2012	30.06.2011	30.06.2010	30.06.2009	30.06.2008	30.06.2007	30.06.2006
Programmvermögen	1.573,8	1.503,5	1.622,5	1.472,8	1.282,3	1.042,9	1.027,2
Eigenkapital	1.358,0	1.202,4	757,3 ⁸	492,8 ⁸	921,7 ⁸	1.375,4	1.291,1
Eigenkapitalquote (in %)	27,4	19,1	12,0 ⁸	8,3 ⁸	15,4 ⁸	64,6	59,0
Liquide Mittel	304,1	881,8	750,3	599,1	632,9	213,9	338,6
Finanzverbindlichkeiten	2.338,5	3.765,5	4.025,5	4.026,6	3.838,9	187,0	386,0
Verschuldungsgrad ⁶	2,3	3,1	4,1	5,1	5,2	- / -	- / -
Netto-Finanzverschuldung	2.034,4	2.842,0	3.275,1	3.427,3	3.689,1	-26,9	47,2
Mitarbeiter ⁷	4.224	4.302	3.865	5.195	5.915	3.062	2.914

1 Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen. 2 Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. 3 Saldo aus Einmalaufwendungen und Einmalerträgen. 4 Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Ergebnis inklusive nicht-fortgeführte Aktivitäten. 5 Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten vor Effekten aus Kaufpreissallokationen und nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten sowie einer Rückstellung für das Kartellrechtsverfahren in 2012. 6 Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum Recurring EBITDA der letzten zwölf Monate. 7 Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag aus fortgeführten Aktivitäten. 8 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.

Erläuterungen zur Berichtsweise: Die Werte für das zweite Quartal bzw. das erste Halbjahr 2011 beziehen sich auf die gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Kennzahlen aus fortgeführten Aktivitäten. Die Ergebnisposten der im Jahr 2011 entkonsolidierten Unternehmen einschließlich Entkonsolidierungsergebnis werden zusammengefasst und separat nach Steuern als Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ausgewiesen. Im zweiten Quartal 2012 bzw. im ersten Halbjahr bestanden keine nicht-fortgeführten Aktivitäten.

Impressum

Kontakte

Presse

ProSiebenSat.1 Media AG
Konzernkommunikation
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 (0) 89 95 07 - 11 45
Fax +49 (0) 89 95 07 - 11 59

Investor Relations

ProSiebenSat.1 Media AG
Investor Relations
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 (0) 89 95 07 - 15 11
Fax +49 (0) 89 95 07 - 15 21
E-Mail: aktie@ProSiebenSat1.com

Herausgeber

ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 (0) 89 95 07 - 10
Fax +49 (0) 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) DER HERR DER RINGE - DIE GEFÄHRTEN © Warner Brothers, e) TROJA © Warner Brothers International Television // TV Highlights Seite 11: a) UEFA CHAMPIONS LEAGUE © Witters, b) GERMANY'S NEXT TOP-MODEL - BY HEIDI KLUM © ProSieben/ Oliver S., c) DIE STRENGSTEN ELTERN DER WELT © kabel eins, d) VAMPIRE DIARIES © Warner Brothers, e) DRÖMME DESIGN © Fremantle // Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren Seite 32, 33: TOLERANCE DAY © ProSieben/David Saretzki, GREEN SEVEN © ProSieben/Gunter Bieringer // Programmausblick Seite 39: a) AUF HERZ UND NIEREN © SAT.1/ Conny Klein, b) 2 BROKE GIRLS © Warner Brothers, c) UEFA EUROPA LEAGUE © SAT.1 / Claudius Pflug, d) RINGER © 2011 THE CW NETWORK, LLC. ALL RIGHTS RESERVED, e) ALT FOR DANMARK © 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 Quartalsberichts Q2 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