



ProSiebenSat.1 Group

1. Januar bis 30. September 2012

Quartalsbericht Q3 2012

- 2 __ Q3 2012 AUF EINEN BLICK
- 3 __ KENNZAHLEN AUF EINEN BLICK

KONZERN- ZWISCHENLAGE- BERICHT

- 5 __ Q1-Q3 2012 IM ÜBERBLICK
- 7 __ **Konzern und Rahmenbedingungen**
 - 7.....Konjunkturelle Rahmenbedingungen
 - 7.....Entwicklung der Werbemärkte
 - 9.....Entwicklung der Zuschauermarktanteile
- 11 __ TV-HIGHLIGHTS Q3 2012
- 12 __ **Geschäftsverlauf**
 - 12.....Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf
 - 12.....Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf
 - 13.....Wesentliche Ereignisse und Erläuterungen der Berichtsweise
 - 16.....Ertragslage des Konzerns
 - 20.....Finanz- und Vermögenslage des Konzerns
- 27 __ **Segmentbericht**
 - 27.....Segment Broadcasting German-speaking
 - 28.....Segment Broadcasting International
 - 29.....Segment Digital & Adjacent
 - 31.....Segment Content Production & Global Sales
- 32 __ **Mitarbeiter**
- 34 __ **Die ProSiebenSat.1-Aktie**
- 36 __ **Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren**
 - 37.....AUSZEICHNUNGEN
- 38 __ **Nachtragsbericht**
- 38 __ **Risiko- und Chancenbericht**
 - 39.....Externe Risiken
 - 39.....Compliance Risiken
- 40 __ **Prognosebericht**
 - 40.....Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen
 - 42.....Unternehmensausblick
- 45 __ **PROGRAMMAUSBlick**

KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

- 47 __ Gewinn- und Verlustrechnung
- 48 __ Gesamtergebnisrechnung
- 49 __ Bilanz
- 50 __ Kapitalflussrechnung
- 52 __ Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 53 __ Anhang

WEITERE INFORMATIONEN

- 70 __ Kennzahlen: Mehrjahresübersicht
- 71 __ Impressum
- 72 __ Finanzkalender

Q3 2012 AUF EINEN BLICK

Die ProSiebenSat.1 Group setzte ihren profitablen Wachstumskurs im dritten Quartal 2012 weiter fort. Der Konzern steigerte seinen Gesamtumsatz um 7,1 Prozent auf 636,9 Mio Euro. Das recurring EBITDA erhöhte sich um 2,3 Prozent auf 167,3 Mio Euro. Der Konzern profitierte dabei erneut von seinen Wachstumsinitiativen: Die Digital & Adjacent-Aktivitäten waren mit einem Umsatzplus von 50 Prozent im dritten Quartal stärkster Wachstumstreiber. In den deutschsprachigen Märkten des Konzerns lagen die TV-Werbeerlöse nach außerordentlich starken Vergleichszahlen insgesamt unter dem Vorjahreswert. Die nordeuropäischen TV-Sender konnten ihre Einnahmen aus der Vermarktung von TV-Werbung erneut steigern. Auch die Umsatzerlöse der Programmproduktionssparte entwickelten sich weiter dynamisch. Damit stieg der Beitrag der Diversifikationsaktivitäten zum Konzernumsatz im dritten Quartal 2012 auf insgesamt 17,5 Prozent (Vorjahr: 11,3%).

UNSERE ZIELE AUF EINEN BLICK

Wir bestätigen unseren Jahresausblick für 2012 und streben eine Steigerung des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Die Umsatzsteigerung dürfte auf Jahressicht zu einem Anstieg des recurring EBITDA auf über 850 Mio Euro führen. Ziel ist es, unsere führende Marktposition im TV-Geschäft zu stärken und gleichzeitig durch konsequente Diversifikation in verwandte Geschäftszweige an der dynamischen Entwicklung von Trend- und Wachstumsmärkten zu partizipieren. 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. Davon haben wir zum Ende des dritten Quartals 2012 bereits 314 Mio Euro bzw. 42 Prozent erreicht.

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	Q3 2012	Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
Konzernumsatz	636,9	594,5	1.995,0	1.882,5
Gesamtkosten	512,5	496,1	1.593,9	1.525,5
Operative Kosten ¹	472,3	432,7	1.450,2	1.355,3
Werteverzehr des Programmvermögens	222,3	220,7	753,0	756,2
Recurring EBITDA ²	167,3	163,6	552,4	532,3
EBITDA	155,1	133,7	499,0	471,6
Finanzergebnis	-37,0	-82,4	-119,2	-177,0
Ergebnis vor Steuern	90,1	18,6	289,5	185,9
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter	61,3	11,4	196,0	127,0
Bereinigter Konzernüberschuss ³	65,1	22,9	241,1	152,1
Investitionen in das Programmvermögen	280,0	302,8	864,6	883,9
Free Cashflow	-27,8	-1,4	6,1	4,5
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-326,2	-311,2	-965,1	-931,4

In Mio Euro	30.09.2012	30.09.2011
Programmvermögen	1.627,0	1.573,0
Eigenkapital	1.416,6	1.269,1
Eigenkapitalquote (in %)	26,8	26,5
Liquide Mittel	506,3	257,3
Verschuldungsgrad ⁴	2,4	2,5
Netto-Finanzverschuldung	2.065,5	2.075,0
Mitarbeiter ⁵	4.628	4.375

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 laufende Kartellrechtsverfahren in 2012.

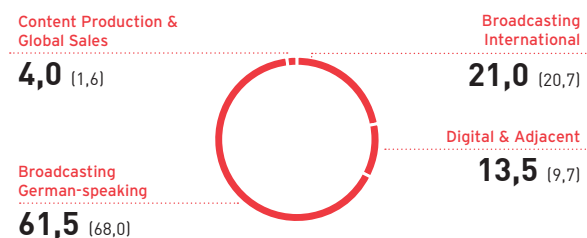
4 Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate.

5 Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag aus fortgeführten Aktivitäten.

Erläuterung zur Berichtsweise: Die Werte für das dritte Quartal bzw. für den Zeitraum Q1-Q3 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 dritten Quartal 2012 bzw. im Zeitraum Q1-Q3 2012 bestanden keine nicht-fortgeführten Aktivitäten.

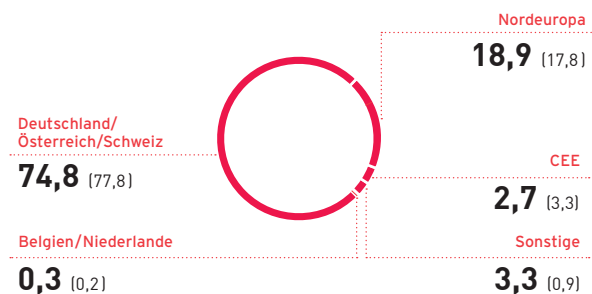
UMSATZ NACH SEGMENTEN

In Prozent, Vorjahrswerte Q3 2011 in Klammern



UMSATZ NACH REGIONEN

In Prozent, Vorjahrswerte Q3 2011 in Klammern



Erläuterung zur Berichtsweise: Die Werte für das dritte Quartal bzw. für den Zeitraum Q1-Q3 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 dritten Quartal 2012 bzw. im Zeitraum Q1-Q3 2012 bestanden keine nicht-fortgeführten Aktivitäten.

KONZERN- ZWISCHENLAGE- BERICHT

5 __ Q1-Q3 2012 IM ÜBERBLICK

7 __ Konzern und Rahmenbedingungen

7.....Konjunkturelle Rahmenbedingungen

7.....Entwicklung der Werbemärkte

9.....Entwicklung der Zuschauermarktanteile

11 __ TV-HIGHLIGHTS Q3 2012

12 __ Geschäftsverlauf

12.....Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten
Geschäftsverlauf

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

13.....Wesentliche Ereignisse und Erläuterungen
der Berichtsweise

16.....Ertragslage des Konzerns

20.....Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

27 __ Segmentbericht

27.....Segment Broadcasting German-speaking

28.....Segment Broadcasting International

29.....Segment Digital & Adjacent

31.....Segment Content Production & Global Sales

32 __ Mitarbeiter

34 __ Die ProSiebenSat.1-Aktie

36 __ Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

37.....AUSZEICHNUNGEN

38 __ Nachtragsbericht

38 __ Risiko- und Chancenbericht

39.....Externe Risiken

39.....Compliance Risiken

40 __ Prognosebericht

40.....Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische
Rahmenbedingungen

42.....Unternehmensausblick

45 __ PROGRAMMAUSBLICK

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihr TV-Geschäft in den ersten neun Monaten 2012 ausgebaut und in strategische Wachstumsfelder investiert. Die wichtigsten Ereignisse finden Sie hier im Überblick.

Q1-Q3 2012 IM ÜBERBLICK

MAI....Hauptversammlung beschließt Dividende und beruft neue Aufsichtsräte. Auf der ordentlichen Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG am 15. Mai 2012 beschlossen die Aktionäre 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 Ausschüttung erfolgte am 16. Mai 2012. Außerdem wurden drs. Fred Th. J. Arp, Telegraf Media Groep N.V., und Stefan Dziarski, Permira Beteiligungsberatung GmbH, neu in den Aufsichtsrat berufen.

UNTERNEHMEN

AUGUST...(a) ProSiebenSat.1-Geschäftsbericht ist Sieger im MDAX. Die ProSiebenSat.1 Group erzielte im Wettbewerb „Der beste Geschäftsbericht“ den 1. Platz unter allen MDAX-Unternehmen. In der Gesamtwertung aller Börsenindizes belegte die Gruppe den 2. Platz. Die Prämierung ist ein Beleg für die hohe inhaltliche Qualität des ProSiebenSat.1-Geschäftsberichts und die transparente Finanzkommunikation des Unternehmens. Das Ranking wird jährlich vom „manager magazin“ unter der wissenschaftlichen Leitung von Prof. Dr. Dr. h.c. Jörg Baetge von der Universität Münster erstellt und ist der renommierteste Wettbewerb für deutsche Geschäftsberichte.



....a

SEPTEMBER....Heidi Stopper in ProSiebenSat.1-Vorstand berufen. Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG hat Heidi Stopper, bisher Executive Vice President Human Resources, Ende September in den Vorstand berufen. Sie übernahm zum 1. Oktober 2012 das neu geschaffene Vorstandsressort „Human Resources“. Heidi Stopper verantwortete bereits seit Anfang 2010 den Human-Resources-Bereich des Konzerns, der in den vergangenen Jahren stark an strategischer Bedeutung für die ProSiebenSat.1 Group gewonnen hat.

JULI....Attraktives Senderportfolio in Österreich. Am 3. Juli 2012 ging sixx Austria erfolgreich on Air. Der Frauensender erzielte in den ersten drei Monaten bereits einen Marktanteil von 1,1 Prozent bei den 12- bis 49-Jährigen. Damit baut die ProSiebenSat.1 Group ihr komplementäres Senderportfolio und ihre führende Position im österreichischen Zuschauermarkt weiter aus. ProSiebenSat.1 hatte im März den Privatsender Austria 9 erworben und nach einem Relaunch sixx Austria on Air gebracht.

JULI....ProSiebenSat.1-Sender sind im Relevant Set. Obwohl deutsche Zuschauer immer mehr TV-Programme empfangen können, konzentrieren sie sich nach wie vor auf sechs Sender, das so genannte Relevant Set. Die Relevant Set-Studie des ProSiebenSat.1-Vermarkters SevenOne Media zeigte, dass SAT.1, ProSieben und kabel eins zu den häufigsten genutzten deutschen Fernsehsendern zählen. Der größte Gewinner in diesem Jahr ist sixx. Der Frauensender konnte innerhalb eines Jahres 16 Plätze nach vorne rücken und belegt nun Platz 15.

BROADCASTING GERMAN-SPEAKING

AUGUST...(b) kabel eins sichert sich Basketball-Bundesliga-Rechte. kabel eins erzielt mit der Übertragung der Spiele der UEFA Europa League regelmäßig zweistellige Marktanteile Bereich. Im August hat sich der Sender nun auch die Übertragungsrechte an der Beko Basketball Bundesliga (Beko BBL) für die Saison 2012/2013 gesichert. Die Vereinbarung beinhaltet bis zu zehn Top-Begegnungen aus der höchsten deutschen Basketball-Spielklasse. Alle TV-Übertragungen werden von der SAT.1-„ran“-Redaktion produziert und sind auch im Live-Stream auf www.ran.de und www.myvideo.de zu sehen.



....b

AUGUST....ProSiebenSat.1 vereinbart Lizenzverträge mit US-Studios. Im August hat die ProSiebenSat.1 Group den bestehenden Lizenzvertrag mit Paramount Pictures verlängert. Damit sichert sie sich exklusive Free-TV-Rechte an einem attraktiven Blockbuster-Paket. Der Vertrag umfasst Spielfilm-Highlights, die ab dem Jahr 2013 ins Kino kommen. Im Frühjahr hatte sich ProSiebenSat.1 durch Lizenzvereinbarungen mit mehreren US-Studios bereits die Ausstrahlungsrechte an erfolgreichen Spielfilmen wie „Herr der Ringe“ (Warner Bros.) oder der erfolgreichen US-Serie „Navy CIS“ (CBS Studios) gesichert.

JANUAR.... VOX geht in Norwegen auf Sendung. In Norwegen ging mit VOX im Januar ein neuer Sender on Air. Der Kanal richtet sich hauptsächlich an Zuschauer über 30 Jahre und zeigt neben Klassikern der TV-Geschichte auch aktuelle Filme, Serien und Comedy-Formate. Im dritten Quartal erzielte VOX einen Marktanteil von 1,2 Prozent. Damit baute die norwegische Sendergruppe ihre gute Marktposition weiter aus.

BROADCASTING INTERNATIONAL

JUNI.... Neue Radiosender stärken dänisches Portfolio. Im Juni kaufte die dänische SBS-Radiogruppe mit Radio 100, Radio Klassik und Radio Soft drei neue Hörfunksender und baute ihre starke Marktposition weiter aus. ProSiebenSat.1 betreibt ein Radioportfolio mit insgesamt 22 Sendern in Nord- sowie Südost-europa.

SEPTEMBER....(c) Neuer TV-Sender in Finnland. Mit Kutonen ging in Finnland im September ein neuer Fernsehsender on Air. Der Kanal richtet sich hauptsächlich an männliche Zuschauer zwischen 15 und 34 Jahren und zeigt neben Musiksendungen auch Sport-Events sowie Filme und Serien. ProSiebenSat.1 brachte in Nordeuropa in den vergangenen Jahren acht neue TV-Sender on Air und baute seine Marktposition im Zuschauer- und TV-Werbemarkt kontinuierlich aus.



....c



....d

MAI....(d) 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 CLASSICS ist ProSieben FUN der dritte deutsche Pay-TV-Sender der ProSiebenSat.1 Group.

DIGITAL & ADJACENT

AUGUST.... Partnerschaft für Online-Games mit TF1 in Frankreich vereinbart. ProSiebenSat.1 hat im August für den Online-Games-Bereich eine mehrjährige Kooperation mit TF1, dem größten französischen Fernsehsender, geschlossen. ProSiebenSat.1 Games stellt dem Portal www.tfl.fr Spiele aus bestehenden Lizenz- und Content-Vereinbarungen mit Sony Online Entertainment sowie 35 weiteren Partnern zur Verfügung. Die Vereinbarung war für ProSiebenSat.1 der Startschuss für die internationale Expansion im Online-Games-Bereich.

AUGUST....(e) maxdome schließt Rechtevertrag mit NBCUniversal. Die Video-on-Demand-Plattform maxdome hat ihr umfangreiches Spielfilmangebot weiter ausgebaut. Mit einem langfristigen Rechtevertrag sicherte sich Deutschlands größte Online-Videothek im August aktuelle und kommende Blockbuster von NBCUniversal. Zudem erwarb maxdome zahlreiche Filmklassiker aus der Bibliothek des US-Majors, darunter „American Gangster“ und „The Fast and the Furious“. Im Juni hatte maxdome bereits einen Vertrag mit den Disney-ABC Studios für Deutschland über Serienhits wie „Grey's Anatomy“ und „Private Practice“ geschlossen.



....e

SEPTEMBER.... MyVideo baut Angebot weiter aus. Mit „Unforgettable“ brachte MyVideo im September einen weiteren US-Serienhit als Online-First-Premiere nach Deutschland. Nach „Sons of Anarchy“ und „Spartacus“ ist dies bereits die dritte Serie, die die Gruppe zuerst online zeigt. Die ProSiebenSat.1 Group baut im Zuge ihrer Digitalisierungsstrategie die Internet-Plattform MyVideo zu einem Online-TV-Sender aus. Dazu produziert ProSiebenSat.1 immer mehr exklusive Web-Only-Inhalte und baut gemeinsam mit Stars wie Bully Herbig eigene Channels auf.

MAI.... 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 der Red Arrow Entertainment Group neue Wachstumschancen: Das Land zählt weltweit zu den produktivsten und kreativsten TV-Märkten.

CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

AUGUST....(f) Weitere Produktionsfirma in den USA übernommen. Die Red Arrow Entertainment Group hat im August eine Mehrheitsbeteiligung an der US-amerikanischen Produktionsfirma Left/Right übernommen. Dies stellt die bisher größte Akquisition der Red Arrow Entertainment Group dar. Nach Kinetic Content und Fuse Entertainment ist Left/Right die dritte Beteiligung im Schlüsselmärkte USA. Die Red Arrow Entertainment Group hat in den vergangenen zwei Jahren ein Portfolio von 18 Beteiligungen in neun Ländern aufgebaut. Schwerpunkt sind die weltweit wichtigsten TV-Märkte USA und Großbritannien.



....f

SEPTEMBER.... Erfolgreiche Vermarktung von Jean-Reno-Krimiserie „Jo“. Red Arrow International, der weltweite Programmvertrieb der ProSiebenSat.1 Group, hat die Ausstrahlungsrechte für die Krimiserie „Jo“ im dritten Quartal an zahlreiche Sender verkauft. In Deutschland wird die Serie auf ProSieben zu sehen sein, in Italien gingen die Rechte an den größten TV-Sender RAI. Hollywood-Star Jean Reno spielt in der von Atlantique Productions produzierten Serie Jo St-Clair, einen altgedienten Ermittler einer Elite-Einheit in Paris, der die spektakulärsten Mordfälle in der französischen Hauptstadt aufklärt.

Konzern und Rahmenbedingungen

Konjunkturelle Rahmenbedingungen

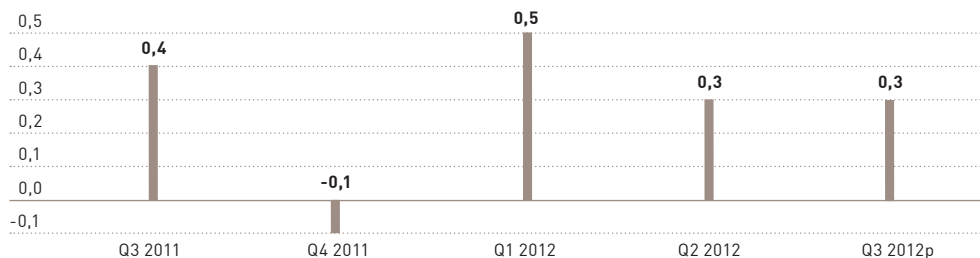
Die Weltwirtschaft hat in den letzten Monaten noch einmal an Dynamik verloren. Eine der wesentlichen Ursachen ist nach wie vor die Staatsschuldenkrise in der Eurozone. In China sowie den Schwellenländern Indien und Brasilien macht sich die nachlassende Nachfrage aus den Industrieländern bemerkbar. Die amerikanische Wirtschaft entwickelte trotz einer expansiven Geldpolitik kein nennenswertes Wachstum, auch der US-Arbeitsmarkt zeigte keine spürbare Dynamik. Der Internationale Währungsfonds hat seine globale Wachstumsprognose für 2012 deshalb um 0,2 Prozentpunkte auf plus 3,3 Prozent nach unten korrigiert.

In diesem Umfeld konnte sich die deutsche Wirtschaft vergleichsweise gut behaupten. In den ersten beiden Quartalen 2012 legte das reale Bruttoinlandsprodukt im Vergleich zum Vorquartal um 0,5 bzw. 0,3 Prozent zu. Damit fällt das Wachstum etwas schwächer aus als im Vorjahr, ist jedoch immer noch deutlich stärker als das der großen europäischen Nachbarstaaten. Wachstumsimpulse lieferten vor allem der Außenhandel und der private Konsum. Stabile Arbeitsmarktzahlen, steigende Haushaltseinkommen und moderate Verbraucherpreiserhöhungen – mit Ausnahme des Energiebereichs – sorgen derzeit für stabile Konsumentenstimmung.

Für das dritte Quartal 2012 haben sich die Erwartungen nach positiven Zahlen im Juli und August für die Industrieproduktion und den Außenhandel zuletzt etwas aufgehellt. Das DIW-Konjunkturbarometer prognostiziert gegenüber dem Vorquartal ein Plus von 0,2 Prozent. In der aktuellen Gemeinschaftsdiagnose wird sogar ein Wachstum von plus 0,3 Prozent erwartet.

ENTWICKLUNG DES BRUTTOINLANDSPRODUKTS IN DEUTSCHLAND

In Prozent, Veränderung gegenüber Vorquartal



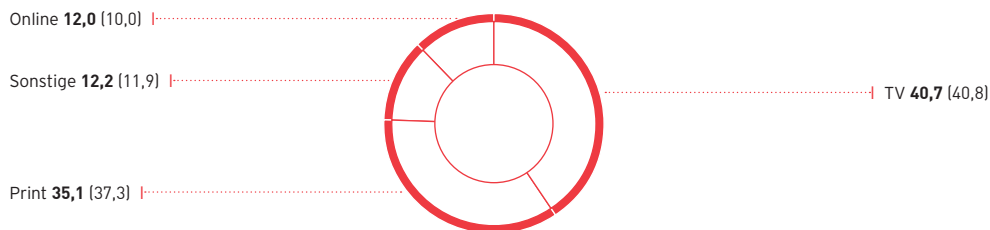
Quelle: Destatis (Q3 2011 - Q2 2012); Gemeinschaftsdiagnose Herbst 2012 (Q3 2012p).

Entwicklung der Werbemärkte

Der deutsche TV-Werbemarkt hat sich im dritten Quartal 2012 leicht rückläufig entwickelt. Laut Nielsen Media Research lagen die Brutto-Investitionen mit 2,35 Mrd Euro (Vorjahr: 2,37 Mrd Euro) 1,2 Prozent unter dem Vorjahreswert. Nach einem positiven ersten Halbjahr legte der deutsche TV-Markt von Januar bis September 2012 in einem schwieriger werdenden ökonomischen Umfeld brutto um 2,6 Prozent auf 7,64 Mrd Euro zu (Vorjahr: 7,45 Mrd Euro). SevenOne Media, die Vermarktungsgesellschaft der ProSiebenSat.1 Group, steigerte ihre TV-Brutto-Werbereinnahmen in den ersten neun Monaten auf 3,25 Mrd Euro (Vorjahr: 3,12 Mrd Euro). Damit konnte die Gruppe ihre führende Position im deutschen TV-Werbemarkt um 0,6 Prozentpunkte auf einen Marktanteil von 42,5 Prozent ausbauen. Im dritten Quartal machten sich vor allem die starken Vorjahreswerte bemerkbar. Die ProSiebenSat.1 Group schloss das dritte Quartal mit Brutto-TV-Werbereinnahmen in Höhe von 1,00 Mrd Euro ab (Vorjahr: 1,04 Mrd Euro).

MEDIA-MIX DEUTSCHER BRUTTO-WERBEMARKT IM DRITTEN QUARTAL 2012

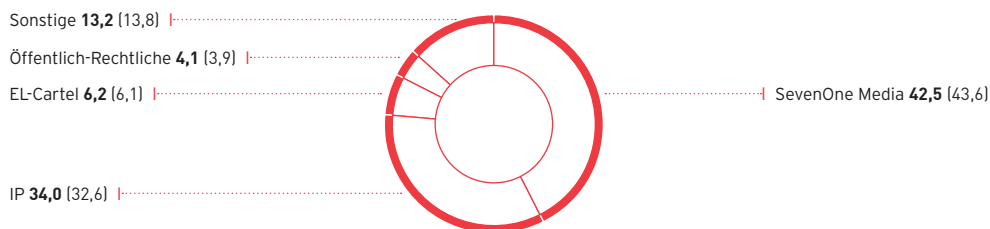
In Prozent, Vorjahreswerte Q3 2011 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research.

MARKTANTEILE DEUTSCHER BRUTTO-TV-WERBEMARKT IM DRITTEN QUARTAL 2012

In Prozent, Vorjahreswerte Q3 2011 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research, SevenOne Media ohne N24 und 9Live.

Die ProSiebenSat.1 Group erwirtschaftete in den ersten neun Monaten 2012 durch die Vermarktung von Online-Werbeflächen Bruttoerlöse in Höhe von 197,3 Mio Euro und lag damit deutlich vor ihrem direkten Mitbewerber IP Deutschland (119,4 Mio Euro). Im dritten Quartal 2012 lagen die Brutto-Werbeerlöse der Gruppe im Online-Geschäft bei 68,1 Mio Euro. Aus der Vermarktung von Bewegtbildwerbung im Internet erzielte SevenOne Media von Januar bis September 2012 Brutto-Umsätze in Höhe von 76,2 Mio Euro, im dritten Quartal 2012 waren es 27,7 Mio Euro. Damit bestätigte ProSiebenSat.1 erneut seine führende Position bei der Vermarktung von Bewegtbildwerbung im Internet. Das Brutto-Volumen des Online-Video-Werbemarkts nahm in den ersten neun Monaten 2012 um 24,7 Prozent zu und belief sich auf 167,5 Mio Euro, im dritten Quartal waren es 59,1 Mio Euro brutto. Insgesamt erzielte der deutsche Online-Werbemarkt, der neben Bewegtbild- auch klassische Bannerwerbung beinhaltet, in den ersten neun Monaten 2012 Bruttoeinnahmen von 2,025 Mrd Euro (Vorjahr: 1,713 Mrd Euro). Dies entspricht einem Plus von 18,2 Prozent. Im dritten Quartal lagen die Erlöse mit 688,0 Mio Euro brutto ebenfalls über Vorjahr (579,7 Mio Euro).

Brutto-Werbeinvestitionen erlauben jedoch nur bedingt Rückschlüsse auf die tatsächlichen Werbeeinnahmen, da sie weder Rabatte und Eigenwerbung noch Agenturprovisionen berücksichtigen. Zudem beinhalten die Bruttozahlen 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.

In den internationalen Fernsehmärkten, in denen die ProSiebenSat.1 Group mit ihren TV-Sendern aktiv ist, wiesen Norwegen (+3,1%) und Schweden (+4,6%) im dritten Quartal 2012 erneut

steigende Werbeeinnahmen aus. Finnland legte um 1,2 Prozent zu. Obwohl der dänische Werbe- markt im dritten Quartal rückläufig war, ist es den dänischen ProSiebenSat.1-Sendern gelungen, ihren Werbemarktanteil entgegen des Markttrends auszubauen und um 1,1 Prozentpunkte auf 16,0 Prozent zuzulegen. Ungarn und Rumänien lagen aufgrund der anhaltend schwachen ge- samtwirtschaftlichen Lage erneut unter Vorjahr.

ENTWICKLUNG DER TV-WERBEMÄRKTE

In Prozent	Abweichungen vs. Vorjahr	Abweichungen vs. Vorjahr
	Q3 2012	Q1-Q3 2012
Deutschland	-1,2	2,6
Österreich	4,5	6,6
Schweiz	0,5	3,3
Dänemark	-12,6	-5,7
Schweden	4,6	4,7
Norwegen	3,1	5,9
Finnland	1,2	0,6
Ungarn	-26,4	-24,7
Rumänien	-3,5	-16,8

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. Dänemark: netto, DRRB. Schweden: netto, IRM. Norwegen: netto, IRM. Finnland: netto, TN S Media Intelligence. Ungarn: netto, eigene Berechnungen/Schätzungen. Rumänien: netto, eigene Berechnungen/Schätzungen.

Entwicklung der Zuschauermarktanteile

Wie erwartet beeinflussten die Fußball-Europameisterschaft sowie die Olympischen Spiele den deutschen Zuschauermarkt in den vergangenen Monaten stark. Während ARD (+0,5 Prozent- punkte) und ZDF (+0,8 Prozentpunkte) bei den 14- bis 49-Jährigen durch die Ausstrahlung der beiden sportlichen Großevents in den ersten neun Monaten 2012 zulegen konnten, mussten die großen deutschen Privatsender im Vorjahresvergleich Marktanteile abgeben.

Zwischen Januar und Ende September 2012 erzielten SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx ei- nen gemeinsamen Zuschauermarktanteil von 27,7 Prozent (Vorjahr: 28,5%) und lagen damit vor der RTL-Gruppe (27,4%). Das dritte Quartal schlossen die vier deutschen Sender der ProSiebenSat.1 Group mit 26,8 Prozent ab (Vorjahr: 29,4%). In den deutschsprachigen TV- Märkten der ProSiebenSat.1 Group konnten insbesondere die österreichischen Kanäle ihre TV- Quoten steigern. SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins austria sowie PULS 4 bauten ihren Gruppenmarktanteil in den ersten neun Monaten 2012 um 0,7 Prozentpunkte auf 20,7 Prozent (Vorjahr: 20,0%) aus. Im dritten Quartal 2012 legten die Sender um 0,3 Prozentpunkte auf 20,6 Prozent zu (Vorjahr: 20,3%). Vor allem PULS 4 sowie der neu gestartete Frauensender sixx Austria sind stark gewachsen. PULS 4 überträgt seit September 2012 die UEFA Champions League und legte im dritten Quartal 2012 unter anderem durch die neu erworbenen Fußball- rechte um 0,7 Prozentpunkte auf 3,9 Prozent zu. sixx Austria (aus methodischen Gründen noch nicht im Gruppenmarktanteil enthalten) ging erst im Juli 2012 on Air und hat sich bereits er- folgreich im österreichischen TV-Markt etabliert. Im dritten Quartal verbuchte der Frauensender einen Marktanteil von 1,1 Prozent.

Auch die nordeuropäischen Sender zeigten eine sehr positive Entwicklung im Zuschauermarkt. In Dänemark erzielten Kanal 4, Kanal 5, 6'eren und The Voice auf Neunmonatssicht einen ge- meinsamen Marktanteil von 19,1 Prozent und lagen damit 3,0 Prozentpunkte über Vorjahr (16,1%). Im dritten Quartal 2012 steigerten die vier Sender ihren Gruppenmarktanteil mit einem Plus von 3,5 Prozentpunkten auf 19,4 Prozent signifikant und verbuchten einen neuen Rekordwert.

In Norwegen erzielten TVNorge, FEM, MAX und VOX zwischen Januar und September 2012 einen gemeinsamen Marktanteil von 19,0 Prozent (Vorjahr: 17,0%). Im dritten Quartal 2012 legten die vier Sender deutlich um 2,4 Prozentpunkte auf einen Gruppenmarktanteil von 19,4 Prozent zu (Vorjahr: 17,0%). Das starke Wachstum ist vor allem auf die erfolgreiche Entwicklung neuer TV-Sender wie VOX und MAX zurückzuführen. VOX ging erst im Januar 2012 on Air und erzielte im dritten Quartal 2012 bereits einen Marktanteil von 1,2 Prozent. Auch der Männersender MAX – gegründet im November 2010 – hat seinen Marktanteil im dritten Quartal mit einem Plus von 0,7 Prozentpunkten auf 3,6 Prozent (Vorjahr: 2,9%) noch einmal gesteigert.

Die finnischen Sender TV5 und der neue TV-Kanal Kutonen erzielten im dritten Quartal einen gemeinsamen Marktanteil von 7,0 Prozent (Vorjahr: 6,2%). Kutonen ist seit September 2012 on Air und richtet sich hauptsächlich an männliche Zuschauer zwischen 15 und 34 Jahren. Der TV-Kanal ist das jüngste Beispiel für eine Reihe von Sendergründungen innerhalb der letzten Jahre. Die ProSiebenSat.1 Group baut ihr Senderportfolio kontinuierlich aus und erschließt sich damit neue Zielgruppen im Zuschauer- und TV-Werbemarkt.

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

In Prozent	Q3 2012	Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
Deutschland	26,8	29,4	27,7	28,5
Österreich	20,6	20,3	20,7	20,0
Schweiz	14,4	16,2	14,4	16,4
Dänemark	19,4	15,9	19,1	16,1
Schweden	13,1	13,6	13,8	13,5
Norwegen	19,4	17,0	19,0	17,0
Finnland	7,0	6,2	6,2	5,0
Ungarn	17,9	21,5	18,4	21,3
Rumänien	5,8	7,8	6,1	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 austria, PULS 4; werberelevante Zielgruppe 12-49 Jahre. Schweiz: SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, kabel eins Schweiz; werberelevante Zielgruppe 15-49 Jahre; sämtliche Daten basieren auf Tagesgewichtung und beinhalten seit 2011 ausschließlich die Nutzung des Schweizer Signals/Programmfensters. Dänemark: Kanal 4, Kanal 5, 6'eren, The Voice; werberelevante Zielgruppe 15-50 Jahre, Basis: 14 werbefinanzierte TV-Sender. Schweden: Kanal 5, Kanal 9; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. Norwegen: TVNorge, FEM, MAX, The Voice (bis 22. Januar 2012), VOX (ab 23. Januar 2012); werberelevante Zielgruppe 12-44 Jahre. Finnland: TV5, The Voice (bis 30. August 2012), Kutonen (ab 1. September 2012); 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; Daten von 2011 und 2012 sind aufgrund von methodischen Umstellungen nicht vergleichbar.

Die ProSiebenSat.1 Media AG expandiert gezielt in verwandte Geschäftsbereiche, um die Abhängigkeit von einzelnen Märkten oder konjunkturellen Schwankungen zu reduzieren. ProSiebenSat.1 Digital betreibt mit der ProSiebenSat.1 Network eines der führenden Online-Netzwerke in Deutschland. Mit rund 26 Millionen Unique Users pro Monat nimmt der ProSiebenSat.1-Vermarkter SevenOne Media Platz fünf unter den deutschen Online-Vermarktern ein. Besonders stark wurden die Angebote von wetter.com, N24.de, MyVideo.de und ProSieben.de genutzt.

Im dritten Quartal 2012 begeisterten die ProSiebenSat.1-Sender ihre Zuschauer mit großen Shows und vielen Film- und Serien-Highlights.

TV-HIGHLIGHTS Q3 2012



....a

POWERDUO....(a) In zwei mitreißenden Ausgaben kämpften die beiden Multitalente Joko Winterscheidt und Klaas Heuvel-Umlauf um den etwas anderen Weltmeistertitel. Beide wählten für den anderen außergewöhnliche und halsbrecherische Aufgaben aus. Dabei ging es einmal quer um die Welt: China, Mexiko und Alaska waren nur einige der Stationen. Während der Samstagabend-Show „**Joko gegen Klaas: Das Duell um die Welt**“ fieberten bis zu 15,9 Prozent der 14- bis 49-Jährigen mit.

KÖRPERTAUSCH....(b) Über Nacht wird die gertenschlanke, sport-fanatische Serienfigur Jessica, Chefin eines Luxus-Wellnesshotels, zu einer übergewichtigen Person. Gleichzeitig erwacht Rieke, die von Jessica zuvor als Bewerberin wegen ihrer fülligen Figur abgelehnt wurde, rank und schlank. Die im September gestartete SAT.1-Sitcom „**Es kommt noch dicker**“ mit Wolke Hegenbarth in der Hauptrolle erreichte starke Marktanteile von bis zu 14,7 Prozent in der Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen.



....b

SPITZENFUSSBALL....(c) Traditionsreiche Clubs messen sich in dieser Saison in der **UEFA Europa League** live bei kabel eins – auch vier deutsche Teilnehmer sind dabei. Das Auftaktspiel von Twente Enschede gegen Hannover 96 verbuchte in der zweiten Halbzeit einen Marktanteil von 10,5 Prozent.



....c

ERFOLGREICHE SPIELFILME....(d) Herzergreifende Feel-Good-Movies und Hollywoodfilme auf sixx begeistern die Zuschauer – hohe Marktanteile von bis zu 3,2 Prozent sind der Beweis. Ganz vorne mit dabei sind Til Schweiger-Filme wie „**Keinohrhasen**“ oder „**Zweiohrküken**“.



....d

AUF REISEN....(e) Die zwei abenteuerlustigen Schweden Filip und Frederik unternahmen in der Reportageserie „**Far vi följa med?**“ eine Reise quer durch ihr Heimatland – mit einer durchschnittlichen Zuschauerquote von 17,6 Prozent bei den 15- bis 44-Jährigen. Das Format des Senders Kanal 5 gewann im September den schwedischen Fernsehpreis „Kris-tallen“ in den Kategorien „Reality-Show des Jahres“ und „Programm des Jahres“.



....e

Geschäftsverlauf

Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf

Die langfristige Wachstumsstrategie der ProSiebenSat.1 Group bis 2015 wird im Geschäftsbericht 2011 auf den Seiten 122 bis 126 ausführlich dargestellt.

Das dritte Quartal 2012 entwickelte sich gemäß unserer Erwartungen. Gegenüber dem im Geschäftsbericht 2011 (Seite 122 bis 126) bzw. Halbjahresbericht 2012 (Seite 37 bis 38) beschriebenen erwarteten Geschäftsverlauf für 2012 gibt es keine relevanten Abweichungen. Die Ziele für das Geschäftsjahr 2012 sowie die Wachstumsstrategie bis 2015 werden in diesem Bericht im Kapitel zum Unternehmensausblick ab Seite 42 erläutert.

Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf

Konjunkturelle
Rahmenbedingungen, Seite 7.

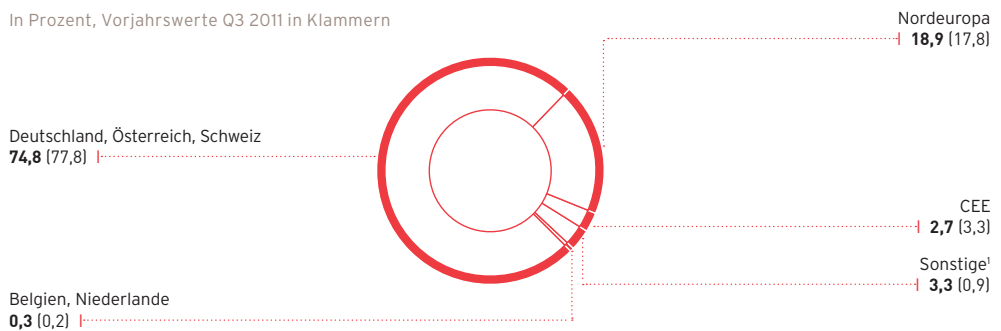
Während sich die konjunkturelle Lage in der Eurozone aufgrund rückläufiger Wirtschaftsleistungen im dritten Quartal 2012 verschärfte, zeigte sich Deutschland weiter stabil: Trotz der erschwerten Rahmenbedingungen durch die europäische Staatsschuldenkrise belegten verschiedene Indikatoren einen nach wie vor robusten Zustand der deutschen Volkswirtschaft mit moderaten Wachstumsaussichten. Die jüngsten Entwicklungen hatten daher mit Ausnahme der osteuropäischen Märkte keine wesentlichen Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf der ProSiebenSat.1 Group.

Entwicklung der Werbemärkte,
ab Seite 7.

Die nordeuropäische Senderfamilie trug im dritten Quartal 2012 erneut maßgeblich zum Umsatzwachstum der Gruppe bei. Vor allem Norwegen und Schweden verzeichneten anhaltend hohe Zuwachsraten bei den TV-Werbeerlösen und profitierten von einem positiven Marktumfeld. Die Einnahmen aus der Vermarktung von TV-Werbezeiten in Deutschland und Österreich blieben nach starken Vergleichszahlen unter dem Vorjahresniveau. In der Schweiz stiegen die klassischen Erlöse aus Fernsehwerbung hingegen weiter an. In Osteuropa bewegten sich die Umsätze der ProSiebenSat.1 Group unter dem Einfluss der rezessiven Konjunkturlage unter den Werten des Vorjahres. Im dritten Quartal 2012 realisierte die ProSiebenSat.1 Group insgesamt 74,8 Prozent (Vorjahr: 77,8%) der Umsatzerlöse in ihren deutschsprachigen Märkten, 18,9 Prozent (Vorjahr: 17,8%) entfielen auf die nordeuropäische Region.

UMSATZ NACH REGIONEN IM DRITTEN QUARTAL 2012

In Prozent, Vorjahrswerte Q3 2011 in Klammern



¹ Umsatz in USA und UK.

Die ProSiebenSat.1 Group erwirtschaftet einen Großteil ihrer Umsatzerlöse in der Eurozone. In der Schweiz sowie in einigen nord- und osteuropäischen Märkten können allerdings Wechselkursschwankungen bei der Umrechnung von Fremdwährungen in die „Konzernwährung“ Euro die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Gruppe und ihrer Segmente beeinflussen. Im Berichts-

Segmentbericht, Seite 28.

zeitraum wirkten sich Währungseffekte positiv auf die Umsatzentwicklung des Segments Broadcasting International aus, die vor allem aus der Umrechnung der schwedischen und der norwegischen Krone in die Berichtswährung Euro resultierten.

Entwicklung der Zuschauermarktanteile, ab Seite 9.

Neben konjunkturellen Rahmenbedingungen ist die Umsatzentwicklung der ProSiebenSat.1 Group von ihrer Positionierung im Zuschauermarkt abhängig. Wie erwartet beeinflussten die Fußball-Europameisterschaft sowie die Olympischen Spiele den deutschen Zuschauermarkt in den vergangenen Monaten stark. Während die öffentlich-rechtlichen Sender durch die Ausstrahlung der beiden Sport-Events in den ersten neun Monaten deutliche Zugewinne verzeichnen konnten, mussten die großen deutschen Privatsender im Vorjahresvergleich Zuschauermarktanteile abgeben. Im internationalen TV-Markt konnten insbesondere die nordeuropäischen Sender sowie die österreichischen Kanäle ihre TV-Quoten steigern.

Wesentliche Ereignisse und Erläuterung der Berichtsweise

Informationen über die Auswirkungen der Akquisition von Left/Right auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns finden sich im Anhang auf Seite 58.

Änderungen im Konsolidierungskreis. Im Zuge der internationalen Expansion ihres Programm-Produktionsgeschäfts hat die ProSiebenSat.1 Group im August 2012 über die Red Arrow Entertainment Group eine Mehrheitsbeteiligung an dem US-Produktionsunternehmen Left/Right Holdings, LLC übernommen. Left/Right Holdings, LLC gehört zu den führenden TV-Produktionsunternehmen der US-Ostküste und stellt die bisher größte Akquisition der Red Arrow Entertainment Group dar. Das Unternehmen wird seit August 2012 voll konsolidiert. Die Red Arrow Entertainment Group hat ihr Portfolio in den vergangenen Monaten durch Akquisitionen ausgebaut und ihre Präsenz insbesondere in Großbritannien und den USA verstärkt. Mit der Expansion des Programmproduktions-Portfolios verfolgt die ProSiebenSat.1 Group das Ziel zusätzliche Umsatzquellen jenseits des klassischen TV-Werbe-geschäfts zu generieren und so unabhängiger vom TV-Werbemarkt und dessen konjunkturellen Schwankungen zu werden. Bis 2015 sollen rund 50 Prozent des Gesamtumsatzes außerhalb des klassischen TV-Werbe-geschäfts in Deutschland erwirtschaftet werden.

Unternehmensausblick, ab Seite 42.

Darüber hinaus fanden in den ersten neun Monaten 2012 keine Ereignisse statt, die sich wesentlich auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns und seine Segmente ausgewirkt haben. Jedoch hat die ProSiebenSat.1 Group im Zeitraum Januar bis September 2012 ihr Portfolio durch weitere strategische Akquisitionen und Partnerschaften ergänzt und damit unter anderem ihr Digitalgeschäft gestärkt sowie ihr Produktionsgeschäft international expandiert. Einen Überblick der Portfoliomaßnahmen zeigt die Zusammenfassung auf der folgenden Seite.

PORTFOLIOMASSNAHMEN UND ÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS IM NEUNMONATSZEITRAUM 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 Free-TV-Senders VOX in Norwegen im Januar 2012 Erwerb von drei neuen Radiogesellschaften (Radioselskabet af 1/7 2007 ApS, Newradio ApS und Radio Klassisk ApS) durch die dänische SBS-Radiogruppe im Juni 2012 › Vollkonsolidierung seit August 2012 Launch des neuen Free-TV-Senders Kutonen in Finnland im September 2012
Segment Digital & Adjacent	Gründung der Kreativagentur SugarRay GmbH (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 Mehrheitsbeteiligung an der Preisvergleichsplattform preis24.de GmbH im September 2012 › Vollkonsolidierung seit September 2012 Mehrheitsbeteiligung an dem Online-Reiseveranstalter Tropo GmbH im August 2012 › Vollkonsolidierung seit September 2012
Segment Content Production & Global Sales	Mehrheitsbeteiligung am britischen Produktionsunternehmen CPL Productions Ltd. im Februar 2012 › Vollkonsolidierung seit März 2012 Mehrheitsbeteiligung an der britischen TV- und Filmproduktion Endor Productions Ltd. im März 2012 › Vollkonsolidierung seit April 2012 Mehrheitsbeteiligung an der britischen Produktionsfirma New Entertainment Research and Design Ltd. (NERD TV) im Mai 2012 › Vollkonsolidierung seit Juni 2012 Mehrheitsbeteiligung an der israelischen Produktionsfirma July August Communications and Productions Ltd. im Mai 2012 › Vollkonsolidierung seit Juni 2012 Mehrheitsbeteiligung an dem US-Produktionsunternehmen Left/Right Holdings, LLC im August 2012 › Vollkonsolidierung seit August 2012

PORTFOLIOMASSNAHMEN UND ÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS IM NEUNMONATSZEITRAUM 2011

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 Verkauf des griechischen Radiosenders Lampsi FM im September 2011 › Entkonsolidierung im September 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 im Mai 2011 und 100-prozentiger Erwerb von burda:ic im Juli 2011 › 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

Neue Segmentstruktur seit 1. Januar 2012. Mit Beginn des Geschäftsjahres 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. Zudem werden hier die Distributionserlöse der deutschen HDTV-Sender erfasst.
- **Broadcasting International:** Die TV-Sender in Nordeuropa (Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden) und im osteuropäischen Raum (Rumänien, Ungarn) bilden das Segment Broadcasting International. Seit 2012 werden zudem alle Radiosender, die ehemals dem Berichtssegment Diversifikation zugeordnet waren, in diesem Segment ausgewiesen. Neben Werbeumsätzen erzielen die nordeuropäischen Sender einen großen Teil ihrer Einnahmen über Verbreitungsgebühren.

Mehrere Parteien haben Interesse an den nordeuropäischen TV- und Radio-Beteiligungen der ProSiebenSat.1 Group gezeigt. Zum Veröffentlichungszeitpunkt dieses Berichts lagen keine verbindlichen Angebote vor.

- **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- bzw. Unternehmensbeteiligung. Auf diese Weise nutzt der Konzern freie Werbezeiten, generiert zusätzliche Erlöse und erhöht gleichzeitig seine Unabhängigkeit von zyklischen Schwankungen der Werbemärkte. Darüber hinaus sind das Online-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. 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 Deutschsprachig.

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 Deutschsprachig 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 Neunmonatsbericht 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 vorliegendem Bericht bezieht sich – sofern nicht anders gekennzeichnet – auf das fortgeführte Geschäft.

ERLÄUTERUNG ZU DEN VERWENDETEN KENNZAHLEN

Zentrale finanzielle Steuerungsgrößen sind für die ProSiebenSat.1 Group das recurring EBITDA und die Netto-Finanzverschuldung. Zudem beziehen sich Analysten in ihren Schätzungen häufig auf die operativen Kosten und das bereinigte Konzernergebnis. Operative Kosten werden als Gesamtkosten abzüglich Abschreibungen und Einmalaufwendungen definiert und sind für die Berechnung des recurring EBITDA die relevante Kostengröße. Als recurring EBITDA wird das um Einmaleffekte bereinigte Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen definiert. Der Perioden- bzw. der Jahresüberschuss bezeichnet das Nettoergebnis nach Steuern, Zinsen und Abschreibungen. Die Entwicklung dieser Kennzahlen wird daher auch auf den folgenden Seiten zur Darstellung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns beschrieben und im Prognosebericht betrachtet.

ProSiebenSat.1 berichtet nicht auf Basis des Auftragsbestands. Dafür gibt es verschiedene Gründe: Mit einem Großteil unserer Werbekunden bestehen Rahmenvereinbarungen über Abnahmemengen und den zugrunde liegenden Konditionen. Die ProSiebenSat.1 Group informiert ihre Kunden in sogenannten Programmscreenings über die Ausrichtung der Senderplanung. Die Programmvorschau ist eine wichtige Entscheidungsgrundlage für die Investitionen der Werbekunden für das Folgejahr. Das Preisniveau richtet sich insbesondere nach Zuschauerquoten, Reichweite, Sendezeit, Nachfrage und der Anzahl der verfügbaren Werbeflächen. Das endgültige Budgetvolumen wird branchenüblich – teilweise allerdings kurzfristig – auf Monatssicht bestätigt. Erst dann wird der gesamte Absatz transparent. Zudem werden zusätzliche Werbebudgets gerade gegen Jahresende kurzfristig vergeben.

Ertragslage des Konzerns

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN FÜR DAS DRITTE QUARTAL

In Mio Euro	Q3 2012	Q3 2011
Konzernumsatz	636,9	594,5
Operative Kosten ¹	472,3	432,7
Gesamtkosten	512,5	496,1
Umsatzkosten	349,7	322,0
Vertriebskosten	88,2	94,3
Verwaltungskosten	73,7	73,4
Sonstige betriebliche Aufwendungen	0,9	6,4
Betriebsergebnis (EBIT)	127,1	101,0
Recurring EBITDA ²	167,3	163,6
Einmaleffekte (saldiert) ³	-12,2	-29,9
EBITDA	155,1	133,7
Periodengewinn (inklusive nicht-fortgeführte Aktivitäten) ⁴	61,3	340,3
Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten ⁴	61,3	11,4
Konzernergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ⁵	- / -	328,9

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. Enthält den Gewinn aus der Veräußerung der niederländischen TV- bzw. Printaktivitäten (320,8 Mio Euro).

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

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2012

Der Konzernumsatz verzeichnete im dritten Quartal 2012 ein Wachstum von 7,1 Prozent bzw. 42,4 Mio Euro auf 636,9 Mio Euro. Den höchsten Wachstumsbeitrag erzielten die Diversifikationserlöse, zu denen alle Erlösmodelle der ProSiebenSat.1 Group außerhalb des klassischen TV-Werbe-geschäfts gehören. Diese werden in den beiden Segmenten Digital & Adjacent und Content Production & Global Sales abgebildet. Vor allem die Digital- und Adjacent-Aktivitäten entwickelten

sich im Vergleich zum Vorjahr dynamisch. Wesentliche Wachstumstreiber waren hier die Ventures-Sparte mit dem Geschäftsmodell Media-for-Revenue-Share, der Online-Bereich, das VoD-Portal maxdome und die Music-Sparte. Der Beitrag der Segmente Digital & Adjacent sowie Content Production & Global Sales zum Konzernumsatz stieg im dritten Quartal 2012 auf insgesamt 17,5 Prozent (Vorjahr: 11,3%).

Auch das internationale Senderportfolio verzeichnete – trotz rückläufiger Erlöse in den osteuropäischen Ländern – eine sehr gute Umsatzentwicklung gegenüber dem Vorjahr. Die nordeuropäischen Sender konnten ihre TV-Werbe- und Distributionserlöse deutlich steigern. Vor allem in Norwegen und Schweden lagen die Buchungseingänge von TV-Spots in einem wachsenden Marktumfeld deutlich über Vorjahr. In der deutschsprachigen TV-Familie blieben die Erlöse aus TV-Werbung nach starken Vergleichszahlen insgesamt unter dem Vorjahresniveau. 503,3 Mio Euro (Vorjahr: 506,7 Mio Euro) bzw. 79,0 Prozent (Vorjahr: 85,2%) des Konzernumsatzes erzielte die Gruppe in ihrem Kerngeschäft werbefinanziertes Free-TV.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** bewegten sich im dritten Quartal 2012 mit 2,7 Mio Euro auf Vorjahresniveau.

Die **Gesamtkosten** des Konzerns – bestehend aus Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie sonstigen betrieblichen Aufwendungen – stiegen gegenüber dem dritten Quartal 2011 um 3,3 Prozent auf 512,5 Mio Euro (Vorjahr: 496,1 Mio Euro). Hauptursache waren höhere Umsatzkosten, die sich um 8,6 Prozent bzw. 27,7 Mio Euro auf 349,7 Mio Euro erhöhten. Dazu führten insbesondere Investitionen in neue Wachstumsfelder wie der weitere Ausbau des Programmproduktions- und Digitalgeschäfts, des Video-on-Demand Portals maxdome sowie der Ausbau junger bzw. die Gründung neuer TV-Sender. Die Verwaltungskosten bewegten sich mit 73,7 Mio Euro nahezu auf Vorjahresniveau (+0,4% bzw. 0,3 Mio Euro). Die Vertriebskosten sanken hingegen aufgrund geringerer Distributions- und Marketingkosten um 6,5 Prozent bzw. 6,1 Mio Euro auf 88,2 Mio Euro. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen verzeichneten einen Rückgang um 85,9 Prozent bzw. 5,5 Mio Euro auf 0,9 Mio Euro. Im Vorjahreswert sind Wertminderungen auf Vermögenswerte im Zusammenhang mit Kaufpreisallokationen enthalten.

Aus den genannten Gründen wiesen auch die **operativen Kosten** einen Anstieg um 9,2 Prozent bzw. 39,6 Mio Euro auf. Bereinigt um Abschreibungen in Höhe von 28,0 Mio Euro (Vorjahr: 32,7 Mio Euro) und Einmalaufwendungen von 12,2 Mio Euro (Vorjahr: 30,7 Mio Euro) betrugen die operativen Kosten 472,3 Mio Euro (Vorjahr: 432,7 Mio Euro). Höhere operative Kosten fielen insbesondere in unseren Wachstumsbereichen an. Im Kerngeschäft, das im Wesentlichen die TV-Aktivitäten im deutschsprachigen Raum sowie in Nordeuropa und den osteuropäischen Ländern enthält, konnten die operativen Kosten hingegen weitgehend konstant gehalten werden. 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 dritten Quartal 2012 um 2,3 Prozent bzw. 3,7 Mio Euro auf 167,3 Mio Euro. Die entsprechende operative Marge betrug 26,3 Prozent (Vorjahr: 27,5%). Das **EBITDA** stieg um 16,0 Prozent bzw. 21,4 Mio Euro auf 155,1 Mio

Euro. Das EBITDA beinhaltet Einmaleffekte in Höhe von 12,2 Mio Euro (Vorjahr: 29,9 Mio Euro), die im Wesentlichen einmalige Aufwendungen im Zusammenhang mit Akquisitionen sowie Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und Optimierung insbesondere des internationalen Portfolios umfassen. Der EBITDA-Vorjahreswert enthält Einmalaufwendungen in Verbindung mit Portfoliooptimierungen.

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG EBITDA ZU RECURRING EBITDA

In Mio Euro	Q3 2012	Q3 2011
Ergebnis vor Steuern	90,1	18,6
Finanzergebnis	37,0	82,4
Betriebsergebnis	127,1	101,0
Abschreibungen ¹	28,0	32,7
(davon Kaufpreisallokationen)	5,1	13,9
EBITDA	155,1	133,7
Einmaleffekte (saldiert) ²	12,2	29,9
Recurring EBITDA (bereinigtes EBITDA)	167,3	163,6

1 Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen. 2 Differenz aus Einmalaufwendungen in Höhe von 12,2 Mio Euro (Vorjahr: 30,7 Mio Euro) und Einmalserträgen von 0,0 Mio Euro (Vorjahr: 0,8 Mio Euro).

Das **Finanzergebnis** setzt sich zusammen aus dem Zinsergebnis, dem sonstigen Finanzergebnis und dem Ergebnis aus at Equity bewerteten Anteilen. Es verbesserte sich im dritten Quartal 2012 um 55,1 Prozent bzw. 45,4 Mio Euro auf minus 37,0 Mio Euro. Die Veränderung geht im Wesentlichen auf die Entwicklung des sonstigen Finanzergebnisses zurück, welches sich um 32,9 Mio Euro verbesserte. Der Vorjahreswert enthält einmalige Aufwendungen im Zusammenhang mit der Laufzeitenverlängerung und der vorzeitigen Rückführung der Darlehen sowie der damit einhergehenden Auflösung von Zinssicherungsgeschäften. Einen positiven Effekt auf das Finanzergebnis hatten zudem geringere Zinsaufwendungen aufgrund der geringeren durchschnittlichen Verschuldung des Konzerns. Das Zinsergebnis verbesserte sich daher um 22,2 Prozent oder 11,0 Mio Euro auf minus 38,6 Mio Euro.

Aus den beschriebenen Entwicklungen ergab sich im dritten Quartal 2012 ein Anstieg des **Ergebnisses vor Steuern** um 71,5 Mio Euro auf 90,1 Mio Euro. Die Ertragsteuern erhöhten sich entsprechend auf 27,9 Mio Euro (Vorjahr: 5,2 Mio Euro). Das **Periodenergebnis nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter** aus fortgeführten Aktivitäten erreichte 61,3 Mio Euro und übertraf den Vorjahreswert damit um 49,9 Mio Euro (Vorjahr: 11,4 Mio Euro).

Der **bereinigte Konzernüberschuss** (underlying net income) aus fortgeführten Aktivitäten erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 42,2 Mio Euro auf 65,1 Mio Euro (Vorjahr: 22,9 Mio Euro). Bezogen auf das underlying net income ergab sich folglich ein unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie von 0,31 Euro nach 0,11 Euro für das dritte Quartal 2011.

HERLEITUNG BEREINIGTER KONZERNÜBERSCHUSS AUS FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN

In Mio Euro	Q3 2012	Q3 2011
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	61,3	11,4
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen (nach Steuern) ¹	3,8	9,3
Wertminderungen im Zusammenhang mit ursprünglichen Kaufpreisallokationen (nach Steuern) ²	- / -	2,2
Bereinigter Konzernüberschuss (underlying net income)³	65,1	22,9

1 Abschreibung aus Kaufpreisallokationen vor Steuern: 5,1 Mio Euro (Vorjahr: 11,1 Mio Euro). 2 Wertminderungen (Impairment) vor Steuern in Höhe von 0,0 Mio Euro (Vorjahr: 2,7 Mio Euro). 3 Konzernergebnis vor Effekten aus Kaufpreisallokationen und nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung in den ersten neun Monaten 2012

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN FÜR DEN NEUNMONATSZEITRAUM

In Mio Euro	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
Konzernumsatz	1.995,0	1.882,5
Operative Kosten ¹	1.450,2	1.355,3
Gesamtkosten	1.593,9	1.525,5
Umsatzkosten	1.110,9	1.052,2
Vertriebskosten	246,2	257,9
Verwaltungskosten	199,9	195,8
Sonstige betriebliche Aufwendungen	36,9	19,6
Betriebsergebnis (EBIT)	408,7	362,9
Recurring EBITDA ²	552,4	532,3
Einmaleffekte (saldiert) ³	-53,4	-60,7
EBITDA	499,0	471,6
Periodengewinn (inklusive nicht-fortgeführte Aktivitäten) ⁴	196,0	507,6
Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten ⁴	196,0	127,0
Konzernergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ⁵	- / -	380,6

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. Enthält den Gewinn aus der Veräußerung der belgischen TV-Gesellschaften und den niederländischen TV- bzw. Printaktivitäten (insgesamt 341,7 Mio Euro). Erläuterung zur Berichtsweise: Die Werte für die ersten neun Monate 2011 beziehen sich auf die gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Kennzahlen aus fortgeführten Aktivitäten. Die Ergebnisposten der im Jahr 2011 entkonsolidierten Unternehmen einschließlich Entkonsolidierungsergebnis und Veräußerungsgewinn werden zusammengefasst und separat nach Steuern als Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ausgewiesen.

Auf Neunmonatssicht stieg der Konzernumsatz um 6,0 Prozent bzw. 112,5 Mio Euro auf 1,995 Mrd Euro. Wachstumstreiber waren die dynamische Umsatzentwicklung der Digital- und Adjacent-Aktivitäten, des Programmproduktionsgeschäfts sowie die gute operative Performance der nordeuropäischen Senderfamilie.

Die **Gesamtkosten** betrugen 1,594 Mrd Euro (+4,5% bzw. 68,4 Mio Euro ggü. Vorjahr). Hauptursache für den Kostenanstieg waren Wachstumsmaßnahmen wie der Ausbau junger bzw. die Gründung neuer TV-Sender, die Expansion des weltweiten Produktionsportfolios sowie der Ausbau des Digitalgeschäfts. Vor diesem Hintergrund stiegen die Umsatzkosten um 5,6 Prozent bzw. 58,7 Mio Euro auf 1,111 Mrd Euro. Darüber hinaus führten im Wesentlichen höhere sonstige betriebliche Aufwendungen, die primär auf die Rückstellungsbildung in Höhe von 27,5 Mio Euro für das laufende Kartellrechtsverfahren im zweiten Quartal 2012 zurückzuführen sind, zu einem Kostenanstieg. Bereinigt um Abschreibungen und einmalige Aufwendungen stiegen die **operativen Kosten** in den ersten neun Monaten 2012 um 7,0 Prozent auf 1,450 Mrd Euro (Vorjahr: 1,355 Mrd Euro).

Weitere Informationen zum laufenden Kartellrechtsverfahren siehe Risikobericht, Seite 39 und Anhang, Seite 66.

Das **recurring EBITDA** verbesserte sich um 3,8 Prozent auf 552,4 Mio Euro (Vorjahr: 532,3 Mio Euro). Das **EBITDA** der ProSiebenSat.1 Group stieg in den ersten neun Monaten 2012 um 5,8 Prozent auf 499,0 Mio Euro (Vorjahr: 471,6 Mio Euro). Das EBITDA enthält Einmalaufwendungen, die im Wesentlichen im Zusammenhang stehen mit einmaligen Aufwendungen infolge von Akquisitionen sowie der Rückstellungsbildung im zweiten Quartal 2012 im Zuge des laufenden Kartellrechtsverfahrens. Die Gruppe erzielte ein **Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter** in Höhe von 196,0 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg um 54,3 Prozent bzw. 69,0 Mio Euro. Das **bereinigte Periodenergebnis** (underlying net income) erreichte 241,1 Mio Euro und lag damit um 58,5 Prozent bzw. 89,0 Mio Euro über dem Vorjahresniveau.

Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur

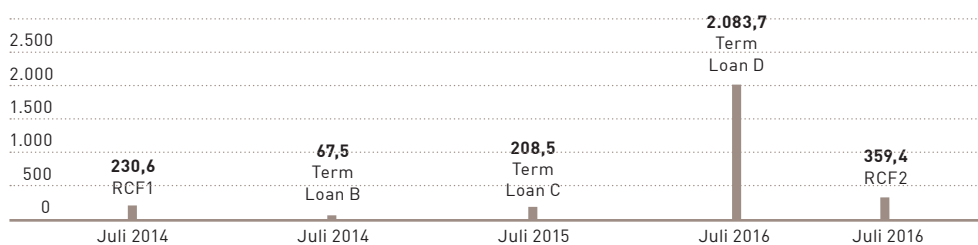
Das Fremdkapital der ProSiebenSat.1 Group bestand zum 30. September 2012 zu 60,6 Prozent bzw. 2,341 Mrd Euro aus langfristigen Darlehen und Krediten (31. Dezember 2011: 65,0%; 30. September 2011: 66,4%) und zu 6,0 Prozent bzw. 231,0 Mio Euro aus kurzfristigen Darlehen und Krediten (31. Dezember 2011: 0,0%; 30. September 2011: 0,0%).

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.

FREMDKAPITALAUSSTATTUNG UND LAUFZEITEN ZUM 30. SEPTEMBER 2012

In Mio Euro



- **Term Loans:** Insgesamt hatten die Term Loans zum 30. September 2012 ein Nominalvolumen von 2,360 Mrd Euro und bewegten sich damit auf unverändertem Niveau gegenüber den Stichtagen 31. Dezember 2011 und 30. September 2011.
- **Revolvierende Kreditfazilität:** Das verfügbare Rahmenvolumen der revolvingenden Kreditfazilität beträgt derzeit insgesamt 590,0 Mio Euro. Die ProSiebenSat.1 Group hat Ende Mai 2012 den überwiegenden Teil der Kreditlinie bis Juli 2016 verlängert und als neuen RCF 2 aufgelegt. Das verbleibende Rahmenvolumen (RCF 1) läuft unverändert bis Juli 2014. Im dritten Quartal 2012 wurden weitere Teile des RCF 1 verlängert. Vor diesem Hintergrund beträgt der RCF 2 derzeit 359,4 Mio Euro. Der RCF 1 beläuft sich zum 30. September 2012 auf 230,6 Mio Euro.

Die Barinanspruchnahme der revolvingenden Kreditfazilität betrug zum 30. September dieses Jahres 230,6 Mio Euro. Der RCF wird in der Bilanzposition kurzfristige Darlehen und Kredite ausgewiesen. Am 31. Dezember 2011 verfügte der Konzern über freie Kreditlinien von 548,4 Mio Euro. Zum 30. September 2011 waren es 542,3 Mio Euro.

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 revolvingenden 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 dritten Quartal bzw. in den ersten neun Monaten 2012 erfüllt.

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

- **Kreditzins:** Risiken aus der Änderung von variablen Zinssätzen sind durch verschiedene Zins-sicherungsinstrumente abgesichert. Die Absicherungsquote für alle langfristigen Finanzverbindlichkeiten betrug zum 30. September 2012 knapp 68 Prozent (31. Dezember 2011: knapp 100%). Zum Stichtag am 30. September 2011 waren knapp 100 Prozent abgesichert. Der durchschnittliche festverzinsliche Swapsatz belief sich am 30. September 2012 auf 3,9 Prozent pro Jahr. Die Zinsaufwendungen gegenüber dem dritten Quartal 2011 haben sich insgesamt um 13,5 Mio Euro auf 39,0 Mio Euro verringert. Dies ist auf die geringere durchschnittliche Verschuldung des Konzerns sowie niedrigere Euribor-Geldmarktkonditionen im Vergleich zum Vorjahr zurückzuführen.
- **Kreditmarge:** Die Kreditmarge betrug Ende September 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 revolvingierende 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. September 2012 auf 1,0 Prozent per annum (Vorjahr: 1,25% per annum). Der neue RCF 2 hat eine Kreditmarge von 2,0 Prozent per annum.

Finanzierungsanalyse

Die Netto-Finanzverschuldung – d.h. der Saldo aus Kreditverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und den kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten – belief sich zum 30. September 2012 auf 2,066 Mrd Euro. Dies entspricht einem Anstieg um 13,6 Prozent bzw. 247,7 Mio Euro gegenüber dem 31. Dezember 2011. Die Erhöhung der Netto-Finanzverschuldung im Neunmonatszeitraum ist im Wesentlichen durch die Dividendenzahlung im Mai 2012 (245,7 Mio Euro) bedingt. Gleichzeitig erzielt der Konzern einen Großteil seines Free Cashflow üblicherweise im vierten Quartal – der umsatzstärksten Periode des Jahres.

Gegenüber dem Stichtag 30. September 2011 verbesserte sich die Netto-Finanzverschuldung um 0,5 Prozent bzw. 9,5 Mio Euro. Ursache hierfür ist der höhere Bestand an liquiden Mitteln. Der Verschuldungsgrad (Leverage-Faktor) hat sich vor diesem Hintergrund gegenüber dem 30. September 2011 ebenfalls leicht verbessert. So ergab das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate zum 30. September 2012 den Faktor 2,4. Damit liegt der Leverage-Faktor im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5. Zum Vorjahresstichtag 30. September 2011 hatte der Wert noch das 2,5-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. Aufgrund des wichtigen vierten Quartals im Hinblick auf den Free Cashflow rechnet die Gruppe zum Jahresende 2012 mit einem verbesserten Verschuldungsgrad, der in etwa auf dem Niveau zum Stichtag am 31. Dezember 2011 liegen dürfte.

NETTO-FINANZVERSCHULDUNG DES KONZERNS

In Mrd Euro



VERHÄLTNIS NETTO-FINANZVERSCHULDUNG ZUM LTM RECURRING EBITDA



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

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

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

KAPITALFLUSSRECHNUNG

In Mio Euro	Q3 2012	Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	62,2	13,4	199,8	133,8
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	328,9	- / -	380,6
Cashflow fortgeführter Aktivitäten	378,6	339,2	1.269,6	1.211,0
Veränderung Working Capital	8,1	57,6	-76,3	-24,7
Erhaltene Dividende	- / -	0,1	5,5	3,3
Gezahlte Steuern	-47,5	-34,5	-103,6	-99,2
Gezahlte Zinsen	-41,2	-54,9	-125,7	-160,0
Erhaltene Zinsen	0,4	2,3	1,7	5,5
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	298,4	309,8	971,2	935,9
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	-208,5	- / -	-135,6
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-326,2	-311,2	-965,1	-931,4
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	1.261,1	9,2	1.377,3
Free Cashflow aus fortgeführten Aktivitäten	-27,8	-1,4	6,1	4,5
Free Cashflow aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	- / -	1.052,6	9,2	1.241,7
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	227,7	-1.719,6	-32,5	-1.724,0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	- / -	- / -	- / -
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes fortgeführter Aktivitäten	2,3	2,0	5,6	-3,7
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	0,3	- / -	-1,9
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	202,2	-666,1	-11,6	-483,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	304,1	923,4	517,9	740,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende aus fortgeführten Aktivitäten	506,3	257,3	506,3	257,3

Der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit der fortgeführten Aktivitäten erreichte im dritten Quartal dieses Jahres 298,4 Mio Euro und lag damit unter dem Vorjahresniveau von 309,8 Mio Euro (-3,7%). Die Entwicklung des Cashflow aus operativer Tätigkeit ist von gegenläufigen Effekten geprägt: Die ergebnisbedingte Verbesserung aufgrund niedrigerer Zinsaufwendungen und gesunkener sonstiger Finanzierungskosten wurde durch geringere Mittelfreisetzung im Working Capital von 8,1 Mio Euro (Vorjahr: 57,6 Mio Euro) kompensiert. Der Effekt im Working Capital ist vor allem auf höhere Forderungen aus Lieferungen und Leistungen aus dem laufenden Geschäftsbetrieb zurückzuführen. Im Neunmonatszeitraum stieg der operative Cashflow hingegen auf 971,2 Mio Euro und lag damit um 3,8 Prozent bzw. 35,3 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Der hohe ergebnisbedingte Anstieg des operativen Cashflows gegenüber dem Vorjahr wurde dabei durch höhere Mittelbindungen im Working Capital abgeschwächt. Hier wirkten sich sowohl gestiegene Forderungen als auch geringere Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen aus.

Der **Cashflow aus Investitionstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten** betrug im dritten Quartal 2012 minus 326,2 Mio Euro nach minus 311,2 Mio Euro im Vorjahr (+4,8% ggü. Vorjahr). Im Neunmonatszeitraum 2012 flossen aus der Investitionstätigkeit 965,1 Mio Euro ab, nach 931,4 Mio Euro in der Vergleichsperiode (+3,6% ggü. Vorjahr). Schwerpunkt der Investitionstätigkeit von ProSiebenSat.1 war der Erwerb von Programmrechten.

Die Gruppe sichert sich attraktive Programme über drei verschiedene Wege: den Einkauf von Lizenzformaten, Auftragsproduktionen sowie Eigenformate, die auf der Entwicklung und Umsetzung eigener Ideen basieren. Im Gegensatz zu Auftragsproduktionen werden Eigenformate im Hinblick auf eine kurzfristige Ausstrahlung produziert. Sie werden daher direkt aufwandswirksam in den Umsatzkosten erfasst und stellen keine Investitionen dar. Auftrags- und Eigenproduktionen schärfen das Senderprofil und tragen dazu bei, die Kosteneffizienz zu verbessern sowie konzernweit Synergien zu heben. Ein wichtiger Schritt stellt daher die Expansion der Red Arrow Entertainment Group dar, die ihr Produktionsportfolio in den vergangenen Monaten deutlich erweitert hat.

Der Mittelabfluss aus dem Erwerb von Programmrechten reduzierte sich im dritten Quartal auf 280,0 Mio Euro (Vorjahr: 302,8 Mio Euro) bzw. 864,6 Mio Euro im Neunmonatszeitraum 2012 (Vorjahr: 883,9 Mio Euro). In den Monaten Januar bis September 2012 flossen davon 389,7 Mio Euro (Vorjahr: 415,8 Mio Euro) in Lizenzformate und 396,3 Mio Euro (Vorjahr: 352,5 Mio Euro) in Auftragsformate.

Der Großteil der Programminvestitionen entfiel im dritten Quartal 2012 mit 196,9 Mio Euro bzw. 70,3 Prozent auf das Segment Broadcasting German-speaking (Vorjahr: 248,0 Mio Euro bzw. 81,9%). Im Segment Broadcasting International stiegen die Auszahlungen für den Erwerb von Programmvermögen in den Monaten Juli bis September 2012 auf 76,7 Mio Euro und lagen damit um 34,6 Prozent bzw. 19,7 Mio Euro über dem Vorjahr. Auch in den ersten neun Monaten 2012 entfiel mit 651,8 Mio Euro oder 75,4 Prozent (Vorjahr: 727,2 Mio Euro bzw. 82,3%) der Großteil der Programminvestitionen auf das Segment Broadcasting German-speaking. 206,7 Mio Euro bzw. 23,9 Prozent (Vorjahr: 156,4 Mio Euro bzw. 17,7%) flossen in das Segment Broadcasting International.

Neben Investitionen in das Programmvermögen flossen im dritten Quartal dieses Jahres 16,7 Mio Euro der Investitionen in immaterielle Vermögenswerte (+36,9% ggü. Vorjahr) und 9,6 Mio Euro in Sachanlagen (+43,3% ggü. Vorjahr). Im Neunmonatszeitraum 2012 tätigte ProSiebenSat.1 Investitionen in Höhe von 49,4 Mio Euro in immaterielle Vermögenswerte (+35,3% ggü. Vorjahr) und 23,7 Mio Euro in Sachanlagen (+30,9% ggü. Vorjahr).

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Berichtszeitraum unter anderem das Digitalgeschäft und den Bereich Programmproduktion strategisch gestärkt: So hat der Konzern im dritten Quartal unter anderem den Online-Reiseveranstalter Tropo übernommen und eine Mehrheitsbeteiligung an der Preisvergleichsplattform preis24.de erworben. Darüber hinaus hat der Konzern im dritten Quartal 2012 eine Mehrheitsbeteiligung an dem US-amerikanischen Produktionsunternehmen Left/Right erworben. Vermögenswerte, die aus Erstkonsolidierungen stammen, werden dabei nicht als segmentspezifische Investitionen erfasst, sondern in der Position Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis abgebildet.

Im Segment Digital & Adjacent tätigte der Konzern im dritten Quartal dieses Jahres Investitionen in Höhe von 8,6 Mio Euro (Vorjahr: 5,9 Mio Euro), gegenüber 33,5 Mio Euro (Vorjahr: 37,2 Mio Euro) im Neunmonatszeitraum. Die Investitionen flossen größtenteils in immaterielle Vermögenswerte und betrafen überwiegend den Erwerb von Lizenzen im Online-Games-Bereich.

Im dritten Quartal 2012 entfielen auf das Segment Content Production & Global Sales Investitionen in Höhe von 14,0 Mio Euro (Vorjahr: minus 2,8 Mio Euro), gegenüber 18,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,6 Mio Euro) im Neunmonatszeitraum. Die Mittelabflüsse umfassten im Wesentlichen Programminvestitionen.

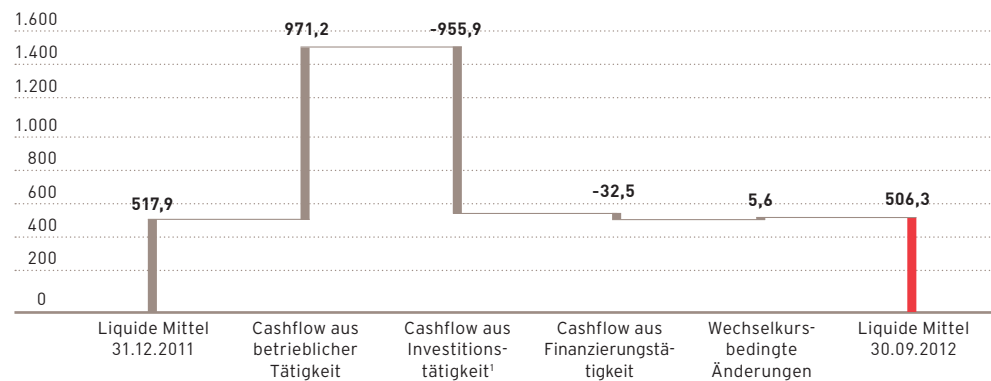
Vor dem Hintergrund der beschriebenen Zahlungsströme verringerte sich der **Free Cashflow aus fortgeführten Aktivitäten** auf minus 27,8 Mio Euro (Vorjahr: -1,4 Mio Euro). Auf Neunmonatssicht hat sich der Free Cashflow aus fortgeführten Aktivitäten hingegen auf 6,1 Mio Euro erhöht (Vorjahr: 4,5 Mio Euro).

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit der fortgeführten Aktivitäten** belief sich im dritten Quartal 2012 auf 227,7 Mio Euro gegenüber minus 1,720 Mrd Euro im Vorjahr. Der Mittelzufluss im dritten Quartal ist im Wesentlichen auf die Inanspruchnahme der revolvingenden Kreditfazilität in Höhe von 230,6 Mio Euro zurückzuführen. Der hohe Mittelabfluss im Vorjahr resultiert größtenteils aus der anteiligen Tilgung der Darlehen in Höhe von 1,2 Mrd Euro sowie der vollständigen Rückführung der revolvingenden Kreditfazilität um 230,0 Mio Euro. Zudem erfolgte die Auszahlung der Dividende im Jahr 2011 im dritten Quartal (-241,2 Mio Euro), im Jahr 2012 floss die Dividende in Höhe von 245,7 Mio Euro dagegen im zweiten Quartal ab. Auf Neunmonatssicht ergab sich daher aus der Finanzierungstätigkeit ein Mittelabfluss von 32,5 Mio Euro (Vorjahr: 1,724 Mrd Euro).

Die beschriebenen Zahlungsströme führten insgesamt zu einem leichten Rückgang der liquiden Mittel gegenüber dem 31. Dezember 2011 um 2,2 Prozent bzw. 11,6 Mio Euro auf 506,3 Mio Euro. Die ProSiebenSat.1 Group verfügt damit auch weiterhin über eine komfortable Liquiditätsausstattung.

VERÄNDERUNG DER ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE

In Mio Euro

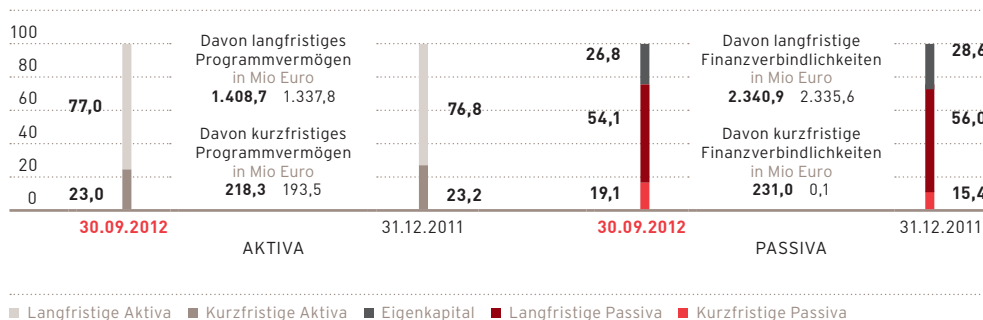


1 inklusive nicht-fortgeführte Aktivitäten

Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

BILANZSTRUKTUR

In Prozent



Die Konzernbilanz wies im Vergleich zum Stichtag 31. Dezember 2011 keine wesentlichen strukturellen Änderungen auf. Auch im Vergleich zum 30. September 2011 ergaben sich keine wesentlichen Änderungen der Bilanzstruktur.

Die Bilanzsumme betrug zum 30. September dieses Jahres 5,279 Mrd Euro (31. Dezember 2011: 5,034 Mrd Euro; 30. September 2011: 4,781 Mrd Euro). Der Anstieg der Bilanzsumme um 245,0 Mio Euro ist im Wesentlichen auf gestiegene immaterielle Vermögenswerte sowie höhere Programmvermögenswerte zurückzuführen. Die wertmäßig wesentlichen Änderungen von Bilanzpositionen gegenüber dem 31. Dezember 2011 bzw. 30. September 2011 werden nachfolgend erläutert:

- Immaterielle Vermögenswerte.** Die immateriellen Vermögenswerte erhöhten sich gegenüber dem 31. Dezember 2011 um 112,9 Mio Euro auf 2,282 Mrd Euro (+5,2%). Im Vergleich zum 30. September 2011 stiegen sie um 114,0 Mio Euro (+5,3%). Hauptursache für den Anstieg der immateriellen Vermögenswerte waren Erstkonsolidierungseffekte im Zuge der Expansion des internationalen Programmproduktionsportfolios. Zudem wirkten sich Währungseffekte im Segment Broadcasting International bestandserhöhend aus. Die Geschäfts- oder Firmenwerte erhöhten sich insgesamt um 91,8 Mio Euro. Daneben trugen die geleisteten Anzahlungen zum Anstieg der immateriellen Vermögenswerte bei. Der Anteil der immateriellen Vermögenswerte an der Bilanzsumme betrug zum 30. September dieses Jahres 43,2 Prozent (31. Dezember 2011: 43,1%; 30. September 2011: 45,4%).
- Lang- und kurzfristiges Programmvermögen.** Das lang- und kurzfristige Programmvermögen verzeichnete zum 30. September 2012 einen Anstieg auf 1,627 Mrd Euro und lag damit um 95,7 Mio Euro über dem Buchwert am 31. Dezember 2011 bzw. um 54,0 Mio Euro über dem Wert zum 30. September 2011. Hauptursache für die Erhöhung des Programmvermögens gegenüber den Bilanzstichtagen waren Zugänge von Lizenzprogrammen in den Segmenten Broadcasting German-speaking und Broadcasting International. Im Segment Broadcasting International waren neben Lizenzprogrammen auch bei den Auftragsproduktionen wesentliche Zugänge zu verzeichnen. Mit einem Anteil von 30,8 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2011: 30,4%; 30. September 2011: 32,9%) zählen die lang- und kurzfristigen Programmvermögenswerte zu den wichtigsten Vermögenswerten der ProSiebenSat.1 Group.
- Forderungen aus Lieferungen und Leistungen.** Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wiesen gegenüber den Vorjahresstichtagen ebenfalls eine Zunahme auf. Der Anstieg ist auf höhere Forderungen aus dem laufenden Geschäftsbetrieb - vor allem in den Wachs-

tumsbereichen – zurückzuführen. Insgesamt stiegen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 30,0 Mio Euro auf 309,4 Mio Euro gegenüber dem 31. Dezember 2011 (+10,7%). Im Vergleich zum 30. September 2011 erhöhten sie sich um 69,7 Mio Euro.

- **Eigenkapital.** Das Eigenkapital verringerte sich um 1,7 Prozent bzw. 24,8 Mio Euro auf 1,417 Mrd Euro gegenüber dem 31. Dezember 2011. Der Rückgang gegenüber dem Stichtag 31. Dezember 2011 ist durch gegenläufige Effekte geprägt: Während sich das Eigenkapital aufgrund der Dividendenzahlung in Höhe von 245,7 Mio Euro im Mai 2012 verringerte, führte die verbesserte Ertragslage auf Neunmonatssicht hingegen zu einer Stärkung der Eigenkapitalbasis. Positiv wirkten sich zudem Währungsumrechnungseffekte der schwedischen und norwegischen Krone in die Berichtswährung Euro aus, die im übrigen kumulierten Eigenkapital erfasst werden. Die Eigenkapitalquote erreichte 26,8 Prozent gegenüber 28,6 Prozent zum 31. Dezember 2011.

Gegenüber dem 30. September 2011 stieg das Eigenkapital um 11,6 Prozent bzw. 147,5 Mio Euro. Dieser Anstieg ist ergebnisbedingt sowie auf die positive Entwicklung der Währungsumrechnungseffekte im übrigen kumulierten Eigenkapital zurückzuführen.

- **Lang- und kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen.** Die lang- und kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen betrugen zum 30. September dieses Jahres 3,862 Mrd Euro (31. Dezember 2011: 3,592 Mrd Euro; 30. September 2011: 3,512 Mrd Euro). Hauptursache hierfür ist der Anstieg der kurzfristigen Darlehen und Kredite um 230,9 Mio Euro auf 231,0 Mio Euro (31. Dezember 2011: 0,1 Mio Euro; 30. September 2011: 0,3 Mio Euro). Zum 30. September 2012 wurden 230,6 Mio Euro aus der revolving Kreditfazilität in Anspruch genommen. Die lang- und kurzfristigen sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten haben sich gegenüber dem Bilanzstichtag 31. Dezember 2011 um 60,4 Mio Euro auf 386,9 Mio Euro erhöht (+18,5%). Im Vergleich zum 30. September 2011 stiegen die lang- und kurzfristigen sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten um 37,6 Mio Euro (+10,8%). Ursache hierfür waren vor allem vertraglich vereinbarte Kaufpreiszahlungen für Akquisitionen in den Segmenten Digital & Adjacent und Content Production & Global Sales sowie Bewertungseffekte aus dem Hedge-Accounting.

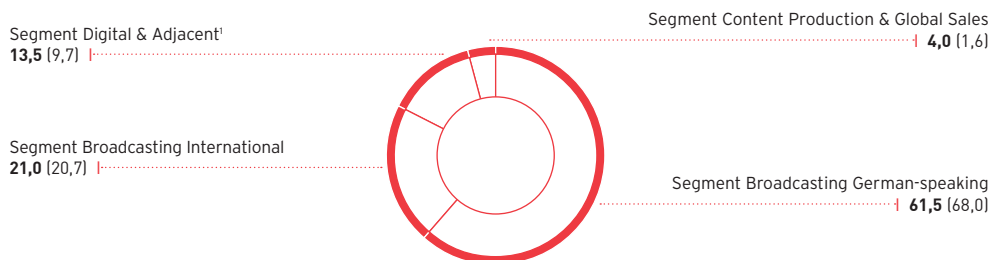
Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen haben sich zum 30. September 2012 auf 398,6 Mio Euro verringert (31. Dezember 2011: 456,8 Mio Euro; 30. September 2011: 400,9 Mio Euro). Der Rückgang ist vor allem auf geringere Verbindlichkeiten aus dem laufenden Geschäftsbetrieb sowie geringere Programmverbindlichkeiten im Segment Broadcasting German-speaking zurückzuführen.

Die Rückstellungen haben sich insgesamt nicht wesentlich verändert. Der größte Teil der Rückstellungen entfällt zum 30. September 2012 mit 85,2 Mio Euro weiterhin auf die sonstigen kurzfristigen Rückstellungen (31. Dezember 2011: 78,7 Mio Euro; 30. September 2011: 54,9 Mio Euro). Der Anstieg der sonstigen Rückstellungen ist im Wesentlichen bedingt durch die im zweiten Quartal 2012 gebildete Rückstellung in Höhe von 27,5 Mio Euro im Zusammenhang mit dem laufenden Kartellrechtsverfahren.

Segmentbericht

UMSATZANTEIL NACH SEGMENTEN IM DRITTEN QUARTAL 2012

In Prozent, Vorjahreswerte Q3 2011 in Klammern



¹ Vorjahreswerte inklusive 9Live

Segment Broadcasting German-speaking

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2012

Im dritten Quartal 2012 erreichten die externen Erlöse des Segments Broadcasting German-speaking 391,4 Mio Euro und lagen damit um 3,2 Prozent bzw. 13,0 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Nach starken Vergleichszahlen im Vorjahr entwickelten sich die TV-Werbeerlöse in Deutschland und Österreich rückläufig. In der Schweiz stiegen die Einnahmen aus der klassischen Vermarktung von TV-Werbezeiten hingegen weiter an.

Ein deutliches Umsatzwachstum verzeichneten die Distributionserlöse, die vor allem von der wachsenden Verbreitung der HD-Haushalte getrieben werden. Die ProSiebenSat.1 Group ist mit ihren vier HD-Sendern im Paket aller großen Kabel- und Satellitenbetreiber vertreten und partizipiert seit 2011 an den technischen Freischaltentgelten, die Endkunden an die Kabel- und Satellitenanbieter entrichten.

Das um Einmaleffekte bereinigte operative Segmentergebnis (recurring EBITDA) betrug 122,3 Mio Euro und lag damit um 6,6 Prozent bzw. 8,6 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Das EBITDA lag mit 116,5 Mio Euro auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 115,9 Mio Euro).

KENNZAHLEN SEGMENT BROADCASTING GERMAN-SPEAKING¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro

Q3 2012	391,4
Q3 2011	404,4

Recurring EBITDA, in Mio Euro

Q3 2012	122,3
Q3 2011	130,9

¹ Die Berichterstattung für das dritte 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.

Weitere Informationen zum laufenden Kartellrechtsverfahren siehe Risikobericht, Seite 39 und Anhang, Seite 66.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung in den ersten neun Monaten 2012

Der Umsatzbeitrag des Segments Broadcasting German-speaking lag in den Monaten Januar bis September 2012 mit 1,280 Mrd Euro nahezu auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 1,287 Mrd Euro). Das recurring EBITDA erreichte insbesondere aufgrund des Ergebnisbeitrags der ersten Jahreshälfte 407,5 Mio Euro nach 402,8 Mio Euro in der Vergleichsperiode (+1,2%). Das EBITDA verringerte sich aufgrund von Einmaleffekten um 4,5 Prozent bzw. 17,3 Mio Euro auf 365,9 Mio Euro. Die einmaligen Aufwendungen enthalten im Wesentlichen eine Rückstellung in Höhe von 27,5 Mio Euro, die im Zuge des laufenden Kartellrechtsverfahrens im zweiten Quartal 2012 gebildet wurde.

KENNZAHLEN SEGMENT BROADCASTING GERMAN-SPEAKING¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro

Q1-Q3 2012	1.280,3
Q1-Q3 2011	1.287,3

Recurring EBITDA, in Mio Euro

Q1-Q3 2012	407,5
Q1-Q3 2011	402,8

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

Segment Broadcasting International

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2012

Die externen Erlöse des Segments Broadcasting International stiegen im dritten Quartal 2012 deutlich an: Mit 134,1 Mio Euro übertraf der externe Segmentumsatz den Vorjahreswert um 8,8 Prozent bzw. 10,9 Mio Euro. Die Umsatzsteigerung wurde erneut von der nordeuropäischen Senderfamilie getragen, die neben höheren TV-Werbeerlösen auch gestiegene Distributionserlöse verzeichnete. Vor allem Norwegen und Schweden zeigten dynamische Zuwachsraten ihrer TV-Werbereinnahmen und profitierten von einem positiven Marktumfeld. Zudem wirkten sich Währungseffekte positiv auf die Umsatzentwicklung des Segments aus, die vor allem aus der Umrechnung der schwedischen und norwegischen Krone in die Berichtswährung Euro resultierten. In Osteuropa blieben die Erlöse hingegen konjunkturbedingt unter Vorjahresniveau.

Das Segmentergebnis verbesserte sich aufgrund der Umsatzsteigerung bei unterproportional gestiegenen operativen Kosten deutlich: Das recurring EBITDA stieg um 42,8 Prozent bzw. 7,4 Mio Euro auf 24,7 Mio Euro. Das EBITDA erreichte 22,8 Mio Euro (Vorjahr: 3,3 Mio Euro). Der EBITDA-Vorjahreswert enthält vergleichsweise hohe einmalige Aufwendungen im Zuge der strategischen Analyse des internationalen Portfolios.

KENNZAHLEN SEGMENT BROADCASTING INTERNATIONAL¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro

Q3 2012	134,1
Q3 2011	123,2

Recurring EBITDA, in Mio Euro

Q3 2012	24,7
Q3 2011	17,3

¹ Die Berichterstattung für das dritte 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 in den ersten neun Monaten 2012

Auch auf Neunmonatssicht wies das Segment Broadcasting International ein deutliches Umsatz- und Ergebniswachstum aus: Die externen Erlöse stiegen um 7,1 Prozent bzw. 28,6 Mio Euro auf 431,8 Mio Euro. Das recurring EBITDA legte um 11,5 Prozent bzw. 9,0 Mio Euro auf 87,4 Mio Euro zu. Das EBITDA erreichte 83,3 Mio Euro nach 62,9 Mio Euro im Vorjahr (+32,4%). Treiber der Umsatz- und Ergebnisentwicklung waren auch im Neunmonatszeitraum die nordeuropäischen Märkte. Ergebnismindernd wirkten sich höhere Programmkosten im Zusammenhang mit dem Ausbau des nordeuropäischen Senderportfolios im ersten Quartal 2012 sowie die Entwicklung der osteuropäischen TV-Aktivitäten aus.

KENNZAHLEN SEGMENT BROADCASTING INTERNATIONAL¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro

Q1-Q3 2012	431,8
Q1-Q3 2011	403,2

Recurring EBITDA, in Mio Euro

Q1-Q3 2012	87,4
Q1-Q3 2011	78,4

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

Segment Digital & Adjacent

Umsatz- und Ergebnisentwicklung im dritten Quartal 2012

Das Segment Digital & Adjacent zeigte im dritten Quartal 2012 hohe Wachstumsraten bei Umsatz und Ergebnis. Die externen Erlöse erreichten 85,9 Mio Euro und übertrafen den Vorjahreswert damit deutlich um 49,7 Prozent bzw. 28,5 Mio Euro. Der Bereich Ventures mit dem Geschäftsmodell Media-for-Revenue-Share führte primär zu dieser Umsatzsteigerung. Weitere Wachstumstreiber waren die Vermarktung von Online-Werbung, das Video-on-Demand-Portal maxdome sowie der Bereich Music. Zudem gaben die Suchmaschinen-Marketing-Agentur Booming und der im August 2012 konsolidierte Online-Reiseveranstalter Tropo Wachstumsimpulse.

Die dynamische Umsatzentwicklung in Verbindung mit unterproportional gestiegenen Kosten führte zu einem Anstieg des recurring EBITDA um 57,2 Prozent oder 7,9 Mio Euro auf 21,7 Mio Euro (Vorjahr: 13,8 Mio Euro). Das EBITDA erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr ebenfalls deutlich und erreichte 18,1 Mio Euro (Vorjahr: 12,9 Mio Euro).

KENNZAHLEN SEGMENT DIGITAL & ADJACENT¹

Externer Segmentumsatz², in Mio Euro

Q3 2012	85,9
Q3 2011	57,4

Recurring EBITDA², in Mio Euro

Q3 2012	21,7
Q3 2011	13,8

¹ Die Berichterstattung für das dritte 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 in den ersten neun Monaten 2012

Auch auf Neunmonatssicht zeigten Umsatz und Ergebnis des Segments Digital & Adjacent eine dynamische Entwicklung: Die externen Segmenterlöse stiegen um 31,6 Prozent bzw. 54,9 Mio Euro auf 228,5 Mio Euro. Die Umsatzsteigerung war im Wesentlichen auf organisches Wachstum zurückzuführen. Für das Umsatzwachstum in den Monaten Januar bis September sorgten das Ventures-Geschäft, der Online-Bereich, die Online-Games-Sparte, das VoD-Portal maxdome sowie der Bereich Music.

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 Neunmonatszeitraum 2012 eine Wachstumsrate von 45,5 Prozent verzeichnet.

Das recurring EBITDA erhöhte sich im Vergleich zu den ersten neun Monaten 2011 um 37,5 Prozent bzw. 16,2 Mio Euro auf 59,4 Mio Euro. Das EBITDA erreichte 54,0 Mio Euro (Vorjahr: 17,8 Mio Euro). Der EBITDA-Vorjahreswert enthält vergleichsweise hohe Einmaleffekte, die hauptsächlich aus der Einstellung des Sendebetriebs von 9Live resultieren.

KENNZAHLEN SEGMENT DIGITAL & ADJACENT¹

Externer Segmentumsatz², in Mio Euro

Q1-Q3 2012	228,5
Q1-Q3 2011	173,6

Recurring EBITDA², in Mio Euro

Q1-Q3 2012	59,4
Q1-Q3 2011	43,2

¹ Die Berichterstattung für die ersten neun Monate 2012 basiert auf der neuen Segmentstruktur, die erstmals im Abschluss Q1 2012 zugrunde gelegt wurde. Um die Vergleichbarkeit der aktuellen Neunmonatszahlen 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 dritten Quartal 2012

Die externen Erlöse des Segments Content Production & Global Sales verzeichneten im dritten Quartal 2012 dynamische Steigerungsraten: Mit 25,5 Mio Euro übertrafen die externen Umsätze das Vorjahresniveau deutlich (Vorjahr: 9,5 Mio Euro). Im August 2012 hat die Programmproduktions- und Vertriebstochter Red Arrow Entertainment Group eine Mehrheitsbeteiligung an dem US-Produktionsunternehmen Left/Right übernommen. Red Arrow hat sein Portfolio in den vergangenen Monaten international expandiert und seine Präsenz insbesondere in Großbritannien und den USA verstärkt.

Das recurring EBITDA reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 2,7 Mio Euro auf minus 1,4 Mio Euro. Das EBITDA sank auf minus 2,4 Mio Euro (Vorjahr: 0,9 Mio Euro). Anlaufkosten bei den neu erworbenen Produktionsgesellschaften führten zu dieser Ergebnisentwicklung.

KENNZAHLEN SEGMENT CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro

Q3 2012	25,5
Q3 2011	9,5

Recurring EBITDA, in Mio Euro

Q3 2012	-1,4
Q3 2011	1,3

¹ Die Berichterstattung für das dritte 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 in den ersten neun Monaten 2012

Auf Neunmonatssicht wies das Segment Content Production & Global Sales ebenfalls eine deutliche Umsatzsteigerung im Vergleich zum Vorjahr auf. Der Umsatz zeigte eine dreistellige Wachstumsrate und erhöhte sich auf 54,4 Mio Euro (Vorjahr: 18,4 Mio Euro). Das recurring EBITDA sank um 6,5 Mio Euro auf minus 1,9 Mio Euro. Das EBITDA verringerte sich auf minus 4,2 Mio Euro (Vorjahr: 4,2 Mio Euro). Auch auf Neunmonatssicht beeinflussten Kostensteigerungen infolge der Portfolioexpansion die Ergebnisentwicklung.

KENNZAHLEN SEGMENT CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES¹

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro

Q1-Q3 2012	54,4
Q1-Q3 2011	18,4

Recurring EBITDA, in Mio Euro

Q1-Q3 2012	-1,9
Q1-Q3 2011	4,6

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

Mitarbeiter

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

Auf Konzernebene beschäftigte die ProSiebenSat.1 Group in den ersten neun Monaten 4.331 Mitarbeiter (durchschnittliche vollzeitäquivalente Stellen) und lag damit auf Vorjahresniveau (4.310 vollzeitäquivalente Stellen). Im Segment Digital & Adjacent verzeichnete die Gruppe durch den strategischen Ausbau des Online-Games-Business, des Digitalgeschäfts sowie den Erwerb der Agentur Booming ein Plus von 99 vollzeitäquivalenten Stellen gegenüber den ersten neun Monaten 2011. In Osteuropa ging die durchschnittliche Beschäftigtenzahl zwischen Januar und September 2012 auf 650 vollzeitäquivalente Stellen zurück (Vorjahr: 840). Dies ist vor allem auf den Verkauf der Radiosparte in Bulgarien und Griechenland zurückzuführen.

Im deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz) lag die durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter in den ersten neun Monaten bei 2.495 vollzeitäquivalenten Stellen und damit nahezu auf Vorjahresniveau (Vorjahr: 2.471). Dies entspricht einem Anteil von 57,6 Prozent am Gesamtkonzern (Vorjahr: 57,3%). In Nordeuropa stieg die Anzahl der Beschäftigten unter anderem durch den Ausbau des finnischen Radiogeschäfts auf 876 vollzeitäquivalente Stellen (Vorjahr: 772).

MITARBEITERZAHLEN NACH REGIONEN IN DEN ERSTEN NEUN MONATEN 2012

Durchschnittlich vollzeitäquivalente Stellen, Vorjahreswerte Q1-Q3 2011 in Klammern

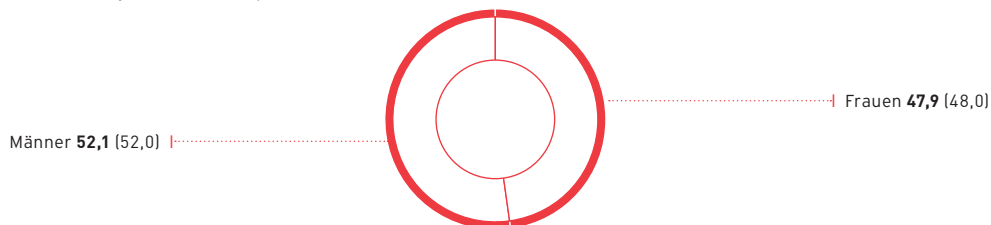
D/A/CH	2.495 (2.471)
Nordeuropa	876 (772)
CEE	650 (840)
Sonstige	267 (184)
B/NL	43 (42)

Abweichung von Gesamtwert Q1-Q3 2011 rundungsbedingt.

Diversity-Management bei ProSiebenSat.1. Wir schätzen die Vielfalt, die unsere 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. Zum Stichtag 30. September 2012 waren in der ProSiebenSat.1 Group 47,9 Prozent der Festangestellten weiblich (Vorjahr: 48,0%) und 52,1 Prozent männlich (Vorjahr: 52,0%). Mit 30,5 Prozent (Vorjahr: 29,0%) ist die Frauenquote im Management ebenfalls sehr hoch.

ANTEIL DER FRAUEN UND MÄNNER IM GESAMTKONZERN

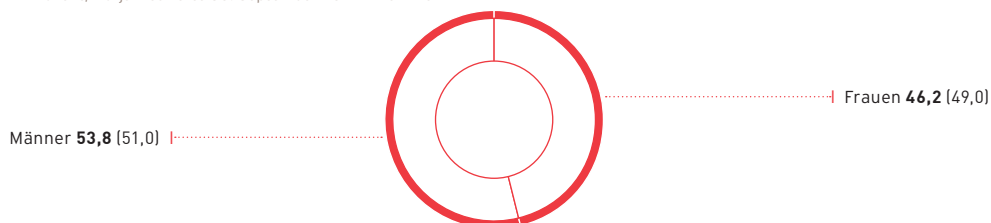
In Prozent, Vorjahreswerte 30. September 2011 in Klammern



Zum 30. September 2012 lag der Anteil der weiblichen Beschäftigten an der Belegschaft im Kernmarkt Deutschland bei 46,2 Prozent (Vorjahr: 49,0%).

ANTEIL DER FRAUEN UND MÄNNER IM KERNMARKT DEUTSCHLAND

In Prozent, Vorjahreswerte 30. September 2011 in Klammern



Der Personalaufwand der ProSiebenSat.1 Group erhöhte sich in den ersten neun Monaten 2012 aufgrund von Personalaufbau im Zuge von Akquisitionen in den Segmenten „Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“ auf 254,7 Mio Euro (Vorjahr: 245,0 Mio Euro).

Hohe Teilnahmequote und gute Ergebnisse bei Mitarbeiterbefragung. Die ProSiebenSat.1 Group hat im Juni 2012 eine Mitarbeiterumfrage durchgeführt, deren Ergebnisse im September im Unternehmen vorgestellt wurden. Mit einem Anteil von 70 Prozent hat sich die Teilnahmequote gegenüber der Befragung im Jahr 2010 (66%) noch einmal erhöht. Die Ergebnisse zeigten, dass es unter den Mitarbeitern der ProSiebenSat.1 Group einen hohen Zufriedenheitsgrad gibt. 54 von insgesamt 56 Fragen wurden besser bewertet als im Jahr 2010. Sehr gut schnitt das Unternehmen vor allem in den Kategorien „persönliche Erfüllung im Job“ und „Attraktivität der Arbeitsaufgabe“ ab. Sehr positiv bewerteten die Mitarbeiter der ProSiebenSat.1 Group auch die Unternehmenskultur („Verhältnis zum direkten Vorgesetzten“, „kollegialer Umgang“). Die ProSiebenSat.1 Group führt alle zwei Jahre eine Mitarbeiterbefragung durch, um ein detailliertes Stimmungsbild zu erhalten und mögliche Verbesserungspotenziale zu identifizieren.

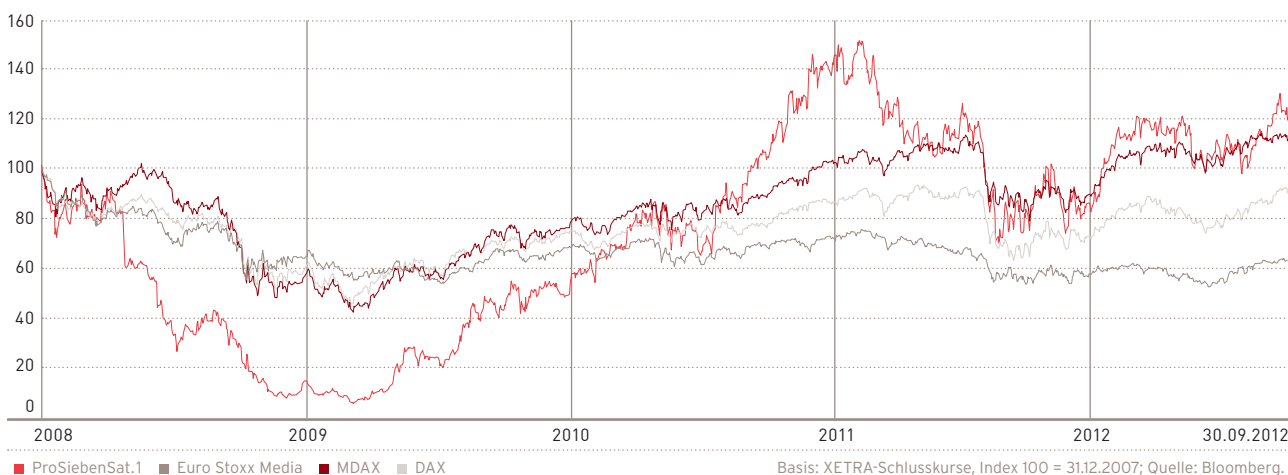
ProSiebenSat.1 als attraktiver Arbeitgeber. Talentierte Mitarbeiter sind ein wichtiger Erfolgsfaktor für die ProSiebenSat.1 Group. Gute Platzierungen in Arbeitgeber-Rankings erhöhen die Bekanntheit des Unternehmens in der Öffentlichkeit. Die ProSiebenSat.1 Group ist ein beliebter Arbeitgeber in Deutschland und schneidet bei Befragungen regelmäßig gut ab. Beim trendence Schülerbarometer 2012/13 belegte die ProSiebenSat.1 Media AG den zweiten Platz unter den beliebtesten Arbeitgebern. Im Fokus standen sowohl die beruflichen Ziele, Wünsche und Hoffnungen als auch die Erwartungen und Anforderungen abschlussnaher Schüler an Ausbildungsbetriebe und Hochschulen. Auch bei Umfragen unter Studenten wie dem „Universe Top 100 Arbeitgeber Student Survey“ sowie dem „trendence Graduate Barometer 2012“ war die ProSiebenSat.1 Media AG unter ihren Wettbewerbern sehr gut platziert.

Die ProSiebenSat.1-Aktie

ProSiebenSat.1 am Kapitalmarkt. Nach einem volatilen ersten Halbjahr 2012 traten die Aktienmärkte Anfang Juli in einen Aufwärtstrend ein, der im dritten Quartal trotz mäßiger Konjunkturdaten und der weiterhin ungelösten europäischen Schuldenkrise intakt blieb. Wesentlicher Treiber der Kursentwicklung war die weltweit expansive Geldpolitik der Notenbanken. Insbesondere die Ankündigung der europäischen Zentralbank, unbegrenzt Anleihen finanzschwacher EU-Staaten aufzukaufen, gab den Aktienmärkten Anfang September Auftrieb.

In diesem Handelsumfeld legte der DAX in den ersten neun Monaten 2012 insgesamt um 22,3 Prozent im Vergleich zum Jahresende 2011 zu und schloss am letzten Handelstag im September 2012 bei 7.216 Punkten. Seinen bisherigen Jahreshöchstwert erreichte der deutsche Leitindex am 21. September 2012 bei 7.451 Punkten. Auch der MDAX gewann in den ersten neun Monaten 2012 insgesamt 23,4 Prozent und beendete das dritte Quartal 2012 bei 10.978 Punkten. Der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex Euro Stoxx Media notierte zum Ende des dritten Quartals um 5,5 Prozent stärker als zum Jahresende 2011 und schloss bei 142,56 Punkten.

KURSENTWICKLUNG DER PROSIEBENSAT.1-AKTIE



KENNZAHLEN ZUR PROSIEBENSAT.1-AKTIE IM NEUNMONATSZEITRAUM

		01.01. - 30.09.2012	01.01. - 30.09.2011	01.01. - 30.09.2010	01.01. - 30.09.2009	01.01. - 30.09.2008
Höchster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	21,32	20,66	17,61	9,96	16,62
Tiefster Börsenschlusskurs XETRA	Euro	14,19	11,49	8,13	0,90	4,33
Schlusskurs XETRA	Euro	19,61	13,31	17,43	7,35	4,76
Marktkapitalisierung am 30.09.	Mio Euro	1.656,19	1.070,5	1.254,0	603,8	470,1
Ergebnis je Vorzugsaktie	Euro	0,93	2,38	0,61	0,15	0,20
Aktienumsatz XETRA insgesamt	Stück	108.180.571	113.612.787	148.452.627	207.020.153	205.428.450
Aktienumsatz XETRA (durchschnittliches Handelsvolumen je Tag)	Stück	563.440	951.621	773.191	1.083.875	1.187.450

Börsennotiert sind nur die Vorzugsaktien.

		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	Stück	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600
Anzahl Stammaktien zum Bilanzstichtag (nicht notiert)	Stück	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600
Dividende je Vorzugsaktie	Euro	- / -	1,17	1,14	0,02	0,02
Dividendensumme	Mio Euro	- / -	245,7	241,2	2,07	2,08

¹ Inkl. eigener Aktien.

Die ProSiebenSat.1-Aktie verzeichnete in den ersten neun Monaten 2012 ein Plus von 38,9 Prozent im Vergleich zum Jahresende 2011 und entwickelte sich damit deutlich besser als die Vergleichsindizes. Am letzten Handelstag im September 2012 schloss die ProSiebenSat.1-Aktie bei 19,61 Euro. Seinen Höchststand in den Monaten Januar bis September 2012 markierte das Papier am 14. September 2012 bei 21,32 Euro, der tiefste Schlusskurs lag am 5. Januar 2012 bei 14,19 Euro.

Analysten empfehlen ProSiebenSat.1-Aktie mehrheitlich zum Kauf. Empfehlungen von Finanzanalysten dienen Anlegern als wichtige Entscheidungsgrundlage. Am Ende der ersten neun Monate 2012 haben 28 Brokerhäuser und Finanzinstitute Studien zur ProSiebenSat.1-Aktie veröffentlicht. 61 Prozent der Analysten sprachen Kaufempfehlungen aus. Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analysten lag zum 30. September 2012 bei 22,15 Euro.

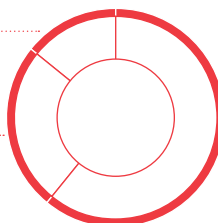
EMPFEHLUNGEN DER ANALYSTEN

In Prozent

Verkaufen 14

Halten 25

Kaufen 61



ProSiebenSat.1 pflegt intensiven Dialog mit dem Kapitalmarkt. Die ProSiebenSat.1 Media AG strebt eine kontinuierliche, transparente und zeitnahe Information der Kapitalmarktteilnehmer an. Im Neunmonatszeitraum 2012 informierten der Vorstand und das Investor Relations-Team in Conference Calls bzw. Einzel- und Gruppengesprächen insgesamt 264 Analysten und Investoren über aktuelle Entwicklungen im Konzern. Neben zahlreichen Roadshows präsentierte sich ProSiebenSat.1 auf sieben Investorenkonferenzen.

Zudem veranstaltete die ProSiebenSat.1 Media AG am 10. Oktober 2012 einen Capital Markets Day an ihrem Hauptstandort Unterföhring bei München. Vorstand und Leiter der Geschäftsbereiche gaben Analysten und Investoren einen detaillierten Einblick in das aktuelle Geschäftsumfeld, informierten über die Zukunftsperspektiven des Konzerns und bestätigten die Zielsetzungen der Wachstumsstrategie bis 2015. An der Veranstaltung nahmen knapp 60 Analysten, Investoren und Bankenvertreter vor Ort teil.

Auszeichnungen für Finanzberichterstattung und Investor Relations. Die Qualität der Kapitalmarktkommunikation der ProSiebenSat.1 Group wurde im Jahr 2012 erneut prämiert: Der Konzern erzielte bei dem Wettbewerb „Der beste Geschäftsbericht“ den ersten Platz unter den MDAX-Unternehmen (2011: Rang 4). In der Gesamtwertung aller Börsenindizes belegte der Konzern den 2. Platz unter rund 160 Unternehmen (2011: Rang 15). Die Jury bewertete die Geschäftsberichte nach den Kriterien Inhalt und Gestaltung. Aus der Kategorie Inhalt ging ProSiebenSat.1 als Gesamtsieger aller Börsenindizes hervor. Der Wettbewerb „Der beste Geschäftsbericht“ wird jährlich vom „manager magazin“ unter der wissenschaftlichen Leitung von Prof. Dr. Dr. h.c. Jörg Baetge der Universität Münster veranstaltet.

Beim „Deutschen Investor Relations Preis 2012“ erreichte die ProSiebenSat.1 Group in diesem Jahr den 3. Platz im MDAX (2011: Rang 1). Der Award wird von Thomson Reuters Extel, der WirtschaftsWoche und dem Deutschen Investor Relations Verband (DIRK) vergeben. Kapitalmarktexperten aus über 11.000 Buy-Side und 2.500 Sell-Side-Unternehmen in mehr als 60 Ländern haben sich an der Umfrage beteiligt.

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.

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.



Gesellschaftliche Verantwortung der ProSiebenSat.1 Group.

Die ProSiebenSat.1-Medien erreichen mit ihren Angeboten täglich viele Millionen Menschen. Mit unseren TV-Sendern und digitalen Medien tragen wir zur öffentlichen Meinungsbildung bei und sind besonders bei jungen Menschen sehr beliebt. Wir nutzen diese Popularität, um Jugendliche und junge Erwachsene für wichtige gesellschaftliche Themen zu begeistern, Werte zu vermitteln und sie über politische Themen zu informieren. Darüber hinaus engagieren wir uns mit dem „Red Nose Day“ oder „startsocial“ für zahlreiche soziale Projekte.

Bei der ProSieben-Aktion „Tolerance Day“ am 19. Februar 2012 warben bereits zum zweiten Mal Stars in einer TV- und Social-Media-Kampagne für ein respektvolles Miteinander. Sie riefen unter anderem zu einer virtuellen Lichterkette auf, an der sich Menschen aus der ganzen Welt beteiligten. In TV-Magazinen wie „taff“ oder „Galileo“ beleuchtete ProSieben das Thema von unterschiedlichen Seiten. Außerdem zeigte der Sender die Spielfilme „Invictus“ und „Gran Torino“, die sich mit dem Thema Rassismus auseinander setzen. Mit einem Marktanteil von 17,4 Prozent erreichte „Gran Torino“ zur Primetime fast 2,6 Millionen Zuschauer.

ProSiebenSat.1 strahlt jede Woche über 90 Stunden Informationsprogramme und Nachrichtensendungen wie die „SAT.1 Nachrichten“ oder „Newstime“ auf ProSieben aus. Im September gab die ProSiebenSat.1 Group bekannt, dass der ProSieben-Entertainer Stefan Raab ab November mit „Absolute Mehrheit - Meinung muss sich wieder lohnen“ eine neue Polit-Talkshow präsentieren wird, die sich insbesondere an ein junges Publikum richtet. Die ProSiebenSat.1 Group hat es sich zum Ziel gesetzt, das Interesse von Jugendlichen und jungen Erwachsenen für politische Inhalte mit Hilfe zielgruppengerechter TV-Formate zu stärken.

Umweltschutz und Ressourcenschonung bei ProSiebenSat.1.

Die ProSiebenSat.1 Group räumt Umweltschutzthemen generell viel Platz in ihren Programmen ein. Darüber hinaus rückt die Sendergruppe ökologische Themen mit Initiativen wie „Green Seven“ in das öffentliche Bewusstsein. In der Woche vom 14. bis zum 20. Mai 2012 ging die ProSieben-Aktion bereits zum vierten Mal auf Sendung. In zahlreichen Programmen wie „taff“ oder „Galileo“ zeigte der Sender, wie jeder etwas zum Schutz der Umwelt beitragen kann. Begleitet wurde die Aktionswoche „Green Seven“ unter anderem durch die Erstausstrahlung des Naturfilms „Unsere Ozeane“ und der Dokumentation „Population Zero“ zur Primetime.



Nachhaltiges Wirtschaften sowie der schonende Einsatz von Ressourcen ist 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.

Ausgezeichnetes Programm: In den vergangenen neun Monaten haben unsere TV-Sender zahlreiche Preise erhalten.

AUS- ZEICHNUNGEN



GOLDENE KAMERA

„The Voice of Germany“ (Beste Unterhaltung)

DEUTSCHER FERNSEHPREIS

„The Voice of Germany“
(Beste Unterhaltungsshow)



GOLDENE KAMERA

„The Voice of Germany“ (Beste Unterhaltung)

DEUTSCHER FERNSEHPREIS

„The Voice of Germany“
(Beste Unterhaltungsshow)



BAYERISCHER FERNSEHPREIS

Anja Kling für „Hannah Mangold & Lucy Palm“
(Beste Schauspielerinnen in Serien und Reihen)



BAYERISCHER FERNSEHPREIS

Rüdiger Heinze und Stefan Sporbert
für „Schreie der Vergessenen“
(Nachwuchsförderpreis der LfA Förderbank Bayern)



BAYERISCHER FERNSEHPREIS

Andreas Bareiss und Sven Burgemeister
für „Die Rache der Wanderhure“ (Beste
Produzenten von Serien und Reihen)



DEUTSCHER FERNSEHPREIS

„Der letzte Bulle“ (Beste Serie)



DEUTSCHER FERNSEHPREIS

„Knallerfrauen“ (Beste Comedy)



Nachtragsbericht

Erweiterung des Vorstands der ProSieben Sat.1 Media AG. Zum 1. Oktober 2012 hat die ProSieben Sat.1 Media AG Heidi Stopper, bisher Executive Vice President Human Resources, in den Vorstand berufen. Heidi Stopper wird das neu geschaffene Vorstandsressort „Human Resources“ leiten. Sie verantwortet seit Anfang 2010 den Human-Resources-Bereich der ProSiebenSat.1 Group und hat neben einer eigenen ProSiebenSat.1-Academy wichtige Performance- und Talentmanagement-Instrumente installiert. Die Erweiterung des Vorstandsgremiums spiegelt die strategische Bedeutung des Bereichs „Human Resources“ für die Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group von einem klassischen TV-Unternehmen zu einem diversifizierten und transmedialen Konzern wider.

Ausübung einer Put-Option nicht-beherrschender Anteilseigner. Am 8. Oktober 2012 hat die Stampen Group, deren Radio-Geschäft in Schweden die ProSiebenSat.1 Group 2009 erwarb, der ProSiebenSat.1 Group mitgeteilt, dass sie eine Put-Option zum Verkauf ihres Minderheitsanteils in Höhe von 20 Prozent an der schwedischen Radio-Holdinggesellschaft der ProSiebenSat.1 Group ausüben wird. Da der Konzern seit dem Erwerb des Radio-Geschäfts der Stampen Group eine Verpflichtung zur Erfüllung der Option hatte, wurden im Konzernabschluss keine Anteile nicht-beherrschender Gesellschafter ausgewiesen. Der Kaufpreis für die Anteile liegt bei 190 Mio SEK (ca. 22,4 Mio Euro).

Darüber hinaus sind zwischen dem 30. September 2012 und dem 30. Oktober 2012, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group bzw. der ProSiebenSat.1 Media AG haben. Der Bericht für das dritte Quartal 2012 wird am 8. November 2012 veröffentlicht.

Risiko- und Chancenbericht

Gesamtaussage zur Risikosituation
des Konzerns – Beurteilung aus
Sicht der Unternehmensleitung.

Das unternehmerische Handeln von ProSiebenSat.1 zielt darauf ab, bestehende Chancen zu identifizieren und zu nutzen sowie mögliche Risiken zu erkennen, zu bewerten und aktiv zu steuern.

Der Vorstand bewertet die Gesamtrisikolage zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Lageberichts weiterhin als begrenzt und beherrschbar. Es sind derzeit keine Risiken erkennbar, die einzeln oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group führen könnten. Auf Basis unserer Planungskenntnisse sind auch keine wesentlichen Änderungen zu erwarten, die den Fortbestand der ProSiebenSat.1 Group künftig gefährden könnten. Gegenüber dem 31. Dezember 2011 hat sich folglich keine grundlegende Änderung der Gesamtrisikolage ergeben. Bestimmte Risikopositionen haben sich in den ersten neun Monaten 2012 im Vergleich zum Jahresende 2011 allerdings verändert und werden nachfolgend erläutert:

ENTWICKLUNG DER EINZELRISIKEN ZUM 30. SEPTEMBER 2012

Veränderung Q1-Q3 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-Werbemärkte reagieren aufgrund ihrer engen Verknüpfung mit den konjunkturellen Rahmenbedingungen oftmals prozyklisch auf gesamtwirtschaftliche Entwicklungen. Während bei positiven Konjunkturaussichten neben der Investitionsbereitschaft der Unternehmen auch die Werbeausgaben steigen, reagieren die Unternehmen bei wirtschaftlicher Abkühlung dagegen relativ kurzfristig mit Kürzungen ihres Werbebudgets. Die potenziellen Risiken aus dem Werbemarktumfeld haben sich in den ersten neun Monaten 2012 gegenüber dem Jahresende 2011 leicht erhöht: Nach einer Zuspitzung der europäischen Schuldenkrise im Verlauf des ersten Halbjahrs 2012 hat sich auch die deutsche Konjunktur abgekühlt. Im dritten Quartal 2012 veröffentlichte Konjunkturdaten für die Eurozone signalisierten eine Verschärfung der rezessiven Tendenzen. Im Gegensatz zur rückläufigen Wirtschaftsleistung im Euroraum zeigt sich die deutsche Wirtschaft jedoch stabil: Verschiedene Indikatoren belegen einen nach wie vor robusten Zustand der deutschen Wirtschaft mit einem moderaten, wenn auch deutlich weniger dynamischen Wachstum. Nach heutigem Kenntnisstand bewerten wir das Risiko aus den jüngsten Entwicklungen weiterhin insgesamt als begrenzt und beherrschbar. Wesentliche Auswirkungen auf unser Geschäft spüren wir derzeit nicht.

Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, ab Seite 40.

Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf, siehe Seite 12.

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 TV-Werbegegeschäfts im deutschen Markt generiert werden.

Compliance Risiken

Weitere Informationen zum laufenden Kartellrechtsverfahren siehe Anhang, Seite 66.

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 potenzielles 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. 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 kurzfristigen Aufhellung zum Jahresende 2011 hat sich das globale Wirtschaftswachstum im Jahresverlauf 2012 wieder abgeschwächt. Ausschlaggebend ist nach wie vor die Schuldenkrise im Euroraum, die sich durch die schwächere Nachfrage der betroffenen Länder auch auf die Weltkonjunktur auswirkt. Auch die USA liefern keine wesentlichen Wachstumsimpulse. Nach der Prognose des Internationalen Währungsfonds wird die Weltwirtschaft 2012 um 3,3 Prozent wachsen nach 3,8 Prozent im Vorjahr. 2013 könnte die Weltwirtschaft mit plus 3,6 Prozent wieder etwas stärker expandieren. Voraussetzung ist, dass sich die Euro-Schuldenkrise sowie die schwierige Haushaltssituation in den USA nicht weiter verstärkt.

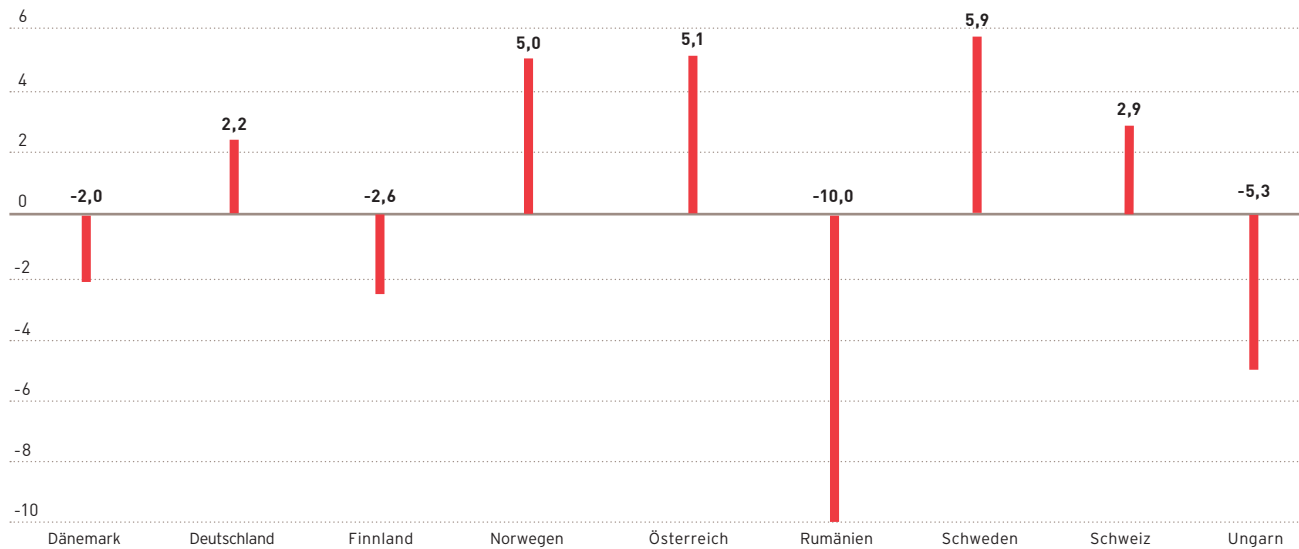
Die Abkühlung der weltweiten Konjunktur und die Schwäche der wichtigsten europäischen Handelspartner könnten sich auch stärker auf die exportorientierte deutsche Wirtschaft auswirken. Die Institute der Gemeinschaftsdiagnose prognostizieren für das Schlussquartal 2012 ein Nullwachstum und damit für das Gesamtjahr ein knappes Plus von 0,8 Prozent. Im Verlauf des Jahres 2013 könnte sich die Situation wieder entspannen: Die Perspektiven für den privaten Konsum sind gut. Aufgrund steigender Löhne rechnen die Institute mit einem realen Kaufkraftzuwachs von 1,0 und 1,1 Prozent in den Jahren 2012 und 2013. Die größten Risiken für die Konsumdynamik – steigende Arbeitslosenzahlen und stark anziehende Verbraucherpreise – scheinen überschaubar. Bei einer Zuspitzung der Euro-Schuldenkrise könnte die Stimmung allerdings umschlagen. Insgesamt rechnen die Wirtschaftsforscher 2013 mit einem Anstieg des deutschen Bruttoinlandsprodukts um etwa ein Prozent (Gemeinschaftsdiagnose: +1,0%, IWF: +0,9%).

Da es sich bei TV-Werbeausgaben um Investitionen von Wirtschaftsunternehmen handelt, steht die Entwicklung der Werbemärkte in enger Beziehung zur derzeitigen und zukünftig erwarteten allgemeinen Wirtschaftslage. 2011 ging das dynamische deutsche Wirtschaftswachstum (+3,0%) mit einem leichten Plus bei den TV-Werbeinvestitionen einher (ZAW: +0,7% netto). Im laufenden Jahr bleibt der positive Konjunkturtrend in Deutschland voraussichtlich erhalten. Dementsprechend liegen die aktuellen Netto-Prognosen der Agenturgruppe ZenithOptimedia und des World Advertising Research Center (WARC) für 2012 mit plus 2,2 bzw. plus 0,7 Prozent Wachstum im positiven Bereich.

Die Konjunkturaussichten in den internationalen Märkten der ProSieben Sat.1 Group sind – abgesehen von Ungarn – relativ stabil bis leicht positiv. Auch die Prognosen für die entsprechenden TV-Werbemärkte liegen meist im positiven Bereich. Eine Übersicht zeigt folgende Grafik:

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

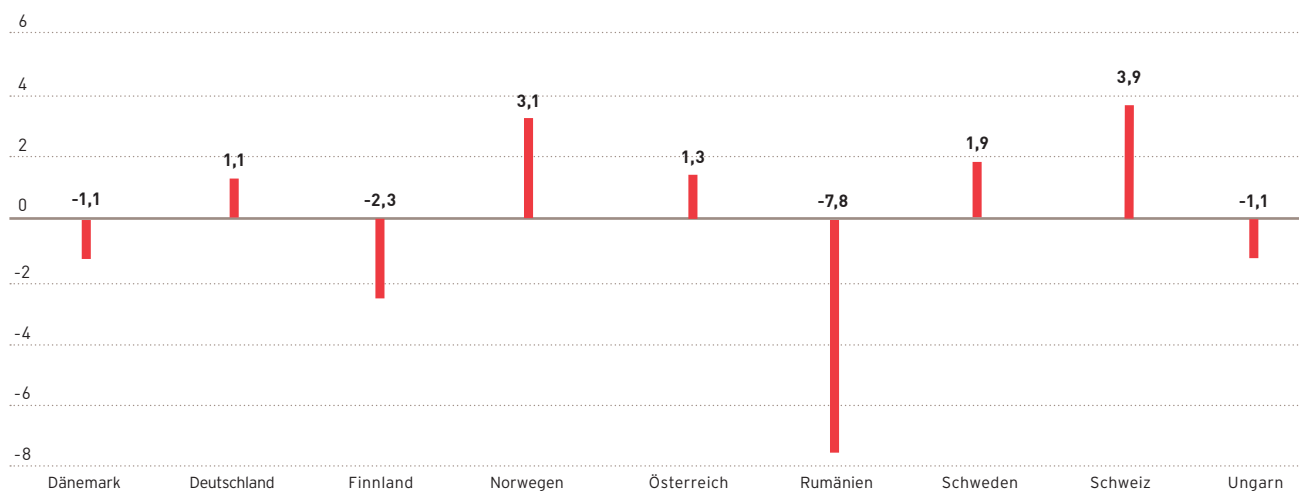
In Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



Quelle: ZenithOptimedia (9/2012), Zahlen auf Netto-Basis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den verschiedenen Ländern und Quellen.

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

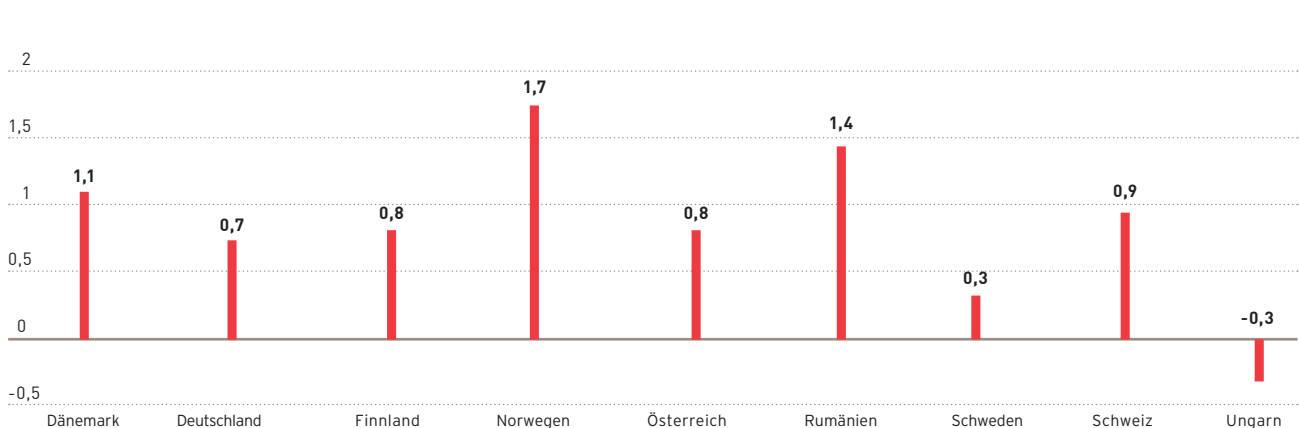
In Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



Quelle: ZenithOptimedia (9/2012), Zahlen auf Netto-Basis 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: 08.10.2012).

Neben den konjunkturellen Rahmendaten hat das künftige Mediennutzungsverhalten Einfluss auf die Geschäftsentwicklung der ProSiebenSat.1 Group. Seit einigen Jahren werden Bewegtbildinhalte durch Laptops, Tablets und Smartphones über immer mehr Bildschirmgeräte verbreitet. Gleichzeitig ist die parallele Nutzung von TV- und Online-Inhalten stark gestiegen. Die ProSiebenSat.1 Group begreift die Diversifizierung der Bildschirmmedien sowie das veränderte Mediennutzungsverhalten als Wachstumschance. Die Gruppe bietet ihre Inhalte deshalb über zahlreiche verschiedene Plattformen an und nutzt das aus der Digitalisierung resultierende Wachstumspotenzial. Die aktuelle Untersuchung „Navigator Mediennutzung 2012“ des ProSiebenSat.1-Werbezeitenvermarkters SevenOne Media belegt, dass die Gruppe damit strategisch gut positioniert ist: Unter den neuen Medien zählen Internet (107 Min/Tag) sowie PC- und Videospiele (39 Min/Tag) zu den meistgenutzten Medien. In beiden Bereichen verfügt die ProSiebenSat.1 Group über ein attraktives Portfolio. Gleichzeitig ist Fernsehen weiterhin zentrales Leitmedium. 69 Prozent der Inhalte, die TV-Zuschauer während des Fernsehens im Internet konsumieren, haben einen Bezug zu TV-Inhalten. Die durchschnittliche tägliche TV-Nutzungsdauer stieg in den letzten zehn Jahren um 17 Minuten auf 205 Minuten pro Tag. Im gleichen Zeitraum ging die Nutzung von Printmedien um ein Drittel auf 60 Minuten pro Tag zurück.

Diese Entwicklung spiegelt sich auch im deutschen Werbemarkt wider. Zwischen 2000 (66%) und 2011 (56%) ging der Anteil der Printmedien am Netto-Werbemarkt deutlich zurück. TV hingegen konnte seinen Anteil von 24 Prozent auf 26 Prozent ausbauen. Die ProSiebenSat.1 Group geht davon aus, dass sich diese Entwicklung fortsetzen wird und rechnet damit, dass die Gattung Fernsehen ihren Anteil am Werbemarkt bis 2015 auf 27 bis 29 Prozent ausbauen wird. Dies könnte gegenüber dem Jahr 2010 zu einem zusätzlichen Umsatzpotenzial von 100 Mio Euro im deutschen TV-Werbemarkt führen. Gleichzeitig setzt die ProSiebenSat.1 Group im Werbemarkt auf die Entwicklung neuer Technologien, die beispielsweise dezentrale TV-Werbung ermöglichen und der Gruppe so neue Wachstumschancen eröffnen.

Unternehmensausblick

Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, ab Seite 40.

Führende Forschungsinstitute prognostizieren für Deutschland bis zum Jahresende ein moderates Wirtschaftswachstum. Dies dürfte sich auch in der Entwicklung des deutschen TV-Werbemarkts widerspiegeln. Vor diesem Hintergrund rechnen wir für den deutschen TV-Werbemarkt auf Jahressicht mit einem leichten Marktwachstum und gehen davon aus, dass die TV-Werbeerlöse der ProSiebenSat.1 Group annähernd auf Marktniveau steigen werden. Hinsichtlich der Entwicklung unserer internationalen TV-Märkte gehen wir - mit Ausnahme Osteuropas - auf Jahressicht überwiegend von einer positiven Entwicklung aus.

Das Schlussquartal ist für die ProSiebenSat.1 Group von wesentlicher Bedeutung, da der TV-Konzern üblicherweise rund 30 Prozent seines Jahresumsatzes im vierten Quartal realisiert. Gleichzeitig erfolgen Werbeeinbuchungen sehr kurzfristig, teilweise auf Monatssicht. Aus diesem Grund sind Prognosen stets mit gewissen Unsicherheiten behaftet. Auf Grundlage des derzeitigen Kenntnisstands geht die Gruppe jedoch davon aus, dass die Umsätze des vierten Quartals auch in diesem Jahr einen wesentlichen Beitrag zum Konzernwachstum im Jahr 2012 leisten werden.

Vor diesem Hintergrund sowie auf Basis der erfolgreichen Geschäftsentwicklung bestätigen wir unsere im März 2012 veröffentlichte Jahresprognose. Wir gehen bis Jahresende von einem Anstieg des Konzernumsatzes im mittleren einstelligen Prozentbereich aus. Voraussetzung hierfür ist, dass sich die konjunkturellen Rahmenbedingungen bis Jahresende nicht deutlich eintrüben werden. Für das Segment Broadcasting International erwarten wir ein Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich. Wir gehen zudem davon aus, dass sich das dynamische Umsatzwachstum in den Segmenten Digital & Adjacent sowie Content Production & Global Sales über das laufende Jahr hinaus fortsetzen wird.

Die ProSiebenSat.1 Group hat auch im Geschäftsjahr 2012 in Trend- und Wachstumsmärkte investiert. Dazu zählen etwa das Online-Games- sowie das weltweite Programmproduktionsgeschäft. Dies wird in den Segmenten Digital & Adjacent und Content Production & Global Sales zu steigenden operativen Kosten führen. In unserem Kerngeschäft erwarten wir auf Jahressicht leicht steigende operative Kosten. Insgesamt rechnen wir damit, dass der Umsatzanstieg trotz der getätigten Investitionen in unsere Wachstumsfelder zu einer weiteren Verbesserung des recurring EBITDA auf über 850 Mio Euro führen wird. Im Hinblick auf das bereinigte Jahresergebnis erwarten wir ebenfalls, den Vorjahreswert zu übertreffen. Neben höheren Umsätzen werden geringere Zins- und Finanzierungsaufwendungen von 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.

ERWARTETE ENTWICKLUNG DER KONZERN-KENNZAHLEN AUF ZWEI-JAHRESSICHT

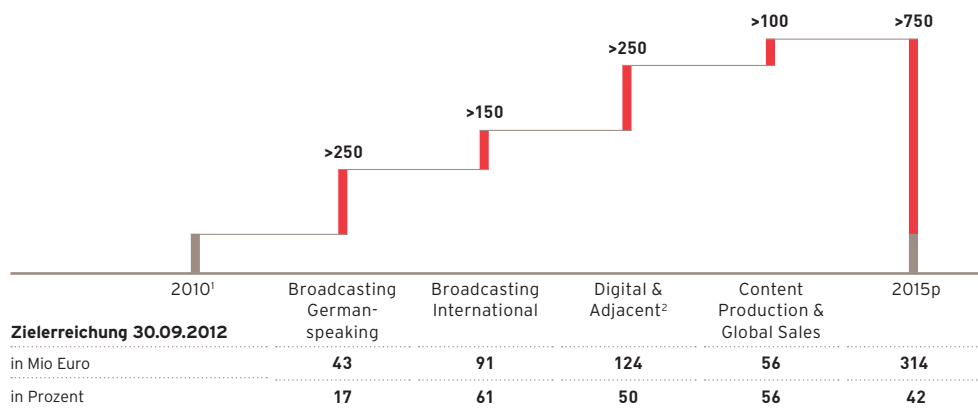
In Mio Euro	2011	Prognose ¹
Umsatz	2.756,2	Anstieg
Operative Kosten	1.915,7	Anstieg
Recurring EBITDA	850,0	Anstieg
Bereinigter Konzern-Jahresüberschuss aus fortgeführtem Geschäft	309,4	Anstieg
Netto-Finanzverschuldung	1.817,8	Reduktion

1 2012 und 2013; gegenüber Vorjahr.

Basis unserer weiteren profitablen Geschäftsentwicklung ist die langfristige Wachstumsstrategie der ProSiebenSat.1 Group. Bis Ende 2015 wollen wir gegenüber den fortgeführten Aktivitäten des Jahres 2010 ein zusätzliches Umsatzpotenzial von mindestens 750 Mio Euro realisieren. Zum Ende des dritten Quartals 2012 erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group davon bereits 42 Prozent bzw. 314 Mio Euro. Hauptwachstumstreiber war das Segment Digital & Adjacent mit seinen Business-Säulen Online-Video, Online-Games, Ventures & Commerce und Music. Im Segment Broadcasting German-speaking erwartet der Konzern den Hauptteil der zusätzlichen Erlöse ab 2013. ProSiebenSat.1 startet im kommenden Jahr zwei neue deutsche Free-TV-Sender und rechnet bis 2015 zudem mit deutlich steigenden Distributionserlösen aus der Verbreitung ihrer HD-Sender. Darüber hinaus ergeben sich im Kernmarkt Deutschland Wachstumschancen aus der Liberalisierung des regulatorischen Umfelds sowie der Erschließung neuer Geschäftsmodelle wie dezentrale Werbung. Folgende Grafik gibt einen Überblick über die Ziele bis 2015 sowie den Zielerreichungsgrad zum Ende des dritten Quartals 2012:

WACHSTUMSZIELE 2015 UND ZIELERREICHUNG ZUM 30. SEPTEMBER 2012

Umsatzwachstum in Mio Euro



1 Wachstumsrate der externen Umsätze vs. 2010 aus fortgeführten Aktivitäten.

2 Umsätze ohne 9Live. Externe Umsätze.

Neben der Stärkung unseres Kerngeschäfts werbefinanziertes Free-TV ist es vor allem unser Ziel, unsere Umsatzbasis außerhalb des klassischen TV-Werbegegeschäfts zu verbreitern. Dazu werden wir auch in Zukunft in Wachstumsmärkte investieren und die Kraft und Reichweite unserer Fernsehsender nutzen, um uns in angrenzenden Geschäftsbereichen neue Marken und Produkte aufzubauen und zusätzliche Erlösquellen zu erschließen.

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

Unsere Prognose basiert auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Risiken und Unsicherheiten, die diese Prognose belasten können, sind zum Beispiel eine Verlangsamung der Konjunkturerholung, ein Rückgang der Werbeinvestitionen, steigende Kosten der Programmbeschaffung, Veränderungen der Wechselkurse oder Zinssätze, negative Quotentrends oder gar eine dauerhafte Veränderung des Mediennutzungsverhaltens, Änderungen von Gesetzen, regulatorischen Bestimmungen und medienpolitische Richtlinien. Weitere Faktoren werden im Geschäftsbericht 2011 ab Seite 101 beschrieben. Sollten eine oder gar mehrere dieser Unwägbarkeiten eintreten oder die den vorausschauenden Aussagen zugrunde liegenden Annahmen nicht eintreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen.

Auch in den kommenden Monaten präsentieren wir unseren Zuschauern spannende Shows, packende Serien und viele Film-Highlights.

PROGRAMM- AUSBLICK



....a

TALENTSUCHE....(a) Klasse statt Masse: Zum zweiten Mal suchen Nena, Xavier Naidoo, Rea Garvey und TheBossHoss die „Stimme Deutschlands“. In einer Senderkooperation zeigen SAT.1 und ProSieben die neue Ausgabe der erfolgreichen Casting-Show. Die Jury von „**The Voice of Germany**“ unterstützt die Kandidaten als Coaches und hilft ihnen, ihre eigene Stimme und ihren eigenen Stil zu finden. Seit 18. Oktober läuft die zweite Staffel jeweils donnerstags auf ProSieben und freitags in SAT.1.

FORTSETZUNG....(b) Nach dem durchschlagenden Erfolg des Historiendramas „Die Säulen der Erde“ (bis zu 25,3 Prozent Marktanteil) folgt mit „**Die Tore der Welt**“ nun Teil zwei. Die Verfilmung des Ken-Follett-Bestsellers spielt 200 Jahre später und wartet mit ebenso bildgewaltigen Szenen auf. SAT.1 strahlt das vierteilige Mittelalterepos ab 3. Dezember aus.



....b

TALK-COUP....(c) Deutschlands bekanntester TV-Unterhalter wird Polit-Talker: Stefan Raab moderiert ab dem 11. November einmal im Monat auf ProSieben „**Die absolute Mehrheit: Meinung muss sich wieder lohnen**“. Fünf Gäste diskutieren vier aktuelle Themen – und wer per Telefon-Voting am Ende mindestens die Hälfte der Zuschauer für sich gewinnen kann, erhält 100.000 Euro.



....c

ROCK'N'ROLL....(d) Jackson „Jax“ Teller ist Vizepräsident der kriminellen Motorrad-Gang „**Sons of Anarchy**“. Als er feststellt, dass er sich nicht mehr mit der Gang identifizieren kann, gerät er in einen dramatischen Konflikt. Hauptdarstellerin Katey Sagal wurde für ihre Rolle 2011 mit dem Golden Globe Award ausgezeichnet. Kabel eins zeigt die US-Serie seit 6. November als deutsche Free-TV-Premiere.



....d

BACK-SPASS....(e) Moderieren, basteln, backen – Enie van de Meiklokes ist ein echtes Multitalent: In ihrer neuen Kochshow „**sweet & easy – Enie backt**“ zeigen sie und ihre Gäste ihre Fertigkeiten. sixx strahlt die erste Staffel seit 6. Oktober jeweils samstagsnachts aus.



....e

SENIOREN-SPASS....(b) Rentner haben keinen Sinn für Humor? Die Comedyshow „**Betty White's Off Their Rockers**“ beweist auf dem finnischen Sender TV5 das Gegenteil. Red Arrow International, der Programmvertrieb von ProSiebenSat.1, hat das Format bereits in mehr als zehn Länder verkauft.



....b

KONZERN- ZWISCHEN- ABSCHLUSS

47 __ Gewinn- und Verlustrechnung

48 __ Gesamtergebnisrechnung

49 __ Bilanz

50 __ Kapitalflussrechnung

52 __ Eigenkapitalveränderungs-
rechnung

53 __ Konzernanhang

Gewinn- und Verlustrechnung

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

In Mio Euro	Q3 2012	Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN				
1. Umsatzerlöse	636,9	594,5	1.995,0	1.882,5
2. Umsatzkosten	-349,7	-322,0	-1.110,9	-1.052,2
3. Bruttoergebnis vom Umsatz	287,2	272,5	884,1	830,3
4. Vertriebskosten	-88,2	-94,3	-246,2	-257,9
5. Verwaltungskosten	-73,7	-73,4	-199,9	-195,8
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	-0,9	-6,4	-36,9	-19,6
7. Sonstiger betrieblicher Ertrag	2,7	2,6	7,6	5,9
8. Betriebsergebnis	127,1	101,0	408,7	362,9
9. Zinsen und ähnliche Erträge	0,4	2,9	2,9	6,6
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-39,0	-52,5	-125,5	-160,6
11. Zinsergebnis	-38,6	-49,6	-122,6	-154,0
12. Ergebnis aus at Equity bewerteten Anteilen	1,6	0,1	9,0	3,3
13. Sonstiges Finanzergebnis	0,0	-32,9	-5,6	-26,3
14. Finanzergebnis	-37,0	-82,4	-119,2	-177,0
15. Ergebnis vor Steuern	90,1	18,6	289,5	185,9
16. Ertragsteuern	-27,9	-5,2	-89,7	-52,1
17. Konzernergebnis fortgeführter Aktivitäten	62,2	13,4	199,8	133,8
NICHT-FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN				
18. Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	- / -	328,9	- / -	380,6
19. Konzernergebnis	62,2	342,3	199,8	514,4
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Ergebnis				
	61,3	340,3	196,0	507,6
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter				
	0,9	2,0	3,8	6,8
In Euro				
Ergebnis je Aktie				
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,29	1,60	0,92	2,37
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,29	1,60	0,93	2,38
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,28	1,58	0,91	2,34
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,29	1,58	0,93	2,36
Ergebnis je Aktie fortgeführter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,29	0,05	0,92	0,59
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,29	0,05	0,93	0,60
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	0,28	0,05	0,91	0,58
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	0,29	0,05	0,93	0,59
Ergebnis je Aktie nicht-fortgeführter Aktivitäten				
Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	- / -	1,55	- / -	1,78
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	- / -	1,55	- / -	1,78
Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	- / -	1,53	- / -	1,76
Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	- / -	1,53	- / -	1,77

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	Q3 2012	Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
Konzernergebnis	62,2	342,3	199,8	514,4
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung ¹	23,7	-14,1	51,8	-18,5
Bewertung von Derivaten in Cashflow Hedges	-38,0	26,0	-6,4	35,3
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Aufwendungen und Erträge	10,8	-7,0	2,2	-8,9
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-3,5	4,9	47,6	7,9
Konzern-Gesamtergebnis	58,7	347,2	247,4	522,3
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Gesamtergebnis	57,8	345,2	243,6	515,6
Gesamtergebnisanteil anderer Gesellschafter	0,9	2,0	3,8	6,7

¹ Enthält Anteile anderer Gesellschafter aus Währungsdifferenzen für Q1 bis Q3 2012 i.H.v. 0,0 Mio Euro (Q1-Q3 2011: minus 0,1 Mio Euro) und für das Q3 2012 i.H.v. 0,0 Mio Euro (Q3 2011: 0,0 Mio Euro).

Bilanz

BILANZ DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

In Mio Euro

	30.09.2012	31.12.2011	30.09.2011
A. LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
I. Immaterielle Vermögenswerte	2.282,2	2.169,3	2.168,2
II. Sachanlagen	228,5	221,3	216,6
III. At Equity bewertete Anteile	4,6	1,0	0,5
IV. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	64,5	56,5	64,3
V. Programmvermögen	1.408,7	1.337,8	1.401,9
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	3,9	2,6	12,7
VII. Latente Ertragsteueransprüche	72,8	78,8	67,0
	4.065,2	3.867,3	3.931,2
B. KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE			
I. Programmvermögen	218,3	193,5	171,1
II. Vorräte	0,8	1,0	2,4
III. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	309,4	279,4	239,7
IV. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern	51,5	39,2	61,0
V. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	127,1	135,3	118,0
VI. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	506,3	517,9	257,3
	1.213,4	1.166,3	849,5
Bilanzsumme	5.278,6	5.033,6	4.780,7

In Mio Euro

	30.09.2012	31.12.2011	30.09.2011
A. Eigenkapital			
I. Gezeichnetes Kapital	218,8	218,8	218,8
II. Kapitalrücklage	576,7	575,5	572,7
III. Gewinnrücklage	732,5	782,3	652,6
IV. Eigene Anteile	-51,3	-52,5	-52,6
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital	-44,7	-92,3	-131,9
VI. Sonstiges Eigenkapital	-18,7	-0,4	0,3
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehendes Eigenkapital	1.413,3	1.431,4	1.259,9
VII. Anteile anderer Gesellschafter	3,3	10,0	9,2
	1.416,6	1.441,4	1.269,1
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Darlehen und Kredite	2.340,9	2.335,6	2.332,1
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	332,6	279,0	296,6
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	13,3	46,8	23,4
IV. Übrige Verbindlichkeiten	4,1	1,3	1,9
V. Rückstellungen für Pensionen	11,5	10,1	9,8
VI. Sonstige Rückstellungen	5,4	6,4	21,3
VII. Latente Ertragsteuerschulden	144,8	138,7	105,5
	2.852,6	2.817,9	2.790,6
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Darlehen und Kredite	231,0	0,1	0,3
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	54,3	47,5	52,7
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	385,3	410,0	377,5
IV. Übrige Verbindlichkeiten	215,6	188,5	189,5
V. Steuerrückstellungen	38,0	49,5	46,1
VI. Sonstige Rückstellungen	85,2	78,7	54,9
	1.009,4	774,3	721,0
Bilanzsumme	5.278,6	5.033,6	4.780,7

Kapitalflussrechnung

KAPITALFLUSSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

In Mio Euro	Q3 2012	Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	62,2	13,4	199,8	133,8
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	328,9	- / -	380,6
davon Ergebnis aus dem Verkauf nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	320,8	- / -	341,7
Konzernergebnis	62,2	342,3	199,8	514,4
Ertragsteuern	27,9	5,2	89,7	52,1
Finanzergebnis	37,0	82,4	119,2	177,0
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	28,0	32,7	90,3	108,7
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	221,8	220,8	753,1	756,3
Veränderung der Pensionsrückstellungen und sonstigen Rückstellungen	4,5	2,5	27,0	0,3
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	-0,3	0,1	-1,8	1,2
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-2,5	-17,9	-7,7	-18,4
Cashflow fortgeführter Aktivitäten	378,6	339,2	1.269,6	1.211,0
Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	1,4	- / -	110,3
Cashflow Gesamt	378,6	340,6	1.269,6	1.321,3
Veränderung Working Capital	8,1	57,6	-76,3	-24,7
Erhaltene Dividende	- / -	0,1	5,5	3,3
Gezahlte Steuern	-47,5	-34,5	-103,6	-99,2
Gezahlte Zinsen	-41,2	-54,9	-125,7	-160,0
Erhaltene Zinsen	0,4	2,3	1,7	5,5
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	298,4	309,8	971,2	935,9
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	-208,5	- / -	-135,6
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit Gesamt	298,4	101,3	971,2	800,3
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	0,1	- / -	0,2	0,9
Auszahlungen für die Beschaffung von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-26,3	-19,0	-73,0	-54,6
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-0,4	-0,1	-2,2	-1,5
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	4,9	7,5	11,8	23,2
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-280,0	-302,8	-864,6	-883,9
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-20,1	0,1	-32,4	-17,2
Auszahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-4,4	3,1	-4,9	1,7
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-326,2	-311,2	-965,1	-931,4
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	1.261,1	9,2	1.377,3
davon Einzahlungen aus dem Abgang nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	1.266,9	9,2	1.459,4
Cashflow aus Investitionstätigkeit Gesamt	-326,2	949,9	-955,9	445,9
Free Cashflow fortgeführter Aktivitäten	-27,8	-1,4	6,1	4,5
Free Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	1.052,6	9,2	1.241,7
Free Cashflow	-27,8	1.051,2	15,3	1.246,2

Kapitalflussrechnung Fortsetzung

KAPITALFLUSSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

In Mio Euro

	Q3 2012	Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
Free Cashflow (Übertrag von Seite 50)	-27,8	1.051,2	15,3	1.246,2
Auszahlung Dividende	- / -	-241,2	-245,7	-241,2
Auszahlung zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	- / -	-1.430,6	-0,5	-1.430,6
Einzahlungen aus Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	230,7	- / -	230,8	- / -
Auszahlung zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	-2,3	-2,2	-7,2	-7,0
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	- / -	0,2	1,2	5,5
Auszahlung für den Erwerb von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	- / -	- / -	- / -	-0,1
Einzahlungen auf ausstehendes gezeichnetes Kapital anderer Gesellschafter	- / -	- / -	- / -	0,1
Erwerb eigener Aktien	- / -	-32,6	- / -	-32,6
Auszahlung von Finanzierungskosten	- / -	-12,3	-2,3	-12,3
Auszahlung von Dividenden an andere Gesellschafter	-0,7	-0,9	-8,8	-5,8
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	227,7	-1.719,6	-32,5	-1.724,0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	- / -	- / -	- / -
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit Gesamt	227,7	-1.719,6	-32,5	-1.724,0
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands fortgeführter Aktivitäten	2,3	2,0	5,6	-3,7
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	0,3	- / -	-1,9
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	202,2	-666,1	-11,6	-483,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	304,1	923,4	517,9	740,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende aus fortgeführten Aktivitäten	506,3	257,3	506,3	257,3

Eigenkapitalveränderungsrechnung

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

In Mio Euro

	Gezeich- netes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklage	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital				Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehen- des Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigen- kapital
					Unter- schieds- betrag aus Währungs- umrechnung	Bewertung von Cashflow Hedges	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital			
31. Dezember 2010	218,8	577,6	386,2	-25,4	0,8	-193,0	52,3	- / -	1.017,3	8,6	1.025,9
Konzernergebnis	- / -	- / -	507,6	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	507,6	6,8	514,4
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- / -	- / -	- / -	- / -	-18,4	35,3	-8,9	- / -	8,0	-0,1	7,9
Konzern-Gesamtergebnis	- / -	- / -	507,6	- / -	-18,4	35,3	-8,9	- / -	515,6	6,7	522,3
Gezahlte Dividenden	- / -	- / -	-241,2	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-241,2	-5,8	-247,0
Aktienoptionsplan	- / -	1,2	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	1,2	- / -	1,2
Erwerb eigener Aktien	- / -	- / -	- / -	-32,6	- / -	- / -	- / -	- / -	-32,6	- / -	-32,6
Sonstige Veränderungen	- / -	-6,1	- / -	5,4	- / -	- / -	- / -	0,3	-0,4	-0,3	-0,7
30. September 2011	218,8	572,7	652,6	-52,6	-17,6	-157,7	43,4	0,3	1.259,9	9,2	1.269,1

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

In Mio Euro

	Gezeich- netes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklage	Eigene Anteile	Kumuliertes übriges Eigenkapital				Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehen- des Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigen- kapital
					Unter- schieds- betrag aus Währungs- umrechnung	Bewertung von Cashflow Hedges	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital			
31. Dezember 2011	218,8	575,5	782,3	-52,5	-8,4	-115,7	31,8	-0,4	1.431,4	10,0	1.441,4
Konzernergebnis	- / -	- / -	196,0	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	196,0	3,8	199,8
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- / -	- / -	- / -	- / -	51,8	-6,4	2,2	- / -	47,6	- / -	47,6
Konzern-Gesamtergebnis	- / -	- / -	196,0	- / -	51,8	-6,4	2,2	- / -	243,6	3,8	247,4
Gezahlte Dividende	- / -	- / -	-245,7	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	-245,7	-8,8	-254,5
Aktienoptionsplan	- / -	1,2	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	1,2	- / -	1,2
Sonstige Veränderungen	- / -	- / -	-0,1	1,2	- / -	- / -	- / -	-18,3	-17,2	-1,7	-18,9
30. September 2012	218,8	576,7	732,5	-51,3	43,4	-122,1	34,0	-18,7	1.413,3	3,3	1.416,6

Konzernanhang für den Zwischenabschluss zum 30. September 2012 der ProSiebenSat.1 Group

1 Allgemeine Angaben

Die ProSiebenSat.1 Media AG als Konzernobergesellschaft ist unter der Firma ProSiebenSat.1 Media AG beim Amtsgericht München, Deutschland (HRB 124 169) eingetragen. Sitz der Gesellschaft ist Unterföhring. Die Anschrift lautet: ProSiebenSat.1 Media AG, Medienallee 7, 85774 Unterföhring, Deutschland.

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

2 Grundlagen der Rechnungslegung

Der Konzern-Zwischenabschluss der ProSiebenSat.1 Group zum 30. September 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 in den ersten neun Monaten 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. September 2012 angewendet wurden, sind mit Ausnahme der nachfolgend dargestellten Änderung dieselben, die auch dem Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2011 zugrunde 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“). Im Einklang mit IFRS 8 wurde die Änderung rückwirkend durchgeführt, die Vergleichszahlen wurden entsprechend angepasst.

Ertragsteuern werden im Rahmen der Zwischenberichterstattung mithilfe des für das Gesamtjahresergebnis erwarteten Steuersatzes ermittelt.

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. September 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, eine Übernahme durch die Europäische Kommission noch aussteht oder aber sie für die ProSiebenSat.1 Group nicht relevant sind, wurden sie im Konzern-Zwischenabschluss zum 30. September 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 Bedeu-

tung 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 in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2012 wie folgt geändert:

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2011	56	95	151
Zugänge	4	15	19
Abgänge	-2	-2	-4
Einbezogen zum 30.09.2012	58	108	166

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. September 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, diese repräsentieren im Wesentlichen strategische Synergiepotenziale im Bereich Filmproduktion und sind 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 Media 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 Design 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 Gesellschaften 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 Design 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 Design Limited mit den jeweiligen Minderheitsgesellschaftern Put-Optionen über die verbleibenden Anteile. Diese wurden zum jeweiligen 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. Die beizulegenden Zeitwerte dieser Optionen haben sich zum 30. September 2012 nicht wesentlich verändert.

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.

Erstkonsolidierungen und Akquisitionen im dritten Quartal 2012

Erwerb von Left/Right Holdings, LLC

Mit Vertrag vom 2. August 2012 und wirtschaftlicher Wirkung zum 3. August 2012 übernahm die ProSiebenSat.1 Media AG über das Konzernunternehmen Red Arrow International Inc., Santa Monica, USA, 60% der Anteile an der Left/Right Holdings, LLC, New York, USA. Die Gesellschaft ist im Bereich Produktion von Factual-Entertainment Formaten (Doku-Soaps, Doku-Drama oder Real-Life-Programme) tätig und wird dem Segment Content Production & Global Sales zugeordnet. Die Erstkonsolidierung erfolgte im August 2012. Der Barkaufpreis betrug 29,8 Mio US-Dollar (24,2 Mio Euro). Darüber hinaus wurde mit den Minderheitsgesellschaftern eine Put-Option vereinbart, deren beizulegender Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt in Höhe von 17,5 Mio US-Dollar (14,2 Mio Euro) als finanzielle Verbindlichkeit erfasst wurde, da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Verbindlichkeit der Put-Option zu erfüllen. Zum Stichtag hat sich der beizulegende Zeitwert dieser Verbindlichkeit nicht wesentlich verändert. Anteile anderer Gesellschafter wurden aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) dagegen nicht bilanziert. Die nachfolgende Tabelle erläutert die vorläufigen finanziellen Auswirkungen dieses Unternehmenszusammenschlusses auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group zum Zeitpunkt der Erstkonsolidierung. Es werden lediglich die Bilanzposten dargestellt, die Werte enthalten:

In Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbszeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt
Immaterielle Vermögenswerte	- / -	8,9	8,9
Sachanlagen	0,4	- / -	0,4
Langfristige Vermögenswerte	0,4	8,9	9,3
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3,1	- / -	3,1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	0,9	- / -	0,9
Kurzfristige Vermögenswerte	4,0	- / -	4,0
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	- / -	- / -	- / -
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0,7	- / -	0,7
Sonstige Verbindlichkeiten	3,4	-0,5	2,9
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	4,1	-0,5	3,6
Netto-Reinvermögen	0,3	9,4	9,7
Kaufpreis nach IFRS 3			38,4
Geschäfts- oder Firmenwert			28,7

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert repräsentiert primär strategische Synergiepotenziale im Bereich internationale Produktionen und wird steuerlich über 15 Jahre abgeschrieben. Bei den identifizierten sonstigen immateriellen Vermögenswerten handelt es sich um ein Wettbewerbsverbot für die als Geschäftsführer im Unternehmen verbleibenden Minderheitsgesellschafter, Kunden- und Vertragsbeziehungen sowie um einen zum Erwerbszeitpunkt vorhandenen Auftragsbestand. Der Buchwert der übernommenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen entspricht ihrem Fair Value.

Eine Einbeziehung der Gesellschaft vom Beginn des Geschäftsjahres bis zum Erwerb hätte folgende Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt: Umsatzerlöse 28,9 Mio US Dollar (22,5 Mio Euro), Ergebnis 0,6 Mio US Dollar (0,5 Mio Euro). Seit der Erstkonsolidierung hat die Gesellschaft Umsatzerlöse von 6,0 Mio US-Dollar (4,8 Mio Euro) und ein Ergebnis von 0,8 Mio US Dollar (0,6 Mio Euro) zum Konzern beigetragen.

Sonstige Akquisitionen und Erstkonsolidierungen im dritten Quartal 2012

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 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 erworben. Der Erwerb stärkt die Position des Konzerns im dänischen Radiomarkt, die Gesellschaften sind dem Segment Broadcasting International zugeordnet. Aus Wesentlichkeitsgründen erfolgte die Erstkonsolidierung im dritten Quartal 2012.

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 14. August 2012 erwarb die ProSiebenSat.1 Media AG über das Konzernunternehmen SevenVentures GmbH, Unterföhring, 90% der Anteile an der Tropo Tours GmbH, Hamburg. Die Gesellschaft betreibt ein Online-Reiseveranstaltungsportal für Pauschal- und Last-Minute-Reisen und wird dem Segment Digital & Adjacent zugeordnet. Die Erstkonsolidierung erfolgte im September 2012.

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 19. September 2012 erwarb die ProSiebenSat.1 Media AG über das Konzernunternehmen SevenVentures GmbH, Unterföhring, 60% der Anteile an der preis24.de GmbH, Düsseldorf. Die Gesellschaft betreibt ein Internet-Portal für Verträge privater Haushalte, insbesondere im Bereich Mobilfunk und DSL und wird dem Segment Digital & Adjacent zugeordnet. Die Erstkonsolidierung erfolgte im September 2012.

Die genannten Gesellschaften sind weder einzeln noch zusammen genommen wesentlich für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns. Im Zuge der Akquisitionen wurden immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 4,4 Mio Euro erfasst. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um Marken und Radio-Sendelizenzen. Daneben wurden Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 1,1 Mio Euro erfasst. Die Kaufpreise in Höhe von insgesamt 3,4 Mio Euro wurden bar bezahlt. Die Geschäfts- oder Firmenwerte repräsentieren primär strategische Synergiepotenziale im Bereich digitale Medien und Radio und sind steuerlich nicht abzugsfähig. Die Buchwerte der übernommenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen entsprechen ihren Fair Values.

Die genannten 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.

Weitere Akquisitionen fanden im dritten Quartal 2012 nicht statt.

Sämtliche der in den ersten neun Monaten 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.

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 dritten Quartal bzw. den ersten neun Monaten 2011:

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG NICHT-FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN

In Mio Euro	Q3 2011	Q1-Q3 2011
1. Umsatzerlöse	19,4	215,0
2. Aufwendungen	-10,1	-166,6
3. Betriebsergebnis	9,3	48,4
4. Finanzergebnis	-0,3	3,0
5. Betriebsergebnis vor Steuern	9,0	51,4
4. Ertragsteuern	-0,9	-12,5
5. Betriebsergebnis nach Steuern	8,1	38,9
6. Veräußerungsgewinn aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	320,8	341,7
7. Ertragsteuern auf Veräußerung	- / -	- / -
8. Ergebnis nach Steuern	328,9	380,6

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

AUSWIRKUNGEN DER ENTKONSOLIDIERUNG AUF DEN KONZERN

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

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.

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.

Im Segment Broadcasting German-speaking werden die deutschen Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx unter dem Dach der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH sowie die Sender unserer Konzerntöchter in Österreich und der Schweiz gebündelt. Die Vermarktungsgesellschaften SevenOne Media und SevenOne AdFactory sowie die ProSiebenSat.1 Produktion und die SAT.1-Regionalgesellschaften werden ebenfalls in diesem Segment ausgewiesen.

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, Games, Licensing, Music, Commerce und den Bereich Ventures, während das Segment Content Production & Global Sales die im Bereich weltweite 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 Q3 2012

	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Broadcasting International	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht- fortgeführte Aktivitäten	Eliminierung	Summe Konzern- abschluss
In Mio Euro	Q3 2012	Q3 2012	Q3 2012	Q3 2012	Q3 2012	Q3 2012	Q3 2012	Q3 2012
Umsatzerlöse	406,9	134,4	86,1	35,5	662,9	- / -	-26,0	636,9
Außenumsätze	391,4	134,1	85,9	25,5	636,9	- / -	- / -	636,9
Innenumsätze	15,5	0,3	0,2	10,0	26,0	- / -	-26,0	- / -
Recurring EBITDA	122,3	24,7	21,7	-1,4	167,3	- / -	0,0	167,3

SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP Q3 2011

	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Broadcasting International	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht- fortgeführte Aktivitäten	Eliminierung	Summe Konzern- abschluss
In Mio Euro	Q3 2011	Q3 2011	Q3 2011	Q3 2011	Q3 2011	Q3 2011	Q3 2011	Q3 2011
Umsatzerlöse	423,0	123,2	57,6	29,1	632,9	19,4	-38,4	613,9
Außenumsätze	404,4	123,2	57,4	9,5	594,5	19,4	- / -	613,9
Innenumsätze	18,6	0,0	0,2	19,6	38,4	- / -	-38,4	- / -
Recurring EBITDA	130,9	17,3	13,8	1,3	163,3	5,2	0,3	168,8

SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP Q1-Q3 2012

	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Broadcasting International	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht- fortgeführte Aktivitäten	Eliminierung	Summe Konzern- abschluss
In Mio Euro	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2012
Umsatzerlöse	1.332,2	432,3	229,2	81,8	2.075,5	- / -	-80,5	1.995,0
Außenumsätze	1.280,3	431,8	228,5	54,4	1.995,0	- / -	- / -	1.995,0
Innenumsätze	51,9	0,5	0,7	27,4	80,5	- / -	-80,5	- / -
Recurring EBITDA	407,5	87,4	59,4	-1,9	552,4	- / -	0,0	552,4

SEGMENTINFORMATIONEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP Q1-Q3 2011

	Segment Broadcasting German- speaking	Segment Broadcasting International	Segment Digital & Adjacent	Segment Content Production & Global Sales	Summe Segmente fortgeführte Aktivitäten	Nicht- fortgeführte Aktivitäten	Eliminierung	Summe Konzern- abschluss
In Mio Euro	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2011
Umsatzerlöse	1.359,7	403,8	174,4	75,1	2.013,0	215,0	-130,5	2.097,5
Außenumsätze	1.287,3	403,2	173,6	18,4	1.882,5	215,0	- / -	2.097,5
Innenumsätze	72,4	0,6	0,8	56,7	130,5	- / -	-130,5	- / -
Recurring EBITDA	402,8	78,4	43,2	4,6	529,0	54,7	-0,3	583,4

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

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ZU DEN SEGMENTINFORMATIONEN

In Mio Euro	Q3 2012	Q3 2011
RECURRING EBITDA		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	167,3	163,3
Recurring EBITDA aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	- / -	5,2
Eliminierungen	0,0	0,3
Recurring EBITDA des Konzerns	167,3	168,8
Non-recurring Ergebnis	-12,2	295,0
Finanzergebnis	-37,0	-82,7
planmäßige Abschreibungen	-27,6	-30,0
Wertminderungen	-0,4	-2,7
Eliminierung Ergebnis vor Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	- / -	-329,8
Konzernergebnis vor Steuern aus fortgeführten Aktivitäten	90,1	18,6

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ZU DEN SEGMENTINFORMATIONEN

In Mio Euro	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
RECURRING EBITDA		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	552,4	529,0
Recurring EBITDA aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	- / -	54,7
Eliminierungen	0,0	-0,3
Recurring EBITDA des Konzerns	552,4	583,4
Non-recurring Ergebnis	-53,4	281,0
Finanzergebnis	-119,2	-174,0
planmäßige Abschreibungen	-80,5	-95,1
Wertminderungen	-9,8	-16,3
Eliminierung Ergebnis vor Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	- / -	-393,1
Konzernergebnis vor Steuern aus fortgeführten Aktivitäten	289,5	185,9

Nachstehend sind die Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group aufgeführt. Dabei wird nach dem deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz), Nordic (Dänemark, Finnland, Norwegen, Schweden), dem zentral- und osteuropäischen Raum CEE (Rumänien und Ungarn sowie in den ersten neun Monaten 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	
	Q3 2012	Q3 2011	Q3 2012	Q3 2011	Q3 2012	Q3 2011	Q3 2012	Q3 2011	Q3 2012	Q3 2011	Q3 2012	Q3 2011	Q3 2012	Q3 2011
Außenumsätze	476,2	462,7	120,3	105,9	17,1	19,6	2,1	0,8	- / -	19,4	21,2	5,5	636,9	613,9

ANGABEN AUF UNTERNEHMENSEBENE

Geografische Aufteilung	Deutschsprachig		Nordic		CEE		BE/NL		BE/NL Nicht-fortgeführte Aktivitäten		Sonstige		Summe Konzernabschluss	
	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
Außenumsätze	1.508,3	1.460,2	385,3	340,7	56,7	68,8	8,2	5,6	- / -	215,0	36,5	7,2	1.995,0	2.097,5

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

6 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 nach IAS 36 verweisen wir auf die Ausführungen im Geschäftsbericht 2011 (Ziffer 6 „Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“, S. 149f., sowie Ziffer 18 „Immaterielle Vermögenswerte“, S. 170-173).

Im dritten Quartal 2012 wurden keine Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte erfasst.

7 Ertragsteuern

Die Ertragsteuern für die ersten neun Monate 2012 wurden auf der Grundlage eines erwarteten Konzern-Steuersatzes von 28% ermittelt. Der effektive Steuersatz betrug aufgrund nicht abzugsfähiger Betriebsausgaben und geringerer aperiodischer Steuererträge 31%.

8 Eigenkapital

Das Gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt zum 30. September 2012 unverändert 218,8 Mio Euro. Die Veränderung der Kapitalrücklage von 575,5 Mio Euro zum 31. Dezember 2011 auf 576,7 Mio Euro zum 30. September 2012 ist durch die erfolgswirksame Erfassung von Aktienoptionen begründet. Die Gewinnrücklage ist in den ersten neun Monaten 2012 um 49,8 Mio Euro auf 732,5 Mio Euro gesunken (31. Dezember 2011: 782,3 Mio Euro). Dies spiegelt im Wesentlichen den Periodengewinn in Höhe von 196,0 Mio Euro sowie die im Mai 2012 erfolgte Dividendenausschüttung von 245,7 Mio Euro wider (siehe Ziffer 13 „Dividendenausschüttung“). Die Veränderung der eigenen Anteile beruht auf der Veräußerung von Vorzugsaktien im Zusammenhang mit der Ausübung von Aktienoptionen (siehe Ziffer 12 „Aktienoptionsplan und eigene Anteile“). Darüber hinaus wurden in den ersten neun Monaten 2012 im kumulierten übrigen Eigenkapital nach Berücksichtigung latenter Steuern 47,6 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“).

9 Finanzielle Verbindlichkeiten und Sicherungsbeziehungen

Wesentlicher Bestandteil der konzernweiten Unternehmensfinanzierung sind im Rahmen einer syndizierten Kreditvereinbarung mehrere besicherte endfällige Darlehen sowie eine revolvierende Kreditfazilität (RCF). Das verfügbare Rahmenvolumen der revolvierenden Kreditfazilität beträgt derzeit insgesamt 590,0 Mio Euro. Die ProSiebenSat.1 Group hat Ende Mai 2012 den überwiegenden Teil der Kreditlinie bis Juli 2016 verlängert und als neuen RCF 2 aufgelegt. Im dritten Quartal 2012 wurden weitere Teile des RCF 1 verlängert. Vor diesem Hintergrund beträgt der RCF 2 derzeit 359,4 Mio Euro. Das verbleibende Rahmenvolumen (RCF 1) in Höhe von 230,6 Mio Euro läuft unverändert bis Ende Juli 2014. Zum Stichtag war die RCF 1 voll in Anspruch genommen.

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. September 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	297,3	2.556,8	- / -	2.854,1
Zinsswap	57,2	108,7	- / -	165,9
Summe	354,5	2.665,5	- / -	3.020,0

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

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

10 Finanzielle Risikofaktoren

Die ProSiebenSat.1 Group ist aufgrund ihrer Geschäftstätigkeit einer Reihe finanzieller Risiken ausgesetzt: Marktrisiken (unter anderem Währungs-, Zins-, und Preisrisiken), sowie Kredit- und Liquiditätsrisiken. Im Rahmen ihrer Zwischenberichterstattung macht die ProSiebenSat.1 Group nicht alle für den Jahresabschluss vorgeschriebenen Angaben zu finanziellen Risiken. Hierzu verweisen wir auf die Ausführungen im Geschäftsbericht 2011 (Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“, Seiten 190 – 197). Seit dem Ende des letzten Geschäftsjahres haben sich keine Änderungen innerhalb der mit dem Risikomanagement betrauten Abteilung sowie den Risikomanagement-Grundsätzen ergeben.

Liquiditätsrisiken

Seit dem Ende des letzten Geschäftsjahres haben sich mit Ausnahme der regulären Bedienung von Bankdarlehen und der Inanspruchnahme einer revolving Kreditfazilität keine wesentlichen Änderungen der undiskontierten vertraglichen Cashflows finanzieller Verbindlichkeiten ergeben (siehe Ziffer 9 „Finanzielle Verbindlichkeiten und Sicherungsbeziehungen“).

11 Rückstellungen, Eventualverbindlichkeiten und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Gegenüber den im Geschäftsbericht 2011 ausgewiesenen Positionen ergaben sich bis auf die unten aufgeführten Sachverhalte zum 30. September 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. Zum 30. September 2012 besteht diese Rückstellung in unveränderter Höhe fort.

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. 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.

Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Die sonstigen finanziellen Verpflichtungen betragen zum 30. September 2012 insgesamt 3.412,2 Mio Euro (31. Dezember 2011: 3.559,7 Mio Euro). Diese resultieren aus Vertragsabschlüssen vor dem Bilanzstichtag und betreffen Zahlungsverpflichtungen mit einer Fälligkeit nach dem Bilanzstichtag. Zum Stichtag besteht ein Einkaufsobligo für Programmvermögen in Höhe von 2.786,0 Mio Euro (31. Dezember 2011: 2.916,7 Mio Euro). Der überwiegende Teil dieser Verpflichtungen in Höhe von 1.841,5 Mio Euro (31. Dezember 2011: 1.871,6 Mio Euro) ist in einem Zeitraum zwischen einem und fünf Jahren fällig. Die Verträge sind mehrheitlich in US-Dollar abgeschlossen. Die finanziellen Verpflichtungen im Bereich Distribution (Satellitenmieten, Verpflichtungen aus Verträgen über terrestrische Nutzung und Kabeleinspeisungsgebühren) betragen zum 30. September 2012 352,1 Mio Euro (31. Dezember 2011: 352,9 Mio Euro). Darüber hinaus bestehen Miet- und Leasingverpflichtungen im Wesentlichen aus Gebäude- und Kfz-mietverträgen in Höhe von 59,6 Mio Euro (31. Dezember 2011: 59,1 Mio Euro). Die übrigen finanziellen Verpflichtungen betragen zum 30. September 2012 214,5 Mio Euro (31. Dezember 2011: 231,0 Mio Euro) und bestehen im Wesentlichen gegenüber Verwertungsgesellschaften und aus sonstigen Dienstleistungsbezügen.

12

Aktienoptionsplan und eigene Aktien

In den ersten neun Monaten 2012 wurden 738.750 Aktienoptionen des Cycle 2009 ausgeübt. Dadurch verringerte sich die Anzahl der eigenen Aktien von 7.640.000 zum 31. Dezember 2011 auf 6.901.250 zum 30. September 2012.

13

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.

14

Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

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

15 Ergebnis je Aktie

Das unverwässerte und verwässerte Ergebnis je Aktie wird gemäß IAS 33.4A unterhalb der Gewinn- und Verlustrechnung (siehe Seite 47) ausgewiesen. Bei der Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Aktie berücksichtigt die ProSiebenSat.1 Media AG seit dem Geschäftsjahr 2011 auch Verwässerungseffekte aus Aktienoptionen auf Stammaktien.

In den folgenden Tabellen werden die der Berechnung des Ergebnisses je Aktie zugrundeliegenden Parameter für das dritte Quartal des Berichts- und Vergleichsjahres sowie die Neunmonatsperiode des Berichts- und Vergleichsjahres dargestellt. Bei der Ermittlung des Ergebnisses je Aktie wird eine Vorzugsdividende von 0,02 Euro je dividendenberechtigter Vorzugsaktie berücksichtigt.

	unverwässert	unverwässert	verwässert	verwässert
In Mio Euro	Q3 2012	Q3 2011	Q3 2012	Q3 2011
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Ergebnis	61,3	340,3	61,3	340,3
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	- / -	328,9	- / -	328,9

	unverwässert	unverwässert	verwässert	verwässert
In Tsd. Stück	Q3 2012	Q3 2011	Q3 2012	Q3 2011
Gewichtete Anzahl ausgegebener Stammaktien	109.399	109.399	109.399	109.399
Gewichtete Anzahl ausgegebener Vorzugsaktien	102.483	103.410	102.483	103.410
Verwässerungseffekt aufgrund von ausgegebenen Aktienoptionen auf Vorzugsaktien			1.150	2.500
Berechnungsgrundlage ausgegebene Aktien	211.882	212.809	213.032	215.309

	unverwässert	unverwässert	verwässert	verwässert
In Mio Euro	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Ergebnis	196,0	507,6	196,0	507,6
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	- / -	380,6	- / -	380,6

	unverwässert	unverwässert	verwässert	verwässert
In Tsd. Stück	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011
Gewichtete Anzahl ausgegebener Stammaktien	109.399	109.399	109.399	109.399
Gewichtete Anzahl ausgegebener Vorzugsaktien	102.307	103.760	102.307	103.760
Verwässerungseffekt aufgrund von ausgegebenen Aktienoptionen auf Vorzugsaktien			1.150	2.500
Berechnungsgrundlage ausgegebene Aktien	211.706	213.159	212.856	215.659

16 Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

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

17 Ereignisse nach der Zwischenberichtsperiode

Zum 1. Oktober 2012 wurde Heidi Stopper, bisher Executive Vice President Human Resources, in den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG berufen und das neu geschaffene Vorstandsressort „Human Resources“ leiten. Ab dem 1. Oktober 2012 ist Frau Stopper somit als „nahestehende Person“ im Sinne des IAS 24 zu betrachten.

Am 8. Oktober 2012 hat die Stampen Group, deren Radio-Geschäft in Schweden die ProSiebenSat.1 Group 2009 erwarb, der ProSiebenSat.1 Group mitgeteilt, dass sie eine Put-Option zum Verkauf ihres Minderheitsanteils in Höhe von 20 Prozent an der schwedischen Radio-Holdinggesellschaft der ProSiebenSat.1 Group ausüben wird. Da der Konzern seit dem Erwerb des Radio-Geschäfts der Stampen Group eine Verpflichtung zur Erfüllung der Option hatte, wurden im Konzernabschluss keine Anteile nicht-beherrschender Gesellschafter ausgewiesen. Der Kaufpreis für die Anteile liegt bei 190 Mio SEK (ca. 22,4 Mio Euro).

Darüber hinaus sind zwischen dem Ende des dritten Quartals 2012 und dem 30. Oktober 2012, dem Datum der Freigabe dieses Finanzberichts zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat, 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.

30. Oktober 2012
Der Vorstand

WEITERE INFORMATIONEN

70__ Kennzahlen: Mehrjahresübersicht

71__ Impressum

72__ Finanzkalender

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT

In Mio Euro	Q3 2012	Q3 2011	Q3 2010	Q3 2009	Q3 2008	Q3 2007	Q3 2006
Konzernumsatz	636,9	594,5	546,0	559,5	646,5	668,4	431,3
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	14,1	3,1	5,1	-3,3	-3,1	-15,5	5,0
Gesamtkosten	512,5	496,1	452,2	534,1	595,2	730,3	385,0
Operative Kosten ¹	472,3	432,7	412,1	469,3	547,3	548,2	374,5
Werteverzehr des Programmvermögens	222,3	220,7	217,2	238,4	247,3	271,4	204,8
Recurring EBITDA ²	167,3	163,6	136,9	94,3	103,1	124,8	59,5
Recurring EBITDA Marge (in %)	26,3	27,5	25,1	16,9	15,9	18,7	13,8
EBITDA	155,1	133,7	126,6	62,3	92,5	0,4	58,7
Einmaleffekte (saldiert) ³	-12,2	-29,9	-10,3	-32,0	-10,6	-124,4	-0,8
Betriebsergebnis (EBIT)	127,1	101,0	96,6	29,8	58,6	-57,2	48,9
Finanzergebnis	-37,0	-82,4	-68,7 ⁸	-48,5	-78,9	-46,5	-27,2
Ergebnis vor Steuern	90,1	18,6	27,9 ⁸	-18,7	-20,0	-103,7	21,7
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter ⁴	61,3	340,3	32,5 ⁸	-12,7	-10,7	-77,9	13,1
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	- / -	328,9	12,8	- / -	- / -	- / -	- / -
Bereinigter Konzernüberschuss ⁵	65,1	22,9	29,1	-16,7	0,6	68,4	14,1
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie (bereinigt)	0,31	0,11	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -
Investitionen in das Programmvermögen	280,0	302,8	284,4	301,4	388,9	328,0	234,7
Free Cashflow	-27,8	-1,4	2,3	-114,1	-126,9	-309,6	-82,0
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-326,2	-311,2	-297,6	-347,2	-407,1	-2.359,5	-242,9

In Mio Euro	Q1-Q3 2012	Q1-Q3 2011	Q1-Q3 2010	Q1-Q3 2009	Q1-Q3 2008	Q1-Q3 2007	Q1-Q3 2006
Konzernumsatz	1.995,0	1.882,5	1.772,1	1.880,4	2.177,4	1.721,2	1.447,4
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	14,5	9,9	7,4	3,1	2,7	6,2	14,4
Gesamtkosten	1.593,9	1.525,5	1.472,8	1.658,9	1.935,2	1.569,6	1.200,8
Operative Kosten ¹	1.450,2	1.355,3	1.299,8	1.501,3	1.791,5	1.368,0	1.169,4
Werteverzehr des Programmvermögens	753,0	756,2	677,7	778,5	919,6	750,2	681,8
Recurring EBITDA ²	552,4	532,3	479,0	389,3	395,3	366,0	286,2
Recurring EBITDA Marge (in %)	27,7	28,3	27,0	20,7	18,2	21,3	19,8
EBITDA	499,0	471,6	400,9	330,0	366,6	241,2	284,1
Einmaleffekte (saldiert) ³	-53,4	-60,7	-78,1	-59,3	-28,6	-124,8	-2,1
Betriebsergebnis (EBIT)	408,7	362,9	306,0	235,9	260,1	163,2	254,9
Finanzergebnis	-119,2	-177,0	-175,2 ⁸	-177,2	-201,6	-55,9	-46,6
Ergebnis vor Steuern	289,5	185,9	130,8 ⁸	59,1	59,6	107,3	208,3
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter ⁴	196,0	507,6	131,3 ⁸	31,1	40,9	49,9	127,3
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	- / -	380,6	43,7	- / -	- / -	- / -	- / -
Bereinigter Konzernüberschuss ⁵	241,1	152,1	116,4	47,7	80,4	197,5	130,4
Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie (bereinigt)	1,15	0,72	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -
Investitionen in das Programmvermögen	864,6	883,9	858,7	959,4	1.067,7	809,8	693,9
Free Cashflow	6,1	4,5	-24,5	-120,5	-206,7	-1.889,3	101,8
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-965,1	-931,4	-900,9	-1.027,2	-1.125,9	-2.839,8	-711,6

In Mio Euro	30.09.2012	30.09.2011	30.09.2010	30.09.2009	30.09.2008	30.09.2007	30.09.2006
Programmvermögen	1.627,0	1.573,0	1.682,5	1.534,6	1.360,7	1.319,0	1.054,4
Eigenkapital	1.416,6	1.269,1	790,4	466,7	871,8	1.074,0	1.132,0
Eigenkapitalquote (in %)	26,8	26,5	12,5	7,8	14,2	18,2	57,7
Liquide Mittel	506,3	257,3	743,4	508,4	221,5	163,7	29,3
Finanzverbindlichkeiten	2.571,9	2.332,4	4.027,4	4.032,1	4.067,3	3.705,5	341,2
Verschuldungsgrad ⁶	2,4	2,5	3,8	5,3	5,5	- / -	- / -
Netto-Finanzverschuldung	2.065,5	2.075,0	3.283,8	3.534,4	3.816,7	3.541,5	311,6
Mitarbeiter ⁷	4.628	4.375	4.086	4.916	6.075	5.996	2.999

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 Kaufpreisallokationen 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 dritte Quartal bzw. Q1-Q3 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 dritten Quartal 2012 bzw. im Zeitraum Q1-Q3 2012 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
E-Mail: info@ProSiebenSat1.com

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 // TV-Highlights Q3 2012 Seite 11: a) JOKO GEGEN KLAAS: DAS DUELL UM DIE WELT © ProSieben/Marcus Höhn, b) ES KOMMT NOCH DICKER © SAT.1/Petro Domenigg, c) UEFA EUROPA LEAGUE © SAT.1 / Claudius Pflug, d) KEINOHRHASEN © Warner Bros., e) FAR VI FÖLJA MED? © Pär Bäckstrand/Kanal 5 // Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren Seiten 36 bis 37: TOLERANCE DAY © ProSieben/Benedikt Müller; GREENSEVEN © ProSieben/Alexander Gnaedinger/istock, THE VOICE OF GERMANY © SAT.1/ProSieben/Richard Hübner, © SAT.1/ProSieben, HANNAH MANGOLD & LUCY PALM © SAT.1/ Wolfgang Wilde, Bernd Jaworek, DIE RACHE DER WANDERHURE © SAT.1/Nela König, DIE SCHREIE DER VERGESSENEN © ProSieben, DER LETZTE BULLE © Sat1/Martin Rottenkolber, KNALLERFRAUEN © SAT.1/ Marcus Hoehn // Programmausblick Seite 45: a) © THE VOICE OF GERMANY SAT.1/ProSieben/Warwick Saint, b) DIE TORE DER WELT © 2011 Tandem Productions GmbH / World Without End (T5) Productions Inc. / World Without End (Quebec) Productions Inc. "An Official German/Canadian Co-Production" All Rights Reserved. c) DIE ABSOLUTE MEHRHEIT - MEINUNG MUSS SICH WIEDER LOHNEN © ProSieben/Willi Weber, d) SONS OF ANARCHY © 2008 FX Networks, LLC. All rights reserved. e) SWEET & EASY - ENIE BACKT © sixx/Arne Weyhardt, f) BETTY WHITE'S OFF THEIR ROCKERS © NBCUniversal, Inc.

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

28.02.2013	Pressekonferenz/IR-Konferenz anlässlich der vorläufigen Zahlen 2012 Pressemitteilung, Pressekonferenz in München, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren
27.03.2013	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2012
08.05.2013	Veröffentlichung des Quartalsberichts Q1 2013 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten, Webcast
23.07.2013	Ordentliche Hauptversammlung 2013
24.07.2013	Dividendenzahlung
01.08.2013	Veröffentlichung des Quartalsberichts Q2 2013 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten, Webcast
07.11.2013	Veröffentlichung des Quartalsberichts Q3 2013 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten, Webcast



ProSiebenSat.1 Group

Medienallee 7
85774 Unterföhring
www.ProSiebenSat1.com