



ProSiebenSat.1 Group

Geschäftsbericht 2011

Viewing the Future

VIEWING THE FUTURE

- 14 __ BROADCASTING GERMAN-SPEAKING
- 42 __ BROADCASTING INTERNATIONAL
- 128 __ DIGITAL & ADJACENT
- 220 __ CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

VORSTAND UND AUFSICHTSRAT BERICHTEN

- 16 __ VORWORT DES VORSTANDS
- 18 __ MITGLIEDER DES VORSTANDS
- 20 __ BERICHT DES AUFSICHTSRATS
- 26 __ Gewinnverwendungsvorschlag
- 26 __ Erklärung zur Unternehmensführung und Corporate Governance-Bericht

KONZERN- LAGEBERICHT

- 44 __ DAS JAHR 2011 IM ÜBERBLICK
- 46 __ Geschäft und Rahmenbedingungen
- 60 __ TV-HIGHLIGHTS 2011
- 62 __ Geschäftsverlauf
- 80 __ Segmentbericht
- 83 __ Mitarbeiter
- 88 __ Die ProSiebenSat.1-Aktie
- 92 __ Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren
- 98 __ ÖFFENTLICHES ENGAGEMENT
- 100 __ Nachtragsbericht
- 101 __ Risikobericht
- 116 __ Prognosebericht
- 120 __ PROGRAMM-AUSBlick 2012

KONZERN- ABSCHLUSS

- 130 __ Gewinn- und Verlustrechnung
- 131 __ Gesamtergebnisrechnung
- 132 __ Bilanz
- 133 __ Kapitalflussrechnung
- 134 __ Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 135 __ Anhang

-
- 217 __ Erklärung des Vorstands
 - 218 __ Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers
-

WEITERE INFORMATIONEN

- 222 __ Kennzahlen: Mehrjahresübersicht
- 223 __ Finanzglossar
- 224 __ Medienglossar
- 225 __ Grafik- und Tabellenverzeichnis
- 227 __ Impressum
- 228 __ Finanzkalender

PROSIEBENSAT.1 AUF EINEN BLICK

Die ProSiebenSat.1 Group wurde im Jahr 2000 als größtes Fernsehunternehmen in Deutschland gegründet. Heute sind wir mit 28 TV-Sendern in 10 Ländern vertreten und gehören zu den führenden Medienunternehmen Europas. Mit unseren Angeboten erreichen wir jeden Tag über 62 Millionen TV-Haushalte - natürlich 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 börsennotiert und beschäftigt konzernweit über 4.250 Mitarbeiter. 2011 haben wir einen Jahresumsatz von 2,756 Mrd Euro und ein recurring EBITDA von 850,0 Mio Euro erwirtschaftet. Damit ist die ProSiebenSat.1 Group eines der profitabelsten Medienhäuser in Europa.

KONZERNUMSATZ DER FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN (I)

in Mio Euro



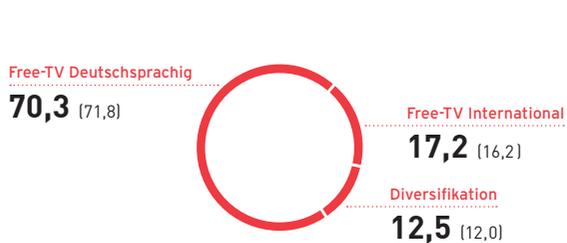
RECURRING EBITDA DER FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN (II)

in Mio Euro



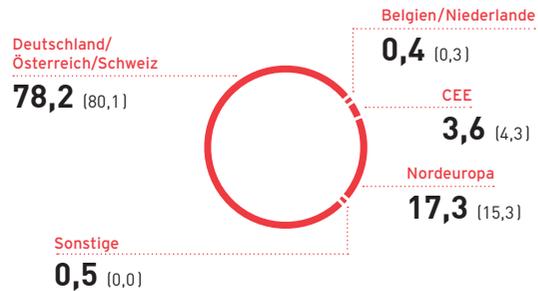
UMSATZ NACH SEGMENTEN DER FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN (III)

in Prozent, Vorjahrswerte 2010 in Klammern



UMSATZ NACH REGIONEN DER FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN (IV)

in Prozent, Vorjahrswerte 2010 in Klammern



AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN FÜR DIE PROSIEBENSAT.1 GROUP (V)

in Mio Euro

	ProSiebenSat.1 inkl. nicht-fortgeführte Aktivitäten		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
	Q4 2011	Q4 2010	Q4 2011	Q4 2010	Q4 2011	Q4 2010
Konzernumsatz	873,7	955,6	- / -	126,7	873,7	828,9
Operative Kosten ¹	560,4	601,4	- / -	80,6	560,4	520,8
Gesamtkosten	633,7	656,0	- / -	83,4	633,7	572,6
Umsatzkosten	451,5	465,8	- / -	63,3	451,5	402,5
Vertriebskosten	87,7	112,6	- / -	11,2	87,7	101,4
Verwaltungskosten	94,5	77,6	- / -	8,9	94,5	68,7
Betriebsergebnis (EBIT)	237,9	304,1	-5,9	43,3	243,8	260,8
Recurring EBITDA ²	317,7	358,6	- / -	46,1	317,7	312,5
Einmaleffekte (saldiert) ³	-42,8	-19,7	-5,9	-0,1	-36,9	-19,6
EBITDA	274,9	338,9	-5,9	46,0	280,8	292,9
Konzernergebnis, das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	129,9	181,4	-5,6	34,4	135,5	147,0
Bereinigter Konzernüberschuss ⁴	151,7	194,3	-5,6	35,5	157,3	158,8

in Mio Euro

	ProSiebenSat.1 inkl. nicht-fortgeführte Aktivitäten		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
Konzernumsatz	2.971,2	3.004,2	215,0	403,2	2.756,2	2.601,0
Operative Kosten ¹	2.079,7	2.109,4	164,0	288,8	1.915,7	1.820,6
Gesamtkosten	2.325,9	2.345,9	166,7	300,5	2.159,2	2.045,4
Umsatzkosten	1.635,3	1.612,2	134,0	229,3	1.501,3	1.382,9
Vertriebskosten	364,0	391,0	18,4	38,3	345,6	352,7
Verwaltungskosten	326,6	342,7	14,3	32,9	312,3	309,8
Betriebsergebnis (EBIT)	990,9	669,5	384,2	102,7	606,7	566,8
Recurring EBITDA ²	901,1	905,9	51,1	114,4	850,0	791,5
Einmaleffekte (saldiert) ³	238,2	-98,3	335,8	-0,6	-97,6	-97,7
EBITDA	1.139,3	807,6	386,9	113,8	752,4	693,8
Konzernergebnis, das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	637,5	312,7	375,0	78,1	262,5	234,6
Bereinigter Konzernüberschuss ⁴	685,3	357,2	375,9	82,0	309,4	275,2

1 Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen.

2 Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA.

3 Saldo aus Einmalaufwendungen und -erträgen.

4 Konzernergebnis vor Effekten aus Kaufpreisallokation sowie nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten.

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

VIEWING THE FUTURE

Fernsehen ist wichtiger als je zuvor - weil es etwas schafft, das in dieser Weise keinem anderen Medium gelingt: FERNSEHEN bringt Menschen zusammen, zum Lachen und Staunen, zum Miteinander-Reden und Mitfiebern.

Wir nutzen diese Kraft des Fernsehens, um im digitalen Zeitalter neue Wachstumsfelder zu erschließen - mit der ProSiebenSat.1 Strategie der VIER SÄULEN. So gestalten wir schon jetzt das Fernsehen der Zukunft.

ProSiebenSat.1.

THE POWER OF TELEVISION.

DAS FERNSEHEN DER ZUKUNFT

WER GEGLAUBT HAT, DAS FERNSEHEN WÜRDEN IM DIGITALEN ZEITALTER AN BEDEUTUNG VERLIEREN, KANN NUR STAUNEN: DIE NUTZUNGSZAHLEN SIND UNVERÄNDERT HOCH - FERNSEHEN IST UND BLEIBT DAS LEITMEDIUM. WIE KANN DAS SEIN?

Zerfällt die Entertainment-Welt nicht längst in **INDIVIDUELLE BEDÜRFNISSE**? Da gibt es unzählige Clips, die man herunterladen, streamen und überallhin mitnehmen kann. Filme und Serien werden per Video-on-Demand je nach Zeit und Lust abgerufen. Informations-Häppchen sind in unendlicher Menge verfügbar - in Tweets, Facebook-Meldungen, Blogbeiträgen. Überall gibt es Spartenprogramme für jedes Zielgruppensegment. Und was haben sich in so einer Welt noch unterschiedliche **GENERATIONEN** zu sagen, Familienmitglieder zum Beispiel, die alle ihr eigenes Leben zu führen scheinen?

Das Fernsehen selbst gibt die Antwort: weil es besser als jedes andere Medium auf diese Bedingungen eingestellt ist. Weil es **MENSCHEN VERBINDET** und Orientierung gibt - und gleichzeitig offen ist für individuelle Nutzungswünsche. ProSiebenSat.1 gelingt es, das Potenzial des Fernsehens auf außergewöhnliche Weise zu nutzen: Zuletzt hat die innovative Musik-Show „The Voice of Germany“ spektakulär bewiesen, was starkes Fernsehen heutzutage und in Zukunft alles kann.

Wenn Familien und Freunde sich zusammensetzen, um sich von ein und derselben Geschichte **MITREISSEN** zu lassen ... Wenn man eine ganze Sendung oder die emotionalsten **MOMENTE** auch später erleben kann, wann immer und so oft man will ... Wenn man diese **ERFAHRUNGEN** teilen kann und ins Gespräch kommt: in den Online-Netzwerken und auf der Website, wo faszinierendes Zusatzmaterial geboten wird ... Wenn man die größte Online-Videothek Europas zur Verfügung hat ... Wenn man den richtigen TV-Sender entdeckt, wie gemacht für die **EIGENEN INTERESSEN** - in Deutschland und in vielen anderen Ländern ... Wenn man mit dem Fernseher auch einkaufen oder spielen kann ... Wenn man Formate sieht, die man so noch nie gesehen hat ...

... dann erlebt man das **FERNSEHEN DER ZUKUNFT** schon heute.
Bei ProSiebenSat.1.



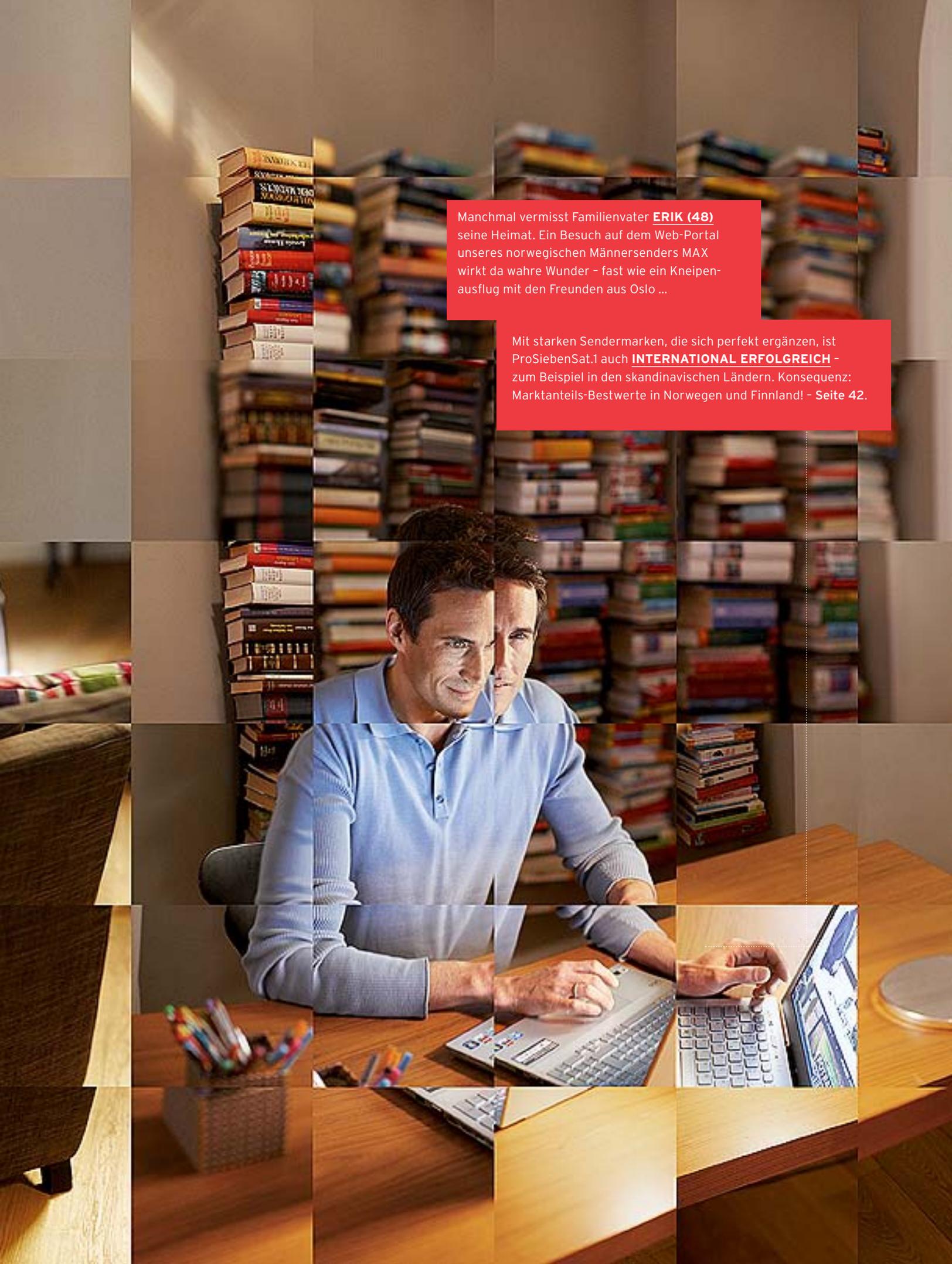
Seit ihrem Schüleraustausch chattet Tochter **LENA (16)** fast täglich mit ihrer amerikanischen Freundin Grace. Schon wieder schwärmt Grace von unserer in den USA neu gestarteten Comedy-Show „Off Their Rockers“: Herrlich dreiste Rentner schocken mit absurden Streichen. „Wenn das meine Oma wüsste“, schreibt Lena an Grace.

Mit der 2010 gegründeten Red Arrow Entertainment Group entwickelt, vertreibt und produziert ProSiebenSat.1 Programme für den **WELTWEITEN TV-MARKT**. Konsequenz: schon 15 erfolgreiche Beteiligungen in 9 Ländern! - Seite 220.



So etwas haben **MONA (42)** und ihr Sohn **MAX (7)** noch nie im deutschen Fernsehen gesehen: die erste Musik-Show, in der es wirklich nur um die Stimme der Talente geht!

Mit Formaten wie „**THE VOICE OF GERMANY**“ prägt und bewegt ProSiebenSat.1 den deutschsprachigen TV-Markt. Konsequenz: Wir sind die Nummer 1 im Werbemarkt - mit einem Anteil von 42,3 Prozent! - Seite 14.

A man with dark hair, wearing a light blue long-sleeved polo shirt, is sitting at a wooden desk. He is looking towards the camera with a slight smile. In front of him is a silver laptop. The room is filled with bookshelves stacked high with books. The lighting is warm and indoor.

Manchmal vermisst Familienvater **ERIK (48)** seine Heimat. Ein Besuch auf dem Web-Portal unseres norwegischen Männersenders MAX wirkt da wahre Wunder - fast wie ein Kneipenausflug mit den Freunden aus Oslo ...

Mit starken Sendermarken, die sich perfekt ergänzen, ist ProSiebenSat.1 auch **INTERNATIONAL ERFOLGREICH** - zum Beispiel in den skandinavischen Ländern. Konsequenz: Marktanteils-Bestwerte in Norwegen und Finnland! - Seite 42.



Auch den ältesten Sohn **NIKLAS (18)** und seine Freundin **JULIA (17)** hat das „Voice“-Fieber gepackt. Ihre Lieblings-Szenen wollen sie immer wieder erleben - und mit ihren Freunden teilen, auch unterwegs.

Einfach perfekt, dass es das Video-Portal **MYVIDEO** auch als App gibt. Die Digitalstrategie von ProSiebenSat.1 zeigt dem Fernsehen den Weg in die Zukunft. Konsequenz: Wir sind schon jetzt Marktführer bei der Vermarktung von Bewegtbildern im Internet! - Seite 128.

POTENZIALE ERKENNEN UND NUTZEN

ProSiebenSat.1 wird den Erfolg der vergangenen Jahre konsequent ausbauen. Unsere **WACHSTUMSSTRATEGIE** der vier Säulen gibt die klare Richtung vor: Das Ergebnis ist ein diversifiziertes, internationales und sorgfältig aufeinander abgestimmtes Portfolio, das gemeinsame Stärken nutzt - und uns gleichzeitig von möglichen Schwankungen in einzelnen Märkten unabhängig macht.

SÄULE 1

**BROADCASTING
GERMAN-
SPEAKING**

Seite 14

SÄULE 2

**BROADCASTING
INTERNATIONAL**

Seite 42

SÄULE 3

**DIGITAL &
ADJACENT**

Seite 128

SÄULE 4

**CONTENT
PRODUCTION &
GLOBAL SALES**

Seite 220

VORSTAND UND AUFSICHTSRAT BERICHTEN

16	__ VORWORT DES VORSTANDS
18	__ MITGLIEDER DES VORSTANDS
20	__ BERICHT DES AUFSICHTSRATS
26	__ Gewinnverwendungsvorschlag
26	__ Erklärung zur Unternehmens- führung und Corporate Governance Bericht
26Erklärung zur Unternehmensführung
33Corporate Governance-Bericht
35Vergütungsbericht



Faszinierende TV-Formate im deutschsprachigen Raum - für die ganze Familie: zum Beispiel **„THE VOICE OF GERMANY“**! So wie Mona (42) und ihr Sohn Max (7) verfolgten Millionen die Suche nach der besten Stimme des Landes. Unsere innovative Musik-Show erzielte **MARKTANTEILE BIS ZU 30,9 PROZENT.**

BROADCASTING GERMAN-SPEAKING

SÄULE 1

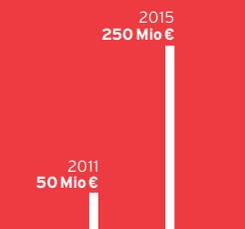
Deutschland ist Europas größter TV-Markt - und er ist umkämpft. Deshalb hat die erste Wachstumssäule innerhalb unserer Unternehmensstrategie besondere Bedeutung: Hier ist ProSiebenSat.1 schon seit Jahren exzellent aufgestellt - und wir treiben diese erfolgreiche Entwicklung weiter voran.

Im **WERBEMARKT** war ProSiebenSat.1 auch 2011 wieder die klare Nummer 1 - mit einem eindrucksvollen Werbemarktanteil von 42,3 Prozent. Das verdanken wir unseren komplementären Sendermarken SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx, die 2011 ihren Zuschauermarktanteil auf 28,9 Prozent ausgebaut haben. Die vier Sender bieten ein Programm, das ein breites Zuschauerspektrum anspricht und für Werbekunden ein besonders attraktives Umfeld bietet.

Unter vielen **HIGHLIGHTS** - darunter „Schlag den Raab“, „Danni Lowinski“, „Der letzte Bulle“, die besten US-Serien und Hollywood-Filme - ragt ein Format heraus. „The Voice of Germany“ hat bereits mit der ersten Staffel Fernsehgeschichte geschrieben: als Musik-Show, die nicht nur das Publikum mitreißt, sondern auch die Kritiker begeistert.

Auch in anderen Bereichen setzt ProSiebenSat.1 **MASSTÄBE**: bei neuen Technologien wie HbbTV oder der Verbreitung von HD im Kabelnetz, bei Zukunftsthemen wie dezentraler Werbung, bei der Entwicklung von neuen Sendern und Werbekonzepten.

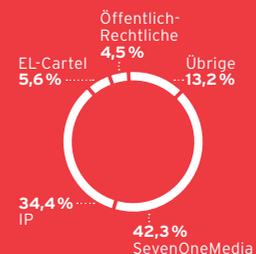
SÄULE 1 - FACTS & FIGURES



Zusätzliches Umsatzpotenzial
250 Millionen Euro bis 2015, davon 2011 bereits 50 Millionen Euro realisiert.

30,9
Prozent

„The Voice of Germany“
Marktanteile von bis zu 30,9 Prozent - 24,3 Prozent im Durchschnitt.



Werbemarktanteil
SevenOne Media ist klarer Marktführer im deutschen Werbemarkt.

VORWORT DES VORSTANDS



Thomas Ebeling (CEO)

Vorstandsvorsitzender (CEO)
seit 1. März 2009

Die ProSiebenSat.1 Group wird ihre Erfolgsgeschichte fortschreiben. Grundlage für weiteres profitables Wachstum ist unsere Vier-Säulen-Strategie.

7,4 Prozent

Die Steigerung des recurring EBITDA zeigt die Wachstumsdynamik und Ertragskraft von ProSiebenSat.1.

28,9 Prozent

Die starke Position im deutschen Fernsehmarkt ist die Basis für weiteres Wachstum - auch und insbesondere jenseits des klassischen Kerngeschäfts TV.

39,8 Prozent

Nach der Reduzierung der Netto-Finanzverschuldung von 3,021 Mrd Euro auf 1,818 Mrd Euro liegt der Verschuldungsgrad nun mit einem Wert von 2,1 im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5.

750 Mio Euro

Die Vier-Säulen-Strategie nimmt das zusätzliche Umsatzpotenzial bis 2015 fest ins Visier.

VORWORT DES VORSTANDS

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Aktionäre,

2011 war für die ProSiebenSat.1 Group erneut ein Rekordjahr: Wir haben unsere Wachstumsziele für das abgelaufene Geschäftsjahr erreicht und alle relevanten Finanzkennzahlen verbessert. Den Konzernumsatz konnten wir um 6,0 Prozent auf 2,756 Mrd Euro steigern. Unser bereinigtes EBITDA haben wir um **7,4 Prozent** auf 850,0 Mio Euro erhöht, der bereinigte Jahresüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Group ist um 12,4 Prozent auf 309,4 Mio Euro gestiegen.

Wie wir diese Erfolge erzielen konnten? Indem wir unsere Umsätze in allen Segmenten gesteigert und unter anderem unser Sender- und Länderportfolio optimiert haben: So haben wir zum einen unsere Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden verkauft; zum anderen haben wir viel Energie in den Auf- und Ausbau neuer Sender gesteckt. Dass sich das Engagement gelohnt hat, sieht man beispielsweise an dem norwegischen Männersender MAX – einem der erfolgreichsten Senderneustarts in Europa. Unsere Zuschauermarktanteile haben wir in nahezu allen Märkten gegenüber dem Vorjahr ausgebaut. Zwei Beispiele: In Norwegen konnten unsere Sender eine Steigerung ihrer gemeinsamen Zuschauerquote um 3,0 Prozentpunkte auf 17,4 Prozent erzielen. In unserem deutschen Heimatmarkt erreichten die Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx einen gemeinsamen Zuschauermarktanteil von 28,9 Prozent – ein Plus von 0,4 Prozentpunkten.

Auch jenseits des klassischen Fernsehgeschäfts haben wir zahlreiche Initiativen forciert. Unser Internet-Videoportal maxdome hat beispielsweise sein Angebot auf 45.000 Titel erweitert und damit seine Marktführerschaft weiter ausgebaut. Im Games-Bereich haben wir mit der Akquisition von burda:ic und der Mehrheitsbeteiligung an Covus Games unsere Marktposition ebenfalls deutlich gestärkt. Ein weiteres gelungenes Projekt, das wir 2011 vorangetrieben haben, ist das Geschäftsmodell

„Media-for-Revenue-Share“, das nach dem Prinzip Umsatzbeteiligung gegen Werbezeiten funktioniert. Diese und andere Initiativen sind auch deshalb so erfolgreich, weil wir die Stärke in unserem Kerngeschäft TV als Hebel für andere Bereiche nutzen.

Sie sehen: Die ProSiebenSat.1 Group blickt auf ein sehr erfolgreiches Jahr zurück. Auch im Hinblick auf unsere Kapitalstruktur stehen wir heute deutlich besser da als noch vor einem Jahr. Die Erlöse aus dem Verkauf unserer belgischen und niederländischen Gesellschaften haben wir genutzt, um die Netto-Finanzverschuldung Ihres Unternehmens signifikant – nämlich von 3,021 Mrd Euro auf 1,818 Mrd Euro – zu reduzieren. Vor diesem Hintergrund werden wir der Hauptversammlung im Mai eine Dividende von 1,17 Euro je Vorzugsaktie und 1,15 Euro je Stammaktie vorschlagen. Damit schütten wir 79,2 Prozent des bereinigten Jahresüberschusses an unsere Aktionäre aus.

Ich bin fest davon überzeugt, dass wir die Erfolgsgeschichte der ProSiebenSat.1 Group fortschreiben werden. Grundlage für weiteres profitables Wachstum ist unsere Vier-Säulen-Strategie – mit den Bereichen „Fernsehen im deutschsprachigen Raum“, „Broadcasting International“, „Neue Medien und verwandte Bereiche“ sowie „Produktion und Vertrieb von Programminhalten“. Insgesamt haben wir in unserer Strategie gegenüber dem Jahr 2010 ein zusätzliches Umsatzpotenzial von **750 Mio Euro bis 2015** identifiziert. Gleichzeitig wollen wir bis dahin nahezu 50 Prozent unseres Gesamtumsatzes außerhalb der klassischen TV-Werbung in Deutschland generieren und damit unsere Abhängigkeit vom Werbemarkt reduzieren.

Hinter diesen beiden großen Zahlen steckt eine Vielzahl an Projekten. So wollen wir beim „Fernsehen im deutschsprachigen Raum“ unsere führende Position durch neue Sender, eine optimierte Vertriebs- und Verbreitungs-

VORWORT DES VORSTANDS

strategie und nicht zuletzt durch attraktive Formate wie „The Voice“ weiter stärken. Innovative Ideen – wie etwa dezentrale Fernsehwerbung – werden uns helfen, unsere Kundenbasis zu verbreitern.

Im Segment „Broadcasting International“ setzen wir auf dynamische Wachstumsmärkte. Unser Potenzial ist hier noch lange nicht ausgeschöpft.

Mit dem Ausbau unserer Aktivitäten in der dritten und vierten Säule wollen wir vor allem unsere Umsatzbasis jenseits des klassischen TV-Geschäfts verbreitern. Dazu werden wir die Vernetzung von TV mit unseren Online-, Pay- und mobilen Angeboten konsequent weiter vorantreiben. Die Bereiche Online, Pay, Games, Ventures, Licensing und Music werden in der Säule „Neue Medien und verwandte Bereiche“ zusammengefasst. In der Säule „Produktion und Vertrieb von Programminhalten“ fokussieren wir uns auf die internationale Expansion von Red Arrow. Das Unternehmen hat zuletzt vermehrt englischsprachige Inhalte sehr erfolgreich vermarktet und wird seine weltweite Präsenz weiter ausbauen – vor allem auch in den wachstumsstarken asiatischen Märkten.

Wir entwickeln uns aber nicht nur wirtschaftlich weiter. Künftig werden wir auch unsere gesellschaftliche Verantwortung noch stärker wahrnehmen. Deshalb hat sich im November der ProSiebenSat.1-Beirat unter Leitung von Dr. Edmund Stoiber konstituiert. Mit einem ersten Projekt möchten wir ein junges Publikum mit neuen Informationsformaten für wirtschaftliche und politische Inhalte begeistern. Wir wollen die Kraft des Fernsehens und die Kreativität unserer Gruppe nutzen, um in der politischen Information neue Akzente zu setzen.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre, durch das Engagement und die Kreativität unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – bei denen ich mich an dieser Stelle ganz herzlich bedanken möchte – entwickelt sich ProSiebenSat.1 in allen Bereichen permanent weiter. Mit unverminderter Faszination und hohem Engagement werden wir Zuschauern, Usern und Kunden weiterhin ein einzigartiges TV- und Entertainment-Erlebnis bieten – und damit Ihre ProSiebenSat.1 Group auf Erfolgskurs halten.

Mit den besten Grüßen,

A handwritten signature in black ink, reading "Thomas Ebeling". The signature is written in a cursive, flowing style with a prominent initial 'T'.

Thomas Ebeling (CEO)

MITGLIEDER DES VORSTANDS



Conrad Albert

Vorstandsbereiche:
 Legal, Distribution & Regulatory Affairs,
 Legal Affairs Operational Business,
 Corporate Law, Mergers & Acquisitions und
 Shareholder & Boards Management
 Mitglied des Vorstands seit Oktober 2011

Dr. Christian Wegner

Vorstandsbereiche:
 Digital & Diversification, New Media,
 Pay-TV, Music & Commerce und
 Strategy & Operations
 Mitglied des Vorstands seit Oktober 2011

Andreas Bartl

Vorstandsbereich:
 Fernsehen Deutschland
 (SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx)
 Mitglied des Vorstands
 bis 29. Februar 2012



Thomas Ebeling (CEO)

Vorstandsbereiche:
Group Content, International Free TV,
Radio, Sales & Marketing, Human
Resources und Corporate Communications
Vorstandsvorsitzender (CEO)
seit März 2009

Axel Salzmann (CFO)

Vorstandsbereiche:
Group Operations & IT, Group Controlling,
Group Finance & Investor Relations,
Accounting & Taxes, Internal Audit und
Administration
Mitglied des Vorstands seit Mai 2008,
Finanzvorstand (CFO) seit Juli 2008

BERICHT DES AUFSICHTSRATS



Götz Mäuser

Aufsichtsratsvorsitzender:
Partner bei Permira
Beteiligungsberatung GmbH (Permira)

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG hat auch im Geschäftsjahr 2011 die ihm nach Gesetz, Satzung, Geschäftsordnung und dem Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) vorgegebenen Aufgaben wahrgenommen: Er stand dem Vorstand bei der Leitung des Unternehmens beratend zur Seite und hat ihn bei der Führung der Geschäfte überwacht.

Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat war in alle Entscheidungen von besonderer Bedeutung eingebunden und setzte sich umfassend mit der operativen und strategischen Entwicklung des ProSiebenSat.1-Konzerns auseinander. Die Aufsichtsratsmitglieder bereiteten sich auf Beschlüsse über zustimmungspflichtige Entscheidungen regelmäßig anhand von Unterlagen vor, die der Vorstand vorab zur Verfügung stellte. Sie wurden dabei gegebenenfalls durch die jeweils zuständigen Ausschüsse unterstützt und diskutierten die zur Entscheidung anstehenden Vorhaben mit dem Vorstand. Alle zustimmungspflichtigen Angelegenheiten wurden dem Aufsichtsrat rechtzeitig zur Prüfung vorgelegt. Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den Plänen hat der Vorstand dem Aufsichtsrat im Einzelnen erläutert und mit ihm erörtert. Die Aufsichtsratssitzungen waren von einem intensiven und offenen Austausch zwischen Aufsichtsrat und Vorstand gekennzeichnet. Darüber hinaus fanden im Rahmen von Aufsichtsratssitzungen sogenannte „Executive Sessions“ statt, in denen die Mitglieder des Aufsichtsrats die Möglichkeit hatten, Themen ohne den Vorstand zu besprechen.

Der Vorstand informierte den Aufsichtsrat zusätzlich zur Unterrichtung in den Aufsichtsratssitzungen regelmäßig anhand schriftlicher Monatsberichte über die wichtigsten wirtschaftlichen Kennzahlen und legte ihm die Zwischen- und Jahresfinanzberichte vor. Über besondere Vorgänge hat er den Aufsichtsrat auch zwischen den Sitzungen informiert und in sachlich gerechtfertigten Fällen in Abstimmung mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden um schriftliche Beschlussfassung gebeten. Zusätzlich stand der Aufsichtsratsvorsitzende fortlaufend in engem persönlichen Dialog mit dem Vorstandsvorsitzenden.

Aufgrund der regelmäßigen Berichterstattung des Vorstands war der Aufsichtsrat über die Lage der Gesellschaft und anstehende Entscheidungen stets umfassend informiert und konnte seine Aufgaben vollumfänglich wahrnehmen. Eine Einsichtnahme in die Bücher und Schriften der Gesellschaft im Sinne des § 111 Abs. 2 Aktiengesetz (AktG) war – über die dem Aufsichtsrat im Rahmen der Berichterstattung des Vorstands vorgelegten Unterlagen hinaus – daher nicht erforderlich.

Schwerpunkte der Beratungs- und Kontrolltätigkeit des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat befasste sich auch im Geschäftsjahr 2011 mit der Geschäfts- und Finanzlage, grundsätzlichen Fragen der Unternehmenspolitik und -strategie, der Personalsituation sowie Investitionsvorhaben. Schwerpunkte seiner Beratungs- und Kontrolltätigkeit waren folgende Themen:

- › Am 29. März 2011 fand die erste ordentliche Aufsichtsratssitzung des Jahres 2011 statt. Im Rahmen der Sitzung verabschiedete der Aufsichtsrat die Jahresabschlussunterlagen, den Corporate Governance Bericht sowie die Entsprechenserklärung zum DCGK für das Geschäftsjahr

2010. Zudem informierte sich der Aufsichtsrat über die Ergebnisse der strategischen Portfolioanalyse bezüglich der internationalen Beteiligungen sowie den Verhandlungsstand zum initiierten Verkauf der Fernseh- und Print-Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden, er befasste sich mit dem Fünf-Jahresplan und stimmte der HD-Verbreitung der österreichischen Free-TV Sender zu. Gegenstand seiner Erörterung war außerdem die jährliche Überprüfung der Vorstandsvergütung. Er befasste sich eingehend mit der Angemessenheit der Vorstandsvergütung und verabschiedete die Bonuszahlungen für das Geschäftsjahr 2010 sowie die Zielvereinbarungen der Vorstandsmitglieder für 2011. In Abwesenheit des Vorstands führte der Aufsichtsrat eine jährliche Effizienzprüfung seiner Arbeitsweise im Sinne von Ziff. 5.6 DCGK durch. Abschließend wurden die Mitglieder des Aufsichtsrates über die Handhabung und die gesetzlichen Verpflichtungen im Rahmen der Veräußerung bzw. des Kaufs von unternehmenseigenen Aktien informiert.

- › Anlass für eine außerordentliche Aufsichtsratssitzung am 19. April 2011 gaben die Kaufofferten für die Geschäftstätigkeiten der ProSiebenSat.1 Group in den Niederlanden und Belgien. Der Aufsichtsrat hat nach eingehender Prüfung dem Verkauf der niederländischen TV- und Print-Aktivitäten sowie des belgischen TV-Portfolios an ein Konsortium führender internationaler Medienunternehmen zugestimmt. Das Konsortium setzt sich in den Niederlanden aus der Sanoma Corporation und der Talpa Holding N.V. zusammen, in Belgien aus der Sanoma Corporation, der Corelio N.V. und der Waterman & Waterman CVA.
- › Die ProSiebenSat.1 Group hat 2011 ihr Games-Geschäft ausgebaut. Der Konzern erwarb über seine Tochterfirma ProSiebenSat.1 Digital GmbH eine 100prozentige Beteiligung an der burdarc GmbH, einem der führenden Publisher für Nutzer kostenloser Online-Spiele in Europa. Zugleich hat das Unternehmen eine Mehrheitsbeteiligung an der Covus Games GmbH übernommen. Die ProSiebenSat.1 Digital GmbH hat zunächst 51 Prozent an der Gesellschaft akquiriert, die restlichen Anteile gehen im Jahr 2013 über. Auch den weltweiten Vertrieb und die Produktion von Programminhalten hat die ProSiebenSat.1 Group ausgebaut und über die Red Arrow Entertainment Group 51 Prozent an The Mob Film Ltd. erworben. Der Aufsichtsrat hat diesen Akquisitionen in einem schriftlichen Umlaufverfahren am 26. April 2011 zugestimmt.
- › Die Tagesordnung der ordentlichen Hauptversammlung 2011 mit Beschlussvorschlägen verabschiedete der Aufsichtsrat in einem schriftlichen Umlaufverfahren am 12. Mai 2011.
- › In seiner Sitzung am 18. Mai 2011 informierte sich der Aufsichtsrat über den Stand des Verkaufs der TV- und Print-Aktivitäten in den Niederlanden, der zu diesem Zeitpunkt noch unter dem Vorbehalt der kartellrechtlichen Genehmigung stand. Im Rahmen dieser Sitzung befasste sich der Aufsichtsrat zudem mit operativen Themen aus den unterschiedlichen Geschäftsbereichen. Er stimmte dem Abschluss eines Vertrags mit der Kabel Deutschland GmbH zu, der die Verbreitung von Free-TV-SD, Free-TV-HD, Pay-TV und Video-on-Demand-Angeboten für die ProSiebenSat.1 Group langfristig sichert.
- › Am 1. Juli 2011 fand im Anschluss an die ordentliche Hauptversammlung eine Präsenzsitzung des Aufsichtsrats statt, in der Götz Mäuser zum Aufsichtsratsvorsitzenden und Johannes Huth zu seinem Stellvertreter gewählt wurden. Der Aufsichtsrat bestellte Götz Mäuser zum Vorsitzenden des Personalausschusses und Herman van Campenhout - den die Hauptversammlung zuvor als Nachfolger von Adrianus Johannes Swartjes in den Aufsichtsrat gewählt hatte - als neues Mitglied in den Ausschuss.
- › Per Umlaufbeschluss hat der Aufsichtsrat den Vorstand am 19. August 2011 ermächtigt, bis zu 2,5 Millionen Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG über die Börse zurückzukaufen. Der Rückkauf dient der Absicherung von Long Term Incentive Programmen (LTIP) der Gesellschaft.

- › In seiner ordentlichen Sitzung am 27. September 2011 hat der Aufsichtsrat Conrad Albert sowie Dr. Christian Wegner als weitere Mitglieder in den Vorstand der Gesellschaft berufen. Mit Wirkung zum 1. Oktober hat Conrad Albert das neu geschaffene Vorstandsressort Legal, Distribution & Regulatory Affairs übernommen, Dr. Christian Wegner verantwortet seither das Ressort New Media & Diversification. Gegenstand dieser Sitzung waren außerdem verschiedene operative sowie personalspezifische Themen wie der „Organization and Talent Review“-Prozess (OTR-Prozess). Ziel des OTR-Prozesses ist es, Nachwuchstalente im Konzern gezielt zu fördern.
- › In der letzten ordentlichen Sitzung des Geschäftsjahres, am 24. November 2011, hat der Aufsichtsrat die Budgetplanung für das Geschäftsjahr 2012 verabschiedet.
- › Per Umlaufbeschluss vom 30. Dezember 2011 hat der Aufsichtsrat der Übernahme einer 71,14-prozentigen Mehrheit an der Produktionsfirma CPL Productions Ltd. mit Sitz in Großbritannien zugestimmt. Damit trägt die ProSiebenSat.1 Group ihrer Strategie Rechnung, die Präsenz der Programmdistributionstochter Red Arrow Entertainment Group im englischsprachigen Raum zu erhöhen.
- › In einem weiteren schriftlichen Umlaufverfahren hat der Aufsichtsrat am 30. Dezember 2011 dem Abschluss eines Vertrages mit der Deutschen Telekom AG zugestimmt, in dem die Rechte zur Verbreitung von Standard Definition TV (SD) und High Definition TV (HD) für die deutschen Free- und Pay-TV Sender der Gesellschaft erweitert werden.

Insgesamt fanden 2011 vier ordentliche und eine außerordentliche Präsenzsitzung des Aufsichtsrats statt; eine weitere Präsenzsitzung wurde im Anschluss an die ordentliche Hauptversammlung 2011 abgehalten. Alle Aufsichtsratsmitglieder haben an mehr als der Hälfte dieser Sitzungen teilgenommen. Außerhalb von Präsenzsitzungen wurden 2011 in acht Fällen Beschlüsse vom Aufsichtsrat gefasst.

Um Interessenkonflikten beim Bieterverfahren zum Verkauf der Geschäftstätigkeiten der ProSiebenSat.1 Group in den Niederlanden und in Belgien vorzubeugen, hat Adrianus Johannes Swartjes aufgrund seiner Funktion als Vorstandsvorsitzender der Telegraaf Media Groep N.V., einem der Interessenten in dem Bieterverfahren, die Sitzung am 29. März 2011 bei diesem Thema verlassen sowie nicht an der außerordentlichen Aufsichtsratssitzung am 19. April 2011 teilgenommen. Zudem hat Robin Bell-Jones aufgrund seiner Position als Non-Executive Director einer Fernsehproduktionsgesellschaft bei der Diskussion über mögliche Beteiligungen an Fernsehproduktionsfirmen die Sitzungen bei diesen Agendapunkten verlassen, um auch hier Interessenkonflikte zu vermeiden. Das Thema trat in der Sitzungen vom 27. September 2011 sowie in der Sitzung vom 24. November 2011 auf. Ansonsten ergaben sich im Berichtsjahr im Aufsichtsrat keine Interessenkonflikte.

Robin Bell-Jones, Seite 31.

Bericht über die Arbeit der Ausschüsse

Der Aufsichtsrat hat auch im Berichtsjahr 2011 drei Ausschüsse eingesetzt, um seine Arbeit effizient wahrzunehmen: den Präsidialausschuss („Presiding Committee“), den Personalausschuss („Compensation Committee“) sowie den Prüfungsausschuss („Audit and Finance Committee“):

- › Der **Präsidialausschuss** bereitet die Aufsichtsratssitzungen vor und stimmt Maßnahmen von besonderer betrieblicher Bedeutung wie beispielsweise dem Erwerb von Programmrechten zu. Dieser Ausschuss verantwortet zudem die Aufgaben eines Nominierungsausschusses gemäß dem Deutschen Corporate Governance Kodex: Er schlägt dem Aufsichtsratsgremium geeignete Kandidaten für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung vor. Der Präsidialausschuss kam im Jahr 2011 zu zwei Sitzungen zusammen, sieben Beschlüsse wurden im Umlaufverfahren gefasst.

- › Der **Personalausschuss** bereitet für das Aufsichtsratsplenium verschiedene Beschlussfassungen zu personalspezifischen Vorstandsthemen vor. Dazu zählt beispielsweise die jährliche Überprüfung der Vergütung der Vorstandsmitglieder durch den Gesamtaufsichtsrat. Im Jahr 2011 fanden drei Sitzungen des Personalausschusses statt, er fasste sechs Beschlüsse im Umlaufverfahren.
- › Der **Prüfungsausschuss** trat im Jahr 2011 fünfmal zusammen, ein Beschluss wurde im schriftlichen Umlaufverfahren gefasst. Verschiedene Maßnahmen der Geschäftsführung sind an seine Zustimmung gebunden. Eine zentrale Aufgabe des Prüfungsausschusses besteht darin, die Finanzberichte vor der Veröffentlichung mit dem Vorstand zu erörtern. Einen weiteren Beratungsschwerpunkt bilden Fragen des Risikomanagements und der Compliance. Der Aufsichtsrat hat dem Audit and Finance Committee zudem verschiedene Aufgaben im Hinblick auf die Abschlussprüfung übertragen.

Über die Arbeit der Ausschüsse wurde der Aufsichtsrat in den Plenarsitzungen regelmäßig und umfassend informiert.

Prüfung des Jahres- und Konzernabschlusses 2011

Der Jahres- und Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG sowie der Lage- und Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr 2011 sind von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (KPMG), Niederlassung München, ordnungsgemäß geprüft und mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden. Prüfungsschwerpunkte waren: Prüfung der Werthaltigkeit des Geschäfts- oder Firmenwertes und sonstiger immaterieller Vermögenswerte gemäß IAS 36, Wertminderung von Vermögenswerten („IAS 36“), Bewertung des Programmvermögens, Ansatz und Bewertung der latenten Steuern im Konzern in Übereinstimmung mit IAS 12, Ertragsteuern („IAS 12“), Vollständigkeit und Bewertung der Rückstellungen einschließlich der Rückstellungen für Rechtsstreitigkeiten, Umsatzlegung in Übereinstimmung mit den Anforderungen des IAS 18, Erträge („IAS 18“), Ansatz und Bewertung von Finanzinstrumenten sowie Plausibilisierung der Angaben im Konzernlagebericht.

Der Aufsichtsrat hat die vorstehenden Unterlagen eingehend geprüft. Alle Abschlussunterlagen sowie die Prüfungsberichte der KPMG lagen den Mitgliedern des Aufsichtsrats rechtzeitig vor. Sie wurden zunächst im Prüfungsausschuss und anschließend im Gesamtaufsichtsrat jeweils in Gegenwart des zuständigen Wirtschaftsprüfers ausführlich besprochen. Der Abschlussprüfer berichtete dabei über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung. Schwächen des internen Kontroll- und Risikomanagements bezogen auf den Rechnungslegungsprozess wurden dabei nicht festgestellt. Umstände, die die Befangenheit des Abschlussprüfers besorgen lassen, lagen nicht vor. Ferner hat der Abschlussprüfer Leistungen zusätzlich zu den Abschlussprüferleistungen erbracht. Die Details zu den Dienstleistungen des Abschlussprüfers und die Höhe der Vergütung sind im Anhang des Konzernabschlusses dargestellt, abgedruckt auf Seite 210 des Geschäftsberichts.

Der Aufsichtsrat hat vom Ergebnis der Abschlussprüfung zustimmend Kenntnis genommen und nach Abschluss seiner eigenen Prüfung festgestellt, dass auch seinerseits keine Einwände zu erheben sind. Der vom Vorstand aufgestellte und vom Abschlussprüfer geprüfte Jahres- und Konzernabschluss sowie der Lage- und Konzernlagebericht wurden vom Aufsichtsrat gebilligt. Damit ist der Jahresabschluss festgestellt. Schließlich hat der Aufsichtsrat auch den Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands geprüft und schloss sich diesem Vorschlag an.

KPMG hat als Abschlussprüfer auch den Bericht des Vorstands über Beziehungen zu verbundenen Unternehmen im Geschäftsjahr 2011 geprüft. Die Prüfung durch den Abschlussprüfer hat keine Beanstandungen ergeben. Es wurde folgender uneingeschränkter Bestätigungsvermerk erteilt: „Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind,
2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war oder Nachteile ausgeglichen worden sind.“

Auch die Überprüfung des Berichts durch den Aufsichtsrat hat zu keinen Beanstandungen geführt. Der Aufsichtsrat schloss sich daher dem Ergebnis der Prüfung durch den Abschlussprüfer an. Nach dem abschließenden Ergebnis seiner eigenen Prüfung erhob der Aufsichtsrat gegen die Erklärung des Vorstands am Schluss des Berichts über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen keine Einwände.

Veränderungen in der Besetzung des Aufsichtsrats

Adrianus Johannes Swartjes hat sein Amt als Mitglied des Aufsichtsrats mit Wirkung zum Ablauf der Hauptversammlung am 1. Juli 2011 niedergelegt. Die Hauptversammlung hat Herman van Campenhout zum Nachfolger gewählt. Im Anschluss an die Hauptversammlung wurde Götz Mäuser zum Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt und Johannes Huth zum stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden.

Dank des Aufsichtsrats

Im Namen des Aufsichtsrats möchte ich dem Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr Engagement und ihre Arbeit im vergangenen Jahr danken. Sie haben damit die erfolgreiche Geschäftsentwicklung der ProSiebenSat.1 Group unterstützt. Zudem danke ich Herrn Swartjes für seine langjährige Tätigkeit im ProSiebenSat.1-Aufsichtsrat.

Unterföhring, im März 2012

Für den Aufsichtsrat



Götz Mäuser,
Vorsitzender

Gewinnverwendungsvorschlag

Erklärung zur
Unternehmensführung und
Corporate Governance-Bericht**MITGLIEDER DES AUF SICHTSRATS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG ZUM 31. DEZEMBER 2011** (Abb. 1)

Götz Mäuser, Aufsichtsratsvorsitzender	Partner bei Permira Beteiligungsberatung GmbH (Permira)	Mitglied des Aufsichtsrats seit: 7. März 2007
Johannes Peter Huth, Stv. Vorsitzender	Partner und Head of Europe bei Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (KKR)	Mitglied des Aufsichtsrats seit: 7. März 2007
Robin Bell-Jones	Partner bei Permira Advisers LLP	Mitglied des Aufsichtsrats seit: 7. März 2007
Herman M.P. van Campenhout	Vorstandsvorsitzender der Telegraaf Media Groep N.V.	Mitglied des Aufsichtsrats seit: 1. Juli 2011 ¹
Gregory Dyke	Company Chairman	Mitglied des Aufsichtsrats seit: 7. Mai 2004
Philipp Freise	Director bei Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd.	Mitglied des Aufsichtsrats seit: 7. März 2007
Lord Clive Hollick	Company Director	Mitglied des Aufsichtsrats seit: 7. März 2007
Dr. Jörg Rockenhäuser	Managing Partner bei Permira Beteiligungsberatung GmbH	Mitglied des Aufsichtsrats seit: 4. Juni 2009
Prof. Dr. Harald Wiedmann	Wirtschaftsprüfer/Rechtsanwalt/Steuerberater, Gleiss Lutz Hootz Hirsch Partnerschaftsgesellschaft von Rechtsanwälten, Steuerberatern	Mitglied des Aufsichtsrats seit: 7. März 2007

¹ Er folgt auf Adrianus Johannes Swartjes, ehemaliger Vorstandsvorsitzender der Telegraaf Media Groep N.V..

Gewinnverwendungsvorschlag

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG wird der Hauptversammlung für das Geschäftsjahr 2011 die Zahlung von 1,17 Euro (Vorjahr: 1,14 Euro) je nennwertloser dividendenberechtigter Vorzugsaktie vorschlagen. Auf die auf den Namen lautenden Stammaktien entfällt eine Dividende von 1,15 Euro (Vorjahr: 1,12 Euro). Dies entspricht einer Ausschüttungssumme von 244,9 Mio Euro (Vorjahr: 241,2 Mio Euro).

Erklärung zur Unternehmensführung und Corporate Governance-Bericht

Erklärung zur Unternehmensführung

Über die Maßstäbe guter Unternehmensführung berichten Vorstand und Aufsichtsrat in ihrer Erklärung zur Unternehmensführung. Sie umfasst neben relevanten Angaben zu Unternehmensführungspraktiken wie beispielsweise eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat auch die jährliche Entsprechenserklärung gemäß § 161 Aktiengesetz (AktG). Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a des Handelsgesetzbuchs (HGB) ist Bestandteil des Lageberichts.

Entsprechenserklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG zum Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 Aktiengesetz

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG erklären, dass den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers am 2. Juli 2010 bekannt gemachten Fassung vom 26. Mai 2010 grundsätzlich entsprochen wird und in der Vergangenheit entsprochen wurde. Lediglich die folgenden Kodexempfehlungen wurden und werden nicht angewendet:

- › Der Vorstand der Gesellschaft hat davon abgesehen, für die Hauptversammlung einen Vertreter für die weisungsgebundene Ausübung des Stimmrechts der Aktionäre zu bestellen (Ziff. 2.3.3 DCGK), da hierfür aufgrund der derzeitigen Anteilseignerstruktur und der geringen Anzahl der in der Hauptversammlung stimmberechtigten Aktionäre im Moment kein Bedarf besteht.
- › Die von der Gesellschaft für Vorstand und Aufsichtsrat abgeschlossenen D&O-Versicherungsverträge sehen einen Selbstbehalt für die versicherten Mitglieder des Vorstands in dem gesetzlich (§ 93 Abs. 2 Satz 3 AktG in Verbindung mit § 23 Abs. 1 EGAktG) und anstellungsvertraglich vorgegebenen Rahmen vor. Nach Auffassung von Vorstand und Aufsichtsrat ist ein Selbstbehalt jedoch kein geeignetes Mittel, das Verantwortungsbewusstsein und die Motivation der Organmitglieder zu steigern. Ein Selbstbehalt ist für Aufsichtsratsmitglieder deswegen derzeit entgegen der Empfehlung in Ziff. 3.8 DCGK nicht vereinbart.
- › Das erstmals von der ordentlichen Hauptversammlung im Mai 2005 als Teil der Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien verabschiedete und zuletzt von der ordentlichen Hauptversammlung im Juni 2010 erneuerte Aktienoptionsprogramm („Long Term Incentive Plan“) sieht ausschließlich an den Aktienkurs der Gesellschaft geknüpfte Erfolgsziele vor. Auf zusätzliche unternehmensbezogene Vergleichsparameter (Ziff. 4.2.3 DCGK) wurde verzichtet, da wegen der Besonderheiten des deutschen TV-Werbemarktes mit der Gesellschaft vergleichbare in- oder ausländische Unternehmen derzeit nicht bestehen.
- › Für die im Geschäftsjahr 2011 bestellten Vorstandsmitglieder sehen die Vorstandsverträge einen sogenannten Abfindungs-Cap vor. Auch soweit die Gesellschaft künftig neue Vorstandsverträge abschließt oder bestehende Vorstandsverträge ändert, wird die Gesellschaft darauf achten, dass Zahlungen an ein Vorstandsmitglied bei vorzeitiger Beendigung der Vorstandstätigkeit ohne wichtigen Grund einschließlich Nebenleistungen den Wert von zwei Jahresvergütungen nicht überschreiten (Abfindungs-Cap) und nicht mehr als die Restlaufzeit des Anstellungsvertrages vergüten. Lediglich die vor dem Geschäftsjahr 2011 abgeschlossenen Vorstandsverträge sehen keinen sogenannten Abfindungs-Cap (Ziff. 4.2.3 DCGK) vor, da die Gesellschaft dies zum damaligen Zeitpunkt nicht für zweckmäßig hielt.
- › Der Aufsichtsrat der Gesellschaft hat davon abgesehen, die Empfehlungen in Ziff. 5.4.1 Abs. 2 und 3 DCGK anzuwenden. Nach Ziff. 5.4.1 Abs. 2 und 3 DCGK soll der Aufsichtsrat für seine Zusammensetzung konkrete Ziele benennen, die unter Beachtung der unternehmensspezifischen Situation die internationale Tätigkeit des Unternehmens, potenzielle Interessenskonflikte, eine festzulegende Altersgrenze für Aufsichtsratsmitglieder und Vielfalt (Diversity) berücksichtigen. Diese konkreten Ziele sollen insbesondere eine angemessene Beteiligung von Frauen vorsehen. Vorschläge des Aufsichtsrats an die zuständigen Wahlgremien sollen diese Ziele berücksichtigen. Die Zielsetzung des Aufsichtsrats und der Stand der Umsetzung sollen im Corporate Governance-Bericht veröffentlicht werden.

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft ist der Auffassung, dass eine solche formalisierte Zielvorgabe betreffend seine Zusammensetzung nicht erforderlich ist, insbesondere nicht, um die

vom Deutschen Corporate Governance Kodex genannten Kriterien für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats zu gewährleisten. Vielmehr ist der Aufsichtsrat der Auffassung, dass auch ohne eine formalisierte Zielvorgabe die Zusammensetzung des Aufsichtsrats im besten Interesse der Gesellschaft erfolgen wird.

- Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten ausschließlich eine feste Vergütung, eine erfolgsorientierte, variable Vergütung (Ziff. 5.4.6 DCGK) ist daneben nicht vorgesehen. Die Gesellschaft hält eine angemessene feste Vergütung für besser geeignet, um der unabhängig vom Unternehmenserfolg zu erfüllenden Kontrollfunktion des Aufsichtsrats Rechnung zu tragen.

Die ProSiebenSat.1 Media AG beabsichtigt, den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der im amtlichen Teil des elektronischen Bundesanzeigers am 2. Juli 2010 bekannt gemachten Fassung vom 26. Mai 2010 mit obiger Maßgabe auch in Zukunft zu entsprechen.

Im März 2012
Vorstand und Aufsichtsrat der
ProSiebenSat.1 Media AG

Relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken

Die Einhaltung von Verhaltensregeln, Gesetzen und Richtlinien wird bei der ProSiebenSat.1 Group durch einen Verhaltenskodex mit konzernweiter Gültigkeit sichergestellt. Dieser sogenannte „Code of Compliance“ legt die fundamentalen Prinzipien und die wichtigsten Richtlinien und Handlungsweisen für das Verhalten im Geschäftsleben fest. Gerade in geschäftlichen, rechtlichen oder ethischen Konfliktsituationen dient er Mitarbeitern und Führungskräften der ProSiebenSat.1 Group als wertvolle Hilfestellung. Die Einhaltung des Code of Compliance wird sorgfältig überwacht. Die konzernweite Umsetzung des Verhaltenskodex wird begleitet vom Compliance-Beauftragten, in enger Zusammenarbeit mit den Bereichen Human Resource Management, Group Controlling und Legal Affairs. Der Code of Compliance kann im Internet unter www.prosiebensat1.com/de/unternehmen/corporate-governance/erklarung-zur-unternehmensfuehrung heruntergeladen werden.

Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG bestand zum 31. Dezember 2011 aus fünf Mitgliedern; dem Aufsichtsrat gehören laut Satzung neun Mitglieder an. Jedes Vorstandsmitglied verantwortet einen eigenen Zuständigkeitsbereich, über den es seine Vorstandskollegen laufend unterrichtet.

Die Zusammenarbeit und Zuständigkeiten des Vorstands werden durch eine Geschäftsordnung geregelt: Sitzungen des Gesamtvorstands finden in der Regel wöchentlich statt und werden vom Vorstandsvorsitzenden geleitet. In den Sitzungen werden unter anderem Beschlüsse zu Maßnahmen und Geschäften gefasst, die nach der Geschäftsordnung des Vorstands die Zustimmung des Gesamtvorstands erfordern. Um Beschlüsse fassen zu können, müssen mindestens die Hälfte der Vorstandsmitglieder an der Beschlussfassung teilnehmen. Beschlüsse des Gesamtvorstands werden mit einfacher Mehrheit gefasst. Im Falle einer Stimmgleichheit entscheidet die Stimme des Vorstandsvorsitzenden. Bei wesentlichen Ereignissen kann jedes Vorstandsmitglied sowie der Aufsichtsrat eine außerordentliche Sitzung des Gesamtvorstands einberufen. Beschlüsse des Vorstands können auch außerhalb von Sitzungen durch mündliche, telefonische oder schriftliche Abstimmung sowie durch Abstimmung in Textform gefasst werden. Zu jeder Sitzung des Gesamtvorstands sowie zu jeder außerhalb einer Sitzung erfolgten Beschlussfassung wird ein schriftliches Protokoll angefertigt. Dieses Protokoll wird in der darauffolgenden Sitzung dem Gesamtvorstand zur Genehmigung vorgelegt und vom Vorstandsvorsitzenden unterzeichnet. Zusätzlich zu den regelmäßigen Sitzungen des Vorstands findet mindestens ein Strategie-Workshop im Jahr statt. Im Rahmen solcher Workshops werden strategische Zielsetzungen konzernweit priorisiert und gemeinsam mit leitenden Angestellten aus verschiedenen Unternehmensbereichen die Strategie für das laufende Geschäftsjahr entwickelt. Das Ergebnis der Klausur Ende Juni war die Konkretisierung der Wachstumsziele 2015 in einer Vier-Säulen-Strategie.

[Unternehmensausblick, Seite 123.](#)

Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat zeitnah und umfassend schriftlich sowie in den quartalsweise stattfindenden Aufsichtsratssitzungen über die Planung, die Geschäftsentwicklung und die Lage des Konzerns einschließlich des Risikomanagements sowie über die Compliance. Bei wesentlichen Ereignissen wird gegebenenfalls eine außerordentliche Aufsichtsratssitzung einberufen. Der Aufsichtsrat wird vom Vorstand in Strategie und Planung sowie in alle Fragen von grundlegender Bedeutung für das Unternehmen eingebunden. Die Geschäftsordnung des Vorstands sieht für bedeutende Geschäftsvorgänge Zustimmungsvorbehalte zugunsten des Aufsichtsrats vor. So ist beispielsweise für die Festlegung der Jahresplanung, größere Akquisitionen oder Investitionen in Programmlizenzen die Zustimmung des Aufsichtsrats erforderlich. Nähere Informationen zur Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat und wichtigen Beratungsthemen im Geschäftsjahr 2011 sind auf den Seiten 21 bis 23 zu finden.

Für seine Arbeit hat sich der Aufsichtsrat eine Geschäftsordnung gegeben: Danach koordiniert der Aufsichtsratsvorsitzende die Arbeit im Aufsichtsrat, leitet dessen Sitzungen und nimmt die Belange des Gremiums nach außen wahr. Der Aufsichtsrat fasst seine Beschlüsse in der Regel in Sitzungen. Auf Anweisung des Aufsichtsratsvorsitzenden können Beschlüsse jedoch auch in Telefon- oder Videokonferenzen oder außerhalb einer Sitzung gefasst werden. Ebenfalls zulässig ist eine Beschlussfassung durch eine Kombination von Stimmabgaben in Sitzungen mit anderen Formen der Stimmabgabe.

Der Aufsichtsrat ist beschlussfähig, wenn mindestens die Hälfte seiner Mitglieder an der Abstimmung teilnimmt. Beschlussfassungen des Aufsichtsratsgremiums werden grundsätzlich mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen gefasst, soweit nicht das Gesetz eine andere Mehrheit vorschreibt. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Aufsichtsratsvorsitzenden, bei dessen Nichtteilnahme die des stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden.

Die Aufsichtsratssitzungen werden protokolliert, das Protokoll wird vom Aufsichtsratsvorsitzenden unterzeichnet. Beschlüsse, die außerhalb von Sitzungen gefasst werden, werden ebenfalls schriftlich festgehalten. Eine Kopie des Protokolls bzw. der außerhalb einer Sitzung gefassten Beschlüsse wird unverzüglich an alle Mitglieder des Aufsichtsrats versendet. Die Aufsichtsratsmitglieder, die an der Sitzung oder der Beschlussfassung teilgenommen haben, können innerhalb eines Monats nach Versand gegenüber dem Aufsichtsratsvorsitzenden schriftlich Widerspruch einlegen. Andernfalls gilt das Protokoll bzw. der Beschluss als genehmigt.

Eine gute Unternehmensführung setzt eine vertrauensvolle und effiziente Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat voraus. Entsprechend der Empfehlung in Ziffer 5.6 des DCGK führt der Aufsichtsrat regelmäßig eine Effizienzprüfung durch. Für das Geschäftsjahr 2011 wurde diese Prüfung in der Bilanzsitzung vom 29. März 2011 im Rahmen einer Selbstevaluation durchgeführt. Wesentliche Themen waren unter anderem das Selbstverständnis des Aufsichtsrats, die Organisation seiner Tätigkeit, die Unabhängigkeit der Aufsichtsratsmitglieder, die Behandlung von potenziellen Interessenkonflikten sowie die Besetzung der Ausschüsse. Insgesamt kam der Aufsichtsrat zu einem positiven Ergebnis.

Zusammensetzung und Arbeitsweise der Ausschüsse

Der Vorstand hat keine Ausschüsse eingerichtet; der Aufsichtsrat hat drei Ausschüsse eingesetzt. Die Besetzung der Aufsichtsratsausschüsse erfolgt durch den Aufsichtsrat. Bei der Auswahl der Ausschussmitglieder werden potenzielle Interessenkonflikte der Aufsichtsratsmitglieder und die jeweilige berufliche Qualifikation berücksichtigt. Nachfolgend finden sich nähere Angaben zu den Mitgliedern der Ausschüsse des Aufsichtsrats: (Abb. 2)

ANGABEN ZU DEN MITGLIEDERN DER AUSSCHÜSSE (Abb. 2)

Götz Mäuser	ist seit 1997 Partner bei Permira Beteiligungsberatung GmbH (Permira). Während seiner Tätigkeit bei Permira hat er unter anderem das Media-Team aufgebaut und verschiedene Transaktionen begleitet, darunter Cognis, debitel, Jet Aviation und ProSiebenSat.1. Götz Mäuser begann seine Karriere als Berater bei McKinsey & Co., wo er sechs Jahre in Deutschland und Brasilien tätig war. Götz Mäuser ist Diplom-Kaufmann. Er hat Betriebswirtschaftslehre in Hamburg und Köln studiert und erlangte zusätzlich zu seinem deutschen Abschluss den Master of Business Administration an der New York University, Stern School of Business.
Johannes P. Huth	ist Partner bei Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (KKR) und verantwortet das operative Geschäft in Europa, dem Mittleren Osten und Afrika. Vor seiner Tätigkeit bei KKR war er Mitglied des Management Committee der Investcorp Group. Von 1986 bis 1991 war er Vice President in den M&A-Abteilungen von Salomon Brothers in London und New York. Johannes P. Huth begleitete verschiedene Transaktionen, darunter Wincor Nixdorf, MTU Aero Engines, Kion Group und ProSiebenSat.1. Er hat sein Bachelor-Studium an der London School of Economics mit Auszeichnung abgeschlossen und erlangte einen Master of Business Administration an der Universität von Chicago.
Robin Bell-Jones	ist Partner bei Permira Advisers LLP in London und verantwortet dort Investitionsprojekte in der Medienbranche. Er arbeitet seit Jahren im Technologie-, Medien- und Telekommunikationssektor - zuvor schon im „Merger and Acquisitions-Bereich“ bei der Credit Suisse First Boston sowie BZW in London und San Francisco. Robin Bell-Jones hält einen Doppelabschluss - er hat an der französischen INSEAD einen Master of Business Administration erworben und Sprachwissenschaften an der Oxford Universität in England studiert.
Herman van Campenhout	ist Vorstandsvorsitzender der Telegraaf Media Groep N.V.. Vor seiner Tätigkeit bei dem niederländischen Medienkonzern führte er als CEO die Geschäfte der USG People. 2001 bis Anfang 2010 war er für Reed Elsevier tätig, wo er zuletzt als CEO das Ressort Science und Technology verantwortete. Davor war er von 1984 bis 2001 bei Shell tätig. Er hat an der Erasmus University in Rotterdam studiert und hält einen Master in Law.
Gregory Dyke	hat in leitender Funktion bei verschiedenen Konzernen gearbeitet, unter anderem als CEO bei Pearson Television und London Weekend Television sowie als Generaldirektor bei BBC von 2000 bis 2004. Er ist heute freiberuflich als Medienberater tätig. Gregory Dyke ist zudem Kanzler der Universität York und hält Mandate bei der Ambassador Theatre Group Limited (Chairman), beim Brentford FC (Non-Executive Chairman) sowie beim British Film Institute (Chairman). Er studierte an der Universität York in England Politikwissenschaften.
Philipp Freise	leitet als Director das europaweite Mediengeschäft von KKR, wo er seit 2001 tätig ist. Er begann seine berufliche Laufbahn als Berater bei McKinsey & Co. in Frankfurt am Main und New York. Philipp Freise hat einen Diplomstudiengang an der WHU, Otto Beisheim School of Management, in Koblenz absolviert. Er ist Diplom-Kaufmann und hält zudem einen Master of Business Administration, den er an der McCombs School of Business der University of Texas erworben hat.
Lord Clive Hollick	ist seit 1991 Mitglied des House of Lords und Gründer des Institute for Public Policy Research. Er übte verschiedene Führungsaufgaben aus, unter anderem führte er von 1996 bis 2005 als Vorstandsvorsitzender die Geschäfte der United Business Media. In den Jahren 2005 bis 2010 war er bei KKR tätig, zuletzt als Senior Advisor. Lord Clive Hollick hielt zudem Aufsichtsratsmandate bei verschiedenen Unternehmen, unter anderem das Amt des Vorsitzenden bei der SBS Broadcasting Group und dem South Bank Centre (Chairman). Er hält derzeit Mandate bei Diageo Plc. (Non-Executive Senior Director), BMG Music Rights Management GmbH (Non-Executive Director) und Honeywell International Inc. (Non-Executive Director). Lord Clive Hollick hat an der Nottingham University in Großbritannien studiert und promoviert.
Dr. Jörg Rockenhäuser	leitet das deutsche Büro der Permira Beteiligungsberatung GmbH in Frankfurt. Er ist dort Mitglied des weltweiten Boards und Mitglied des Investment Committees. Jörg Rockenhäuser studierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität Münster und hat an der Universität Bochum promoviert. Vor seinem Einstieg bei Permira 2001 war er Principal bei A.T. Kearney. Zudem hält er verschiedene Mandate: Er ist Mitglied des Board of Directors von Netafim, des Boards der American Chamber of Commerce in Germany e.V. und des Beirats der Off Road Kids Stiftung.
Prof. Dr. Harald Wiedmann	ist als Of Counsel bei Gleiss Lutz Hootz Hirsch Partnergesellschaft von Rechtsanwälten, Steuerberatern tätig. Er ist zudem Honorarprofessor für Internationale Rechtsanlegung und Wirtschaftsprüfung an der Technischen Universität Berlin und an der Johann-Wolfgang-Goethe-Universität in Frankfurt am Main. Er ist ehemaliger Vorstandssprecher der KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft AG und war Chairman bei KPMG Europe, bis 2007 war er Präsident des Deutschen Standardisierungsrats. Prof. Dr. Harald Wiedmann studierte Rechtswissenschaften an den Universitäten Tübingen und München und besitzt eine Zulassung als Rechtsanwalt, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer.

Die Aufsichtsratsausschüsse kommen in der Regel quartalsweise zu Sitzungen zusammen. Den Ausschüssen sind verschiedene Aufgaben des Aufsichtsrats zur Beschlussfassung übertragen, insbesondere die Zustimmung zu bestimmten Maßnahmen der Geschäftsführung. Ein Ausschuss ist beschlussfähig, wenn mindestens die Hälfte - mindestens aber drei Mitglieder - an der Beschlussfassung teilnehmen. Beschlüsse in den Ausschüssen werden grundsätzlich mit einfacher Mehrheit der Stimmen gefasst; bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Ausschussvorsitzenden. Zu jeder Ausschusssitzung wird ein schriftliches Protokoll angefertigt und vom Ausschussvorsitzenden unterzeichnet. Auch Beschlussfassungen außerhalb von Sitzungen werden schriftlich festgehalten. Sitzungsprotokolle und Beschlussfassungen werden an alle Mitglieder des jeweiligen Ausschusses versendet. Sie gelten als genehmigt, wenn kein Ausschussmitglied - das an der Sitzung oder der Beschlussfassung teilgenommen hat - dessen Inhalt innerhalb von einer Woche nach Zustellung widerspricht. Die Ausschussvorsitzenden berichten in den Aufsichtsratssitzungen über die Arbeit in den Ausschüssen.

Der Finanzvorstand und der Abschlussprüfer nehmen regelmäßig an den Sitzungen des Prüfungsausschusses teil. Darüber hinaus lädt der Vorsitzende des Prüfungsausschusses regelmäßig insbesondere leitende Angestellte aus den Bereichen Finanzen und Bilanzierung zu Informationszwecken ein. Mindestens einmal im Jahr tagt der Prüfungsausschuss in Abwesenheit von Vorstandsmitgliedern. Für seine Arbeit hat der Aufsichtsrat dem Prüfungsausschuss eine Geschäftsordnung gegeben.

ZUSAMMENSETZUNG DER AUSSCHÜSSE ZUM 31. DEZEMBER 2011 (Abb. 3)

Präsidialausschuss („Presiding Committee“)	Götz Mäuser (Mit-Vorsitzender), Johannes Peter Huth (Mit-Vorsitzender), Robin Bell-Jones, Philipp Freise, Lord Clive Hollick, Dr. Jörg Rockenhäuser
Prüfungsausschuss („Audit and Finance Committee“)	Prof. Dr. Harald Wiedmann (Vorsitzender und unabhängiger Finanzexperte), Götz Mäuser, Johannes Peter Huth, Robin Bell-Jones, Philipp Freise
Personalausschuss („Compensation Committee“)	Götz Mäuser (Vorsitzender), Johannes Peter Huth, Gregory Dyke, Herman van Campenhout ¹

¹ Er folgt auf Adrianus Johannes Swartjes, ehemaliger Vorstandsvorsitzender der Telegraaf Media Groep N.V..

Corporate Governance-Bericht

Mit dem Deutschen Corporate Governance-Kodex wurde ein Standard für eine transparente Kontrolle und Steuerung von Unternehmen etabliert, der sich insbesondere an den Interessen der Aktionäre orientiert. Viele der im DCGK enthaltenen Grundsätze zur Unternehmensführung werden bereits seit langer Zeit bei ProSiebenSat.1 gelebt. Über die Umsetzung der Grundsätze und über relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken berichten wir in dem gemäß Ziff. 3.10 DCGK zu erstattenden Corporate Governance-Bericht.

Grundlegendes zur Unternehmensverfassung

Die ProSiebenSat.1 Media AG ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft mit Sitz in Deutschland. Den Gestaltungsrahmen für die Corporate Governance geben somit neben dem DCGK das deutsche Recht, insbesondere das Aktien- und Kapitalmarktrecht, sowie die Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG vor.

Der Compliance-Beauftragte der ProSiebenSat.1 Media AG verantwortet die Umsetzung der Corporate Governance-Grundsätze, die Überwachung der Einhaltung von gesetzlichen Vorgaben sowie die Dokumentation dieser Prozesse. Zu seinen Aufgaben gehört auch, sich stetig über gesetzliche Neuerungen zu informieren und die Diskussion in der Öffentlichkeit zu verfolgen.

Organe der Gesellschaft

Die ProSiebenSat.1 Media AG hat als deutsche Aktiengesellschaft drei Organe: Hauptversammlung, Aufsichtsrat und Vorstand. Deren Aufgaben und Befugnisse ergeben sich aus dem Aktiengesetz und der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG.

Das deutsche Aktienrecht sieht eine klare personelle Trennung zwischen Führungs- und Kontrollorgan vor: Leitungsorgan ist der Vorstand, der vom Aufsichtsrat bei der Unternehmensführung überwacht und beraten wird. Alle Geschäfte und Entscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung sind, werden in enger Abstimmung des Vorstands mit dem Aufsichtsrat abgewickelt. Dazu ist eine offene Kommunikation und enge Kooperation zwischen den Organen von besonderer Bedeutung.

Die Aktionäre nehmen ihre Mitverwaltungs- und Kontrollrechte auf der Hauptversammlung wahr. Jede Stammaktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme. Die Vorzugsaktien sind - vorbehaltlich zwingender gesetzlicher Vorschriften - nicht mit einem Stimmrecht ausgestattet. Sie vermitteln gemäß § 19 der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG jedoch ein Vorrecht bei der Gewinnverteilung und einen höheren Dividendenanspruch. Die Aktionäre der Gesellschaft werden mit der Einladung zur Hauptversammlung über die einzelnen Tagesordnungspunkte und die Beschlussvorschläge von Vorstand und Aufsichtsrat fristgerecht informiert.

Kommunikation mit dem Kapitalmarkt und Rechnungslegungsgrundsätze

› **Transparenz:** Mit Offenheit und Transparenz soll das Vertrauen der Aktionäre und Kapitalgeber sowie der interessierten Öffentlichkeit gestärkt werden. Daher unterrichtet die ProSiebenSat.1 Media AG regelmäßig über wesentliche Entwicklungen der Geschäftslage und Änderungen im Konzern. Das Unternehmen stellt diese Informationen grundsätzlich zeitgleich allen Aktionären sowie Medienvertretern und der interessierten Öffentlichkeit zur Verfügung. Diese werden auch in englischer Sprache veröffentlicht, um die Internationalität der Interessensgruppen zu berücksichtigen.

Im Sinne einer fairen Kommunikation und zeitnahen Information im In- und Ausland nutzt das Unternehmen insbesondere das Internet als Kommunikationsweg. Auf der Homepage www.prosiebensat1.com werden alle relevanten Unternehmensinformationen publiziert. Geschäfts- und Zwischenberichte, aktuelle Kurs-Charts und Unternehmenspräsentationen sind

dort jederzeit abrufbar. Auf Sonderseiten für die jährliche Hauptversammlung informiert der Konzern über organisatorische und rechtliche Themen rund um die Veranstaltung. Neben der Tagesordnung selbst sind dort im Anschluss an die Versammlung auch die Rede des Vorstandsvorsitzenden sowie die Abstimmungsergebnisse abrufbar. In der Rubrik Corporate Governance veröffentlicht die ProSiebenSat.1 Media AG zudem die aktuelle Erklärung zur Unternehmensführung, die Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG inklusive einem Mehrjahresarchiv sowie die Satzung des Unternehmens.

- **Regelberichterstattung und Ad-hoc-Publizität:** Im Rahmen der Jahres- und Quartalsberichterstattung werden viermal im Geschäftsjahr die Geschäftsentwicklung sowie die Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group erläutert. Insidertatsachen werden entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen auch außerhalb der regelmäßigen Berichterstattung als Ad-hoc-Meldung veröffentlicht und unverzüglich im Internet zugänglich gemacht. Eine Liste aller Ad-hoc-Meldungen eines Jahres ist im Jährlichen Dokument entsprechend den Vorgaben von § 10 Wertpapierprospektgesetz auf der Unternehmenswebsite abrufbar.
- **Finanzkalender:** Im Finanzkalender werden die Veröffentlichungstermine von Finanzberichten und weitere wichtige Termine, wie zum Beispiel das Datum der Hauptversammlung, frühzeitig bekannt gegeben. Der Kalender ist auf der ProSiebenSat.1-Homepage abrufbar und auch in diesem Geschäftsbericht abgedruckt.
- **Beteiligungsmeldungen und Directors' Dealings-Meldungen:** Beteiligungsmeldungen gemäß den §§ 21 ff. Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) werden unverzüglich nach Eingang veröffentlicht. Aktuelle Informationen sind unter www.prosiebensat1.com/de/investor-relations/publikationen/jaehrliches-dokument abrufbar.

Auch Directors' Dealings-Meldungen nach § 15a WpHG werden unverzüglich nach Eingang diesbezüglicher Meldung im Internet veröffentlicht. Im Berichtsjahr wurden der ProSiebenSat.1 Media AG gemäß § 15a WpHG folgende Geschäfte von Personen mit Führungsaufgaben oder ihnen nahestehenden Personen in Aktien der Gesellschaft bzw. sich auf Aktien der Gesellschaft beziehenden Finanzinstrumenten gemeldet:

DIRECTORS' DEALINGS-MELDUNGEN 2011 (Abb. 4)

Name, Vorname	Grund der Mitteilung	Bezeichnung des Finanzinstruments	Kauf/Verkauf	Datum/Ort	Stückzahl	Kurs/Preis in Euro	Geschäftsvolumen in Euro
Salzmann, Axel	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	7. März 2011 Xetra, Frankfurt	90.000	21,26	1.913.538,55
Huth, Johannes P.	Mitteilung aufgrund von Person mit Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Kauf	18. August 2011 Xetra, Frankfurt	75.000	12,37	927.750
Freise, Philipp	Mitteilung aufgrund von Person mit Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Kauf	30. August 2011 Xetra, Frankfurt	10.000	13,11	131.148,47

- › **Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat:** Zum 31. Dezember 2011 hielten Mitglieder des Vorstands insgesamt 1.093.258 Vorzugsaktien an der ProSiebenSat.1 Media AG und 1.065.000 Optionen aus dem Aktienoptionsprogramm der ProSiebenSat.1 Media AG. Aktienoptionen aus diesem sogenannten Long Term Incentive Plan berechtigen bei Erfüllung der Ausübungsvoraussetzungen zum Erwerb je einer ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie. Mitglieder des Aufsichtsrats hielten zum 31. Dezember 2011 insgesamt 96.000 Vorzugsaktien an der ProSiebenSat.1 Media AG.
- › **Rechnungslegungsgrundsätze:** Die Rechnungslegung des ProSiebenSat.1-Konzerns erfolgt nach Grundsätzen der internationalen Rechnungslegung IFRS (International Financial Reporting Standards). Der Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG als Konzern-Muttergesellschaft wird nach den Rechnungslegungsvorschriften des deutschen Handelsgesetzbuches (HGB) erstellt. Beide Abschlüsse werden von einer unabhängigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und testiert. Der Einzelabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG ist - getrennt vom Konzernabschluss - unter www.prosiebensat1.com abrufbar.
- › **Angaben über Aktienoptionsprogramme und ähnliche wertpapierorientierte Anreizsysteme:** Angaben zum Aktienoptionsplan (LTIP) der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Anhang des Konzernabschlusses enthalten, abgedruckt auf Seite 202 des Geschäftsberichts.

Vergütungsbericht

Der Vergütungsbericht ist Bestandteil des geprüften Konzern-Lageberichts. Darin werden die Grundlagen für die Festlegung der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG erläutert sowie die Höhe der Vergütung der einzelnen Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder entsprechend den anwendbaren gesetzlichen Vorschriften und Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 26. Mai 2010.

Vergütung des Vorstands

Vergütungssystem für den Vorstand

Die Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG stehen zusätzlich zu ihrer Organfunktion auch in vertraglicher Beziehung zu der Gesellschaft. Für den Abschluss der Dienstverträge mit den Mitgliedern des Vorstands ist der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG zuständig. Die Dienstverträge mit den Vorstandsmitgliedern haben eine maximale Laufzeit von fünf Jahren und regeln auch die Vergütung.

Personalausschuss, Seiten 23, 32.

Struktur und Höhe der Vorstandsvergütung werden auf Vorschlag des Personalausschusses vom Aufsichtsrat festgelegt und regelmäßig überprüft. Kriterien für die Angemessenheit der Vergütung bilden einerseits die persönliche Leistung sowie der Tätigkeits- und Verantwortungsbereich der einzelnen Vorstandsmitglieder, andererseits die Höhe und Struktur der Vorstandsvergütung in vergleichbaren Unternehmen, die wirtschaftliche Lage der Gesellschaft sowie die Vergütungsstruktur der ProSiebenSat.1 Media AG. Das Vergütungssystem für den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG ist auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet und setzt sich aus fixen und erfolgsbezogenen Komponenten zusammen. Im Geschäftsjahr 2011 bestand die Vorstandsvergütung aus folgenden Komponenten:

- › Sämtliche Vorstandsmitglieder erhielten jeweils ein **fixes Basisgehalt**, das sich am Tätigkeits- und Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds orientiert und monatlich ausgezahlt wird.

Glossar, Seite 223.

- › Zusätzlich zu diesem fixen Basisgehalt erhielten die Vorstandsmitglieder eine **erfolgsabhängige, variable Jahresvergütung** in Form eines Jahresbonus. Die konkrete Ausgestaltung dieses Jahresbonus ist einheitlich in den jeweiligen Vorstandsdienstverträgen geregelt: Die Höhe hängt von dem Erreichen vorab definierter Erfolgsziele ab, die sich aus dem EBITDA und der Netto-Finanzverschuldung des Konzerns sowie persönlichen Zielvereinbarungen zusammensetzen. Dabei kann der Bonus maximal 200 Prozent des vertraglich festgelegten Zielbetrages entsprechen; im Falle von Zielverfehlungen kann die variable Vergütung auch vollständig entfallen.

Bei den 2011 neu bestellten Vorstandsmitgliedern kann der Aufsichtsrat Anteile der erfolgsabhängigen, variablen Jahresvergütung in eine **mehrfährige erfolgsabhängige, variable Vergütung** umwandeln: Die Auszahlungshöhe ist dann nicht mehr ausschließlich von der Erreichung der Erfolgsziele eines Jahres, sondern von der durchschnittlichen Zielerreichung über drei Jahre hinweg abhängig.

Informationen zum LTIP im
Anhang, Seite 202 und
Mitarbeiter, Seite 85.

- › Ferner nehmen die Mitglieder des Vorstands an dem Aktienoptionsprogramm der ProSiebenSat.1 Media AG teil, das im Jahr 2005 eingeführt wurde. Seit der letzten Überarbeitung des Aktienoptionsplans im Jahr 2010 sind die Vorstände nicht mehr bezugsberechtigt bei der Ausgabe neuer Optionen. Jede Aktienoption ist erfolgsabhängig und berechtigt zum Erwerb einer ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie bei Erfüllung der Ausübungsvoraussetzungen. Die Ausübung ist insbesondere an die Erreichung der Erfolgsziele und den Ablauf einer mehrjährigen Wartezeit gebunden.
- › Für alle Mitglieder des Vorstands wurden **Versorgungsverträge** abgeschlossen: Die Gesellschaft zahlt für die Dauer des Dienstverhältnisses einen monatlichen Beitrag auf ein von der Gesellschaft geführtes persönliches Versorgungskonto ein. Der von der Gesellschaft getragene Beitrag entspricht 20 Prozent des jeweiligen fixen Monatsbruttogehalts. Jedes Vorstandsmitglied hat das Recht, im Rahmen der Entgeltumwandlung zusätzliche Beiträge in beliebiger Höhe auf das Versorgungskonto einzuzahlen. Nach Beendigung des Dienstverhältnisses erfolgen keine weiteren Einzahlungen. Die Gesellschaft garantiert das eingezahlte Kapital sowie eine jährliche Verzinsung in Höhe von zwei Prozent. Die eingezahlten Beträge werden am Geld- und Kapitalmarkt angelegt. Wenn das Vorstandsmitglied das 60. Lebensjahr vollendet hat und es mindestens für volle drei Jahre als Vorstand bestellt war, wird ein Ruhegehalt gezahlt. Dieser Anspruch besteht auch im Falle einer dauerhaften Arbeitsunfähigkeit. Das monatliche Ruhegehalt ergibt sich aus einer zum Zeitpunkt der Anspruchsberechtigung versicherungsmathematisch errechneten lebenslangen Altersrente. Anstelle einer lebenslangen Altersrente können die Vorstandsmitglieder bei Eintritt der Anspruchsvoraussetzungen die Auszahlung des Garantiekapitals verlangen.
- › Schließlich erhalten die Mitglieder des Vorstands durch die Bereitstellung von Dienstwagen, Teilnahme an der Gruppenunfallversicherung sowie durch den Abschluss einer Vermögensschaden-Haftpflicht-Gruppenversicherung (D&O-Versicherung) **sonstige nicht erfolgsabhängige Nebenleistungen** in Form geldwerter Vorteile.
- › Für den Fall der vorzeitigen Beendigung des Dienstverhältnisses beinhalten die Vorstandsverträge keine Abfindungszusagen.

Vergütung der Mitglieder des Vorstands für das Geschäftsjahr 2011

Für die zum Ablauf des Geschäftsjahres 2011 von der Gesellschaft bestellten Vorstandsmitglieder wurde die folgende Gesamtvergütung festgesetzt:

VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES VORSTANDS (Abb. 5)

in Tsd. Euro

		Jahreseinkommen			Insgesamt	Mehrjährige variable Jahresvergütung	Pensionen	
		Fixes Basisgehalt	Variable Jahres- vergütung	Fixe Neben- leistungen ²			Dienstzeit- aufwand ³	Leistungs- orientierte Verpflichtung
Thomas Ebeling	2011	1.000,0	947,6	10,9	1.958,5	-	160,5	432,7
	2010	1.000,0	916,7	10,9	1.927,6	-	157,1	275,5
Conrad Albert ¹	2011	125,0	42,2	2,2	169,4	51,6	56,0	13,3
	2010	-	-	-	-	-	-	-
Andreas Bartl	2011	650,0	364,4	16,1	1.030,5	-	91,8	305,9
	2010	650,0	425,0	16,1	1.091,1	-	92,7	221,8
Axel Salzmann	2011	650,0	419,6	19,2	1.088,8	-	96,8	323,3
	2010	650,0	470,0	19,2	1.139,2	-	98,3	235,6
Dr. Christian Wegner ¹	2011	125,0	42,2	2,4	169,6	51,6	44,3	10,5
	2010	-	-	-	-	-	-	-

1 3-Monats Basis: Mitglied des Vorstands seit 1.10.2011.

2 Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungen (exkl. D&O).

3 Dienstzeitaufwand nach IFRS für die in dem jeweiligen Geschäftsjahr verdienten Versorgungsansprüche.
Ohne Berücksichtigung von Ansprüchen aus eigenen Zahlungen (Stand: 31.12.2011 und 31.12.2010).

Im Geschäftsjahr 2011 sind den Pensionsrückstellungen für aktive und ehemalige Mitglieder des Vorstands nach IFRS insgesamt 1,3 Mio Euro (Vorjahr: 1,4 Mio Euro) zugeführt worden. Hiervon entfallen 0,9 Mio Euro auf Personalaufwendungen (Vorjahr: 1,0 Mio Euro) und 0,4 Mio Euro (Vorjahr: 0,4 Mio Euro) auf Zinsaufwendungen. Zum 31. Dezember 2011 belaufen sich die Pensionsrückstellungen für aktive und ehemalige Mitglieder des Vorstands damit in Summe auf 10,1 Mio Euro (Vorjahr: 9,1 Mio Euro).

Zusätzliche Angaben zu aktienbasierten Vergütungsinstrumenten

Der Bestand der von den aktiven Vorständen gehaltenen Aktienoptionen hat sich im Geschäftsjahr 2011 wie folgt entwickelt:

BESTANDSENTWICKLUNG DER VON AKTIVEN VORSTÄNDEN GEHALTENEN AKTIENOPTIONEN IM GESCHÄFTSJAHR 2011 (Abb. 6)

		Bestand am 1.1.		Im Geschäftsjahr ausgeübt/ zurückgekauft			Bestand am 31.12.			Aufwand aus aktienbasierter Vergütung im Geschäfts- jahr (in Tsd. Euro)	
		Anzahl	Gewichteter Durch- schnitt der Ausübungs- preise	Anzahl	Gewichteter Durch- schnitt Aktienkurs	Gewichteter Durch- schnitt der Ausübungs- preise	Anzahl	Gewichteter Durchschnitt der Ausübungs- preise	Band- breite an Ausübungs- preisen		gewichteter Durchschnitt der restlichen Vertrags- laufzeit
Thomas Ebeling	2011	525.000	1,58 €	210.000	15,39 €	1,58 €	315.000	1,58 €	1,58 €	4,00	183,2
	2010	525.000	1,58 €	0	-	-	525.000	1,58 €	1,58 €	5,00	314,5
Andreas Bartl	2011	425.000	8,24 €	110.000	15,39 €	1,58 €	315.000	8,45 €	1,58 € - 16,00 €	3,52	98,4
	2010	454.500	8,71 €	29.500	22,17 €	13,99 €	425.000	6,67 €	1,58 € - 16,00 €	4,65	168,9
Axel Salzmann	2011	450.000	6,39 €	210.000	17,90 €	7,76 €	240.000	5,19 €	1,58 € - 16,00 €	3,75	107,1
	2010	450.000	6,39 €	0	-	-	450.000	6,39 €	1,58 € - 16,00 €	4,67	183,9

Im Geschäftsjahr 2010 und 2011 wurden an die Mitglieder des Vorstands keine Aktienoptionen gewährt.

Nebenleistungen und sonstige Zusagen im Geschäftsjahr 2011

Die ProSiebenSat.1 Media AG unterhält eine Vermögensschaden-Haftpflicht-Gruppenversicherung für Organmitglieder des Konzerns. Diese D&O-Versicherung deckt das persönliche Haftungsrisiko für den Fall ab, dass Vorstandsmitglieder bei der Ausübung ihrer Tätigkeit für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. Die Versicherung enthält eine Selbstbehaltsregelung, wonach die in Anspruch genommenen Vorstandsmitglieder in jedem Versicherungsfall insgesamt 10 Prozent des Schadens selbst, maximal pro Person für alle Versicherungsfälle in einem Versicherungsjahr 150 Prozent ihrer jeweiligen festen jährlichen Vergütung tragen. Maßgeblich für die Berechnung des Selbstbehalts ist die feste Vergütung in dem Kalenderjahr, in dem die Pflichtverletzung begangen wurde.

Die Gesellschaft hat den Mitgliedern des Vorstands weder Darlehen gewährt noch Bürgschaften oder Gewährleistungen übernommen.

Gesamtbezüge der früheren Mitglieder des Vorstands

An frühere Mitglieder des Vorstands wurden im Geschäftsjahr 2011 Gesamtbezüge (Versorgungsleistungen) in Höhe von 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,3 Mio Euro) ausbezahlt. Die Pensionsrückstellungen für frühere Vorstandsmitglieder betragen zum 31. Dezember 2011 nach IFRS 7,8 Mio Euro (Vorjahr: 8,3 Mio Euro).

Im Geschäftsjahr 2011 wurden 62.000 Aktienoptionen von früheren Mitgliedern des Vorstands zurückerworben bzw. ausgeübt. Der gewichtete durchschnittliche Ausübungspreis betrug 16,00 Euro je Option, der gewichtete durchschnittliche Aktienkurs am Tag des Rückerwerbs/der Ausübung der Option belief sich auf 20,48 Euro.

Die 2010 ausgeschiedenen Vorstände haben im Geschäftsjahr 2010 folgende Vergütung erhalten:

VERGÜTUNG DER 2010 AUSGESCHIEDENEN VORSTANDSMITGLIEDER FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2010 (Abb. 7)

in Tsd. Euro

	Jahreseinkommen			Insgesamt	Mehrjährige variable Jahresvergütung	Pensionen	
	Fixes Basisgehalt ²	Variable Jahres- vergütung	Fixe Neben- leistungen ³			Dienstzeit- aufwand ⁴	Leistungs- orientierte Verpflichtung
Dr. Marcus Englert ¹	495,8	116,7	3,3	615,8	-	-	240,1
Dan Marks ¹	1.353,3	-	17,6	1.370,9	-	-	-

¹ Dr. Marcus Englert war in 2010 bis zum 31.7.2010 und Dan Marks vom 1.5. bis 30.9.2010 zum Vorstand bestellt.

² Das Fixum von Marcus Englert enthält eine Kompensationszahlung für ein Wettbewerbsverbot in Höhe von 233.333 Euro, das Fixum von Dan Marks eine Abfindungszahlung in Höhe von 1.178.300 Euro.

³ enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungen (exkl. D&O).

Die Nebenleistung von Dan Marks enthält Zahlungen von Übergangsgeldern im Umzugsfall in Höhe von 10.000 Euro.

⁴ Dienstzeitaufwand nach IFRS für die in dem jeweiligen Geschäftsjahr verdienten Versorgungsansprüche.

Ohne Berücksichtigung von Ansprüchen aus eigenen Zahlungen (Stand:31.12.2010).

Vergütung des Aufsichtsrats

Vergütungssystem für den Aufsichtsrat

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG festgelegt: Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten eine **feste jährliche Vergütung**. Sie beträgt laut Satzung für die ordentlichen Aufsichtsratsmitglieder 50.000 Euro und für den Aufsichtsratsvorsitzenden bzw. den stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden jeweils 100.000 Euro. Zudem werden **Sitzungsgelder** für die Mitarbeit in den Ausschüssen gezahlt. Dabei erhalten die Ausschussvorsitzenden den doppelten Betrag des Sitzungsgeldes. Eine erfolgsorientierte, variable Vergütung wird nicht gewährt.

Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2011

Die Aufsichtsratsmitglieder bezogen für das Geschäftsjahr 2011 folgende Vergütung:

VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES AUF SICHTSRATS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011 (Abb. 8)

in Tsd. Euro

		Fixe Grundvergütung	Sitzungsgelder Präsidialausschuss	Sitzungsgelder Prüfungsausschuss	Sitzungsgelder Personalausschuss	Gesamt
Götz Mäuser	2011	100,0	6,0	12,0	6,0	124,0
	2010	100,0	12,0	15,0	6,0	133,0
Johannes Peter Huth	2011	100,0	6,0	12,0	7,5	125,5
	2010	100,0	12,0	6,0	9,0	127,0
Robin Bell-Jones	2011	50,0	3,0	15,0	-	68,0
	2010	50,0	6,0	12,0	-	68,0
Herman M.P. van Campenhout ¹	2011	25,0	-	-	-	25,0
	2010	-	-	-	-	-
Gregory Dyke	2011	50,0	-	-	4,5	54,5
	2010	50,0	-	-	4,5	54,5
Philipp Freise	2011	50,0	3,0	12,0	-	65,0
	2010	50,0	4,5	15,0	-	69,5
Lord Clive Hollick	2011	50,0	3,0	-	-	53,0
	2010	50,0	4,5	-	-	54,5
Dr. Jörg Rockenhäuser	2011	50,0	3,0	-	-	53,0
	2010	50,0	4,5	-	-	54,5
Adrianus Johannes Swartjes ²	2011	25,0	-	-	1,5	26,5
	2010	50,0	-	-	6,0	56,0
Prof. Dr. Harald Wiedmann	2011	50,0	-	30,0	-	80,0
	2010	50,0	-	30,0	-	80,0
Summe	2011	550,0	24,0	81,0	19,5	674,5
	2010	550,0	43,5	78,0	25,5	697,0

1 6-Monats Basis: Mitglied des Aufsichtsrats seit 1. Juli 2011.

2 6-Monats Basis: Mitglied des Aufsichtsrats bis 30. Juni 2011.

Zusätzlich zu dieser fixen Jahresvergütung bzw. den Sitzungsgeldern erhielten die Mitglieder des Aufsichtsrats einen Ersatz aller Auslagen sowie eine Ausgleichszahlung für die auf ihre Vergütung und Auslagen zu entrichtende Umsatzsteuer. Eine D&O-Versicherung deckt das persönliche Haftungsrisiko für den Fall ab, dass Organmitglieder bei der Ausübung ihrer Tätigkeit für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. Ein Selbstbehalt für Aufsichtsratsmitglieder ist in der Versicherung nicht vereinbart.

Vergütungen und Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Geschäftsjahr 2011 und in der Vorperiode nicht gewährt. Mitglieder des Aufsichtsrats beziehen vom Unternehmen keine Kredite.

KONZERN- LAGEBERICHT

44.....DAS JAHR 2011 IM ÜBERBLICK

46 __ Geschäft und Rahmenbedingungen

46.....Unternehmensstruktur und
Geschäftsfelder

47.....Organisation und rechtliche
Konzernstruktur

51.....Konzerninternes Steuerungssystem

54.....Rechtliche Rahmenbedingungen

55.....Medienpolitische Rahmenbedingungen

57.....Wirtschaftliche und branchenspezifische
Rahmendaten

60.....TV-HIGHLIGHTS 2011

62 __ Geschäftsverlauf

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

63.....Wesentliche Einflussfaktoren auf die
Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

67.....Ertragslage des Konzerns

71.....Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

80 __ Segmentbericht

83 __ Mitarbeiter

88 __ Die ProSiebenSat.1-Aktie

92 __ Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

92.....Beliebte Marken

93.....Langjährige Lieferantenbeziehungen

93.....Solide Kundenbeziehungen

94.....Forschung und Entwicklung

95.....Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

97.....Unabhängigkeit und Transparenz

98.....ÖFFENTLICHES ENGAGEMENT

100 __ Nachtragsbericht

101 __ Risikobericht

101.....Risikomanagementsystem

103.....Entwicklung der Einzelrisiken

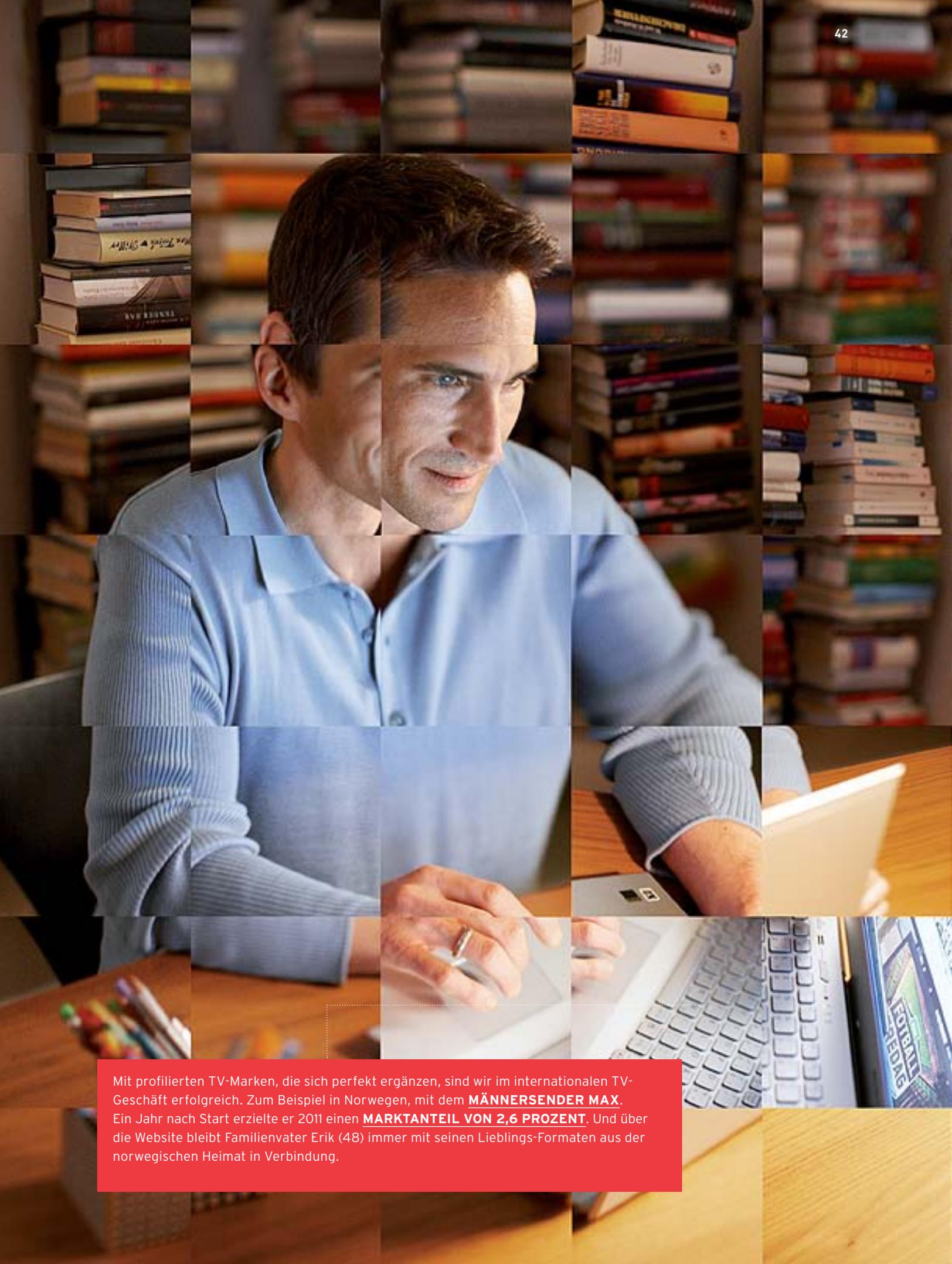
116 __ Prognosebericht

116.....Chancenbericht

118.....Künftige wirtschaftliche
Rahmenbedingungen

120.....PROGRAMMAUSBLICK 2012

122.....Unternehmensausblick

A man with dark hair and a light blue polo shirt is sitting at a wooden desk, looking at a laptop. He is wearing a ring on his left hand. The background is filled with bookshelves containing many books. The image is composed of several overlapping rectangular panels.

Mit profilierten TV-Marken, die sich perfekt ergänzen, sind wir im internationalen TV-Geschäft erfolgreich. Zum Beispiel in Norwegen, mit dem **MÄNNERSENDER MAX**. Ein Jahr nach Start erzielte er 2011 einen **MARKTANTEIL VON 2,6 PROZENT**. Und über die Website bleibt Familienvater Erik (48) immer mit seinen Lieblings-Formaten aus der norwegischen Heimat in Verbindung.

BROADCASTING INTERNATIONAL

SÄULE 2

Schon jetzt ist ProSiebenSat.1 mit 28 TV- und zahlreichen Radio-Sendern in 10 Ländern vertreten. Dank dieser internationalen Ausrichtung profitieren wir gezielt von den **STÄRKEN REGIONALER MÄRKTE** - und können konjunkturelle Schwankungen besser ausgleichen. Deshalb haben wir unser Engagement im internationalen TV-Geschäft als zweite Wachstumssäule definiert. Wir werden es weiter ausbauen: wann und wo immer das sinnvoll ist.

Auch außerhalb von Deutschland setzt ProSiebenSat.1 jeweils auf ein Portfolio aus mehreren, sich ergänzenden Sendermarken, um alle werberelevanten Zielgruppen zu erreichen. Ein gutes Beispiel für den Erfolg dieser Strategie bieten die skandinavischen Länder, in denen wir überdurchschnittlich hohe **WACHSTUMSRATEN** verbuchen. Allein in Norwegen lag der Zuschauer-Marktanteil unserer vier Sender TVNorge, FEM, The Voice und MAX im Jahr 2011 bei 17,4 Prozent - und damit 3,0 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert. Im TV-Geschäft ist das eine enorme Steigerung! Daran hat MAX den größten Anteil: erst Ende 2010 gestartet, erreichte der Männer-sender 2011 einen Marktanteil von 2,6 Prozent. Daran knüpfen wir an: Seit Januar 2012 wendet sich unser neuer Sender VOX in Norwegen speziell an Zuschauer über 30 und damit an eine für den Werbemarkt besonders interessante Zielgruppe.

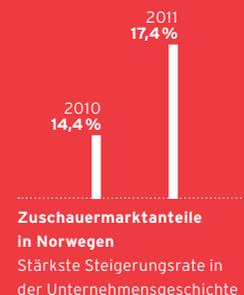
In Nordeuropa sind es auch die Rahmenbedingungen, die außergewöhnliche Wachstums-Chancen bieten. Die TV-Sender profitieren dort nicht nur vom Verkauf von Werbezeiten, sondern werden zusätzlich von den Kabelnetzbetreibern an den Erträgen aus Abo-Gebühren beteiligt. So lassen sich auch unabhängig vom Werbemarkt kontinuierlich wachsende Einnahmen erzielen.

SÄULE 2 - FACTS & FIGURES



+24,3
Prozent

Distributionserlöse 2011
In den nordischen Ländern
117,6 Millionen Euro, ein Plus von 24,3 Prozent gegenüber 2010



2011 war ein Rekordjahr für die ProSiebenSat.1 Group. Unsere Chronik zeigt die Ereignisse im Überblick.

DAS JAHR 2011 IM ÜBERBLICK

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

UNTERNEHMEN

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

OKTOBER...ProSiebenSat.1 lädt zum Capital Markets Day ein. Die ProSiebenSat.1 Group stellt Analysten auf dem Capital Markets Day am 5. Oktober ihre Wachstumsstrategie vor. Die Gruppe sieht bis 2015 ein zusätzliches Umsatzpotenzial in Höhe von über 750 Mio Euro. Bis zu diesem Zeitpunkt sollen rund 50 Prozent des Gesamtumsatzes jenseits des klassischen TV-Werbemarkts erzielt werden.

OKTOBER...ProSiebenSat.1 erweitert Vorstand. Conrad Albert und Dr. Christian Wegner gehören seit 1. Oktober 2011 zum Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG. Conrad Albert leitet das neu geschaffene Vorstandsressort Legal, Distribution & Regulatory Affairs. Dr. Christian Wegner übernimmt das Ressort New Media & Diversification.

AUGUST...9Live wird eingestellt. Im August stellt die ProSiebenSat.1 Group den Sendebetrieb von 9Live endgültig ein. Grund ist ein kontinuierlicher Erlösrückgang bei dem Transaktionskanal. Nach der Schließung von 9Live hat der Frauensender sixx den Sendepplatz übernommen. Dadurch kann sixx seine technische Reichweite deutlich steigern.

SEPTEMBER...HbbTV-Livebetrieb bei kabel eins ausgeweitet. Neben SAT.1 und ProSieben ist unser HbbTV-Angebot seit September 2011 auch bei kabel eins verfügbar. Mit einem einfachen Druck auf die rote Taste der Fernbedienung (sogenannter „Red Button“) wechselt der Zuschauer in eine multimediale Welt. Die ProSiebenSat.1 Group setzt konsequent auf neue Technologien, um Werbekunden alle Möglichkeiten moderner Vermarktung zu bieten.

BROADCASTING GERMAN-SPEAKING

OKTOBER...Verbreitung der Sender langfristig gesichert - auch in HD. 2011 hat der Konzern wichtige Verträge mit Kabelnetzbetreibern geschlossen: Unitymedia übernimmt weiterhin die Verbreitung von SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx in Hessen und Nordrhein-Westfalen. Im August hatte die Gruppe bereits ihre bestehende Vereinbarung mit Kabel Baden-Württemberg verlängert, im Juli schloss das Unternehmen einen langfristigen Vertrag mit Kabel Deutschland über die Verbreitung der Free-TV-, Pay-, HD- und Video-on-Demand-Angebote. Erstmals bieten die Kabelnetzbetreiber die ProSiebenSat.1-Programme auch in HD an.

OKTOBER...sixx erzielt neuen Quotenrekord. Im Oktober bricht sixx sämtliche Rekorde: Am 13. Oktober 2011 erreicht der Frauensender mit 1,4 Prozent in der werberelevanten Zielgruppe der 14 bis 49-Jährigen den besten Tagesmarktanteil seit Start im Mai 2010. Auf Monatssicht legte der Sender zudem mit 0,8 Prozent ein neues Hoch vor. Den Werbemarkt hat sixx ebenfalls überzeugt. sixx bietet Sonderwerbeformen und maßgeschneiderte vernetzte Kampagnen an – vor allem für TV-Neukunden.



NOVEMBER...„The Voice of Germany“ erobert Deutschland. (a) Am 24. November startet auf SAT.1 und ProSieben die Erfolgsshow „The Voice of Germany“. Das Format von John de Mol begeistert die Zuschauer von Anfang an und beschert Marktanteile von über 30 Prozent. Die Musikshow, bei der nur die Stimme zählt, sichert den Sendern zahlreiche Prime-Time-Siege.

BROADCASTING INTERNATIONAL

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



JULI...Verkauf der niederländischen Aktivitäten vollzogen. Am 29. Juli wird der Verkauf der niederländischen TV- und Print-Aktivitäten an ein internationales Bieterkonsortium abgeschlossen. Die Veräußerung der belgischen TV-Beteiligungen erfolgte bereits im Juni. Im April hatte der Konzern bekannt gegeben, sich von den Unternehmen beider Märkte zu trennen. Die belgische Produktionsgesellschaft Sultan Sushi bleibt Bestandteil des Konzerns.

AUGUST...Norwegischer TV-Sender auf Rekordkurs. (b) Im August 2011 verbucht der norwegische Sender MAX einen Marktanteil von 3,3 Prozent und damit seinen Jahresbestwert. Knapp ein Jahr nach seinem Start übertraf der erfolgreiche Männersender damit alle Erwartungen und verhalf der norwegischen Gruppe 2011 zu einem deutlichen Plus. TV Norge, FEM, MAX und The Voice steigerten ihren gemeinsamen Marktanteil um 3,0 Prozentpunkte auf 17,4 Prozent.

APRIL...ProSiebenSat.1 gründet Seven Ventures. Im April gründet die ProSiebenSat.1 Group das Tochterunternehmen Seven Ventures. Es bündelt verschiedene Beteiligungen bei sich, darunter die Media-for-Revenue- und Media-for-Equity-Geschäftsmodelle, bei denen Unternehmen Werbezeit gegen Umsatz- oder Firmenbeteiligungen erhalten. 2011 belief sich die Zahl der Share-Beteiligungen auf 36.

DIGITAL & ADJACENT

JULI...ProSiebenSat.1 erwirbt führende Games-Anbieter. Die ProSiebenSat.1 Group treibt ihre Expansion im Games-Geschäft weiter voran. Der Konzern erwirbt im Juni über seine Tochterfirma ProSiebenSat.1 Digital mit burdaic einen der führenden Anbieter kostenloser Online-Spiele in Europa. Zugleich hat das Unternehmen eine Mehrheitsbeteiligung von 51 Prozent an Covus Games, Betreiber von browsergames.de, übernommen.

SEPTEMBER...MyVideo ist Marktführer. Im September launcht MyVideo seine erste iPad-App. Bereits 24 Stunden später steht sie bei iTunes auf Platz eins der Downloadcharts und bleibt für zwei Wochen an der Spitze. Die führende Musik-Video-Seite der ProSiebenSat.1 Group verbindet TV, Film und Musik. Die User können kostenlos auf über 160.000 Premiuminhalte zugreifen. Mit 450 professionellen Special-Interest-Kanälen und exklusivem Zugang zu den Highlights der ProSiebenSat.1-Sender erreichte die Seite 2011 im Schnitt 7,9 Mio Unique User.



SEPTEMBER...maxdome baut hybrides TV-Angebot aus. (c) Anlässlich der IFA geben Philips, Toshiba, Panasonic und Loewe die Zusammenarbeit mit Deutschlands größter Video-on-Demand-Plattform maxdome bekannt. Durch bereits bestehende Kooperationen mit Samsung, LG, TechniSat und HUMAX ist maxdome bis Ende 2011 auf fast allen neuen hybriden Geräten implementiert. maxdome bietet 45.000 Film- und Serienhighlights. Im Januar 2011 hatte die ProSiebenSat.1 Group maxdome vollständig übernommen.

CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

OKTOBER...Red Arrow Entertainment expandiert in strategisch wichtige Märkte. Die Red Arrow Entertainment Group hat 2011 in den USA und Großbritannien Fuß gefasst. Im Oktober erwirbt das Unternehmen eine Mehrheit an der US-Produktionsfirma Fuse Entertainment, die mit Produktionen wie „The Killing“ oder „Burn Notice“ zu den führenden amerikanischen Fiction-Produzenten zählt. Im Frühjahr hatte Red Arrow bereits 51 Prozent an der britischen Filmproduktion The Mob Film Company übernommen.



OKTOBER...US-VoD-Plattform Netflix kauft „Lilyhammer“. (d) Der ProSiebenSat.1-Programmvertrieb SevenOne International verkauft die norwegische Serie „Lilyhammer“ an das US-amerikanische Video-on-Demand-Portal Netflix. Netflix hat über 25 Millionen Abonnenten und sicherte sich auch die Rechte für die zweite Staffel. Im Frühjahr war es SevenOne International bereits gelungen, zwölf Episoden der belgischen Comedy „Benidorm Bastards“ an den US-Sender NBC zu verkaufen.

Geschäft und Rahmenbedingungen

Gesamtaussage zu Geschäft und
Rahmenbedingungen aus Sicht der
Unternehmensleitung.

Nach der raschen Konjunkturerholung der Weltwirtschaft im Jahr 2010 haben Sonderfaktoren wie die Staatsschuldenkrise das Expansionstempo der Weltkonjunktur 2011 gedrosselt. Dennoch entwickelte sich der Großteil der europäischen TV-Werbemärkte robust. In Nord-europa konnten wir unsere Zuschauererfolge in einem dynamischen Werbeumfeld kapitalisieren. Gleichzeitig haben wir unsere Stärken als Marktführer im deutschen TV-Werbe-geschäft genutzt, um auch in verwandten Bereichen wie der Vermarktung von Bewegtbild-Inhalten im Internet weiter zu wachsen. Im Rahmen unserer Vier-Säulen-Wachstumsstrategie, die wir im Oktober 2011 dem Kapitalmarkt präsentierten, arbeiten wir konsequent an der Umsetzung unserer anspruchsvollen Ziele: Stärkung des Kerngeschäfts TV, konsequente Diversifikation der Wertschöpfungskette und Profitabilität auf höchstem Niveau. In allen Bereichen haben wir 2011 signifikante Fortschritte gemacht.

Unternehmensstruktur und Geschäftsfelder

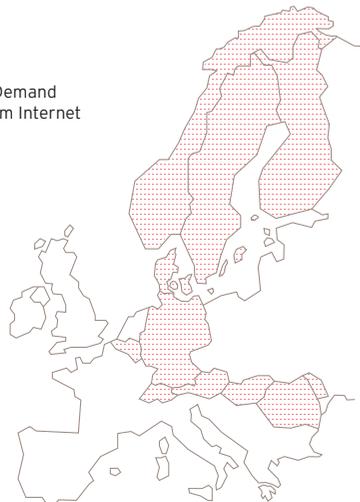
Die ProSiebenSat.1 Media AG wurde im Jahr 2000 als größtes Fernsehunternehmen in Deutschland gegründet. Heute zählt ProSiebenSat.1 mit 28 TV-Sendern und einer Reichweite von über 62 Mio TV-Haushalten zu den führenden Medienkonzernen Europas. Das Unternehmen ist in zehn europäischen Ländern tätig und unterhält darüber hinaus weltweit Kooperationen im Bereich Programmentwicklung und -produktion.

Der deutsche TV-Werbemarkt ist der wichtigste Umsatzmarkt von ProSiebenSat.1. Dort ist der Medienkonzern mit seinen erfolgreichen Sender- und Programm-Marken, den reichweitenstarken digitalen Plattformen und der breiten Zielgruppenabdeckung der führende Bewegtbildvermarkter. Das Portfolio erstreckt sich von den TV-Sendermarken SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx über die ProSiebenSat.1 Network bis hin zur Online-Videothek maxdome, digitalen Pay-TV-Angeboten und mobilen Services. Auch in den internationalen Märkten besetzt das Unternehmen mit seinen TV-Sendern starke Positionen im Wettbewerb und diversifiziert seine Geschäftstätigkeit in verwandte Mediensektoren wie Online oder Radio.

WETTBEWERBSPOSITION DER PROSIEBENSAT.1 GROUP (Abb.9)

DEUTSCHLAND

- Nr. 1 Free-TV-Unternehmen
- Nr. 1 Anbieter für Video-on-Demand
- Nr. 1 Bewegtbildvermarkter im Internet



NORDEUROPA

- Nr. 1 Werbefinanziertes Radionetzwerk in Dänemark, Finnland und Schweden
- Nr. 2 Free-TV-Unternehmen und werbefinanziertes Radionetzwerk in Norwegen
- Nr. 3 Free-TV-Unternehmen in Dänemark, Finnland und Schweden

CEE

- Nr. 1 Werbefinanziertes Radionetzwerk in Rumänien
- Nr. 2 Free-TV-Unternehmen in Ungarn
- Nr. 3 Free-TV-Unternehmen in Rumänien

Wettbewerbsposition der deutschen TV-Sender basiert auf Brutto-TV-Werbemarktanteil; Angaben zu Nordeuropa und CEE beziehen sich auf den Zuschauer- (TV) und Werbemarktanteil (Radio); maxdome ist das VoD-Portal mit dem größtem Contentangebot in Deutschland.

Organisation und rechtliche Konzernstruktur

Die Aufbauorganisation der ProSiebenSat.1 Group hat sich 2011 rechtlich und strukturell nicht geändert; die ProSiebenSat.1 Group wird zentral von der ProSiebenSat.1 Media AG als Dachgesellschaft gesteuert. Aufgrund der wachsenden Bedeutung der Bereiche Diversifikation, Distribution und Medienpolitik wurde allerdings der Konzernvorstand erweitert. Zudem haben sich Änderungen im Konsolidierungskreis ergeben. Der Verkauf der Tochtergesellschaften in Belgien und den Niederlanden war ein entscheidender strategischer Schritt zur Schuldenreduzierung des Konzerns. Zugleich hat das Unternehmen sein Portfolio im Games-Bereich erweitert und ist mit der Programmproduktions- und Vertriebstochter Red Arrow nun auch in den wichtigen Märkten USA und Großbritannien vertreten. Über die einzelnen Akquisitionen und Unternehmensverkäufe im Jahr 2011 und deren Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage berichten wir ab Seite 63, über personelle Änderungen der Gremien ab Seite 29.

Leitung und Kontrolle

Die ProSiebenSat.1 Media AG ist in Deutschland börsennotiert und hat ihren Hauptsitz in Unterföhring bei München. Eine Aktiengesellschaft nach deutschem Recht hat drei Hauptorgane: Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung. Die Entscheidungsbefugnisse der Organe sind streng voneinander abgegrenzt.

Der **Vorstand** verantwortet das Gesamtergebnis der ProSiebenSat.1 Group und führt die Leiter der Geschäftsbereiche sowie Holdingeinheiten fachlich wie auch disziplinarisch. Der **Aufsichtsrat** überwacht und berät den Vorstand bei der Führung der Geschäfte und ist so in alle Unternehmensentscheidungen von grundlegender Bedeutung unmittelbar eingebunden. Die Grundordnung dieses dualen Führungssystems ist in der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG sowie in der Geschäftsordnung für den Vorstand und den Aufsichtsrat festgelegt. Die Satzung definiert auch den Umfang der Unternehmenstätigkeit. Sie kann gemäß § 179 des deutschen Aktiengesetzes (AktG) nur durch einen mehrheitlichen Beschluss der Hauptversammlung geändert werden.

Die Aktionäre der ProSiebenSat.1 Media AG nehmen ihre Mitverwaltungs- und Kontrollrechte auf der **Hauptversammlung** wahr. Jede Stammaktie gewährt eine Stimme, die Vorzugsaktien sind vorbehaltlich zwingender gesetzlicher Vorschriften nicht mit einem Stimmrecht ausgestattet.

Geschäftsfelder und Beteiligungen

In ihrer Funktion als Konzernholding ist die ProSiebenSat.1 Media AG nicht operativ tätig. Zu ihren Aufgaben zählen unter anderem die zentrale Finanzierung, das konzernweite Risikomanagement sowie die Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie. Die wirtschaftliche Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group wird maßgeblich durch die direkt und mittelbar gehaltenen Tochtergesellschaften bestimmt.

In den vorliegenden Konzernabschluss sind neben der ProSiebenSat.1 Media AG alle wesentlichen Tochtergesellschaften einbezogen – das bedeutet Unternehmen, an denen die ProSiebenSat.1 Media AG mittelbar oder unmittelbar über die Mehrheit der Stimmrechte der Gesellschaft verfügt oder auf andere Weise beherrschenden Einfluss auf die Tätigkeit nehmen kann.

Eine der wichtigsten direkten Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Media AG ist die **ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH**. Unter ihrem Dach arbeiten alle deutschen TV-Sender in einer funktionsübergreifenden Matrixorganisation zusammen. Die ProSiebenSat.1 Media AG unterscheidet sich in ihrer Struktur deutlich von anderen TV-Unternehmen in Deutschland: Ihr gehören nicht nur alle Anteile an den TV-Sendern SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx, auch an den Vermarktungsunternehmen ist das Unternehmen mittelbar zu 100 Prozent beteiligt. Dadurch ergeben sich Vorteile hinsichtlich der Programmierung der Sender und der Vermarktung von Werbezeiten.

Die Zusammenarbeit der Gremien wird im Kapitel „Vorstand und Aufsichtsrat berichten“ erläutert. Dort werden auch die Mitglieder des derzeitigen Vorstandsteams vorgestellt und ihre Ressortverantwortungen dargestellt; nähere Informationen zur Zusammensetzung des gezeichneten Kapitals finden Sie im Aktienkapitel ab Seite 90.

Eine detaillierte Übersicht der Beteiligungsverhältnisse im ProSiebenSat.1-Konzern finden Sie im Anhang auf Seite 213. Ergänzend zu dieser Anteilsbesitzliste sind die rechtliche Konzernstruktur sowie die internationalen Standorte auf der hinteren Umschlagseite dargestellt.

Durch die gemeinsame Nutzung von Ressourcen und Know-how kann die Gruppe zusätzliche Synergien realisieren und das Kreativpotenzial besser ausschöpfen. Die Vertriebsgesellschaften für den Kernmarkt Deutschland - die **SevenOne Media GmbH** und die **SevenOne AdFactory GmbH** - sowie die Vermarktungstöchter für Österreich und die Schweiz hält die ProSiebenSat.1 Media AG über die **SevenOne Brands GmbH**. Die **Red Arrow Entertainment Group GmbH**, ebenfalls eine direkte 100-Prozent-Beteiligung der ProSiebenSat.1 Media AG, ist für den Vertrieb von Programminhalten sowie die Entwicklung und Produktion von Formaten zuständig.

Bedeutende direkt gehaltene Dachgesellschaften sind darüber hinaus die **P7S1 Erste SBS Holding GmbH** und **P7S1 Zweite SBS Holding GmbH**, unter denen seit der Übernahme der SBS Broadcasting Group die ausländischen Tochterunternehmen geführt werden. Die Unternehmen im Bereich Online und Games bzw. Pay-TV sind ebenfalls über eigene Tochtergesellschaften mit der ProSiebenSat.1 Media AG verbunden, die unter der **ProSiebenSat.1 Digital GmbH** bzw. **SevenSenses GmbH** zusammengefasst werden.

Segmentstruktur und Wettbewerbsposition

Die operative Geschäftstätigkeit des ProSiebenSat.1-Konzerns ist in drei Berichtssegmente unterteilt, die strategisch, wirtschaftlich und technisch zusammenhängen und von der ProSiebenSat.1 Media AG gesteuert werden: Segment Free-TV Deutschsprachig, Segment Free-TV International und Segment Diversifikation. (Abb. 10)

- **Segment Free-TV Deutschsprachig:** Die TV-Aktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz sind dem Segment Free-TV Deutschsprachig zugeordnet. Auch die Red Arrow Entertainment Group mit ihrem weltweit tätigen Vertriebspartner SevenOne International wird im Segment Free-TV Deutschsprachig konsolidiert.

Deutschland ist mit über 80 Millionen Menschen Europas größter TV-Markt. Hier ist ProSiebenSat.1 mit den Vermarktungstöchtern SevenOne Media und SevenOne AdFactory die Nummer 1 im Werbemarkt. Neben innovativen und maßgeschneiderten Vermarktungskonzepten ist die hohe Reichweite der ProSiebenSat.1-Sender ausschlaggebend für den Erfolg der Gruppe in ihrem wichtigsten Umsatzmarkt Deutschland. Die werbefinanzierten TV-Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx decken aufgrund ihrer komplementären Programmierung eine breite Zielgruppe ab: Während SAT.1 ein Programm für die ganze Familie bietet, ist ProSieben Marktführer bei den jungen Zuschauern. Mit Blockbustern aus Hollywood, US-Serien wie den „Simpsons“ oder Event-Shows wie „Schlag den Raab“ spricht ProSieben vor allem männliche Zuschauer im Alter von 14 bis 29 Jahren an. kabel eins fokussiert seine Programmierung auf Zuschauer zwischen 25 und 45 Jahren. sixx ergänzt die deutsche TV-Familie seit Mai 2010 und erreicht vor allem weibliche Zuschauer. Auf diese Art und Weise gewinnt ProSiebenSat.1 neue Kunden für das Medium TV: Kaufentscheidungen werden vor allem von Frauen getroffen, in Deutschland sind rund 90 Prozent der Haushaltsführenden weiblich. Die Kernzielgruppe Frauen macht sixx für den Werbemarkt besonders attraktiv.

- **Segment Free-TV International:** Die ProSiebenSat.1 Group ist mit 28 TV-Sendern in 10 europäischen Ländern vertreten. Durch diese Aufstellung profitieren wir von den Stärken einzelner regionaler Märkte. Die wichtigsten Absatzmärkte in Europa sind neben den deutschsprachigen Ländern die dynamisch wachsenden TV-Märkte Norwegen, Dänemark, Schweden und Finnland. Auch in Skandinavien stiegen die Investitionen in TV-Werbung überproportional deutlich: In Westeuropa legten die Werbeausgaben für TV-Werbung in den Jahren 2009 bis 2011 um insgesamt 9,0 Prozent netto zu, der nordeuropäische Markt wuchs hingegen zweistellig.

Doch nicht nur infolge der im europäischen Vergleich hohen Wachstumsraten sind die skandinavischen Länder für ProSiebenSat.1 attraktiv. Auch aufgrund eines hybriden Erlösmodells

bieten diese Länder eine starke Wachstumsperspektive. Die TV-Sender in Nordeuropa haben neben den Werbeeinnahmen eine zweite bedeutende Einnahmequelle: Die Kabelnetzbetreiber vergüten die TV-Sender dafür, dass sie die Programme in ihre Pakete aufnehmen können. Dadurch sind die nordischen Fernsehsender deutlich unabhängiger von zyklischen Schwankungen der Werbekonjunktur. In Norwegen decken die ProSiebenSat.1-Sender beispielsweise 21,0 Prozent ihres Umsatzes durch Distributionserlöse ab, in Dänemark liegt der Wert bei 52,4 Prozent.

Seit der Akquisition der SBS Broadcasting Group im Juni 2007 hat ProSiebenSat.1 in allen wichtigen nord- und osteuropäischen Ländern mit Erfolg neue Sender gestartet, zum Beispiel den norwegischen Sender MAX im November 2010. MAX richtet sich speziell an die männliche Zielgruppe und ist in diesem Genre bereits heute die Nummer 2 in Norwegen. Dank des erfolgreichen Neustarts von MAX hat die norwegische Senderfamilie ihre Wettbewerbsposition 2011 gestärkt - und belegt nun Platz 2 unter den TV-Konzernen (Vorjahr: Platz 3).

Mit komplementär aufgestellten Sendern deckt ProSiebenSat.1 die unterschiedlichen Zielgruppen der Werbekunden ab. Zudem nutzt der Konzern durch den Launch neuer Sender das vorhandene Programmvermögen effizient. In Abhängigkeit von der Kernzielgruppe der einzelnen Sender setzen wir dabei auf eine individuelle Mischung aus Lizenzprogramm aus Hollywood, das oftmals auf unseren Sendern erstmalig im europäischen Free-TV ausgestrahlt wird, und Programmformaten, die speziell für einzelne Sender konzipiert werden. Auftrags- und Eigenproduktionen schärfen nicht nur das Senderprofil, sie helfen auch, die Kosteneffizienz zu verbessern.

- › **Segment Diversifikation:** 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. Auf diese Weise bedienen wir unterschiedliche Gewohnheiten der Mediennutzung. Für das Unternehmen ProSiebenSat.1 bedeutet die Portfolioerweiterung aber auch zusätzliches Potenzial für Umsatz- und Ergebniswachstum. Durch Diversifikation der Geschäftstätigkeit erschließen wir neue Umsatzquellen jenseits des TV-Werbegegeschäfts und können die Abhängigkeit von Konjunkturschwankungen in einzelnen Märkten verringern. Alle Geschäftsfelder außerhalb des klassischen TV- und Produktionsgeschäfts werden im Segment Diversifikation zusammengefasst.

Glossar, Seite 225.

Mit werbefinanzierten Online-Seiten wie MyVideo hat der Konzern in den vergangenen Jahren im Internet Marken mit hohem Bekanntheitsgrad etabliert. Über unser Online-Netzwerk erreichen wir in Deutschland über 25 Millionen Unique User. Damit zählt der Konzern zu den führenden Anbietern und kapitalisiert diese starke Position auch im Werbemarkt. Ergänzt wird das Angebot an Premium-Inhalten durch maxdome, das mit über 45.000 Titeln europaweit größte Video-on-Demand-Portal.

Glossar, Seite 225.

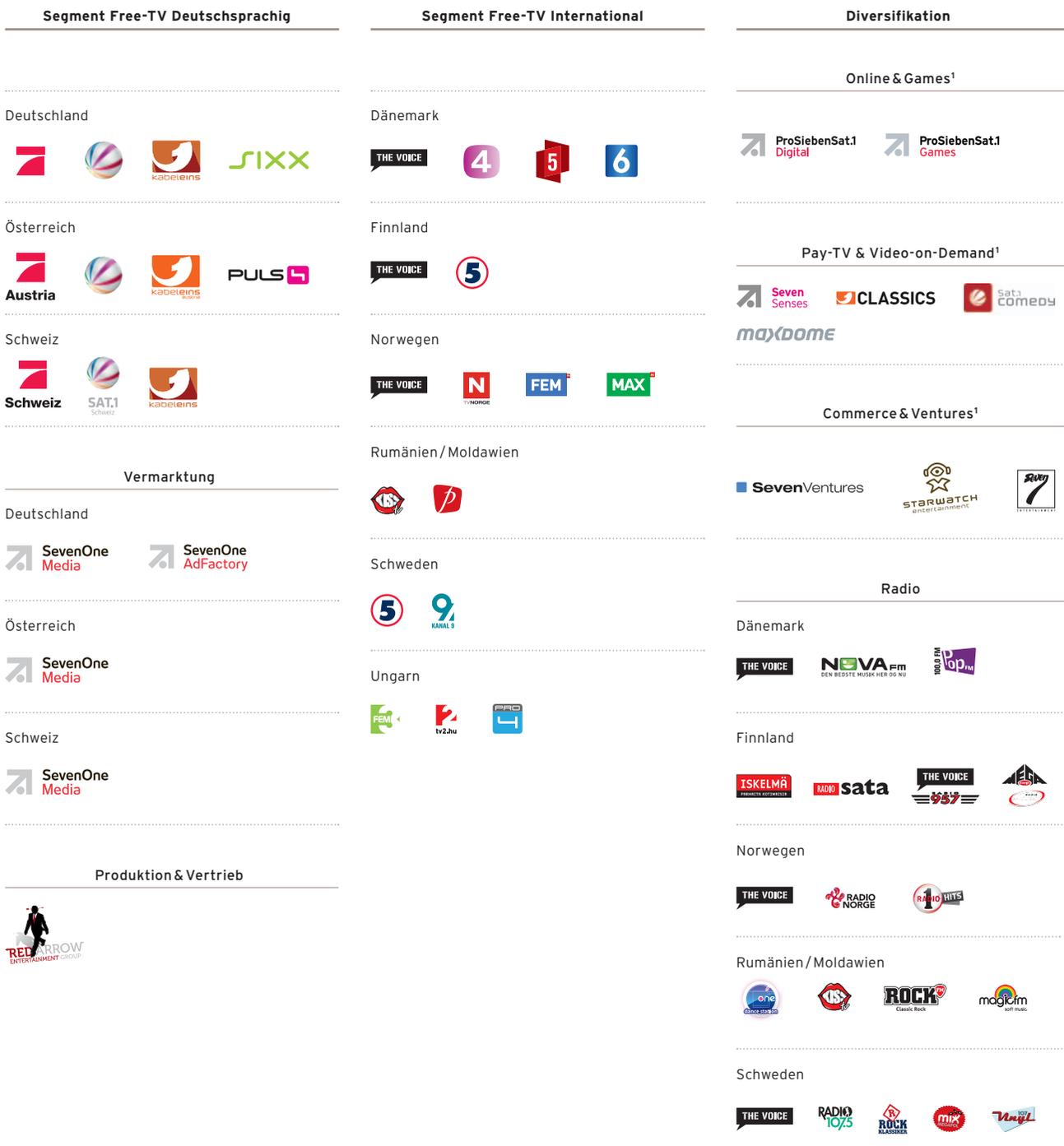
Ein weiteres wichtiges Wachstumfeld ist das Games-Geschäft im Internet: Es ist weltweit die am schnellsten wachsende Branche in der Unterhaltungsindustrie. ProSiebenSat.1 hat in den vergangenen Jahren Games-Portale wie SevenGames.de etabliert und mit der Übernahme von burda:ic und Covus Games 2011 an Bedeutung gewonnen. Umsätze generiert ProSiebenSat.1 hier vor allem über „virtual item selling“: Spieler kaufen Erweiterungen für ihre Internet Spiele.

Der ProSiebenSat.1-Konzern nutzt sein Know-how und seinen hohen Bekanntheitsgrad, um erfolgreiche Unternehmen und Geschäftsmodelle in verwandten Bereichen zu etablieren. Dazu zählt neben Musik und Künstlermanagement auch das noch junge Geschäftsfeld Commerce und Ventures. Darunter fällt das Geschäftsmodell Media-for-Revenue-Share oder Media-for-Equity: Start-Ups mit interessanten Produkten erhalten Medialeistung von der

Glossar, Seite 224.

ProSiebenSat.1 Group gegen eine Umsatz- und/oder Unternehmensbeteiligung. Im Jahr 2011 hat ProSiebenSat.1 mit dieser innovativen Vermarktungsidee einen Ergebnisbeitrag von über 40 Mio Euro erzielt und zahlreiche neue Werbepartner gewonnen.

SEGMENTSTRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 GROUP (Abb. 10)



¹ Die Bereiche Online & Games, Pay-TV & Video-on-Demand, Commerce & Ventures werden in dem operativen Segment „Other Media“ zusammengefasst.

Konzerninternes Steuerungssystem

Die Steuerung erfolgt bei ProSiebenSat.1 zentral durch den Konzernvorstand. Stark lokal geprägte Märkte und Zielgruppeninteressen erfordern jedoch gleichzeitig Kundennähe und Flexibilität vor Ort. Daher agieren die einzelnen Tochtergesellschaften in den verschiedenen Ländern Nord- und Osteuropas auf der Basis zentraler Zielvorgaben operativ eigenständig in voller Umsatz- und Ergebnisverantwortung.

Das interne Steuerungssystem besteht im Wesentlichen aus folgenden Komponenten:

- › Strategieprozess
- › Finanzielle und operative Steuerungsgrößen
- › Integriertes Budget- und Planungssystem
- › Monatliche Berichterstattung an Vorstand und Aufsichtsrat
- › Kontinuierliches Risiko- und Chancenmanagement
- › Management by Objectives auf allen Unternehmensebenen

Risiko- und Chancenmanagement,
Seite 101.

Strategieprozess

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG gibt die Unternehmensstrategie und daraus resultierend die operativen kurzfristigen und langfristigen Planungsziele für den Konzern und seine Segmente vor. Im Rahmen der Strategieklausur werden die Zielsetzungen jährlich bewertet. In den Entscheidungsprozess fließen aktuelle Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie SWOT-Analysen ein. Dabei handelt es sich um systematische Bewertungen von Marktbedingungen und Wettbewerbspositionen, auf deren Grundlage Risiken bewertet, Chancen priorisiert und Maßnahmen zur Zielerreichung definiert werden. Die strategische Planung ist fest in die operativen Prozesse eingebunden. So folgt zum Ende jedes Geschäftsjahres aus der Definition der strategischen Ziele die Budgeterstellung für die kommenden zwölf Monate sowie die Mehrjahresplanung. Darüber hinaus sind alle Mitarbeiter dazu angehalten – auch losgelöst vom formalen Prozess – bewusst mit potenziellen Risiken umzugehen und sich bietende Chancen zu analysieren.

Weitere Informationen zum
integrierten Budget- und
Planungssystem, Seite 53ff.

Strategische Wachstumsziele mit Vier-Säulen-Strategie verabschiedet. Wir begeistern Menschen mit erstklassiger Unterhaltung und aktuellen Informationen – rund um die Uhr, wo immer der Konsument es wünscht. Für unsere Werbekunden entwickeln wir individuelle und medienübergreifende Werbekonzepte. Es ist unser Ziel, unsere Position als einer der führenden europäischen Medienkonzerne weiter auszubauen. Dabei verfolgen wir einen Kurs, der auf Stärkung unserer führenden Marktposition im Kerngeschäft Fernsehen und Verlängerung der Wertschöpfungskette in zukunftsweisende Wachstumsfelder ausgerichtet ist. Unser Wachstumskurs basiert auf einer Vier-Säulen-Strategie, die wir im Jahr 2011 weiterentwickelt und mit konkreten Wachstumszielen bis 2015 belegt haben. Auf Grundlage dieser im Herbst 2011 verabschiedeten Vier-Säulen-Wachstumsstrategie werden wir unser Potenzial ausschöpfen und im Vergleich zu 2010 bis 2015 zusätzliche Erlöse in Höhe von 750 Mio Euro erwirtschaften können.

Vier-Säulen-Wachstumsstrategie,
Seite 123.

Neben diesen Wachstumsmaßnahmen sind Kostenbewusstsein und effiziente Prozesse notwendig, um auch in Zukunft zu den führenden Medienkonzernen Europas zu gehören. Der Aufbau einer „Best Practice Organisation“ stellt daher für uns auch künftig eine wichtige Aufgabe dar. Ein zentraler Baustein für die Erreichung dieses Ziels ist ein einheitliches Prozessmanagement. Regelmäßige Treffen, sogenannte Best-Practice-Sharing-Days, fördern die bereichsübergreifende Vernetzung und den systematischen Wissenstransfer. Voraussetzung für jene „herausragende Umsetzung“ ist neben Prozesseffizienz eine Kultur der Spitzenleistung. Die ProSiebenSat.1 Group hat daher ihre Personalentwicklungsmaßnahmen im Jahr 2011 weiter intensiviert. Das unter dem Namen „Performance Development“ gestartete Programm zielt auf eine Steigerung

Mitarbeiter, Seite 85.

des Leistungsbeitrags und eine systematische Talentförderung im ganzen Unternehmen ab. Leistungsstarke und motivierte Mitarbeiter, die ein gemeinsames Selbstverständnis leitet, sind der Kern unserer „Best Practice Organisation“.

STRATEGISCHE HANDLUNGSFELDER DER PROSIEBENSAT.1 GROUP (Abb. 11)

- | | | |
|--|--|---|
| 1. Das Kerngeschäft werbefinanziertes Fernsehen stärken. | 2. Neue Geschäftsmodelle in verwandten Bereichen entwickeln und das klassische Diversifikationssegment ausbauen. | 3. Effizienz durch herausragende Umsetzung sicherstellen. |
|--|--|---|
-

Kennzahlenbasiertes Steuerungssystem

Der ProSiebenSat.1-Vorstand steuert den Konzern bzw. die Segmente und operativen Unternehmenseinheiten anhand einer Reihe von Kennzahlen. Diese sogenannten Key-Performance-Indikatoren werden aus den langfristigen strategischen Zielen der ProSiebenSat.1 Group abgeleitet und umfassen neben finanziellen Steuerungsgrößen operative Kennzahlen. Die eingesetzten finanziellen Steuerungsgrößen orientieren sich an den Interessen und Ansprüchen der Kapitalgeber.

- › **Ergebnissteuerung:** Als operative Ergebnisgröße wird auf Konzern- und Segmentebene bzw. für die einzelnen Tochterunternehmen das recurring EBITDA bzw. die recurring EBITDA-Marge herangezogen. Das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA, also das Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen, spiegelt die operative Ertragskraft wider. Da Steuer- und Abschreibungseinflüsse sowie die Finanzierungsstruktur keine Berücksichtigung finden, ermöglicht das recurring EBITDA auch im internationalen Vergleich eine aussagekräftige Beurteilung der operativen Profitabilität.
- › **Finanzplanung:** Der Free Cashflow ist der finanzwirtschaftliche Überschuss. Er wird ermittelt als die Summe der im operativen Geschäft erwirtschafteten liquiden Mittel abzüglich des Saldos der im Rahmen der Investitionstätigkeit verwendeten und erwirtschafteten Mittel. Die Kennzahl drückt aus, wie viel Liquidität den Eigen- und Fremdkapitalgebern aus der Geschäftstätigkeit einer Periode zur Verfügung steht.

Eine weitere Steuerungsgröße der Kapitalstrukturplanung auf Konzernebene ist der Verschuldungsgrad. Er gibt an, wie hoch die Netto-Finanzverschuldung in Bezug zum sogenannten LTM recurring EBITDA ist, also dem bereinigten EBITDA, das der ProSiebenSat.1-Konzern in den jeweils letzten zwölf Monaten erwirtschaftet hat (LTM = last twelve months).

Eine der wichtigsten operativen Steuerungsgrößen sind die Zuschauermarktanteile der Free-TV-Sender. Sie sind Indikatoren für die Programmqualität und den Markenwert der TV-Sender und damit ein wichtiger Leistungsnachweis gegenüber der Werbewirtschaft. Abweichungen der Ist-Quoten von den Planungswerten werden im Rahmen der Risikofrüherkennung bewertet. Steuerungsgrößen im Diversifikationssegment sind unter anderem die Anzahl der Unique User im Online-Geschäft oder die Anzahl der Abonnenten im Bereich Video-on-Demand und Pay-TV.

Der konzernweite Steuerungs- und Planungsprozess umfasst zusätzlich zu diesen konzern-eigenen Leistungsindikatoren externe Kennzahlen. Aktuelle Konjunkturdaten wie die Entwicklung des privaten Konsums oder des Brutto-Inlandsprodukts dienen beispielsweise als wichtige Indikatoren für die Investitionsbereitschaft der Werbeindustrie.

Glossar, Seite 224.

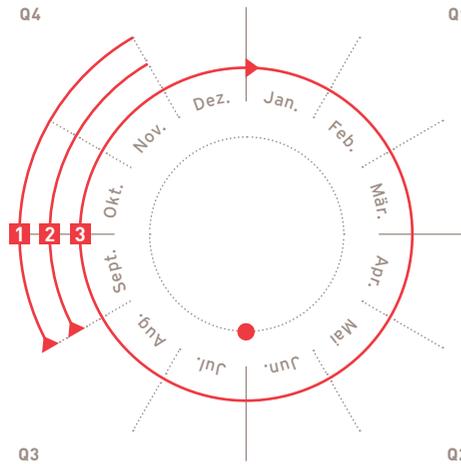
Frühwarnindikatoren,
Risikobericht Seite 102.

Branchenspezifische
Rahmenbedingungen, Seite 57.

Integriertes Budget- und Planungssystem

Die Planung basiert auf den strategischen und operativen Unternehmenszielen. Hierfür definiert die ProSiebenSat.1 Group für die zuvor erläuterten Kennzahlen interne Zielgrößen - jeweils für die einzelnen Tochterunternehmen der Gruppe, für die entsprechenden Segmente sowie für den Gesamtkonzern. Die einzelnen Planungsprozesse - das Budget sowie die Mehrjahresplanung - werden systematisch aufeinander abgestimmt. Dies ist von grundlegender Bedeutung, um die Zielgrößen bzw. die Bewertung von Chancen und Risiken wirksam zu steuern.

PLANUNGSUHR (Abb. 12)



1
Budget
(Operative Jahresplanung
auf Monatsbasis)

Die operative Jahresplanung erfolgt im sogenannten Gegenstromverfahren. Dieses Verfahren stellt eine zeitlich versetzte Kombination aus Top-Down- und Bottom-Up-Planung dar. In einem ersten Schritt definiert die oberste Führungsebene die übergeordneten Ziele der Gruppe (Top-Down). Grundlage hierfür sind fundierte Unternehmens- und Umfeldanalysen. Die Detailplanung, wie diese Ziele erreicht werden sollen, erfolgt dann in einem zweiten Schritt auf operativer Ebene (Bottom-Up). Dazu werden unternehmensspezifische Daten über die Gewinn- und Verlustrechnung bzw. die Bilanzerstellung und Kapitalflussrechnung der einzelnen Tochterunternehmen auf Segment- und Konzernebene verdichtet. Insbesondere die Volumen- und Preisplanung, die Programmplanung, die Kosten- und Investitionsplanung sowie die Personalplanung werden dabei berücksichtigt. Das Budget erstellt das Unternehmen jeweils zum Ende eines Geschäftsjahres für das nächstfolgende Berichtsjahr. Es weist Zielgrößen auf Monatsbasis aus und wird von Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedet.

2
Mehrjahresplanung
(langfristige Unternehmens-
planung auf Quartalsbasis)

Das Budget bildet die Grundlage für den Mehrjahresplan: Auf Quartalsbasis werden Planungsgrößen für die finanziellen und operativen Steuerungskennzahlen festgelegt. Die Planungsgrößen basieren dabei auf der Konzernstrategie und berücksichtigen Erkenntnisse und Einschätzungen des Managements. Diese für die kommenden fünf Jahre geplanten Soll-Werte werden wie das Budget Bottom-Up kalkuliert.

3
Monatsberichtsweisen
(Trendprognosen)

Das Monatsberichtsweisen ist ein Element der kurzfristigen Steuerung. Mithilfe unterjähriger Trendprognosen gleicht das Unternehmen kontinuierlich Ist-Zahlen mit dem Budget ab und leitet bei Bedarf Maßnahmen zur Gegensteuerung ein. Dazu wird auf Basis der Ist-Zahlen die voraussichtliche Umsatz-, Ergebnis- und Liquiditätsentwicklung des aktuellen Geschäftsjahres berechnet und mit dem Budget verglichen. Neben dieser monatlichen Berichterstattung an Vorstand und Aufsichtsrat werden potenzielle Risiken im Rahmen des vierteljährlichen Reportings an den Group Risk and Compliance Officer gemeldet. Hier wird insbesondere analysiert, wie sich die zuvor genannten Frühwarnindikatoren im Zeitablauf verändert haben. So wird sichergestellt, dass geeignete Steuerungsmaßnahmen rechtzeitig eingeleitet werden können.

●
Strategieklausur

Im Rahmen der Strategieklausur werden die strategischen Ziele festgelegt.

Rechtliche Rahmenbedingungen

Die ProSiebenSat.1 Media AG muss eine Vielzahl an Rechtsvorschriften beachten. Als deutsche Aktiengesellschaft unterliegt sie insbesondere dem deutschen Aktien-, Mitbestimmungs- und Kapitalmarktrecht und ist an den Deutschen Corporate Governance Kodex gebunden. Wichtige Berichtspflichten, die sich aus den rechtlichen Rahmenbedingungen für den vorliegenden Lagebericht ergeben, werden nachfolgend erfüllt.

- **Übernahmerechtliche Angaben gemäß § 315 Abs. 4 des Handelsgesetzbuchs (HGB) und deren Erläuterungen gemäß §§ 124 a Satz 1 Nr. 3, 176 Abs. 1 Satz 1 AktG:** Die auf den Inhaber lautenden, stimmrechtslosen Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Teilbereich des regulierten Markts der Frankfurter Wertpapierbörse mit weiteren Zulassungsfolgenpflichten (Prime Standard) zum Börsenhandel zugelassen.

Für die auf den Namen lautenden, stimmberechtigten Stammaktien der Gesellschaft wird hingegen kein organisierter Markt im Sinne des § 2 Abs. 7 WpÜG in Anspruch genommen. Sie sind nicht zum Börsenhandel zugelassen und gemäß der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG nur mit Zustimmung der Gesellschaft übertragbar. Vor diesem Hintergrund entfallen übernahmerechtliche Angaben gemäß § 289 Abs. 4 HGB im Lagebericht bzw. gemäß § 315 Abs. 4 HGB im Konzernlagebericht der ProSiebenSat.1 Media AG. Auch ein erläuternder Bericht des Vorstands zu diesen Angaben gemäß §§ 124 a Satz 1 Nr. 3, 176 Abs. 1 Satz 1 AktG ist daher nicht erforderlich.

- **Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen und Schlusserklärung des Vorstands nach § 312 Abs. 3 AktG:** Gemäß § 312 AktG hat der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2011 einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen aufgestellt. Bei den im Berichtsjahr vorgenommenen Rechtsgeschäften zwischen der ProSiebenSat.1 Media AG und der Lavena 1 S.à r.l. sowie den mit ihr verbundenen Unternehmen hat die ProSiebenSat.1 Media AG in jedem Einzelfall eine angemessene Gegenleistung im Sinne des § 312 AktG vereinbart und - soweit dies im Berichtsjahr zu erfüllen war - eine entsprechende Leistung erhalten.

<http://www.prosiebensat1.com/de/unternehmen/corporate-governance/erklaerung-zur-unternehmens-fuehrung>

- **Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB:** Die Erklärung der Gesellschaft zur Unternehmensführung ist auf der Homepage der Gesellschaft veröffentlicht. Zudem berichten Vorstand und Aufsichtsrat jährlich im Geschäftsbericht über die Corporate Governance der ProSiebenSat.1 Group. Der Abschlussprüfer hat den Corporate Governance Bericht gemäß IDW-Prüfungsstandard kritisch gelesen. Teil der Durchsicht durch den Abschlussprüfer waren auch die Erklärung zur Unternehmensführung bzw. die jährliche Entsprechenserklärung gemäß § 161 Aktiengesetz (AktG).

Corporate Governance Bericht,
Seite 26ff.

- **Beschreibung der wesentlichen Merkmale des internen Kontroll- und des Risikomanagementsystems im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess gemäß § 315 Abs. 2 Nr. 5 HGB:** Der Risikobericht umfasst die gemäß § 315 Abs. 2 Nr. 5 HGB erforderlichen Angaben zum internen Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den Konzernrechnungslegungsprozess.

Risikobericht, Seite 112.

- **Vergütungsbericht gemäß § 315 Abs. 2 Nr. 4 HGB:** Die Angaben nach § 315 Abs. 2 Nr. 4 HGB sind im Vergütungsbericht des Corporate Governance Berichts enthalten. Der Vergütungsbericht ist Bestandteil des testierten Konzernlageberichts.

Vergütungsbericht, Seite 35ff.

Medienpolitische Rahmenbedingungen

- › **Distribution und technologische Voraussetzungen:** Deutschland kennzeichnet die vorherrschende Stellung weniger großer Kabelnetzbetreiber. Nach der kartellrechtlich genehmigten Übernahme von Kabel Baden-Württemberg durch Unitymedia Ende 2011 gibt es neben einigen kleineren Kabelnetzbetreibern nun zwei große regionale Anbieter: Unitymedia mit einer Reichweite von ca. 6,9 Mio Haushalten sowie Kabel Deutschland mit einer Reichweite von ca. 8,6 Mio Haushalten. Deutschland unterscheidet sich von zahlreichen internationalen Märkten wie den nordeuropäischen Ländern, in denen Kabelnetzbetreiber einen Teil ihrer Erlöse an TV-Sender für die Bereitstellung der Programme abführen. In Deutschland entrichten Fernsehsender dagegen Einspeisungsentgelte an die großen regionalen Kabelnetzbetreiber; pro Haushalt fallen rund 0,22 Euro für die analoge Einspeisung an. Allerdings gewinnt die Refinanzierung über Distributionserlöse auch für deutsche TV-Sender zunehmend an Bedeutung. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat sich 2011 mit den großen regionalen Kabelnetzbetreibern auf die Einspeisung und Verbreitung der deutschen ProSiebenSat.1-Sender in HD-Standard geeinigt. Die Sender partizipieren seither an den von den Plattformbetreibern erhobenen technischen Zugangsgebühren.

Chancenbericht, Seite 117.

Die technologischen Voraussetzungen für die Distribution des Sendesignals divergieren in Deutschland bislang ebenfalls vom Großteil der europäischen Länder. Eine Wende wird die vollständige Umstellung auf den Digitalstandard im April 2012 bringen. Die digitale Übertragung ist weniger störanfällig und ermöglicht eine bessere Ton- und Bildqualität wie beispielsweise hochauflösendes Fernsehen (HD). Gleichzeitig lassen sich durch das digitale TV-Signal mehr Programme übertragen. Als eines der ersten EU-Länder hat Dänemark die analoge TV-Verbreitung bereits im Herbst 2009 vollständig eingestellt. Mit dem digitalen Fernsehen etablierte sich dort ein hybrides Umsatzmodell, das auf TV-Werbeinnahmen und Erlösen für Verbreitung basiert.

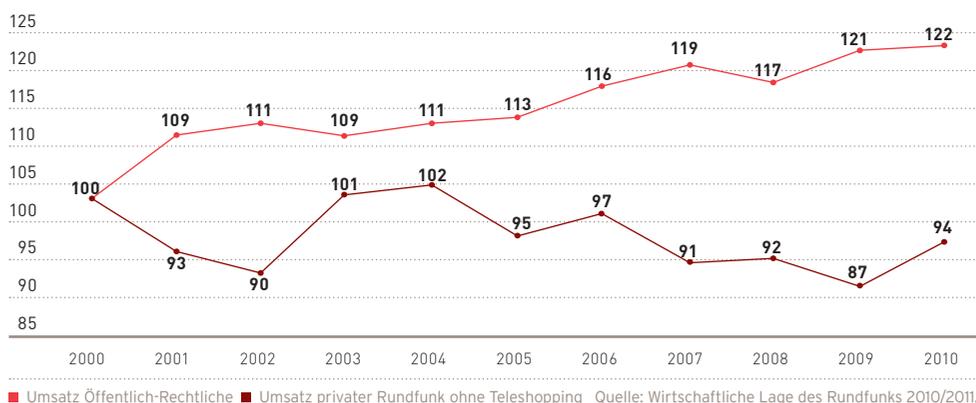
Glossar, Seite 224.

- › **Duales Rundfunksystem in Deutschland:** In keinem anderen Markt Europas verfügen die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten über ähnlich hohe und kontinuierlich steigende Budgets wie in Deutschland. Je TV-Gerät beträgt die Gebühr derzeit 17,98 Euro, im Jahr 2000 belief sie sich noch auf 28,25 DM bzw. 14,44 Euro. Neben den gesetzlich garantierten Rundfunkgebühren stehen den Öffentlich-Rechtlichen Einnahmen aus Rundfunkwerbung und Sponsoring zur Verfügung. 2011 betragen die Brutto-Werbeinnahmen der ARD insgesamt rund 267 Mio Euro, die des ZDF 233 Mio Euro. In den vergangenen zehn Jahren stieg das Budget des öffentlich-rechtlichen Rundfunks inklusive Werbeeinnahmen um 22 Prozent, die Erlöse des über Werbung finanzierten Privatrundfunks verringerten sich hingegen um brutto sechs Prozent. Die privaten Anbieter finanzieren sich primär über Werbeeinnahmen. Der deutsche Werbemarkt wird von fünf großen Media-Agenturen beherrscht. Vor dem Hintergrund dieser Wettbewerbsintensität hat sich der private Rundfunk in den letzten Jahren stark konsolidiert und wird vor allem in zwei Senderfamilien organisiert: der ProSiebenSat.1 Group, dem Marktführer im deutschen Werbemarkt, und der RTL Group.

Trotz der steigenden Budgets im öffentlich-rechtlichen Rundfunk betreiben private Anbieter mit weniger finanziellen Mitteln deutlich mehr Programme. Mit einem Gesamtetat von derzeit rund 8,7 Mrd Euro veranstalten die öffentlich-rechtlichen Anbieter 21 TV-Sender und 19 Regionalfenster sowie 65 Radioprogramme. Die privaten Anbieter finanzieren mit einem Jahresetat von 6,7 Mrd Euro 277 TV-Sender und 237 Hörfunkprogramme. Die Finanzierungsgrundlagen der beiden Säulen des dualen Systems geraten aufgrund kontinuierlich steigender Einnahmen aus Rundfunkgebühren zunehmend in Ungleichgewicht. (Abb. 13)

ÄNDERUNG DER GESAMTUMSÄTZE IM RUNDFUNK IM VERGLEICH (2000 = 100) (Abb. 13)

in Prozent



Chancenbericht, Seite 117.

Durch die Neuerungen aus dem 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrag (15. RÄStV) wird ab 2013 ein Rundfunkbeitrag für alle Haushalte erhoben, unabhängig vom Besitz eines Rundfunkgeräts. Außerdem tritt ab Januar 2013 ein Sponsoringverbot im öffentlich-rechtlichen Fernsehen nach 20 Uhr sowie an Sonn- und Feiertagen in Kraft. Dies kommt der Forderung der privaten Rundfunkunternehmen nach einem Ausstieg des öffentlich-rechtlichen Rundfunks aus der Werbefinanzierung entgegen. In Ländern wie Frankreich oder Spanien finanzieren sich öffentlich-rechtliche Rundfunkanbieter schon heute ausschließlich über Gebühreneinnahmen.

Die Funktion des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist ebenfalls im Rundfunkstaatsvertrag definiert: Er soll eine freie öffentliche Meinungsbildung in Deutschland gewährleisten. Entsprechend diesem Grundversorgungsauftrag konzentrieren sich die öffentlich-rechtlichen Sender darauf, einen möglichst umfassenden Überblick über das Geschehen in allen wesentlichen Lebensbereichen zu geben. Dem privaten Rundfunk obliegt aufgrund seiner Finanzierung am Werbemarkt und der daher notwendigen programmlichen Ausrichtung am Zuschauererfolg nicht dieselbe Funktion. Die gesellschaftliche Relevanz der ProSiebenSat.1 Group ist aber nicht weniger bedeutend. ProSieben ist mit einem Marktanteil von 22,5 Prozent Marktführer bei den jungen Zuschauern von 14 bis 19 Jahren. Allein in Deutschland erreichen wir über 70 Mio Fernsehzuschauer und über 25 Mio Unique User im Internet.

Unser Angebot erreicht in besonderem Maße junge Menschen. Dabei reguliert eine Vielzahl programmlicher Verpflichtungen – zusätzlich zu allgemein gültigen Bestimmungen zum Schutz der Jugend oder des Urheberrechts – die Sendeinhalte. Zur Sicherung der Meinungsvielfalt ist beispielsweise SAT.1 gesetzlich verpflichtet, Regionalprogramme für insgesamt fünf Verbreitungsgebiete zu finanzieren und zu den Hauptsendezeiten parallel auszustrahlen. Entsprechend den Anforderungen des Rundfunkstaatsvertrags finanziert SAT.1 zudem Sendungen, die von Drittunternehmen unabhängig produziert und inhaltlich verantwortet werden. Neben programmlichen Auflagen regulieren Werbebeschränkungen und das Medienkonzentrationsrecht den privaten Rundfunk in Deutschland. So ist zum Beispiel die Werbezeit von TV-Sendern auf maximal zwölf Minuten pro Stunde begrenzt.

Informationen zu unserem
gesellschaftlichen Engagement,
Seite 95ff.

REGULIERUNG DES PRIVATEN RUNDFUNKS IN DEUTSCHLAND (Abb. 14)

Sendeobligationen	Werbebeschränkungen	Medienkonzentrationsrecht
<ul style="list-style-type: none"> > Regionalfenster: montags bis freitags zeitgleiche Ausstrahlung von 5 regionalen Magazinen à 30 Minuten (SAT.1) > Sendezeit für unabhängige Dritte: Ausstrahlung von Sendungen unabhängiger Produzenten à 180 Minuten pro Woche (SAT.1) > Angemessene Sendezeit für Kirchen zur Übertragung religiöser Sendungen (SAT.1, ProSieben) 	<ul style="list-style-type: none"> > Werbezeit beschränkt auf maximal 12 Minuten pro Stunde > Werbeverbote für bestimmte Produkte (z.B. Glücksspiel, rezeptpflichtige Medikamente) > Verbot politischer, weltanschaulicher oder religiöser Werbung > Verbot von Werbeunterbrechungen in bestimmten Sendungen (Kinderprogramm) 	<ul style="list-style-type: none"> > Spezielle Wettbewerbskontrolle für Fernsehveranstalter neben dem allgemeinen Kartellrecht, spezielle Fusionskontrolle > Einschränkung des Wachstums der Sendergruppe nach Zuschauermarktanteilen (maximal 35%)

Wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmendaten

Konjunkturelle Rahmenbedingungen

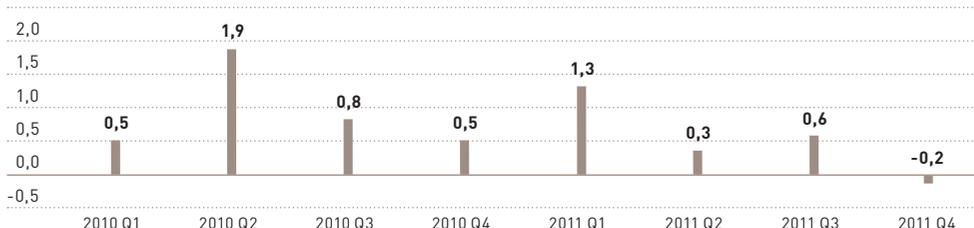
Die Weltwirtschaft zeigte 2011 ein reales Wachstum von 3,8 Prozent gegenüber 2010, wengleich die Wachstumsdynamik laut Internationalem Währungsfonds zum Jahresende deutlich nachließ. Maßgebliche Impulse kamen aus den rasch expandierenden Schwellenländern, insbesondere Asien. Die etablierten Industrienationen entwickelten sich deutlich verhaltener. Die US-Konjunktur expandierte mit weniger als zwei Prozent, Japan fiel in die Rezession.

Auch die Expansion der Eurozone (EU 17) schwächte sich nach einem guten ersten Quartal deutlich ab. Nachgebende Weltkonjunktur, Konsolidierungsbemühungen in einigen Mitgliedsländern sowie die Euro-Schuldenkrise ließen das Wachstum im dritten Quartal auf plus 0,1 Prozent gegenüber dem Vorquartal, im vierten Quartal auf minus 0,3 Prozent gegenüber dem Vorquartal zurückgehen. Für das Gesamtjahr liegt die Prognose bei plus 1,5 Prozent.

Trotz des schwachen europäischen Umfeldes konnte die deutsche Wirtschaft 2011 mit real plus 3,0 Prozent erneut kräftig zulegen. Durch die positive Arbeitsmarkt- und Einkommensentwicklung stiegen die privaten Konsumausgaben mit plus 1,5 Prozent so stark wie seit fünf Jahren nicht mehr. Die Investitionstätigkeit war ebenfalls lebhaft. Allerdings konnte sich die exportorientierte deutsche Wirtschaft der globalen Abschwächung und der Schuldenproblematik im Euroraum nicht völlig entziehen, insbesondere gegen Jahresende: Die Wachstumsrate lag im dritten Quartal noch bei plus 0,6 Prozent gegenüber dem Vorquartal, im Schlussquartal bei minus 0,2 Prozent.

ENTWICKLUNG DES BRUTTO-INLANDSPRODUKTS IN DEUTSCHLAND (Abb. 15)

in Prozent, Veränderung vs. Vorquartal



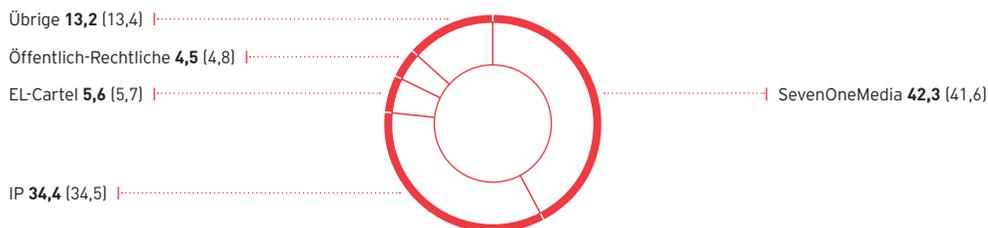
Preis-, saison- und kalenderbereinigt, Quelle: Destatis.

Entwicklung des Werbemarkts

Die Brutto-Investitionen in TV-Werbung legten 2011 um 1,8 Prozent auf 11,11 Mrd Euro (Vorjahr: 10,91 Mrd Euro) zu. Im vierten Quartal ist der Markt nochmals gewachsen, die Bruttowerbeinvestitionen kletterten um 1,0 Prozent auf 3,66 Mrd Euro (Vorjahr: 3,62 Mrd Euro). In diesem Umfeld hat die SevenOne Media GmbH ihre führende Position weiter ausgebaut: Der Marktanteil verbesserte sich auf Jahressicht um 0,7 Prozentpunkte auf 42,3 Prozent brutto - der stärkste Zuwachs unter allen TV-Vermarktern. Besonders erfolgreich war das vierte Quartal mit einem Plus von 6,6 Prozent auf 1,58 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 1,48 Mrd Euro). SevenOne Media steigerte seine Brutto-Werbeinahmen auf 4,70 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 4,54 Mrd Euro). Das Plus von 3,5 Prozent gegenüber dem Jahr 2010 lag deutlich über Marktschnitt. Auf Basis von Netto-Zahlen entwickelte sich der deutsche TV-Werbemarkt ebenfalls positiv, auch hier übertraf ProSiebenSat.1 das Marktwachstum, unter anderem durch moderate Preissteigerung sowie ein starkes Neukundengeschäft.

MARKTANTEILE DEUTSCHER BRUTTO-TV-WERBEMARKT (Abb. 16)

in Prozent, Vorjahreswerte 2010 in Klammern



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

Im deutschen Online-Werbemarkt stärkte SevenOne Media ihre führende Position bei der Vermarktung von Bewegtbild und verzeichnete ein Umsatzplus von 103,5 Prozent auf 82 Mio Euro brutto (Vorjahr: 40,3 Mio Euro). Der TV-Vermarkter baute seinen Vorsprung mit einem Marktanteil von 40,0 Prozent (IP: 27,5%) weiter aus. Insgesamt verzeichnete der deutsche Online-Werbemarkt 2011 - wozu neben Bewegtbild- auch klassische Bannerwerbung zählt - ein Plus von 34,2 Prozent auf 3,2 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 2,4 Mrd Euro). SevenOne Media steigerte ihre Online-Werbegesamtumsätze um 28,3 Prozent auf brutto 161,8 Mio Euro (Vorjahr: 125 Mio Euro).

In den nordeuropäischen Märkten entwickelte sich der TV-Werbemarkt dynamisch. Das stärkste Wachstum verzeichnete Norwegen mit plus 12,1 Prozent netto (Vorjahr: 9,1%). Aber auch Schweden (+11,1% netto) und Dänemark (+10,9% netto) wiesen starke Steigerungsraten auf. Ungarn und Rumänien lagen aufgrund der schwachen Konjunktur unter Vorjahr.

ENTWICKLUNG DER TV-WERBEMÄRKTE (Abb. 17)

in Prozent	Abweichungen vs. Vorjahr
	2011
Deutschland	1,8
Österreich	8,4
Schweiz	8,6
Norwegen	12,1
Schweden	11,1
Dänemark	10,9
Finnland	6,6
Ungarn	-11,7
Rumänien	-13,9

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

Entwicklung des Zuschauermarkts

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre Zuschauermarktanteile 2011 in allen wesentlichen Märkten gesteigert:

ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP (Abb. 18)

in Prozent	Q4 2011	Q4 2010	2011	2010
Deutschland	29,6	28,3	28,9	28,5
Österreich	20,4	19,9	20,2	19,3
Schweiz	15,7	18,3	16,1	17,6
Norwegen	18,1	15,4	17,4	14,4
Schweden	15,0	15,6	13,8	14,5
Dänemark	16,3	15,7	16,2	16,7
Finnland	5,2	4,0	5,1	3,3
Ungarn	18,2	25,0	20,5	22,5
Rumänien	8,1	7,4	7,8	7,3

Werte für Deutschland, Österreich und Schweiz beziehen sich auf 24-Stunden (Mo-So). Marktanteile in den übrigen Ländern auf Extended Prime Time (RO, FI: 18-24 Uhr / SE, NO, DK, HU: 17-24 Uhr). Deutschland: SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx; werberelevante Zielgruppe 14-49 Jahre: Daten sind erst ab Februar 2011 freigegeben, bei der Jahresbetrachtung 2011 geht der Januar mit 0 in die Berechnung ein. Werte 2010 ohne sixx. Österreich: SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins Austria, PULS 4; werberelevante Zielgruppe 12-49 Jahre. Schweiz: SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, kabel eins Schweiz; werberelevante Zielgruppe 15-49 Jahre. Sämtliche Daten basieren auf Tagesgewichtung und beinhalten seit 2011 ausschließlich die Nutzung des Schweizer Signals/ Programmfensters. Norwegen: TVNorge, FEM, MAX, The Voice; werberelevante Zielgruppe 12-44 Jahre. Schweden: Kanal 5, Kanal 9; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. Dänemark: Kanal 4, Kanal 5, 6'eren, The Voice; werberelevante Zielgruppe 15-50 Jahre, Basis: 14 werbefinanzierte TV-Sender. Finnland: TV5, The Voice; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. Ungarn: TV2, FEM3, PRO4 ab März 2011 ausgewiesen; werberelevante Zielgruppe 18-49 Jahre. Rumänien: Prima TV, Kiss TV; werberelevante Zielgruppe 15-44 Jahre. Rumäniens Daten basieren auf urbaner Bevölkerung.

In Deutschland bauten SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx ihren Gruppenmarktanteil 2011 um 0,4 Prozentpunkte auf 28,9 Prozent (Vorjahr: 28,5%) aus. Die vier Sender steigerten ihre Leistung im Verlauf des Fernsehjahres kontinuierlich. So lag der Wert im vierten Quartal 2011 mit 29,6 Prozent und einem Plus von 2,1 Prozentpunkten signifikant über dem ersten Quartal. Besonders beliebt waren bei den Zuschauern Formate wie „Danni Lowinski“ (bis zu 18,2%), „Der letzte Bulle“ (bis zu 19,6%) oder „The Voice of Germany“. Die überaus erfolgreiche Musikshow erzielte in SAT.1 und auf ProSieben Marktanteile von bis zu 30,9 Prozent. Der Frauensender sixx leistete mit einem Jahresmarktanteil von 0,5 Prozent ebenfalls einen wichtigen Wachstumsbeitrag, im Oktober und Dezember lag der Quotenwert sogar bei 0,8 Prozent.

Die österreichischen Sender SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins Austria sowie PULS 4 steigerten ihren Gruppenmarktanteil 2011 um 0,9 Prozentpunkte auf 20,2 Prozent (Vorjahr: 19,3%) und bauten den Abstand gegenüber den privaten Mitbewerbern weiter aus. Vor allem PULS 4 trug mit einem deutlichen Plus von 0,5 Prozentpunkten sowie einem Marktanteil von 3,3 Prozent (Vorjahr: 2,8%) zu einem Anstieg der Quoten bei. Der Sender weist unter allen Vollprogrammen Österreichs das stärkste Wachstum auf.

Darüber hinaus verzeichneten die Sender der ProSiebenSat.1 Group vor allem in Skandinavien hohe Steigerungsraten. In Norwegen erzielten TVNorge, FEM, MAX und The Voice einen Jahresmarktanteil von 17,4 Prozent (Vorjahr: 14,4%), dies entspricht einem Plus von 3,0 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Das starke Wachstum ist vornehmlich auf die erfolgreiche Entwicklung des Männersenders MAX zurückzuführen, der seine Quoten seit Start im November 2010 beständig steigert und 2011 bei einem Marktanteil von 2,6 Prozent lag.

Auch in Finnland konnte die ProSiebenSat.1 Group mit ihren Sendern TV5 und The Voice deutlich zulegen. Die beiden Sender verzeichneten 2011 mit einem Marktanteil von 5,1 Prozentpunkten (Vorjahr: 3,3%) einen Zuwachs von 1,8 Prozentpunkten. Das signifikante Plus ist vor allem auf den Ausbau von TV5 zu einem 24-Stunden-Programm zurückzuführen. Zuvor teilten sich TV5 sowie The Voice eine Sendelizenz.

2011 war ein Jahr voller TV-Überraschungen – mit spannenden Shows, Serien und Filmen.

TV-HIGHLIGHTS 2011



SHOWSENSATION... (a) „The Voice of Germany“ schrieb bereits mit der ersten Staffel in SAT.1 und auf ProSieben Geschichte – mit Traumquoten und einer neuen Programmierungsstrategie auf zwei Sendern. Zuschauer und Kritiker waren begeistert von der Musikshow, in der nur die Stimme zählt. Das Format erzielte Marktanteile von bis zu 30,9 Prozent.

CHAOT... (b) **Hancock** ist ein Superheld, der alles andere als super ist. Anstatt die Bewohner von L.A. zu retten, hinterlässt er eine Schneise der Verwüstung. Mit 28,2 Prozent bei den Zuschauern zwischen 14 und 49 Jahren war „Hancock“ der erfolgreichste ProSieben-Film 2011.



SPORTSGEIST... (c) Mit „ran“ bietet SAT.1 seinen Zuschauern Sport pur. Egal ob es um Fußball oder Boxen geht: Die ran-Experten kommentieren die sportlichen Begegnungen kompetent, liefern spannende Interviews und interessante Hintergrundberichte. Mit Marktanteilen von bis zu 30,2 Prozent in der werberelevanten Zielgruppe ist „ran“ die erfolgreiche Sportmarke von SAT.1.



HERAUSFORDERUNG... (d) Bei kabel eins trieb „Fort Boyard“ 54 Prominente an ihre Grenzen und darüber hinaus. Sie mussten an der Außenwand des Forts hochklettern und auf Bäumen von Vogelspinnen nach Codes suchen – und das alles für einen guten Zweck. Die Gewinnerprämie der Stars ging an soziale Projekte. Das gefiel auch dem Publikum – die Show holte Marktanteile von bis zu 11,9 Prozent.



VAMPIRE....(e) Vampire, Werwölfe, Hexen: Die Mystery-Serie „**Vampire Diaries**“ zählt mit Quoten von bis zu 3,2 Prozent zu den erfolgreichsten Programmen auf sixx. Der Frauensender konnte seinen Marktanteil seit Start im Mai 2010 stetig ausbauen und erzielte im Oktober und November 2011 mit 1,4 Prozent die höchsten Tageswerte seit Launch.



....e



....f

GEWINNER....(f) „So hell wie die Sonne“ strahlten die drei Jungs von Kilmokit, als ihr Name beim Finale von „**Popstars - Mission Österreich**“ erklang und machten ihrem Siegersong damit alle Ehre. Die Casting-Show mit Detlef D! Soost holte in Österreich auf PULS 4 Marktanteile von bis zu 6,9 Prozent.

ABENTEUER....(g) Brennende Sonne, unerträgliche Hitze, endlose Dürre. Ausgesetzt in der Wüste von Namibia mussten die Teilnehmer von „**Homerun**“ den Weg zurück in die Schweiz finden. An ihrer Seite: Vier Experten, die ihnen Überlebensstipps gaben. Bis zu 4,9 Prozent Marktanteil holte die Reality-Dokumentation in SAT.1 Schweiz.



....g

MÄNNERABEND....(h) MAX lässt Männerherzen höherschlagen! Der jüngste norwegische ProSiebenSat.1-Sender begeistert an seinem „**Fotball Fredag**“ die Fußball-Fans mit Spielen aus der norwegischen Liga. Bis zu 9,5 Prozent der 12- bis 44-Jährigen waren dabei. Seit seinem Start Ende 2010 legt der Sender ein rapiden Wachstum hin und erzielte im August mit 3,3 Prozent seinen höchsten Monatsmarktanteil im Jahr 2011.



....h



....i

SOMMERMÄRCHEN....(i) Fünf Jugendliche erleben in „**Kalajoen hiekat**“, der finnischen Riviera, den Sommer ihres Lebens. Der Sender TV5 begleitete sie in seiner bisher größten Lokalproduktion. Bis zu 8,7 Prozent der Zuschauer waren dabei.



....j

SCHÖNHEITSKÖNIGE....(j) In „**Miss fata de la tara**“ sucht der rumänische Sender Prima TV die schönsten Mädchen vom Lande. 2011 erhielt das Format eine Auszeichnung als „Beste Reality-Show“ und war mit bis zu 13,5 Prozent Marktanteil so erfolgreich, dass der Sender mit „**Mi-s baiatul de la tara**“ nun auch nach einem Schönheitskönig vom Lande suchte - mit ebenso großem Erfolg und Marktanteilen von bis zu 12,8 Prozent.

Geschäftsverlauf

Gesamtaussage zum
Geschäftsverlauf aus Sicht der
Unternehmensleitung.

Die ProSiebenSat.1 Group blickt auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. Wir haben sowohl beim Konzernumsatz als auch beim Konzernergebnis und dem recurring EBITDA auf Basis der fortgeführten Aktivitäten neue Bestmarken erzielt. Dazu trugen alle Segmente bei. Wir haben im Jahr 2011 jedoch nicht nur unsere Ertragskraft gesteigert, sondern auch unsere Verschuldung deutlich reduziert. Durch die Optimierung des Geschäftsportfolios konnten wir einen signifikanten Teil unserer Darlehen vorzeitig zurückführen - und gleichzeitig die Laufzeiten der verbleibenden Darlehen größtenteils verlängern. Damit steht die ProSiebenSat.1 Group finanziell und operativ auf einem soliden Fundament.

Vergleich des tatsächlichen mit dem erwarteten Geschäftsverlauf

Wir haben 2011 unsere finanziellen Ziele erreicht. Dies trifft sowohl auf unsere im Geschäftsbericht 2010 veröffentlichten Umsatz- und Ergebnisprognosen für die gesamte Gruppe als auch für die einzelnen Segmente auf Basis der fortgeführten Aktivitäten zu. Aufgrund verstärkter Investitionen in neue Wachstumsfelder und das Programmvermögen sind die operativen Kosten erwartungsgemäß gestiegen. Zum Jahresauftakt hatten wir einen Kostenanstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich prognostiziert. Tatsächlich stiegen die operativen Kosten im Jahr 2011 insgesamt um 5,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr an.

Bezogen auf die Netto-Finanzverschuldung hatten wir eine weitere Verbesserung prognostiziert. Unsere Erwartungen für die künftige Finanzlage haben wir mit der Rückführung eines wesentlichen Teils unserer Darlehen im Jahresverlauf angepasst und streben für den Verschuldungsgrad nun einen Wert von 1,5 bis 2,5 an. Die Netto-Finanzverschuldung betrug zum Jahresende noch 1,818 Mrd Euro (Vorjahr: 3,021 Mrd Euro), der Verschuldungsgrad sank auf 2,1 (Vorjahr: 3,3) und liegt damit innerhalb des Zielkorridors.

Glossar, Seite 223.

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF FÜR DEN KONZERN¹ (Abb. 19)

in Mio Euro	Ist-Werte 2010		Prognose für 2011	Ist-Werte 2011
Umsatz	2.601,0	Anstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich		2.756,2
Operative Kosten	1.820,6	Anstieg im niedrigen einstelligen Prozentbereich		1.915,7
Recurring EBITDA	791,5		Deutlicher Anstieg	850,0
Bereinigter Konzernüberschuss (underlying net income)	275,2		Deutlicher Anstieg	309,4
Netto-Finanzverschuldung (zum 31. Dezember)	3.021,0		Rückgang	1.817,8
Verschuldungsgrad	3,3		1,5 - 2,5	2,1

VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM PROGNOTIZIERTEN GESCHÄFTSVERLAUF FÜR DIE SEGMENTE¹ (Abb. 20)

in Mio Euro	Ist-Werte 2010	Prognose für 2011	Ist-Werte 2011	Ist-Werte 2010	Prognose für 2011	Ist-Werte 2011
	Umsatz	Umsatz	Umsatz	Recurring EBITDA ²	Recurring EBITDA	Recurring EBITDA ²
Free-TV Deutschsprachig	1.866,8	Anstieg	1.936,6	631,3	Deutlicher Anstieg	666,4
Free-TV International	421,9	Deutlicher Anstieg	475,2	86,1	Deutlicher Anstieg	97,8
Diversifikation	312,3	Deutlicher Anstieg	344,4	69,9	Stabile Entwicklung	82,4

¹ Die genannten Werte und Aussagen beziehen sich auf das fortgeführte Geschäft.

² Die Darstellung des recurring EBITDA ist um Effekte, die wesentlich aus dem Verbundgeschäft der Sultan Sushi Gruppe resultieren, von 3,4 Mio Euro in 2011 bzw. 4,2 Mio Euro in 2010 bereinigt.

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 diesen zugrunde liegenden Konditionen. Die ProSiebenSat.1 Group informiert ihre Kunden in sogenannten Programmscreenings über die Ausrichtung der Senderplanung. Die Programmübersicht 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.

Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Auswirkung der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf

Die ProSiebenSat.1 Group erzielte 2011 mit 76,0 Prozent den Großteil ihrer Umsätze aus dem Verkauf von TV-Werbzeiten. Davon entfallen 76,4 Prozent auf den deutschen TV-Werbemarkt. Die Entwicklung der TV-Werbemärkte weist eine hohe Korrelation zu den makroökonomischen Rahmenbedingungen auf. Gleichzeitig reagiert der Werbemarkt auf gesamtwirtschaftliche Entwicklungen oftmals prozyklisch, die Budgetvergabe erfolgt häufig sehr kurzfristig. Neben ökonomischen Rahmenbedingungen wird unsere Umsatzentwicklung wesentlich von den Erfolgen im Zuschauermarkt beeinflusst. Die Zuschauer-Reichweite der TV-Programme und damit auch der Werbespots beeinflusst die Budgetvergabe unserer Werbekunden und wirkt sich wesentlich auf die Preisgestaltung aus. Dabei unterliegt das Werbegeschäft wie kaum eine andere Industrie einer starken saisonalen Schwankung: Im vierten Quartal erzielt die ProSiebenSat.1 Group den weitaus größten Teil ihrer jährlichen TV-Werbbeeinnahmen, da sowohl die Konsumbereitschaft als auch die Fernsehnutzung in der Vorweihnachtszeit steigen. Insgesamt werden jährlich rund 30 Prozent des Umsatzes und rund 40 Prozent des recurring EBITDA im vierten Quartal erzielt. Dies war auch 2011 der Fall. (Abb. 21, Abb. 22)

Die Wirtschaft ist 2011 in der Eurozone weiter gewachsen, gleichwohl haben die konjunkturellen Risiken im Jahresverlauf zugenommen. Ungeachtet der zunehmenden makroökonomischen Unsicherheiten entwickelte sich die Werbewirtschaft wie erwartet insgesamt positiv. Die TV-Werbbeeinnahmen der ProSiebenSat.1 Group verzeichneten vor allem in den skandinavischen Ländern eine dynamische Entwicklung. Der Konzern profitierte dort vom Wachstum des Gesamtwerbemarktes und konnte die Quotenerfolge zu angemessenen Preisen kapitalisieren. Auch in Deutschland konnte der Konzern eine moderate Preissteigerung durchsetzen und seine TV-Werbbeeinnahmen kontinuierlich steigern. Während sich die Werbeinvestitionen in den deutschsprachigen und nordeuropäischen Märkten unverändert robust zeigten, erreichten wir in Osteuropa in einem stark rückläufigen Werbeumfeld das Vorjahresniveau nicht.

Den Großteil der Erlöse erzielt die ProSiebenSat.1 Group mit 77,3 Prozent des Gesamtumsatzes (Vorjahr: 79,6%) in der Euro-Zone. Währungsschwankungen beeinflussen die Umsatz- und Ergebnisentwicklung daher nur marginal. Wechselkursänderungen, die sich besonders aus dem Kauf von Lizenzprogrammen in den USA ergeben könnten, begrenzt ProSiebenSat.1 zudem durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente. Neben Schwankungen von Währungen könnten veränderte Zinssätze das Ergebnis der Gesellschaft beeinflussen. Dies hat sich jedoch im Jahr 2011 nicht auf

Konjunkturlage und Werbemarkt,
Seite 58.

Risikobericht, Seite 111.

das Zins- bzw. Finanzergebnis der ProSiebenSat.1 Group ausgewirkt. Zum 31. Dezember 2011 hatte der Konzern nahezu 100 Prozent (2010: rund 79%) seiner variabel verzinslichen Finanzierungsinstrumente über Zinsswaps abgedeckt.

UMSATZENTWICKLUNG 2011 NACH QUARTALEN (Abb. 21)

in Mio Euro, Vorjahreswerte 2010 in Klammern

Q1-Q4	2.756,2 (2.601,0)
Q4	873,7 (828,9)
Q3	594,5 (546,0)
Q2	692,2 (650,0)
Q1	595,8 (576,1)

RECURRING EBITDA-ENTWICKLUNG 2011 NACH QUARTALEN (Abb. 22)

in Mio Euro, Vorjahreswerte 2010 in Klammern

Q1-Q4	850,0 (791,5)
Q4	317,7 (312,5)
Q3	163,6 (136,9)
Q2	238,7 (223,5)
Q1	130,0 (118,6)

Änderungen im Konsolidierungskreis

Im Zuge der strategischen Portfolioanalyse hat die ProSiebenSat.1 Group im Jahr 2011 ihr TV-Geschäft in Belgien sowie die TV- und Print-Aktivitäten in den Niederlanden veräußert. Die entsprechenden Verträge zur Veräußerung wurden am 20. April 2011 unterzeichnet. Die Geschäftsaktivitäten in den Niederlanden in den Bereichen Fernsehen und Print wurden von der Sanoma Corporation und der Talpa Holding N.V. übernommen. Für die TV-Aktivitäten in Belgien besteht das Konsortium führender internationaler Medienunternehmen aus der Sanoma Corporation, der Corelio N.V. und der Waterman & Waterman CVA. Die zum ProSiebenSat.1-Konzern gehörenden Produktionsgesellschaften in den Niederlanden und Belgien waren nicht Teil der Transaktion und verbleiben bei der ProSiebenSat.1 Group.

Der den Transaktionen zugrunde liegende Unternehmenswert beträgt insgesamt 1,225 Mrd Euro, das für die beiden Geschäftsbereiche für 2010 berechnete bereinigte EBITDA 115 Mio Euro. Daraus ergibt sich ein Bewertungs-Multiple in Höhe des 10,6fachen des bereinigten EBITDA. Mit dem Erlös aus dem Verkauf der niederländischen und belgischen Aktivitäten hat ProSiebenSat.1 Ende August 2011 einen Teil der bestehenden Kredite um 1,2 Mrd Euro vorzeitig zurückgeführt. Die Auswirkungen auf die Finanz- und Vermögenslage werden auf den Seiten 72 bis 74 ausführlich erläutert, daraus resultierende Auswirkungen auf das Finanzergebnis werden auf Seite 69 beschrieben.

Der Verkauf der belgischen TV-Aktivitäten wurde am 8. Juni 2011 vollzogen und die Gesellschaften entkonsolidiert. Die Transaktion in den Niederlanden wurde am 29. Juli 2011 abgeschlossen und die Gesellschaften entkonsolidiert. Infolge der vorliegenden Voraussetzungen des IFRS 5 wurden die veräußerten Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden bis zum Zeitpunkt ihrer Entkonsolidierung gesondert als „nicht-fortgeführte Aktivitäten“ ausgewiesen. In den einzelnen Positionen der Gewinn- und Verlust-Rechnung sind folglich die Ergebnisbeiträge sowie die Entkonsolidierungseffekte des belgischen und niederländischen Geschäfts nicht in den einzelnen

Positionen enthalten, sondern werden als „Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten“ ausgewiesen. Während die Ergebnisbeiträge und Entkonsolidierungseffekte des belgischen Geschäfts bis einschließlich Mai 2011 in den „nicht-fortgeführten Aktivitäten“ erfasst sind, ist das niederländische Geschäft zusätzlich noch für den Monat Juli in dieser Position enthalten. Die Vorjahreszahlen der Gewinn- und Verlustrechnung wurden auf Konzern- bzw. Segmentebene entsprechend angepasst. Bislang wurden die veräußerten TV- und Print-Aktivitäten in den Segmenten Free-TV International bzw. Diversifikation ausgewiesen.

Darüber hinaus fanden im Berichtsjahr keine Ereignisse statt, die wesentliche wertmäßige oder strukturelle Änderungen für ProSiebenSat.1 und seine Segmente ergeben hätten. Das Unternehmen hat jedoch sein Portfolio durch strategische Akquisitionen im Games- und VoD-Bereich ergänzt. So hat ProSiebenSat.1 mit burda:ic einen der führenden Publisher kostenloser Online-Spiele in Europa übernommen und eine Mehrheitsbeteiligung von 51 Prozent an dem Unternehmen Covus Games erworben. Die restlichen Anteile an Covus Games gehen im Jahr 2013 an die Gruppe. Die Akquisitionen wurden im Juli bzw. Mai 2011 abgeschlossen. Mit den Übernahmen kommen wir unserem Ziel, einer der führenden Anbieter im europäischen Online-Gaming-Markt zu werden, einen entscheidenden Schritt näher. Auch unsere Position im Bereich Video-on-Demand haben wir gestärkt und mit Wirkung zum 1. Januar 2011 alle Anteile an maxdome erworben. Im Jahresverlauf haben wir den Programmbestand der Online-Videothek aufgestockt und die technische Reichweite bei TV-Geräten erhöht. maxdome ist Marktführer für Video-on-Demand und hat für ProSiebenSat.1 eine hohe strategische Bedeutung: Das Portal finanziert sich über Abonnements sowie Pay-per-View-Abrufe und bietet damit nicht nur einen zusätzlichen Verbreitungsweg für Programminhalte. Es eröffnet dem Konzern auch neue Wege zur Umsatzgenerierung jenseits der Vermarktung von Werbeflächen. Ziel ist es, bis 2015 rund 50 Prozent des Gesamtumsatzes unabhängig vom klassischen TV-Werbegeschäft in Deutschland zu erwirtschaften. Dieser Zielsetzung folgt auch die internationale Expansion der Red Arrow Entertainment Group. Im Jahr 2011 hat Red Arrow sein Portfolio durch Akquisitionen erweitert und in neuen Märkten Fuß gefasst, darunter im weltweit größten TV-Markt USA.

Glossar, Seite 225.

Durch den Ausbau neuer Geschäftsbereiche werden wir zusätzliche Erlöspotenziale nutzen und unabhängiger von konjunkturellen Schwankungen einzelner Märkte werden. Desinvestitionen sind - ebenso wie Akquisitionen und Investitionen in Zukunftsmärkte - Teil unserer Portfoliostrategie. Im August stellte ProSiebenSat.1 den Sendebetrieb des Call-TV-Senders 9Live vollständig ein. Grund war ein nachhaltiger Erlösrückgang bei dem Transaktionskanal. Zum 31. Mai hatte das Unternehmen bereits den Live-Betrieb beendet, seither liefen Serien und Spielfilme auf der Frequenz von 9Live. Nach der Schließung von 9Live hat der Frauensender sixx den Sendeleplatz übernommen und konnte auf diese Weise seine technische Reichweite deutlich steigern. Im Zuge der Portfoliooptimierung hat sich ProSiebenSat.1 im Jahr 2011 zudem von den Tochterunternehmen in Bulgarien und dem griechischen Radiosender Lampsi FM getrennt. Die Gruppe veräußerte ihre bulgarischen Radiostationen sowie den Musiksender The Voice TV an die A.E. Best Success Services Bulgaria EOOD. Die Transaktion wurde am 10. November 2011 vollzogen. Der Verkauf des Radiosenders Lampsi FM an die Attica Publications Group S.A. wurde am 20. September 2011 abgeschlossen. In Märkten mit einem integrierten Markenportfolio aus starken Fernseh- und Hörfunksendern bleiben Radiobeteiligungen weiterhin ein wichtiger strategischer Bestandteil für ProSiebenSat.1.

Einen Überblick der einzelnen Portfoliomaßnahmen zeigt die folgende Tabelle, eine chronologische Übersicht der Ereignisse im Jahr 2011 findet sich auf den Seiten 44 bis 45.

Eine ausführliche Erläuterung der Konzernstruktur findet sich auf den Seiten 47 bis 50. Weitere Informationen zu den aktuellen Änderungen im Konsolidierungskreis enthält der Anhang auf den Seiten 135 bis 144. Dort wird auch die Berichtsweise nach IFRS 5 ausführlich erläutert.

PORTFOLIOMASSNAHMEN UND ÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS IM JAHR 2011 (Abb. 23)

Segment Free-TV Deutschsprachig	<p>Mehrheitsbeteiligung an der britischen Produktionsfirma The Mob Film Holdings Ltd. > Vollkonsolidierung seit April 2011</p> <p>Mehrheitsbeteiligung an der US-amerikanischen Produktionsfirma Fuse Entertainment > Vollkonsolidierung seit Dezember 2011</p> <p>Mehrheitsbeteiligung an der schwedischen Produktionsfirma Hard Hat > Verbundenes Unternehmen seit Dezember 2011, Vollkonsolidierung ab Januar 2012</p>
Segment Free-TV International	<p>Launch des Free-TV-Senders PRO4 in Ungarn im Januar 2011</p> <p>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</p> <p>Verkauf des bulgarischen Musiksenders The Voice TV > Entkonsolidierung im November 2011</p>
Segment Diversifikation	<p>Erwerb weiterer 50 Prozent der Anteile an maxdome > Vollkonsolidierung seit Januar 2011</p> <p>Mehrheitsbeteiligung an Covus Games GmbH, Betreiber von browsergames.de und 100prozentiger Erwerb von burda:ic > Vollkonsolidierung von Covus Games seit Mai 2011, burda:ic seit Juli 2011</p> <p>Einstellung des Sendebetriebs des Call-TV-Senders 9Live im August 2011</p> <p>Verkauf des griechischen Radiosenders Lamps FM > Entkonsolidierung im September 2011</p> <p>Verkauf der bulgarischen Radiostationen > Entkonsolidierung im November 2011</p>

PORTFOLIOMASSNAHMEN UND ÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS IM JAHR 2010 (Abb. 24)

Segment Free-TV Deutschsprachig	<p>Gründung der Red Arrow Entertainment Group im Januar 2010, SevenOne International wird Teil der Red Arrow Entertainment Group</p> <p>Launch des deutschen Free-TV-Senders sixx im Mai 2010</p> <p>Verkauf des Nachrichtensenders N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH und der Produktionsgesellschaft MAZ&MORE TV-Produktion GmbH > Entkonsolidierung im Juni 2010</p>
Segment Free-TV International	<p>Launch des Free-TV-Senders Fem3 in Ungarn im Januar 2010</p> <p>Mehrheitsbeteiligung an der belgischen Produktionsgesellschaft Sultan Sushi BVBA > Vollkonsolidierung seit März 2010</p> <p>Mehrheitsbeteiligung an der US-Produktionsgesellschaft Kinetic Content LLC. > Vollkonsolidierung seit September 2010</p> <p>Launch des Free-TV-Senders MAX in Norwegen im November 2010</p>

Ertragslage des Konzerns

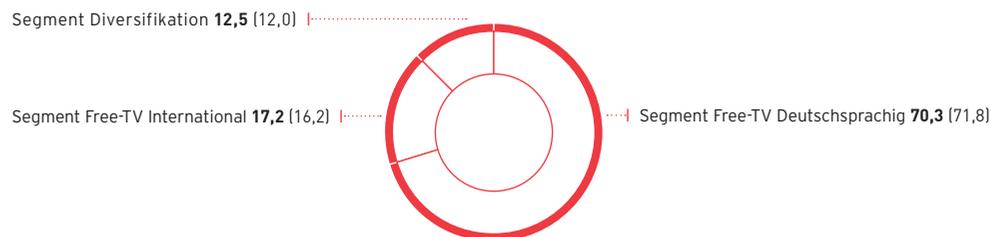
Die folgende Analyse bezieht sich - sofern nicht anders gekennzeichnet - auf das fortgeführte Geschäft:

Die ProSiebenSat.1 Group steigerte ihren **Konzernumsatz** im Jahresverlauf 2011 um 6,0 Prozent oder 155,2 Mio Euro auf 2,756 Mrd Euro. Das Umsatzwachstum wurde von allen Segmenten getragen. Im Kerngeschäft TV - dazu zählen die Segmente Free-TV Deutschsprachig und Free-TV International - erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group insgesamt einen Umsatz von 2,412 Mrd Euro (Vorjahr: 2,289 Mrd Euro). Das entspricht einem Anteil von 87,5 Prozent (Vorjahr: 88,0%) am Jahresumsatz des Konzerns. Besonders dynamisch entwickelte sich 2011 das Geschäft in den TV-Märkten Nordeuropas. Auch im Segment Diversifikation erzielte der Konzern 2011 zweistellige Wachstumsraten. Wesentliche Umsatztreiber waren hierbei das junge Geschäftsmodell Media-for-Revenue-Share sowie die breite Produktpalette im Online-Bereich. Insgesamt stieg der Umsatzbeitrag des Diversifikationssegments gegenüber dem Vorjahr um 10,3 Prozent auf 344,4 Mio Euro (Vorjahr: 312,3 Mio Euro).

Segmentbericht, Seite 82.

UMSATZ NACH SEGMENTEN AUS FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN (Abb. 25)

in Prozent, Vorjahreswerte 2010 in Klammern



Anhang, Seite 163.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** betragen 9,7 Mio Euro, was einem Rückgang um 13,4 Prozent gegenüber der Vergleichsperiode entspricht (Vorjahr: 11,2 Mio Euro).

Die **Gesamtkosten** des Konzerns, die sich aus Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten zusammensetzen, stiegen im Jahr 2011 um 5,6 Prozent bzw. 113,8 Mio Euro auf 2,159 Mrd Euro.

Programmvermögen,
Anhang, Seite 177.

Der Großteil des Kostenanstiegs basierte auf höheren Abschreibungen auf das **Programmvermögen**, mit 1,080 Mrd Euro (Vorjahr: 957,0 Mio Euro) die größte Kostenposition des Konzerns. Das Programmvermögen wird planmäßig und abhängig von der Anzahl der zulässigen bzw. geplanten Ausstrahlungen abgeschrieben. Dieser planmäßige Werteverzehr stieg im Jahr 2011 um 96,9 Mio Euro auf 970,3 Mio Euro (+11,1%). Zusätzlich führten Wertminderungen auf das Programmvermögen zu einem insgesamt höheren **außerplanmäßigen Werteverzehr** von 109,9 Mio Euro (Vorjahr: 83,6 Mio Euro). Wertberichtigungen ergaben sich im Jahr 2011 unter anderem auf das Programmvermögen von 9Live. Zudem wurden im vierten Quartal außerplanmäßige Abschreibungen auf das Programmvermögen der osteuropäischen TV-Sender vorgenommen.

Glossar, Seite 223.

Die planmäßigen und außerplanmäßigen Abschreibungen auf das Programmvermögen werden in den Umsatzkosten ausgewiesen. Die Umsatzkosten nahmen gegenüber 2010 insgesamt um 8,6 Prozent auf 1,501 Mrd Euro zu. Ein weiterer Grund für den Anstieg der Umsatzkosten um 118,4 Mio Euro waren Investitionen in neue Wachstumfelder. Hierzu zählen beispielsweise die vollständige Übernahme von maxdome mit Wirkung zum 1. Januar 2011 und der Ausbau neuer TV-Sender wie MAX in Norwegen.

Im Gegensatz zu den Umsatzkosten bewegten sich die Verwaltungskosten mit 312,3 Mio Euro nahezu auf Vorjahresniveau (+0,8% bzw. 2,5 Mio Euro). Die Vertriebskosten sanken hingegen um 2,0 Prozent auf 345,6 Mio Euro (Vorjahr: 352,7 Mio Euro).

GESAMTKOSTEN AUS FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN (Abb. 26)

in Mio Euro



■ Umsatzkosten ■ Vertriebskosten ■ Verwaltungskosten

Glossar, Seite 223.

Die **operativen Kosten** betragen 1,916 Mrd Euro, bereinigt um Einmalaufwendungen von 97,8 Mio Euro (Vorjahr: 97,8 Mio Euro) und Abschreibungen von 145,7 Mio Euro (Vorjahr: 127,0 Mio Euro). Damit bewegten sich die operativen Kosten 2011 um 5,2 Prozent bzw. 95,1 Mio Euro über dem Vorjahresniveau. Der Kostenanstieg lag jedoch erneut unterhalb des Umsatzwachstums. Höhere operative Kosten fielen insbesondere in unseren Wachstumsbereichen an. Im Kerngeschäft konnten die operativen Kosten auf Jahressicht trotz höherer Umsätze durch effizientes Kostenmanagement hingegen nahezu stabil gehalten werden.

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG OPERATIVE KOSTEN AUS FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN (Abb. 27)

in Mio Euro

	2011	2010
Gesamtkosten	2.159,2	2.045,4
Einmalaufwendungen	-97,8	-97,8
Abschreibungen ¹	-145,7	-127,0
Operative Kosten	1.915,7	1.820,6

¹ Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Glossar, Seite 223.

Das Umsatzwachstum führte zu einer deutlichen Steigerung des operativen Ergebnisses vor und nach Einmaleffekten: Das **EBITDA** stieg gegenüber dem Vorjahr um 8,4 Prozent auf 752,4 Mio Euro (Vorjahr: 693,8 Mio Euro). Es beinhaltet ergebnismindernde Einmaleffekte in Höhe von 97,6 Mio Euro (Vorjahr: 97,7 Mio Euro), die sich im Jahr 2011 primär aus Aufwendungen im Zusammenhang mit der Optimierung des Portfolios und der Organisationsstruktur zusammensetzen. Neben einmaligen Kosten, die sich im Zusammenhang mit dem Veräußerungsprozess der belgischen und niederländischen Tochtergesellschaften ergaben, entstanden Aufwendungen aufgrund der Schließung von 9Live. Weitere wesentliche Einmalaufwendungen resultierten aus der Neuausrichtung der TV- und Vermarktungsaktivitäten in Ungarn sowie dem Verkauf der Tochterunternehmen in Griechenland und Bulgarien. Darüber hinaus sind in den Einmalkosten Aufwendungen im Zusammenhang mit Beratungsprojekten enthalten. Bereinigt um diese einmalig anfallenden Effekte verzeichnete das **recurring EBITDA** ein Wachstum um 7,4 Prozent auf 850,0 Mio Euro (Vorjahr: 791,5 Mio Euro). Die operative Gewinnmarge stieg im Jahr 2011 auf einen Rekordwert von 30,8 Prozent (Vorjahr: 30,4%).

Glossar, Seite 224.

Eine Überleitungsrechnung des EBITDA vor und nach Einmaleffekten zeigt folgende Tabelle; das recurring EBITDA aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ist in der Kennzahlentabelle auf Seite 70 dargestellt.

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG RECURRING EBITDA AUS FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN (Abb. 28)

in Mio Euro	2011	2010
Ergebnis vor Steuern	366,6	328,6
Finanzergebnis	240,1	238,2
Betriebsergebnis	606,7	566,8
Abschreibungen ¹	145,7	127,0
davon Kaufpreisallokationen	68,7	49,5
EBITDA	752,4	693,8
Einmaleffekte (saldiert) ²	97,6	97,7
Recurring EBITDA	850,0	791,5

¹ Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

² Differenz aus Einmalaufwendungen in Höhe von 97,8 Mio Euro (Vorjahr: 97,8 Mio Euro) und Einmaleerträgen von 0,2 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro).

Das **Finanzergebnis** betrug minus 240,1 Mio Euro und lag damit nahezu auf dem Vorjahresniveau von minus 238,2 Mio Euro (-0,8%). Die Entwicklung des Finanzergebnisses ist durch gegenläufige Effekte geprägt: Geringere Zinsaufwendungen hatten aufgrund der reduzierten durchschnittlichen Verschuldung des Konzerns positive Effekte auf das Finanzergebnis. Das Zinsergebnis verbesserte sich vor diesem Hintergrund um 9,6 Prozent oder 21,1 Mio Euro auf minus 198,3 Mio Euro. Positiv wirkte sich auch ein Bewertungsertrag in Höhe von 18,2 Mio Euro im Rahmen der Erstkonsolidierung des VoD-Portals maxdome aus. Gegenläufige Effekte resultierten dagegen aus einmaligen, im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesenen Aufwendungen, die im Zusammenhang stehen mit der Laufzeitenverlängerung und der vorzeitigen Rückführung der Darlehen sowie der damit einhergehenden Auflösung von Zinssicherungsgeschäften. Infolgedessen verschlechterte sich das sonstige Finanzergebnis von minus 7,5 Mio Euro auf minus 45,1 Mio Euro.

Aus den beschriebenen Entwicklungen resultiert ein Anstieg des Vorsteuerergebnisses um 11,6 Prozent oder 38,0 Mio Euro auf 366,6 Mio Euro. Nach Ertragssteuern von 97,2 Mio Euro (Vorjahr: 88,4 Mio Euro) erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group aus fortgeführter Tätigkeit einen **Jahresüberschuss** von 269,4 Mio Euro (Vorjahr: 240,2 Mio Euro). Die Steuerquote betrug 26,5 Prozent (Vorjahr: 26,9 %). Das Ergebnis nach Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten war primär geprägt vom hohen steuerfreien Gewinn aus der Veräußerung der niederländischen und belgischen Aktivitäten von 335,8 Mio Euro. Es lag mit 375,0 Mio Euro daher deutlich über dem Vorjahreswert von 78,1 Mio Euro. Insgesamt steigerte die Mediengruppe ihren Jahresüberschuss nach Steuern und Anteilen anderer Gesellschafter auf 637,5 Mio Euro (Abb. 30). Dies entspricht einer deutlichen Erhöhung gegenüber dem Vorjahr um 324,8 Mio Euro. Das unverwässerte Ergebnis je Vorzugsaktie stieg von 1,48 Euro auf 3,01 Euro, das unverwässerte Ergebnis je Stammaktie von 1,46 Euro auf 2,99 Euro.

ÜBERLEITUNGSRECHNUNG BEREINIGTER KONZERNÜBERSCHUSS AUS FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN (Abb. 29)

in Mio Euro	2011	2010
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	262,5	234,6
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen (nach Steuern) ¹	36,6	40,1
Wertminderungen im Zusammenhang ursprünglicher Kaufpreisallokationen (nach Steuern) ²	19,5	0,5
Bewertungseffekt aus der Erstkonsolidierung maxdome	-18,2	- / -
Abwertung der Anteile an ZeniMax	9,0	- / -
Bereinigter Konzernüberschuss	309,4	275,2

¹ Abschreibungen auf Kaufpreisallokationen vor Steuern: 43,7 Mio Euro (Vorjahr 48,9 Mio Euro).

² Wertminderungen (Impairment) vor Steuern in Höhe von 25,0 Mio Euro (Vorjahr: 0,6 Mio Euro).

Glossar, Seite 224.

Der um nicht cash-wirksame Sondereffekte bereinigte Konzernjahresüberschuss (underlying net income) aus dem fortgeführten Geschäft bildet die Grundlage für die Dividendenausschüttung. Er hat sich gegenüber dem Vorjahr um 12,4 Prozent auf 309,4 Mio Euro verbessert (Vorjahr: 275,2 Mio Euro). Bezogen auf den bereinigten Konzernjahresüberschuss stieg das unverwässerte Ergebnis je Vorzugsaktie für das fortgeführte Geschäft auf 1,46 Euro (Vorjahr: 1,30 Euro), das unverwässerte Ergebnis je Stammaktie auf 1,45 Euro (Vorjahr: 1,29 Euro).

Eine Übersicht ausgewählter Kennzahlen unter Berücksichtigung des als „nicht-fortgeführte Aktivitäten“ ausgewiesenen Geschäfts zeigt die unten stehende Überleitungsrechnung.

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2011 (Abb. 30)

in Mio EUR	ProSiebenSat.1 inkl. nicht-fortgeführte Aktivitäten		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
Konzernumsatz	2.971,2	3.004,2	215,0	403,2	2.756,2	2.601,0
Operative Kosten ¹	2.079,7	2.109,4	164,0	288,8	1.915,7	1.820,6
Gesamtkosten	2.325,9	2.345,9	166,7	300,5	2.159,2	2.045,4
Umsatzkosten	1.635,3	1.612,2	134,0	229,3	1.501,3	1.382,9
Vertriebskosten	364,0	391,0	18,4	38,3	345,6	352,7
Verwaltungskosten	326,6	342,7	14,3	32,9	312,3	309,8
Betriebsergebnis (EBIT)	990,9	669,5	384,2	102,7	606,7	566,8
Recurring EBITDA ²	901,1	905,9	51,1	114,4	850,0	791,5
Einmaleffekte (saldiert) ³	238,2	-98,3	335,8	-0,6	-97,6	-97,7
EBITDA	1.139,3	807,6	386,9	113,8	752,4	693,8
Konzernergebnis, das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	637,5	312,7	375,0	78,1	262,5	234,6
Bereinigter Konzernüberschuss ⁴	685,3	357,2	375,9	82,0	309,4	275,2

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP FÜR DAS VIERTE QUARTAL 2011 (Abb. 31)

in Mio EUR	ProSiebenSat.1 inkl. nicht-fortgeführte Aktivitäten		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
	Q4 2011	Q4 2010	Q4 2011	Q4 2010	Q4 2011	Q4 2010
Konzernumsatz	873,7	955,6	- / -	126,7	873,7	828,9
Operative Kosten ¹	560,4	601,4	- / -	80,6	560,4	520,8
Gesamtkosten	633,7	656,0	- / -	83,4	633,7	572,6
Umsatzkosten	451,5	465,8	- / -	63,3	451,5	402,5
Vertriebskosten	87,7	112,6	- / -	11,2	87,7	101,4
Verwaltungskosten	94,5	77,6	- / -	8,9	94,5	68,7
Betriebsergebnis (EBIT)	237,9	304,1	-5,9	43,3	243,8	260,8
Recurring EBITDA ²	317,7	358,6	- / -	46,1	317,7	312,5
Einmaleffekte (saldiert) ³	-42,8	-19,7	-5,9	-0,1	-36,9	-19,6
EBITDA	274,9	338,9	-5,9	46,0	280,8	292,9
Konzernergebnis, das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnen ist	129,9	181,4	-5,6	34,4	135,5	147,0
Bereinigter Konzernüberschuss ⁴	151,7	194,3	-5,6	35,5	157,3	158,8

¹ Gesamtkosten abzüglich Einmalaufwendungen und Abschreibungen ² Um Einmaleffekte bereinigtes EBITDA. ³ Saldo aus Einmalaufwendungen und -erträgen. ⁴ Konzernergebnis vor Effekten aus Kaufpreisallokation sowie nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten.

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

Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

- › Risikokontrolle und zentrale Steuerung sind Grundsätze des Finanzmanagements der ProSiebenSat.1 Group. Das Finanzmanagement erfolgt zentral durch den Bereich Group Finance & Treasury der ProSiebenSat.1 Media AG. Dieser Bereich steuert das konzernweite Finanzmanagement und ist Ansprechpartner für alle Geschäftsführer und Mitarbeiter der Gruppe, die für Finanzen zuständig sind. Die übergeordneten Ziele des Finanzmanagements sind:
- › Sicherung der konzernweiten Zahlungsfähigkeit durch gruppenweit effiziente Steuerung der Liquidität
- › Sicherung der finanziellen Flexibilität und Stabilität, d.h. Erhaltung und Optimierung der Finanzierungsfähigkeit des Konzerns
- › Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken durch den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten

Glossar, Seite 223.

Das gruppenweite Finanzmanagement umfasst das Kapitalstrukturmanagement bzw. die Konzernfinanzierung, das Cash- und Liquiditätsmanagement, das Management von Marktpreisrisiken sowie von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken:

- › Ziel des **Kapitalstrukturmanagements** ist es, die Ausgestaltung der Kapitalstruktur bzw. der Finanzierung des Konzerns über den Einsatz unterschiedlicher Finanzierungsinstrumente zu optimieren. Hierzu gehören Eigenkapital oder eigenkapitalähnliche Instrumente wie auch Fremdfinanzierungsinstrumente. Bei der Auswahl geeigneter Finanzierungsinstrumente berücksichtigt das Unternehmen Faktoren wie Marktaufnahmefähigkeit, Refinanzierungsbedingungen, Flexibilität bzw. Auflagen, Investorendiversifikation und Laufzeit- bzw. Fälligkeitsprofile. Fremdfinanzierungsmittel im Konzern werden zentral aufgenommen bzw. gesteuert. Auf diese Weise können Größenvorteile genutzt und Kapitalkosten optimiert werden. Die Steuerung des Verschuldungsgrades nimmt im Zusammenhang mit dem Kapitalstrukturmanagement der ProSiebenSat.1 Group einen besonders hohen Stellenwert ein.
- › Im Rahmen des **Cash- und Liquiditätsmanagements** optimiert und zentralisiert das Unternehmen Zahlungsströme und stellt die konzernweite Liquidität sicher. Ein wichtiges Instrument ist dabei das Cash-Pooling-Verfahren. Mithilfe einer rollierenden konzernweiten Liquiditätsplanung erfasst bzw. prognostiziert die ProSiebenSat.1 Group die Cashflows aus operativen sowie nicht operativen Geschäften. Hieraus leitet das Unternehmen Liquiditätsüberschüsse oder -bedarfe ab. Liquiditätsbedarfe werden über die bestehenden Cashpositionen oder die revolvingende Betriebsmittellinie (RCF) abgedeckt.
- › Das **Management von Marktpreisrisiken** umfasst das Zins- und Währungsmanagement. Es wird zentral vorgenommen bzw. gesteuert. Ziel ist es, die Auswirkungen von Zins- und Währungsschwankungen auf das Konzernergebnis und den Cashflow zu begrenzen. Neben Kassageschäften kommen auch derivative Finanzinstrumente in Form bedingter und unbedingter Termingeschäfte zum Einsatz. Diese Instrumente werden nur zu Sicherungszwecken eingesetzt.
- › Im Mittelpunkt des Managements von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken stehen Handelsbeziehungen und Gläubigerpositionen gegenüber Finanzinstituten. Bei Handelsgeschäften achtet die ProSiebenSat.1 Group auf eine möglichst breite Streuung der Volumina mit Kontrahenten ausreichend guter Bonität. Hierzu werden unter anderem externe Ratings der internationalen

Glossar, Seite 224.

RCF, Seite 72.

Finanzwirtschaftliche Risiken,
Seite 109.

Agenturen herangezogen. Risiken gegenüber Finanzinstituten entstehen vor allem durch die Anlage liquider Mittel und den Abschluss von derivativen Finanzinstrumenten im Rahmen des Zins- und Währungsmanagements.

Fremdkapitalausstattung

Zum 31. Dezember 2011 waren 2,336 Mrd Euro an Darlehen und Krediten ausstehend. Im Vorjahr waren es dagegen 3,762 Mrd Euro.

Glossar, Seite 224.

Ende August 2011 hat die ProSiebenSat.1 Group rund ein Drittel ihrer Darlehen (Term Loans) in Höhe von 1,2 Mrd Euro vorzeitig zurückgeführt. Der Konzern nutzte die Erlöse aus dem Verkauf der belgischen und niederländischen Aktivitäten zur teilweisen Darlehensrückzahlung. Gleichzeitig hat der Konzern einen signifikanten Teil der verbleibenden Darlehen bis Juli 2016 zu attraktiven Konditionen verlängert. Damit hat der Konzern seine Kapital- und Bilanzstruktur nachhaltig verbessert.

Der Anteil des Fremdkapitals an der Bilanzsumme verringerte sich vor diesem Hintergrund gegenüber dem Vorjahr auf 71,4 Prozent (31. Dezember 2010: 83,8%). Zum 31. Dezember 2011 besteht das Fremdkapital der ProSiebenSat.1 Group zu 65,0 Prozent (31. Dezember 2010: 66,7%) aus langfristigen und zu 0,0 Prozent aus kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten (31. Dezember 2010: 4,4%).

RATING DES PROSIEBENSAT.1-KONZERNS:

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

Finanzierungsstruktur

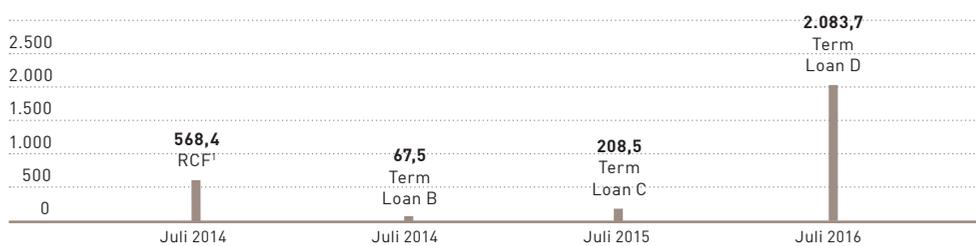
Wesentlicher Bestandteil der konzernweiten Unternehmensfinanzierung sind besicherte endfällige Darlehen (Term Loan B, C und D) mit unterschiedlichen Fälligkeiten. Neben diesen Darlehen, die als langfristige Finanzverbindlichkeiten bilanziert werden, beinhaltet die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung eine revolvierende Kreditfazilität (RCF).

Glossar, Seite 224.

- › **Term Loans B und C** wurden Ende August 2011 um 1,2 Mrd Euro teilweise zurückgeführt. Gleichzeitig hat die ProSiebenSat. 1 Group mit knapp 2,1 Mrd Euro den Großteil ihrer verbleibenden Darlehen bis Juli 2016 verlängert und als neues Term Loan D aufgelegt. Die verbleibenden Term Loans B und C verfügen über eine Laufzeit bis Juli 2014 bzw. Juli 2015. Insgesamt haben die Darlehen zum 31. Dezember 2011 ein Nominalvolumen von 2,360 Mrd Euro. Zum Vorjahrestichtag am 31. Dezember 2010 beliefen sich die Darlehen auf 3,560 Mrd Euro.
- › Das Rahmenvolumen der **revolvierenden Kreditfazilität** hat sich seit Herbst 2008 von ursprünglich 600,0 Mio Euro auf derzeit 568,4 Mio Euro reduziert (31. Dezember 2010: 581,8 Mio Euro). Grund ist der Ausfall von Kreditgebern im Zuge der Finanzkrise. Sämtliche noch verbleibende Barinanspruchnahmen dieser Kreditlinie (in Höhe von 230,0 Mio Euro) wurden im dritten Quartal 2011 zurückgezahlt. Zum 31. Dezember 2011 waren 20,0 Mio Euro in Form von Garantien in Anspruch genommen. Der Konzern verfügt zum Bilanzstichtag somit über freie Kreditlinien in Höhe von 548,4 Mio Euro (31. Dezember 2010: 325,3 Mio Euro). Diese kann das Unternehmen in verschiedenen Währungen variabel für allgemeine betriebliche Zwecke in Anspruch nehmen.

VOLUMINA UND FÄLLIGKEITSPROFIL ZUM 31. DEZEMBER 2011 (Abb. 32)

in Mio Euro



1 Davon in Anspruch genommen: Avale in Höhe von 20,0 Mio Euro.

Weitere Informationen
zu Leasingverhältnissen,
Anhang, Seite 149.

Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Group Leasingverträge für Immobilien abgeschlossen, die am Standort Unterföhring genutzt werden. Diese sind nach IFRS überwiegend als Finanzierungsleasingverträge klassifiziert. Die betreffenden Immobilien werden in den Sachanlagen aktiviert und die daraus resultierenden Leasingverpflichtungen als sonstige finanzielle Verbindlichkeit ausgewiesen. Die Immobilienleasingverträge enden frühestens im Jahre 2019, die Zinskonversionszeitpunkte können allerdings früher eintreten. In kleinerem Umfang bestehen weitere Leasingverhältnisse für technische Ausrüstung. Zum 31. Dezember 2011 hat die ProSiebenSat.1 Group Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing-Verhältnissen im Umfang von 101,0 Mio Euro bilanziert (Vorjahr: 109,6 Mio Euro). Wesentliche außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente bestanden nicht.

Die Term Loans und die Inanspruchnahme der verfügbaren Kreditlinie werden variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge verzinst:

- Die **Kreditmarge** betrug im Geschäftsjahr 2011 für das verbleibende Term Loan C 1,875 Prozent per annum. Der Kreditvertrag sieht für das Term Loan B und den RCF dann eine Veränderung der Kreditmarge vor, wenn der Verschuldungsgrad bestimmte Werte unterschreitet. Infolgedessen belief sich die Marge zum Stichtag 31. Dezember 2011 auf 1,0 Prozent per annum (Vorjahr: 1,5% per annum). Das neue Term Loan D hat eine Kreditmarge von 2,5 Prozent per annum. Risiken aus der Änderung von variablen Zinssätzen sind durch Sicherungsgeschäfte in Form von Zinsswaps abgesichert. Im Zusammenhang mit der anteiligen Rückzahlung der Term Loans B und C wurden Zinsswaps in Höhe von 450 Mio Euro vorzeitig aufgelöst. Nach Kreditrückzahlung und Auflösung von Zinsswaps betrug die Absicherungsquote nahezu 100 Prozent (31. Dezember 2010: 78,7%). Der durchschnittliche festverzinsliche Swapsatz belief sich am 31. Dezember 2011 auf rund 4,6 Prozent per annum.
- Die **Euribor-Geldmarktkonditionen** sind in der Berichtsperiode im Vergleich zum Vorjahr leicht angestiegen. Aufgrund der hohen Absicherungsquote hatte dies jedoch keine wesentlichen Auswirkungen auf das Zinsergebnis.

Glossar, Seite 224.

Finanzergebnis, Seite 69.

Die Zinsaufwendungen der Gruppe haben sich im Jahr 2011 infolge der geringeren durchschnittlichen Verschuldung des Konzerns insgesamt um 16,7 Mio Euro auf 207,8 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr verringert.

KONZERNWEITE UNTERNEHMENSFINANZIERUNG

Die ProSiebenSat.1 Group hat die Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von ursprünglich 4,2 Mrd Euro im Zuge der Akquisition der SBS Broadcasting Group im Jahr 2007 aufgenommen. Im Zusammenhang mit der teilweisen Rückführung der Term Loans B und C in Höhe von insgesamt 1,2 Mrd Euro sowie der Laufzeitverlängerung in Höhe von 2,1 Mrd Euro (neues Term Loan D) hat die ProSiebenSat.1 Group verschiedene Anpassungen der syndizierten Kreditvereinbarung mit den Kreditgebern vereinbart. Die Änderungen dienen in erster Linie einer besseren Flexibilität bei zukünftigen Refinanzierungen der ProSiebenSat.1 Group.

Die besicherte syndizierte Kreditvereinbarung über die endfälligen Darlehen (Term Loan B, C und D) und die revolvingierende Kreditfazilität beinhaltet Bestimmungen, die die ProSiebenSat.1 Group unter anderem zur Einhaltung vorgegebener Finanzkennzahlen verpflichten. So hat die ProSiebenSat.1 Group ein bestimmtes Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum EBITDA einzuhalten. Auch das Verhältnis des konsolidierten EBITDA zum konsolidierten Zinsergebnis ist im Vertrag definiert. Die Einhaltung der Finanzkennzahlen wird quartalsweise jeweils für den zurückliegenden Zwölfmonatszeitraum überprüft.

Die ProSiebenSat.1 Group hat die vertraglichen Vorgaben im Berichtszeitraum erfüllt. Eine Nichteinhaltung der vereinbarten Finanzkennzahlen würde einen Kündigungsgrund darstellen.

Für den Fall einer drohenden bzw. einer bereits eingetretenen Verletzung der Finanzkennzahlen ermöglicht die Kreditvereinbarung der ProSiebenSat.1 Group innerhalb bestimmter Fristen die Zuführung von Eigenkapital oder eigenkapitalähnlicher Mittel in Form nachrangiger Darlehen. Eine solche Zuführung von Eigenkapital oder eigenkapitalähnlichen Mitteln – eine sogenannte Equity Cure – wird für die Zwecke der Berechnung der Einhaltung der Financial Covenants als Erhöhung des konsolidierten EBITDA behandelt. Für die Zwecke einer Equity Cure der Finanzkennzahlen haben die Mehrheitsgesellschafter über eine verbundene Gesellschaft der ProSiebenSat.1 Media AG mit Datum vom 1. April 2010 zugesagt, eine gegenüber der syndizierten Kreditvereinbarung nachrangige Kreditlinie zur Verfügung zu stellen, wenn dies für Zwecke einer „Equity Cure“ erforderlich werden sollte. In einem solchen Fall hätte die ProSiebenSat.1 Group bis September 2011 Nachrangdarlehen von bis zu 150 Mio Euro abrufen können. Die ProSiebenSat.1 Media AG hat das Angebot über die nachrangige Kreditlinie nicht in Anspruch genommen und im Februar 2011 gekündigt.

Im Falle einer Änderung der gesellschaftsrechtlichen Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media AG („Change of Control“) können die Kreditgeber die Beendigung des Kreditvertragsverhältnisses und die Rückzahlung aller bestehenden Kreditansprüchen innerhalb einer bestimmten Frist nach Eintritt des Kontrollwechsels verlangen. Der Kreditvertrag enthält darüber hinaus eine Reihe marktüblicher Verpflichtungserklärungen, die, vorbehaltlich umfangreicher Ausnahmen, unter anderem die Fähigkeit der ProSiebenSat.1 Group einschränken, weitere Sicherheiten an ihren gegenwärtigen oder zukünftigen Vermögenswerten zu gewähren, weitere Finanzverbindlichkeiten einzugehen, Vermögenswerte zu veräußern, Geschäftsbetriebe insgesamt oder zum Teil zu erwerben sowie Garantien, Freistellungs- oder Haftungserklärungen außerhalb des ordentlichen Geschäftsgangs zu gewähren. Der Kreditvertrag beinhaltet zudem weitere übliche Kündigungsgründe. Die Vorschriften über die Kündigung sehen vor, dass die Kreditgeber die sofortige vollständige Rückzahlung sämtlicher unter der Kreditvereinbarung ausstehenden Inanspruchnahmen verlangen können, wenn in dem Vertrag näher geregelte Vertragsverletzungen eintreten und diese, sofern sie heilbar sind, nicht innerhalb einer bestimmten Frist geheilt werden.

Glossar, Seite 223.

Liquide Mittel, Seite 75.
Glossar, Seite 223.

Finanzierungsanalyse

Die **Netto-Finanzverschuldung** hat sich im Jahr 2011 signifikant verringert. Gegenüber dem Vorjahresstichtag reduzierte sie sich um 1,203 Mrd Euro auf 1,818 Mrd Euro (31. Dezember 2010: 3,021 Mrd Euro). Die vorzeitige Darlehensrückführung von rund einem Drittel der Finanzierungsdarlehen führte zu diesem Rückgang.

NETTO-FINANZVERSCHULDUNG DES KONZERNS (Abb. 33)



Glossar, Seite 223.

Der **Leverage-Faktor** hat sich vor diesem Hintergrund ebenfalls deutlich verbessert. So ergab das Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM recurring EBITDA) am Berichtsstichtag den Faktor 2,1 (31. Dezember 2010: 3,3). Damit liegt der Leverage-Faktor im definierten Zielkorridor von 1,5 bis 2,5. Der verbesserte Verschuldungsgrad basiert auf der gesunkenen Netto-Finanzverschuldung und der hohen Ergebnissteigerung.

VERHÄLTNIS NETTO-FINANZVERSCHULDUNG ZUM LTM RECURRING EBITDA (Abb. 34)

31.12.2011	2,1
31.12.2010	3,3
31.12.2009	4,7

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

Liquiditäts- und Investitionsanalyse

Glossar, Seite 223.

Drei Ereignisse haben die in der Kapitalflussrechnung für 2011 abgebildeten Zahlungsströme wesentlich geprägt: der Verkauf der belgischen und niederländischen Tochtergesellschaften, die anteilige Tilgung der Darlehen und die vollständige Rückführung der revolvingen Kreditfazilität.

Die folgende textliche Analyse der Entwicklung der liquiden Mittel beschreibt – sofern nicht anders gekennzeichnet – die Zahlungsströme aus dem fortgeführten Geschäft. Unten stehende Überleitungsrechnung zeigt eine Übersicht ausgewählter Kennzahlen der Kapitalflussrechnung unter Berücksichtigung der nicht-fortgeführten Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden.

KAPITALFLUSSRECHNUNG (Abb. 35)

in Mio Euro	Q4 2011	Q4 2010	2011	2010
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	135,6	147,9	269,4	240,2
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	-5,6	34,4	375,0	78,1
Cashflow	594,9	650,5	1.916,3	1.922,2
Veränderung Working Capital	12,0	22,4	-13,0	35,6
Erhaltene Dividende	- / -	-0,1	3,3	2,4
Gezahlte Steuern	-8,5	-42,3	-107,7	-133,6
Gezahlte Zinsen	-44,5	-64,1	-204,5	-230,0
Erhaltene Zinsen	2,7	2,0	8,3	3,8
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	553,7	489,2	1.489,5	1.365,4
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	2,9	94,4	-132,7	241,9
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-297,2	-285,7	-1.228,7	-1.186,4
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	-40,5	1.377,5	-138,7
Free Cashflow	259,4	257,4	1.505,6	282,2
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-0,5	-264,7	-1.724,6	-290,7
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	0,3	- / -	0,3
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes fortgeführter Aktivitäten	1,7	4,1	-1,9	11,7
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	0,2	-1,9	-0,2
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	260,6	-2,7	-222,8	3,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	257,3	743,4	740,7	737,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	517,9	740,7	517,9	740,7

Glossar, Seite 224.

Die Kaufpreiszahlung wird
im Anhang auf Seite 142
aufgeschlüsselt.

Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit: Der Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit erhöhte sich im Jahr 2011 auf 1,490 Mrd Euro und lag damit um 9,1 Prozent bzw. 124,1 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr ist von gegenläufigen Effekten geprägt: Die gute Geschäftsentwicklung führte im Vergleich zum Vorjahr zu einem verbesserten Konzernergebnis, das den Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit positiv beeinflusste. Diese Entwicklung wurde durch Veränderungen im Working Capital teilweise kompensiert, die sich zum 31. Dezember 2011 auf minus 13,0 Mio Euro beliefen (Vorjahr: 35,6 Mio Euro).

Cashflow aus Investitionstätigkeit: 2011 flossen dem Unternehmen im Rahmen der Investitionstätigkeit aus nicht-fortgeführten Aktivitäten 1,378 Mrd Euro zu (Vorjahr: minus 138,7 Mio Euro). Dieser hohe Mittelzufluss spiegelt die Kaufpreiszahlung für die niederländischen und belgischen Gesellschaften in Höhe von insgesamt 1,459 Mrd Euro wider.

Aus dem fortgeführten Geschäft ergab sich im Jahr 2011 ein Mittelabfluss von 1,229 Mrd Euro gegenüber 1,186 Mrd Euro in der Vergleichsperiode (+3,6% ggü. Vorjahr). Schwerpunkt der Investitionstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group war der Erwerb von Programmrechten. Neben Investitionen in das Programmvermögen flossen 57,0 Mio Euro der Investitionen in immaterielle Vermögenswerte (+33,8% ggü. Vorjahr) und 31,5 Mio Euro in Sachanlagen (+9,4% ggü. Vorjahr).

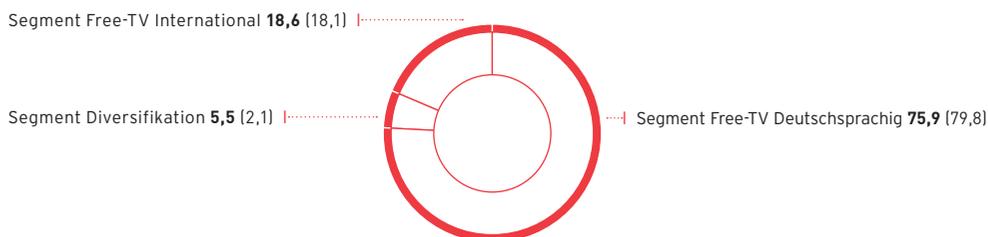
Die Gruppe sichert sich attraktive Programme über drei verschiedene Wege: den Einkauf von Lizenzformaten, Auftragsproduktionen sowie Eigenformate, die auf der Entwicklung und Umsetzung eigener Ideen basieren. Der Mittelabfluss aus dem Erwerb von Programmrechten stieg im Jahr 2011 insgesamt auf 1,161 Mrd Euro und lag damit um 5,7 Prozent oder 62,4 Mio Euro über dem Vorjahr. Davon flossen 567,1 Mio Euro in den Erwerb von Lizenzformaten. Die Mittelabflüsse aus Investitionen in Lizenzrechte lagen damit um 0,9 Prozent bzw. 4,9 Mio Euro über dem Vorjahresniveau. Die Investitionen in Auftragsformate stiegen um 9,8 Prozent oder 42,9 Mio Euro auf 478,9 Mio Euro. Eigenformate werden derzeit im Wesentlichen im Hinblick auf eine kurzfristige Ausstrahlung produziert. Sie werden daher direkt aufwandswirksam in den Umsatzkosten erfasst und stellen keine Investitionen dar.

Der Großteil der Programminvestitionen entfällt mit 932,9 Mio Euro oder 80,4 Prozent auf das Segment Free-TV Deutschsprachig (Vorjahr: 900,2 Mio Euro bzw. 81,9%), 222,3 Mio Euro oder 19,1 Prozent der Programminvestitionen flossen in das internationale TV-Segment (Vorjahr: 197,2 Mio Euro bzw. 18,0%). Neben Mitteln für den Erwerb von Programmrechten investierte die ProSiebenSat.1 Group im Segment Free-TV im deutschsprachigen Raum v.a. in den Ausbau der Red Arrow Entertainment Group. Diese hat im Jahr 2011 ihr Portfolio international erweitert und Mehrheitsbeteiligungen an US-amerikanischen und britischen Produktionsunternehmen erworben. Die von Red Arrow produzierten Programme zählen zu den Auftragsformaten und werden innerhalb dieser Position ausgewiesen. Im Segment Diversifikation tätigte das Unternehmen 2011 Investitionen in Höhe von 69,9 Mio Euro (Vorjahr: 25,1 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group hat mit Wirkung zum 1. Januar 2011 maxdome vollständig übernommen und das VoD-Portal durch den Erwerb zusätzlicher Programmrechte erweitert. Zudem hat die Gruppe im Jahr 2011 ihr Radiogeschäft in den nordischen Ländern ausgebaut und unter anderem neue Lizenzen für ihre Radiostationen in Schweden erworben. Die Expansion im Games-Bereich hat der Konzern mit der Akquisition führender Online-Games-Anbieter weiter vorangetrieben. Neben der vollständigen Übernahme des Unternehmens burda:ic erwarb der Konzern eine 51-prozentige Beteiligung an dem Online-Games-Anbieter Covus Games.

Nachfolgende Grafik zeigt eine Übersicht der im Jahr 2011 getätigten Investitionen, aufgeschlüsselt nach Segmenten:

INVESTITIONEN NACH SEGMENTEN AUS FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN (Abb. 36)

in Prozent, Vorjahreswerte 2010 in Klammern



Vermögenswerte, die aus Erstkonsolidierungen stammen, werden nicht als segmentspezifische Investitionen erfasst, sondern in der Position Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis abgebildet.

Die Mittelabflüsse für Zugänge zum Konsolidierungskreis, in denen unter anderem die genannten Akquisitionen enthalten sind, stiegen im Jahr 2011 um insgesamt 53,4 Prozent oder 6,3 Mio Euro auf 18,1 Mio Euro. Die Einzahlungen im Rahmen von Desinvestitionen beliefen sich auf 2,6 Mio Euro (Vorjahr: Auszahlungen von 37,3 Mio Euro). Der Mittelzufluss ist auf den Verkauf des Radiosenders in Griechenland und des Portfolios in Bulgarien zurückzuführen.

Free Cashflow: Der Free Cashflow ist eine der wichtigsten Kennzahlen zur Beurteilung der Finanzkraft des ProSiebenSat.1-Konzerns. Im Jahr 2011 erhöhte sich dieser Wert inklusive der nicht-fortgeführten Aktivitäten signifikant auf 1,506 Mrd Euro (Vorjahr: 282,2 Mio Euro). Der deutliche Anstieg des Free Cashflows spiegelt neben der guten Ertragslage des Konzerns vor allem die Mittelzuflüsse aus der Veräußerung der niederländischen und belgischen Aktivitäten wider. Der Free Cashflow aus den fortgeführten Aktivitäten stieg auf 260,8 Mio Euro (Vorjahr: 179,0 Mio Euro).

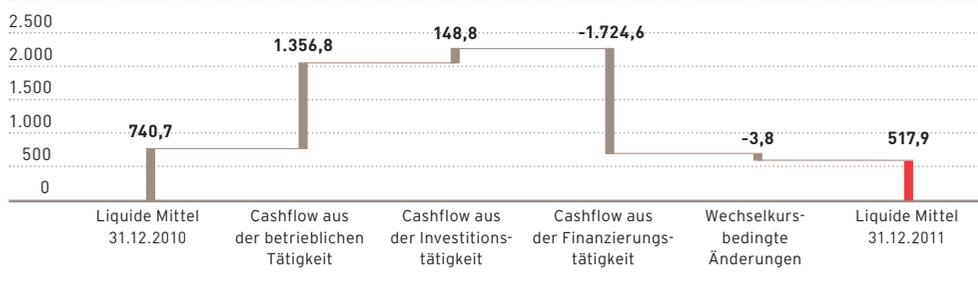
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit: Aus der Finanzierungstätigkeit flossen im Berichtsjahr 1,725 Mrd Euro ab, im Vorjahr waren es 290,4 Mio Euro. Der hohe Mittelabfluss basiert im Wesentlichen auf der anteiligen Tilgung der Darlehen in Höhe von 1,2 Mrd Euro sowie der vollständigen Rückführung der revolving Kreditfazilität um 230,0 Mio Euro. Für die Zahlung der Dividende am 4. Juli 2011 flossen 241,2 Mio Euro ab. Zudem hat die ProSiebenSat.1 Media AG im Jahr 2011 eigene Vorzugsaktien zurückgekauft (32,6 Mio Euro inklusive Gebühren).

Die Liquidität wird im Wege des Cashpoolings bei der Holding zentral gesteuert. Segmentspezifische Angaben entfallen daher an dieser Stelle. Die Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements werden auf den Seiten 71-72 erläutert.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente: Die beschriebenen Zahlungsströme führten insgesamt zu einem Rückgang der liquiden Mittel gegenüber dem Vorjahresstichtag. Sie verringerten sich damit gegenüber dem Vorjahr um 30,1 Prozent bzw. 222,8 Mio Euro auf 517,9 Mio Euro. Im vierten Quartal – der umsatzstärksten Periode des Konzerns – flossen liquide Mittel in Höhe von 260,6 Mio Euro zu (Vorjahr: minus 2,7 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group verfügt damit über eine komfortable Liquiditätsausstattung. (Abb.37)

VERÄNDERUNG DER ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE (Abb. 37)

in Mio Euro

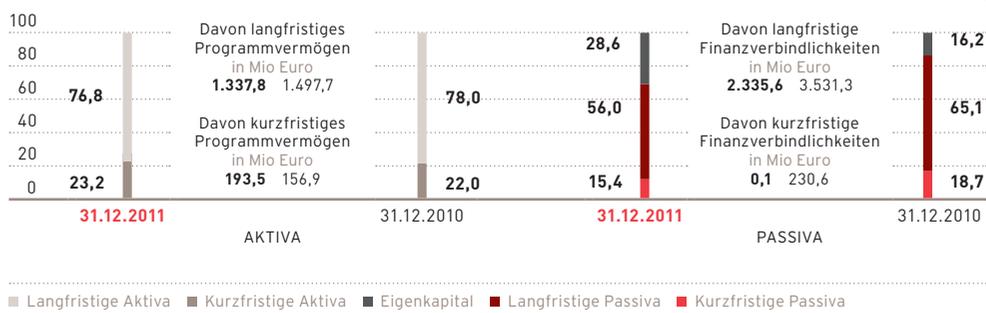


Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse

Die Bilanzsumme belief sich zum 31. Dezember 2011 auf 5,034 Mrd Euro (31. Dezember 2010: 6,316 Mrd Euro). Dies entspricht einem Rückgang um 20,3 Prozent oder 1,282 Mrd Euro gegenüber dem Vorjahresstichtag. Hauptursache hierfür sind der Verkauf der belgischen und niederländischen Tochtergesellschaften sowie die hiermit verbundene Darlehensrückführung im August 2011.

BILANZSTRUKTUR (Abb. 38)

in Prozent



Lang- und kurzfristige Vermögenswerte: Auf der Aktivseite hat sich die Bilanzsumme vor allem aufgrund der niedrigeren immateriellen Vermögenswerte deutlich verringert. Hier wirkte sich primär der Verkauf der belgischen und niederländischen Aktivitäten aus. Infolge ihrer Entkonsolidierung gingen neben Geschäfts- oder Firmenwerten von 601,0 Mio Euro sonstige immaterielle Vermögenswerte – insbesondere Markenwerte – in Höhe von 276,4 Mio Euro ab. Eine weitere Ursache für die Abnahme der immateriellen Vermögenswerte waren Wertminderungen, vor allem auf Marken, in Höhe von 21,5 Mio Euro (Vorjahr: 0,6 Mio Euro). Diese ergaben sich hauptsächlich aus der Einstellung des Sendebetriebs von 9Live in Höhe von 11,2 Mio Euro. Auch im Bereich Radio wurden Wertberichtigungen auf Markenwerte von 4,4 Mio Euro vorgenommen, die im Wesentlichen im Zusammenhang mit der Veräußerung des griechischen Radiosenders stehen. Im Rahmen der Erstkonsolidierung von maxdome wurde dagegen ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 42,8 Mio Euro aktiviert.

Aus den genannten Gründen verzeichneten die immateriellen Vermögenswerte zum Stichtag am 31. Dezember 2011 einen Rückgang um 28,6 Prozent auf 2,169 Mrd Euro (Vorjahr: 3,037 Mrd Euro). Der Anteil an der Bilanzsumme betrug 43,1 Prozent (31. Dezember 2010: 48,1%).

Glossar, Seite 223.

Auch das kurz- und langfristige Programmvermögen verringerte sich in Summe konsolidierungskreisbedingt um 7,5 Prozent auf 1,531 Mrd Euro (31. Dezember 2010: 1,655 Mrd Euro). Mit einem Anteil von 30,4 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2010: 26,2 Prozent) zählt das lang- und kurzfristige Programmvermögen neben den immateriellen Vermögenswerten zu den wichtigsten Vermögenswerten der ProSiebenSat.1 Group.

Zahlungsmittel und
Zahlungsmitteläquivalente,
Seite 75ff.

Die liquiden Mittel beliefen sich zum Jahresende auf 517,9 Mio Euro (31. Dezember 2010: 740,7 Mio Euro).

Glossar, Seite 223.

Eigenkapital: Das Eigenkapital stieg gegenüber dem 31. Dezember 2010 deutlich um 40,5 Prozent oder 415,5 Mio Euro auf 1,441 Mrd Euro. Die Eigenkapitalquote erhöhte sich entsprechend auf 28,6 Prozent (31. Dezember 2010: 16,2%). Die verbesserte Ertragslage und die Darlehensrückführung haben die Eigenkapitalbasis des Konzerns nachhaltig gestärkt. Des Weiteren trugen positive Entwicklungen bei der Bewertung der Cashflow Hedges, die im übrigen kumulierten Eigenkapital erfasst werden, zu einem Anstieg des Eigenkapitals bei.

Lang- und kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen: Die lang- und kurzfristigen Verbindlichkeiten und Rückstellungen verringerten sich gegenüber dem Vorjahresstichtag um 1,698 Mrd Euro (-32,1%) auf 3,592 Mrd Euro. Diese Entwicklung basiert im Wesentlichen auf den langfristigen Darlehen und Krediten, die infolge der Darlehenstilgung einen deutlichen Rückgang verzeichneten.

RCF, Seite 68.

Zudem reduzierten sich die kurzfristigen Darlehen und Kredite deutlich gegenüber dem Vorjahresstichtag. Sie beliefen sich zum 31. Dezember 2011 noch auf 0,1 Mio Euro, gegenüber 230,6 Mio Euro am 31. Dezember 2010. Grund hierfür ist die vollständige Rückführung der Barinanspruchnahmen des RCF. In Summe bewegten sich die lang- und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten zum Stichtag am 31. Dezember 2011 auf 2,336 Mrd Euro. Dies entspricht einem Rückgang um 37,9 Prozent oder 1,426 Mrd Euro gegenüber dem Vorjahresstichtag.

Die Darlehenstilgung führte zudem zu einer Verringerung der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten um 15,8 Prozent auf 326,5 Mio Euro (31. Dezember 2010: 387,9 Mio Euro). Hier wirkte sich die vorzeitige Auflösung von Zinssicherungsgeschäften aus.

Rückstellungen, Anhang,
Seite 156.

Die Rückstellungen haben sich quantitativ und strukturell nicht wesentlich verändert. Die größte Einzelposition unter den Rückstellungen bildeten mit 78,7 Mio Euro die sonstigen kurzfristigen Rückstellungen (31. Dezember 2010: 74,3 Mio Euro). Sie setzen sich aus verschiedenen Einzelpositionen zusammen. Dazu zählen neben Rückstellungen im Programmbereich in Höhe von 17,6 Mio Euro (31. Dezember 2010: 14,5 Mio Euro) auch Rückstellungen für Restrukturierungsmaßnahmen in Verbindung mit der Veräußerung von N24. Diese beliefen sich zum Stichtag am 31. Dezember 2011 auf 7,0 Mio Euro (Vorjahr: 7,7 Mio Euro).

Die sonstigen langfristigen Rückstellungen sanken gegenüber dem 31. Dezember 2010 um 9,8 Mio Euro auf 6,4 Mio Euro (-60,5%). Sie enthalten unter anderem Verpflichtungen im Zusammenhang mit dem Verkauf von N24 sowie im Programmbereich.

Darüber hinaus ergaben sich zum 31. Dezember 2011 keine wesentlichen strukturellen oder quantitativen Bilanzänderungen im Vergleich zum Vorjahresstichtag.

BILANZIELLE ERMESSENSENTSCHEIDUNGEN

Im Rahmen der Anwendung von Bilanzierungsgrundsätzen, der Erfassung von Erträgen und Aufwendungen sowie beim bilanziellen Ausweis sind zu einem gewissen Grad Annahmen zu treffen und Schätzungen vorzunehmen. Angaben zum Einfluss der Verwendung von Annahmen und Schätzungen werden im Konzernanhang ausführlich unter Ziffer 6 dargestellt.

Segmentbericht

Segment Free-TV Deutschsprachig

Das Segment Free-TV Deutschsprachig erzielte mit einem **Umsatz** von 1,937 Mrd Euro ein Wachstum gegenüber dem Vorjahr um 3,7 Prozent bzw. 69,8 Mio Euro. Die Gruppe hat ihre Werbeerlöse im Jahresverlauf sowohl in ihrem Kernmarkt Deutschland als auch in Österreich und der Schweiz gesteigert. Im deutschen Markt wirkten sich neben höheren TV-Werbeinnahmen die Neuverhandlung von Distributionsverträgen mit verschiedenen Kabelnetzbetreibern bereits positiv aus. Zusätzlich zur Standardauflösung werden die deutschen Sender seit 2011 auch in HD-Qualität über Kabel verbreitet. Auch das Geschäftsfeld Entwicklung und Vertrieb von Programminhalten erzielte einen dynamischen Zuwachs. Die dafür zuständige Red Arrow Entertainment Group hat ihr Portfolio im Jahr 2011 weltweit expandiert und ihre Präsenz in Großbritannien und den USA weiter ausgebaut.

Die positive Umsatzentwicklung führte zu einem Anstieg der Ergebnisgrößen gegenüber dem Jahr 2010: Das EBITDA verzeichnete ein Wachstum auf 632,0 Mio Euro und übertraf den Vorjahreswert um 82,1 Mio Euro (+14,9%). Darin enthalten sind Einmaleffekte in Höhe von 34,4 Mio Euro gegenüber 81,4 Mio Euro im Jahr 2010. Einmalige Aufwendungen fielen im Wesentlichen im Zusammenhang mit dem strategischen Review an. Der Vorjahreswert ist geprägt durch vergleichsweise hohe Einmalaufwendungen, die aus dem Verkauf des Nachrichtengeschäfts resultierten. Das um Einmaleffekte bereinigte Segmentergebnis (**recurring EBITDA**) verbesserte sich 2011 um 5,6 Prozent oder 35,1 Mio Euro auf 666,4 Mio Euro.

MEHRJAHRESÜBERSICHT FÜR DAS SEGMENT FREE-TV DEUTSCHSPRACHIG (Abb. 39)

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro



Recurring EBITDA, in Mio Euro



Segment Free-TV International

Das Segment Free-TV International verzeichnete im Jahr 2011 eine sehr positive Entwicklung von Umsatz und recurring EBITDA mit zweistelligen Wachstumsraten. Nach dem Verkauf der TV-Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden umfasst dieses Segment die Fernsehsender im nord- und osteuropäischen Raum.

Die verkauften Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden werden in vorliegendem Bericht entsprechend IFRS 5 als nicht-fortgeführte Aktivitäten ausgewiesen. Ausgewählte Kennzahlen unter Berücksichtigung der nicht-fortgeführten Aktivitäten sind in unten stehenden Überleitungsrechnungen dargestellt, die Textanalyse bezieht sich auf das fortgeführte Geschäft.

KENNZAHLEN FÜR DAS SEGMENT FREE-TV INTERNATIONAL (Abb. 40)

in Mio Euro	Segment Free-TV International inkl. nicht-fortgeführte Aktivitäten		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
Externer Segmentumsatz	655,3	764,2	180,1	342,3	475,2	421,9
Recurring EBITDA	139,4	183,2	41,6	97,1	97,8	86,1
EBITDA	444,3	179,4	377,4	97,1	66,9	82,3

Der **externe Segmentumsatz** stieg im Jahr 2011 auf 475,2 Mio Euro und lag damit um 12,6 Prozent bzw. 53,3 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Die Umsatzsteigerung basiert auf einem Anstieg der Werbe- und Distributionserlöse in nahezu allen Märkten. Vor allem in Norwegen und Dänemark verzeichnete der Konzern hohe Wachstumsraten in einem positiven Konjunkturmilieu. Während die Umsätze in Nordeuropa dynamisch wuchsen, blieben die Erlöse in Osteuropa konjunkturbedingt unter Vorjahresniveau. Auf den anhaltenden Erlösrückgang hat die ProSiebenSat.1 Group bereits reagiert, unter anderem mit Maßnahmen zur Restrukturierung der TV-Aktivitäten in Ungarn. Das Unternehmen hat 2011 seine Vermarktungsstrategie in diesem TV-Markt überarbeitet und Änderungen in der Programmstruktur und -ausrichtung vorgenommen.

Das Segment beendete das Geschäftsjahr 2011 mit einem **recurring EBITDA** von 97,8 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 13,6 Prozent oder 11,7 Mio Euro. Die operativen Kosten lagen im Jahr 2011 unter anderem aufgrund höherer Programmkosten und Investitionen in den Ausbau neuer TV-Sender über Vorjahresniveau, entwickelten sich jedoch unterproportional zum Umsatzanstieg. Einmalige Aufwendungen in Höhe von 30,9 Mio Euro (Vorjahr: 3,8 Mio Euro) führten zu einem Rückgang des EBITDA um 15,4 Mio Euro auf 66,9 Mio Euro (-18,8%). Der Großteil der einmaligen Aufwendungen steht im Zusammenhang mit den Maßnahmen in Ungarn. Zudem hat die Gruppe ihr internationales Portfolio im Jahr 2011 einer strategischen Analyse unterzogen. Einmalige Aufwendungen entstanden hier primär im Zusammenhang mit dem Verkauf der belgischen und niederländischen Tochterunternehmen.

Einmalaufwendungen, Seite 68.

MEHRJAHRESÜBERSICHT FÜR DAS SEGMENT FREE-TV INTERNATIONAL (Abb. 41)

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro	
2011	475,2
2010	421,9
2009	378,0
Recurring EBITDA, in Mio Euro	
2011	97,8
2010	86,1
2009	73,8

Segment Diversifikation

Das Segment Diversifikation verzeichnete im Jahr 2011 ebenfalls ein dynamisches Wachstum bei Umsatz und recurring EBITDA. Das Diversifikationssegment erfasst alle Aktivitäten jenseits des klassischen werbefinanzierten TV-Geschäfts. Hierzu zählen die Bereiche Online, Pay-TV, VoD, Games, Commerce/Ventures und das Radiogeschäft. Die verkaufte niederländische Print-Sparte wird unter den nicht-fortgeführten Aktivitäten ausgewiesen. Die Analyse im Text bezieht sich auf die fortgeführten Aktivitäten; die folgende Tabelle liefert einen Überblick der Kennzahlen für das fortgeführte bzw. nicht-fortgeführte Geschäft.

KENNZAHLEN FÜR DAS SEGMENT DIVERSIFIKATION (Abb. 42)

in Mio Euro	Segment Diversifikation inkl. nicht-fortgeführte Aktivitäten		Nicht-fortgeführte Aktivitäten		ProSiebenSat.1 fortgeführte Aktivitäten	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010
Externer Segmentumsatz	379,3	373,2	34,9	60,9	344,4	312,3
Recurring EBITDA	95,5	91,5	13,1	21,6	82,4	69,9
EBITDA	63,2	78,4	13,1	21,1	50,1	57,3

Der externe Segmentumsatz stieg im Jahr 2011 auf 344,4 Mio Euro. Dies entspricht einem Wachstum von 10,3 Prozent bzw. 32,1 Mio Euro gegenüber 2010. Hierzu hat der Ausbau strategisch bedeutender Bereiche beigetragen: Der wichtigste Umsatztreiber war im Jahr 2011 das Venture-Geschäft, also die erfolgreiche Vermarktung von Medialeistung an Start-up-Unternehmen nach dem Prinzip Werbezeiten gegen Umsatz- bzw. Unternehmensbeteiligungen. Außerdem trug das Online-Geschäft wesentlich zum Umsatzwachstum bei. Zusätzlich zur klassischen Bannerwerbung generiert die ProSiebenSat.1 Group verstärkt Werbeumsätze durch die Vermarktung von Bewegtbild-Inhalten im Internet und hat 2011 im Bereich Online-Video-Advertising eine hohe zweistellige Wachstumsrate erzielt. Die Online-Games-Angebote und das Video-on-Demand-Portal maxdome waren weitere Wachstumstreiber im Online-Bereich. Das Radiogeschäft wuchs im Geschäftsjahr 2011 um 11,4 Prozent. Dagegen hat die ProSiebenSat.1 Group den Sendebetrieb von 9Live aufgrund des Rückgangs der Call-TV-Erlöse im August 2011 eingestellt.

Das EBITDA sank im Jahr 2011 um 12,6 Prozent auf 50,1 Mio Euro (Vorjahr: 57,3 Mio Euro). Der Rückgang des EBITDA ist vor allem auf höhere einmalige Aufwendungen von 32,3 Mio Euro (Vorjahr: 12,6 Mio Euro) zurückzuführen. Diese resultieren insbesondere aus Aufwendungen im Zusammenhang mit der Einstellung des Sendebetriebs von 9Live sowie dem Verkauf der Radiosender in Griechenland und Bulgarien. Bereinigt um diese Einmaleffekte verbesserte sich das recurring EBITDA auf 82,4 Mio Euro und lag damit um 17,9 Prozent bzw. 12,5 Mio Euro über dem Vorjahreswert.

MEHRJAHRESÜBERSICHT FÜR DAS SEGMENT DIVERSIFIKATION (Abb. 43)

Externer Segmentumsatz, in Mio Euro

2011	344,4
2010	312,3
2009	295,3

Recurring EBITDA, in Mio Euro

2011	82,4
2010	69,9
2009	58,0

Mitarbeiter

Die ProSiebenSat.1 Group beschäftigte zum 31. Dezember 2011 konzernweit 4.112 Personen (Vorjahr: 4.117 vollzeitäquivalente Stellen). Die durchschnittliche Mitarbeiterzahl betrug im Berichtsjahr 4.258 vollzeitäquivalente Stellen nach 4.061 im Jahr 2010. Davon waren 2.456 vollzeitäquivalente Stellen in Deutschland, Österreich und der Schweiz angesiedelt (Vorjahr: 2.339 vollzeitäquivalente Stellen). Dies entspricht einem Anteil von 57,7 Prozent am Gesamtkonzern (Vorjahr: 57,6%). Der Stellenaufbau im deutschsprachigen Raum resultiert vornehmlich aus der Vollkonsolidierung von maxdome (+45 vollzeitäquivalente Stellen) zu Beginn des Jahres sowie einem Personalaufbau im Games-Bereich (+33 vollzeitäquivalente Stellen). Auf internationaler Ebene sind durch neue Beteiligungen der Red Arrow Entertainment Group 116 vollzeitäquivalente Stellen hinzugekommen. Der Personalaufwand aus fortgeführten Aktivitäten lag 2011 bei 343,1 Mio Euro (Vorjahr: 317,2 Mio Euro). Die Steigerung um 8,2 Prozent oder 25,9 Mio Euro ist im Wesentlichen auf den Ausbau des Produktions- und Diversifikationsbereichs zurückzuführen.

MITARBEITER NACH REGIONEN (Abb. 44)

Vorjahreswerte 2010 in Klammern

D/A/CH	2.456 (2.339)
B/NL	43 (32)
Nordeuropa	773 (732)
CEE	794 (859)
Sonstige	192 (99)

Wie folgende Grafik zeigt, beschäftigte die ProSiebenSat.1 Group im Jahr 2011 mit 2.290 vollzeitäquivalenten Stellen (Vorjahr: 2.217 vollzeitäquivalente Stellen) die meisten Angestellten im Segment Free-TV Deutschsprachig.

MITARBEITER NACH SEGMENTEN (Abb. 45)

Vorjahreswerte 2010 in Klammern

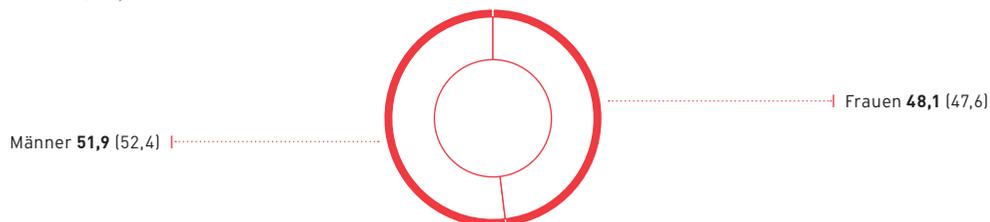
Free-TV Deutschsprachig	2.290 (2.117)
Free-TV International	1.186 (1.200)
Diversifikation	782 (744)

Im Sommer stellte die ProSiebenSat.1 Group ihren Call-TV-Sender 9Live aufgrund eines nachhaltigen Erlösrückgangs ein. Von der Schließung waren 52 Mitarbeiter betroffen. Dank eines umfangreichen Maßnahmenpakets konnte mit 30 Personen jedoch ein Großteil der ehemaligen 9Live-Mitarbeiter übergangslos in neue Beschäftigungsverhältnisse innerhalb der ProSiebenSat.1 Group vermittelt werden. Die Verringerung der Beschäftigtenzahl von 126 vollzeitäquivalenten Stellen am Standort Ungarn lässt sich hauptsächlich auf eine Reorganisation der TV2 Group zurückführen. Dies führte auf Gruppenebene zu einer leicht höheren Fluktuationsrate von 14,6 Prozent (Vorjahr: 14,0%) im Jahr 2011.

Diversity-Management bei ProSiebenSat.1: Wir schätzen die Vielfalt, die unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an persönlichen Eigenschaften, Talenten und Fähigkeiten mitbringen. Unsere Zukunftsfähigkeit wird maßgeblich davon bestimmt, wie wir diese Vielfalt fördern und nutzen. Ein wichtiges Thema ist hierbei der Anteil von Frauen und Männern im Unternehmen sowie in Führungspositionen. In der ProSiebenSat.1 Group ist das Verhältnis von Frauen und Männern bereits heute sehr ausgeglichen. Im Jahr 2011 waren 48,1 Prozent der Angestellten weiblich (Vorjahr: 47,6%) und 51,9 Prozent der ProSiebenSat.1-Angestellten männlich (Vorjahr: 52,4%).

ANTEIL DER FRAUEN UND MÄNNER IM GESAMTKONZERN (Abb. 46)

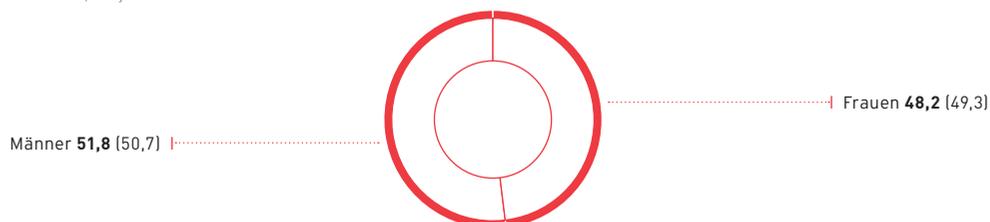
in Prozent, Vorjahreswerte 2010 in Klammern



Im Kernmarkt Deutschland lag der Frauenanteil bei 48,2 Prozent (Vorjahr: 49,3%). Damit liegt die ProSiebenSat.1 Group über dem Schnitt der deutschen Wirtschaftsunternehmen mit einem Frauenanteil von 46,2 Prozent.

ANTEIL DER FRAUEN UND MÄNNER IM KERNMARKT DEUTSCHLAND (Abb. 47)

in Prozent, Vorjahreswerte 2010 in Klammern



Auch in Führungspositionen weist die ProSiebenSat.1 Group mit 29,4 Prozent (Vorjahr: 30,8%) einen hohen Frauenanteil auf. In Deutschland lag die Frauenquote auf Führungsebene im Jahr 2011 bei 27,3 Prozent (Vorjahr: 29,3%). In deutschen Unternehmen liegt der Frauenanteil im Management laut Eurostat bei 30,0 Prozent.

Als familienfreundliches Unternehmen ausgezeichnet: Für den Erfolg der ProSiebenSat.1 Group ist es von wesentlicher Bedeutung, familienfreundliche Rahmenbedingungen zu bieten. Viele Mitarbeiter der ProSiebenSat.1 Group haben Familie, dies resultiert aus dem hohen Frauenanteil sowie aus dem relativ niedrigen Durchschnittsalter von 37,0 Jahren (Vorjahr: 37,1 Jahre; konzernweit) der festangestellten Mitarbeiter. Das Unternehmen hat in Deutschland deshalb bereits 2002 eine betriebseigene Kindertagesstätte mit heute 74 Plätzen eingerichtet. 2011 investierte die Gruppe rund 630.000 Euro in die Kinderbetreuung, 190.000 Euro entfielen auf die Firmenkindertagesstätte, weitere 440.000 Euro auf Betreuungszuschüsse, die alle Eltern mit Kindern im Vorschulalter erhalten, deren Kinder außer Haus betreut werden. Zusätzlich schloss die ProSiebenSat.1 Group 2011 einen Vertrag mit einer Serviceagentur, die Angestellten ein umfangreiches Leistungspaket in Bereichen wie Kinderbetreuung oder Pflege von kranken und älteren Angehörigen bietet. Die Möglichkeit des Teleworkings erleichtert genauso wie flexible Arbeitszeitmodelle und Teilzeitarbeit die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Im Jahr 2011 erhöhte sich die Teilzeitquote in Deutschland um 1,6 Prozentpunkte auf insgesamt 14,8 Prozent (Vorjahr: 13,2%). Im Gesamtkonzern lag sie bei 11,5 Prozent (Vorjahr: 12,5%). Um die Rückkehr in den Beruf zu erleichtern, bietet ProSiebenSat.1 seinen Angestellten außerdem die Möglichkeit, Weiterbildungsangebote im Unternehmen während der Elternzeit wahrzunehmen. Für dieses umfangreiche Leistungspaket wurde ProSiebenSat.1 im Februar 2011 von dem Branchenmagazin „werben & verkaufen“ als familienfreundliches Unternehmen ausgezeichnet. Die TV-Gruppe schaffte es als einziges großes Medienunternehmen unter die Gewinner.

ProSiebenSat.1 vergütet nach objektiven Kriterien: Die Mitarbeiter der ProSiebenSat.1 Group werden nach dem Prinzip Management by Objectives geführt. Basis ist ein Zielesystem, das die übergeordneten Unternehmensziele für Mitarbeiter und Führungskräfte konkretisiert, indem es diese systematisch auf Bereichs-, Abteilungs- sowie Individualziele herunterbricht. In Jahresgesprächen definieren die Mitarbeiter mit ihren Vorgesetzten ihre persönlichen Ziele für das Geschäftsjahr, die nicht nur eine klare Zielsetzung vorgeben, sondern gleichzeitig zur Motivation beitragen sollen. Das Zielesystem ist an ein leistungsabhängiges Bonusmodell gekoppelt, das den individuellen Zielerreichungsgrad honoriert. Die maximale Bonushöhe wird unter anderem auf Basis des recurring EBITDA ermittelt. Aufgrund des erfolgreichen Geschäftsjahres lag der EBITDA-abhängige Bonusanteil 2011 bei 110 Prozent. Für Führungskräfte hat das Unternehmen 2010 das Programm „Performance Development“ eingeführt, bei dem neben der fachlichen Leistung auch Faktoren wie das Verhalten als Führungsperson und das betriebswirtschaftliche Handeln beurteilt werden. Das Programm ist mit einem Bonussystem verknüpft und ermöglicht im Idealfall eine einmalige Ausschüttung von bis zu 200 Prozent des individuellen Zielbonus. Als weiteres System zum Leistungsanreiz wurde 2005 in der ProSiebenSat.1 Group ein Aktien-Optionsprogramm (Long Term Incentive Plan) eingeführt, an dem ausgewählte Führungskräfte beteiligt werden. Dieser Long-Term-Incentive-Plan wurde zuletzt im Jahr 2010 erneuert.

Weitere Informationen zum LTIP,
Anhang, Seite 202ff.

Die ProSiebenSat.1 Group bietet ihren Mitarbeitern neben einem leistungsorientierten Vergütungsmodell ein attraktives Paket an Sozialleistungen. Dazu gehören etwa Angebote zur privaten Altersvorsorge, Sonderurlaub bei besonderen persönlichen Anlässen sowie Sport- und Gesundheitsprogramme im Unternehmen.

Talentmanagement und Nachfolgeplanung in der ProSiebenSat.1 Group: Mit dem Programm „Organisation & Talent Review“ (OTR) erstellt die ProSiebenSat.1 Group mit Führungskräften und Potenzialträgern ohne Führungsverantwortung langfristige Entwicklungs- und Karrierepläne. Damit gibt die ProSiebenSat.1 Group talentierten Mitarbeitern eine klare Entwicklungsperspektive und verfügt zugleich über ein effizientes Instrument zur Nachfolgeplanung. 2011 nahmen 280 Personen am „Organisation & Talent Review“ teil, 26,4 Prozent der Teilnehmer waren weiblich.

Fort- und Weiterbildungsprogramm ausgebaut: 2011 hat die ProSiebenSat.1 Group ihr Weiterbildungsportfolio für Mitarbeiter ausgebaut. Das Unternehmen investierte mit 2,38 Mio Euro über eine Mio Euro mehr in Fort- und Weiterbildungsprogramme als im Vorjahr (1,35 Mio Euro). Die höheren Investitionen entfallen in etwa zur Hälfte auf die ProSiebenSat.1 Academy, deren umfangreiches Angebot allen Mitarbeitern offensteht. 2011 umfasste das Weiterbildungsprogramm im deutschsprachigen Raum 441 Veranstaltungen, 3.525 Teilnehmer nahmen die Weiterbildungsangebote wahr.

- **ProSiebenSat.1 Academy:** Qualifizierte, leistungsstarke und motivierte Mitarbeiter sind eine zentrale Voraussetzung für den Erfolg der ProSiebenSat.1 Group. Deshalb bietet der Konzern mit der ProSiebenSat.1 Academy ein umfangreiches Weiterbildungsportfolio. Dazu gehören Seminare und Vorträge zur fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung, die speziell auf den Qualifizierungsbedarf von ProSiebenSat.1-Mitarbeitern zugeschnitten sind. Im Fokus steht die kontinuierliche Wissensvermittlung in Theorie und Praxis. Kernstück sind Veranstaltungen wie „Lunch & Learn“ oder „Guest Speaker“, die den Mitarbeitern regelmäßig Analysen zu Trends und Entwicklungen in der Medien- und Unterhaltungsbranche vorstellen.

- **Erste Learning-Expedition durchgeführt:** Erstmals organisierte das Unternehmen 2011 eine sogenannte „Learning Expedition“ für Führungskräfte nach Seoul und Hongkong, um die Innovationskraft des Unternehmens zu stärken. Die Teilnehmer trafen während ihrer einwöchigen Reise neben Vertretern großer Wirtschaftsunternehmen Forscher und Wissenschaftler, um sich über Trends und Zukunftsthemen der Medien- und Unterhaltungsbranche zu informieren. In Südkorea und China ist die digitale Entwicklung bereits deutlich weiter vorangeschritten als in Europa. Nach Rückkehr der Teilnehmer stellte ein strukturierter Prozess den Transfer der Lerninhalte ins Unternehmen sicher.
- **Neues Führungskräfte-Entwicklungsprogramm eingeführt:** Für Führungskräfte stellte die ProSiebenSat.1 Group 2011 ein neues Entwicklungsprogramm mit fünf Modulen auf, das alle Führungskräfte der ProSiebenSat.1 Group durchlaufen. Das Programm fördert nicht nur die Führungskompetenz seiner Teilnehmer. Es stellt gleichzeitig sicher, dass im Unternehmen Führungsstandards gelten, die positiv auf die Motivation der Mitarbeiter wirken.

Ausbildungsangebote für Volontäre, Trainees und Azubis: Ausbildung ist für die ProSiebenSat.1 Group ein wichtiges Thema, um qualifizierte Nachwuchskräfte für das Unternehmen aufzubauen. Allein in Deutschland beschäftigte die ProSiebenSat.1 Group 2011 im Jahresdurchschnitt 140 Auszubildende. Dazu zählen Volontäre, Trainees und Auszubildende in den Ausbildungsgängen Kaufleute für audiovisuelle Medien, Veranstaltungskaufleute, Bürokaufleute, Mediengestalter Bild und Ton sowie Mediengestalter Digital und Print. Einen Großteil ihrer Auszubildenden, Volontäre und Trainees übernimmt die ProSiebenSat.1 Group nach der Ausbildung, wie folgende Grafik illustriert:

ÜBERNAHMEQUOTE DER AUSZUBILDENDEN IN DEUTSCHLAND (Abb. 48)

in Prozent, Vorjahreswerte in Klammern



Ausbau des Employer-Brandings und Steigerung der Arbeitgeber-Attraktivität: Neben der Bindung von Talenten, die bereits für ProSiebenSat.1 arbeiten, ist es von großer Bedeutung, dass sich das Unternehmen im freien Arbeitsmarkt als attraktiver Arbeitgeber positioniert, um qualifizierte und neue Mitarbeiter zu gewinnen:

- Die ProSiebenSat.1 Group entwickelte deshalb eine Employer-Branding-Kampagne inklusive eines Arbeitgeber-Leitbildes und schaltete unter anderem Anzeigen in reichweitenstarken Print- und Onlinemedien. Die Kampagne erzeugte hohe Resonanz, vier Tage nach Start Anfang 2011 verdreifachten sich die Zugriffe auf den Karrierebereich der ProSiebenSat.1-Unternehmenswebsite.
- 2011 ist ProSiebenSat.1 vier neue Hochschulkooperationen eingegangen, darunter die Hamburg Media School sowie die Hochschule der Medien in Stuttgart. Gemeinsam mit der Ludwig-Maximilians-Universität und anderen Unternehmen setzte die ProSiebenSat.1 Group zudem das Forschungsprojekt „Internet Business Cluster“ auf.

Für die ProSiebenSat.1 Group bietet sich durch diese Kooperationen die Möglichkeit, sich als Arbeitgeber bei Studenten zu präsentieren und auf diesem Weg junge Talente für das Unternehmen zu gewinnen.

KARRIERE BEI PROSIEBENSAT.1

Wir bieten unseren Mitarbeitern ein umfangreiches Weiterbildungsangebot und familienfreundliche Rahmenbedingungen.



PROSIEBENSAT.1 ACADEMY....(a) Wissen ist ein Wettbewerbsvorteil. Deshalb bieten wir unseren Mitarbeitern mit unserer Inhouse-Academy die Möglichkeit, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln - in Theorie und Praxis.

FASCINATING PEOPLE....(b) Unter diesem Motto haben wir 2011 eine große Employer-Branding-Kampagne in Print- und Onlinemedien gestartet, um neue Talente für uns zu begeistern. Bereits vier Tage nach Start verdreifachten sich die Zugriffe auf unsere Karriere-Website.



FAMILIE UND BERUF....(c) Seit zehn Jahren hat die ProSiebenSat.1 Group eine eigene Kindertagesstätte. Flexible Arbeitszeiten, Teilzeitmodelle und Teleworking-Arbeitsplätze ermöglichen unseren Mitarbeitern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

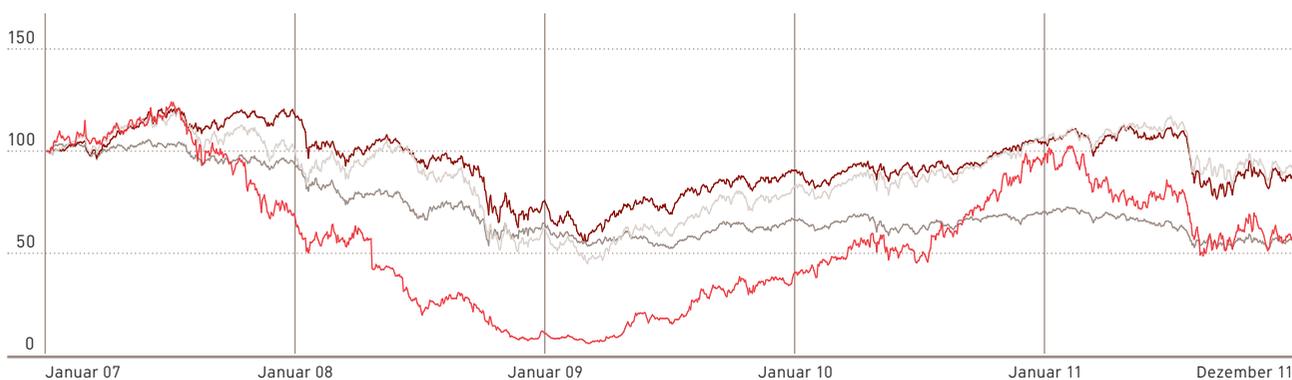


Die ProSiebenSat.1-Aktie

Analysten empfehlen ProSiebenSat.1-Aktie mehrheitlich zum Kauf. Das Jahr 2011 war von einer hohen Volatilität an den Börsen geprägt. Nach einem guten Jahresauftakt mit steigenden Unternehmensgewinnen und positiven Konjunkturdaten traten die Aktienmärkte im August in eine deutliche Abwärtsbewegung ein. Die Abschwächung der weltweiten Wachstumsdynamik, die Herabstufung der Kreditwürdigkeit der USA sowie die Staatsschuldenkrise mehrerer Euro-Länder lösten Vertrauensverluste bei den Kapitalmarktteilnehmern aus.

Vor diesem Hintergrund verlor der DAX 14,7 Prozent im Vergleich zum Ende des Vorjahres und notierte am letzten Handelstag 2011 bei 5.898 Punkten. Auch der MDAX beendete das Jahr 2011 mit einem Minus gegenüber dem letzten Handelstag 2010 und schloss mit 8.898 Punkten (-12,1%). In diesem Handelsumfeld hatten insbesondere die Aktienkurse von konjunkturabhängigen Titeln, zu denen auch Medienwerte zählen, Wertverluste zu verzeichnen.

PROSIEBENSAT.1-AKTIE: KURSENTWICKLUNG (Abb. 49)



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

KENNZAHLEN ZUR PROSIEBENSAT.1-AKTIE (Abb. 50)

		2011	2010	2009	2008	2007
Grundkapital	Stück	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200	218.797.200
Anzahl Vorzugsaktien ¹ zum Bilanzstichtag	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
Börsenwert zum Geschäftsjahresende	Mio Euro	3.089	4.923	1.764	525	3.586
Börsenkurs zum Ende des Geschäftsjahres (XETRA)	Euro	14,12	22,50	8,06	2,40	16,39
Höchster Börsenschlusskurs (XETRA)	Euro	24,80	23,88	8,98	16,62	30,10
Tiefster Börsenschlusskurs (XETRA)	Euro	11,49	8,13	0,90	1,26	16,00
Dividende je dividendenberechtigte Vorzugsaktie	Euro	²⁾	1,14	0,02	0,02	1,25
Dividendensumme	Mio Euro	²⁾	241,2	2,07	2,08	269,9
Bereinigtes Ergebnis je Vorzugsaktie	Euro	3,23	1,69	0,88	0,79	1,26
Dividendenrendite auf Basis Börsenschlusskurs	Prozent	²⁾	5,1	0,25	0,83	7,60
Handelsvolumen XETRA insgesamt	Mio Stück	233,4	196,5	278,7	313,8	180,6
Handelsvolumen XETRA (durchschnittliches Handelsvolumen je Tag)	Stück	908.214	767.439	1.097.195	1.235.341	716.821

¹ Inkl. eigener Aktien.

² Dividendenvorschlag, siehe Seite 26.

Der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex Euro Stoxx Media beendete das Jahr 2011 bei 135,13 Punkten und damit um 16,5 Prozent schwächer als zum Ende des Vorjahres. Trotz der guten Unternehmensentwicklung und positiver Analystenbewertungen verlor die ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie 37,2 Prozent im Vergleich zum Jahresende 2010 und schloss am letzten Handelstag 2011 bei 14,12 Euro. Den höchsten Schlusskurs im Jahr 2011 erreichte die ProSiebenSat.1-Aktie am 10. Februar bei 24,80 Euro. Den tiefsten Schlusskurs markierte das Papier am 23. August bei 11,49 Euro. Insgesamt wurden im Berichtsjahr 233,4 Mio Aktien (Vorjahr: 196,5 Mio Aktien) über das Handelssystem Xetra gehandelt. Dies entspricht einem durchschnittlichen täglichen Handelsvolumen von 908.214 Stück (Vorjahr: 767.439).

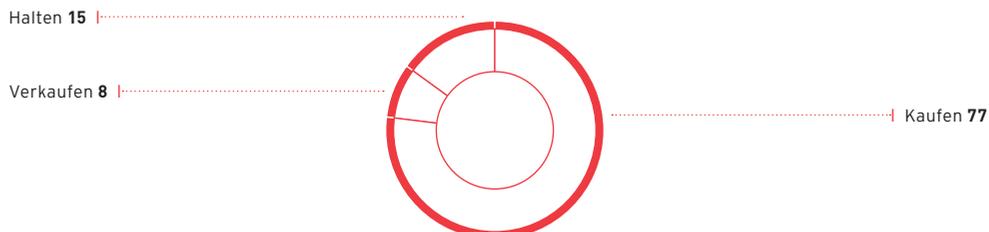
STAMMDATEN DER PROSIEBENSAT.1-AKTIE (Abb. 51)

Name	ProSiebenSat.1 Media AG
Aktienart	Nennwertlose Inhaber-Vorzugsaktien
Zulassungssegment	Prime Standard/Regulierter Markt
Branche	Media
ISIN	DE0007771172

Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analysten lag am Ende des Berichtszeitraums bei 19,70 Euro, 77,0 Prozent der Analysten empfahlen die ProSiebenSat.1-Aktie 2011 zum Kauf. Empfehlungen von Finanzanalysten sind eine wichtige Entscheidungsgrundlage für den Anleger. Insgesamt haben im Berichtsjahr 28 Brokerhäuser und Finanzinstitute Studien zur ProSiebenSat.1-Aktie veröffentlicht.

EMPFEHLUNGEN DER ANALYSTEN (Abb. 52)

In Prozent



Stand: 31.12.2011.

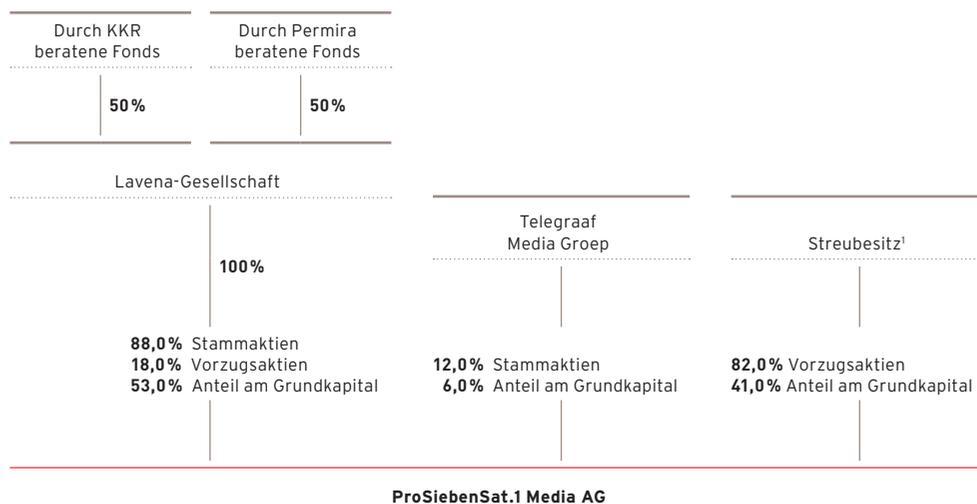
ProSiebenSat.1 Media AG kauft eigene Aktien zurück. Im Jahr 2011 hat die ProSiebenSat.1 Media AG weitere 2.500.000 stimmrechtslose Vorzugsaktien bzw. 1,15 Prozent des Grundkapitals zu einem Durchschnittskurs von 13,01 Euro über die Deutsche Börse erworben. Der Rückkauf eigener Aktien dient der Absicherung von Long Term Incentive-Programmen und fand im Zeitraum vom 29. August bis 14. September 2011 statt. Damit hält die ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2011 insgesamt 7.640.000 eigene Vorzugsaktien. Das entspricht 7,0 Prozent der Vorzugsaktien bzw. 3,5 Prozent des Grundkapitals.

Der ProSiebenSat.1 Media AG stehen aus diesen eigenen Aktien gemäß § 71b AktG keine Rechte zu; von der Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar gehaltene eigene Aktien sind nicht dividendenberechtigt. Das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt 218.797.200 Euro und setzt sich aus 109.398.600 stimmberechtigten Stamm- und 109.398.600 nicht stimmberechtigten, börsennotierten Vorzugsaktien zusammen. Eigene Aktien werden dem Streubesitz (Free Float) zugerechnet.

Keine strukturelle Änderung des Aktienbesitzes. Hauptgesellschafter der ProSiebenSat.1 Media AG sind die Lavena-Holdinggesellschaften mit einem Aktienbesitz von 53,0 Prozent am Grundkapital. Am 13. Januar 2011 haben die Lavena-Holdinggesellschaften acht Millionen bzw. 7,3 Prozent der stimmrechtslosen Vorzugsaktien veräußert. Damit halten die Lavena-Holdinggesellschaften 88,0 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien und 18,0 Prozent der nicht stimmberechtigten Vorzugsaktien. Die Lavena-Holdinggesellschaften werden von durch Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. (KKR) bzw. Permira Beteiligungsberatung GmbH (Permira) beratene Fonds kontrolliert.

Der niederländische Medienkonzern Telegraaf Media Groep N.V. (TMG) besitzt unverändert 12,0 Prozent der stimmberechtigten Stammaktien bzw. 6,0 Prozent des Grundkapitals. Die verbleibenden 82,0 Prozent der Vorzugsaktien, rund 41,0 Prozent des Grundkapitals, befinden sich im Streubesitz. Große Teile des börsennotierten Vorzugskapitals werden von institutionellen Anlegern gehalten, vor allem aus den USA und Großbritannien. Damit hat sich der Anteilsbesitz im Jahr 2011 strukturell nicht verändert.

GESELLSCHAFTERSTRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG ZUM 31. DEZEMBER 2011 (Abb. 53)



¹ Stand: 31.12.2011 inklusive 7.640.000 eigene Aktien.

Hauptversammlung nimmt Beschlussvorschläge einstimmig an. Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2010 fand am 1. Juli 2011 im Internationalen Congress Center München (ICM) statt. An der Aktionärsversammlung nahmen rund 300 Anteilseigner und Gäste teil, die Präsenz lag bei 60 Prozent des gesamten Grundkapitals.

Alle Beschlussvorschläge, für die eine Zustimmung der Stammaktionäre erforderlich war, wurden einstimmig angenommen. Unter anderem wählte die Hauptversammlung Herman M.P. van Campenhout, Vorstandsvorsitzender der Telegraaf Media Groep N.V., in den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG. Er folgt auf Adrianus Johannes Swartjes, ehemaliger CEO der Telegraaf Media Groep. Auch der Gewinnverwendungsvorschlag für das Geschäftsjahr 2010 wurde einstimmig angenommen und die Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,14 Euro (Vorjahr: 0,02 Euro) je dividendenberechtigter Inhaber-Vorzugsaktie bzw. 1,12 Euro (Vorjahr: 0,00 Euro) je dividendenberechtigter Namens-Stammaktie beschlossen. Die Ausschüttungssumme betrug rund 241,2 Mio Euro (Vorjahr: 2,1 Mio Euro). Die Dividende wurde am 4. Juli 2011 ausgezahlt.

Der Aufsichtsrat trat unmittelbar nach der Hauptversammlung zu einer Sitzung zusammen und wählte Götz Mäuser, Partner bei Permira Beteiligungsberatung GmbH, zum Aufsichtsratsvorsitzenden. Götz Mäuser folgt auf Johannes Peter Huth, Partner und Europa-Chef von Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd., der die Rolle des stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden übernimmt.

Intensiver Dialog mit dem Kapitalmarkt. Es ist unser Anspruch, alle Kapitalmarktteilnehmer transparent, zeitnah und umfassend über die Geschäftslage und Zukunftsperspektiven des Unternehmens zu informieren. Das Investor-Relations-Team stellte sich im Jahr 2011 in über 400 Einzelgesprächen und Conference Calls der Diskussion mit Analysten, Investoren und Bankenvertretern. Das Unternehmen präsentierte sich auf zahlreichen Roadshows und nahm an zehn Analysten- und Investorenkonferenzen teil.

Am 5. Oktober 2011 führte die ProSiebenSat.1 Media AG erstmals einen Capital Markets Day durch. Vorstand und Leiter der Geschäftsbereiche stellten auf der Konferenz die Wachstumsstrategie der Gruppe vor und gaben einen Ausblick auf die Unternehmensentwicklung bis 2015. An der Veranstaltung nahmen knapp 100 Analysten, Investoren und Bankenvertreter teil. Zusätzlich haben zahlreiche Analysten, Investoren und Bankenvertreter den Capital Markets Day live über Webcast verfolgt. Der Kapitalmarkttag trägt dazu bei, den Dialog mit den Analysten und Investoren zu intensivieren.

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

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

Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren

Verschiedene wichtige Vermögenswerte sind nicht in der Bilanz erhalten. 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 finanziell bewertet wird. Hingegen aktivieren wir in geringem Umfang bestimmte selbst erstellte, immaterielle Vermögenswerte. Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die Angaben in Ziffer 18 „Immaterielle Vermögenswerte“ des Konzernanhangs.

Mitarbeiter, Seite 83ff.

Beliebte Marken

Alle Free-TV-Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group sowie die meisten Unternehmen im Geschäftsbereich Diversifikation sind hundertprozentige Tochtergesellschaften. Dies eröffnet dem Konzern operative Wettbewerbsvorteile bei der Werbezeitenvermarktung, der Verwertung von Programmrechten oder der Zielgruppenausrichtung der Sender. ProSiebenSat.1 betreibt in den meisten Märkten mehrere Kanäle mit komplementärer Programmierung, um die Reichweite kontinuierlich auszubauen und Werbekunden ein diversifiziertes Zuschauerportfolio bieten zu können. Die im Rahmen der SBS-Akquisition 2007 erworbenen Markenwerte werden in der Konzernbilanz als immaterielle Vermögenswerte ausgewiesen. Als „eigene Marken“ werden SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx hingegen bilanziell nicht erfasst. Sie zählen zu den besonders wichtigen nichtfinanziellen Leistungsindikatoren der ProSiebenSat.1 Group. Die ProSiebenSat.1-Senderfamilie gehört seit Jahren zu den beliebtesten und erfolgreichsten Fernsehsendern in Deutschland – obwohl hier durchschnittlich 78 Fernsehsender pro Haushalt empfangen werden können. Doch nur wenige Kanäle fallen ins sogenannte „Relevant Set“ der Zuschauer. Die zehn stärksten Sender, darunter SAT.1, ProSieben und kabel eins, vereinen mit 81,0 Prozent den größten Anteil der Zuschauermarktanteile auf sich. Umfragen aus dem Jahr 2011 belegen, dass die Bekanntheit und Beliebtheit der ProSiebenSat.1-Sender weiterhin sehr hoch ist.

Bilanz, Seite 132.



- › **ProSieben** ist der beliebteste und sympathischste TV-Sender bei den 14- bis 49-Jährigen in Deutschland und liegt vor Marktführer RTL. ProSieben erhält unter allen Sendern die meisten positiven Nennungen bei der Frage nach der Wahrscheinlichkeit, ob man im Programm etwas findet, das einem gefällt. Der Sender verfügt zudem über ein starkes Image: ProSieben wird als besonders cool und sympathisch, das Programm als unterhaltsam, spannend und modern eingestuft. In den Genres Spielfilme, Serien am Abend, Mysteryserien, Kultserien für Frauen sowie amerikanische und englische Comedyserien rangiert ProSieben auf Platz 1.



- › **SAT.1** wird als unterhaltsamer, moderner, vielseitiger Familiensender wahrgenommen. Das Programmangebot gilt als informativ und emotional. SAT.1 ist Spitzenreiter in den Genres Ermittlerdokus und Frühstücksfernsehen; bei amerikanischen Krimiserien, Telenovelas und Daily Soaps rangiert SAT.1 auf Platz 2.



- › **kabel eins** stufen die Teilnehmer einer Umfrage unter den Sendern der zweiten Generation am unterhaltsamsten, spannendsten, verlässlichsten sowie als Sender mit dem meisten Gefühl ein. Die Umfrage bescheinigt dem Sender ein breites Publikum, die meisten Befragten beschreiben kabel eins als Sender für die ganze Familie. kabel eins werden die besten Klassiker allgemein sowie die besten Spielfilm-Klassiker zugeschrieben.



- › **sixx**, gestartet 2010, konnte seine Bekanntheit in den vergangenen Monaten deutlich steigern. 2010 kannten den Frauensender lediglich 12 Prozent, im August 2011 lag der Bekannt-

heitsgrad bereits bei 57 Prozent. sixx punktet vor allem in seinen Kompetenzbereichen: Bei Kultserien für Frauen landet sixx auf Platz 4 hinter ProSieben, RTL und SAT.1. Auch bei Tele-novelas und Daily Soaps wird der Sender genannt.

Für die Qualität und Beliebtheit der ProSiebenSat.1-Programme stehen auch Fanseiten in sozialen Netzwerken. Die Erfolgsshow „The Voice of Germany“ konnte allein bei Facebook innerhalb weniger Wochen 400.000 Fans gewinnen. Für die Show entwickelte die ProSiebenSat.1 Group die interaktive Digitalplattform „The Voice Connect“, auf der neben einem Livestream zur Show die sozialen Netzwerke Facebook und Twitter eingebunden sind. So können sich Zuschauer zur Sendung erstmals live austauschen, ohne die Online-Applikationen der ProSiebenSat.1 Group verlassen zu müssen. Interaktive Angebote dieser Art erhöhen die Bindung zwischen Publikum sowie Show- und Sendermarke. Neben „The Voice of Germany“ haben viele andere Sendungen der ProSiebenSat.1 Group eine starke Fanbasis in sozialen Netzwerken. Die Sender nutzen die Portale als Marketinginstrument und informieren Zuschauer tagesaktuell über TV-Programme. Zugleich sind Zuschauerkommentare aus den Netzwerken für unsere Redaktionen ein wichtiges Instrument, um qualitatives Feedback von Zuschauern zu gewinnen.

Um Bekanntheit für neue Programme aufzubauen und die starken Imagewerte der Sender weiter auszubauen, spielen Marketingmaßnahmen eine wichtige Rolle. 2011 betrug die Marketingaufwendungen des Konzerns 57,2 Mio Euro (Vorjahr: 58,3 Mio Euro). Die Angaben umfassen alle Aufwendungen im Rahmen der Programm- und Imagekommunikation mit Ausnahme der Marktforschung und der Kommunikationsaktivitäten. 2011 entfielen auf den deutschsprachigen Raum 58,7 Prozent der Marketingaufwendungen (Vorjahr: 64,9%).

Langjährige Lieferantenbeziehungen

Voraussetzung für den Erfolg der ProSiebenSat.1-Sender bei den Zuschauern sind attraktive Programme. Aus diesem Grund pflegt das Unternehmen ein enges Netzwerk zu nationalen und internationalen Filmstudios sowie Film- und TV-Produzenten. Die ProSiebenSat.1 Group hat langfristige Verträge mit nahezu allen großen Hollywood-Studios, darunter CBS, Paramount, Sony Pictures International, Twentieth Century Fox und Warner Brothers. Diese Verträge sichern die langfristige Programmversorgung der Fernsehgruppe. Große und länderübergreifende Content-Pakete verhandelt ProSiebenSat.1 zentral, Lizenzverträge werden von den europäischen Sendertöchtern selbst geschlossen. Zusätzlich arbeitet die ProSiebenSat.1 Group in den jeweiligen Märkten mit Kreativpartnern zusammen. 2011 ist es der Gruppe unter anderem gelungen, eine exklusive Zusammenarbeit mit dem holländischen Formatentwickler John de Mol für den deutschen Markt zu vereinbaren. Von ihm stammt „The Voice of Germany“, eine der erfolgreichsten Shows des TV-Jahres 2011.

Solide Kundenbeziehungen

Stabile Beziehungen zu Werbekunden sind notwendig, um die Kurzfristigkeit und Fluktuation in der Werbezeitenvermarktung abzufedern. Daher haben Maßnahmen zur Kundenbindung einen hohen Stellenwert bei ProSiebenSat.1. Mit ihren regionalen Verkaufsstrukturen können die Vermarktungstöchter im deutschen Kernmarkt eine intensive Beratung vor Ort bieten und damit gezielt auf die Anforderungen der Kunden eingehen. In den vergangenen Jahren hat SevenOne Media zudem ihr Kreativportfolio kontinuierlich ausgebaut. 2009 gründete das Unternehmen die Schwesteragentur SevenOne AdFactory, die individuelle Kampagnen für Werbekunden entwickelt und umsetzt. Bei sogenannten 360-Grad-Konzepten binden die Vermarkter alle medialen Plattformen der ProSiebenSat.1 Group von TV über Online bis zu Games ein. Sie

Erläuterungen zu unseren
Investoren und Kapitalmarktbe-
ziehungen, Aktienkapitel, Seite 90.

Glossar, Seite 225.

können auf diese Weise alle Vorteile an Werbekunden weiter geben, die ihnen ProSiebenSat.1 als vollintegriertes Medienhaus bietet und effiziente Kommunikationslösungen zur Verfügung stellen. Dieses Konzept erwies sich 2011 als doppelt erfolgreich: Jede zweite Kampagne, die die SevenOne AdFactory entwickelte, wurde realisiert. Zudem trug das Unternehmen maßgeblich dazu bei, dass der ProSiebenSat.1-Vermarkter SevenOne Media den höchsten Neukundenumsatz in der Unternehmensgeschichte erzielte.

Um die Beziehung zu den Zuschauern zu stärken, bietet die ProSiebenSat.1 Group einen umfangreichen Informations- und Auskunftsservice. Die Zuschauerredaktionen in den verschiedenen Märkten nehmen Fragen und Anregungen entgegen. In Deutschland verzeichnete die zentrale Zuschauerredaktion für die Free- und Pay-TV-Sender der ProSiebenSat.1 Group 2011 knapp 120.000 Kontakte. Jeder Kontakt wurde einzeln bearbeitet. Am häufigsten wurden Fragen zum Programm gestellt. Die Kommentare und Anregungen der Zuschauer unterstützen bei der Optimierung des Programms, den Programmverantwortlichen werden regelmäßig Berichte vorgelegt. Hinzu kommen themenbezogene Sonderauswertungen, die die Redaktionen in Auftrag geben.

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 im engeren Sinne, sodass diese Angaben nach IAS 38.8 im Lagebericht entfallen.

Intensive Marktforschung und Kreativität sind Wettbewerbsvorteile. Marktanalysen werden als Steuerungsgrößen für die operative und strategische Planung herangezogen. Gleichzeitig sind Marktdaten und Analysen eine wichtige Grundlage für die kompetente Beratung unserer Werbekunden. Die Ausgaben für die konzernweiten Marktforschungsaktivitäten beliefen sich 2011 auf 13,2 Mio Euro (Vorjahr: 17,5 Mio Euro), davon entfallen 58,5 Prozent auf den deutschsprachigen Raum (Vorjahr: 52,4%).

Bei ProSiebenSat.1 arbeiten rund 25 Mitarbeiter in verschiedenen Research Units und erstellen Untersuchungen und Analysen zur Werbewirkung, zu Trends im Werbemarkt, zur Mediennutzung und werten Konjunktur- und Werbemarktprognosen aus. Die Studienergebnisse stellen für Werbekunden eine wichtige Basis für Investitionsentscheidungen dar.

Neue, erfolgsversprechende Formate schnell on Air zu bringen, ist für die ProSiebenSat.1 Group enorm wichtig. Deshalb kommt der Programmforschung eine entscheidende Rolle zu - und zwar bereits in der Phase der Formatentwicklung. Das Team erstellt quantitative sowie qualitative Auswertungen zu den Programmen der ProSiebenSat.1-Sender. Zudem testet die Unit Eigenproduktionen mithilfe von Umfragen und Publikumsvorführungen und spielt die Ergebnisse an die Redaktionen zurück. Durch die Marktforschungsergebnisse können Formate bereits in der Entstehungsphase justiert und die Anzahl erfolgreicher Formate erhöht werden.

2011 hat die ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH für ihre vier Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx zudem den Kreativprozess optimiert. Ziel war es, die ideale Abstimmung von Prozess-Struktur und Organisation zu finden. Dies wurde mit einer für alle Sender und Redaktionen einheitlichen Logik erreicht – dem „Format Management“. Dabei werden Eigenformate ab dem frühestmöglichen Zeitpunkt über alle Gewerke hinweg in ihrer Entwicklung, Vorbereitung und Herstellung sowie Analyse zentral durch den Formatprozess gesteuert. Ohne den kreativen Spielraum einzuengen, schafft er Struktur und Planbarkeit. So wird durch Meilensteine, fixe

Prozess-Elemente und Review-Termine die Qualitätssicherung gewährleistet. Zusätzlich findet nach Ausstrahlung jedes Formats eine umfassende Evaluierung mit inhaltlicher und organisatorischer Perspektive statt. Dadurch wird ein kontinuierliches Lernen und Entwickeln der einzelnen Abteilungen und auch der gesamten Organisation ermöglicht. Das „Format Management“ wurde im Juni 2011 eingeführt und wirkte sich bereits spürbar auf die Top-Rate bei den Eigenproduktionen der ProSiebenSat.1 Group aus.

Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor

Für Unternehmen wie die ProSiebenSat.1 Group wirkt sich das gesellschaftliche Engagement immer stärker auch auf den Unternehmenserfolg aus. In der Öffentlichkeit ist das Interesse an Themen aus den Bereichen Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen, auch unter den Zuschauern der ProSiebenSat.1-Sender. So zeigte etwa 2011 eine Umfrage zum „Tolerance Day“ (ProSieben), dass gerade junge Zuschauer Programme mit gesellschaftspolitischen Inhalten - unterhaltsam aufbereitet - schätzen und weitere Projekte dieser Art auf den Sendern der Gruppe wünschen. Dies belegt, dass sich Initiativen wie der „Tolerance Day“ unter anderem positiv auf das Markenimage eines Senders auswirken, sodass beide Seiten - Gesellschaft und Unternehmen - vom gesellschaftlichen Einsatz profitieren.

ProSiebenSat.1 baut öffentliches Engagement aus. Die ProSiebenSat.1 Group erreicht als eines der größten Medienunternehmen Europas tagtäglich viele Millionen Menschen. Aufgrund dieser hohen Reichweite, insbesondere bei jungen TV-Zuschauern und Internet-Usern, obliegt dem Unternehmen eine starke Verantwortung in der Berichterstattung sowie seinem gesellschaftlichen Engagement. Die ProSiebenSat.1 Group leistet mit zahlreichen Initiativen seit vielen Jahren einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag und berichtet in ihrem Programm umfangreich über ökologische, gesellschaftliche und politische Themen. Bei vielen Projekten setzt das Unternehmen gezielt auf die Popularität seiner Medien, um gerade junge Menschen für wichtige Themen wie Toleranz oder Umweltschutz zu begeistern und Werte zu vermitteln. Generell verfolgt unser Unternehmen mit seinem Engagement vier Ziele: Wir wollen benachteiligten Menschen Chancen bieten, Kultur fördern, Werte vermitteln und Wissen schaffen.

2011 hat das öffentliche Engagement für die ProSiebenSat.1 Group weiter an Bedeutung gewonnen. Das Unternehmen gründete unter dem Vorsitz von Dr. Edmund Stoiber einen interdisziplinär besetzten Beirat, der die ProSiebenSat.1 Group in gesellschafts- und medienpolitischen sowie ethischen Fragen beraten wird. Er wird zudem Reflexionen und Anregungen zu den Medienangeboten des Konzerns geben. Im Vordergrund stehen dabei die Bereiche, die für die ProSiebenSat.1 Group und die Gesellschaft in Zukunft entscheidende Bedeutung haben werden: Forschung, Ökologie und Nachhaltigkeit, Jugend und Soziales, Kunst, Kultur und Sport. Neben Dr. Edmund Stoiber sind folgende Personen Mitglieder des interdisziplinär besetzten Gremiums:

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

Pilotprojekt für neue Informationssendungen für junge Menschen gestartet. Der Beirat findet sich vier Mal pro Jahr zusammen, jedes Treffen ist von Schwerpunktthemen geprägt. Am 22. November 2011 versammelte sich der Beirat zu einer konstituierenden Sitzung und führte ein erstes beratendes Gespräch mit dem Vorstand der ProSiebenSat.1 Group. Schwerpunkt war unter anderem das Thema „Politikvermittlung“. Auf Anregung des Beirats hat der ProSiebenSat.1-Vorstand danach beschlossen, gemeinsam mit einer großen deutschen Journalistenschule und einem Online-Medium ein auf drei Jahre angelegtes Pilotprojekt zur Entwicklung neuer politischer und wirtschaftlicher Informationsformate für junge Menschen zu starten. Ziel ist es, im aktiven Dialog mit der Politik zeitgemäße Formen der Präsentation komplexer Zusammenhänge zu finden, die insbesondere die Vernetzung von TV-, Online- und mobilen Medien berücksichtigen. Das Projekt wird zunächst mit 500.000 Euro finanziert. Mit dieser Initiative führt die ProSiebenSat.1 Group ihr Bestreben fort, besonders junge Menschen an wichtige gesellschaftliche, politische und ökologische Themen heranzuführen.

Privatsendern wie SAT.1 oder ProSieben kommt hier eine besondere Rolle zu, weil sie seit vielen Jahren deutlich mehr junge Menschen als die öffentlich-rechtlichen Kanäle von ARD und ZDF erreichen, wie folgende Grafik zeigt:

MARKTANTEILE ZUSCHAUER 14-29 JAHRE (Abb. 54)

in Prozent



ProSiebenSat.1 stellt Energieversorgung auf regenerative Quellen um. Unternehmen agieren in einem Marktumfeld, das von knapper werdenden Ressourcen und steigendem Kostendruck geprägt ist. Auch für einen Medienkonzern ist nachhaltiges Wirtschaften sowie der schonende Einsatz von Ressourcen ein wichtiger Garant für den künftigen Unternehmenserfolg. Die ProSiebenSat.1 Group hat deshalb beschlossen, ihre Energieversorgung am Standort München/Unterföhring auf regenerative Quellen umzustellen und dafür jährliche Mehrkosten in Höhe von rund 40.000 Euro in Kauf zu nehmen. Im April 2011 hat ProSiebenSat.1 einen Vertrag mit einem Anbieter geschlossen, der umweltfreundliche Energie aus Wasserkraft erzeugt. Damit wird die Fernsehgruppe ihren CO₂-Fußabdruck deutlich verringern – zuvor verbrauchte das Unternehmen an seinem Hauptstandort jährlich über 16 GWh Strom. Durch die Umstellung auf regenerative Energiequellen vermindert die Gruppe den CO₂-Ausstoß jährlich um 8.100 Tonnen CO₂ und 11 Kilogramm radioaktiven Abfall. Damit leistet die ProSiebenSat.1 Group einen wichtigen Beitrag zum Schutz der Umwelt. Des Weiteren informiert das Unternehmen seine Angestellten im Intranet unter dem Motto „Green World“ regelmäßig darüber, wie Mitarbeiter im Büroalltag einen Beitrag zum Umweltschutz leisten können, etwa durch bewussten Strom- und Papierverbrauch.

Unabhängigkeit und Transparenz

Transparenz und Unabhängigkeit sind nicht nur für unsere Unternehmensführung wichtige Werte, sondern stellen für uns als publizierendes Unternehmen ebenfalls einen hohen Stellenwert dar.

- › **Transparenz:** Vertrauensvolle Beziehungen zu Journalisten und Finanzanalysten sind von erheblichem Wert: Unsere Medienpräsenz fördert die Bekanntheit unserer Marken und prägt die gesellschaftliche Reputation. Unsere Public- und Investor-Relations-Arbeit ist nach den Transparenzrichtlinien des Deutschen Corporate Governance Kodex ausgerichtet. Wir verfolgen demnach eine umfassende, zeitnahe und offene Kommunikation mit Journalisten, Investoren und Analysten. Die Gleichbehandlung aller Marktakteure ist dabei von großer Bedeutung. Auf unserer Unternehmenswebsite [www.ProSiebenSat1.com](http://www.prosiebensat1.com) stellen wir ausführliche Informationen rund um unsere Geschäftsaktivitäten, die ProSiebenSat.1-Aktie und Finanzergebnisse in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung.
- › **Journalistische Unabhängigkeit:** Zur Wahrung der journalistischen Unabhängigkeit sowie grundlegender publizistischer Bestimmungen hat die ProSiebenSat.1 Group bereits 2005 einen Leitkatalog formuliert, dem alle Programmschaffenden des Unternehmens in Deutschland verpflichtet sind. „Die Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit“ sind auf der Unternehmenswebsite unter Unternehmen/Rechtlicher Rahmen einsehbar. Die Journalisten der Mediengruppe sind in der Gestaltung ihrer Beiträge grundsätzlich frei und berichten unabhängig von gesellschaftlichen, wirtschaftlichen oder politischen Interessensgruppen.

[http://www.prosiebensat1.com/
de/unternehmen/corporate-
responsibility/rechtlicher-rahmen](http://www.prosiebensat1.com/de/unternehmen/corporate-responsibility/rechtlicher-rahmen)

In den besonderen Verantwortungsbereich des Unternehmens fällt zudem das Thema Jugendschutz. Unabhängige Jugendschutzbeauftragte sorgen in der ProSiebenSat.1 Group für jugendgerechte Angebote und die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen. Die Jugendschützer bei ProSiebenSat.1 werden frühzeitig in die Produktion und den Einkauf von Programmen eingebunden. Sie beurteilen schon im Vorfeld Drehbücher, Produktionen und Formate und erstellen Gutachten.

ÖFFENTLICHES ENGAGEMENT

ProSiebenSat.1 hilft Menschen in Not und begeistert junge Menschen für wichtige gesellschaftliche Themen.



...a

TOLERANCE DAY (PROSIEBEN)...(a) Als Meinungsmacher mit großer Reichweite gerade bei jungen Menschen setzt sich ProSieben für eine offene Gesellschaft ein - zum Beispiel mit der Kampagne „Tolerance Day“. In einer großen, eigenentwickelten TV- und Internetaktion warb ProSieben im April 2011 einen Monat lang für ein respektvolles Miteinander. Regelmäßig ausgestrahlte TV-Spots und eine Social-Media-Kampagne verschafften dem Thema auch vor und nach dem Eventtag am 8. April Aufmerksamkeit. Stars wie Sara Nuru oder der Moderator Aiman Abdallah sprachen unter dem Motto „Enjoy Difference. Start Tolerance“ über ihre Erfahrungen und ihr Verständnis von Toleranz. Am „Tolerance Day“ selbst beleuchtete ProSieben in TV-Magazinen wie „taff“ oder „Galileo“ das Thema von verschiedenen Seiten. Zur Primetime zeigte der Sender den deutschen Spielfilm „Die Welle“, der sich kritisch mit autoritären Gesellschaftsformen auseinandersetzt und erzielte damit den stärksten Marktanteil des Tages (14-49 Jahre: 20,7%). Eine Umfrage zeigte zudem, dass die Zuschauer das Engagement von ProSieben schätzen. Zwei Drittel bewerteten den Aktionstag als „gut“ oder „sehr gut“, 80 Prozent befürworteten weitere Projekte dieser Art.

MARKTANTEILE TOLERANCE DAY ZIELGRUPPE 14 - 49 JAHRE (Abb. 55)

Die Welle	20,7%
Der große Toleranz-Test	12,4%
Galileo	11,6%

RED NOSE DAY 2011...(b) Im Dezember 2011 ging der RED NOSE DAY bereits zum neunten Mal auf den deutschen Sendern der ProSiebenSat.1 Group on Air. In Beiträgen, Sendungen und Aufrufen von Prominenten wie Aiman Abdallah forderten SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx die Zuschauer wieder auf, für Kinder in Not zu spenden. Der RED NOSE DAY ist die bekannteste Charity-Marke in Deutschland - und eine der erfolgreichsten. Seit ProSieben die Idee 2003 aus England importierte, sind bereits über zehn Millionen Euro zusammengekommen. Auch die Mitarbeiter der ProSiebenSat.1 Group spendeten in diesem Jahr wieder für den RED NOSE DAY, insgesamt knapp 16.000 Euro. Von den Spenden des RED NOSE DAY profitierten seit Gründung über 30 Kinder-Hilfsprojekte. 2011 gingen erneut alle Einnahmen an Organisationen, die sich um bedürftige Kinder kümmern, darunter Die Arche, die Kindernothilfe e. V. sowie die Stiftung Off Road Kids.



...b

DIE ARCHE...(c) Das christliche Kinder- und Jugendwerk „Die Arche e.V.“ wurde 1995 in Berlin gegründet und hilft Kindern und Jugendlichen, die in prekären Lebensverhältnissen aufwachsen. Aktuell betreuen 100 Mitarbeiter über 2.000 Kinder und Jugendliche in acht deutschen Großstädten mit einem Programm zur Förderung der sozialen Kompetenz, Bildungs- und Sportangeboten, gesundem Essen und individueller Beratung. Der RED NOSE DAY 2011 unterstützt „Die Arche“ beim Aufbau eines Campinggeländes und bei der Förderung von Ferienfreizeiten für Kinder, deren Eltern sich keinen Urlaub leisten können.



...c



....d

DIE KINDERNOTHILFE E.V.....(d) Die Kindernothilfe e.V. wurde 1959 in Duisburg gegründet, um Not leidenden Kindern in Indien zu helfen. Im Laufe der Jahrzehnte wurde sie zu einer der größten christlichen Kinderrechtsorganisationen Europas und unterstützt inzwischen mehr als 650.000 Kinder und Jugendliche in Afrika, Asien, Lateinamerika und Osteuropa. Im Vordergrund stehen die Themen schulische und berufliche Bildung, Gesundheit sowie Ernährung der Kinder und deren Familien. Der RED NOSE DAY 2011 unterstützt das Kindernothilfe-Projekt „Schutz und Ausbildung für Straßenkinder in Nord-Uganda“.



....e

OFF ROAD KIDS STIFTUNG.....(e) Von Bad Dürkheim aus betreibt die Off Road Kids Stiftung seit 1994 das einzige bundesweite Hilfswerk für Straßenkinder in Deutschland. Neben Streetwork-Stationen in Berlin, Hamburg, Dortmund und Köln unterhält die Stiftung inzwischen zwei Kinderheime in Bad Dürkheim und eine Beratungs-Hotline für Eltern von Ausreißern. Seit 1994 haben die Streetworker von Off Road Kids mehr als 2.000 junge Menschen von der Straße geholt und ihnen eine neue Perspektive gegeben. All dies finanziert die Stiftung bis heute ohne staatliche Fördermittel nahezu vollständig aus Spenden. Der RED NOSE DAY 2011 möchte der Stiftung helfen, weitere Kinder von der Straße zu holen, um ihnen ein besseres Leben zu bieten.

RAN HILFT HAITI.....(f) Unter dem Dach des RED NOSE DAY organisierte die SAT.1-Sportredaktion „ran hilft Haiti“. Nach dem verheerenden Erdbeben sammelte der Sender mehr als 500.000 Euro. Mit den Spendengeldern und der Unterstützung von Rotary Deutschland bauten 80 Haitianer unter der Leitung einer deutschen Baufirma mit Sitz in Port-au-Prince das ran-Fußballinternat. Dort finden 120 Jungen und Mädchen ein neues Zuhause und werden unter dem Motto „Morgens pauken, nachmittags kicken“ nicht nur in ihrem fußballerischen Talent gefördert, sondern erhalten auch eine fundierte Ausbildung. Nachmittags und am Wochenende bietet die Schule auch Kindern aus der Umgebung Schulunterricht an. Das Internat bietet Kindern, die durch die Erdbebenkatastrophe alles verloren haben, eine neue Perspektive.



....f

GREEN SEVEN.....(g) Die ProSiebenSat.1 Group räumt Umweltschutzthemen grundsätzlich viel Platz in ihren Programmen ein. Zusätzlich rückt die Sendergruppe ökologische Themen mit Aktionen wie „Green Seven“ ins öffentliche Bewusstsein. 2011 ging auf ProSieben bereits zum dritten Mal die Initiative „Green Seven“ auf Sendung. Einen Monat lang klärte der Sender in zahlreichen Programmen wie „taff“ oder „Galileo“ darüber auf, wie jeder etwas zum Schutz der Erde beitragen kann. Das Projekt stieß erneut auf große Resonanz. So beteiligten sich etwa 30.000 Zuschauer an der Online-Umfrage „Wie öko bist Du?“ von ProSieben und dem Wuppertaler Institut für Klima, Umwelt und Energie.



....g

Nachtragsbericht

Andreas Bartl verlässt die ProSiebenSat.1 Media AG. Andreas Bartl, Vorstand TV Deutschland, hat die ProSiebenSat.1 Media AG auf eigenen Wunsch zum 1. März 2012 verlassen, um sich als Medienunternehmer selbstständig zu machen. Sein neues Unternehmen Bartl Media wird sich der Entwicklung von neuen Fernsehsendern, TV-Formaten sowie künstlerischen Talenten widmen. In dieser Funktion wird Andreas Bartl auch die ProSiebenSat.1 Media AG beraten. Den Vorstandsbereich von Andreas Bartl übernimmt kommissarisch Thomas Ebeling, CEO der ProSiebenSat.1 Media AG. Vorsitzender der Geschäftsführung der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH wird kommissarisch ProSieben-Geschäftsführer Jürgen Hörner. Die im Konzernanhang und -lagebericht gemachten Angaben zu vorstandsrelevanten Sachverhalten im Geschäftsjahr 2011 bleiben hiervon unberührt.

Verlängerung von Sicherungsgeschäften. Im Februar 2012 wurden Zinsswaps in Höhe von insgesamt 1,05 Mrd Euro bis 2016 verlängert. Damit sichert die ProSiebenSat.1 Group das Zinsrisiko aus dem neu aufgelegten variabel verzinslichen Term Loan D ab. Der durchschnittliche festverzinsliche Swapsatz für die verlängerten Zinsswaps verringert sich mit dieser Maßnahme von rund 4,6 Prozent auf rund 3,4 Prozent. Dies wirkt sich positiv auf die Zinsaufwendungen der Gruppe aus.

Directors' Dealings-Meldungen. Directors' Dealings-Meldungen nach § 15a WpHG sowie Beteiligungsmeldungen gemäß den §§ 21ff. Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) veröffentlicht ProSiebenSat.1 unverzüglich auf der Konzern-Webpage unter www.prosiebensat1.com in der Rubrik Investor Relations. Im März 2012 erhielt die ProSiebenSat.1 Media AG von ihren Vorständen Thomas Ebeling (CEO), Axel Salzmann (CFO), Conrad Albert (Legal, Distribution & Regulatory Affairs) und Dr. Christian Wegner (New Media & Diversification) die Mitteilung über den Verkauf von ProSiebenSat.1-Aktien.

DIRECTORS' DEALINGS-MELDUNGEN ZWISCHEN DEM 31. DEZEMBER 2011 UND DEM 8. MÄRZ 2012 (Abb. 56)

Vorname, Name	Grund der Mitteilung	Bezeichnung des Finanzinstruments	Kauf/Verkauf	Datum/Ort	Stückzahl	Kurs/Preis in Euro	Geschäftsvolumen in Euro
Thomas Ebeling	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	02.03.2012, außerbörslich	105.000	19,35	2.031.750
Axel Salzmann	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	02.03.2012, außerbörslich	60.000	19,35	1.161.000
Conrad Albert	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	02.03.2012, außerbörslich	42.000	19,35	812.700
Dr. Christian Wegner	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	02.03.2012, außerbörslich	42.000	19,35	812.700
Thomas Ebeling	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	05.03.2012, XETRA / Frankfurt/M	418	19,56	8.176
Thomas Ebeling	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	08.03.2012, XETRA / Frankfurt/M	100.000	19,30	1.930.000
Thomas Ebeling	Mitteilung aufgrund eigener Führungsaufgaben	ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie	Verkauf	08.03.2012, XETRA / Frankfurt/M	40.804	19,50	795.679

Darüber hinaus sind zwischen dem 31. Dezember 2011 und dem 8. März 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 Geschäftsjahr 2011 wird am 30. März 2012 veröffentlicht.

Risikobericht

Gesamtaussage zur Risikosituation
- Beurteilung aus Sicht der
Unternehmensleitung.

Das unternehmerische Handeln von ProSiebenSat.1 ist darauf ausgerichtet, mögliche Risiken zu erfassen und aktiv zu steuern. Gegenüber dem 31. Dezember 2010 hat sich keine grundlegende Änderung der Gesamtrisikolage ergeben. Die Gesamtrisikosituation wird durch Bewertung der Einzelrisiken aller Risikokategorien in den verschiedenen Geschäftsfeldern und Segmenten ermittelt. Dabei 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. Diese drohen auch in absehbarer Zukunft nicht. Die finanzwirtschaftlichen Risiken sind im Jahr 2011 spürbar gesunken. Die ProSiebenSat.1 Group hat einen wesentlichen Teil ihrer Kredite zurückgeführt und durch die Verlängerung des Großteils der verbleibenden Verbindlichkeiten ihre Kapitalstruktur nachhaltig verbessert. Nach der weltweiten Konjunkturerholung 2010 haben sich die Risiken aus dem gesamtwirtschaftlichen Umfeld im Jahresverlauf 2011 hingegen erhöht. Auswirkungen auf unser Geschäft spüren wir in unseren Kernmärkten derzeit jedoch nicht. Mit unserer Strategie 2015 haben wir die Weichen für künftiges Umsatzwachstum gestellt und werden durch Diversifikation die Abhängigkeit unseres Geschäfts von den zyklischen Schwankungen einzelner Märkte weiter reduzieren. Wir bewerten die Gesamtrisikolage zum Zeitpunkt der Erstellung des Lageberichts vor diesem Hintergrund weiterhin als begrenzt und beherrschbar.

Unternehmensausblick, Seite 123.

Risikomanagementsystem

Als international tätiger Medienkonzern ist ProSiebenSat.1 einer Reihe von Veränderungen und Unsicherheiten ausgesetzt. Das Unternehmen setzt wirksame Steuerungs- und Kontrollsysteme ein, um die sich daraus ergebenden Risiken zu erkennen, zu bewerten und möglichst zu minimieren. Diese haben wir zu einem konzernweit einheitlichen Risikomanagementsystem zusammengefasst.

Chancenbericht, Seite 116.

Konzerninternes
Steuerungssystem, Seite 51.

Unternehmerisches Handeln heißt auch, Chancen frühzeitig zu erkennen und konsequent zu nutzen. Unternehmerische Chancen werden bei ProSiebenSat.1 nicht innerhalb des Risikomanagements erfasst, sondern in der Budgetplanung berücksichtigt und im Zuge der periodischen Berichterstattung verfolgt. Im Rahmen der Strategieklausur werden die längerfristigen Wachstumspotenziale ermittelt und festgelegt, mit welchen Maßnahmen diese zu steuern sind.

Klare Entscheidungsstrukturen, methodisches Vorgehen sowie eine standardisierte Steuerung sind für den konzernweit sicheren Umgang mit Risiken unerlässlich. Die Risikosteuerungsparameter werden bei ProSiebenSat.1 durch einheitliche Richtlinien, interne Organisationsanweisungen sowie die eindeutige Zuordnung von Aufgaben und Verantwortungsbereichen vorgegeben. Auf diese Weise werden alle relevanten Geschäftseinheiten bzw. Tochtergesellschaften in den Prozess einbezogen. Vereinfacht stellt sich das gruppenweit implementierte System zur Handhabung von Risiken wie folgt dar:

- **Dezentrale Risikomanager** sind für das Erfassen und Melden der Risiken aus den verschiedenen Unternehmenseinheiten verantwortlich. Für jedes Risiko wurde ein Risikomanager definiert, der die Eintrittswahrscheinlichkeit und die mögliche Auswirkung auf den Unternehmenserfolg überwacht und regelmäßig bewertet. Risiko wird als potenzielle Abweichung von einem geplanten Ergebnis definiert, wodurch die Erreichung unserer Unternehmensziele bzw. die Umsetzung unserer Strategie nachhaltig oder signifikant negativ beeinflusst werden könnte. Die Ergebnisse werden in einer IT-Datenbank dokumentiert.

- > Der „Group Risk and Compliance Officer“ verantwortet die quartalsweise sowie gegebenenfalls bedarfsgesteuerte Berichterstattung der gemeldeten Risiken an den Vorstand. Das von ihm geführte Ressort entwickelt konzernweite Standards und unterstützt die verschiedenen Unternehmensbereiche bei der Risikofrüherkennung. Das Risikomanagementsystem wird fortwährend überprüft, damit alle Bereiche und somit auch neue Geschäftsmodelle einbezogen werden. Dieses Ziel unterstützen regelmäßige Schulungen der dezentralen Risikomanager.
- > Der Bereich „Internal Audit“ prüft regelmäßig die Qualität des Risikomanagementsystems. Die Ergebnisse werden direkt an den Finanzvorstand des Konzerns berichtet. Grundlage für die Prüfung ist das Risikomanagementhandbuch, das neben unternehmensspezifischen Grundsätzen auch die Organisation und die Prozesse des Risikomanagements zusammenfasst.

Der Risikomanagementprozess besteht aus folgenden aufeinander abgestimmten Schritten:

RISIKOMANAGEMENTPROZESS (Abb. 57)



Risikoidentifizierung und -kategorisierung:	Grundlage für die Identifizierung und Kategorisierung der Risiken sind Risikomanagement-Reviews, die von allen wesentlichen Tochtergesellschaften bzw. Geschäftsbereichen regelmäßig und zeitnah zum Planungsprozess durchgeführt werden. Die identifizierten Risiken werden definierten Risikokategorien zugeordnet, um eine logische Zusammenfassung und Verdichtung der Einzelrisiken zu ermöglichen. Die Risikoidentifizierung unterliegt infolge sich ständig ändernder Rahmenbedingungen einem kontinuierlichen Aktualisierungsprozess; sie fließt im Rahmen der vierteljährlichen Risikoberichterstattung in den Entscheidungsprozess ein.
Risikobewertung:	Für jedes identifizierte Risiko werden die potenziellen Eintrittswahrscheinlichkeiten sowie mögliche Auswirkungen auf die operative Geschäftsentwicklung und strategische Planung der ProSiebenSat.1 Group beurteilt. Die Bewertung der Auswirkungen erfolgt grundsätzlich mit Blick auf den Einfluss der Risiken auf das recurring EBITDA und die Liquidität bzw. die Netto-Finanzverschuldung. Teil der Risikobeurteilung ist auch die Analyse von Ursachen und Wechselwirkungen mit sonstigen Risiken. Neben quantitativen Methoden, unter anderem auf Basis der Frühwarnindikatoren, werden die Risiken durch qualitative Einschätzungen bewertet. Dabei werden kompensierende Faktoren und Maßnahmen berücksichtigt; Chancen fließen in die Bewertung nicht mit ein.
Risikosteuerung und Risikoüberwachung:	Das Risikomanagement basiert auf einem einheitlichen Prozess der Früherkennung. Frühwarnindikatoren wurden für alle bedeutenden Risikokategorien ermittelt. Dazu zählen Daten zur aktuellen Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group im Zuschauer- und Werbemarkt, der Werthaltigkeit des Programmbestands und der Personalentwicklung. Bei den finanzwirtschaftlichen Risiken wurden vor allem für die Liquidität und die Netto-Finanzverschuldung Frühwarnindikatoren definiert. Ein besonderer Fokus liegt zudem auf der Einhaltung der in Finanzierungsverträgen definierten Finanzkennzahlen. Die Monatsberichte des Konzerncontrollings bieten eine regelmäßige Informationsgrundlage für die Überwachung der Gesamtrisikolage. Ob ein Risiko vorliegt, wird anhand eines Soll-Ist-Vergleichs bewertet. Die maßgeblichen Wertgrenzen werden vom Konzernvorstand festgelegt. Für jedes identifizierte und als relevant eingestufte Risiko leitet das jeweils verantwortliche Management Gegenmaßnahmen ein, die im Rahmen des Reportingsystems dokumentiert und überwacht werden. Der Vorstand erörtert und beschließt die erforderlichen Maßnahmen zur Risikominimierung und berichtet dem zuständigen Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats. Sofern neue Risiken auftreten oder sich einzelne Indikatoren signifikant verändern, werden Vorstand und Aufsichtsrat auch außerhalb der vierteljährlichen Risikoberichterstattung informiert.

Entwicklung der Einzelrisiken

Die Gesamtrisikolage ist das Resultat aus der Bewertung der wichtigsten Einzelrisiken bzw. der konsolidierten Betrachtung der drei Hauptrisikogruppen des Konzerns: Operative Risiken, Finanzielle Risiken, Compliance-Risiken. Eine Übersicht der Entwicklung wesentlicher Einzelrisiken gegenüber dem Jahresende 2010 zeigt nachstehendes Schaubild.

ENTWICKLUNG DER EINZELRISIKEN ZUM 31. DEZEMBER 2011 (Abb. 58)

Veränderung 2011 vs. 2010



Im Folgenden werden die Risiken dargestellt, die aus heutiger Sicht unsere Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage wesentlich beeinflussen könnten und wie hoch wir derzeit ihre Eintrittswahrscheinlichkeit beurteilen. Weitere Risiken, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen könnten, sind uns derzeit nicht bekannt oder wir schätzen diese als nicht wesentlich ein.

Operative Risiken

OPERATIVE RISIKEN (Abb. 59)

Wesentliche Steuerungsmaßnahmen	<p>Externe Risiken: Fortlaufende Analyse von Konjunktur- und Branchentrends und kontinuierliche Investitionen in Programm- und Marktforschung, effizientes Kostenmanagement</p> <p>Vertriebsrisiken: Regelmäßige und systematische Bewertung des Auftragsbestands</p> <p>Content-Risiken: Langfristige Beziehungen mit Lizenzgebern und enger Kontakt zu Produzenten, Aufbau einer Inhouse-Produktionseinheit</p> <p>Technologische Risiken: Regelmäßige Investitionen in technologische Infrastruktur und IT-Updates, Back-up-Systeme zur Risikominimierung möglicher Ausfälle der Studio- und Sendetechnik</p> <p>Organisatorische Risiken: Überwachung der Personalkennzahlen, strategische Personalrekrutierungs- und Entwicklungsprogramme, Mitarbeitermotivation durch variable Vergütungssysteme</p>
Eintrittswahrscheinlichkeit insgesamt: mittel	<p>Ein effektives Risikomanagement ist nicht zuletzt aufgrund der branchentypisch geringen Visibilität des Werbemarktes und der Kurzfristigkeit der Buchung von TV-Werbung von großer Bedeutung für die ProSiebenSat.1 Group. Unsere Erfahrungen im TV-Werbemarkt, unser Know-how im Mediensektor, klare Organisationsstrukturen und hoch qualifizierte Mitarbeiter ermöglichen den angemessenen Umgang mit operativen Risiken und die Umsetzung von wirksamen Maßnahmen zu ihrer Reduzierung. Den konjunkturellen Herausforderungen - der potenziell größte externe Risikofaktor - begegnen wir mit systematischem Kosten- und Effizienzmanagement. Zudem optimieren wir unser Chancen- und Risikoprofil, indem wir durch sukzessive Diversifikation unsere Abhängigkeit von einzelnen Märkten reduzieren und durch innovative Geschäftsmodelle wie Media-for-Revenue-Share zusätzliche Wachstumspotenziale nutzen. Diesem Ziel folgt auch der internationale Ausbau unseres Programm-Produktionsgeschäfts.</p>
Auswirkung (Stärke): hoch	

Externe Risiken

Konjunkturlage und Werbemarkt. Die Weltwirtschaft hat sich 2010 erstaunlich rasch von der schweren Rezession des vorausgegangenen Jahres erholt. Nach einem sehr guten Start ins Jahr 2011 hat sich die Dynamik der Weltwirtschaft zwischenzeitlich jedoch verlangsamt. Die Konjunkturrisiken sind auch für Europa gestiegen. Während die Wirtschaftsleistung einiger Länder wie in den skandinavischen Märkten weiter steigen dürfte, sind die Wachstumserwartungen für Volkswirtschaften mit Schuldenproblemen sehr gedämpft. Auch für die deutsche Wirtschaft haben sich die Aussichten aufgrund ihrer starken Exportorientierung zuletzt eingetrübt. Zugleich belegen aber verschiedene Indikatoren einen nach wie vor soliden Zustand der deutschen Wirtschaft. Der Arbeitsmarkt entwickelt sich weiterhin robust, das Verbrauchervertrauen ist stabil. Der voraussichtlich nachlassende Inflationsdruck sowie das weiterhin niedrige Zinsniveau dürften ebenfalls positive Wirkung entfalten. Ob und wie stark die deutsche Wirtschaft nachgeben wird, hängt letztendlich vor allem von der Effektivität der europäischen Finanzpolitik ab.

Unternehmensausblick, Seite 122.

Die Konjunktur beeinflusst wie kaum ein anderer Faktor unser Werbegeschäft: Bei positiven Konjunkturaussichten steigen neben einer erhöhten Investitionsbereitschaft der Unternehmen auch die Werbeausgaben. Im Nachkrisenjahr 2010, in dem das deutsche Wirtschaftswachstum bei sehr kräftigen 3,7 Prozent lag, profitierte das Fernsehen laut ZAW mit einem Plus der Netto-Werbe-einnahmen von 8,6 Prozent überproportional von der positiven Wirtschaftsentwicklung. Umgekehrt reagieren Unternehmen in Krisenzeiten relativ kurzfristig mit einer Kürzung ihrer Werbebudgets. Eine deutliche Abschwächung der Konjunktur stellt daher ein erhebliches Risiko für die ProSiebenSat.1 Group dar. Eine Beeinträchtigung unseres Werbegeschäfts kann angesichts der aktuellen Konjunkturlage daher nicht vollständig ausgeschlossen werden, nach heutigem Kenntnisstand bewerten wir das Risiko jedoch insgesamt als begrenzt. Auswirkungen auf das Werbegeschäft spüren wir derzeit lediglich in den osteuropäischen Märkten. 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 deutschen TV-Werbegeschäfts generiert werden. Zudem hat sich der Konzern im Jahr 2011 von seinen osteuropäischen Tochtergesellschaften in Bulgarien und Griechenland getrennt.

Glossar, Seite 222.

Mediennutzungsverhalten. Schon seit einigen Jahren werden Bewegtbild-Inhalte nicht nur über den TV-Bildschirm, sondern auch durch Desktops, Laptops, Smartphones oder Tablets verbreitet. Zusätzlich zu neuen Bildschirmmedien zieht Social Media immer stärker in unser Alltagsleben ein und ändert den Umgang mit den traditionellen Medien, insbesondere dem Fernsehen. Das Risiko einer strukturellen Veränderung der TV-Nutzung schätzt der Konzern dennoch als gering ein. Fernsehen ist trotz zahlreicher neuer Angebote unangefochtenes Leitmedium. Dies dürfte in erster Linie damit zusammenhängen, dass Menschen über neue Bildschirmmedien ebenfalls Inhalte suchen, die sie aus dem Fernsehen kennen: Information und Unterhaltung in bewegten Bildern. Eine Abwanderung der Zuschauer zu konkurrierenden Mediengattungen zeichnet sich daher nicht ab - vielmehr ist eine additive Nutzung von TV und Internet zu beobachten. Die ProSiebenSat.1 Group reagiert mit crossmedialen Angeboten von TV über Online, Mobile und Video-on-Demand auf die neuen Gewohnheiten der Mediennutzung wie der Forderungen nach zeitunabhängigem Medienkonsum oder dem Wunsch, sich auf Social Media-Plattformen mit anderen Nutzern auszutauschen. Damit stärkt das Unternehmen seine Wettbewerbsfähigkeit als TV-Unternehmen und sichert seinen Wettbewerbsvorsprung auch gegenüber neuen Anbietern wie Google, die im Internet vermehrt Bewegtbild-Inhalte anbieten. Wesentlicher Erfolgsfaktor - ob im TV oder auf mobilen Endgeräten - ist die Qualität der Inhalte. Um auch in Zukunft für den Wettbewerb gerüstet zu sein, betreibt ProSiebenSat.1 kontinuierliche Marktforschung.

Chancenbericht, Seite 117.

Nichtfinanzielle
Leistungsindikatoren, Seite 94.

Zuschauermarkt. Neben volkswirtschaftlichen und branchenspezifischen Rahmenbedingungen bestimmt die Resonanz der Zuschauer auf unser TV-Programm wesentlich den Geschäftserfolg. Die Zuschauermarktanteile spiegeln wider, ob ein Programmangebot dem Publikumsgeschmack entspricht und wie hoch die Reichweite der Werbespots ist. Damit sind die Zuschauerquoten ein wichtiger Leistungsnachweis für unsere Werbekunden und können die Preispolitik wesentlich beeinflussen. Sie werden daher in den einzelnen Märkten stetig analysiert und sind ein wichtiger Indikator zur Risikofrüherkennung. Für die tägliche Erfolgskontrolle der deutschsprachigen Sender nutzt die ProSiebenSat.1 Group die Daten der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF). Neben diesen quantitativen Daten sind qualitative Studien ein wichtiges Instrument, die Performance im Zuschauermarkt zu steuern. Deshalb hat die ProSiebenSat.1-Programmforschung auch im Jahr 2011 eng mit einer ganzen Reihe von Instituten zusammengearbeitet. Die Forschungsinstitute haben im Auftrag von ProSiebenSat.1 beispielsweise zahlreiche Telefon-, Onlineinterviews oder auch Gruppendiskussionen mit Zuschauern in Deutschland geführt. So erhalten die Sender ein unmittelbares Feedback von ihrem Publikum und können ihre Programme kontinuierlich optimieren und weiterentwickeln. Mit innovativen TV-Formaten wie „The Voice of Germany“ hat die deutsche Senderfamilie ihren Zuschauermarktanteil 2011 auf 28,9 Prozent gesteigert und damit den Vorjahreswert um 0,4 Prozentpunkte übertroffen. Auch international konnte der Konzern seine Marktstellung ausbauen und beispielsweise in Norwegen mit dem erfolgreichen Ausbau des TV-Senders MAX bei seinen Zuschauern punkten.

Vertriebsrisiken

Die ProSiebenSat.1 Group erzielt den Großteil ihrer Erlöse aus der Vermarktung von TV-Werbezeiten. Vertriebsrisiken für das Kerngeschäft TV können sich unter anderem aus möglichen negativen Veränderungen der zuvor beschriebenen externen Voraussetzungen ergeben. Auch rückläufige Preisentwicklungen von TV-Werbespots können die Erreichung der angestrebten Umsatzziele beeinträchtigen. Risiken aus dem Vertrieb von Werbezeiten stehen aufgrund ihrer potenziell hohen Auswirkung auf den kommerziellen Erfolg des ProSiebenSat.1 Konzerns im Fokus des Risikomanagements. Im Zuge der Risikokontrolle werden die Ist- und Planwerte der Werbeerlöse und Werbemarktanteile den entsprechenden Vorjahreswerten regelmäßig gegenübergestellt und bewertet. Auf diese Weise können Budgetabweichungen schon früh erkannt und Gegenmaßnahmen wie Kostenanpassungen oder Änderungen in der Programmplanung sehr kurzfristig ergriffen werden.

Der Konzern hat in den vergangenen Monaten sowohl in Deutschland als auch in seinen nordeuropäischen Märkten moderate Preissteigerungen durchgesetzt. Dabei ist es uns auch gelungen, freie Werbezeiten nach dem Prinzip „Werbezeiten gegen Umsatz- oder Unternehmensbeteiligung“ zu vermarkten. Damit nutzt der Konzern seine Programmkapazität jedoch nicht nur besser aus, er gewinnt auch neue Kunden für das Medium TV. Ziel ist es, den Anteil von TV-Werbung am Gesamtwerbemarkt mittelfristig zu steigern.

SevenOne Media, der Werbezeitenvermarkter der ProSiebenSat.1 Group für den deutschen Markt, verfügt seit vielen Jahren über einen stabilen Kundenstamm. Der größte Anteil an den TV-Werbeinvestitionen stammt aus den Sektoren Ernährung, Körperpflege, Dienstleistungen und Handel. Es ist uns 2011 gelungen, den Zuschauermarktanteil an den kommerziell wichtigsten Zeitschienen stärker als die privaten Mitbewerber zu steigern. Zwischen 17.00 Uhr und 23.00 Uhr werden knapp 65 Prozent des TV-Werbeumsatzes kapitalisiert. Unser künftiger Erfolg hängt davon ab, das bestehende TV-Geschäft kontinuierlich zu verbessern und die Serviceleistung für Kunden auszubauen. Das Unternehmen arbeitet daher mit Nachdruck daran, individuelle sowie crossmediale Werbekonzepte zu entwickeln und damit die Wirksamkeit von TV-Werbung weiter zu steigern.

Content-Risiken

Ein attraktives und vielfältiges Programmangebot ist das entscheidende Kriterium für den Erfolg der ProSiebenSat.1 Group bei ihren Zuschauern und Internetnutzern. Während die finanziellen Auswirkungen einer mangelhaften Programmversorgung potenziell hoch sind, bewerten wir die Wahrscheinlichkeit einer Gefährdung unserer Wettbewerbsposition durch Content-Risiken als gering. Unser Programm setzt sich aus Lizenzprogrammen sowie Auftrags- und Eigenproduktionen zusammen, die Versorgung ist langfristig gesichert.

Programmbestand. Der wirtschaftliche Erfolg der Programmplanung hängt von der Attraktivität und Rentabilität der Programminhalte ab. Programmverträge werden in der Regel bereits einige Jahre vor der Ausstrahlung abgeschlossen. Die Aktivierung von Programmrechten erfolgt in Höhe des vertraglich vereinbarten Kaufpreises und der Anschaffungsnebenkosten. Die vertraglich gesicherten Senderechte werden regelmäßig und systematisch auf potenzielle Risiken, die zu einem verminderten Erlöspotenzial führen könnten, geprüft. Auf diese Weise werden Bestandsrisiken minimiert.

Anhang, Seite 177.

Lizenzeneinkauf. Die ProSiebenSat.1 Group bezieht einen großen Teil ihrer Spielfilme, Fernsehfilme und Serien als Lizenzprogramme von Dritten, mit starkem Fokus auf die großen US-Studios. Neben Währungsrisiken ist der Konzern generell dem Risiko möglicher Preissteigerungen ausgesetzt. Im letzten Jahr standen vor allem in Deutschland die Preise für Lizenzen unter Druck. Neben der privaten Konkurrenz sind hierfür die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten maßgeblich, die in keinem anderen Markt Europas über ähnlich hohe Budgets verfügen. Aufgrund unserer starken Position als Lizenznehmer sind wir jedoch in der Lage, das Preisrisiko begrenzt zu halten. Unsere Verhandlungsposition sichern neben dem großen Einkaufsvolumen unsere engen und langjährigen Geschäftsbeziehungen mit den Lizenzgebern.

Aufgrund des ständigen Austausches unseres zentralen Lizenzeneinkaufs mit internationalen und nationalen Programmanbietern ist der Konzern stets frühzeitig über neue Produktionen und Trends informiert. Um die Exklusivität unseres Programms zu gewährleisten, nutzen wir jedoch nicht nur unsere Kontakte, sondern sichern diese auch rechtlich gegenüber dem Wettbewerb. Vertragliche Sperrfristen, sogenannte Hold-Back-Klauseln, schützen unsere Rechte gegenüber anderen Lizenznehmern und Programmverwertungsformen. Darüber hinaus garantieren „Qualifiers“ die Qualität der erworbenen Programminhalte. Je nach Vertragsvereinbarung hat die ProSiebenSat.1 Group dabei die Möglichkeit, die erworbenen Programme nicht nur auf ihren Free-TV-Sendern, sondern auch auf digitalen Plattformen auszustrahlen.

Auftrags- und Eigenproduktionen. Die ProSiebenSat.1 Group achtet bei ihren Sendern auf ein individuelles, insgesamt aber ausgewogenes Verhältnis von Lizenzprogramm einerseits, Auftrags- und Eigenproduktionen andererseits. Lokale Produktionen und Formate schärfen den Wiedererkennungswert eines TV-Senders und können teilweise kostengünstiger hergestellt werden. Die Erfolgchancen von Auftrags- und Eigenproduktionen sind aufgrund von zum Teil fehlenden Referenzwerten und eingeschränkten Möglichkeiten zur Vorabkommunikation jedoch tendenziell ungewisser als bei gekauften Format- oder Programmlizenzen, die bereits in anderen Ländern oder im Kino erfolgreich liefen.

Durch den Aufbau eines eigenen Produktionsarms, der Red Arrow Entertainment Group, ist die Programmversorgung der ProSiebenSat.1 Group noch besser gesichert. Neben wirtschaftlichen Vorteilen, die sich aus der konzernweiten Bündelung der Content-Expertise in einer zentralen Einheit ergeben, ist die Gründung der neuen Dachgesellschaft ein strategisch wichtiger Schritt des Konzerns zur Erweiterung seiner Wertschöpfungskette. Red Arrow entwickelt und produziert TV-Inhalte nicht nur für die eigenen Sender, sondern bietet sein Know-how auch externen Kunden an.

ProSiebenSat.1 betreibt intensive Marktforschung, um die Attraktivität von eigenproduzierten Formaten so zuverlässig wie möglich einschätzen zu können. Die Arbeit der Programmforschung beginnt, lange bevor ein Format auf Sendung geht. Forscher begleiten mit unterschiedlichsten Methoden die Entwicklung neuer Programme für die ProSiebenSat.1-Sender, zum Teil bereits in der Drehbuch- oder Konzeptphase. Ein häufig angewendetes Instrument sind sogenannte Real-Time-Response-Tests (RTR). Sie kommen dann zum Einsatz, wenn es bereits erste Sequenzen oder eine Pilotfolge zu neuen TV-Formaten gibt. Bei Programmvorfürungen dokumentieren Testpersonen mithilfe einer Art Fernbedienung ihre Stimmungen und Empfindungen sekundengenau und in Echtzeit. Dadurch ist es möglich, intuitive und spontane Reaktionen zu messen, ohne dass die Teilnehmer ihre Eindrücke bereits verbalisieren müssen. Die Verbalisierung erfolgt im Rahmen intensiver Gespräche mit einem professionellen Interviewer in einem zweiten Schritt.

Nichtfinanzielle
Leistungsindikatoren, Seite 94f.

Eine weitere Maßnahme zur Risikobegrenzung wurde im Jahr 2011 mit der Einführung eines „Format Management“ für die deutsche Senderfamilie umgesetzt. Diese Optimierung des Programmzulassungsprozesses verfolgt zwei Hauptziele: maßgeschneiderte Programmideen für spezielle Sendeplätze zu konzipieren und einheitliche Entwicklungs- und Herstellungsprozesse durch klare Meeting- und Entscheidungsstrukturen zu etablieren, ohne den kreativen Spielraum einzuengen. Die ergriffene Maßnahme zur Prozessoptimierung wirkte sich bereits spürbar auf die Erfolgsquote von Eigenproduktionen der ProSiebenSat.1 Group aus.

Technologische Risiken

Die Attraktivität des Werbeumfeldes hat einen wesentlichen Einfluss auf die Entscheidung des Kunden bei der Buchung von Werbezeiten. Grundvoraussetzung, unseren Kunden eine hohe Reichweite zu bieten, ist ein störfreier Sendebetrieb. Zur Minimierung von Risiken, die sich aus einer fehlerhaften technologischen Infrastruktur ergeben könnten, führt ProSiebenSat.1 eine systematische Risikoprüfung durch und nutzt Backup-Systeme sowie eine Infrastruktur auf dem neuesten Stand der Technik. Ein Restrisiko mit niedrigen bis mittleren finanziellen Folgen lässt sich nie vollständig ausschließen, aufgrund verschiedener Vorkehrungen wie die Errichtung von Sicherungssystemen schätzen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit als gering ein.

Sendetechnik und Studiobetrieb. Eine Beeinträchtigung der Studio- und Sendetechnik könnte kurzfristige Programmänderungen bzw. einen Ausfall einzelner oder gar aller Sender zur Folge haben. Derartige technische Probleme können zu Garantie- und Kulanzansprüchen seitens unserer Werbekunden führen. Auch eine unzureichende Anpassung der Infrastruktur an aktuelle Markt- und Sicherheitsanforderungen könnte das Erreichen unserer Unternehmensziele gefährden. Ein hoher Sicherheitsstandard unserer Systeme ist daher von ebenso großer Bedeutung wie die permanente Wartung und, sofern erforderlich, Aufrüstung der Infrastruktur. Aus diesem Grund wurden Back-up-Systeme für alle relevanten Geschäftsprozesse installiert, die den reibungslosen Ablauf der Sendeabwicklung und aller wesentlichen Teile der Studio- und Postproduktionstechnik auch in einem Störfall gewährleisten. Diese Redundanz-Systeme sind räumlich getrennt; ihre Funktionsfähigkeit wurde 2011 weiter optimiert. Die Wirksamkeit dieser Systeme wurde 2011 unter Beweis gestellt. Trotz eines Brandes konnte der Sendebetrieb aufrecht erhalten werden.

Bereits seit 2009 hat ProSiebenSat.1 den Sendebetrieb vollständig digitalisiert und die Inhalte aller deutschsprachigen Sender und Online-Plattformen auf eine gemeinsame Plattform transferiert. Die neue Infrastruktur stellt die technologische Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns sicher, indem sie die parallele Verwertung der Inhalte in allen Medien erlaubt. Mit diesem digitalen Materialpool hat der Konzern nicht nur Standards in der Medienbranche gesetzt, sondern auch Zeit- und Qualitätsvorteile gehoben. Die Einführung eines effizienten Medienmanage-

ments mit standardisierten Prozessen verringert die Abhängigkeit von manuellen Abläufen. Das Playout-Center wurde im April 2009 in Betrieb genommen. 2011 wurde die Umstellung der Produktion und des Playouts auf den filebasierten HD-Betrieb abgeschlossen.

IT-Risiken. Durch die zunehmende Komplexität der Systemlandschaft des Konzerns kann sich eine fehlerhafte IT-Infrastruktur erheblich auf die Geschäftsprozesse auswirken und im ungünstigsten Fall direkte finanzielle Folgen für den Konzern haben. Mögliche Risiken sind Ausfälle von Systemen, Applikationen oder von Netzwerken, aber auch Verletzungen von Datenintegrität und -vertraulichkeit. Die ProSiebenSat.1 Group investiert daher kontinuierlich in Hard- und Software, Firewall-Systeme, Virens Scanner sowie Zugangs- und Zugriffskontrolle. Der Konzern verfügt über mehrere räumlich voneinander getrennte Rechenzentren, deren Aufgaben bei Systemausfällen vom jeweils anderen Rechenzentrum übernommen werden können. Die Sicherheitsstandards werden von der Internen Revision auf ihre Wirksamkeit bzw. mögliche Verbesserungspotenziale geprüft. IT-Security, Zugriffskontrollen, die Sicherheit des Materialpools und der Firewalls sind regelmäßig Gegenstand dieser Untersuchung zur nachhaltigen Risikominimierung. Sofern nötig, wird die IT entsprechend den Prüfergebnissen angepasst und die Umsetzung der Maßnahmen im Zuge der Risikoberichterstattung kontrolliert.

Organisatorische Risiken

Der Erfolg eines Unternehmens wird maßgeblich von den Fähigkeiten und dem Engagement seiner Mitarbeiter gestaltet. Der Verlust von Fach- und Führungskräften auf Schlüsselpositionen oder Engpässe bei der Rekrutierung von Mitarbeitern stellen auch für ProSiebenSat.1 potenzielle Risiken dar. Ein Schwerpunkt unseres Personalmanagements liegt daher in der zielgerichteten Personalentwicklung unserer Belegschaft. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter profitieren dabei unter anderem von den Angeboten der ProSiebenSat.1 Academy. Um unseren Mitarbeitern ein motivierendes Arbeitsumfeld bieten zu können, spielt neben Weiterbildungsmaßnahmen das Thema Work-Life-Balance eine wichtige Rolle. Deshalb investiert ProSiebenSat.1 schon seit vielen Jahren in Angebote, die Mitarbeitern Flexibilität im Berufs- und Privatleben ermöglichen. Unsere unternehmenseigene Kinderkrippe oder flexible Arbeitszeitmodelle sowie Home Office und Teleworking sind Beispiele hierfür. Im Oktober 2011 hat ProSiebenSat.1 dieses Angebot aufgestockt: Das Unternehmen unterstützt nun auch Mitarbeiter bei der Suche nach Kinderkrippen, Schulen oder Babysittern und vermittelt Services für kranke und pflegebedürftige Angehörige.

Mitarbeiter, Seite 85f.

Attraktive und leistungsgerechte Vergütungsstrukturen sind weitere Kriterien im Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter und Führungskräfte. Im Rahmen unseres Prämienmodells „TOP-Ziele“ definieren Mitarbeiter gemeinsam mit ihren Vorgesetzten individuelle Ziele. Dieses Anreizsystem wurde 2011 ausgebaut: Während zuvor die maximale Zielerreichung bei 100 Prozent lag, können Spitzenleistungen nun mit einer Ausschüttung von bis zu 200 Prozent eines Monatsgehalts honoriert werden. Für Führungskräfte gibt es mit dem Performance Development ein Bonusprogramm, in dem neben fachlicher Leistung auch die individuelle Führungskompetenz bewertet wird. Um eine leistungsgerechte Vergütung im Branchenvergleich zu garantieren, wurden in den vergangenen zwei Jahren alle Führungskräftepositionen einer Neubewertung unterzogen; die Vergütung wurde gegebenenfalls angehoben.

Auch im Bereich Rekrutierung wurden 2011 weitere wichtige Maßnahmen angestoßen: Zur Stärkung der ProSiebenSat.1-Arbeitgeberattraktivität wurde eine Arbeitgebermarke entwickelt, die Anfang 2011 mit dem Start der neuen Karrierewebsite unter www.ProSiebenSat1.com umgesetzt wurde. Unter dem Motto „Fascinating people“ stellen wir uns dem Arbeitsmarkt vor. Um einem Fachkräftemangel vorzubeugen, bildet das Unternehmen Nachwuchs in kaufmännischen und technischen Berufen selbst aus und bietet Praktika in fast allen Unternehmensbereichen. Volontären bieten wir eine crossmediale Ausbildung in TV, Online und PR, die speziell auf die Anforderungen eines modernen Medienkonzerns zugeschnitten ist. Unser künftiger Erfolg hängt

ebenso davon ab, inwiefern es uns dauerhaft gelingt, Mitarbeiter und Führungskräfte an das Unternehmen zu binden und eine Nachfolgeplanung für Schlüsselpositionen frühzeitig umzusetzen. Deshalb hat ProSiebenSat.1 ein Performance- und Potenzialmanagementsystem (OTR) für Führungs- und potenzielle Nachwuchskräfte aufgelegt und 2011 konzernweit ausgerollt.

Die finanziellen Auswirkungen von Risiken aus dem Personalbereich schätzen wir in einem mittleren Ausmaß ein. Das Risiko ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit haben wir durch die getroffenen Maßnahmen 2011 weiter verringert. Interessante Aufgaben, zahlreiche Sonderleistungen und eine attraktive Vergütung machen ProSiebenSat.1 zu einem bevorzugten Arbeitgeber. Dies spiegeln wichtige Personalkennzahlen wider. So ist die aktuelle durchschnittliche Dauer der Unternehmenszugehörigkeit auf 6,4 Jahre gestiegen (Vorjahr: 5,6 Jahre).

Finanzwirtschaftliche Risiken

ProSiebenSat.1 ist aus der laufenden Geschäftstätigkeit und durch die Finanzierung über Kredite verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Die einzelnen finanzwirtschaftlichen Risiken werden im Folgenden vorgestellt, ihre Eintrittswahrscheinlichkeit wird insgesamt als gering eingestuft. Im August 2011 hat die ProSiebenSat.1 Group einen signifikanten Teil ihrer Darlehen vorzeitig zurückgeführt und die Laufzeiten der verbleibenden Darlehen größtenteils verlängert. Damit hat der Konzern das Finanzierungsrisiko - das potenziell höchste finanzielle Risiko für die ProSiebenSat.1 Group - signifikant reduziert. Auch das Zinsrisiko ist vor diesem Hintergrund dauerhaft gesunken. Die ProSiebenSat.1 Group steht finanziell und operativ auf einem soliden Fundament. Aufgrund der anhaltenden Staatsschuldenkrise in Europa hat die ProSiebenSat.1 Group das Monitoring ihrer finanzwirtschaftlichen Risikopositionen dennoch intensiviert. Sie werden im Rahmen des Finanzrisikomanagements regelmäßig beurteilt, indem Marktinformationen und Veränderungen ökonomischer Indikatoren bewertet werden.

FINANZWIRTSCHAFTLICHE RISIKEN (Abb. 60)

Wesentliche Steuerungsmaßnahmen	Finanzierungsrisiken: Laufende Überwachung der Financial Covenants Zins- und Währungsrisiken: Gezielter Einsatz derivativer Finanzinstrumente Liquiditätsrisiken: Sicherung der Zahlungsfähigkeit durch ein zentrales Cash-Management-System, laufende Überwachung des Liquiditätsspielraums Ausfallrisiken: Breite Basis an Kapitalgebern und strenge Bonitätsprüfungen
Eintrittswahrscheinlichkeit insgesamt: niedrig	Zins- und Wechselkursschwankungen oder der Ausfall von Kreditgebern könnten die Finanzierungssituation bzw. Liquidität des Konzerns erheblich belasten. Wir begegnen diesen Risiken mit umfangreichen Maßnahmen, sodass wir deren Eintrittswahrscheinlichkeit insgesamt als begrenzt einstufen. Das Finanzierungsrisiko - das potenziell höchste finanzwirtschaftliche Risiko für die ProSiebenSat.1 Group - beurteilen wir vor dem Hintergrund unserer aktuellen Geschäftsentwicklung als gering. Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre Verschuldung im Jahr 2011 durch die vorzeitige Rückführung eines Großteils der Kredite deutlich verringert und das Fälligkeitsprofil der verbleibenden Darlehen verbessert.
Potenzielle Auswirkung (Stärke): hoch	

Für die Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken ist zentral der Bereich Group Finance & Treasury verantwortlich. Die Steuerungsmaßnahmen werden in enger Zusammenarbeit mit dem Konzernvorstand definiert. Richtlinien mit konzernweiter Gültigkeit regeln Grundsätze, Aufgaben und Zuständigkeiten des Finanzrisikomanagements einheitlich für alle Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Media AG. Die Bereiche Finanzen und Treasury werden im Rahmen des Risikomanagements jährlich von der Internen Revision systematisch geprüft. Auch die letzte Prüfung hat zu einem positiven Ergebnis geführt. Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem für den Rechnungslegungsprozess unterliegt ebenfalls einer strengen Prüfung, Angaben hierzu finden sich auf Seite 112. (Abb. 61) Weitere Informationen zu den Sicherungsinstrumenten, Bewertungen und Sensitivitätsanalysen sowie eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems in Bezug auf Finanzinstrumente enthält der Konzernanhang.

Anhang, Seite 135.

Finanzierungsrisiko

Eine mangelnde Verfügbarkeit von Finanzierungsmitteln oder ein erschwerter Zugang zu den Geld- und Kapitalmärkten können hohe finanzielle Auswirkungen für ProSiebenSat.1 haben. Die Verfügbarkeit der bestehenden Kreditmittel hängt insbesondere von der Einhaltung bestimmter vertraglicher Bestimmungen ab, die einer strengen und fortlaufenden Prüfung unterliegen. Die Bestimmungen der Kreditverträge wurden im Geschäftsjahr 2011, wie in den vergangenen Jahren, eingehalten. Ein Verstoß gegen die Financial Covenants ist auf Basis unserer derzeitigen Unternehmensplanung auch für die folgenden Jahre auszuschließen. Der Konzern hat im Jahr 2011 seine Kapitalstruktur nachhaltig verbessert und damit seine finanzwirtschaftlichen Risiken reduziert. So hat die ProSiebenSat.1 Group die Erlöse aus dem Verkauf der TV-Aktivitäten in Belgien und der TV- und Printaktivitäten in den Niederlanden zur vorzeitigen Rückführung von rund einem Drittel ihrer Darlehen genutzt. Gleichzeitig hat das Unternehmen einen signifikanten Teil der verbleibenden Term Loans bis Juli 2016 verlängert. Der Konzern beobachtet Änderungen an den Geld- und Kapitalmärkten kontinuierlich, um Risiken frühzeitig zu identifizieren und die Verfügbarkeit bzw. Kapitaleffizienz der eingesetzten Finanzierungsinstrumente auch in Zukunft zu gewährleisten.

Für die Angaben nach § 289 HGB Abs. 2 Nr. 2 HGB zu den Finanzinstrumenten verweisen wir auf den Abschnitt „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“ im Anhang, Ziffer 33, Seite 190.

Finanzlage, Seite 72.

Ausfallrisiken

Die Risiken aus der Finanzierung sind beherrschbar, die Eintrittswahrscheinlichkeit schätzen wir als gering ein. Doch je größer und globaler ein Unternehmen ausgerichtet ist, umso eher ist es in einem ungünstigen Fall dem Zahlungsausfall eines externen Geschäftspartners ausgesetzt. Finanz- und Treasury-Geschäfte dürfen daher nur mit Geschäftspartnern abgeschlossen werden, die hohe Bonitätsanforderungen erfüllen. Der Abschluss von Finanz- und Treasury-Geschäften ist in internen Kontrahentenrichtlinien geregelt. Neben einer eingehenden Bonitätsprüfung begrenzt ProSiebenSat.1 die Eintrittswahrscheinlichkeit von Ausfallrisiken durch eine breite Streuung der Kapitalgeber.

Zinsrisiken

Zinsrisiken entstehen durch Veränderung von Marktzinsen. Belastungen, die sich hieraus für künftige Zinszahlungen ergeben können, kompensieren wir durch den Einsatz von Zinssicherungsinstrumenten. Zum Jahresende hat ProSiebenSat.1 nahezu 100 Prozent der variabel verzinslichen Term Loans über Zinsswaps abgesichert, wobei ein Teilvolumen in Höhe von 750 Mio Euro in 2012 auslaufen wird. Ein verbleibendes Zinsrisiko ergibt sich über den nicht abgesicherten Teil des endfälligen Kredits hinaus auch im Fall von Barinanspruchnahmen aus der revolving Kreditfazilität. Zum 31. Dezember 2011 wurden vom Konsortialkredit allerdings keine Ziehungen in bar in Anspruch genommen.

Zinsswaps werden im Rahmen des Hedge Accountings als Cashflow Hedges bilanziert, nähere Informationen im Anhang ab Seite 190 und im Glossar, Seiten 223-224. Derivative Finanzinstrumente setzt die ProSiebenSat.1 Group nicht zu Handelszwecken ein; sie dienen ausschließlich der Absicherung bestehender Risikopositionen.

Währungsrisiken

Aufgrund der globalen Ausrichtung der Geschäftsaktivitäten ist unser operatives Geschäft Risiken aus Wechselkursschwankungen ausgesetzt. Wechselkursrisiken entstehen vor allem dann, wenn Umsatzerlöse in einer anderen Währung anfallen als die damit verbundenen Kosten (Transaktionsrisiko). Insbesondere der Einkauf von Lizenzprogrammen ist mit Währungsrisiken verbunden, da die ProSiebenSat.1 Group einen wesentlichen Teil ihrer Lizenzverträge mit Produktionsstudios in den USA abschließt. Während der Konzern die finanziellen Verpflichtungen aus dem Erwerb von Programmrechten in der Regel in US-Dollar erfüllt, generiert das Unternehmen den Großteil seiner Umsätze in der Eurozone. ProSiebenSat.1 steuert dieses Risiko durch den gezielten Einsatz derivativer Finanzinstrumente, insbesondere Devisentermingeschäfte und Devisenoptionen. Aufgrund der hohen Absicherungsquote in den folgenden Jahren werden die Auswirkungen von Wechselkursschwankungen als überschaubar eingeschätzt. Die Berichtswährung des ProSiebenSat.1-Konzerns ist Euro; die Abschlüsse der Gesellschaften, die ihren Sitz außerhalb der Euro-Währungszone haben, werden für den Konzernabschluss in Euro umgerechnet. Da der ProSiebenSat.1-Konzern einen vergleichsweise geringen Teil der Umsätze außerhalb der Euro-Zone erwirtschaftet, ist das damit verbundene Translationsrisiko gering. Auch im Jahr 2011 haben sich Wechselkursänderungen nicht wesentlich auf die Umsatz- bzw. Kostenentwicklung des Konzerns und seiner Segmente ausgewirkt. Das Unternehmen sichert Risiken aus der Umrechnung von Fremdwährungen in die „Konzern-Währung“ Euro daher bisher nicht ab.

Liquiditätsrisiken

Wir beurteilen die Liquidität des Konzerns nach wie vor als gut und gehen davon aus, auch in den kommenden Jahren ausreichend Liquiditätsspielraum zu haben. Das Liquiditätsrisiko wird auf Basis eines Cash-Management-Systems zentral gesteuert. Der wichtigste Frühwarnindikator ist dabei der zu erwartende freie Liquiditätsspielraum. Dieser wird durch die Gegenüberstellung tatsächlich verfügbarer Mittel und Planwerten unter Berücksichtigung saisonaler Einflussfaktoren ermittelt und regelmäßig bewertet.

Liquide Mittel, Seite 75.

Saisonalität, Seite 63.

ANGABEN ZUM INTERNEN KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM IM HINBLICK AUF DEN (KONZERN-)RECHNUNGSLEGUNGSPROZESS (§ 315 ABS. 2 NR. 5 HGB) MIT ERLÄUTERUNGEN (Abb. 61)

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess soll sicherstellen, dass Geschäftsvorfälle im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG (aufgestellt nach den International Financial Reporting Standards IFRS) bilanziell richtig abgebildet und die Vermögenswerte und Schulden damit hinsichtlich Ansatz, Bewertung und Ausweis zutreffend erfasst sind. Die konzernweite Einhaltung gesetzlicher und unternehmensinterner Vorschriften ist Voraussetzung hierfür. Umfang und Ausrichtung der implementierten Systeme wurden vom Vorstand anhand der für den ProSiebenSat.1-Konzern spezifischen Anforderungen ausgestaltet. Diese werden regelmäßig überprüft und gegebenenfalls aktualisiert. Trotz angemessener und funktionsfähiger Systeme kann eine absolute Sicherheit zur vollständigen Identifizierung und Steuerung der Risiken nicht gewährleistet werden. Die unternehmensspezifischen Grundsätze und Verfahren zur Sicherung der Wirksamkeit und Ordnungsmäßigkeit der (Konzern-)Rechnungslegung werden im Folgenden erläutert.

Ziele des Risikomanagementsystems in Bezug auf Rechnungslegungsprozesse

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG versteht das interne Kontrollsystem im Hinblick auf den Rechnungslegungsprozess als Teilbereich des konzernweiten Risikomanagementsystems. Durch die Implementierung von Kontrollen soll hinreichende Sicherheit erlangt werden, dass trotz der identifizierten Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ausweisrisiken ein regelungskonformer (Konzern-)Abschluss erstellt wird. Die wesentlichen Ziele eines Risikomanagementsystems in Bezug auf die (Konzern-)Rechnungslegungsprozesse sind:

- > Identifizierung von Risiken, die das Ziel der Regelungskonformität des (Konzern-)Abschlusses gefährden könnten.
- > Begrenzung bereits erkannter Risiken durch Identifikation und Umsetzung angemessener Maßnahmen.
- > Überprüfung erkannter Risiken hinsichtlich eines möglichen Einflusses auf den (Konzern-)Abschluss und die entsprechende Berücksichtigung dieser Risiken.

Des Weiteren haben wir im vergangenen Jahr unsere Prozessbeschreibungen sowie unsere Risikokontrollmatrizen aktualisiert. Dabei standen die Vereinheitlichung der Beschreibungen und das Etablieren wirksamer Kontrollmechanismen im Vordergrund. Diese Updatevorgänge sowie regelmäßigen Tests der Kontrollen auf Basis von Stichproben waren Teil des Projekts PRIME und sind seitdem integraler Bestandteil des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems im Hinblick auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess. Basierend auf den Testergebnissen erfolgt eine Einschätzung, ob die Kontrollen angemessen ausgestaltet und wirksam sind. Erkannte Kontrollschwächen werden unter Beachtung ihrer potenziellen Auswirkungen behoben.

Aufbauorganisation

- > Die wesentlichen in den Konzernabschluss einbezogenen Abschlüsse der Einzelgesellschaften werden unter Zuhilfenahme von Standardsoftware erstellt.
- > Die Konsolidierung der Einzelabschlüsse zum Konzernabschluss erfolgt mithilfe einer modernen, hocheffizienten Standardsoftware.
- > Die Abschlüsse der wesentlichen Einzelgesellschaften werden sowohl nach lokalen Rechnungslegungsvorschriften als auch nach dem auf IFRS (International Financial Reporting Standards) basierten Bilanzierungshandbuch aufgestellt, das allen in den Rechnungslegungsprozess eingebundenen Mitarbeitern über das konzernweite Intranet verfügbar gemacht wird. Die in den Konzernabschluss einbezogenen Einzelgesellschaften übermitteln ihre Abschlüsse in einem vorgegebenen Format an das Konzernrechnungswesen.
- > Die eingesetzten Finanzsysteme sind durch entsprechende Zugangs- und Zugriffskontrollen (Berechtigungskonzepte) geschützt.
- > Es existiert für den gesamten Konzern ein einheitlicher Positionsplan, nach dem die betreffenden Geschäftsvorfälle zu buchen sind.
- > Die Ermittlung bestimmter rechnungslegungsrelevanter Sachverhalte (z.B. Gutachten zur Pensionsrückstellung, Bewertung des Aktienoptionsplans, Werthaltigkeitstest bei immateriellen Vermögenswerten) wird unter Mitwirkung externer Experten vorgenommen.
- > Die wesentlichen Funktionen im Rechnungslegungsprozess - Accounting & Taxes, Controlling sowie Finance & Treasury - sind klar getrennt. Die Verantwortungsbereiche sind eindeutig zugeordnet.
- > Die am Rechnungslegungsprozess beteiligten Abteilungen und Bereiche werden in quantitativer und qualitativer Hinsicht angemessen ausgestattet. Es finden regelmäßig fachliche Schulungen statt, um eine Abschlusserstellung auf verlässlichem Niveau zu gewährleisten.
- > Ein angemessenes Richtlinienwesen (z.B. Bilanzierungshandbuch, Verrechnungspreisrichtlinie, Einkaufsrichtlinie, Reisekostenrichtlinie etc.) ist eingerichtet und wird bei Bedarf aktualisiert.
- > Die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems in Bezug auf die rechnungslegungsrelevanten Prozesse wird (in Stichproben) durch den prozessunabhängigen Bereich Internal Audit überprüft.

Ablauforganisation

- › Für die Planung, Überwachung und Optimierung des Prozesses zur Erstellung des Konzernabschlusses existiert ein benutzerfreundliches, webbasiertes Tool, das einen detaillierten Abschlusskalender sowie alle wichtigen Aktivitäten, Meilensteine und Verantwortlichkeiten beinhaltet. Allen Aktivitäten und Meilensteinen sind konkrete Zeitvorgaben zugeordnet. Die Einhaltung der Berichtspflichten und -fristen wird zentral durch das Konzernrechnungswesen überwacht.
- › Bei allen rechnungslegungsbezogenen Prozessen werden Kontrollen wie Funktionstrennung, Vier-Augen-Prinzip, Genehmigungs- und Freigabeverfahren sowie Plausibilisierungen vorgenommen.
- › Es besteht eine klare Zuordnung der Aufgaben bei der Erstellung des Konzernabschlusses (z.B. Abstimmung konzerninterner Salden, Kapitalkonsolidierung, Überwachung der Berichtsfristen und Berichtsqualität in Bezug auf die Daten der einbezogenen Unternehmen etc.). Für spezielle fachliche Fragestellungen und komplexe Bilanzierungssachverhalte fungiert das Konzernrechnungswesen als zentraler Ansprechpartner.
- › Alle wesentlichen in den Konzernabschluss einbezogenen Informationen werden umfangreichen systemtechnischen Validierungen unterzogen, um die Vollständigkeit und Verlässlichkeit der Daten zu gewährleisten.
- › Risiken, die sich auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess beziehen, werden kontinuierlich im Rahmen des im Risikobericht beschriebenen Risikomanagementprozesses erfasst und überwacht.

Compliance Risiken

Aus unserer internationalen Geschäftstätigkeit ergeben sich neben operativen und finanzwirtschaftlichen Risiken vielfältige rechtliche Risiken. Ergebnisse von Rechtsstreitigkeiten und Verfahren können unserem Geschäft, unserer Reputation oder unserer Marke erheblichen Schaden zufügen und hohe Kosten verursachen. Rechtliche Risiken begrenzen wir unter anderem durch die Zusammenarbeit mit hochqualifizierten Rechtsexperten und die gezielte Schulung unserer Mitarbeiter. Der Konzern bildet Rückstellungen für Rechtsstreitigkeiten, wenn eine gegenwärtige Verpflichtung aufgrund eines Ereignisses der Vergangenheit besteht, es wahrscheinlich ist, dass deren Erfüllung einen Abfluss von Ressourcen erfordert, die wirtschaftlichen Nutzen hat, und die Verpflichtung verlässlich geschätzt werden kann.

Informationen zu konkreten Rechtsstreitigkeiten, Anhang, Seite 188.

COMPLIANCE RISIKEN (Abb. 62)

Wesentliche Steuerungsmaßnahmen	<p>Allgemeine Compliancerisiken: Konzernweite Compliance-Strukturen und gezielte Schulungen von Mitarbeitern</p> <p>Sonstige rechtliche Risiken: Enge Zusammenarbeit mit Rechtsexperten</p>
Eintrittswahrscheinlichkeit insgesamt: niedrig bis mittel	Die potenziellen finanziellen Folgen einzelner rechtlicher bzw. medienpolitischer Änderungen bzw. gesetzlicher Verstöße stufen wir unterschiedlich hoch ein. Aufgrund der teilweise großen Unterschiede der Compliance-Risiken setzen wir das Auswirkungsintervall insgesamt auf niedrig bis hoch. Dasselbe gilt aus den zuvor genannten Gründen für ihre Eintrittswahrscheinlichkeit. Vor allem Bußgelder aufgrund von Kartellrechtsverstößen könnten hohe finanzielle Folgen für die ProSiebenSat.1 Group haben.
Potenzielle Auswirkung (Stärke): niedrig bis hoch	

Allgemeine Compliance

Ziel von Compliance ist die Gewährleistung einer jederzeit und in jeder Hinsicht einwandfreien Geschäftsführung. Mögliche Verletzung von gesetzlichen Vorschriften und Meldepflichten, Verstöße gegen den Corporate Governance Kodex oder mangelnde Transparenz der Unternehmensführung können die Regelkonformität gefährden. Aus diesem Grund hat die ProSiebenSat.1 Group einen konzernweit gültigen Code of Compliance etabliert, der den Mitarbeitern konkrete Verhaltensregeln für verschiedene berufliche Situationen gibt. Eine effektive zusätzliche Maßnahme zur Vorbeugung möglicher Compliance-Verstöße sind individuelle Mitarbeiterschulungen zu speziellen Themen wie kartellrechtlichen Fragen oder dem richtigen Umgang mit Insiderinformationen.

Zur Prävention möglicher Verstöße hat die ProSiebenSat.1 Group ein Compliance Board implementiert, das sich aus Rechtsexperten, Mitarbeitern der internen Revision und operativen

Bereichen zusammensetzt. Das Compliance Board hat die Aufgabe, mögliche widerrechtliche Handlungen frühzeitig zu erkennen und entsprechende Gegenmaßnahmen einzuleiten. Eine weitere Aufgabe des Compliance Board besteht darin, Sicherheitsvorkehrungen gegen mögliche externe Bedrohungen wie Sabotageakte zu treffen. Das Thema Betriebsschutz hat gerade für einen TV-Konzern mit einer hohen Öffentlichkeitswirksamkeit eine große Bedeutung. Die ProSiebenSat.1 Group hat daher verschiedene Maßnahmen ergriffen, um eine umfassende Sicherung der Betriebseinrichtungen zu realisieren. Dazu zählen eine moderne Zutrittskontrolltechnik und qualifiziertes Sicherheitspersonal.

Die Arbeit des Compliance Boards wird zentral vom Group Risk and Compliance Officer des Konzerns koordiniert. Seine Aufgabe ist es auch, sich über rechtliche Entwicklungen und mögliche internationale Gesetzesänderungen zu informieren, um geeignete Maßnahmen frühzeitig anzustoßen. Zur Stärkung der Compliance-Organisation wurden 2011 ergänzende dezentrale Strukturen implementiert und für die wichtigsten Standorte lokale Compliance Manager bestimmt. Der regelmäßige Erfahrungsaustausch und die gegenseitige Information über aktuelle Entwicklungen in den verschiedenen Unternehmensbereichen haben das Risikoniveau reduziert. Die Prozesse wurden von einem unabhängigen Berater analysiert. Das Ergebnis dieser Risikobewertung von außen belegt, dass die existierenden Compliance-Prozesse effektiv sind. In Bezug auf die Umsetzung des geltenden Kartellrechts wurde ProSiebenSat.1 als „best in class“ zertifiziert.

Sonstige rechtliche Risiken

Angebliche Verstöße gegen Kartellvorschriften. Im Mai 2010 wurden die Räumlichkeiten der ProSiebenSat.1 Media AG durch das Bundeskartellamt durchsucht. Grund für die Durchsuchungen war der Verdacht, dass die ProSiebenSat.1 Media AG angeblich Absprachen mit der RTL-Gruppe getroffen habe, nach denen bisher kostenlos empfangbare Programme der konkurrierenden Sendergruppen künftig nur noch verschlüsselt, gebündelt und gegen Entgelt zugänglich sein sollen. Zwischenzeitlich haben mehrere Gesprächsrunden mit Vertretern des Bundeskartellamts zu diesem Themenkomplex stattgefunden. Aufgrund der noch unklaren Verfahrenssituation gehen wir derzeit nicht von einer wahrscheinlichen Inanspruchnahme aus. Eine Rückstellung wurde zum Bilanzstichtag daher nicht gebildet. Das potenzielle Risiko lässt sich auf bis zu 30 Mio Euro beziffern.

Verwaltungsverfahren (Verfahren B 22/07). Am 2. Februar 2007 leitete das Bundeskartellamt ein Verwaltungsverfahren ein, in welchem es die Signalverschlüsselungspraxis von ProSiebenSat.1 einer Überprüfung unterzieht. Es ist derzeit noch nicht abzusehen, wann ein Verfahrensabschluss erfolgt. Mit Zahlungsverpflichtungen ist in diesem Verfahren derzeit nicht zu rechnen.

Auskunfts- und Schadensersatzklagen. Seit dem 10. November 2008 ist eine Auskunfts- und Schadensersatzklage der RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG und El Cartel Media GmbH & Co. KG gegen die ProSiebenSat.1 Media AG, die SevenOne Media GmbH und die Sender Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH, ProSieben Television GmbH, kabel eins Fernsehen GmbH und die (mittlerweile aus dem Konzern ausgeschiedene) N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH vor dem Landgericht Düsseldorf anhängig. Die Klägerin macht Auskunfts- und Schadensersatzansprüche im Zusammenhang mit der Vermarktung von Werbezeiten durch die SevenOne Media GmbH geltend. Im Jahre 2011 fanden zwei mündliche Verhandlungen statt. Mit weiteren Verhandlungen ist im Laufe des Jahres 2012 zu rechnen. Der Ausgang des Verfahrens ist derzeit noch nicht prognostizierbar. Eine Rückstellung wurde zum Bilanzstichtag daher nicht gebildet.

Des Weiteren haben die TM-TV GmbH sowie die MTV Networks Germany GmbH mit demselben Ziel entsprechende Klagen angestrengt. Allerdings hat das Landgericht München mit Urteil vom 22. November 2011 die Klage der TM-TV GmbH vollumfänglich abgewiesen. Die Klägerin hat gegen dieses Urteil Berufung beim Oberlandesgericht München eingelegt. Der Ausgang

des Verfahrens in der Berufungsinstanz ist derzeit noch nicht prognostizierbar. Termine zur mündlichen Verhandlung haben noch nicht stattgefunden. Eine Rückstellung wurde zum Bilanzstichtag daher nicht gebildet. Betreffend das Verfahren der MTV Networks Germany GmbH hat im Januar 2012 eine mündliche Verhandlung stattgefunden, wobei der Ausgang dieses Verfahrens derzeit ebenfalls nicht prognostizierbar ist. Eine Rückstellung zum Bilanzstichtag wurde deshalb nicht gebildet.

Anhang, Seite 189.

§32a UrhG („Bestseller“). Das LG Berlin hat SAT.1 am 19. Juli 2011 zur Zahlung einer weiteren Vergütung an einen Drehbuchautor einer TV-Serie auf Basis von §32a UrhG („Bestseller“) verurteilt. Über die Berufung von SAT.1 wird Ende Oktober 2012 verhandelt. Nach unserer Überzeugung wird das Urteil mit größter Wahrscheinlichkeit keinen Bestand haben. Es wurden deshalb keine Rückstellungen gebildet. Auf gleicher Rechtsgrundlage machen andere Urheber von TV-Sendungen gerichtlich und außergerichtlich Ansprüche geltend. Für einzelne dieser Vorgänge sind Rückstellungen gebildet worden.

Prognosebericht

Gesamtaussage des Managements zur erwarteten Unternehmensentwicklung.

Die ProSiebenSat.1 Group hat das Jahr 2011 mit Rekordwerten abgeschlossen. Diese Entwicklung wollen wir 2012 fortführen und streben eine weitere Steigerung von Umsatz und Ergebnis an. Bis 2015 rechnen wir mit einem zusätzlichen Umsatzpotenzial von mindestens 750 Mio Euro im Vergleich zu 2010. TV wird auch in Zukunft das wichtigste und beliebteste Medium sein. Unser Wachstum basiert daher auch künftig auf dem Ausbau des Kerngeschäfts werbefinanziertes Free-TV im deutschsprachigen Raum und in unseren europäischen Märkten. Gleichzeitig werden wir unsere Strategie zur Umsatzdiversifizierung forcieren, um bis 2015 nahezu 50 Prozent jenseits der klassischen TV-Werbung in Deutschland zu erwirtschaften. Auf diese Weise soll die ProSiebenSat.1 Group unabhängiger von zyklischen Schwankungen des Werbemarkts werden. Daher blicken wir - trotz immer geringerer Marktvisibilität - optimistisch auf die kommenden Jahre und rechnen mit einer positiven Geschäftsentwicklung.

Chancenbericht

Unternehmerisches Handeln besteht neben einem bewussten Umgang mit Risiken auch in der konsequenten Nutzung von Chancen auf zusätzliche Umsatz- und Ertragspotenziale. Das frühzeitige und kontinuierliche Identifizieren, Analysieren und Steuern zukünftiger Wachstumsquellen ist eine zentrale Managementaufgabe bei ProSiebenSat.1.

Chancenpotenziale ergeben sich aus unserer führenden Stellung im TV-Geschäft und bei digitalen Medien. Die Erschließung neuer Märkte, eine angemessene Preispolitik sowie die fortlaufende Optimierung unserer Kostenpositionen eröffnen zusätzliche Wachstumsmöglichkeiten. Das Management von Chancen ist bei ProSiebenSat.1 zentral organisiert und wird von der Abteilung Unternehmensentwicklung und strategische Planung gesteuert: Die Abteilung identifiziert Wachstumspotenziale auf Basis detaillierter Markt- und Wettbewerbsanalysen und steht in engem Austausch mit den operativen Geschäftsführern. Die identifizierten Erfolgsfaktoren werden im Strategieplan zusammengefasst und fließen im Rahmen der jährlichen Strategieklausur in den Entscheidungsprozess ein. Dabei werden die relevanten Chancen priorisiert und die strategischen Ziele hieraus abgeleitet. Das Management von Chancen ist Bestandteil des konzerninternen Steuerungssystems. Es erfolgt im Rahmen der Budgeterstellung für die kommenden zwölf Monate sowie innerhalb der Mehrjahresplanung. Die wichtigsten Chancen werden nachfolgend erläutert:

Konzerninternes Steuerungssystem, Seite 51.

ÜBERSICHT UNTERNEHMENSCHANCEN (Abb. 63)

Chancen aus der Entwicklung der Rahmenbedingungen	<ul style="list-style-type: none"> > Konjunkturelle oder branchenspezifische Markttrends > Trends im Mediennutzungsverhalten > Neue technologische Entwicklungen/Innovationen > Gesetzesänderungen und medienpolitische Entscheidungen
Unternehmensstrategische Chancen	<ul style="list-style-type: none"> > Ausbau unserer Wertschöpfungskette > Launch neuer Produkte, Erschließung neuer Märkte
Leistungswirtschaftliche Chancen	<ul style="list-style-type: none"> > Entwicklung und Kapitalisierung der Zuschauermarktanteile > Kosteneffizienz > Preispolitik

Die digitale Entwicklung eröffnet einem klassischen TV-Anbieter wie der ProSiebenSat.1 Group umfangreiche Wachstumschancen. Während die Printbranche in den vergangenen Jahren Verluste hinnehmen musste, ist das Fernsehen nach wie vor das beliebteste Massenmedium. Mit mehr als drei Stunden täglich liegt Fernsehen vor der Nutzung sämtlicher anderer Unterhaltungsmedien. Branchenexperten gehen davon aus, dass sich dieser Trend fortsetzen wird. Da die Bedeutung des Fernsehens gleichzeitig steigt, sieht ProSiebenSat.1 die Möglichkeit, Werbemarktanteile vom Print- ins TV-Segment zu verlagern.

Zugleich entstehen Wachstumschancen durch die Diversifizierung der Bildschirmmedien. Durch die Verlängerung der Sender- und Programm-Marken in die digitalen Medien kann sich die ProSiebenSat.1 Group neue Zielgruppen erschließen. Die steigende Zahl an Flatscreen-TVs, PCs, Tablets und Smartphones wird zudem zu einem weiter stark steigenden Bedarf an professionellen Bewegtbild-Inhalten führen. Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über ein umfangreiches Rechteportfolio. Dies ist ein Vorteil gegenüber Internetanbietern, die nur über Distributionswege, nicht aber über eigene Inhalte verfügen. Zugleich besteht der ProSiebenSat.1-Programmstock ausschließlich aus legalem Content. Die weltweit zweitgrößte Kommunikationsholding WPP hat 2011 bekannt gegeben, nur noch in legale, professionell produzierte Werbeumfelder zu investieren, da Werbekunden zur Inszenierung ihrer Marken auf ein hochwertiges Content-Umfeld setzen. Sollte sich dieser Branchentrend fortsetzen, verfügt die ProSiebenSat.1 Group über einen klaren Wettbewerbsvorteil.

Wachstumspotenzial birgt zudem der stark wachsende HD-Markt. Nach Angaben der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik gab es Ende 2011 rund 31 Millionen HD-fähige Fernsehgeräte in den deutschen Haushalten. Zugleich verzeichnen die deutschen Kabelnetzbetreiber, die die HD-Sender in einem gebührenpflichtigen Zusatzpaket anbieten, einen signifikanten Anstieg bei den Abbonnentenzahlen. Zwischen Dezember 2010 und Dezember 2011 verzehnfachte sich die Anzahl der HD-Haushalte beinahe auf insgesamt 2,9 Millionen. Bis 2015 wird es voraussichtlich knapp 11 Millionen HD-Haushalte in Deutschland geben. Die ProSiebenSat.1 Group ist mit ihren vier HD-Sendern im Paket aller großen Kabelnetzbetreiber vertreten und partizipiert seit 2011 an den technischen Zugangsgebühren, die die Kabelanbieter für die Bereitstellung der Sender von ihren Kunden verlangen. Dies eröffnet der ProSiebenSat.1 Group neue Erlösquellen. Ein weiterer wichtiger Trend ist die steigende Verbreitung sogenannter hybrider TV-Geräte, bis Ende 2012 soll es laut Screen Digest in jedem fünften deutschen TV-Haushalt ein hybrides Empfangsgerät geben. Dadurch wird auch der Nutzerkreis von Onlinevideotheken deutlich wachsen. ProSiebenSat.1 hat mit maxdome in den vergangenen Jahren Deutschlands führende Video-on-Demand-Plattform aufgebaut. Damit hat ProSiebenSat.1 frühzeitig ein adäquates und attraktives Nutzerangebot etabliert, um von dieser technischen Innovation sowie neuen Mediennutzungsformen zu profitieren.

Weitere Wachstumschancen ergeben sich auch durch neue medienrechtliche Rahmenbedingungen. Ab 2013 tritt im öffentlich-rechtlichen Fernsehen nach 20.00 Uhr sowie an Sonn- und Feiertagen ein Sponsoringverbot in Kraft. Dies eröffnet der ProSiebenSat.1 Group die Chance auf zusätzliche Umsätze im deutschen TV-Werbemarkt.

Die ProSiebenSat.1 Group ist führend im deutschen Werbemarkt bei der Adaption neuer Technologien sowie der Umsetzung innovativer Werbeformen. Das Unternehmen geht davon aus, durch den Einstieg in dezentrale Werbung seinen Umsatz im Werbemarkt weiter steigern zu können. ProSiebenSat.1 hat dazu Ende 2011 einen Testlauf mit dem Kabelanbieter Kabel Baden-Württemberg abgeschlossen. Eine neue Technologie ermöglicht es, das deutschlandweite Signal zu überblenden und in Kooperation mit regionalen Kabelnetzbetreibern dezentrale Werbefenster einzuspielen. Hier besteht die Chance, vor allem Neukunden zu gewinnen, die bisher nicht im Fernsehen oder auf den Sendern der ProSiebenSat.1 Group geworben haben.

Weitere Informationen zu den unternehmensstrategischen Chancen, Seite 122.

Darüber hinaus bestehen Wachstumschancen durch die Expansion in neue Branchen und Märkte. 2011 hat das Unternehmen mit burda:ic und Covus Games wichtige Beteiligungen im Games-Bereich erworben. Die Games-Sparte zählt zu den weltweit am schnellsten wachsenden Segmenten der Entertainment-Branche, schon heute hat der europäische Markt ein Umsatzvolumen von jährlich 2,0 Mrd Euro und ist damit größer als der nordamerikanische Online-Games-Markt. Wachstumspotenzial birgt zudem die internationale Expansion. SevenOne International eröffnet 2012 ein Vertriebsbüro in China. Das Unternehmen hat zahlreiche TV-Formate erfolgreich im asiatischen Fernsehen platziert und will seinen Asienumsatz durch eine Präsenz vor Ort weiter steigern.

Kosteneffizienz, Seite 49, Programmausblick 2012, Seite 120f.

Unsere größte leistungswirtschaftliche Chance ist es, die Zuschauermarktanteile unserer Fernsehsender weiter zu steigern und auch in Zukunft angemessene Preise für unsere hochwertige und effektive Medialeistung zu realisieren. Wachstumsmöglichkeiten bieten zudem innovative Vermarktungsmodelle wie „Media-for-Revenue-Share“, über die wir freie Werbeflächen kapitalisieren und zugleich neue Kundengruppen erschließen, die bisher nicht im Fernsehen geworben haben.

Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen

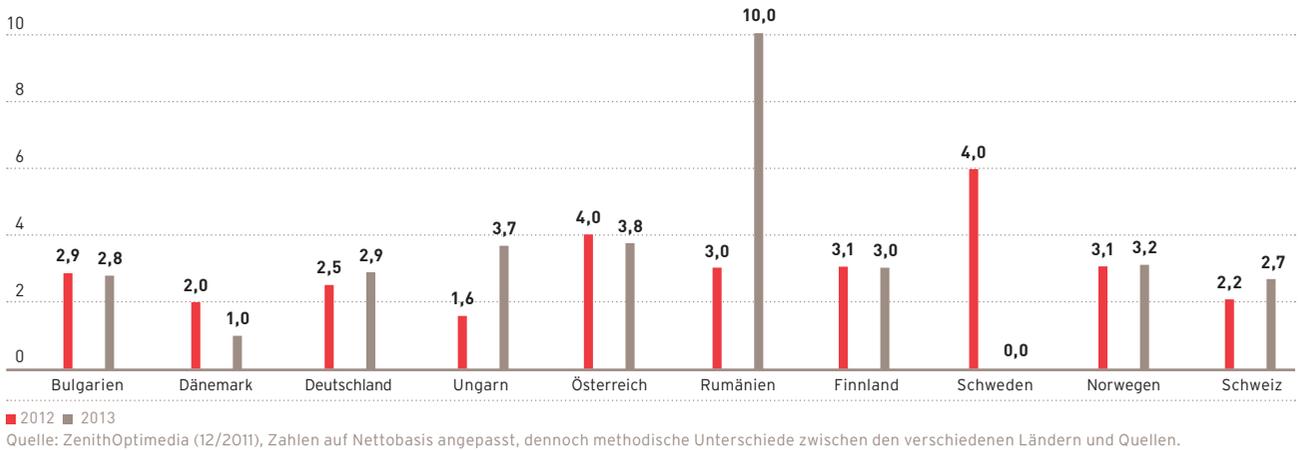
Im Jahr 2012 wird die Weltwirtschaft voraussichtlich auf Expansionskurs bleiben, allerdings mit etwas nachlassender Dynamik. Der Internationale Währungsfonds prognostiziert derzeit ein reales Wachstum von 3,3 Prozent - nach plus 3,8 Prozent in 2011. Im Vergleich zur vorhergehenden Septemberprognose wurden die Erwartungen um 0,7 Prozentpunkte deutlich nach unten korrigiert, vor allem aufgrund der Verschärfung der europäischen Schuldenkrise im letzten Quartal 2011. Für die Eurozone wurde die Einschätzung noch stärker abwärts revidiert - von ursprünglich plus 1,1 Prozent auf minus 0,5 Prozent. Als wichtigste Gründe nennt der Währungsfonds hohe Zinsen auf Staatsanleihen, den Schuldenabbau der Banken und Sparanstrengungen in vielen Mitgliedsländern. Von den großen europäischen Volkswirtschaften werden vor allem Spanien und Italien betroffen sein. Auch das Wachstum in den aufstrebenden Schwellenländern wird sich voraussichtlich etwas abkühlen, unter anderem durch die Verschlechterung des Exportklimas.

Im Vergleich zu den europäischen Nachbarn sind die Aussichten für die deutsche Wirtschaft vergleichsweise positiv. Die Wachstumserwartungen schwanken für Deutschland derzeit zwischen 0,3 Prozent (IWF) und optimistischeren 0,8 Prozent (Eurostat). Eine akute Rezessionsgefahr besteht derzeit nicht - trotz globaler Konjunkturertrübung und entsprechend abkühlender Exportdynamik. Die gute Arbeitsmarktlage gepaart mit voraussichtlich steigenden Haushaltseinkommen sollte weiterhin für stabile Konsumlaune und entsprechende Unterstützung für die inländische Konjunktur sorgen. Auch die Stimmungsindikatoren für Konsumenten und Unternehmen, GfK-Konsumklima und ifo-Geschäftsklima, waren in den letzten Monaten tendenziell aufwärts gerichtet. Beide Werte gelten als wichtige Frühindikatoren für die künftige Werbemarktentwicklung. Zu beachten ist allerdings, dass alle Prognosen aufgrund der aktuellen weltwirtschaftlichen Lage Abwärtsrisiken bergen.

Die Werbemärkte dürften sich vor diesem Hintergrund größtenteils stabil entwickeln. Die Prognosen liegen für die kommenden beiden Jahre durchweg im positiven Bereich - von Abwärtstrends in den osteuropäischen Ländern abgesehen. Dies trifft auch für die Entwicklung der TV-Werbemärkte zu. Eine Übersicht der Prognosen zeigen folgende Grafiken:

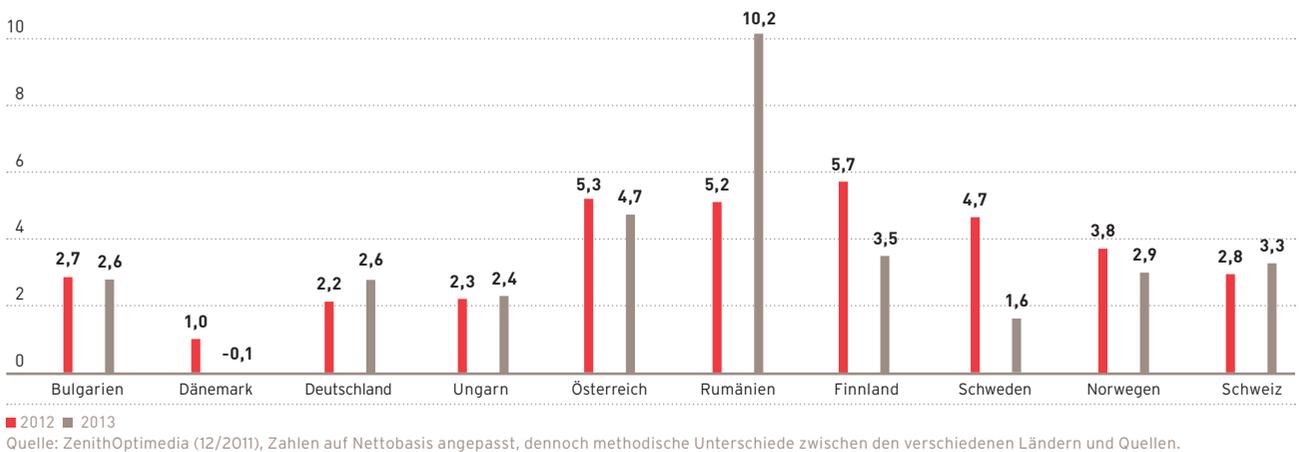
ERWARTETE ENTWICKLUNG DES TV-WERBEMARKTES IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN (Abb. 64)

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



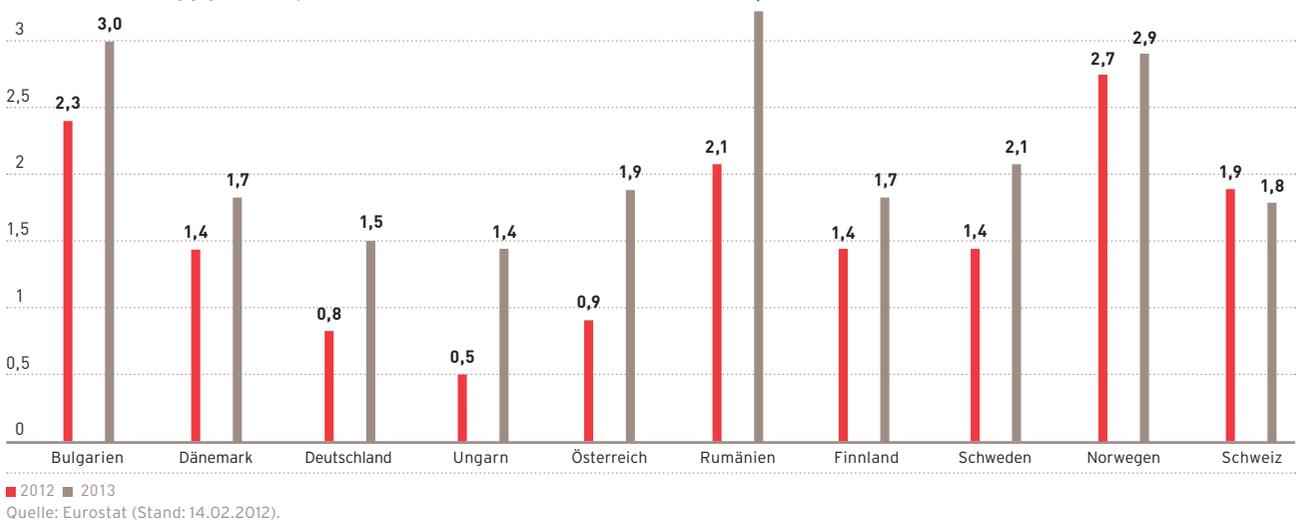
ERWARTETE ENTWICKLUNG DES GESAMTWERBEMARKTES IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN (Abb. 65)

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



PROGNOSEN FÜR DAS REALE BIP IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN (Abb. 66)

in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



Starke lokale Formate und die besten Programme aus Hollywood: So begeistern wir 2012 unsere Zuschauer.

PROGRAMM AUSBLICK 2012



TOPMODELS... (a) Ab dem 23. Februar laufen wieder 51 Model-Aspirantinnen über den Catwalk, posen bei Shootings und stellen sich verschiedenen Challenges. Nach sechs erfolgreichen Staffeln geht **„Germanys Next Topmodel - by Heidi Klum“** auf ProSieben in diesem Jahr bereits in die siebte Runde - donnerstags um 20.15 Uhr auf ProSieben.

GOLDSTIMMEN... (b) Die Kandidaten treten in acht Kategorien gegeneinander an - und singen um viel Geld. In der SAT.1-Talent-Game-Show **„The Winner is“** können die Teilnehmer bis zu einer Million Euro gewinnen. Begleitet werden sie von der TV-Moderatorin Linda de Mol.



SERIENLIEBLINGE... (c) Die SAT.1-Erfolgsserien sind zurück: Ab dem 6. Februar ist Henning Baum alias Mick Brigsau montags um 20.15 Uhr wieder **„Der letzte Bulle“**. Direkt im Anschluss setzt sich **„Danni Lowinski“** in der dritten Staffel wieder als Rechtsanwältin beherzt für die Rechte der kleinen Leute ein.



COWBOY... (d) Deputy Marshal Raylan Givens wird in das Hinterland von Kentucky strafversetzt. Er ist wenig begeistert, als er in seinem früheren Heimatort auf alte Bekannte trifft: sein inzwischen rassistischer Ex-Buddy, sein krimineller Vater und seine Ex-Frau. Kabel eins zeigt die hochgelobte US-Crime-Serie **„Justified“** ab dem 10. März immer samstags um 23.15 Uhr.





TANZFIEBER...^(e) Schon 2011 war sixx mit seinem „Dance Summer“ überaus erfolgreich. In diesem Jahr sorgt der Sender für noch mehr Bewegung: „Saturday Night Fever“, „Center Stage“ oder „Save the Last Dance“ sind nur einige Filmhits, die ab März auf sixx on Air sind.



KÄLTESCHOCK...^(f) Wer ist Norwegens härtester Promi? TVNorge testet dies ab dem 27. Februar wieder in seiner Erfolgsshow „71 Degrees North - Norway's toughest celebrity“. 14 Prominente kämpfen sich vom Süden Norwegens bis zum Nordkap durch und müssen dabei nervenaufreibende Aufgaben bewältigen. Immer montags um 20.30 Uhr auf TVNorge.

SHOWMASTER...^(g) Ganz Finnland liebt ihn. Ab März talkt Tuomas Enbuske auf TV5. Dann gibt es ganz im Stil der großen amerikanischen Vorbilder die „Tuomas Enbuske Talk Show“ - jeden Montag bis Donnerstag um 20.00 Uhr.



STIMMWUNDER...^(h) Im Frühjahr 2012 sucht der ungarische Sender TV2 wieder seinen „Megaszta“. Die erfolgreiche Castingshow läuft mittlerweile zum sechsten Mal und beschert dem Sender regelmäßig Traumquoten.



BEOBSACHTER...⁽ⁱ⁾ Ab dem 30. Januar steht Dänemark unter dem wachsamen Auge von „Big Brother 2012“. Die Show ist das größte multimediale Event, das Kanal 5 jemals on Air brachte und wird über Radio und Internet begleitet.

REIZTHEMA...^(j) Die Polizistin Kate Beckett und der Krimi-Autor Richard „Castle“ sind ein ungleiches Team. Sie ist seine Muse, er ihr größtes Reizthema. Am 6. Januar startet die erfolgreiche US-Serie auf dem österreichischen Sender PULS 4. In Deutschland läuft bei kabel eins Anfang März bereits die vierte Staffel an.



Unternehmensausblick

Grundlagen für unsere Prognose

Weitere Informationen im Anhang, Seite 171. Dort werden die Prämissen des jährlichen Impairmenttests erläutert, der auf der 5-Jahresplanung des Konzerns aufsetzt.

- › **Planungsprämissen:** Die Weltwirtschaft ist im Jahr 2011 weiter gewachsen, gleichzeitig hat sich jedoch die Visibilität verringert. Unsere Prognose basiert auf unserer aktuellen Einschätzung, dass sich die Konjunktur in Europa und insbesondere im deutschen Kernmarkt nicht deutlich abschwächen wird. Damit sollten bisherige Preisniveaus zumindest gehalten werden können. Auch große TV-Events wie die Olympischen Spiele und die Fußball-Europameisterschaft 2012, deren Übertragungsrechte nicht bei ProSiebenSat.1 liegen, dürften unsere Performance nicht nachhaltig schwächen. Es ist weiter unser Ziel, unsere Ertragskraft primär durch Umsatzwachstum zu stärken. Hohes Wachstumspotenzial sehen wir vor allem im Segment Diversifikation, unter anderem in unserer Games-Sparte, im Bereich Ventures sowie der Content-Produktion.

Die Werbemärkte reagieren sehr sensibel auf konjunkturelle Veränderungen. Politische Rahmenbedingungen und rechtliche Neuerungen beeinflussen die Werbemärkte ebenfalls, sodass Vorhersagen stets mit Unsicherheiten behaftet sind. TV-Werbung wird branchenüblich sehr oft äußerst kurzfristig gebucht, was die Planungssicherheit zusätzlich einschränkt. ProSiebenSat.1 hat zwar mit einem Großteil der Werbekunden Rahmenvereinbarungen über Abnahmemengen und Konditionen abgeschlossen, das endgültige Budgetvolumen wird allerdings teilweise erst auf Monatssicht bestätigt. Dabei richtet sich das Preisniveau unter anderem nach den aktuellen Zuschauerquoten oder Sendezeiten. Zusätzliche Werbebudgets werden oft erst gegen Jahresende vergeben. Aus den genannten Gründen ist eine präzise Quantifizierung einer Jahresprognose zum derzeitigen Zeitpunkt noch nicht möglich. Im vorliegenden Unternehmensausblick wird eine qualitative Prognose für alle relevanten Finanzkennzahlen in den Jahren 2012 und 2013 gegeben. Den qualitativen Ausprägungen „Anstieg“, „leichter Anstieg“, „mittlerer Anstieg“, „deutlicher Anstieg“, „stabile Entwicklung“ und „Reduktion“ liegen interne Klassifizierungen zugrunde, basierend auf prozentualen Abweichungen gegenüber dem jeweiligen Vorjahr.

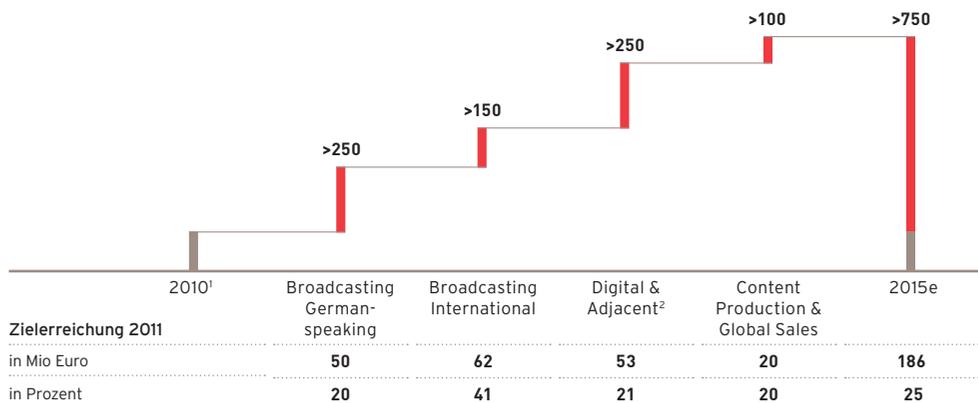
Saisonalität, Seite 63.

- › **Strategische Ausrichtung:** Attraktive TV- und Diversifikationsmarken zeichnen die ProSiebenSat.1 Group als einen der führenden Medienkonzerne Europas aus. Doch nicht nur strategisch, auch finanziell nimmt ProSiebenSat.1 eine starke Position ein. Mit einer recurring-EBITDA-Gewinnmarge von rund 30 Prozent sind wir eines der profitabelsten Medienhäuser in Europa. Zum weiteren Ausbau unserer Marktposition haben wir drei strategische Handlungsfelder definiert, die wir auch in Zukunft mit Nachdruck verfolgen werden: Wir wollen das Kerngeschäft werbefinanziertes Fernsehen stärken, neue Geschäftsmodelle in verwandten Bereichen entwickeln und Effizienz durch herausragende Umsetzung sicherstellen.

Unsere Vier-Säulen-Strategie wird uns dabei helfen, unsere Chancen noch konsequenter zu nutzen und die Abhängigkeit vom deutschen TV-Werbemarkt systematisch zu reduzieren. Den Erfolg unserer Strategie messen wir ausgehend vom Jahr 2010 an den Fortschritten auf dem Weg zu unseren Umsatzzielen 2015. Wichtige Etappenziele haben wir 2011 in allen vier Wachstumsfeldern erreicht und bereits rund 25 Prozent unseres Umsatzzieles 2015 erwirtschaftet.

WACHSTUMSZIELE 2015 UND ZIELERREICHUNG 2011 (Abb. 67)

Umsatzwachstum in Mio Euro



1 Wachstumsrate der externen Umsätze vs 2010 aus fortgeführten Aktivitäten.

2 Umsätze ohne 9Live. Externe Umsätze.

Die ProSiebenSat.1 Group hat ihre Wachstumsziele für das Jahr 2015 dem Kapitalmarkt im Herbst 2011 vorgestellt. Die Segmentberichterstattung haben wir zu Beginn des Geschäftsjahres 2012 auf Basis unserer Vier-Säulen-Strategie entsprechend angepasst. Der nachfolgende Ausblick für die einzelnen Segmente wird deshalb bereits nach der neuen Struktur dargestellt, wobei neben den segmentspezifischen Prognosen für den Planungszeitraum 2012 bis 2013 auch die Ziele 2015 erläutert werden.

VIER SÄULEN DER WACHSTUMSTRATEGIE 2015 (Abb. 68)

SEGMENTE

Broadcasting German-speaking¹



Broadcasting International²



Diversification³

Digital & Adjacent



Content Production & Global Sales



1 Zum Segment „Broadcasting German-speaking“ zählen die TV-Aktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz, jedoch künftig nicht mehr die Produktions- und Vertriebstochter Red Arrow Entertainment.

2 Radio wird in das Segment „Broadcasting International“ integriert.

3 Die Wachstumssäulen „Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“ werden im Segment Diversification zusammengefasst.

Künftige Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns und der Segmente

Die ProSiebenSat.1 Group rechnet damit, ihr profitables Wachstum im Planungszeitraum 2012 und 2013 fortzuschreiben.

ERWARTETE KONZERN-KENNZAHLEN AUF ZWEIJAHRESSICHT (Abb. 69)

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

Das Unternehmen ist gut in das erste Quartal 2012 gestartet und strebt auf Jahressicht ein Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Prozentbereich an. Die operativen Kosten werden 2012 zwar aufgrund verschiedener Wachstumsinitiativen vor allem im Segment „Diversification“ steigen. Unser straffes Kostenmanagement und höhere Umsätze dürften dies allerdings kompensieren. In unserem Kerngeschäft TV rechnen wir mit stabilen bis leicht steigenden Kosten. Insgesamt gehen wir davon aus, dass sich der Kostenanstieg proportional zum Umsatzwachstum entwickeln wird. Das Umsatzwachstum wird erwartungsgemäß zu einem Anstieg des recurring EBITDA und einem anhaltend hohen Margenniveau führen. In Kombination mit einer Verringerung der Zins- und Finanzierungsaufwendungen um voraussichtlich mehr als 50 Mio Euro, die zu einer Verbesserung des Finanzergebnisses führen werden, soll der Umsatzzanstieg außerdem zu einer weiteren Steigerung des bereinigten Jahresüberschusses gegenüber dem Jahreswert 2011 beitragen. Aufgrund unserer momentanen Einschätzung der Rahmenbedingungen streben wir für 2013 ein weiteres Umsatz- und Ergebniswachstum an. Dazu sollen alle Segmente beitragen.

ERWARTETE SEGMENT-KENNZAHLEN AUF ZWEIJAHRESSICHT (NEUE SEGMENTSTRUKTUR) (Abb. 70)

in Mio Euro	2011		Prognose ¹	
	Umsatz	Recurring EBITDA	Umsatz	Recurring EBITDA
Broadcasting German-speaking (vormals Free-TV Deutschsprachig)	1.936,6	666,4	Stabile Entwicklung bis leichter Anstieg	
Broadcasting International (vormals Free-TV International)	475,2	97,8	Mittlerer Anstieg	
Diversification (vormals Diversifikation)	344,4	82,4	Deutlicher Anstieg	

¹ 2012 und 2013; gegenüber Vorjahr

- Segment „Broadcasting German-speaking“:** In den deutschsprachigen Werbemärkten rechnen wir derzeit mit einer insgesamt positiven Entwicklung. Der positive Konjunkturtrend bleibt im laufenden Jahr voraussichtlich erhalten, wird sich wahrscheinlich aber abschwächen. So fallen die Nettoprognosen der Agenturgruppe ZenithOptimedia und des World Advertising Research Center (WARC) für 2012 mit plus 2,5 bzw. plus 2,2 Prozent Wachstum für den deutschen TV-Werbemarkt relativ optimistisch aus. Unsere eigenen Prognosen sind konservativer, wir gehen jedoch mindestens von einer stabilen Entwicklung der TV-Werbeinvestitionen in Deutschland aus. Vor diesem Hintergrund sollten die Erlöse im Segment Fernsehen im deutschsprachigen Raum im Jahr 2012 mindestens mit dem Markt wachsen. Bezüglich des recurring EBITDA rechnen wir zumindest mit einer stabilen Entwicklung, da der Kostenanstieg das Umsatzwachstum voraussichtlich nicht übersteigen wird. Unser Plan ist es, in diesem Segment bis 2015 mit überzeugenden Formaten wie „The Voice of Germany“ sowie

optimierten Vertriebsstrategien einen zusätzlichen Umsatz von 250 Mio Euro im Vergleich zum Jahr 2010 zu erzielen. Einen wichtigen Beitrag dazu werden die Nutzung neuer Verbreitungstechnologien wie HD und der Ausbau neuer Sender leisten. Seit März 2012 ergänzt der TV-Kanal Austria Neun die österreichische Senderfamilie.

- **Segment „Broadcasting International“:** Im Bereich „Broadcasting International“ gehen wir ebenfalls von einer weiter günstigen Geschäftsentwicklung aus. Wir rechnen im Jahr 2012 für das Segment mit einem Umsatzwachstum im mittleren einstelligen Bereich. Basis für diese Prognose ist die Annahme führender Forschungsinstitute, dass sich die konjunkturelle Dynamik in Nordeuropa zwar etwas abschwächen wird, die Werbemärkte aber weiterhin wachsen werden. In Osteuropa rechnen wir 2012 nicht mit einer Konjunkturbelebung, mittel- und langfristig sehen wir die osteuropäischen Märkte jedoch als attraktive Region mit klarem Potenzial für hohe Wachstumsraten. Bis 2015 wollen wir den Segmentumsatz gegenüber dem Jahr 2010 um mehr als 150 Mio Euro steigern. Dazu baut der Konzern bestehende Aktivitäten aus, evaluiert aber auch künftige Wachstumsmärkte.
- **Segment „Diversification“ („Digital & Adjacent“ sowie „Content Production & Global Sales“):** Neben unserer starken Position in unserem Kerngeschäft werbefinanziertes Free-TV, die wir in den kommenden Jahren weiter festigen wollen, liegt unser Fokus auf dem Ausbau des Segments „Diversification“. Wir rechnen damit, das dynamische Wachstum der vergangenen Jahre im Bereich „Digital & Adjacent“ fortzusetzen. Hier werden wir die Vernetzung von TV mit unseren Online-, Pay- und mobilen Angeboten weiter vorantreiben und unser Games-Portfolio erweitern. Auch die Modelle „Media-for-Revenue-Share“ und „Media-for-Equity“ haben 2011 maßgeblich zu unserem Erfolg beigetragen. Deshalb werden wir diese Geschäftsmodelle im Jahr 2012 mit neuen strategischen Partnerschaften noch stärker ausbauen. Für 2012 und darüber hinaus prognostizieren wir eine Steigerung des Umsatzes im Bereich „Digital & Adjacent“ im zweistelligen Prozentbereich. Bis 2015 schätzen wir das zusätzliche Umsatzpotenzial gegenüber dem Jahr 2010 auf mehr als 250 Mio Euro.

Im Bereich „Content Production & Global Sales“ wollen wir bis 2015 mehr als 100 Mio Euro zusätzlich Erlösen, bezogen auf das Jahr 2010. Die Expansion nach Großbritannien und in die USA hat sich bereits ausgezahlt. 2012 planen wir, das internationale Wachstum der Red Arrow Entertainment Group weiter voranzutreiben und in den dynamischen asiatischen TV-Markt einzusteigen. Im zweiten Halbjahr 2012 eröffnet der internationale Programmvertrieb eine feste Dependence in Hongkong. Wir streben für 2012 eine dynamische Umsatzsteigerung an. Die jährliche Wachstumsrate soll bezogen auf den Umsatz auch für die kommenden Jahre deutlich über 20 Prozent liegen.

Insgesamt haben wir bis 2015 in Bezug auf den Konzernumsatz ein zusätzliches Wachstumspotenzial von über 750 Mio Euro im Vergleich zum Jahr 2010 identifiziert. Es ist unser Ziel, nahezu 50 Prozent des Gesamtumsatzes jenseits der klassischen TV-Werbung in Deutschland zu generieren. In allen Bereichen jenseits des klassischen TV- und Radio-Werbe-geschäfts will ProSiebenSat.1 insgesamt zweistellig wachsen.

Künftige Finanz- und Vermögenslage

Die Verwendung des Erlöses aus dem Verkauf der Gesellschaften in Belgien und den Niederlanden zur Darlehensrückzahlung war ein wichtiger Schritt, um unsere Kapitalstruktur zu stärken. Mit einer Eigenkapitalquote von 28,6 Prozent zum 31. Dezember 2011 verfügt der Konzern über eine solide Bilanz. Auch für den Planungszeitraum 2012 und 2013 rechnen wir mit einer Eigenkapitalquote auf ähnlich hohem Niveau wie im Jahr 2011.

Für unseren Verschuldungsgrad haben wir uns einen Zielkorridor von 1,5 bis 2,5 gesetzt, an dem wir festhalten. Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat die ProSiebenSat.1 Group nicht nur einen signifikanten Teil ihrer Darlehen zurückgeführt und damit ihren Verschuldungsgrad auf 2,1 reduziert. Das Unternehmen hat auch die Laufzeiten der verbleibenden Darlehen größtenteils verlängert. Die Finanzierung ist damit langfristig zu attraktiven Konditionen gesichert. Dennoch beobachten wir die Finanzmärkte sehr genau und prüfen regelmäßig bestehende Optionen zur Refinanzierung oder Laufzeitverlängerung unserer Verbindlichkeiten, um unsere Kapitaleffizienz weiter zu erhöhen.

Zum Bilanzstichtag verfügt die ProSiebenSat.1 Group über hohe liquide Mittel. Positive Effekte wird zukünftig weiterhin das Ergebniswachstum haben. Damit ist aus heutiger Sicht für 2012 und 2013 ausreichend Liquidität und Finanzierungsspielraum gegeben. Der Großteil unserer Investitionen wird auch künftig in das Programmvermögen fließen - und damit in die Segmente „Broadcasting German-speaking“ und „Broadcasting International“. Die ProSiebenSat.1 Group geht davon aus, dass sie ihren Free Cash Flow weiter steigern und künftige Unternehmensakquisitionen daraus decken kann.

Dividendenpolitik

Der Konzern hält an seiner grundsätzlichen Dividendenpolitik fest, ca. 80 bis 90 Prozent des um Sondereffekte bereinigten Konzernjahresüberschusses der fortgeführten Aktivitäten auszuschütten. Der Vorstand wird daher dem Aufsichtsrat für das Jahr 2011 eine Dividende in Höhe von 1,17 Euro je Vorzugsaktie (Vorjahr: 1,14 Euro) bzw. 1,15 Euro je Stammaktie (Vorjahr: 1,12 Euro) vorschlagen. Insgesamt würde das Unternehmen 244,9 Mio Euro (Vorjahr: 241,2 Mio Euro) ausschütten, was einer Ausschüttungsquote von 79,2 Prozent bezogen auf den bereinigten Jahresüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten entspricht.

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 Unsicherheitsfaktoren werden im Risikobericht ab Seite 101 beschrieben. Sollte eine oder gar mehrere dieser Unwägbarkeiten eintreten oder sollten die den vorausschauenden Aussagen zugrunde liegenden Annahmen nicht eintreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen.

KONZERN- ABSCHLUSS

130__Gewinn- und Verlustrechnung

131__Gesamtergebnisrechnung

132__Bilanz

133__Kapitalflussrechnung

134__Eigenkapitalveränderungs-
rechnung

135__Anhang



Fernsehen für unterwegs und rund um die Uhr: zum Beispiel mit **ONLINE-VIDEOS VON MYVIDEO!** So kann Niklas (18) seiner Freundin Julia (17) die schönsten „The Voice of Germany“-Momente wieder und wieder vorführen. Kein Wunder, dass die MyVideo App fürs iPad kurz nach dem Start an die **SPITZE DER ITUNES-CHARTS** schoss - und sich dort zwei Wochen lang gehalten hat.

DIGITAL & ADJACENT

SÄULE 3

Fernsehen von ProSiebenSat.1 fasziniert – rund um die Uhr. Auf diesem starken Fundament bauen wir unsere dritte Wachstumssäule auf – und nutzen die Möglichkeiten des **DIGITALEN ZEIT-ALTERS**. So können unsere Zuschauer unabhängig von der Ausstrahlung im Programm mit ihrem Lieblings-Format in Kontakt bleiben: wann und wo immer sie wollen. Gleichzeitig erschließen wir neue und sehr lukrative Geschäftsfelder.

Wir verfügen über eine **EINZIGARTIGE AUSGANGSPOSITION**: ProSiebenSat.1 besitzt einen schier unerschöpflichen Bestand an hochwertigem Video-Material, das wir auf allen digitalen Plattformen einsetzen können. Kein Wunder, dass wir schon jetzt bei der Vermarktung von Bewegtbild-Inhalten im Internet führend sind.

Folgende Produkte entwickeln wir konsequent weiter: **ONLINE VIDEOS** über MyVideo, wo wir bereits heute mehr als 20.000 Stunden professionelles Entertainment-Programm bereitstellen – und diesen Anteil neben dem User-generated-content weiter ausbauen werden. **VIDEO-ON-DEMAND** mit maxdome – der größten Online-Videothek Europas mit 45.000 Titeln. **ONLINE-GAMES** – mit denen wir schon bald zu den führenden Anbietern in Europa gehören wollen. **COMMERCE & VENTURE** – mit innovativen Erlösmodellen haben wir Standards in der Branche gesetzt: Start-ups erhalten gegen eine Umsatz- bzw. Unternehmensbeteiligung Werbezeit von uns.

SÄULE 3 - FACTS & FIGURES



¹ Umsätze ohne 9Live

+103
Prozent

Vermarktung von Bewegtbild im Internet
Mit einer Umsatzsteigerung von 103 Prozent auf 82 Millionen Euro sind wir klarer Marktführer.

1
Nummer

MyVideo iPad App
24 Stunden nach Launch im September 2011 für zwei Wochen die Nr.1 der iTunes Charts.

Gewinn- und Verlustrechnung

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP (Abb. 71)

in Mio Euro		2011	2010	Veränderung absolut	Veränderung in %
FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN					
1.	Umsatzerlöse	[8] 2.756,2	2.601,0	155,2	6%
2.	Umsatzkosten	[9] -1.501,3	-1.382,9	-118,4	9%
3.	Bruttoergebnis vom Umsatz	1.254,9	1.218,1	36,8	3%
4.	Vertriebskosten	[10] -345,6	-352,7	7,1	-2%
5.	Verwaltungskosten	[11] -312,3	-309,8	-2,5	1%
6.	Sonstiger betrieblicher Ertrag	[12] 9,7	11,2	-1,5	-13%
7.	Betriebsergebnis	606,7	566,8	39,9	7%
8.	Zinsen und ähnliche Erträge	9,5	5,1	4,4	86%
9.	Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-207,8	-224,5	16,7	-7%
10.	Zinsergebnis	[13] -198,3	-219,4	21,1	-10%
11.	Ergebnis aus at Equity bewerteten Anteilen	[14] 3,3	-11,3	14,6	- / -
12.	Sonstiges Finanzergebnis	[14] -45,1	-7,5	-37,6	-501%
13.	Finanzergebnis	-240,1	-238,2	-1,9	1%
14.	Ergebnis vor Steuern	366,6	328,6	38,0	12%
15.	Ertragsteuern	[15] -97,2	-88,4	-8,8	10%
16.	Konzernergebnis fortgeführter Aktivitäten	269,4	240,2	29,2	12%
Nicht-fortgeführte Aktivitäten					
17.	Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	[3] 375,0	78,1	296,9	380%
18.	Konzernergebnis	644,4	318,3	326,1	102%
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Ergebnis					
		637,5	312,7	324,8	104%
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter					
		6,9	5,6	1,3	23%
in Euro					
Ergebnis je Aktie					
	Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	[16] 2,99	1,46	1,53	105%
	Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	[16] 3,01	1,48	1,53	103%
	Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	[16] 2,96	1,44	1,52	106%
	Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	[16] 2,98	1,45	1,53	106%
Ergebnis je Aktie fortgeführter Aktivitäten					
	Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	[16] 1,23	1,09	0,14	13%
	Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	[16] 1,24	1,11	0,13	12%
	Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	[16] 1,22	1,08	0,14	13%
	Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	[16] 1,23	1,10	0,13	12%
Ergebnis je Aktie nicht-fortgeführter Aktivitäten					
	Unverwässertes Ergebnis je Stammaktie	[16] 1,76	0,37	1,39	376%
	Unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	[16] 1,77	0,37	1,40	378%
	Verwässertes Ergebnis je Stammaktie	[16] 1,74	0,36	1,38	383%
	Verwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie	[16] 1,75	0,35	1,40	400%

Gesamtergebnisrechnung

GESAMTERGEBNISRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP (Abb. 72)

in Mio Euro	2011	2010	Veränderung absolut	Veränderung in %
Konzernergebnis	644,4	318,3	326,1	102%
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung ¹	-9,3	72,4	-81,7	- / -
Bewertung von Cashflow Hedges	77,3	42,9	34,4	80%
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	-20,5	-11,8	-8,7	-74%
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	47,5	103,5	-56,0	-54%
Konzern-Gesamtergebnis	691,9	421,8	270,1	64%
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Gesamtergebnis	685,1	416,0	269,1	65%
Gesamtergebnisanteil anderer Gesellschafter	6,8	5,8	1,0	17%

¹ Enthält Anteile anderer Gesellschafter aus Währungsumrechnungsdifferenzen für 2011 i.H.v. minus 0,1 Mio Euro (2010: 0,2 Mio Euro)

Bilanz

BILANZ DER PROSIEBENSAT.1 GROUP (Abb. 73)

in Mio Euro		31.12.2011	31.12.2010	Veränderung absolut
A. LANGFRISTIGE VERMÖGENSWERTE				
I. Immaterielle Vermögenswerte	[18]	2.169,3	3.037,1	-867,8
II. Sachanlagen	[19]	221,3	232,2	-10,9
III. At Equity bewertete Anteile	[20]	1,0	1,1	-0,1
IV. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	[20]	56,5	63,0	-6,5
V. Programmvermögen	[21]	1.337,8	1.497,7	-159,9
VI. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern		- / -	2,2	-2,2
VII. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	[23]	2,6	3,5	-0,9
VIII. Latente Ertragsteueransprüche	[15]	78,8	87,1	-8,3
		3.867,3	4.923,9	-1.056,6
B. KURZFRISTIGE VERMÖGENSWERTE				
I. Programmvermögen	[21]	193,5	156,9	36,6
II. Vorräte	[22]	1,0	0,5	0,5
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte		0,0	0,2	-0,2
IV. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	[23]	279,4	321,0	-41,6
V. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern		39,2	32,0	7,2
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	[23]	135,3	141,1	-5,8
VII. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	[24]	517,9	740,7	-222,8
		1.166,3	1.392,4	-226,1
Bilanzsumme		5.033,6	6.316,3	-1.282,7

in Mio Euro		31.12.2011	31.12.2010	Veränderung absolut
A. Eigenkapital [25]				
I. Gezeichnetes Kapital		218,8	218,8	- / -
II. Kapitalrücklage		575,5	577,6	-2,1
III. Gewinnrücklage		782,3	386,2	396,1
IV. Eigene Anteile		-52,5	-25,4	-27,1
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital		-92,3	-139,9	47,6
VI. Sonstiges Eigenkapital		-0,4	- / -	-0,4
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehendes Eigenkapital		1.431,4	1.017,3	414,1
VII. Anteile anderer Gesellschafter		10,0	8,6	1,4
		1.441,4	1.025,9	415,5
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen				
I. Darlehen und Kredite	[28]	2.335,6	3.531,3	-1.195,7
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	[28]	279,0	348,5	-69,5
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[28]	46,8	41,8	5,0
IV. Übrige Verbindlichkeiten	[29]	1,3	1,7	-0,4
V. Rückstellungen für Pensionen	[26]	10,1	9,1	1,0
VI. Sonstige Rückstellungen	[27]	6,4	16,2	-9,8
VII. Latente Ertragsteuerschulden	[15]	138,7	163,7	-25,0
		2.817,9	4.112,3	-1.294,4
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen				
I. Darlehen und Kredite	[28]	0,1	230,6	-230,5
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	[28]	47,5	39,4	8,1
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[28]	410,0	485,0	-75,0
IV. Übrige Verbindlichkeiten	[29]	188,5	275,8	-87,3
V. Steuerrückstellungen		49,5	73,0	-23,5
VI. Sonstige Rückstellungen	[27]	78,7	74,3	4,4
		774,3	1.178,1	-403,8
Bilanzsumme		5.033,6	6.316,3	-1.282,7

Kapitalflussrechnung

KAPITALFLUSSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP (Abb. 74)

in Mio Euro	2011	2010
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	269,4	240,2
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	375,0	78,1
davon Ergebnis aus dem Verkauf nicht-fortgeführte Aktivitäten	335,8	- / -
Konzernergebnis	644,4	318,3
Ertragsteuern	97,2	88,4
Finanzergebnis	240,1	238,2
Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	145,7	127,0
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	1.062,8	941,7
Veränderung der Pensionsrückstellungen und sonstigen Rückstellungen	10,7	23,1
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	-1,0	37,0
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	-21,8	-8,4
Cashflow fortgeführter Aktivitäten	1.803,1	1.687,2
Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	113,2	235,0
Cashflow Gesamt	1.916,3	1.922,2
Veränderung Working Capital	-13,0	35,6
Erhaltene Dividende	3,3	2,4
Gezahlte Steuern	-107,7	-133,6
Gezahlte Zinsen	-204,5	-230,0
Erhaltene Zinsen	8,3	3,8
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	1.489,5	1.365,4
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	-132,7	241,9
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit Gesamt	1.356,8	1.607,3
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	1,4	1,8
Auszahlungen für die Beschaffung von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-88,5	-69,1
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-2,3	-1,4
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	37,2	33,4
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-1.161,0	-1.098,6
Auszahlungen von Darlehen an assoziierte Unternehmen	- / -	-3,4
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	-18,1	-11,8
Einzahlungen/Auszahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten	2,6	-37,3
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-1.228,7	-1.186,4
Cashflow aus Investitionstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	1.377,5	-138,7
davon Einzahlungen aus dem Abgang nicht-fortgeführter Aktivitäten	1.459,4	- / -
Cashflow aus Investitionstätigkeit Gesamt	148,8	-1.325,1
Free Cashflow	1.505,6	282,2
Auszahlung Dividende	-241,2	-2,1
Auszahlung zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	-1.430,7	-278,6
Einzahlungen aus Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	- / -	0,6
Auszahlung zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	-9,6	-9,8
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	5,6	4,8
Auszahlung für den Erwerb von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	-0,1	- / -
Einzahlungen ausstehendes gezeichnetes Kapital anderer Gesellschafter	- / -	- / -
Erwerb eigener Aktien	-32,6	- / -
Auszahlung von Finanzierungskosten	-10,2	- / -
Auszahlung von Dividenden an andere Gesellschafter	-5,8	-5,6
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-1.724,6	-290,7
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	- / -	0,3
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit Gesamt	-1.724,6	-290,4
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands fortgeführter Aktivitäten	-1,9	11,7
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands nicht-fortgeführter Aktivitäten	-1,9	-0,2
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-222,8	3,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	740,7	737,4
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	517,9	740,7

Eigenkapitalveränderungsrechnung

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP 2010 (Abb. 75)

in Mio Euro

	Kumuliertes übriges Eigenkapital										
	Gezeich- netes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklage	Eigene Anteile	Unter- schieds- betrag aus Währungs- umrechnung	Bewertung von Cashflow Hedges	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehen- des Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigen- kapital
31. Dezember 2009	218,8	578,7	75,5	-30,5	-71,4	-235,9	64,1	-/-	599,3	7,7	607,0
Konzernergebnis	-/-	-/-	312,7	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	312,7	5,6	318,3
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	72,2	42,9	-11,8	-/-	103,3	0,2	103,5
Konzern-Gesamtergebnis	-/-	-/-	312,7	-/-	72,2	42,9	-11,8	-/-	416,0	5,8	421,8
Gezahlte Dividenden	-/-	-/-	-2,1	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-2,1	-5,6	-7,7
Aktienoptionsplan	-/-	-1,1	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-1,1	-/-	-1,1
Sonstige Veränderungen	-/-	-/-	0,1	5,1	-/-	-/-	-/-	-/-	5,2	0,7	5,9
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

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP 2011 (Abb. 76)

in Mio Euro

	Kumuliertes übriges Eigenkapital										
	Gezeich- netes Kapital	Kapital- rücklage	Gewinn- rücklage	Eigene Anteile	Unter- schieds- betrag aus Währungs- umrechnung	Bewertung von Cashflow Hedges	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zustehen- des Eigenkapital	Anteile anderer Gesell- schafter	Konzern- eigen- kapital
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	-/-	-/-	637,5	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	637,5	6,9	644,4
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	-9,2	77,3	-20,5	-/-	47,6	-0,1	47,5
Konzern-Gesamtergebnis	-/-	-/-	637,5	-/-	-9,2	77,3	-20,5	-/-	685,1	6,8	691,9
Gezahlte Dividende	-/-	-/-	-241,2	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-241,2	-5,8	-247,0
Aktienoptionsplan	-/-	4,0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	4,0	-/-	4,0
Erwerb eigener Anteile	-/-	-/-	-/-	-32,6	-/-	-/-	-/-	-/-	-32,6	-/-	-32,6
Sonstige Veränderungen	-/-	-6,1	-0,2	5,5	-/-	-/-	-/-	-0,4	-1,2	0,4	-0,8
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

Anhang

Grundlagen des Konzernabschlusses

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 Group gehört zu den führenden Medienkonzernen Europas. Der Konzern zählt neben dem Kerngeschäft Fernsehen zahlreiche Internetmarken, Beteiligungen an Radio- und New Media-Unternehmen sowie Aktivitäten in den Bereichen Music, Live- und Artist-Management zu seinem Portfolio.

Der Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG und ihrer Tochtergesellschaften („ProSiebenSat.1 Group“, „Konzern“) für das am 31. Dezember 2011 endende Geschäftsjahr wurde in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards (IFRSs) des International Accounting Standards Board (IASB), wie sie gemäß der Verordnung Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rates über die Anwendung internationaler Rechnungslegungsstandards in der Europäischen Union anzuwenden sind, aufgestellt. Die Bezeichnung IFRSs umfasst auch die noch gültigen International Accounting Standards (IASs). Alle für das Geschäftsjahr 2011 verbindlichen Interpretationen des International Financial Reporting Interpretations Committee (IFRIC) wurden ebenfalls angewendet. Die zusätzlichen Anforderungen des § 315a HGB wurden berücksichtigt.

Die ProSiebenSat.1 Media AG erstellt und veröffentlicht den Konzernabschluss in Euro. Alle Beträge werden, soweit nicht gesondert darauf hingewiesen wird, in Millionen Euro (Mio Euro) angegeben. Die Zahlen für das Geschäftsjahr 2011 beziehen sich, soweit nicht gesondert darauf hingewiesen wird, auf die fortgeführten Aktivitäten der ProSiebenSat.1 Media Group, die Vorjahreszahlen wurden, wo erforderlich, entsprechend angepasst. Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Umsatzkostenverfahren erstellt. Der Konzernabschluss entspricht den Gliederungsvorschriften des IAS 1. Die Darstellung in der Konzernbilanz unterscheidet zwischen kurz- und langfristigen Vermögenswerten und Schulden. Vermögenswerte und Schulden werden als kurzfristig klassifiziert, wenn sie innerhalb eines Jahres fällig werden.

Um die Klarheit der Darstellung zu verbessern, sind verschiedene Posten in der Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung sowie in der Konzernbilanz zusammengefasst. Diese Posten werden im Konzernanhang gesondert ausgewiesen und erläutert.

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG haben im März 2011 gemeinsam die nach § 161 AktG vorgeschriebene jährliche Entsprechungserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex abgegeben und den Aktionären der ProSiebenSat.1 Media AG auf der Internetseite der ProSiebenSat.1 Group (www.prosiebensat1.com) dauerhaft zugänglich gemacht. Der Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG für das Geschäftsjahr 2011 wurde am 8. März 2012 durch Beschluss des Vorstandes zur Veröffentlichung und Weiterleitung an den Aufsichtsrat freigegeben.

2 Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG werden alle wesentlichen Tochterunternehmen einbezogen. Tochterunternehmen sind Unternehmen, an denen die ProSiebenSat.1 Media AG mittelbar oder unmittelbar über die Mehrheit der Stimmrechte der Gesellschaft verfügt

oder auf andere Weise auf die Tätigkeit beherrschenden Einfluss nehmen kann. Die Unternehmen werden beginnend mit dem Zeitpunkt in den Konzernabschluss einbezogen, ab dem der Konzern die Möglichkeit der Beherrschung erlangt. Die Existenz und Auswirkung von potenziellen Stimmrechten, die gegenwärtig ausgeübt oder umgewandelt werden können, einschließlich von anderen Unternehmen gehaltener potenzieller Stimmrechte, werden bei der Beurteilung eines beherrschenden Einflusses berücksichtigt.

Sofern erforderlich werden die Jahresabschlüsse der Tochterunternehmen an die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden des Konzerns angepasst.

Vier (Vorjahr: 4) Tochtergesellschaften mit ruhender oder nur geringer Geschäftstätigkeit, die für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bildes der Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage sowie des Cashflows der ProSiebenSat.1 Group nur von untergeordneter Bedeutung sind, werden nicht konsolidiert. Da für diese Gesellschaften kein aktiver Markt existiert und sich Fair Values nicht mit vertretbarem Aufwand verlässlich ermitteln lassen, werden sie zu fortgeführten Anschaffungskosten einschließlich ggf. erforderlicher Wertminderungen im Konzernabschluss bilanziert. Die Summe der Eigenkapitalbeträge sowie das gesamte Ergebnis nach Steuern dieser Gesellschaften belaufen sich auf weniger als ein Prozent des Konzern-Eigenkapitals bzw. weniger als ein Prozent des Konzernergebnisses der ProSiebenSat.1 Group.

Die Anzahl der im Rahmen der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich im Geschäftsjahr 2011 wie folgt geändert:

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2010	54	109	163
Zugänge	5	14	19
Abgänge	-3	-28	-31
Einbezogen zum 31.12.2011	56	95	151

Neben den vollkonsolidierten Unternehmen werden sieben (Vorjahr: 7) assoziierte Unternehmen und zwei (Vorjahr: 8) Gemeinschaftsunternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss 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.

Die nach § 313 Abs. 2 HGB erforderliche Aufstellung des Anteilsbesitzes, die Bestandteil des Konzernanhangs ist, erfolgt auf den Seiten 213 bis 216. Des Weiteren enthält die Aufstellung des Anteilsbesitzes auch eine abschließende Aufzählung aller Tochterunternehmen, die die Bedingungen des § 264 Abs. 3 HGB erfüllen und die Möglichkeit zur Befreiung von bestimmten Vorschriften über die Aufstellung, Prüfung und Offenlegung des Jahresabschlusses bzw. des Lageberichts in Anspruch genommen haben.

3 Akquisitionen und Verkäufe

a) Akquisitionen

Wesentliche Akquisitionen im Geschäftsjahr 2011

Vollständiger Erwerb der maxdome GmbH & Co. KG

Mit Wirkung zum 1. Januar 2011 erwarb die ProSiebenSat.1 Media AG die restlichen Anteile in Höhe von 50 Prozent an der maxdome GmbH & Co. KG, Unterföhring, von der 1 & 1 Internet AG.

Ab diesem Zeitpunkt wird das bis dahin nach der At-Equity-Methode bilanzierte Joint Venture durch den Erwerb der Kontrolle voll konsolidiert. Mit der Akquisition stärkt die ProSiebenSat.1 Group ihre Marktposition im Bereich Video-on-Demand. Die Gesellschaft wird dem Segment Diversifikation zugeordnet. Der Kaufpreis nach IFRS 3 beinhaltet ein Abkommen über eine Media-Kooperation mit dem Verkäufer des übernommenen Anteils. Zum Erwerbszeitpunkt betrug der beizulegende Zeitwert dieses Abkommens 5,4 Mio Euro, zum 31. Dezember 2011 beträgt der Buchwert 3,2 Mio Euro.

Darüber hinaus wurde im Geschäftsjahr 2011 durch den Erwerb ein im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesener Gewinn in Höhe von 3,1 Mio Euro aus der Neubewertung des bisher gehaltenen Anteils in Höhe von 50 Prozent realisiert. Weitere Kaufpreisbestandteile umfassen eine im Jahr 2014 fällige Zahlung, deren abgezinster Betrag zum Erwerbszeitpunkt 8,2 Mio Euro betrug. Zum 31. Dezember 2011 beträgt der Buchwert dieser Vereinbarung 8,7 Mio Euro. Darüber hinaus wurde am Ende des Geschäftsjahrs 2010 eine Zahlung in Höhe von 6,0 Mio Euro geleistet. Durch die Akquisition kam es aus Konzernsicht zur Konsolidierung der bestehenden Darlehensbeziehungen zwischen der ProSiebenSat.1 Group als Darlehensgeber und der maxdome GmbH & Co. KG als Darlehensnehmer. Aufgrund dieser Maßnahme entstand ein im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesener Gewinn in Höhe von 15,1 Mio Euro zum Zeitpunkt der Erstkonsolidierung, dessen Ursache in der unterschiedlichen Höhe der Buchwerte der entsprechenden Forderungen und Verbindlichkeiten vor der Akquisition begründet ist. Die ProSiebenSat.1 Group hatte in den vergangenen Jahren ihre an die maxdome GmbH & Co. KG ausgereichten Darlehen vollständig wertberichtigt. Im Rahmen der Vollkonsolidierung werden die Darlehensbeziehungen seit dem 1. Januar 2011 vollständig eliminiert.

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

Die nachfolgende Tabelle erläutert die finanziellen Auswirkungen dieses Unternehmenszusammenschlusses auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group zum 1. Januar 2011. Es werden lediglich die Bilanzposten dargestellt, die zu diesem Zeitpunkt Werte aufwiesen.

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

Der Geschäfts- oder Firmenwert, von dem zum Bilanzstichtag 11,8 Mio Euro als steuerlich abzugsfähig erwartet werden, setzt sich aus potenziellen Synergieeffekten, strategischem Entwicklungspotenzial sowie der Weiterentwicklung der bestehenden Plattform inklusive der Erschließung neuer Geschäftsfelder zusammen. Der Buchwert der übernommenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen entspricht deren Fair Value.

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

Erwerb von Burda:ic

Mit Kaufvertrag vom 1. Juni 2011 und mit Wirkung zum 1. Juli 2011 erwarb die ProSiebenSat.1 Group über ihre Tochtergesellschaft ProSiebenSat.1 Digital GmbH 100 Prozent der stimmberechtigten Anteile an der Burda:ic GmbH mit Sitz in München. Geschäftsgegenstand der Gesellschaft ist die Vermarktung, die digitale Distribution und der Betrieb von Onlineangeboten und Internet-Lösungen, die Redaktion und Publikation von Onlinemagazinen, die Erstellung und der Verkauf von redaktionellen und werblichen Inhalten zur Veröffentlichung im Internet, Webhosting, Community Management und Betreuung von Nutzern, sowie der Betrieb von online- und offline-Angeboten inklusive Vertrieb von Merchandising Produkten und Beratungsleistungen. Der Kaufpreis betrug 15,0 Mio Euro, zuzüglich Anpassungen auf „cash-free/debt free“-Basis in Höhe von 0,6 Mio Euro. Neben einer Barkomponente wurde im Rahmen des Erwerbs mit einem der Verkäufer ein Abkommen über eine Media-Kooperation geschlossen, dessen beizulegender Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt und am 31. Dezember 2011 5,2 Mio Euro beträgt. Eine Barzahlung in Höhe von 9,8 Mio Euro wurde bereits am 30. Juni 2011 geleistet. Die nachfolgende Tabelle erläutert die finanziellen Auswirkungen dieses Unternehmenszusammenschlusses auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group zum Erwerbszeitpunkt. Es werden lediglich die Bilanzposten dargestellt, die zu diesem Zeitpunkt Werte aufwiesen.

in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbszeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt
Immaterielle Vermögenswerte	1,8	5,3	7,1
Sachanlagen	0,2	- / -	0,2
Latente Ertragsteueransprüche	- / -	0,2	0,2
Langfristige Vermögenswerte	2,0	5,5	7,5
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	0,5	- / -	0,5
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	1,0	- / -	1,0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	0,1	- / -	0,1
Kurzfristige Vermögenswerte	1,6	- / -	1,6
Latente Ertragsteuerschulden	- / -	-1,8	-1,8
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	- / -	-1,8	-1,8
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	-0,2	- / -	-0,2
Sonstige Verbindlichkeiten	-1,0	- / -	-1,0
kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	-1,2	- / -	-1,2
Netto-Reinvermögen	2,4	3,7	6,1
Kaufpreis nach IFRS 3			15,6
Geschäfts- oder Firmenwert			9,5

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

Der Buchwert der übernommenen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen entspricht deren Fair Value. Eine Einbeziehung der Gesellschaft bereits zum Beginn des Geschäftsjahres 2011 hätte keine wesentlichen Auswirkungen auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der ProSiebenSat.1 Group gehabt. Seit dem Erwerb erzielte die Gesellschaft Umsatzerlöse in Höhe von 3,3 Mio Euro sowie einen Verlust vor Steuern in Höhe von 2,1 Mio Euro. Die Gesellschaft wird dem Segment Diversifikation zugeordnet und firmiert seit dem 8. Juli 2011 als ProSiebenSat.1 Games GmbH.

Weitere Akquisitionen im Geschäftsjahr 2011

Mit Kaufvertrag vom 28. April 2011 und mit Wirkung zum 5. Mai 2011 erwarb die ProSiebenSat.1 Group über ihre 100-prozentige Tochtergesellschaft SevenOne Intermedia GmbH (ab dem 4. Mai 2011 firmierend als ProSiebenSat.1 Digital GmbH) 51 Prozent der stimmberechtigten Anteile an der Covus Games GmbH mit Sitz in Potsdam. Der Bar-Kaufpreis betrug 1,9 Mio Euro. Darüber hinaus wurde mit dem Minderheitsgesellschafter eine Put-Option vereinbart, deren beizulegender Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt in Höhe von 5,0 Mio Euro als finanzielle Verbindlichkeit erfasst wurde, da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Verbindlichkeit der Put-Option zu erfüllen. Am 31. Dezember 2011 beträgt der beizulegende Zeitwert der Put-Option 5,1 Mio Euro. Anteile anderer Gesellschafter wurden aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) dagegen nicht bilanziert. Geschäftsgegenstand von Covus Games ist der Betrieb und die Vermarktung von Internetportalen und Online-Spielen sowie die Beratung von Spiele-Herstellern. Die Gesellschaft wird dem Segment Diversifikation zugeordnet.

Mit Kaufvertrag vom und Wirkung zum 29. April 2011 erwarb die ProSiebenSat.1 Group über ihre 100-prozentige Tochtergesellschaft Red Arrow Entertainment Group GmbH 51 Prozent der stimmberechtigten Anteile an der im Bereich Film- und Werbeproduktion tätigen Firma The Mob Film Holdings Limited mit Sitz in Beckenham, Kent, Großbritannien. Der Bar-Kaufpreis betrug 1,3 Mio GBP (1,5 Mio Euro). Darüber hinaus wurde mit den Minderheitsgesellschaftern eine Put-Option vereinbart, deren beizulegender Zeitwert zum Erwerbszeitpunkt in Höhe von 6,7 Mio GBP (7,4 Mio Euro) als finanzielle Verbindlichkeit erfasst wurde, da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Verbindlichkeit der Put-Option zu erfüllen. Am 31. Dezember 2011 beträgt der beizulegende Zeitwert der Put-Option 8,1 Mio Euro. Anteile anderer Gesellschafter wurden aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) dagegen nicht bilanziert. Die Gesellschaft wird dem Segment Free-TV Deutschsprachig zugeordnet.

Beide Gesellschaften werden aufgrund der Tatsache, dass die ProSiebenSat.1 Group Kontrolle über die Gesellschaften ausübt, als Tochterunternehmen im Wege der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogen. Die Akquisitionen unterstützen den Wachstumsprozess der ProSiebenSat.1 Group im Bereich neuer Medien bzw. der Entwicklung und Produktion von genre- und plattformübergreifenden Programminhalten. Die nachfolgende Tabelle erläutert die finanziellen Auswirkungen dieser Unternehmenszusammenschlüsse auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group zum Erwerbszeitpunkt. Es werden lediglich die Bilanzposten dargestellt, die zu diesem Zeitpunkt Werte aufwiesen.

in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbszeitpunkt	Step up	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt
Immaterielle Vermögenswerte	0,1	4,1	4,2
Langfristige Vermögenswerte	0,1	4,1	4,2
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	1,3	- / -	1,3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	0,2	- / -	0,2
Kurzfristige Vermögenswerte	1,5	- / -	1,5
Latente Ertragsteuerschulden	- / -	-1,4	-1,4
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	- / -	-1,4	-1,4
Darlehen und Kredite	-0,1	- / -	-0,1
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	-1,2	- / -	-1,2
Sonstige Rückstellungen	-0,1	- / -	-0,1
Sonstige Verbindlichkeiten	-0,2	- / -	-0,2
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	-1,6	- / -	-1,6
Netto-Reinvermögen	0,0	2,7	2,7
Kaufpreis nach IFRS 3			16,2
Geschäfts- oder Firmenwert			13,5

Von den oben dargestellten Geschäfts- oder Firmenwerten entfallen 3,8 Mio Euro auf Covus Games und 9,7 Mio Euro auf The Mob. Diese repräsentieren im Wesentlichen potenzielle Synergieeffekte und strategisches Entwicklungspotenzial in den Bereichen Filmproduktion und Online Gaming und sind nicht steuerlich abzugsfähig. Die ProSiebenSat.1 Group hat für beide Transaktionen unabhängige Bewertungsgutachten in Auftrag gegeben. Beide Gesellschaften tragen seit dem Erwerb nur unwesentlich zum Konzernumsatz bzw. dem Konzernergebnis bei, ebenso hätte ein Einbezug beider Unternehmen in die Gruppe bereits zum 1. Januar 2011 keine wesentlichen Auswirkungen auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage gehabt. Weitere wesentliche Akquisitionen fanden während des Geschäftsjahres 2011 nicht statt.

Die bei sämtlichen genannten Unternehmenszusammenschlüssen identifizierten immateriellen Vermögenswerte basieren auf externen, unabhängigen Bewertungen auf der Basis anerkannter Bewertungsmethoden.

Wesentliche Akquisitionen im Geschäftsjahr 2010

Sultan Sushi CVBA

Am 4. März 2010 hat die ProSiebenSat.1 Group über die Red Arrow Entertainment Group GmbH 51 Prozent der Anteile an der belgischen Produktionsfirma Sultan Sushi CVBA für einen Bar-Kaufpreis von 1,0 Mio Euro erworben. Der Erwerb von Sultan Sushi CVBA und die daraus resultierende Kaufpreisallokation hatten keine wesentlichen Auswirkungen auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der ProSiebenSat.1 Group.

Kinetic Content LLC

Die ProSiebenSat.1 Group hat am 20. August 2010 über ihre Tochtergesellschaften Red Arrow Entertainment Group GmbH und die neu gegründete SevenOne International Inc. 51 Prozent der Anteile an der US-Produktionsgesellschaft Kinetic Content LLC, Santa Monica, L.A. für einen Kaufpreis von 5,0 Mio USD (3,7 Mio Euro) erworben. Darüber hinaus wurde mit dem Minderheitsgesellschafter eine Put-Option vereinbart, die im Zeitraum zwischen 2014 und 2016 ausübbar ist. Der beizulegende Zeitwert der Put-Option zum Erwerbszeitpunkt in Höhe von 11,6 Mio USD (8,5 Mio Euro) wurde als finanzielle Verbindlichkeit bilanziert, da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Verbindlichkeit der Put-Option zu erfüllen. Am 31. Dezember 2011 beträgt der beizulegende Zeitwert der Put-Option 9,8 Mio Euro. Anteile anderer Gesellschafter wurden aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) dagegen nicht bilanziert.

Beide Akquisitionen werden dem Segment Free-TV Deutschsprachig zugeordnet und unterstützen den internationalen Wachstumsprozess der ProSiebenSat.1 Group im Bereich Entwicklung und Produktion von genre- und plattformübergreifenden Programminhalten.

Darüber hinaus wurden im Geschäftsjahr 2010 die restlichen 74,9 Prozent an dem bislang nach der At-Equity-Methode bilanzierten assoziierten Unternehmen Autoplenum GmbH, München, für einen Bar-Kaufpreis in Höhe von 1,4 Mio Euro erworben. Auf eine Neubewertung des ursprünglichen Anteils wurde aus Wesentlichkeitsgründen verzichtet. Die Gesellschaft wird dem Segment Diversifikation zugeordnet.

Der Erwerb sowie der Umsatz- und Ergebnisbeitrag der erstmalig voll konsolidierten Gesellschaften hat für den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group sowohl für den Zeitraum ab der Erstkonsolidierung als auch für das gesamte Geschäftsjahr 2010 keine wesentliche Auswirkung auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage.

Zum Erwerbszeitpunkt sind in den Vermögenswerten und Schulden der ProSiebenSat.1 Group die oben genannten Gesellschaften in Summe mit folgenden Werten enthalten (es werden nur die Bilanzposten dargestellt, die Werte enthalten):

in Mio Euro	Buchwerte zum Erwerbszeit- punkt	Step up	Fair Value zum Erwerbszeit- punkt
Immaterielle Vermögenswerte	0,0	- / -	0,0
Sachanlagen	0,2	- / -	0,2
Latente Ertragsteueransprüche	0,0	0,1	0,1
Langfristige Vermögenswerte	0,2	0,1	0,3
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	0,7	- / -	0,7
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	4,2	- / -	4,2
Kurzfristige Vermögenswerte	4,9	- / -	4,9
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	0,0	- / -	0,0
Darlehen und Kredite	-0,6	- / -	-0,6
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	-0,4	- / -	-0,4
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	-1,0	- / -	-1,0
Anteile anderer Gesellschafter	0,0	-1,0	-1,0
Netto-Reinvermögen	4,1	-0,9	3,2
Kaufpreis nach IFRS 3			15,7
Geschäfts- oder Firmenwert			12,5

b) Verkäufe

Verkäufe im Geschäftsjahr 2011

Veräußerung der Tochterunternehmen in Belgien und den Niederlanden

Mit Kaufvertrag vom 20. April 2011 veräußerte die ProSiebenSat.1 Group ihr TV-Geschäft in Belgien sowie das TV- und Print-Geschäft in den Niederlanden an ein Konsortium führender internationaler Medienunternehmen. Der den Transaktionen zugrunde liegende Unternehmenswert betrug insgesamt 1,225 Mrd Euro. Die veräußerten Tochterunternehmen aus dem Bereich TV waren dem Segment Free TV International zugeordnet, der Print-Bereich dem Segment Diversifikation (vgl. Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“). Der formale und rechtliche Abschluss („Closing“) der Transaktion erfolgte für die Tochtergesellschaften in Belgien am 8. Juni 2011, für die Tochtergesellschaften in den Niederlanden nach Zustimmung der niederländischen Kartellbehörden am 29. Juli 2011.

Aufgrund des mit der Veräußerung einhergehenden Kontrollverlustes wurden die betroffenen Unternehmen zu den oben genannten Zeitpunkten entkonsolidiert. Der im Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten ausgewiesene Entkonsolidierungsgewinn aus der Veräußerung der Tochterunternehmen beträgt 335,8 Mio. Euro. Aufgrund ihrer Bedeutung für die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage 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 vorläufige Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten (d.h. der verkauften Geschäftsbereiche in Belgien und den Niederlanden) im Geschäftsjahr 2011:

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG NICHT-FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN

in Mio Euro	2011	2010
1. Umsatzerlöse	215,0	403,2
2. Aufwendungen	-166,6	-300,5
3. Betriebsergebnis	48,4	102,7
4. Finanzergebnis	3,0	-2,3
5. Betriebsergebnis vor Steuern	51,4	100,4
4. Ertragsteuern	-12,2	-22,3
5. Betriebsergebnis nach Steuern	39,2	78,1
6. Veräußerungsgewinn aus aufgegebenem Geschäftsbereich	335,8	0,0
7. Ertragsteuern auf Veräußerung	0,0	0,0
8. Ergebnis nach Steuern	375,0	78,1

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-, Vermögens- und Finanzlage der ProSiebenSat.1 Group wie folgt ausgewirkt:

AUSWIRKUNGEN DER ENTKONSOLIDIERUNG AUF DEN KONZERN

in Mio Euro	2011
Geschäfts- und Firmenwert	601,0
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	276,4
Sachanlagevermögen	9,0
Programmvermögen	177,0
Sonstige Vermögenswerte (inkl. aktive latente Steuern)	384,2
Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente	24,1
Rückstellungen	-1,7
Passive latente Steuern	-75,3
Sonstige Verbindlichkeiten	-247,7
Nettovermögen	1.147,0
Kaufpreis in bar	1.483,5
Noch ausstehende Forderung	9,1
Veräußerungskosten	-9,8
Kaufpreis abzgl. Veräußerungskosten	1.482,8
Kaufpreis in bar	1.483,5
Abgehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-24,1
Netto-Zahlungsmittelzufluss	1.459,4
Entkonsolidierungsgewinn	335,8

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.

Veräußerung von Tochterunternehmen in Griechenland und Bulgarien

Mit Kaufvertrag vom 19. September 2011 und mit Wirkung zum selben Datum veräußerte die ProSiebenSat.1 Group ihr Radio-Geschäft in Griechenland an eine lokale Verlagsgruppe. Der Verkaufspreis betrug 4,3 Mio Euro, der unter den Verwaltungskosten erfasste Entkonsolidierungsverlust betrug 3,6 Mio Euro. Im Zusammenhang mit der Veräußerung wurden außerplanmäßige Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte (Markenrechte) in Höhe von 2,8 Mio Euro erfasst.

Mit Kaufvertrag vom 8. November 2011 und Wirkung zum 10. November 2011 veräußerte die ProSiebenSat.1 Media Group ihr Radio- und TV-Geschäft in Bulgarien an einen lokalen Finanzinvestor. Der Verkaufspreis betrug 2,2 Mio Euro, der unter den Verwaltungskosten erfasste Entkonsolidierungsverlust betrug 0,1 Mio Euro. Im Zusammenhang mit der Veräußerung wurden außerplanmäßige Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte (Sendelizenzen) in Höhe von 2,7 Mio Euro erfasst.

Aufgrund des mit der Veräußerung einhergehenden Kontrollverlusts wurden die betroffenen Gesellschaften zu den oben angegebenen Zeitpunkten entkonsolidiert. Bei der Berechnung der Entkonsolidierungsergebnisse wurde der Geschäfts- und Firmenwert gemäß IAS 36.86 auf der Basis relativer Werte auf die jeweils abgehenden und verbleibenden Einheiten allokiert. Die veräußerten Unternehmen stellen aufgrund ihrer untergeordneten Bedeutung keine nicht-geführten Aktivitäten im Sinne des IFRS 5 dar, ein separater Ausweis bzw. eine Anpassung von Vorjahreszahlen war daher nicht geboten.

Wesentliche Verkäufe im Geschäftsjahr 2010

Mit Kaufvertrag vom 16. Juni 2010 veräußerte die ProSiebenSat.1 Media AG ihre Tochtergesellschaften N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH, Berlin, und MAZ & More TV-Produktion GmbH, Berlin, an die neu gegründete N24 Media GmbH, Berlin. Im Rahmen des Verkaufsprozesses fielen im Geschäftsjahr 2010 Einmalaufwendungen bzw. Wertminderungen in Höhe von insgesamt 54,9 Mio Euro an, die in den Verwaltungskosten ausgewiesen werden. Davon sind 41,3 Mio Euro auf die Übernahme der Kosten der Restrukturierungsmaßnahmen der verkauften Gesellschaften sowie 13,6 Mio Euro auf Wertminderungen von langfristigen Vermögenswerten und sonstige Belastungen zurückzuführen. Die Liquiditätseffekte dieser größtenteils zahlungswirksamen Einmalaufwendungen waren überwiegend bis Mitte 2011 wirksam. Bis zum 31. Dezember 2010 flossen liquide Mittel in Höhe von 37,1 Mio Euro und im Geschäftsjahr 2011 2,9 Mio Euro ab. Die im Zusammenhang mit dem Verkauf gebildeten Rückstellungen beliefen sich zum 31. Dezember 2010 auf 14,2 Mio Euro, zum 31. Dezember 2011 auf 9,6 Mio Euro.

Die Entkonsolidierung der Gesellschaften erfolgte zum 30. Juni 2010. Der Verkaufspreis belief sich auf das Stammkapital in Höhe von 25.000 Euro der veräußerten Gesellschaft N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH. Durch die Entkonsolidierung gingen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente der veräußerten Gesellschaften in Höhe von 12,0 Mio Euro ab. Die sonstigen im Rahmen der Veräußerung entkonsolidierten Vermögenswerte und Schulden sind aus Konzernsicht unwesentlich.

Darüber hinaus wurde ein bis Ende 2016 laufender Vertrag mit der N24 Media GmbH für die Zulieferung sämtlicher Nachrichtenformate der Sender SAT.1, ProSieben und kabel eins unterzeichnet. Auch das SAT.1-Frühstücksfernsehen und das SAT.1-Magazin werden bis mindestens Mitte 2014 von den veräußerten Gesellschaften für die ProSiebenSat.1 Group produziert. Die Verpflichtungen aus diesen Verträgen belaufen sich für die ProSiebenSat.1 Group auf ca. 210 Mio Euro für den gesamten Vertragszeitraum. Hiervon wurden bis zum 31. Dezember 2011 ein Volumen von 70,4 Mio Euro abgerufen, davon 46,9 Mio Euro im Geschäftsjahr 2011.

Weitere wesentliche Veräußerungen fanden im Geschäftsjahr 2010 nicht statt.

c) Einstellungen des Geschäftsbetriebs

Schließung von 9Live im Geschäftsjahr 2011

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

Im Geschäftsjahr 2010 fanden keine Einstellungen von Geschäftsbetrieben in der ProSiebenSat.1 Group statt.

4

Konsolidierungsgrundsätze

Gewinne und Verluste, Umsätze, Erträge und Aufwendungen, die durch Transaktionen innerhalb des Konsolidierungskreises begründet sind, sowie die zwischen konsolidierten Gesellschaften bestehenden Forderungen und Verbindlichkeiten werden eliminiert. Bei den Konsolidierungsvorgängen werden die latenten ertragsteuerlichen Auswirkungen berücksichtigt, soweit sich die abweichenden steuerlichen Auswirkungen in späteren Geschäftsjahren voraussichtlich ausgleichen. Aktive und passive latente Steuern werden, soweit geboten, miteinander verrechnet.

Die Kapitalkonsolidierung erfolgt durch Verrechnung der Beteiligungsbuchwerte mit dem anteiligen Eigenkapital der Tochterunternehmen. Die Erstkonsolidierung erfolgt gemäß IFRS 3 nach der Erwerbsmethode durch Verrechnung der Anschaffungskosten mit dem beizulegenden Zeitwert

(Fair Value) der erworbenen, identifizierbaren Vermögenswerte sowie übernommenen Schulden und Eventualschulden zum Erwerbszeitpunkt. Die Wertansätze werden in den Folgeperioden fortgeführt. Soweit die Anschaffungskosten der Beteiligung das anteilig erworbene neu bewertete Eigenkapital übersteigen, entsteht ein Geschäfts- oder Firmenwert, der unter den immateriellen Vermögenswerten ausgewiesen wird. Der Geschäfts- oder Firmenwert wird gemäß IAS 36 nicht planmäßig abgeschrieben, sondern mindestens einmal jährlich einem Werthaltigkeitstest unterzogen.

Erlangt die ProSiebenSat.1 Media AG durch den Erwerb weiterer Anteile an assoziierten Unternehmen bzw. an Gemeinschaftsunternehmen die Kontrolle des Unternehmens, ist dieses ab dem Zeitpunkt der Kontrollerlangung voll zu konsolidieren. Der beizulegende Zeitwert der Altanteile ist als erweiterter Teil der Anschaffungskosten des neuen Tochterunternehmens anzusehen. In Höhe der Differenz zum bisherigen At-Equity-Buchwert entsteht dabei ein Ergebniseffekt.

Abschreibungen auf Anteile an Konzerngesellschaften aus Einzelabschlüssen werden im Konzernabschluss rückgängig gemacht.

Anteile an Gesellschaften, deren Geschäftspolitik maßgeblich beeinflusst wird oder bei denen die Möglichkeit besteht, deren Geschäftspolitik maßgeblich zu beeinflussen, werden gemäß IAS 28 nach der At-Equity-Methode bewertet. Der erstmalige Ansatz der Anteile an assoziierten Unternehmen erfolgt dabei mit dem Betrag, der dem anteiligen neu bewerteten Eigenkapital des assoziierten Unternehmens entspricht. Ein verbleibender Unterschiedsbetrag zu den Anschaffungskosten der Beteiligung wird entsprechend der Erwerbsmethode behandelt. Die Buchwerte werden nach dem erstmaligen Ansatz mit dem anteiligen Eigenkapital fortgeschrieben, sofern die Effekte wesentlich sind. Die Anschaffungskosten werden entsprechend dem auf die ProSiebenSat.1 Group entfallenden Anteil der nach dem Erwerb bei den assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen eingetretenen Eigenkapitalmehrungen und -minderungen fortgeschrieben. Zusätzlich wird bei Vorliegen entsprechender Indikatoren ein Werthaltigkeitstest durchgeführt und bei Bedarf ein Wertminderungsaufwand auf den niedrigeren erzielbaren Betrag erfasst. Die Ermittlung des erzielbaren Betrags folgt den für die immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen in Ziffer 6 „Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“ beschriebenen Grundsätzen.

Entfällt zu einem späteren Zeitpunkt der Grund für die vorgenommene Wertminderung, erfolgt eine Zuschreibung auf den Betrag, der sich ohne Erfassung der Wertminderung ergeben hätte. Anteile an Gemeinschaftsunternehmen werden gemäß IAS 31 ebenfalls nach der At-Equity-Methode bewertet. Ein auf einem aktiven Markt notierter Marktpreis für die nach der At-Equity-Methode bewerteten Unternehmen liegt nicht vor.

Das Geschäftsjahr der ProSiebenSat.1 Media AG und aller vollkonsolidierter Unternehmen entspricht dem Kalenderjahr.

5 Währungsumrechnung

Geschäftsvorfälle in fremder Währung werden mit den relevanten Fremdwährungskursen zum Transaktionszeitpunkt umgerechnet. In Folgeperioden werden die monetären Vermögenswerte und Schulden zum Stichtagskurs bewertet und die Umrechnungsdifferenzen erfolgswirksam erfasst. Nichtmonetäre Posten, die zu historischen Anschaffungs- oder Herstellungskosten in einer Fremdwährung bewertet wurden, werden mit dem Kurs am Tag des Geschäftsvorfalles umgerechnet.

Die Abschlüsse von Tochterunternehmen und nach der At-Equity-Methode bewerteten Unternehmen aus Ländern außerhalb des Euroraums werden nach dem Konzept der funktionalen Währung umgerechnet. Für die Tochterunternehmen richtet sich die funktionale Währung nach dem primärem Umfeld, in dem diese ihre Geschäftstätigkeit jeweils ausüben. In der Regel ist dies die Währung, in der liquide Mittel erzeugt und verbraucht werden. In der ProSiebenSat.1 Group entspricht die funktionale Währung überwiegend der Landeswährung, nur in Einzelfällen weicht die funktionale Währung von der jeweiligen Landeswährung ab.

Die Umrechnung der nicht in Euro denominierten Abschlüsse erfolgt nach der modifizierten Stichtagskursmethode, nach der Posten der Gewinn- und Verlustrechnung zum Jahresdurchschnittskurs umgerechnet werden. Das Eigenkapital wird mit historischen Kursen, Vermögens- und Schulpositionen zum Stichtagskurs am Bilanzstichtag umgerechnet. Sämtliche aus der Umrechnung der Fremdwährungsabschlüsse resultierenden Differenzen werden erfolgsneutral im kumulierten übrigen Eigenkapital ausgewiesen. Im Fall des Verkaufs des entsprechenden Tochterunternehmens werden solche Umrechnungsdifferenzen ergebniswirksam erfasst.

Folgende Kurse wurden für die Währungsumrechnung im Konzern angewendet:

Wechselkurs: 1 Euro entspricht	Stichtagskurs		Durchschnittskurs	
	31.12.2011	31.12.2010	2011	2010
Schweizer Franken	1,22	1,25	1,23	1,38
Schwedische Krone	8,92	8,98	9,03	9,54
Norwegische Krone	7,78	7,81	7,79	8,01
Dänische Krone	7,43	7,45	7,45	7,45
US-Dollar	1,29	1,34	1,39	1,33
Britisches Pfund Sterling	0,84	0,86	0,87	0,86
Ungarische Forint	312,82	277,84	279,53	275,53
Rumänischer Leu	4,33	4,28	4,24	4,21
Bulgarischer Lew	1,96	1,96	1,96	1,96

6 Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

Den Jahresabschlüssen der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen liegen einheitliche Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze zugrunde.

Der Konzernabschluss basiert auf dem Grundsatz historischer Anschaffungs- und Herstellungskosten, mit Ausnahme der Positionen, die zum beizulegenden Zeitwert ausgewiesen werden, insbesondere bestimmte Finanzinstrumente.

Die Ansatz-, Bewertungs- und Ausweismethoden sowie die Erläuterungen und Angaben zum Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2011 folgen grundsätzlich dem Stetigkeitsprinzip. Ausnahmen beruhen auf Änderungen aufgrund der Anwendung neuer bzw. überarbeiteter Rechnungsvorschriften (siehe Ziffer 7) bzw. im Sinne der Vermittlung relevanterer Informationen.

Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Group im Geschäftsjahr 2011 ihre Berechnungsmethodik für das Ergebnis je Aktie geändert. Es werden nunmehr Verwässerungseffekte sowohl für das Ergebnis je Vorzugsaktie als auch für das Ergebnis je Stammaktie berücksichtigt. Letztere können sich aus der Schmälerung des den Stammaktionären zuzurechnenden Gewinns durch die Ausübung von Aktienoptionen auf Vorzugsaktien ergeben. Die Vorjahresberechnung wurde entsprechend angepasst, hieraus ergaben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf das verwässerte Ergebnis je Aktie.

Die ProSiebenSat.1 Group hat im Geschäftsjahr 2011 ihre TV-Aktivitäten in Belgien und ihre TV- und Print-Aktivitäten in den Niederlanden veräußert. Der rechtliche und wirtschaftliche Abschluss der Veräußerung der niederländischen Aktivitäten erfolgte nach Genehmigung durch die zuständigen Kartellbehörden im dritten Quartal 2011. Die Transaktion wurde gemäß IFRS 5 erfasst. Da die zur Veräußerung stehenden Tochterunternehmen „nicht-fortgeführte Aktivitäten“ darstellen, wurden deren Ergebnisposten einschließlich des Entkonsolidierungserfolgs als „Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten“ nach Ertragsteuern separat und unter Anpassung der Vorperioden in der Gewinn- und Verlustrechnung dargestellt. Für weiterführende Angaben verweisen wir auf Ziffer 3 „Akquisitionen und Verkäufe“.

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

Ertrags- und Aufwandsrealisierung

In der ProSiebenSat.1 Group werden Umsatzerlöse im Wesentlichen in Form von Werbeerlösen aus dem Verkauf von Fernseh-Werbezeiten erzielt. Bei den Werbeerlösen handelt es sich um Nettoerlöse nach Abzug von Skonti, Agenturprovisionen und Bar-Rabatten sowie Umsatzsteuer.

Umsatzerlöse werden mit Erbringung der Leistung bzw. mit Übergang der Gefahren auf den Kunden realisiert. Umsatzerlöse werden demnach erfasst, wenn die Leistung erbracht, die wesentlichen mit dem Eigentum verbundenen Risiken und Verwertungschancen auf den Erwerber übergegangen sind, der Betrag des Erlöses zuverlässig bestimmt werden kann, der aus dem Verkauf resultierende Zufluss eines wirtschaftlichen Nutzens hinreichend wahrscheinlich ist und die mit dem Verkauf verbundenen Kosten zuverlässig bestimmt werden können.

Im Speziellen gelten Fernseh-Werbeerlöse sowie Radio-Werbeerlöse als realisiert, wenn Werbespots gesendet wurden. Umsatzerlöse aus Pay-TV-Aktivitäten sowie Erlöse aus dem Vertrieb von Printprodukten gelten als realisiert, wenn die Leistung erbracht wurde. Erlöse aus Merchandisinglizenz-Verkäufen sind bei Lizenzbeginn für den Kunden in Höhe der vereinbarten Garantiesumme zu realisieren. Umsatzerlöse aus dem Verkauf von Programmvermögen und Programmnebenrechten gelten als realisiert, wenn die Lizenzzeit für den Erwerber des Programmvermögens begonnen hat und das sendefähige Material an diesen geliefert worden ist.

Umsatzerlöse aus Tauschgeschäften („barter transactions“) gelten nur dann als Geschäftsvorfälle, die einen Ertrag bewirken, wenn nicht gleichartige Güter oder Dienstleistungen getauscht werden und der Betrag der Erlöse und der Kosten sowie der ökonomische Nutzen eindeutig messbar sind. Eine Bewertung dieser Umsatzerlöse aus Tauschgeschäften erfolgt auf Basis des beizulegenden Zeitwerts der erbrachten (Werbezeit-)Leistung, sofern der beizulegende Zeitwert verlässlich bestimmt werden kann. Bei der ProSiebenSat.1 Group handelt es sich bei Tauschgeschäften im Wesentlichen um Gegengeschäfte im Rahmen von Werbezeitenvermarktung.

Im Bereich der Produktion von Programminhalten werden Umsatzerlöse nach der Percentage-of-Completion-Methode (Methode der Gewinnrealisierung nach dem Fertigstellungsgrad) ermittelt, sofern die geplanten Umsätze verlässlich geschätzt werden können. Der Fertigstellungsgrad ergibt sich dabei aus dem Verhältnis der angefallenen Projektkosten zu den geschätzten Gesamtauftragskosten. Sofern die erwarteten Erlöse nicht verlässlich geschätzt werden können, erfolgt die Realisierung der Umsatzerlöse in Höhe der angefallenen Auftragskosten. Die Auftragskosten werden dann in der Periode im Aufwand erfasst, in der sie anfallen. Ist hingegen absehbar, dass die gesamten Auftragskosten die geplanten Umsatzerlöse übersteigen, wird der erwartete Verlust unmittelbar als Aufwand erfasst.

Die Erfassung von sonstigen betrieblichen Erträgen erfolgt grundsätzlich dann, wenn die Leistung erbracht, die Höhe der Erträge verlässlich ermittelbar ist und der wirtschaftliche Nutzen dem Konzern hinreichend wahrscheinlich zufließen wird. Betriebliche Aufwendungen werden mit Inanspruchnahme der Leistung bzw. zum Zeitpunkt ihrer Verursachung ergebniswirksam. Zinserträge und -aufwendungen werden periodengerecht erfasst. Dividenden aus Beteiligungen, die weder vollkonsolidiert noch nach der At-Equity-Methode bewertet sind, werden mit Entstehen des Rechtsanspruchs vereinnahmt.

Öffentliche Zuwendungen werden ertragswirksam als sonstiger betrieblicher Ertrag vereinnahmt, sofern das jeweilige Unternehmen die Voraussetzungen erfüllt und die Zuwendungen auch tatsächlich zugeflossen sind. Die Vereinnahmung erfolgt periodengerecht entsprechend dem Anfall der bezuschussten Aufwendungen im Falle von Aufwands- oder Ertragszuschüssen bzw. proportional zum Abschreibungsverlauf bei Investitionszuschüssen.

Immaterielle Vermögenswerte

Unter den immateriellen Vermögenswerten werden hauptsächlich Geschäfts- oder Firmenwerte und Marken aus dem Erwerb von vollkonsolidierten Tochterunternehmen sowie gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte ausgewiesen.

Erworbene Vermögenswerte werden gemäß IAS 38 aktiviert, wenn die Vermögenswerte einen künftigen Nutzenzufluss erwarten lassen und die Anschaffungs- und Herstellungskosten verlässlich bewertet werden können. Soweit sie nicht einer unbestimmten Nutzungsdauer unterliegen, werden sie um planmäßige Abschreibungen und gegebenenfalls um Wertminderungen vermindert. Die planmäßigen Abschreibungen werden entsprechend dem Nutzungsverlauf nach der linearen Methode vorgenommen. Die zugrunde liegenden Nutzungsdauern betragen bei erworbener Software im Regelfall drei bis acht Jahre, Lizenzen und andere Schutzrechte werden über zehn Jahre oder abhängig von der Laufzeit der Lizenzverträge abgeschrieben. Abweichend davon können sich - bei im Rahmen von akquisitionsbedingten Erstkonsolidierungen erworbenen immateriellen Vermögenswerten mit begrenzter Nutzungsdauer - andere Nutzungszeiträume ergeben. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um Übertragungsrechte und Kundenbeziehungen, die planmäßig über eine erwartete Nutzungsdauer zwischen 4 und 14 Jahren abgeschrieben werden. Die Nutzungsdauern und Abschreibungsmethoden werden jährlich überprüft und entsprechend den geänderten Erwartungen angepasst.

Selbst erstellte Vermögenswerte werden gemäß IAS 38 aktiviert, wenn die Vermögenswerte identifizierbar sind, einen künftigen Nutzenzufluss erwarten lassen und die Herstellungskosten verlässlich ermittelt werden können. Bei der Ermittlung der Herstellungskosten wird zwischen Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen unterschieden, wobei Erstere mit der Entstehung als Aufwand erfasst werden. Neben den oben beschriebenen Kriterien werden Entwicklungskosten nur aktiviert, wenn das Produkt oder der Prozess technisch und wirtschaftlich realisierbar sind. Dabei müssen der Abschluss der Entwicklung und die anschließende Nutzung bzw. Veräußerung sowohl von technischer als auch finanzieller Seite sichergestellt als auch beabsichtigt sein. Hinsichtlich der Bewertung folgt der Bereich der selbst erstellten Vermögenswerte den oben beschriebenen Grundsätzen für erworbene immaterielle Vermögenswerte.

Die im Rahmen von Akquisitionen erworbenen immateriellen Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer beziehen sich insbesondere auf Markennamen. Diese werden aufgrund der erwarteten unbestimmten Nutzungsdauer nicht planmäßig abgeschrieben, sondern mindestens einmal jährlich auf ihre Werthaltigkeit hin überprüft.

Sachanlagen

Sachanlagen werden zu Anschaffungs- oder Herstellungskosten, vermindert um nutzungsbedingte planmäßige Abschreibungen sowie um gegebenenfalls erforderliche Wertminderungen, bilanziert. Die Kosten selbst erstellter Sachanlagen umfassen neben den Einzelkosten auch diejenigen Teile der Gemeinkosten, die der Herstellung direkt zurechenbar sind. Für Gegenstände des Sachanlagevermögens, bei denen sich die Herstellung über einen längeren Zeitraum erstreckt, werden Fremdkapitalkosten, die bis zur Fertigstellung anfallen, mit in die Herstellungskosten einbezogen. Diese sind derzeit im Konzern jedoch ohne Bedeutung, weshalb Fremdkapitalkosten grundsätzlich in der Periode erfolgswirksam erfasst werden, in der sie anfallen.

Die planmäßigen Abschreibungen werden entsprechend dem Nutzungsverlauf nach der linearen Methode vorgenommen, denen folgende wirtschaftliche Nutzungsdauern zugrunde liegen:

in Jahren

Bauten auf fremden Grundstücken, Ein- und Umbauten	3-50
Technische Anlagen	2-10
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3-20

Leasing

Ein Leasingverhältnis stellt nach IAS 17 eine Vereinbarung dar, bei welcher der Leasinggeber dem Leasingnehmer gegen eine Zahlung oder eine Reihe von Zahlungen das Recht auf Nutzung eines Vermögenswertes für einen vereinbarten Zeitraum überträgt. Es wird zwischen Finanzierungsleasing („Finance Lease“) und Mietleasing („Operating Lease“) unterschieden. Als Finanzierungsleasing werden Leasingtransaktionen behandelt, bei denen der Leasingnehmer im Wesentlichen alle mit dem Eigentum eines Vermögenswerts verbundenen Risiken und Chancen trägt. Alle übrigen Leasingverhältnisse gelten als Mietleasing.

Bei Finanzierungsleasingverhältnissen werden die Vermögenswerte und die hierauf entfallenden Verbindlichkeiten im Zugangszeitpunkt zum beizulegenden Zeitwert bilanziert, soweit die Barwerte der Leasingzahlungen nicht niedriger sind. Die planmäßigen Abschreibungen erfolgen linear über die voraussichtliche Nutzungsdauer bzw. über die kürzere Vertragslaufzeit. Die aus den Finanzierungsleasingverhältnissen resultierenden Zahlungsverpflichtungen werden unter den finanziellen Verbindlichkeiten passiviert und in der Folgezeit nach der Effektivzinsmethode bewertet.

Die Leasingraten aus einem Mietleasingverhältnis werden in der Gewinn- und Verlustrechnung als Aufwand erfasst.

Wertminderung immaterieller Vermögenswerte und Sachanlagen

Nach IAS 36 hat ein Unternehmen für Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer bei Vorliegen von Anzeichen einer möglichen Wertminderung einen Werthaltigkeitstest durchzuführen. Bei entsprechenden Anhaltspunkten wird dem fortgeführten Buchwert des Vermögenswertes der erzielbare Betrag, der den höheren Wert aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten und Nutzungswert repräsentiert, gegenübergestellt. Der Nutzungswert entspricht dabei dem Barwert der künftigen Zahlungsströme, die durch die fortlaufende Nutzung des Vermögenswertes erwartet werden. Im Falle einer eingetretenen Wertminderung wird diese als Differenzbetrag zwischen dem fortgeführten Buchwert und dem niedrigeren erzielbaren Betrag aufwandswirksam erfasst. Sobald Hinweise vorliegen, dass die Gründe für eine Wertminderung nicht mehr vorliegen, werden Zuschreibungen vorgenommen. Diese dürfen die fortgeführten Anschaffungskosten nicht übersteigen.

Darüber hinaus sind immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer und noch nicht nutzungsbereite immaterielle Vermögenswerte sowie erworbene Geschäfts- oder Firmenwerte einem jährlichen Werthaltigkeitstest zu unterziehen. Soweit die Gründe für eine Wertminderung nicht mehr bestehen, werden - außer im Falle von Geschäfts- oder Firmenwerten - Wertaufholungen vorgenommen.

Falls erforderlich, wird die Überprüfung der Werthaltigkeit nicht auf Ebene eines einzelnen Vermögenswertes durchgeführt, sondern auf Ebene zahlungsmittelgenerierender Einheiten, denen der Vermögenswert zuzuordnen ist.

Hierbei wird der im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworbene Geschäfts- oder Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit oder der Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten zugeordnet, die erwartungsgemäß von den Synergien des Unternehmenszusammenschlusses profitiert.

Die ProSiebenSat.1 Group überprüft die Geschäfts- oder Firmenwerte sowie die im Rahmen von Akquisitionen erworbenen Markennamen einmal jährlich auf Wertminderung in Übereinstimmung mit den Konzern-Bilanzierungsvorschriften. Eine Überprüfung erfolgt auch situationsbedingt, wenn Ereignisse oder Umstände eintreten, die auf eine mögliche Wertminderung hindeuten. Die Überprüfung der Werthaltigkeit des Geschäfts- oder Firmenwertes erfolgt auf der Ebene zahlungsmittelgenerierender Einheiten oder Gruppen zahlungsmittelgenerierender Einheiten. Diese repräsentieren die unterste Ebene, auf welcher der Geschäfts- oder Firmenwert für die interne Unternehmensführung überwacht wird. Es handelt sich hierbei um die operativen Segmente Free-TV Deutschsprachig, Free-TV International, Radio, Print und Other Media. Die operativen Segmente Radio, Print und Other Media bilden dabei im Rahmen der Segmentberichterstattung das Berichtssegment Diversifikation.

Die Gesellschaft bestimmt den erzielbaren Betrag grundsätzlich anhand von Bewertungsmethoden, die auf diskontierten Zahlungsströmen (Cashflows) basieren. Diesen diskontierten Cashflows liegen Fünf-Jahres-Prognosen zugrunde, die auf vom Management genehmigten Finanzplanungen aufbauen. Die Cashflow-Prognosen berücksichtigen Erfahrungen der Vergangenheit und basieren auf der besten, vom Management vorgenommenen Einschätzung über künftige Entwicklungen sowie zusätzlichen externen Informationen. Cashflows jenseits der Planungsperiode werden unter Anwendung individueller Wachstumsraten extrapoliert, die jedoch nicht über die Inflationserwartungen für die jeweiligen Einheiten hinausgehen. Die wichtigsten Annahmen, auf denen die Entwicklung des Nutzungswerts basieren, beinhalten Annahmen über zukünftige Cashflows, geschätzte Wachstumsraten, gewichtete durchschnittliche Kapitalkosten und Steuersätze. Diese Prämissen sowie die zugrunde liegende Methodik können einen erheblichen Einfluss auf die jeweiligen Werte haben. Für weiterführende Angaben zur Ermittlung des Nutzungswerts und den zugrunde liegenden zentralen Annahmen verweisen wir auf Ziffer 18 „Immaterielle Vermögenswerte“.

Programmvermögen

Das Programmvermögen beinhaltet Spielfilme, Serien, Auftragsproduktionen sowie hierauf geleistete Anzahlungen (inklusive geleisteter Anzahlungen auf Sportrechte). Spielfilme und Serien werden mit Beginn der vertraglichen Lizenzzeit aktiviert, Auftragsproduktionen werden nach der Abnahme als sendefähiges Programmvermögen aktiviert. Sportrechte sind bis zur Ausstrahlung in den geleisteten Anzahlungen enthalten. Der erstmalige Ansatz erfolgt zu Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten. Es erfolgt grundsätzlich keine Einbeziehung von Fremdkapitalkosten in das Bewertungsgerüst, weil die Voraussetzungen des IAS 23 nicht erfüllt sind.

Der planmäßige Werteverzehr auf Lizenzen und der zur mehrmaligen Ausstrahlung vorgesehenen Auftragsproduktionen erfolgt mit Beginn der ersten Ausstrahlung und ist abhängig von der Anzahl der zulässigen bzw. geplanten Ausstrahlungen. Der ausstrahlungsbedingte Werteverzehr

erfolgt degressiv nach einer konzernweit standardisierten Matrix, die das mit der jeweiligen Ausstrahlung verbundene erwartete Erlösgenerierungspotenzial widerspiegelt. Bei den zur einmaligen Ausstrahlung vorgesehenen Auftragsproduktionen erfolgt der Werteverzehr in voller Höhe bei Ausstrahlung.

Außerplanmäßiger Werteverzehr auf Programmvermögen wird dann vorgenommen, wenn erwartet wird, dass die Kosten des Programms voraussichtlich nicht durch die zukünftigen Erlöse gedeckt werden können. Anhaltspunkte hierfür können unter anderem veränderte Anforderungen aus dem Werbeumfeld, Anpassung der Programme an die Wünsche der Zielgruppen, medienrechtliche Einschränkungen bei der Einsetzbarkeit von Filmen, Auslaufen der Lizenzzeit vor Ausstrahlung oder die Nichtfortsetzung von Auftragsproduktionen sein. Der planmäßige ausstrahlungsbedingte Werteverzehr und der außerplanmäßige Werteverzehr werden unter den Umsatzkosten ausgewiesen. Soweit Anhaltspunkte vorliegen, die auf eine Wertminderung hindeuten, erfolgt nur bei Ausstrahlungen, die die Voraussetzungen eines Vermögenswertes nicht mehr erfüllen oder deren Nutzung eingeschränkt ist, eine Wertberichtigung in voller Höhe, ansonsten ein außerplanmäßiger Werteverzehr, soweit der Buchwert das Erlöspotenzial übersteigt.

Wertaufholungen auf das Programmvermögen werden vorgenommen, wenn es Anhaltspunkte dafür gibt, dass die ursprüngliche Wertminderung entfallen ist und sich in der Folge ein höherer erzielbarer Betrag ergibt. Wertaufholungen werden mit den Umsatzkosten saldiert.

Programmvermögen, das zur einmaligen Ausstrahlung vorgesehen ist, wird grundsätzlich als kurzfristiges Programmvermögen ausgewiesen. Hierzu gehören insbesondere Sportrechte.

Drohverlustrückstellungen werden auf vor dem Bilanzstichtag abgeschlossene Verträge zum Erwerb von Programmvermögen bilanziert, dessen Lizenzbeginn nach dem Bilanzstichtag liegt und das nach heutiger programmlicher Einschätzung in Zukunft nicht die prognostizierten Erlöse erwarten lässt. Dabei werden zur Bewertung der einzelnen Verträge Faktoren wie Qualität und Alter der Programme, medienrechtlich begründete Einschränkungen der Einsetzbarkeit und die strategische Programmplanung herangezogen.

Finanzinstrumente

Finanzinstrumente sind nach IAS 39 alle Verträge, die bei einem Unternehmen zu einem finanziellen Vermögenswert und bei einem anderen Unternehmen zu einer finanziellen Schuld oder einem Eigenkapitalinstrument führen.

Die finanziellen Vermögenswerte der ProSiebenSat.1 Group werden in die Kategorien Darlehen und Forderungen (einschließlich Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente), bis zur Endfälligkeit gehaltene finanzielle Vermögenswerte, erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte sowie zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte unterteilt. Finanzielle Vermögenswerte der Bewertungskategorie bis zur Endfälligkeit gehaltene finanzielle Vermögenswerte liegen in der ProSiebenSat.1 Group nicht vor.

Die finanziellen Verbindlichkeiten werden in die Kategorien erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten und zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten eingeordnet. Letztere Kategorie beinhaltet insbesondere Darlehen und Kredite sowie sonstige finanzielle Verbindlichkeiten einschließlich Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverhältnissen.

Die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Finanzinstrumente umfassen finanzielle Vermögenswerte und Verbindlichkeiten, die zu Handelszwecken gehalten werden, wie zum Beispiel derivative Finanzinstrumente, die nicht als Sicherungsgeschäfte im Rahmen einer Sicherungsbeziehung qualifizieren. Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Group Anteile

an Investmentfonds beim erstmaligen Ansatz als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert designiert. Derivative Finanzinstrumente, die als Sicherungsgeschäfte im Rahmen einer Sicherungsbeziehung qualifizieren, sind dagegen keiner der genannten Kategorien zugeordnet.

Finanzinstrumente werden zu fortgeführten Anschaffungskosten oder zum beizulegenden Zeitwert bilanziert. Die fortgeführten Anschaffungskosten werden mittels der Effektivzinsmethode bestimmt. Der beizulegende Zeitwert eines Finanzinstruments spiegelt den Wert wider, zu dem ein Finanzinstrument wie unter fremden Dritten gehandelt werden kann, wenn es kauf- und verkaufswillige Parteien gibt und es sich nicht um einen Zwangs- oder Liquidationsverkauf handelt. Der beizulegende Zeitwert entspricht im Allgemeinen dem Markt- oder Börsenwert. Wenn kein aktiver Markt existiert, wird der beizulegende Zeitwert mittels finanzmathematischer Methoden ermittelt (zum Beispiel durch Diskontierung der zukünftigen Zahlungsströme mit dem Marktzinssatz). Ist der beizulegende Zeitwert von Finanzinstrumenten jedoch nicht verlässlich ermittelbar, werden die Finanzinstrumente mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Nach IAS 39 wird regelmäßig ermittelt, ob objektive substanzielle Hinweise vorliegen, die darauf schließen lassen, dass eine Wertminderung eines finanziellen Vermögenswerts oder eines Portfolios finanzieller Vermögenswerte eingetreten ist. Nach Durchführung eines Werthaltigkeitstests wird ein gegebenenfalls erforderlicher Wertminderungsaufwand ergebniswirksam erfasst. Eine Wertminderung bei Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wird insbesondere dann erfasst, wenn objektive Hinweise vorliegen, dass die fälligen Forderungsbeträge nicht vollständig einbringlich sind. Gewinne und Verluste aus einem zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswert werden direkt im Eigenkapital erfasst, bis der finanzielle Vermögenswert abgegangen ist oder eine Wertminderung festgestellt wird. Im Falle einer Wertminderung wird der kumulierte Nettoverlust dem Eigenkapital entnommen und im Ergebnis ausgewiesen. Derzeit gibt es bei der ProSiebenSat.1 Group keine zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerte, die zum beizulegenden Zeitwert erfasst werden.

Derivative Finanzinstrumente und Bilanzierung von Sicherungszusammenhängen (Hedge Accounting)

Derivative Finanzinstrumente dienen wirtschaftlich der Absicherung von Risiken. Die ProSiebenSat.1 Group setzt derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps sowie Devisentermingeschäften und Devisenoptionen zur Absicherung gegen Zinsänderungs- und Währungsrisiken ein. Während Zinsänderungsrisiken durch variabel verzinsliche Verbindlichkeiten entstehen, ergeben sich Währungsrisiken insbesondere durch Lizenzzahlungen für Programmvermögen, die in US-Dollar denominated sind.

Derivative Finanzinstrumente werden als Vermögenswert oder finanzielle Verbindlichkeit mit ihrem beizulegenden Zeitwert in der Bilanz angesetzt, unabhängig davon, zu welchem Zweck oder in welcher Absicht sie abgeschlossen wurden. Der beizulegende Zeitwert derivativer Finanzinstrumente wird durch Diskontierung der zukünftigen Zahlungsströme mit dem Marktzinssatz sowie mittels weiterer anerkannter finanzmathematischer Methoden, wie zum Beispiel Optionspreismodelle, ermittelt. Die Bilanzierung der derivativen Finanzinstrumente erfolgt zum Handelstag. Der beizulegende Zeitwert von Zinsswaps ist bei erstmaliger Bilanzierung in der Regel null. In der Folgebewertung werden Zinsswaps mit ihrem Marktwert als sonstiger Vermögenswert bzw. sonstige Verbindlichkeit in der Bilanz ausgewiesen. Der beizulegende Zeitwert von Devisentermingeschäften ist ebenfalls bei erstmaliger Bilanzierung null. In der Folgebewertung werden Devisentermingeschäfte mit ihrem Marktwert als sonstiger Vermögenswert bzw. sonstige Verbindlichkeit in der Bilanz ausgewiesen. Gekaufte Devisenoptionen werden erstmalig in Höhe ihrer Optionsprämie als sonstiger Vermögenswert und nachfolgend

mit ihrem Marktwert aktiviert. Veränderungen des beizulegenden Zeitwertes werden grundsätzlich erfolgswirksam erfasst. Im Rahmen der Bewertung von derivaten Finanzinstrumenten werden kontrahentenspezifische Kreditrisiken berücksichtigt.

Sofern ein eindeutiger Sicherungszusammenhang nachgewiesen und dokumentiert werden kann, ist die Bildung von Bewertungseinheiten (Hedge Accounting) möglich. Beim Hedge Accounting hängt die bilanzielle Berücksichtigung der Marktwertänderungen der Derivate von der Art der Sicherungsbeziehung ab. Handelt es sich um die Absicherung künftiger Zahlungsströme (Cashflow Hedge), werden die Marktwertänderungen des effektiven Teils des Derivats zunächst gesondert im Eigenkapital erfasst und erst bei Realisierung des Grundgeschäfts ergebniswirksam. Der ineffektive Teil wird sofort erfolgswirksam erfasst. Im Rahmen der Absicherung zukünftiger Lizenzzahlungen gegen Währungsrisiken werden die im Eigenkapital erfassten Gewinne oder Verluste aus dem Sicherungsinstrument bei Lizenzbeginn, das heißt bei Aktivierung des Grundgeschäfts, ausgebucht und erhöhen bzw. vermindern dessen Anschaffungskosten entsprechend. Bei der Absicherung gegen Marktwertänderungen von Bilanzposten (Fair Value Hedge) werden die Marktwertänderungen des Derivats ebenso wie die Buchwertanpassung der dazugehörigen Grundgeschäfte ergebniswirksam erfasst. Bei der ProSiebenSat.1 Group kommen Fair Value Hedges derzeit nicht vor.

Zu Beginn eines Sicherungsgeschäfts ist entsprechend den Anforderungen des IAS 39 eine umfassende Dokumentation des Sicherungszusammenhangs erforderlich, die unter anderem die mit der Sicherung verbundenen Risikomanagementstrategie und -ziele beschreibt. Soweit möglich, werden Grund- und Sicherungsgeschäfte in der ProSiebenSat.1 Group in sogenannten Hedge-Büchern zusammengefasst und gesteuert. In regelmäßigen Abständen wird die Effektivität der Sicherungsbeziehung gemessen. Sollte eine Sicherungsbeziehung nicht oder nicht mehr den Anforderungen des IAS 39 genügen, wird das Hedge Accounting beendet. Nach Beendigung einer Sicherungsbeziehung werden die im Eigenkapital erfassten Beträge immer dann im Periodenergebnis erfasst, wenn die Ergebnisse des Grundgeschäftes erfolgswirksam werden.

Darlehen und Forderungen

Finanzielle Vermögenswerte, die als Darlehen und Forderungen klassifiziert wurden, werden zu fortgeführten Anschaffungskosten, unter Anwendung der Effektivzinsmethode, abzüglich Wertminderungen bewertet. Wertminderungen auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden auf separaten Wertberichtigungskonten erfasst. Im Rahmen der Bewertung ist den aufgrund objektiver Hinweise und Erfahrungswerten erkennbaren Risiken durch Wertberichtigungen angemessen Rechnung getragen worden. Die Einschätzungen und Beurteilungen einzelner Forderungen beruhen auf der Kreditwürdigkeit des jeweiligen Kunden, den aktuellen Konjunkturlagen und der Analyse historischer Forderungsausfälle auf Portfoliobasis.

Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Vermögenswerte

Neben finanziellen Vermögenswerten, die zu Handelszwecken gehalten werden (wie derivative Finanzinstrumente), fallen hierunter finanzielle Vermögenswerte, die bei ihrem erstmaligen Ansatz als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert designiert werden (Fair Value Option). Davon ausgenommen sind Eigenkapitalinstrumente, für die keine notierten Marktpreise auf aktiven Märkten vorliegen und deren Marktwerte nicht verlässlich ermittelt werden können. Die Fair Value Option ist zudem an die Voraussetzungen gebunden, dass durch die Nutzung entweder Ansatz- und Bewertungsinkongruenzen vermieden bzw. erheblich reduziert werden, das Finanzinstrument ein oder mehrere eingebettete Derivate enthält oder dass die Portfoliosteuerung von Finanzinstrumenten auf Marktwertbasis erfolgt. Die Fair Value Option wird entsprechend der aktiven Risikomanagementstrategie der ProSiebenSat.1 Media AG derzeit nur für finanzielle Vermögenswerte genutzt, die der Deckung von Pensionsverpflichtungen dienen und nicht als Planvermögen qualifiziert wurden.

Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte

Anlagen in Eigenkapitalinstrumenten, Schuldinstrumenten und Fondsanteilen werden als zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte klassifiziert und zum beizulegenden Zeitwert bilanziert, sofern dieser verlässlich ermittelt werden kann. Eigenkapitalinstrumente, für die kein auf einem aktiven Markt notierter Preis vorliegt und deren beizulegender Zeitwert nicht verlässlich ermittelt werden kann, werden zu Anschaffungskosten bewertet.

Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche

Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte (oder Gruppen von zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten und Schulden) werden als zur Veräußerung gehalten klassifiziert, wenn ihr Buchwert im Wesentlichen durch einen Verkauf erlöst wird und der Verkauf höchst wahrscheinlich ist. Sie werden zum niedrigeren Wert aus Buchwert oder beizulegendem Zeitwert abzüglich Verkaufskosten bewertet, wenn ihr Buchwert im Wesentlichen durch einen Verkauf erlöst werden wird statt durch fortgesetzte betriebliche Nutzung.

Stellt eine Gruppe von Vermögenswerten, die zur Veräußerung gehalten klassifiziert wird, nicht-fortgeführte Aktivitäten im Sinne des IFRS 5 dar, so sind die hiermit verbundenen Ergebnisposten inklusive eines Entkonsolidierungsergebnisses bei Veräußerung von Tochterunternehmen zusammenzufassen und unter Anpassung der Vergleichsperiode nach Steuern in der Gewinn- und Verlustrechnung gesondert als „Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten“ auszuweisen.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Bei den Zahlungsmitteläquivalenten handelt es sich um kurzfristige, äußerst liquide Finanzinvestitionen, die jederzeit in Zahlungsmittelbeträge umgewandelt werden können und nur unwesentlichen Wertschwankungsrisiken unterliegen. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente werden zu fortgeschriebenen Anschaffungskosten bewertet, Fremdwährungsbestände werden zum jeweiligen Stichtagskurs umgerechnet. Sie entsprechen der in der Kapitalflussrechnung ausgewiesenen Position.

Finanzielle Verbindlichkeiten

Die finanziellen Verbindlichkeiten werden, mit Ausnahme der derivativen Finanzinstrumente, unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Endfällige Darlehen werden mit ihrem Nominalvolumen zu fortgeführten Anschaffungskosten abzüglich Emissions- und Finanzierungskosten erfasst. Diese Kosten werden entsprechend der Effektivzinsmethode über die Laufzeit der Verbindlichkeit verteilt. Bedingte Anschaffungskosten im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen (Put-Optionen, Earn-Out Klauseln) werden mit ihrem Fair Value bei der Erstkonsolidierung passiviert. Die Folgebewertung erfolgt ebenfalls zum Fair Value, wobei dessen Änderung erfolgswirksam erfasst wird. Finanzielle Verbindlichkeiten, die unter die Fair Value Option fallen, liegen in der ProSiebenSat.1 Group nicht vor.

Rückstellungen für Pensionen

Die Pensionsverpflichtungen werden versicherungsmathematisch nach der Methode der laufenden Einmalprämien (Projected Unit Credit Method), einem Anwartschaftsbarwertverfahren ermittelt. Bei diesem Verfahren werden neben biometrischen Berechnungsgrundlagen insbesondere der jeweils aktuelle langfristige Kapitalmarktzinssatz sowie aktuelle Annahmen über zukünftige Gehalts- und Rentensteigerungen berücksichtigt. Der im Pensionsaufwand enthaltene Zinsanteil wird im Finanzergebnis ausgewiesen.

Abweichungen zwischen den getroffenen Annahmen und den tatsächlich eingetretenen Entwicklungen sowie Änderungen von versicherungsmathematischen Annahmen für die Bewertung leistungsorientierter Pensionspläne führen zu versicherungsmathematischen Gewinnen

bzw. Verlusten, die gemäß IAS 19 wahlweise nach unterschiedlichen Ansätzen erfasst werden können. Die ProSiebenSat.1 Group erfasst die versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste im Sinne einer vollständigen Abbildung der Ertragslage sofort in der Periode ihrer Entstehung erfolgswirksam. Die hieraus entstehenden Ergebniswirkungen sind aufgrund des geringen Umfangs der Pensionsverpflichtungen von untergeordneter Bedeutung für die ProSiebenSat.1 Group.

Sonstige Rückstellungen

Rückstellungen werden gebildet, soweit eine aus einem vergangenen Ereignis resultierende rechtliche oder faktische Verpflichtung gegenüber Dritten besteht, die Vermögensabflüsse erwarten lässt und zuverlässig ermittelbar ist. Sie werden mit dem nach bestmöglicher Schätzung des zur Erfüllung der gegenwärtigen Verpflichtung ermittelten Betrags bewertet. Der Ansatz erfolgt zu Vollkosten in Höhe des wahrscheinlichsten Verpflichtungsumfangs unter Berücksichtigung von Erfahrungswerten. Die Höhe der Rückstellung wird regelmäßig angepasst, wenn neue Erkenntnisse oder veränderte Rahmenbedingungen vorliegen. Langfristige Rückstellungen werden zum Bilanzstichtag mit dem Barwert der erwarteten Erfüllungsbeträge, die geschätzte Preis- bzw. Kostensteigerungen berücksichtigen, angesetzt. Die Abzinsungssätze werden regelmäßig den vorherrschenden Marktzinssätzen angepasst. Eine Diskontierung langfristiger Rückstellungen erfolgt jedoch nur in den Fällen, in denen der Abzinsungseffekt wesentlich ist.

Drohverlustrückstellungen bewertet das Unternehmen mit dem niedrigeren Betrag aus den zu erwartenden Kosten bei Erfüllung des Vertrags und den zu erwartenden Kosten bei Beendigung des Vertrags.

Ertragsteuern

Als Ertragsteuern werden die in den einzelnen Ländern erhobenen Steuern auf den steuerpflichtigen Gewinn sowie die Veränderung der latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen. Die ausgewiesenen Ertragsteuern werden auf Basis der am Bilanzstichtag gültigen bzw. verabschiedeten gesetzlichen Regelungen in der Höhe erfasst, wie sie voraussichtlich bezahlt werden müssen.

Latente Steuern werden gemäß IAS 12 für steuerlich abzugsfähige temporäre Differenzen zwischen den Wertansätzen der Vermögenswerte und Verbindlichkeiten in der IFRS- und Steuerbilanz sowie auf Konsolidierungsmaßnahmen und für Steuererminderungsansprüche aus wahrscheinlich in den Folgejahren realisierbaren Verlustvorträgen gebildet. Ausgenommen sind Geschäfts- oder Firmenwerte, auf die keine latenten Steuern gebildet werden dürfen. Der Berechnung liegen die in den einzelnen Ländern zum Realisierungszeitpunkt erwarteten Steuersätze zugrunde. Diese basieren grundsätzlich auf den am Bilanzstichtag geltenden bzw. gesetzlich angekündigten gesetzlichen Regelungen.

Latente Steueransprüche und Steuerschulden werden saldiert, soweit sie gegenüber der gleichen Steuerbehörde bestehen und der Anspruch zur Aufrechnung laufender Steuererstattungsansprüche und -verbindlichkeiten rechtlich durchsetzbar ist.

Werden Gewinne und Verluste direkt im Eigenkapital erfasst, so gilt dies ebenfalls für die darauf abgegrenzten aktiven und passiven latenten Steuern.

Die Beurteilung der Werthaltigkeit aktiver latenter Steuern, die aus zeitlichen Unterschieden und Verlustvorträgen resultieren, unterliegt unternehmensindividuellen Prognosen, unter anderem über die zukünftige Ertragssituation in der betreffenden Konzerngesellschaft. Auf geplante Dividendenausschüttungen von Tochterunternehmen angesetzte passive latente Steuern sind abhängig von der antizipierten Ertragslage der Tochterunternehmen sowie von weiteren

Annahmen beispielsweise in Bezug auf ihre zukünftige Finanzierungsstruktur. Die insofern berücksichtigten Steuerabgrenzungen unterliegen hinsichtlich der zugrunde liegenden Annahmen laufenden Überprüfungen. Geänderte Annahmen oder veränderte Umstände können Korrekturen notwendig machen, die gegebenenfalls zu zusätzlichen Steuerabgrenzungen oder deren Auflösung führen.

Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie entspricht dem Konzernergebnis, dividiert durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl der während des Geschäftsjahrs ausstehenden Vorzugs- und Stammaktien. Das verwässerte Ergebnis je Aktie wird unter der Annahme berechnet, dass alle potenziell verwässernden Anteile und Vergütungspläne, die auf Aktien basieren, ausgeübt wurden.

Aktioptionen

Aktioptionen (aktienbasierte Vergütungstransaktionen mit Ausgleich durch Eigenkapitalinstrumente) werden im Zeitpunkt der Gewährung mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Der beizulegende Zeitwert der Verpflichtung wird über den Erdienungszeitraum als Personalaufwand erfasst.

ZUSAMMENFASSUNG AUSGEWÄHLTER BEWERTUNGSMETHODEN

Position	Bewertungsmethode
VERMÖGENSWERTE	
Geschäfts- oder Firmenwerte	Anschaffungskosten (Folgebewertung: Impairment-Test)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer	Anschaffungskosten (Folgebewertung: Impairment-Test)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer	(Fortgeführte) Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten
Sachanlagen	(Fortgeführte) Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten
Programmvermögen	(Fortgeführte) Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten
Finanzielle Vermögenswerte	
Darlehen und Forderungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Bis zur Endfälligkeit gehalten	nicht vorhanden
Zu Handelszwecken gehalten / Derivate	Erfolgswirksam zum Fair Value
Zur Veräußerung verfügbar	Erfolgsneutral zum Fair Value oder zu fortgeführten Anschaffungskosten
Zahlungsmittel	Anschaffungskosten
VERBINDLICHKEITEN UND RÜCKSTELLUNGEN	
Darlehen und Kredite	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Rückstellungen für Pensionen	Anwartschaftsbarwertverfahren (Projected Unit Credit Method)
Sonstige Rückstellungen	Erfüllungsbetrag (Barwert sofern langfristig)
Finanzielle Verbindlichkeiten	(Fortgeführte) Anschaffungskosten bzw. Fair Value
Sonstige Verbindlichkeiten	Erfüllungsbetrag (Barwert sofern langfristig)

Verwendung von Annahmen und Schätzungen

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses nach IFRS sind zu einem gewissen Grad Annahmen zu treffen und Schätzungen vorzunehmen, die sich auf den Wertansatz der bilanzierten Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie auf die Höhe der Aufwendungen und Erträge auswirken können. Den Annahmen und Schätzungen liegen Prämissen zugrunde, die auf dem jeweils aktuell verfügbaren Kenntnisstand des Managements basieren. Insbesondere werden bezüglich der erwarteten künftigen Geschäftsentwicklung die zum Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses vorliegenden Umstände ebenso wie die als realistisch unterstellte zukünftige Entwicklung des globalen und makroökonomischen branchenbezogenen Umfelds zugrunde gelegt. Durch

von den Annahmen abweichende und außerhalb des Einflussbereichs des Managements liegende Entwicklungen dieser Rahmenbedingungen können die sich tatsächlich einstellenden Beträge von den ursprünglich erwarteten Schätzwerten abweichen. Wenn die tatsächliche Entwicklung von der erwarteten abweicht, werden die Prämissen und, sofern erforderlich, die Buchwerte der betreffenden Vermögenswerte und Verbindlichkeiten entsprechend (erfolgswirksam) angepasst. Änderungen von Schätzungen werden grundsätzlich in der Periode ihrer Änderung und in den zukünftigen Perioden berücksichtigt.

Annahmen und Schätzungen sind insbesondere erforderlich bei folgenden bilanziellen Sachverhalten:

- › Ansatz und Bewertung von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten aus der Kaufpreisallokation im Rahmen der Erstkonsolidierung inklusive der Bewertung von bedingten Kaufpreisbestandteilen bei Unternehmenszusammenschlüssen,
- › Beurteilung der Werthaltigkeit von immateriellen Vermögenswerten (insbesondere von Geschäfts- oder Firmenwerten),
- › Festlegung von Nutzungsdauern langfristiger Vermögenswerte,
- › Bilanzierung und Bewertung von Programmvermögen,
- › Ansatz und Bewertung von Rückstellungen sowie
- › Einschätzung und Realisierbarkeit zukünftiger Steuerentlastungen.

Für die Kaufpreisallokation im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen sind Annahmen hinsichtlich Ansatz und Bewertung von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten zu treffen. Die Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts der erworbenen Vermögenswerte und der übernommenen Verbindlichkeiten zum Zeitpunkt des Erwerbs sowie der Nutzungsdauern der erworbenen immateriellen Vermögenswerte und Sachanlagen ist mit Annahmen verbunden. Die Bewertung basiert in hohem Maße auf prognostizierten Cashflows. Die tatsächlichen Cashflows können von den bei der Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte zugrunde gelegten Cashflows signifikant abweichen. Bei der Kaufpreisaufteilung wesentlicher Akquisitionen werden externe unabhängige Gutachten erstellt. Die Bewertungen bei Unternehmenserwerben basieren auf Informationen, die zum Erwerbszeitpunkt verfügbar sind. Naturgemäß sind die Unsicherheiten der Annahmen und Schätzungen bei immateriellen Vermögenswerten höher als bei den übrigen Vermögenswerten.

Die Prämissen sowie die zugrunde liegende Methodik bei der Durchführung des Werthaltigkeitstests können einen erheblichen Einfluss auf die jeweiligen Werte und letztlich auf die Höhe einer möglichen Wertminderung von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen haben. Insbesondere die Ermittlung diskontierter Cashflows unterliegt in umfangreichem Ausmaß Planungsannahmen, die sensitiv auf Änderungen und damit auf die Werthaltigkeit reagieren können. Detaillierte Angaben zu den im Rahmen des Werthaltigkeitstests verwendeten Annahmen befinden sich in Ziffer 18 „Immaterielle Vermögenswerte“.

Die voraussichtlichen Nutzungsdauern und Abschreibungsverläufe von immateriellen Vermögenswerten (insbesondere von Marken) und Sachanlagen beruhen auf Erfahrungswerten, Planungen und Schätzungen. Hierbei werden auch der Zeitraum und die Verteilung der zukünftigen Mittelzuflüsse geschätzt. Informationen hierzu finden sich in Ziffer 18 „Immaterielle Vermögenswerte“.

Wesentliche Bestandteile des Programmvermögens werden von großen Filmstudios in Form von Filmpaketen erworben. Sowohl die Erstbewertung der einzelnen Lizenzen dieser Filmpakete als auch die Folgebewertung des Programmvermögens basiert auf geschätzten Erlöspotenzialen. Diese Erlöspotenziale berücksichtigen die unterschiedliche Einsetzbarkeit des Programmvermö-

gens und spiegeln abhängig von der Anzahl der relevanten Ausstrahlungen den erforderlichen Werteverzehr des Programmvermögens entsprechend wider. Detaillierte Angaben zum Programmvermögen befinden sich in Ziffer 21 „Programmvermögen“.

Der Ansatz und die Bewertung von Rückstellungen erfolgen auf Basis der Einschätzung und Wahrscheinlichkeit des künftigen Nutzenabflusses sowie anhand von Erfahrungswerten und den zum Bilanzstichtag bekannten Umständen. Zur Beurteilung der Rückstellungshöhe werden neben der Sachverhaltsbeurteilung und den geltend gemachten Ansprüchen im Einzelfall auch die Ergebnisse vergleichbarer Sachverhalte herangezogen sowie Annahmen über Eintrittswahrscheinlichkeiten und Bandbreiten möglicher Inanspruchnahmen getroffen. Insbesondere Rückstellungen für Drohverlustrisiken und Rechtsstreitigkeiten beruhen hinsichtlich ihrer Höhe und Eintrittswahrscheinlichkeit in erheblichem Maße auf Einschätzungen des Managements. Der Beurteilung, ob eine gegenwärtige Verpflichtung vorliegt, liegen in der Regel Expertisen interner Sachverständiger zugrunde. Aufgrund neuerer Informationen können sich die Einschätzungen ändern und die tatsächlichen Belastungen können die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der ProSiebenSat.1 Group beeinflussen. Weitere Informationen befinden sich in Ziffer 31 „Eventualverbindlichkeiten“.

Die Einschätzung und Realisierbarkeit zukünftiger Steuerentlastungen hängt von künftigen steuerpflichtigen Ergebnissen der jeweiligen Konzerngesellschaft ab. Wenn Zweifel an der Realisierbarkeit der Verlustvorträge bestehen, werden im Einzelfall entsprechende Wertberichtigungen der latenten Steueransprüche vorgenommen. Die Beurteilung der Werthaltigkeit latenter Steueransprüche basiert auf unternehmensinternen Prognosen über die zukünftige Ertragssituation der Konzerngesellschaft. Bei der Beurteilung der Realisierbarkeit der Verlustvorträge wird darauf abgestellt, ob eine Nutzung in naher Zukunft (im Wesentlichen innerhalb der nächsten fünf Jahre) möglich ist. Weitere Informationen zu den latenten Steuern befinden sich in Ziffer 15 „Ertragsteuern“.

7 Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften

Die ProSiebenSat.1 Group erstellt ihren Konzernabschluss gemäß § 315a HGB nach den IFRS, die von der Europäischen Kommission zur Anwendung in der Europäischen Union freigegeben werden. Nachfolgend werden zunächst die in der Berichtsperiode erstmalig angewendeten, vom IASB verabschiedeten und in der EU zur Anwendung freigegebenen IFRS dargestellt. Anschließend werden die Standards und Interpretationen erläutert, die vom IASB zum Stichtag verabschiedet waren, aber entweder noch nicht verpflichtend anzuwenden sind oder deren Freigabe durch die Europäische Kommission noch aussteht und die deswegen nicht vorzeitig angewendet wurden.

a) Erstmals in der Berichtsperiode anzuwendende Standards, Interpretationen und Änderungen von Standards und Interpretationen, die Auswirkungen auf die in der Berichtsperiode berichteten Beträge und Angaben hatten

Das IASB hat im November 2009 eine Änderung des IAS 24 „Related Party Disclosures“ veröffentlicht. Diese wurde im Juli 2010 in Europäisches Recht übernommen. Durch die Änderungen wurde unter anderem die Definition der nahestehenden Parteien und Unternehmen überarbeitet, sowohl im Hinblick auf Personen und Mitglieder des Managements in Schlüsselpositionen als auch auf Unternehmen. Die neue Definition folgt einer symmetrischen Sichtweise der Beziehungen zu nahestehenden Unternehmen und Personen. So stellen, im Gegensatz zur bisherigen Fassung des IAS 24, auch assoziierte Unternehmen des obersten Mutterunternehmens nahestehende Unternehmen dar. Darüber hinaus enthält der Standard bestimmte Angabebefreiungen für einer öffentlichen Stelle nahestehende Unternehmen. Die ProSiebenSat.1 Group wendet die geänderte Fassung im vorliegenden Abschluss für das Geschäftsjahr 2011 erstmalig an. Hierdurch wurden erstmalig auch Umsätze und Salden mit verbundenen Unternehmen der Mehrheitsanteilseigner der ProSiebenSat.1 Group berücksichtigt. Hieraus ergaben sich außer den in

Ziffer 37 „Beziehungen zu nahestehende Unternehmen und Personen“ aufgeführten Angaben keine Auswirkungen auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage sowie auf die Angabepflichten der ProSiebenSat.1 Group.

b) Erstmals in der Berichtsperiode anzuwendende Standards, Interpretationen und Änderungen von Standards und Interpretationen, die keine Auswirkungen auf die in der Berichtsperiode berichteten Beträge und Angaben hatten

Das IASB hat im Oktober 2009 eine Änderung des IAS 32 „Financial Instruments: Presentation“ bezüglich der Bilanzierung bestimmter, in Fremdwährung denominierter Anteilsbezugsrechte („rights issues“) herausgegeben. Demnach sind von einem Unternehmen herausgegebene Bezugsrechte, Optionen oder Obligationen, welche das Recht des Inhabers verbriefen, eine festgelegte Anzahl Eigenkapitalinstrumente des Unternehmens im Gegenzug für einen festgelegten Geldbetrag zu erwerben, als Eigenkapital auszuweisen, sofern dieses Angebot für alle Anteilseigner derselben Eigenkapitalklasse gilt. Vor dieser Änderung waren derartige Instrumente als Derivate zu bilanzieren, sofern sie in fremder Währung ausgegeben wurden. Die Änderung wurde im Dezember 2009 in Europäisches Recht übernommen, eine rückwirkende Anwendung ist vorgeschrieben. Die ProSiebenSat.1 Group wendet diese Änderungen seit dem 1. Januar 2011 an. Es ergaben sich keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss, da die ProSiebenSat.1 Group keine derartigen Instrumente ausgegeben hat.

Im November 2009 wurde die Interpretation IFRIC 14 „IAS 19 - The Limit on a Defined Benefit Asset, Minimum Funding Requirements and their Interaction“ geändert. Diese beschäftigt sich mit der Frage, unter welchen Voraussetzungen Vorauszahlungen, welche im Rahmen von Mindestfinanzierungsvorschriften für leistungsorientierte betriebliche Altersvorsorgepläne geleistet wurden, als Vermögenswerte zu aktivieren sind. Die Änderungen wurden im Juli 2010 in Europäisches Recht übernommen. Aus der Anwendung der geänderten Vorschriften ergaben sich keine Auswirkungen auf die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der ProSiebenSat.1 Group.

Im November 2009 wurde IFRIC 19 „Extinguishing Financial Liabilities with Equity Instruments“ veröffentlicht. Die Interpretation erläutert die Anforderungen der IFRS bei der teilweisen oder vollständigen Tilgung finanzieller Verbindlichkeiten durch Ausgabe von Aktien oder anderen Eigenkapitalinstrumenten. Die Interpretation wurde im Juli 2010 in Europäisches Recht übernommen und ist für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2010 beginnen, anzuwenden. Aus der Anwendung von IFRIC 19 ergaben sich keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group.

Das IASB hat im Mai 2010 die „Improvements to International Financial Reporting Standards (2010)“ veröffentlicht, wodurch die Änderungen von sechs International Financial Reporting Standards (IFRSs) und einer Interpretation (IFRIC) erfolgten. Durch die Zusammenfassung der Änderungen in einem Dokument soll der Anpassungsbedarf reduziert werden. Die Änderungen wurden im Februar 2011 in Europäisches Recht übernommen und sind für Geschäftsjahre anwendbar, die am oder nach dem 1. Januar 2011 beginnen. Aus der Anwendung dieser Vorschriften haben sich keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group ergeben.

c) Nicht vorzeitig angewendete Rechnungslegungsvorschriften

Die nachfolgend beschriebene Rechnungslegungsvorschrift ist vom IASB verabschiedet worden, wurde aber von der ProSiebenSat.1 Group nicht angewendet, weil sie noch nicht verpflichtend anzuwenden ist.

Das IASB hat am 7. Oktober 2010 Änderungen an IFRS 7 „Financial Instruments: Disclosures“ veröffentlicht. Die Änderungen führen zu einer weitgehenden Vereinheitlichung der korrespondierenden Angabepflichten nach den IFRS und den US-GAAP und wurden im November 2011 in

Europäisches Recht übernommen. Die Änderungen an IFRS 7 betreffen erweiterte Angabepflichten bei der Übertragung finanzieller Vermögenswerte („**Transfers of Financial Assets**“) und sollen den Bilanzadressaten ein besseres Verständnis der Auswirkungen der beim Unternehmen verbleibenden Risiken ermöglichen. Unternehmen haben die Änderungen für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2011 beginnen, verpflichtend anzuwenden. Eine vorzeitige Anwendung ist möglich. Im ersten Jahr der Anwendung sind Vergleichsangaben nicht erforderlich. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt werden aus den Änderungen des IFRS 7 keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group erwartet.

d) Vom IASB bzw. vom IFRIC verabschiedete, von der Europäischen Kommission noch nicht freigegebene Standards, Interpretationen sowie Änderungen von Standards und Interpretationen

Die nachfolgend beschriebenen Standards und Interpretationen waren vom IASB bzw. vom IFRIC zum Stichtag bereits verabschiedet, eine vorzeitige Anwendung erfolgte bei der ProSiebenSat.1 Group allerdings nicht, da ihre Freigabe durch die Europäische Kommission noch aussteht.

Im Juni 2011 hat das IASB Änderungen an IAS 1 „**Presentation of Financial Statements**“ bezüglich der Darstellung des sonstigen Gesamtergebnisses veröffentlicht. Das Wahlrecht, die Gewinn- und Verlustrechnung sowie die Darstellung des sonstigen Gesamtergebnisses einzeln oder zusammengefasst darzustellen, bleibt bestehen, allerdings sehen die Änderungen erweiterte Angaben zu den Posten des sonstigen Gesamtergebnisses vor. So sind Beträge, die in Folgeperioden aus dem sonstigen Gesamtergebnis erfolgswirksam ausgebucht werden, getrennt von zukünftig nicht erfolgswirksam ausbuchbaren Posten darzustellen, jeweils unter gesonderter Berücksichtigung latenter Steuereffekte. Die Änderungen sind für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Juli 2012 beginnen, erstmalig verpflichtend anzuwenden. Die ProSiebenSat.1 Group wird die Darstellung des sonstigen Gesamtergebnisses entsprechend anpassen, erwartet aus den Änderungen allerdings keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

Im Dezember 2010 hat das IASB begrenzte Änderungen an IAS 12 „**Income Taxes**“ veröffentlicht. Diese beziehen sich auf die Ermittlung des Steuersatzes zur Bewertung latenter Steueransprüche und -verbindlichkeiten. Die Änderungen sehen vor, dass bspw. bei der Ermittlung latenter Steuern auf gemäß IAS 40 „**Investment Property**“ zum beizulegenden Zeitwert bilanzierte Renditeimmobilien der Steuersatz anzunehmen ist, der bei Veräußerung der Immobilie anwendbar wäre, es sei denn die Veräußerungsvermutung ist konkret widerlegbar. Die Änderungen an IAS 12 sind für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2012 beginnen, erstmalig anzuwenden. Die ProSiebenSat.1 Group erwartet aus diesen Änderungen keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

Das IASB hat im Juni 2011 Änderungen an IAS 19 „**Employee Benefits**“ veröffentlicht. Hierdurch werden im Bereich der Rechnungslegung für leistungsorientierte betriebliche Altersvorsorgepläne die bisherigen Wahlrechte zur zeitverzögerten erfolgswirksamen Erfassung versicherungsmathematischer Gewinne bzw. Verluste („**Korridor-Methode**“) abgeschafft. Künftig sind sämtliche Änderungen leistungsorientierter Verpflichtungen und eventuell vorhandenen Planvermögens in der Periode ihrer Entstehung zu erfassen, ein Teil davon erfolgsneutral im sonstigen Gesamtergebnis. Ebenso sieht der geänderte Standard erweiterte Angabevorschriften vor sowie eine Änderung der Definition von Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses. Unternehmen haben die Änderungen für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnen, erstmalig verpflichtend anzuwenden, eine vorzeitige Anwendung ist möglich. Aus den Änderungen des IAS 19 werden keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group erwartet.

Das IASB hat am 12. November 2009 mit **IFRS 9 „Financial Instruments“** einen neuen Standard zur Klassifizierung und Bewertung von Finanzinstrumenten herausgegeben. Die Veröffentlichung stellte den vorläufigen Abschluss des ersten Teils eines dreiphasigen Projekts zum Ersatz von IAS 39 „Financial Instruments: Recognition and Measurement“ durch einen neuen Standard dar. Mit IFRS 9 werden neue Vorschriften für die Klassifizierung und Bewertung von finanziellen Vermögenswerten eingeführt. Am 28. Oktober 2010 hat das IASB eine neue Fassung des IFRS 9 herausgegeben. Hierin sind neue Vorschriften für die Bilanzierung von finanziellen Verbindlichkeiten und Vorschriften für die Ausbuchung von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten, die aus IAS 39 übernommen wurden, enthalten. Gleichzeitig wurde die Grundlage für Schlussfolgerungen neu strukturiert. IFRS 9 (2009) wurde zurückgezogen und durch IFRS 9 (2010) ersetzt. Am 16. Dezember 2011 hat das IASB beschlossen, die verpflichtende Erstanwendung vom 1. Januar 2013 auf den 1. Januar 2015 zu verschieben. Eine vorzeitige Anwendung ist möglich. Es werden sich nach heutigem Kenntnisstand voraussichtlich keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group ergeben.

Im Mai 2011 hat das IASB ein Paket aus insgesamt fünf neuen Standards zur Konzernrechnungslegung veröffentlicht, deren wesentliche Inhalte im Folgenden beschrieben werden.

Der **IFRS 10 „Consolidated Financial Statements“** wird die konzernrechnungslegungsbezogenen Teile des IAS 27 „Consolidated and Separate Financial Statements“ sowie die Interpretation SIC-12 „Consolidation - Special Purpose Entities“ ersetzen. IFRS 10 vereinheitlicht die Basis zur Abgrenzung des Konsolidierungskreises, indem der Begriff der Beherrschung („Control“) neu definiert wird. Die Bilanzierung von gemeinschaftlichen Vereinbarungen mehrerer Investoren, bei denen gemeinschaftliche Kontrolle ausgeübt wird, wird in **IFRS 11 „Joint Arrangements“** neu geregelt. Er ersetzt IAS 31 „Interests in Joint Ventures“. Unter IFRS 11 sind gemeinschaftliche Vereinbarungen nach den Rechten und Pflichten der beteiligten Parteien zu beurteilen. Im Gegensatz zur aktuellen Rechtslage wird künftig nur noch in zwei Arten gemeinschaftlicher Vereinbarungen unterschieden: Gemeinsame Geschäftstätigkeiten („Joint Operations“) und Gemeinschaftsunternehmen („Joint Ventures“). Letztere sind unter IFRS 11 zwingend nach der At-Equity-Methode abzubilden, das Wahlrecht des IAS 31 zur Quotenkonsolidierung wird abgeschafft. Die ProSiebenSat.1 Group erwartet aus der erstmaligen Anwendung keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

Die Angabepflichten für Unternehmen, welche Anteile an Tochterunternehmen, gemeinschaftlichen Vereinbarungen, assoziierten Unternehmen und/oder nicht konsolidierten, sogenannten „strukturierten Einheiten“ halten, sind in **IFRS 12 „Disclosures about Investments in Other Entities“** geregelt. Die erforderlichen Angaben sind umfangreicher als unter den aktuellen Standards. Die ProSiebenSat.1 Group erwartet aus der erstmaligen Anwendung der neuen Standards zur Konzernrechnungslegung zum aktuellen Zeitpunkt hierüber hinaus keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

Im Zuge der Veröffentlichung der oben genannten Standards wurden **IAS 27 „Consolidated and Separate Financial Statements“** und **IAS 28 „Investments in Associates“** dahingehend angepasst, dass die dort enthaltenen Vorschriften sich im Wesentlichen nur noch auf die Bilanzierung von Investments in Tochter- bzw. assoziierte Unternehmen sowie Joint Ventures im IFRS-Einzelabschluss des Investors beziehen. Dies wird auch durch die Umbenennung der Standards in **IAS 27 „Separate Financial Statements“** bzw. **IAS 28 „Investments in Associates and Joint Ventures“** deutlich. Die geänderten Fassungen des IAS 27 und IAS 28 sind für Geschäftsjahre, die ab dem 1. Januar 2013 beginnen, erstmalig verpflichtend anzuwenden. Eine frühere Anwendung ist möglich, unter der Voraussetzung, dass das Gesamtpaket der fünf Standards gleichzeitig angewendet wird. Aus diesen Änderungen ergeben sich voraussichtlich keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group.

Mit dem ebenfalls im Mai 2011 veröffentlichten Standard IFRS 13 „Fair Value Measurement“ fasst das IASB die bislang in verschiedenen Standards enthaltenen Vorschriften zur Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts sowie die diesbezüglichen Angabepflichten in einem Standard zusammen. Der Begriff des beizulegenden Zeitwerts wird definiert, darüber hinaus ein einheitliches Bewertungskonzept für finanzielle und nicht-finanzielle Bilanzposten sowie umfangreiche, im Verhältnis zu den aktuellen Standards teilweise erheblich erweiterte Angabevorschriften festgelegt. IFRS 13 ist für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnen, erstmals verpflichtend anzuwenden. Die ProSiebenSat.1 Group erwartet außer den erweiterten Angabevorschriften keine wesentlichen Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

Im November 2011 veröffentlichte das IFRIC die Interpretation IFRIC 20 „Stripping Costs in the Production Phase of a Surface Mine“, welche die bilanzielle Erfassung von während der Produktionsphase einer Tagebaumine entstehenden Abraumkosten, entweder als Vorräte oder langfristige Vermögenswerte, regelt. IFRIC 20 ist für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2013 beginnen, erstmalig verpflichtend anzuwenden. Es ergeben sich aus der Interpretation keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group.

Im Dezember 2011 veröffentlichte das IASB Änderungen an IAS 32 „Financial Instruments: Presentation“ zur Saldierung finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten. Die wesentlichen Vorschriften blieben hierbei unverändert, es wurden lediglich die Anwendungsleitlinien ergänzt. In diesem Zusammenhang wurden auch die Vorschriften von IFRS 7 „Financial Instruments: Disclosures“ ergänzt, sodass zukünftig bei der Saldierung von Finanzinstrumenten zusätzliche Angaben erforderlich werden. Die ProSiebenSat.1 Group erwartet aus diesen Änderungen keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

8 Umsatzerlöse

in Mio Euro	2011	2010
Klassische Werbeerlöse	2.331,2	2.213,9
Tauschgeschäfte	32,0	38,8
Sonstige Umsatzerlöse	393,0	348,3
Summe	2.756,2	2.601,0

Unter den klassischen Werbeerlösen und den Tauschgeschäften werden Umsatzerlöse ausgewiesen, die durch die Ausstrahlung von Werbung im Bereich Free-TV und Diversifikation erzielt werden. In dieser Position sind ebenfalls Umsätze aus der Vermarktung von Werbezeiten nach dem Prinzip „Media for Revenue-Share“ enthalten.

Zu den sonstigen Umsatzerlösen gehören insbesondere Erlöse aus

- > der Vermarktung von Rechten sowie anderen Merchandisingleistungen,
- > Distributionsvereinbarungen,
- > Telefonmehrwertdiensten und
- > Verkäufen von Programmrechten und Programmnebenrechten.

Daneben werden im Bereich Diversifikation erstmalig Umsätze ausgewiesen, die nach der Percentage-of-Completion-Methode (Methode der Gewinnrealisierung nach dem Fertigstellungs-

grad) ermittelt wurden. Diese stammen aus Projekten im Bereich der Produktion und dem Vertrieb von Programminhalten. Der Umsatzbeitrag ist für den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group für das Geschäftsjahr 2011 unwesentlich.

9 Umsatzkosten

Die Umsatzkosten beinhalten im Wesentlichen den Werteverzehr des Programmvermögens (einschließlich Wertminderungen), dieser belief sich im Geschäftsjahr 2011 auf 1.080,2 Mio Euro (Vorjahr: 957,0 Mio Euro). Ebenso werden in dieser Position Aufwendungen für Lizenzen und Sendegebühren in Höhe von 167,0 Mio Euro (Vorjahr: 187,3 Mio Euro), Personalaufwendungen in Höhe von 153,9 Mio Euro (Vorjahr: 142,1 Mio Euro) sowie planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 31,4 Mio Euro (Vorjahr: 31,8 Mio Euro) erfasst. Für die beiden letztgenannten Positionen siehe auch Ziffer 17 „Sonstige Angaben“.

10 Vertriebskosten

Die Vertriebskosten beinhalten im Wesentlichen Personalaufwendungen in Höhe von 90,7 Mio Euro (Vorjahr 83,7 Mio Euro), Übertragungskosten in Höhe von 83,3 Mio Euro (Vorjahr 93,9 Mio Euro), Marketingaufwendungen von 82,7 Mio Euro (Vorjahr: 81,0 Mio Euro) sowie planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte von 38,5 Mio Euro (Vorjahr: 48,3 Mio Euro). In diesem Zusammenhang verweisen wir auch auf Ziffer 17 „Sonstige Angaben“.

11 Verwaltungskosten

Unter dieser Position werden im Wesentlichen die Kosten des allgemeinen Verwaltungsbereichs ausgewiesen. Darunter fallen im Geschäftsjahr 2011 neben Personalaufwendungen von 98,5 Mio Euro (Vorjahr: 91,4 Mio Euro) planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte von 75,8 Mio Euro (Vorjahr: 46,9 Mio Euro) (siehe Ziffer 17 „Sonstige Angaben“), Aufwendungen des IT-Bereichs von 42,8 Mio Euro (Vorjahr: 80,3 Mio Euro) sowie Aufwendungen im Zusammenhang mit der Nutzung von Gebäuden von 22,8 Mio Euro (Vorjahr 21,0 Mio Euro). Des Weiteren werden im Geschäftsjahr 2011 in dieser Position die Entkonsolidierungsergebnisse im Zusammenhang mit dem Verkauf von Tochterunternehmen in Griechenland und Bulgarien in Höhe von 3,7 Mio Euro ausgewiesen.

12 Sonstiger betrieblicher Ertrag

in Mio Euro	2011	2010
Öffentliche Zuwendungen/Förderungen	2,1	0,7
Weiterbelastungen	1,1	3,4
Ertrag aus der Auflösung von Rückstellungen	0,7	1,5
Ertrag aus der Auflösung von Wertberichtigungen auf Forderungen	0,5	0,1
Bereinigung von Sachverhalten, die der Verjährung unterliegen	0,2	0,3
Ertrag aus der Veräußerung von Sachanlagen und immateriellen Vermögenswerten	0,1	0,3
Mieterträge	0,1	0,3
Sonstiges	4,9	4,6
Summe	9,7	11,2

Bei den öffentlichen Zuwendungen/Förderungen handelt es sich im Wesentlichen um erhaltene Fördermittel für Produktionen in Österreich.

Unter der Position „Sonstiges“ wird eine Vielzahl von im Einzelnen unwesentlichen Sachverhalten kumuliert ausgewiesen. Aus dem Abgang von finanziellen Verbindlichkeiten, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet wurden, resultierten Erträge in Höhe von 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro).

13 Zinsergebnis

in Mio Euro	2011	2010
Zinsen und ähnliche Erträge	9,5	5,1
davon aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	1,8	0,3
davon aus Darlehen und Forderungen	0,1	0,7
davon aus Hedge Derivaten	0,2	0,3
davon übrige Zinsen und ähnliche Erträge	7,4	3,8
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-207,8	-224,5
davon aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	-113,2	-110,3
davon aus Hedge Derivaten	-87,8	-108,3
davon übrige Zinsen und ähnliche Aufwendungen	-6,8	-5,9
Zinsergebnis	-198,3	-219,4

Wesentliche Positionen bei den Zinsaufwendungen sind die Zinsen für in Anspruch genommene Kredite. Der Rückgang des Zinsaufwands im Geschäftsjahr 2011 resultiert vor allem aus der teilweisen Rückzahlung der endfälligen Darlehen („Amend & Extend“). Eine weitere Ursache besteht in der im Vergleich zum Vorjahr geringeren durchschnittlichen Barinanspruchnahme der revolvingierenden Kreditfazilität. Weitere Erläuterungen zur syndizierten Kreditvereinbarung der ProSiebenSat.1 Group sind unter Ziffer 28 „Finanzielle Verbindlichkeiten“ aufgeführt.

14 Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis

in Mio Euro	2011	2010
Anteiliges Ergebnis aus Gemeinschaftsunternehmen	0,0	-13,6
Anteiliges Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	3,3	2,3
Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	3,3	-11,3
Gewinne und Verluste aus der Bewertung von at-Equity bewerteten Anteilen	18,2	0,0
Dividenerträge aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	0,0	0,1
Änderungen des beizulegenden Zeitwerts von als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten finanziellen Vermögenswerten	-0,2	0,0
Abschreibungen auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	-9,0	0,1
Währungskursgewinne/-verluste	-22,3	4,7
davon aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	-1,6	8,6
davon aus Darlehen und Forderungen	-2,6	1,6
davon aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	-15,3	-16,8
davon aus zu Handelszwecken gehaltenen finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten	-1,8	12,6
davon aus Sonstigen	-1,0	-1,3
Sonstige Finanzierungskosten	-31,8	-12,4
Sonstiges Finanzergebnis	-45,1	-7,5

Das Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen entfällt im Vorjahr im Wesentlichen auf die nach der At-Equity-Methode bilanzierten Anteile am Gemeinschaftsunternehmen maxdome GmbH & Co. KG.

Im Geschäftsjahr 2011 fielen im Rahmen der Vollkonsolidierung der maxdome GmbH & Co. KG Gewinne in Höhe von 18,2 Mio Euro aus der Neubewertung der bis 2010 at-Equity bewerteten Anteile an, die im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesen sind.

Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Media AG im Geschäftsjahr 2011 eine Wertminderung in Höhe von 9,0 Mio Euro auf ihre Anteile an der ZeniMax Media Inc. in der Position Abschreibungen auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte erfasst.

Das Ergebnis aus Währungskursgewinnen/-verlusten beinhaltet größtenteils Effekte aus der Währungsumrechnung von Programmverbindlichkeiten und Fremdwährungskonten.

In den sonstigen Finanzierungskosten werden Aufwendungen im Zusammenhang mit der Finanzierungsstruktur der ProSiebenSat.1 Group ausgewiesen. Im Geschäftsjahr 2011 enthält die Position vor allem Aufwendungen aus der teilweisen Rückführung von Darlehen in Höhe von 8,0 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro) sowie damit verbundene Kosten aus der Auflösung von Zinssicherungsgeschäften in Höhe von 14,8 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro).

15 Ertragsteuern

Als Ertragsteuern werden die gezahlten oder geschuldeten Steuern auf Einkommen und Ertrag sowie die latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen.

Die Ertragsteuern setzen sich wie folgt zusammen:

in Mio Euro	2011	2010
Laufende Ertragsteueraufwendungen	69,2	103,2
Latente Ertragsteueraufwendungen/-erträge	28,0	-14,8
Summe Ertragsteueraufwand	97,2	88,4

Die laufenden Ertragsteueraufwendungen beinhalten alle in- und ausländischen Steuern auf Grundlage der steuerpflichtigen Einkommen 2011 (Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer und entsprechende ausländische Steuern) sowie Anpassungen für Vorjahre.

Der latente Steueraufwand für das Geschäftsjahr 2011 beinhaltet einen latenten Steuerertrag in Höhe von 18,7 Mio Euro (Vorjahr: 8,7 Mio Euro), der aus der Veränderung von latenten Steuern auf Verlustvorträge resultiert, und einen latenten Steueraufwand in Höhe von 44,4 Mio Euro (Vorjahr: 2,6 Mio Euro latenter Steuerertrag) aus der Veränderung von temporären Differenzen. 1,7 Mio Euro des latenten Steueraufwands (Vorjahr: 0,3 Mio Euro) entfallen auf bisher nicht berücksichtigte temporäre Unterschiede aus früheren Perioden.

Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden sind mit dem erwarteten Steuersatz zum Zeitpunkt der Erfüllung des Vermögenswertes bzw. der Schuld anzusetzen. Für die folgenden Länder wurde der Steuersatz für latente Steuern aufgrund einer Gesetzesänderung angepasst. Aus diesen Steuersatzänderungen ergab sich ein latenter Steueraufwand von 0,6 Mio Euro (Vorjahr: 2,7 Mio Euro latenter Steuerertrag).

	Erwarteter Steuersatz 2011	Erwarteter Steuersatz 2010
Finnland	24,5%	26,0%
Großbritannien	25,0%	24,0%

Unverändert gegenüber dem Vorjahr betrug der Körperschaftsteuersatz für 2011 in Deutschland 15,0 Prozent zuzüglich des Solidaritätszuschlages von 5,5 Prozent. Unter Einbeziehung der Gewerbesteuer mit einem durchschnittlichen Hebesatz von 340 Prozent (Vorjahr: 350%) betrug der Gesamtsteuersatz im Jahr 2011 gerundet 28 Prozent (Vorjahr: 28%).

Die Steuersätze für die ausländischen Gesellschaften liegen zwischen 10,0 Prozent und 39,8 Prozent (Vorjahr: zwischen 10,0% und 39,8%).

Der Unterschied zwischen erwartetem Steueraufwand und tatsächlichem Steueraufwand lässt sich wie folgt im Hinblick auf die fortgeführten Geschäftsaktivitäten überleiten:

in Mio Euro	2011	2010
Ergebnis vor Steuern	366,6	328,6
Anzuwendender Konzernsteuersatz	28%	28%
Erwarteter Ertragsteueraufwand	102,6	92,0
Erhöhung/Minderung der Ertragsteuern durch:		
Steuersatzabweichungen		
Steuersatzunterschiede Ausland	11,7	6,6
Effekt Steuersatzänderungen	0,6	-2,7
Steuereffekte aus Abweichungen in der steuerlichen Bemessungsgrundlage		
Nicht abzugsfähige Zinsaufwendungen	5,1	5,6
Sonstige nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	7,9	5,5
Steuerfreie Erträge	-6,1	-6,2
Nicht steuerwirksame Veräußerungseffekte	1,0	8,6
Geschäfts- oder Firmenwerte	-5,1	- / -
Ansatz und Bewertung aktiver latenter Steuern		
Veränderung in der Realisierbarkeit aktiver latenter Steuern	-4,5	-18,7
Sonstige Effekte		
Steuern für Vorjahre	-16,4	-5,2
At-Equity bewertete Anteile	-0,1	2,9
Sonstige	0,5	0,0
Summe Ertragsteueraufwand	97,2	88,4

Der Ansatz und die Bewertung der aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge und temporäre Differenzen erfolgten auf Basis des geplanten zukünftig zu versteuernden Einkommens. Im Geschäftsjahr 2011 wurden insgesamt aktive latente Steuern auf Verlustvorträge in Höhe von 9,8 Mio Euro (Vorjahr: 8,6 Mio Euro) zugeschrieben und in Höhe von 4,9 Mio Euro (Vorjahr: 1,7 Mio Euro) wertberichtigt. Aktive latente Steuern auf temporäre Differenzen wurden im Geschäftsjahr 2011 in Höhe von 0,4 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro) wertberichtigt. Aufgrund der Nutzung von Verlustvorträgen und Zinsvorträgen, auf die bisher keine aktive latente Steuer gebildet wurde, haben sich die Ertragsteueraufwendungen nicht (Vorjahr: 14,0 Mio Euro) gemindert.

Aktive latente Steuern auf temporäre Differenzen und steuerliche Verlustvorträge wurden nur insofern gebildet, als in Zukunft ausreichend zu versteuerndes Einkommen zur Nutzung der aktiven latenten Steuern zur Verfügung steht. Hierbei wird im Wesentlichen auf die Steuerplanung der nächsten fünf Jahre und die Umkehrung von zu versteuernden temporären Differenzen abgestellt. Insgesamt wurden zum 31. Dezember 2011 auf körperschaftsteuerliche Verlustvorträge in Höhe von 69,2 Mio Euro (Vorjahr: 51,7 Mio Euro), auf gewerbesteuerliche Verlustvorträge in Höhe von 7,4 Mio Euro (Vorjahr: 1,8 Mio Euro), auf Tax Credits in Höhe von 12,0 Mio Euro (Vorjahr 18,7 Mio Euro) und auf temporäre Differenzen in Höhe von 2,9 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro) keine aktiven latenten Steuern angesetzt. Von diesen steuerlichen Verlustvorträgen verfallen weniger als 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 13,7 Mio Euro) innerhalb der nächsten zehn Jahre, soweit diese nicht genutzt werden.

Die angesetzten aktiven und passiven latenten Steuern resultieren aus folgenden Positionen:

in Mio Euro	2011		2010	
	aktiv	passiv	aktiv	passiv
Immaterielle Vermögenswerte	3,2	131,2	11,0	172,4
Sachanlagen	4,5	32,7	10,7	39,2
Finanzielle Vermögenswerte	3,8	0,6	3,6	0,7
Programmvermögen	1,4	10,2	5,8	9,8
Vorräte, Sonstige Vermögenswerte	5,5	13,6	7,5	8,8
Rückstellungen für Pensionen	0,1	0,0	0,3	0,1
Sonstige Rückstellungen	9,7	6,6	11,0	0,0
Verbindlichkeiten	74,4	9,4	93,2	15,9
Verlust- und Zinsvorträge	41,8	- / -	27,2	- / -
Saldierung	-65,6	-65,6	-83,2	-83,2
Summe	78,8	138,7	87,1	163,7

Bezüglich der Saldierung von aktiven und passiven latenten Steuern siehe Ziffer 6 „Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“.

Bei Beteiligungen an Tochterunternehmen wurde eine passive latente Steuer in Höhe von 0,6 Mio Euro (Vorjahr: 0,4 Mio Euro) auf geplante künftige Ausschüttungen gebildet (Outside Basis Differences). Des Weiteren liegen zu versteuernde temporäre Differenzen, die aus Outside Basis Differences resultieren, in Höhe von 18,4 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro) vor. Auf diese zu versteuernden temporären Differenzen wurde keine passive latente Steuer gebildet, da der zeitliche Verlauf der Auflösung der temporären Differenzen gesteuert werden kann und da es nicht wahrscheinlich ist, dass sich die temporären Differenzen in absehbarer Zeit auflösen werden.

Hinsichtlich der Angaben zu den im kumulierten übrigen Eigenkapital erfolgsneutral gebuchten latenten Steuern sowie zu in der Kapitalrücklage erfassten tatsächlichen Steuern siehe Ziffer 25 „Eigenkapital“.

16 Ergebnis je Aktie

in Mio Euro	2011	2010	2011	2010
	unverwässert	unverwässert	verwässert	verwässert
Herleitung der relevanten Ergebnisgrößen				
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media AG zuzurechnendes Ergebnis	637,5	312,7	637,5	312,7
Ergebnisanteil der Stammaktien	326,8	159,7	323,4	157,8
davon aus fortgeführten Aktivitäten	135,0	120,1	132,6	118,3
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	191,8	39,6	190,8	39,5
Ergebnisanteil der Vorzugsaktien	310,7	153,0	314,1	154,9
davon aus fortgeführten Aktivitäten	127,5	114,5	129,9	116,3
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	183,2	38,5	184,2	38,6
Herleitung der gewichteten Anzahl der berücksichtigten Aktien				
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Stammaktien	109.398.600	109.398.600	109.398.600	109.398.600
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Vorzugsaktien	103.266.398	103.405.648	103.266.398	103.405.648
Verwässerungseffekt aufgrund von ausgegebenen Aktienoptionen auf Vorzugsaktien			2.259.490	2.451.665
Berechnungsgrundlage ausgegebene Aktien	212.664.998	212.804.248	214.924.488	215.255.913
in Euro				
Ergebnis je Stammaktie	2,99	1,46	2,96	1,44
davon aus fortgeführten Aktivitäten	1,23	1,09	1,22	1,08
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	1,76	0,37	1,74	0,36
Ergebnis je Vorzugsaktie	3,01	1,48	2,98	1,45
davon aus fortgeführten Aktivitäten	1,24	1,11	1,23	1,10
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	1,77	0,37	1,75	0,35

Das unverwässerte Ergebnis je Aktie wird nach IAS 33 „Earnings per Share“ mittels Division des Ergebnisanteils durch die durchschnittliche Anzahl der Aktien ermittelt. Für die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Vorzugsaktie wird die durchschnittliche Anzahl der ausgegebenen Vorzugsaktien um die Anzahl aller potenziell verwässernden Aktien angepasst. Im Geschäftsjahr 2011 wurde eine Änderung der Bilanzierungsmethode hinsichtlich der im Ergebnis je Aktie zu berücksichtigenden Verwässerungseffekte vorgenommen. Danach können Verwässerungseffekte aus der Ausgabe von Aktienoptionen auf Vorzugsaktien im Rahmen der Long Term Incentive Pläne (siehe Ziffer 35 „Aktienoptionsplan“) nicht mehr nur für das Ergebnis je Vorzugsaktie, sondern ebenfalls für das Ergebnis je Stammaktie auftreten. Für die Berechnung des verwässerten Ergebnisses je Stammaktie wird der Ergebnisanteil der Stammaktien um den Ergebnisanteil aller potenziell verwässernden Aktien angepasst. Hierbei wird eine Vorzugsdividende in Höhe von 0,02 Euro zugrunde gelegt.

Für das Geschäftsjahr 2011 ergibt sich ein unverwässertes Ergebnis je Stammaktie in Höhe von 2,99 Euro (Vorjahr: 1,46 Euro) und ein unverwässertes Ergebnis je Vorzugsaktie in Höhe von 3,01 Euro (Vorjahr: 1,48 Euro). Durch die in Ziffer 6 „Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“ beschriebene Änderung der Bilanzierungsmethode bezüglich des Verwässerungseffektes für das Ergebnis je Stammaktie im Geschäftsjahr 2011 ergibt sich ein Verwässerungseffekt in Höhe von -0,03 Euro (Vorjahr: -0,02 Euro).

Für das Ergebnis je Vorzugsaktie ermittelt sich ein Verwässerungseffekt in Höhe von -0,03 Euro (Vorjahr: -0,03 Euro), der aus der möglichen Umwandlung aller ausgegebenen, „im Geld“ befindlichen Aktienoptionen auf Vorzugsaktien resultiert.

Die gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Vorzugsaktien reduzierte sich im Geschäftsjahr 2011 aufgrund von Aktienrückkäufen. Für Führungskräfte bestanden zum Stichtag 2.259.490 (Vorjahr: 2.451.665) Rechte an Aktienoptionen.

17 Sonstige Angaben

Personalaufwand und Mitarbeiterzahlen

In den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sind folgende Personalaufwendungen enthalten:

in Mio Euro	2011	2010
Löhne und Gehälter	299,1	273,8
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung	44,0	43,4
Summe	343,1	317,2

Die Arbeitgeberbeiträge zur gesetzlichen Rentenversicherung belaufen sich im Geschäftsjahr 2011 auf 15,9 Mio Euro (Vorjahr: 15,4 Mio Euro).

Im Durchschnitt des Geschäftsjahres waren im Konzern beschäftigt:

	2011	2010
Weibliche Angestellte	2.048	1.933
Männliche Angestellte	2.210	2.128
Summe	4.258	4.061

Die Teilzeitstellen wurden jeweils vollzeitäquivalent berücksichtigt.

Abschreibungen

Der planmäßige und außerplanmäßige Werteverzehr des Programmvermögens in Höhe von 1.080,2 Mio Euro (Vorjahr: 957,0 Mio Euro) ist Bestandteil des EBITDA und wird in den Umsatzkosten ausgewiesen. Die in den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten enthaltenen Abschreibungen setzten sich wie folgt zusammen:

in Mio Euro	2011	2010
Planmäßige Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte	87,0	85,0
Planmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen	32,6	33,7
Wertminderungen auf immaterielle Vermögenswerte	26,1	4,2
Wertminderungen auf Sachanlagen	- / -	4,1
Summe	145,7	127,0

Die dargestellten Werte betreffen lediglich das Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten und weichen folglich zu den Angaben im Abschnitt „Erläuterungen zur Bilanz“ ab.

Erläuterungen zur Bilanz

18 Immaterielle Vermögenswerte

in Mio Euro	Sonstige immaterielle Vermögenswerte	Geschäfts- oder Firmenwerte	Geleistete Anzahlungen	Summe
ANSCHAFFUNGSKOSTEN				
Anfangsbestand 01.01.2010	1.061,6	2.562,5	12,0	3.636,1
Kursdifferenzen	19,0	46,5	- / -	65,5
Veränderung Konsolidierungskreis	-6,8	12,5	0,0	5,7
Zugänge	30,0	- / -	13,6	43,6
Umbuchungen	10,9	- / -	-10,9	- / -
Abgänge	-7,3	- / -	0,0	-7,3
Endbestand 31.12.2010 / Anfangsbestand 01.01.2011	1.107,4	2.621,5	14,7	3.743,6
Kursdifferenzen	-12,0	-15,1	- / -	-27,1
Veränderung Konsolidierungskreis	-335,0	-625,3	0,0	-960,3
Zugänge	48,6	0,0	11,8	60,4
Umbuchungen	13,8	- / -	-13,8	- / -
Abgänge	-8,4	- / -	-0,2	-8,6
Endbestand 31.12.2011	814,4	1.981,1	12,5	2.808,0
ABSCHREIBUNGEN				
Anfangsbestand 01.01.2010	353,6	267,4	- / -	621,0
Kursdifferenzen	2,1	-1,0	- / -	1,1
Veränderung Konsolidierungskreis	-3,8	- / -	- / -	-3,8
Zugänge ¹	95,3	- / -	0,2	95,5 ²
Umbuchungen	- / -	- / -	- / -	- / -
Abgänge	-7,3	- / -	- / -	-7,3
Endbestand 31.12.2010 / Anfangsbestand 01.01.2011	439,9	266,4	0,2	706,5
Kursdifferenzen	-12,6	-5,9	- / -	-18,5
Veränderung Konsolidierungskreis	-69,3	-86,8	- / -	-156,1
Zugänge ¹	114,9	- / -	- / -	114,9 ²
Umbuchungen	- / -	- / -	- / -	- / -
Abgänge	-7,9	- / -	-0,2	-8,1
Endbestand 31.12.2011	465,0	173,7	0,0	638,7
Buchwert 31.12.2011	349,4	1.807,4	12,5	2.169,3
Buchwert 31.12.2010	667,5	2.355,1	14,5	3.037,1

¹ Davon werden Wertminderungen in Höhe von 1,0 Mio Euro (Vorjahr: 3,0 Mio Euro) in den Umsatzkosten, 0,0 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro) in den Vertriebskosten und 25,1 Mio Euro (Vorjahr: 1,2 Mio Euro) in den Verwaltungskosten ausgewiesen.

² Enthält Zugänge aus dem Geschäft in Belgien/Niederlande bis zur Entkonsolidierung.

Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte enthalten Marken, Software, gewerbliche Schutzrechte, Kundenbeziehungen und Sendelizenzen. Die planmäßigen Abschreibungen und Wertminderungen werden in der Gewinn- und Verlustrechnung in den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten ausgewiesen.

Der Geschäfts- oder Firmenwert zum 31. Dezember 2011 beträgt 1.807,4 Mio Euro (Vorjahr: 2.355,1 Mio Euro). Mit ursprünglich 2.363,0 Mio Euro ist der Geschäfts- oder Firmenwert fast ausschließlich auf den Erwerb der SBS Broadcasting Group in 2007 zurückzuführen. Der Geschäfts- oder Firmenwert der SBS-Akquisition entstand vorwiegend aus strategischem Entwicklungspotenzial

und potenziellen Synergieeffekten. Der Rückgang des Buchwertes im Geschäftsjahr 2011 resultiert im Wesentlichen aus dem Verkauf der TV-Aktivitäten in Belgien und den Niederlanden, die der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Free-TV International zugeordnet waren. Daneben hat die ProSiebenSat.1 Group auch ihr Print-Geschäft in den Niederlanden vollständig veräußert. Dabei wurde der Geschäfts- oder Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Free-TV International gemäß IAS 36.86 auf Basis relativer Werte auf die abgehenden und verbleibenden Einheiten allokiert. Aus der Entkonsolidierung der TV- und Printaktivitäten in Belgien und den Niederlanden ergibt sich insgesamt ein Abgang des Geschäfts- oder Firmenwertes von 601,0 Mio Euro.

Alle Geschäfts- oder Firmenwerte werden in jedem Geschäftsjahr einem Werthaltigkeitstest nach IAS 36 auf Basis des Nutzungswerts entsprechend der in Ziffer 6 „Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“ beschriebenen Vorgehensweise unterzogen. Es ergaben sich weder im Geschäftsjahr 2011 noch im Vorjahr Wertminderungen.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die getesteten Geschäfts- oder Firmenwerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten und die in die jeweiligen Werthaltigkeitstests eingeflossenen Annahmen.

Bezeichnung des Segments	Free-TV deutschsprachig	Free-TV International	Diversifikation	Diversifikation	Diversifikation	Summe
Bezeichnung der zahlungsmittelgenerierenden Einheit ¹	Free-TV deutschsprachig	Free-TV International	Radio	Print	Other Media	
Buchwert Geschäfts- oder Firmenwert 31.12.2010 (in Mio Euro) ²	444,4	1.330,3	112,2	93,1	375,1	2.355,1
Buchwert Geschäfts- oder Firmenwert 31.12.2011 (in Mio Euro)	455,2	812,3	108,7	-/-	431,2	1.807,4
Umsatzwachstum p.a. im Planungszeitraum (CAGR) ³	3,6% [4,6%]	6,6% [6,5%]	5,5% [5,4%]	-/- [-0,1%]	17,4% [10,9%]	
Ø EBITDA-Marge im Planungszeitraum ³	34,1% [37,2%]	23,7% [27,3%]	22,6% [21,0%]	-/- [33,8%]	20,8% [22,4%]	
Dauer des Planungszeitraums	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre	
Umsatzwachstum p.a. nach Ende des Planungszeitraums ³	1,5% [1,5%]	1,5% [1,5%]	1,5% [1,7%]	-/- [0,0%]	1,5% [1,5%]	
EBITDA-Marge nach Ende des Planungszeitraums ³	36,3% [40,8%]	27,1% [29,4%]	25,7% [25,2%]	-/- [33,8%]	23,2% [25,5%]	
Ø Diskontierungssatz ³	8,2% [9,4%]	8,4% [9,7%]	8,0% [9,3%]	-/- [9,5%]	8,1% [9,2%]	

¹ Die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten entsprechen den operativen Segmenten (siehe hierzu Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“).

² Der zum 31. Dezember 2010 angegebene Buchwert für den Geschäfts- oder Firmenwert der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Free-TV International entfällt mit 822,4 Mio Euro auf fortgeführte Aktivitäten; der Buchwert der nicht-fortgeführten Aktivitäten beträgt 507,9 Mio Euro. Der zum 31. Dezember 2010 auf die zahlungsmittelgenerierende Einheit Print entfallende Buchwert von 93,1 Mio Euro betrifft vollständig die nicht-fortgeführten Aktivitäten.

³ Vorjahreswerte in Klammern.

Die für die Werthaltigkeitstests verwendeten Umsatzwachstumsannahmen basieren im Planungszeitraum auf extern veröffentlichten Quellen. Sie wurden teilweise mit Risikoabschlägen für regionale Besonderheiten versehen.

Die unterstellten EBITDA-Margen basieren auf vergangenen Erfahrungswerten bzw. wurden auf Basis eingeleiteter kostenreduzierender Maßnahmen prognostiziert.

Der Diskontierungssatz spiegelt jeweils den vom Kapitalmarkt abgeleiteten, risikoadjustierten Mindestverzinsungsanspruch vor Steuern wider (Weighted Average Cost of Capital, WACC).

Sofern eine für möglich gehaltene Änderung einer wesentlichen Annahme, die in den Werthaltigkeitstest einfließt, zu einer Verringerung des erzielbaren Betrags unter den Buchwert des entsprechenden Geschäfts- oder Firmenwertes führen könnte, ist eine auf diese wesentliche Annahme bezogene Sensitivitätsanalyse durchzuführen. Im Rahmen des Werthaltigkeitstests

für das Geschäftsjahr 2011 führt eine für möglich gehaltene Änderung einer wesentlichen Annahme aufgrund der verbesserten Ausgangslage nicht mehr zu einer Verringerung des erzielbaren Betrages unterhalb des Buchwertes. Die zahlungsmittelgenerierende Einheit Radio ist somit nicht mehr innerhalb der für die Sensitivitätsanalyse relevanten Bandbreite. Im Vorjahr wurde für die zahlungsmittelgenerierende Einheit Radio die Sensitivität auf Basis der nachhaltigen EBITDA-Marge analysiert. Die Ermittlung des erzielbaren Betrags der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Radio basierte auf einer wesentlichen Planannahme für die nachhaltige EBITDA-Marge von 25,2 Prozent. Bei Zugrundelegung dieser Planungsprämisse hätte der erzielbare Betrag den Buchwert um 47 Mio Euro überstiegen. Unter der Annahme einer Verringerung der nachhaltigen EBITDA-Marge um 4,9 Prozentpunkte auf 20,3 Prozent hätte der erzielbare Betrag dem Buchwert des Vermögens entsprochen.

Unter den sonstigen immateriellen Vermögenswerten werden Marken mit einem Buchwert zum 31. Dezember 2011 in Höhe von 216,3 Mio Euro (Vorjahr: 457,1 Mio Euro) ausgewiesen. Der überwiegende Teil entfällt auf die im Zusammenhang mit dem Erwerb der SBS Broadcasting Group in 2007 identifizierten und aktivierten Marken. Der Rückgang des Buchwertes zum 31. Dezember 2011 ist auch hier im Wesentlichen auf die im Geschäftsjahr 2011 veräußerten TV- und Printaktivitäten in Belgien und den Niederlanden zurückzuführen. Den Marken werden unbestimmte Nutzungsdauern zugeordnet, da sie nicht für eine vertraglich definierte, festgelegte Zeit vergeben wurden. Alle derartigen Marken werden einem jährlichen Werthaltigkeitstest gemäß IAS 36 auf Basis des beizulegenden Zeitwerts abzüglich Veräußerungskosten entsprechend der in Ziffer 6 „Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“ beschriebenen Vorgehensweise unterzogen. Dabei wurden im Geschäftsjahr 2011 Wertminderungen von insgesamt 21,5 Mio Euro (Vorjahr: 0,6 Mio Euro) auf Marken in den Verwaltungskosten erfasst. Diese stehen hauptsächlich im Zusammenhang mit der unter Ziffer 3 „Akquisitionen und Verkäufe“ beschriebenen Veräußerung der Tochterunternehmen in Griechenland sowie der Einstellung des Sendebetriebs von 9Live.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Zuordnung der Marken zu den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten und Segmenten sowie die in die jeweiligen Werthaltigkeitstests eingeflossenen Annahmen.

Bezeichnung des Segments	Free-TV Deutschsprachig	Free-TV International	Diversifikation	Diversifikation	Diversifikation	Summe
Bezeichnung der zahlungsmittelgenerierenden Einheit¹	Free-TV deutschsprachig	Free-TV International	Radio	Print	Other Media	
Buchwert Marken 31.12.2010 (in Mio Euro)	3,4	375,3	35,4	26,6	16,4	457,1
Buchwert Marken 31.12.2011 (in Mio Euro)	3,4	164,7	40,6	-/-	7,6	216,3
Wertminderung Geschäftsjahr 2011 (in Mio Euro) ²	-/- [-/-]	5,1 [-/-]	4,4 [0,6]	-/- [-/-]	12,0 [-/-]	21,5 [0,6]
Ø Umsatzwachstum p.a. im Planungszeitraum (CAGR) (Spanne) ²	6,4% [5,4%]	1,4% - 28,9% [2,9% - 14,1%]	3,7% - 9,7% [3,9% - 10,0%]	-/- [-0,1%]	1,5% - 31,4% [2,8% - 34,3%]	
Angewandte fiktive Lizenzgebühr in Prozent (Spanne) ²	5,0% [5,0%]	2,5% - 5,5% [5,0% - 5,5%]	2,5% - 6,0% [4,0% - 6,0%]	-/- [5,5%]	3,0% - 5,0% [5,0%]	
Dauer des Planungszeitraums	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre	
Umsatzwachstum p.a. nach Ende des Planungszeitraums (Spanne) ²	1,5% [1,5%]	1,5% - 2,0% [1,5% - 2,0%]	1,5% - 2,0% [1,5% - 2,0%]	-/- [0,0%]	1,5% [1,5%]	
Diskontierungssatz (Spanne) ²	8,9% [9,4%]	9,0% - 10,1% [9,1% - 11,0%]	8,6% - 10,1% [9,1% - 11,0%]	-/- [9,7%]	8,6% - 8,9% [9,2% - 9,4%]	

¹ Die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten entsprechen den operativen Segmenten (siehe hierzu Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“).

² Vorjahreswerte in Klammern.

Die Bewertung erfolgt nach der Lizenzpreisanalogie-Methode, d.h. es wird kalkuliert, welche Lizenzentgelte aufgewendet werden müssten, wenn sich die betreffenden immateriellen Vermögenswerte nicht im Besitz der ProSiebenSat.1 Group befänden. Der Wert berechnet sich dann als Barwert der ersparten künftigen Lizenzgebühren.

Sofern eine für möglich gehaltene Änderung einer wesentlichen Annahme, die in den Werthaltigkeitstest einfließt, zu einer Verringerung des erzielbaren Betrags unter den Buchwert der entsprechenden Marke führen könnte, ist eine auf diese wesentliche Annahme bezogene Sensitivitätsanalyse durchzuführen. Der erzielbare Betrag der Marke „The Voice“ in Dänemark (zahlungsmittelgenerierende Einheit Radio) übersteigt den Buchwert (4,1 Mio Euro) um 0,6 Mio Euro. Für die Marke „Prima TV“ in der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Free-TV International beläuft sich der erzielbare Betrag auf 19,4 Mio Euro, während der Buchwert 16,2 Mio Euro beträgt. Eine geringfügige Variation der wesentlichen Planungsprämissen kann bei diesen Marken zu einem Wertberichtigungsbedarf führen. Das gesamte Wertminderungsrisiko ist dabei auf den Buchwert beschränkt.

Darüber hinaus wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr in der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Radio außerplanmäßige Wertminderungen auf Sendelizenzen von 2,7 Mio Euro erfasst. Diese stehen in Zusammenhang mit der unter Ziffer 3 „Akquisitionen und Verkäufe“ beschriebenen Veräußerung der Tochterunternehmen in Bulgarien. In der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Other Media wurden außerplanmäßige Wertminderungen auf Kundenbeziehungen von 0,9 Mio Euro erfasst. Im Geschäftsjahr 2010 wurden in dieser zahlungsmittelgenerierenden Einheit keine außerplanmäßigen Wertminderungen erfasst.

Innerhalb der sonstigen immateriellen Vermögenswerte wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr Aufwendungen für selbst erstellte, immaterielle Vermögenswerte erfasst, die der Höhe nach für den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group unwesentlich sind.

19 Sachanlagen

in Mio Euro	Bauten auf fremden Grundstücken, Ein- und Umbauten	Technische Anlagen	Betriebs- und Geschäftsaus- stattung	Geleistete Anzahlungen	Summe
ANSCHAFFUNGSKOSTEN					
Anfangsbestand 01.01.2010	254,6	252,6	69,1	2,4	578,7
Kursdifferenzen	0,0	-0,5	1,2	0,0	0,7
Veränderung Konsolidierungskreis	-0,5	-23,3	-2,4	- / -	-26,2
Zugänge	4,2	19,8	4,0	4,9	32,9
Umbuchungen	4,1	-12,3	10,9	-2,7	- / -
Abgänge	-5,4	-21,9	-3,0	0,0	-30,3
Endbestand 31.12.2010 / Anfangsbestand 01.01.2011	257,0	214,4	79,8	4,6	555,8
Kursdifferenzen	-1,3	-0,7	-0,5	-0,1	-2,6
Veränderung Konsolidierungskreis	-11,6	-25,9	-4,8	0,0	-42,3
Zugänge	0,8	17,7	6,9	8,6	34,0
Umbuchungen	0,1	3,6	0,1	-3,8	- / -
Abgänge	-3,7	-18,0	-9,9	-0,1	-31,7
Endbestand 31.12.2011	241,3	191,1	71,6	9,2	513,2
ABSCHREIBUNGEN					
Anfangsbestand 01.01.2010	90,6	175,1	56,4	- / -	322,1
Kursdifferenzen	0,3	-0,7	1,0	- / -	0,6
Veränderung Konsolidierungskreis	-0,5	-12,0	-2,5	- / -	-15,0
Zugänge	8,9	29,7	4,0	- / -	42,6
Umbuchungen	3,8	-14,2	10,4	- / -	- / -
Abgänge	-2,4	-21,7	-2,6	- / -	-26,7
Endbestand 31.12.2010 / Anfangsbestand 01.01.2011	100,7	156,2	66,7	- / -	323,6
Kursdifferenzen	-0,2	-0,6	-0,5	- / -	-1,3
Veränderung Konsolidierungskreis	-10,4	-18,2	-4,5	- / -	-33,1
Zugänge	6,8	22,7	4,4	- / -	33,9
Umbuchungen	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -
Abgänge	-3,7	-17,9	-9,6	- / -	-31,2
Endbestand 31.12.2011	93,2	142,2	56,5	- / -	291,9
Buchwert 31.12.2011	148,1	48,9	15,1	9,2	221,3
Buchwert 31.12.2010	156,3	58,2	13,1	4,6	232,2

In der Position Bauten auf fremden Grundstücken, Ein- und Umbauten sind geleaste Immobilien mit einem Restbuchwert in Höhe von 111,0 Mio Euro (Vorjahr: 113,3 Mio Euro) enthalten, die wegen der vertraglichen Ausgestaltung der zugrunde liegenden Leasingvereinbarungen als Finanzierungsleasing klassifiziert werden und demzufolge dem Konzern als wirtschaftlichem Eigentümer zuzurechnen sind. Die zugrunde liegenden Leasingverträge betreffen Grundstücke und Gebäude am Standort Unterföhring. Sie haben jeweils eine Laufzeit von 22 Jahren und enden frühestens im Jahre 2019, wobei die Zinskonversionszeitpunkte (Ende der Zinsbindungsfrist) früher eintreten können. Die Immobilienleasingverträge sind zu marktüb-

lichen Konditionen abgeschlossen worden. Daneben bestehen weitere Leasingverhältnisse im Wesentlichen für technische Ausrüstung in Höhe von 5,4 Mio Euro (Vorjahr: 8,7 Mio Euro), die ebenfalls als Finanzierungsleasing klassifiziert werden.

Die Mindestleasingzahlungen zum 31. Dezember 2011 sowie zum Vorjahresstichtag setzen sich wie folgt zusammen:

in Mio Euro	fällig im Folgejahr	fällig im 2. bis 5. Jahr	fällig nach dem 5. Jahr	Gesamt 31.12.2011
Sachanlagen				
Mindestleasingzahlungen	14,1	38,2	44,7	97,0
Zinsanteil der Mindestleasingzahlungen	5,5	10,2	17,7	33,4
Barwert der Mindestleasingzahlungen	8,6	28,0	27,0	63,6

in Mio Euro	fällig im Folgejahr	fällig im 2. bis 5. Jahr	fällig nach dem 5. Jahr	Gesamt 31.12.2010
Sachanlagen				
Mindestleasingzahlungen	15,4	47,3	47,1	109,8
Zinsanteil der Mindestleasingzahlungen	5,8	18,6	13,2	37,6
Barwert der Mindestleasingzahlungen	9,6	28,7	33,9	72,2

Darüber hinaus bestehen noch Leasingverbindlichkeiten bei Bauten auf fremden Grundstücken in Höhe von 37,4 Mio Euro (Vorjahr: 37,4 Mio Euro), die noch nicht mittels Tilgungsplan ab dem Jahr 2019 bzw. 2023 fixiert sind. Somit ergeben sich zum 31. Dezember 2011 Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 101,0 Mio Euro (Vorjahr: 109,6 Mio Euro).

20

At-Equity bewertete Anteile und langfristige finanzielle Vermögenswerte

Die wesentlichen nach der At-Equity-Methode bilanzierten Anteile, die alle nicht börsennotiert sind, stellen sich zum 31. Dezember 2011 und 2010 in alphabetischer Reihenfolge wie folgt dar (Anteilshöhe in Klammern):

- › AdAudience GmbH, Düsseldorf (25,0 %)
- › Goldbach Media (Switzerland) AG, Küsnacht (22,96 %)
- › VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH, Berlin (50,0 %)

Im Vergleich zum Vorjahr ist die Gesellschaft AdAudience GmbH, Düsseldorf, im Geschäftsjahr 2011 als wesentlich eingestuft worden. Zum 31. Dezember 2010 befand sich unter den wesentlichen, nach der At-Equity-Methode bilanzierten Anteilen zusätzlich zu den oben erwähnten Gesellschaften folgende Gesellschaft:

- › maxdome GmbH & Co. KG, Unterföhring (50,0 %)

Durch den Erwerb der restlichen Anteile der maxdome GmbH & Co. KG im Geschäftsjahr 2011 erlangte die ProSiebenSat.1 Group die Kontrolle über die Gesellschaft. Die Gesellschaft wird seit dem 1. Januar 2011 als Tochterunternehmen im Wege der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media Group einbezogen. Für weitere Informationen zu diesem Erwerb verweisen wir auf die Anmerkungen unter Ziffer 3 „Akquisitionen und Verkäufe“.

Die folgende Übersicht zeigt aggregierte Informationen zu den wesentlichen, nach der At-Equity-Methode bilanzierten Anteilen. Die Werte stellen nicht die auf die ProSiebenSat.1 Group entfallenden Anteile, sondern die Werte auf 100%-Basis dar.

in Mio Euro	31.12.2011	31.12.2010
Langfristige Vermögenswerte	0,8	6,3
davon: Joint Ventures	0,1	5,8
Kurzfristige Vermögenswerte	123,4	102,4
davon: Joint Ventures	0,9	10,1
Bilanzsumme	124,2	108,7
Eigenkapital	0,9	-25,6
davon: Joint Ventures	0,0	-26,2
Langfristiges Fremdkapital	0,6	16,7
davon: Joint Ventures	0,0	16,5
Kurzfristiges Fremdkapital	122,7	117,6
davon: Joint Ventures	1,0	25,6
Bilanzsumme	124,2	108,7
	2011	2010
Umsatzerlöse	281,0	184,5
davon: Joint Ventures	2,5	20,5
Jahresüberschuss/-fehlbetrag	-0,2	-14,5
davon: Joint Ventures	-0,2	-13,4

Weitere nach der At-Equity-Methode bilanzierte Anteile, die als unwesentlich eingestuft wurden, sind in der Anteilsbesitzliste auf Seite 216 ersichtlich.

Im Geschäftsjahr 2011 erhielt die ProSiebenSat.1 Group von einem assoziierten Unternehmen Dividenden in Höhe von 3,3 Mio Euro (Vorjahr: 2,4 Mio Euro).

Die langfristigen finanziellen Vermögenswerte setzen sich wie folgt zusammen:

in Mio Euro	31.12.2011	31.12.2010
Beteiligungen	46,2	55,1
Wertpapiere	9,2	7,7
Sonstige	1,1	0,2
Summe	56,5	63,0

Die wesentliche Position unter den Beteiligungen ist der Anteil an der Zenimax Media Inc. in Höhe von 6,9 Prozent (Vorjahr: 7,11 %) mit Sitz in Rockville, USA, einem Entwickler von interaktiven Unterhaltungsinhalten für Konsolen, PCs und Wireless-Geräten. Diese Beteiligung wird zu (fortgeführten) Anschaffungskosten bewertet (siehe Ziffer 14 „Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis“).

Die Wertpapiere bestehen im Wesentlichen aus erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Anteilen an Investmentfonds, die der Deckung der Pensionsverpflichtungen dienen, allerdings kein Planvermögen im Sinne des IAS 19 „Employee Benefits“ darstellen.

21 Programmvermögen

Die nachfolgende Übersicht umfasst das kurzfristige und langfristige Programmvermögen des Konzerns:

in Mio Euro	Aktivierete TV Rechte	Geleistete Anzahlungen	Summe
Buchwert 01.01.2010	1.310,3	216,2	1.526,5
Kursdifferenzen	7,0	2,2	9,2
Veränderung Konsolidierungskreis	-0,2	-0,2	-0,4
Zugänge	1.162,1	71,4	1.233,5
Abgänge	-22,4	- / -	-22,4
Umbuchungen	182,4	-182,4	- / -
Werteverzehr ¹	-1.091,8	- / -	-1.091,8
davon planmäßig			-995,3
davon außerplanmäßig			-96,5
Buchwert 31.12.2010 / 01.01.2011	1.547,4	107,2	1.654,6
davon langfristiges Programmvermögen			1.497,7
davon kurzfristiges Programmvermögen			156,9
Kursdifferenzen	-3,4	-0,1	-3,5
Veränderung Konsolidierungskreis	-162,4	-13,3	-175,7
Zugänge	1.105,4	136,9	1.242,3
Abgänge	-29,4	-4,4	-33,8
Umbuchungen	50,5	-50,5	- / -
Werteverzehr ¹	-1.152,6	- / -	-1.152,6
davon planmäßig			-1.038,0
davon außerplanmäßig			-114,6
Buchwert 31.12.2011	1.355,5	175,8	1.531,3
davon langfristiges Programmvermögen			1.337,8
davon kurzfristiges Programmvermögen			193,5

¹ Werteverzehr inkl. Verbrauch von in Vorperioden gebildeten Drohverlustrückstellungen in Höhe von 17,0 Mio Euro.
(Vorjahr: 29,3 Mio Euro)

Aufgrund der großen Bedeutung wird das grundsätzlich den immateriellen Vermögenswerten zuzurechnende Programmvermögen als separater Posten in der Bilanz dargestellt. Die aktivierten TV-Rechte enthalten hauptsächlich Free-TV-Rechte in Höhe von 1.353,4 Mio Euro (Vorjahr: 1.543,2 Mio Euro) als auch sonstige TV-Rechte wie beispielsweise Pay TV, Video-on-Demand und Mobile-TV-Rechte in Höhe von 2,1 Mio Euro (Vorjahr: 4,2 Mio Euro).

Der planmäßige und außerplanmäßige Werteverzehr des Programmvermögens wird unter den Umsatzkosten ausgewiesen. Wertaufholungen werden mit dem Werteverzehr saldiert. Weder im Geschäftsjahr 2011 noch im Vorjahr fanden wesentliche Wertaufholungen statt.

Der ausstrahlungsbedingte Werteverzehr erfolgt degressiv nach einer konzerneinheitlich standardisierten Matrix. Der Verbrauch des Programmvermögens spiegelt dabei den Anteil der Werbeerlöse des jeweils aktuellen Berichtszeitraums an den insgesamt zu erwartenden Werbeerlösen aus den vertraglich vereinbarten bzw. vom Management geplanten Ausstrahlungen wider. Die Schätzung der insgesamt zu erwartenden Werbeerlöse unterliegt einer laufenden Überprüfung und falls erforderlich wird ein außerplanmäßiger Werteverzehr erfasst. Daneben werden Drohverlustrückstellungen gebildet, falls sich vor dem Bilanzstichtag abgeschlossene Verträge zum Erwerb von Programmvermögen nach heutiger programmlicher Einschätzung aus wirtschaftlicher Sicht als nachteilig erweisen, da die künftige Nutzung des Programmvermögens nicht die ursprünglich prognostizierten Erlöse erwarten lässt.

Bezüglich der in den Folgejahren anfallenden Verpflichtungen zum Kauf von Programmvermögen verweisen wir auf die Ziffer 32 „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“.

22 Vorräte

Die Vorräte bestehen hauptsächlich aus Projekten im Bereich der Produktion von Programminhalten, die aufgrund ihrer Unwesentlichkeit nicht der Percentage-of-Completion-Methode unterliegen.

23 Forderungen und Sonstige Vermögenswerte

in Mio Euro	31.12.2011			31.12.2010		
	kurzfristig	langfristig	Summe	kurzfristig	langfristig	Summe
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	279,4	- / -	279,4	321,0	- / -	321,0
Abgrenzungsposten	16,6	- / -	16,6	41,2	- / -	41,2
Forderungen gegenüber at-Equity bewerteten Anteilen	26,4	- / -	26,4	34,5	- / -	34,5
Derivate	40,8	- / -	40,8	30,3	- / -	30,3
Geleistete Vorauszahlungen	25,8	- / -	25,8	22,2	- / -	22,2
Sonstige	25,7	2,6	28,3	12,9	3,5	16,4
Summe Übrige Forderungen und Sonstige Vermögenswerte	135,3	2,6	137,9	141,1	3,5	144,6
Summe	414,7	2,6	417,3	462,1	3,5	465,6

Die Buchwerte der Forderungen und sonstigen Vermögenswerte nach IFRS-7-Kategorien befinden sich unter Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“.

Die folgende Tabelle gibt die Veränderungen in den Wertberichtigungen auf den Bruttobestand an kurz- und langfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wieder:

in Mio Euro	31.12.2011	31.12.2010
Wertberichtigungen zum Geschäftsjahresanfang	30,7	30,3
Veränderung Konsolidierungskreis	-3,7	- / -
Zugänge	4,4	4,1
Auflösungen	-1,9	-1,4
Verbrauch	-1,8	-2,3
Kursdifferenzen	-0,1	0,0
Wertberichtigungen zum Geschäftsjahresende	27,6	30,7

Zum 31. Dezember 2011 ergab sich folgende Altersstruktur für Forderungen aus Lieferungen und Leistungen im Konzern:

in Mio Euro	31.12.2011	31.12.2010
Zum Abschlussstichtag nicht überfällig	206,3	241,2
Überfällig in den folgenden Zeitbändern		
Weniger als 3 Monate	53,6	53,6
Zwischen 3 und 6 Monaten	7,4	14,3
Zwischen 6 und 9 Monaten	5,7	5,8
Zwischen 9 und 12 Monaten	2,4	0,6
Über 12 Monate	4,0	5,5
Summe der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	279,4	321,0

24 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente umfassen Guthaben bei Kreditinstituten mit einer Fälligkeit von bis zu drei Monaten zum Zeitpunkt der Anschaffung sowie Kassenbestände.

25 Eigenkapital

Das Gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt zum Bilanzstichtag 218.797.200 Euro. Es ist eingeteilt in 109.398.600 auf den Namen lautende Stammaktien als Stückaktien und 109.398.600 auf den Inhaber lautende Vorzugsaktien ohne Stimmrecht als Stückaktien, jeweils mit einem auf die einzelne Aktie entfallenden anteiligen Betrag des Grundkapitals von 1,00 Euro. Zum 31. Dezember 2011 betrug die Zahl der ausgegebenen Aktien somit 218.797.200, von denen die Gesellschaft 7.640.000 (Vorjahr: 5.661.834) Vorzugsaktien im Eigenbestand hält.

Die börsennotierten Vorzugsaktien gewähren vorbehaltlich zwingender gesetzlicher Vorschriften kein Stimmrecht und berechtigen zum Erhalt eines um 0,02 Euro höheren Gewinnanteils als die Stammaktie, mindestens jedoch einen Gewinnanteil von 0,02 Euro je Vorzugsaktie. Reicht der Bilanzgewinn eines oder mehrerer Geschäftsjahre nicht zur Zahlung des Mindestvorzugsbetrages aus, so werden die fehlenden Beträge ohne Zinsen aus dem Bilanzgewinn des folgenden Geschäftsjahres nachgezahlt, und zwar vor Verteilung des Gewinnanteils auf die Vorzugsaktien für dieses Geschäftsjahr und vor Verteilung eines Gewinnanteils auf die Stammaktien.

Die Kapitalrücklage beträgt 575,5 Mio Euro (Vorjahr: 577,6 Mio Euro). Sie besteht im Wesentlichen aus dem Agio aus der Ausgabe von Aktien im Geschäftsjahr 1997 und der Kapitalerhöhung in 2004. Darüber hinaus wurden im Geschäftsjahr 2011 2,3 Mio Euro (Vorjahr: 2,1 Mio Euro) im Zusammenhang mit Aktienoptionsplänen (siehe Ziffer 35 „Aktienoptionsplan“) sowie minus 6,1 Mio Euro (Vorjahr: -4,4 Mio Euro) aus dem Barausgleich von Aktienoptionen in der Kapitalrücklage erfasst. Zudem wurden im Geschäftsjahr 2011 tatsächliche Steuern im Zusammenhang mit Aktienoptionen in Höhe von 1,7 Mio Euro (Vorjahr: 1,2 Mio Euro) direkt in der Kapitalrücklage erfasst.

Die Veränderung der Gewinnrücklage resultiert hauptsächlich aus dem positiven Konzernergebnis der abgelaufenen Periode in Höhe von 637,5 Mio Euro (Vorjahr: 312,7 Mio Euro) und aus der im Geschäftsjahr 2011 ausgeschütteten Dividende in Höhe von 241,2 Mio Euro (Vorjahr: 2,1 Mio Euro).

Im kumulierten übrigen Konzerneigenkapital der ProSiebenSat.1 Group in Höhe von minus 92,3 Mio Euro (Vorjahr: minus 139,9 Mio Euro) sind die Effekte aus der erfolgsneutralen Bewertung von Finanzinstrumenten und aus der Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen enthalten. Die erfolgsneutrale Bewertung von Finanzinstrumenten betrifft Währungssicherungsgeschäfte in Höhe von 30,5 Mio Euro (Vorjahr: 13,3 Mio Euro) und Zinssicherungsgeschäfte in Höhe von minus 146,2 Mio Euro (Vorjahr: -206,3 Mio Euro) vor Abzug der darauf entfallenden latenten Steuern. Die latenten Steuern entfallen auf die Währungssicherungsgeschäfte in Höhe von minus 8,6 Mio Euro (Vorjahr: -3,7 Mio Euro) und auf die Zinssicherungsgeschäfte in Höhe von 40,4 Mio Euro (Vorjahr: 56,0 Mio Euro).

Die im kumulierten übrigen Eigenkapital erfassten Ergebnisse setzen sich dementsprechend wie folgt zusammen:

in Mio Euro	2011			2010		
	vor Steuern	latente Steuern	nach Steuern	vor Steuern	latente Steuern	nach Steuern
Währungsumrechnung ProSiebenSat.1 Tochtergesellschaften	-9,2	- / -	-9,2	72,2	- / -	72,2
Währungsumrechnung Anteile anderer Gesellschafter	-0,1	- / -	-0,1	0,2	- / -	0,2
Effekte aus Währungsumrechnung	-9,3	- / -	-9,3	72,4	- / -	72,4
Währungssicherungsgeschäfte	17,2	-4,8	12,4	23,0	-6,4	16,6
Zinssicherungsgeschäfte	60,1	-15,7	44,4	19,9	-5,4	14,5
Summe Bewertung von Cash Flow Hedges	77,3	-20,5	56,8	42,9	-11,8	31,1
Summe im kumulierten übrigen Eigenkapital erfasste Ergebnisse	68,0	-20,5	47,5	115,3	-11,8	103,5

Gewinnverwendung

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 1. Juli 2011 aus dem Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media AG des Geschäftsjahres 2010 in Höhe von 3.098,2 Mio Euro eine Ausschüttung in Höhe von 241,2 Mio Euro an die Vorzugsaktionäre sowie Namensaktionäre vorgenommen. Dies entspricht einer Ausschüttung einer Dividende in Höhe von 1,14 Euro je dividendenberechtigter, auf den Inhaber lautender Vorzugsaktie und von 1,12 Euro je dividendenberechtigter Namens-Stammaktie.

Nach dem Aktiengesetz bemisst sich die an die Aktionäre ausschüttbare Dividende nach dem im handelsrechtlichen Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media AG ausgewiesenen Bilanzgewinn. Der Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstandes der ProSiebenSat.1 Media AG sieht vor, den Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media AG des Geschäftsjahres 2011 in Höhe von 3.047,4 Mio Euro wie folgt zu verwenden:

Ausschüttung einer Dividende von 1,17 Euro je Inhaber-Vorzugsaktie	119.057.562,00
Ausschüttung einer Dividende von 1,15 Euro je auf den Namen lautende Stammaktie	125.808.390,00
Vortrag auf neue Rechnung	2.802.508.467,26
Bilanzgewinn ProSiebenSat.1 Media AG	3.047.374.419,26

Die Ausschüttung ist abhängig von der Zustimmung der Hauptversammlung am 15. Mai 2012.

Genehmigtes Kapital

Die in § 4 Abs. 4 der Satzung enthaltene Ermächtigung des Vorstandes zur Erhöhung des Grundkapitals (Genehmigtes Kapital) lief am 6. Mai 2009 aus. In der Hauptversammlung vom 4. Juni 2009 wurde ein neues Genehmigtes Kapital nebst Ermächtigung zum Ausschluss des Bezugsrechts mit entsprechender Änderung der Satzung in § 4 (Höhe und Einteilung des Grundkapitals) beschlossen. Der Vorstand ist nunmehr ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 3. Juni 2014 gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 109.398.600 Euro durch Ausgabe neuer Stückaktien zu erhöhen.

Bedingtes Kapital

Auf der Hauptversammlung am 4. Juni 2009 wurde beschlossen, das Grundkapital um insgesamt bis zu 109.398.600 Euro durch Ausgabe von bis zu 109.398.600 auf den Namen lautenden Stammaktien oder auf den Inhaber lautenden Vorzugsaktien bedingt zu erhöhen. Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an die Inhaber bzw. Gläubiger von Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen, zu deren Ausgabe die Gesellschaft ebenfalls auf der Hauptversammlung am 4. Juni 2009 ermächtigt wurde.

Eigene Anteile

Die Hauptversammlung vom 4. Juni 2009 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG zum Erwerb eigener Aktien in Höhe von bis zu 10 Prozent des Grundkapitals ermächtigt. Diese Ermächtigung wäre am 3. Dezember 2010 ausgelaufen und wurde durch die Hauptversammlung vom 29. Juni 2010 durch eine neue Ermächtigung ersetzt. Die Gesellschaft ist nun ermächtigt, bis zum 28. Juni 2015 Stammaktien und/oder Vorzugsaktien der Gesellschaft mit einem rechnerischen Anteil von insgesamt bis zu 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft zu erwerben.

Die Ermächtigung vom 29. Juni 2010 sieht vor, dass der Vorstand sie zu jedem gesetzlich zulässigen Zweck ausüben kann, insbesondere zur Bedienung von Aktienoptionen mit Bezugsrechten auf Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG, die im Rahmen des Aktienoptionsprogramms ausgegeben werden.

Zur Absicherung von Long Term Incentive Programmen hat die ProSiebenSat.1 Media AG im Geschäftsjahr 2011 eigene Aktien zurückgekauft. Insgesamt wurden 2.500.000 stimmrechtslose Vorzugsaktien über die Deutsche Börse zu einem durchschnittlichen Kurs von 13,01 Euro erworben. Damit hält die ProSiebenSat.1 Media AG insgesamt 7.640.000 (Vorjahr: 5.661.834) eigene Vorzugsaktien zum 31. Dezember 2011.

Angaben zum Kapitalmanagement

Als Instrumente zur Kapitalsteuerung stehen der ProSiebenSat.1 Group grundsätzlich Eigenkapitalmaßnahmen, Dividendenzahlungen an Anteilseigner, Aktienrückkäufe und Fremdfinanzierungsmaßnahmen zur Verfügung.

Das Kapitalmanagement der ProSiebenSat.1 Group verfolgt das Ziel, langfristig die Unternehmensfortführung zu sichern und angemessene Renditen für die Anteilseigner zu erwirtschaften. Hierbei wird Änderungen der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie Risiken aus den zugrunde liegenden Geschäftsaktivitäten Rechnung getragen. Für die ProSiebenSat.1 Group ist es weiterhin wichtig, sowohl den uneingeschränkten Kapitalmarktzugang zu verschiedenen Fremdfinanzierungsmitteln als auch die Bedienung der Finanzverbindlichkeiten sicherzustellen.

Im Rahmen des aktiven Fremdkapitalmanagements wird insbesondere der Verschuldungsgrad, gemessen als Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA (das Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen ohne Einmaleffekte), der Kapital- und Liquiditätsbedarf sowie die zeitliche Kongruenz von Refinanzierungsmaßnahmen gesteuert.

Die Kapitalstruktur der ProSiebenSat.1 Group stellt sich zum Bilanzstichtag wie folgt dar:

in Mio Euro	31.12.2011	31.12.2010
Eigenkapital	1.441,4	1.025,9
Anteil an Gesamtkapital	28,6%	16,2%
Kurzfristige Darlehen und Kredite	0,1	230,6
Langfristige Darlehen und Kredite	2.335,6	3.531,3
Darlehen und Kredite Gesamt	2.335,7	3.761,9
Anteil an Gesamtkapital	46,4%	59,6%
Gesamtkapital (Bilanzsumme)	5.033,6	6.316,3

Das Eigenkapital der ProSiebenSat.1 Group erhöhte sich im Geschäftsjahr 2011 um 40,5 Prozent auf 1.441,4 Mio Euro. Die Konzern-Eigenkapitalquote stieg zum Bilanzstichtag auf 28,6 Prozent (Vorjahr: 16,2%). Die Erhöhung des Konzern-Eigenkapitals ist im Wesentlichen auf den im Geschäftsjahr 2011 erwirtschafteten Konzerngewinn in Höhe von 644,4 Mio Euro (Vorjahr: 318,3 Mio Euro) zurückzuführen. Darüber hinaus führten positive Entwicklungen im kumulierten übrigen Eigenkapital zu einem Anstieg des Eigenkapitals in Höhe von 47,6 Mio Euro (Vorjahr: 103,3 Mio Euro). Hier wirkten sich insbesondere positive Effekte bei der Bewertung bzw. Auflösung von Cashflow-Hedges in Höhe von 77,3 Mio EUR (Vorjahr: 42,9 Mio Euro) sowie latente Steuern in Höhe von minus 20,5 Mio EUR (Vorjahr: -11,8 Mio Euro) sowie ein Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung in Höhe von minus 9,2 Mio Euro (Vorjahr: 72,2 Mio Euro) aus.

Gegenläufige Effekte ergaben sich vor allem aus der Zahlung einer Dividende in Höhe von 241,2 Mio Euro aus dem Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media AG des Geschäftsjahres 2010 sowie dem Rückkauf von 2.500.000 stimmrechtslosen Vorzugsaktien zum Gesamtwert von 32,6 Mio Euro.

Der Konzern hat seine Kapitalstruktur im Geschäftsjahr 2011 nachhaltig verbessert. Die ProSiebenSat.1 Group hat die Erlöse aus dem Verkauf der belgischen und niederländischen Gesellschaften zur vorzeitigen Rückführung von Darlehen in Höhe von 1,2 Mrd Euro genutzt. Gleichzeitig hat das Unternehmen einen signifikanten Teil der verbleibenden Darlehen bis Juli 2016 verlängert. Für weitere Angaben zu den umfangreichen Refinanzierungsmaßnahmen im Geschäftsjahr 2011 verweisen wir auf die Ausführungen unter Ziffer 28 „Finanzielle Verbindlichkeiten“.

Die ProSiebenSat.1 Group strebt eine weitere Verbesserung ihres Finanzprofils an. Dazu soll in erster Linie die angestrebte positive Ergebnisentwicklung sowie eine weitere Verbesserung der Netto-Finanzverschuldung beitragen.

Die ProSiebenSat.1 Group und ihre Finanzverbindlichkeiten werden offiziell nicht von internationalen Rating-Agenturen bewertet.

26 Rückstellungen für Pensionen

Die Pensionsrückstellungen wurden für Verpflichtungen gegenüber aktiven und ehemaligen Mitgliedern des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media AG sowie deren Hinterbliebene gebildet.

Bei der Berechnung der Aufwendungen aus den Pensionen berücksichtigt die ProSiebenSat.1 Media AG den geplanten Dienstzeitaufwand und die Aufzinsung der Pensionsverpflichtung. Die Veränderung des Anwartschaftsbarwerts der leistungsorientierten Verpflichtung ergibt sich wie folgt:

in Mio Euro	2011	2010
Anwartschaftsbarwert 1. Januar	9,1	8,0
Dienstzeitaufwand	0,3	0,5
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand	1,1	0,0
Zinsaufwand	0,4	0,4
Versicherungsmathematische Gewinne/Verluste	-0,5	0,5
Summe erfolgswirksam erfasste Beträge	1,3	1,4
Pensionszahlungen	-0,3	-0,3
Anwartschaftsbarwert 31. Dezember	10,1	9,1

Zwischen dem Anwartschaftsbarwert der leistungsorientierten Verpflichtung und der zum 31. Dezember 2011 in der Bilanz erfassten Pensionsrückstellung bestehen keine wesentlichen Unterschiede.

Der auf die Versorgungsansprüche entfallende Pensionsaufwand beläuft sich im Geschäftsjahr 2011 auf 1,3 Mio Euro (Vorjahr: 1,4 Mio Euro). Der Zinsaufwand aus Pensionsverpflichtungen ist im Zinsergebnis ausgewiesen. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden sofort im Jahr des Entstehens ergebniswirksam in den Verwaltungskosten erfasst. Auch die übrigen Bestandteile des Pensionsaufwandes werden in den Verwaltungskosten ausgewiesen.

Bewertungsstichtag für den Anwartschaftsbarwert ist der 31. Dezember. Dabei kamen die folgenden Parameter und Annahmen zur Anwendung:

	2011	2010
Diskontierungssatz	5,1%	4,5%
Gehaltstrend	0,0%	0,0%
Rententrend	1,0%	1,0%

Im Geschäftsjahr 2011 wurden Pensionszahlungen an rentenberechtigte ehemalige Mitglieder des Vorstands in Höhe von 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,3 Mio Euro) geleistet. Für das Geschäftsjahr 2012 werden Pensionszahlungen in Höhe von 0,3 Mio Euro erwartet.

Die für das Geschäftsjahr 2012 erwarteten Zahlungen für den Erwerb von Anteilen an Investmentfonds zur Deckung der Pensionsverpflichtungen betragen für die leistungsorientierten Pensionspläne 0,7 Mio Euro. Diese gehaltenen Investmentfonds qualifizieren sich nicht als Planvermögen zur Saldierung der Pensionsverpflichtung, sondern werden separat als finanzielle Vermögenswerte ausgewiesen (vgl. Ziffer 20 „At-Equity bewertete Anteile und langfristige finanzielle Vermögenswerte“).

27 Sonstige Rückstellungen

in Mio Euro	Stand 01.01.2011	Kurs- differenzen	Zuführung	Verbrauch	Auflösung	Veränderung Konsoli- dierungskreis	Stand 31.12.2011
Drohverlustrückstellungen	43,1	- / -	25,3	-29,4	-4,3	0,6	35,3
Rückstellungen aus dem laufenden Geschäftsbetrieb	16,0	0,0	13,7	-14,4	-1,6	0,1	13,8
Übrige Rückstellungen	31,4	-0,1	17,2	-1,7	-9,5	-1,3	36,0
Summe	90,5	-0,1	56,2	-45,5	-15,4	-0,6	85,1
davon kurzfristig	74,3						78,7
davon langfristig	16,2						6,4

Die ProSiebenSat.1 Media AG erwartet für die Mehrheit der Rückstellungen, dass sie innerhalb des nächsten Jahres fällig werden. Der langfristige Anteil der Rückstellungen umfasst einen Erfüllungszeitraum von bis zu sechs Jahren.

Die Rückstellungen für Drohverluste betreffen im Wesentlichen das Programmvermögen in Höhe von 17,6 Mio Euro (Vorjahr: 14,5 Mio Euro), Rückstellungen im Zusammenhang mit dem im Geschäftsjahr 2010 erfolgten Verkauf von N24 in Höhe von 9,6 Mio Euro (Vorjahr: 14,2 Mio Euro) und die Verbreitung in HD in Höhe von 2,4 Mio Euro (Vorjahr: 8,0 Mio Euro). In den Drohverlustrückstellungen sind 6,4 Mio Euro (Vorjahr: 16,2 Mio Euro) langfristige Rückstellungen enthalten. Die Rückstellungen aus dem laufenden Geschäftsbetrieb enthalten im Wesentlichen Rückstellungen für Erlösschmälerungen. Die übrigen Rückstellungen setzen sich zusammen aus Rückstellungen für Steuerzinsen in Höhe von 13,5 Mio Euro (Vorjahr: 11,1 Mio Euro), Rückstellungen für noch auszustrahlende Werbespots in Höhe von 4,5 Mio Euro (Vorjahr: 5,2 Mio Euro), Rückstellungen für Prozesskosten in Höhe von 4,6 Mio Euro (Vorjahr: 1,8 Mio Euro) und sonstigen Rückstellungen in Höhe von 13,4 Mio Euro (Vorjahr: 13,3 Mio Euro).

Effekte aus der Aufzinsung der Rückstellungen sind im Geschäftsjahr 2011 mit 1,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,9 Mio Euro) berücksichtigt.

28 Finanzielle Verbindlichkeiten

in Mio Euro	kurzfristig	langfristig	Gesamt 31.12.2011
Darlehen und Kredite	0,1	2.335,6	2.335,7
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	410,0	46,8	456,8
Abgegrenzte Zinsen	19,3	- / -	19,3
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	8,6	92,4	101,0
Verbindlichkeiten aus Derivaten	14,0	134,1	148,1
Verbindlichkeiten gegenüber at-Equity bilanzierten Anteilen	0,5	- / -	0,5
Earn-Out Verbindlichkeiten	5,1	52,5	57,6
Summe sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	47,5	279,0	326,5
Summe finanzielle Verbindlichkeiten	457,6	2.661,4	3.119,0

in Mio Euro	kurzfristig	langfristig	Gesamt 31.12.2010
Darlehen und Kredite	230,6	3.531,3	3.761,9
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	485,0	41,8	526,8
Abgegrenzte Zinsen	22,2	- / -	22,2
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	9,6	100,0	109,6
Verbindlichkeiten aus Derivaten	1,4	213,8	215,2
Verbindlichkeiten gegenüber at-Equity bilanzierten Anteilen	1,2	- / -	1,2
Earn-Out Verbindlichkeiten	5,0	34,7	39,7
Summe sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	39,4	348,5	387,9
Summe finanzielle Verbindlichkeiten	755,0	3.921,6	4.676,6

Die Buchwerte der finanziellen Verbindlichkeiten nach IFRS-7-Kategorien befinden sich unter Ziffer 33 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten setzen sich wie folgt zusammen:

Syndizierte Kreditvereinbarung

Die Kreditvereinbarung umfasst verschiedene endfällige Darlehen mit einer ursprünglichen Laufzeit von sieben Jahren bis zum 3. Juli 2014 (Term Loan B) sowie Darlehen mit einer ursprünglichen Laufzeit von acht Jahren bis zum 3. Juli 2015 (Term Loan C). Die ProSiebenSat.1 Group hat ihren Kreditgebern am 18. Juli 2011 ein Angebot zur teilweisen Rückzahlung und Laufzeitverlängerung ihrer endfälligen Darlehen bis Juli 2016 vorgelegt („Amend & Extend“), welches diese am 29. Juli 2011 angenommen haben. Im Zusammenhang mit dieser Refinanzierung wurden 1,2 Mrd Euro der Term Loans B und C und damit rund ein Drittel der ursprünglichen Darlehen im August 2011 zurückgeführt. Gleichzeitig wurde mit ca. 2,1 Mrd Euro der Großteil der verbleibenden Darlehen bis Ende 2016 verlängert und als neues Term Loan D aufgelegt. Diese Maßnahme erfüllt nicht den Tatbestand einer substanziellen Änderung der Finanzierungsbedingungen im Sinne des IAS 39.40.

Die zum 31. Dezember 2011 verfügbare revolvingende Kreditlinie mit einem ursprünglichen Rahmenvolumen von 600 Mio Euro, das variabel in Anspruch genommen werden kann, beträgt 568,4 Mio Euro (Vorjahr: 581,8 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group kann die revolvingende Kreditlinie variabel für allgemeine betriebliche Zwecke verwenden. Zum 31. Dezember 2011 wurde die Kreditlinie nicht in bar in Anspruch genommen (Vorjahr: 230,0 Mio Euro). Unter Berücksichtigung von Avalinanspruchnahmen in Höhe von 20,0 Mio Euro (Vorjahr: 26,5 Mio Euro) waren zum 31. Dezember 2011 548,4 Mio Euro (Vorjahr: 325,3 Mio Euro) aus der revolvingenden Kreditfazilität ungenutzt.

Die Kreditvereinbarung wird durch ein internationales Bankenkonsortium und institutionelle Investoren zur Verfügung gestellt. Ein Teil der Darlehen kann auch in anderen Währungen als Euro in Anspruch genommen werden. Zum 31. Dezember 2011 waren alle Darlehen in Euro in Anspruch genommen. Die Darlehensverbindlichkeiten sind variabel verzinslich, der Zinssatz orientiert sich hierbei an den Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge von zwischen 1,25 und 2,5 Prozent.

Vom Buchwert der ursprünglichen Verbindlichkeiten abgegrenzte, im Zusammenhang mit der Kreditvereinbarung angefallene Transaktionskosten in Höhe von 8,0 Mio Euro wurden im Rahmen der durchgeführten Refinanzierung erfolgswirksam im Finanzergebnis erfasst. Der Refinanzierung zuordenbare Transaktionskosten in Höhe von 12,3 Mio Euro werden vom Buchwert der Verbindlichkeiten abgegrenzt und im Rahmen der Effektivzinsmethode zukünftig erfolgswirksam erfasst. Der Tilgungsbetrag bei Endfälligkeit der beiden Darlehen belief sich somit zum 31. Dezember 2011 auf 2.359,7 Mio Euro (31. Dezember 2010: 3.559,7 Mio Euro). Die Bewertung dieser finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten mit der Effektivzinsmethode führt zu einem Bilanzansatz zum 31. Dezember 2011 von 2.335,6 Mio Euro (31. Dezember 2010: 3.531,3 Mio Euro).

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

Im Rahmen der Kreditvereinbarung hat die ProSiebenSat.1 Group Geschäftsanteile an verschiedenen, als wesentlich eingestuftes Tochtergesellschaften als Sicherheit verpfändet. Die Sicherheiten bestehen in voller Höhe über die gesamte Laufzeit der in Anspruch genommenen Kreditvereinbarungen. Des Weiteren wurden durch verschiedene Tochtergesellschaften Garantieerklärungen gegenüber den Kreditgebern abgegeben. Die Kreditvereinbarung beinhaltet darüber hinaus übliche Verpflichtungserklärungen, die wiederum durch Ausnahmen qualifiziert oder abgeschwächt werden. Die Kreditvereinbarung enthält des Weiteren übliche Kündigungsgründe für die Kreditgeber, die bei im Vertrag näher geregelten Vertragsverletzungen greifen. Im Falle einer Änderung der gesellschaftsrechtlichen Kontrolle durch Erwerb der Anteilsmehrheit über die Gesellschaft kann jeder Kreditgeber für sich, innerhalb einer bestimmten Frist, die Beendigung seiner Beteiligung an dem Kredit und Rückzahlung des ausstehenden Betrags verlangen. Der Vertrag verpflichtet die Gesellschaft unter anderem, ein bestimmtes Verhältnis der konsolidierten Nettoverschuldung zum konsolidierten EBITDA sowie des konsolidierten EBITDA zum konsolidierten Nettozinsergebnis (jeweils wie im Vertrag definiert) einzuhalten. Im Geschäftsjahr 2011 sowie im Vorjahr hat die ProSiebenSat.1 Group alle vertraglichen Pflichten eingehalten.

29 Übrige Verbindlichkeiten

Die übrigen Verbindlichkeiten sind wie folgt untergliedert:

in Mio Euro	2011		2010	
	kurzfristig	langfristig	kurzfristig	langfristig
Verbindlichkeiten aus Umsatzsteuer	43,0	- / -	59,2	- / -
Abgrenzungsposten	38,8	- / -	66,1	- / -
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern	30,9	- / -	34,1	- / -
Verbindlichkeiten aus sonstigen Steuern	10,7	- / -	13,6	- / -
Verbindlichkeiten gegenüber Verwertungsgesellschaften	20,8	- / -	20,2	- / -
Verbindlichkeiten gegenüber Agenturgeschäften	12,1	- / -	18,2	- / -
Verbindlichkeiten aus Urlaubsansprüchen	14,9	- / -	15,5	- / -
Erhaltene Anzahlungen	6,2	0,2	35,4	0,8
Kreditorische Debitoren	2,4	- / -	4,0	- / -
Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit	2,1	- / -	2,9	0,0
Verbindlichkeiten Künstlersozialkasse	1,0	- / -	1,4	- / -
Sonstige	5,6	0,9	5,2	0,9
Summe	188,5	1,1	275,8	1,7

Die Abgrenzungsposten setzen sich im Wesentlichen aus Verbindlichkeiten gegenüber den Medienagenturen zusammen. Im Vorjahr enthielten die erhaltenen Anzahlungen hauptsächlich die Jahresvorauszahlungen der Zeitschriftenabonnenten von Veronica Publishing in den Niederlanden.

Sonstige Erläuterungen

30 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung zeigt Herkunft und Verwendung der Geldströme. Entsprechend IAS 7 werden Cashflows aus betrieblicher Tätigkeit sowie aus Investitions- und Finanzierungstätigkeit unterschieden.

Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds beinhaltet alle in der Bilanz ausgewiesenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente, soweit sie innerhalb von drei Monaten ohne nennenswerte Wertschwankungen verfügbar sind. Die Zahlungsmittel unterliegen keinen Verfügungsbeschränkungen.

Die Cashflows aus der betrieblichen Tätigkeit werden ausgehend vom Jahresüberschuss indirekt abgeleitet, die Cashflows aus der Investitions- und Finanzierungstätigkeit werden zahlungsbezogen ermittelt.

Im Geschäftsjahr 2011 wurden wesentliche, nicht liquiditätswirksame Geschäftsvorfälle in Höhe von 27,1 Mio Euro (Vorjahr: 11,7 Mio Euro) durchgeführt. Diese betrafen vor allem Akquisitionen, bei denen keine Kaufpreiszahlungen geflossen sind (siehe hierzu auch Ziffer 3 „Akquisitionen und Verkäufe“) und Anlagenzugänge, die als Finanzierungsleasing einzustufen sind.

31 Eventualverbindlichkeiten

Im Mai 2010 wurden die Räumlichkeiten der ProSiebenSat.1 Media AG durch das Bundeskartellamt durchsucht. Grund hierfür ist der Verdacht, dass die ProSiebenSat.1 Media AG angeblich Absprachen mit der RTL-Gruppe getroffen habe, nach denen bisher kostenlos empfangbare

Programme der konkurrierenden Sendergruppen künftig nur noch verschlüsselt, gebündelt und gegen Entgelt zugänglich sein sollen. Zwischenzeitlich haben mehrere Gesprächsrunden mit Vertretern des Bundeskartellamts zu diesem Themenkomplex stattgefunden. Aufgrund der noch unklaren Verfahrenssituation gehen wir derzeit nicht von einer wahrscheinlichen Inanspruchnahme aus. Eine Rückstellung wurde zum Bilanzstichtag daher nicht gebildet. Das potenzielle Risiko lässt sich auf bis zu 30 Millionen Euro beziffern.

Zum 31. Dezember 2011 bestanden bei inländischen und ausländischen Gesellschaften insgesamt Haftungsverhältnisse aus Bürgschaften und Garantien in Höhe von 1,0 Mio Euro (Vorjahr: 1,0 Mio Euro). Derzeit liegen keine Erkenntnisse vor, die auf eine Inanspruchnahme aus diesen Haftungsverhältnissen hindeuten.

Im Rahmen der Kreditvereinbarung hat die ProSiebenSat.1 Group Geschäftsanteile an verschiedenen, als wesentlich eingestuftes Tochtergesellschaften als Sicherheit verpfändet. Des Weiteren wurden durch verschiedene Tochtergesellschaften Garantieerklärungen gegenüber den Kreditgebern abgegeben.

Wesentliche anhängige Rechtsstreitigkeiten, in denen die ProSiebenSat.1 Media AG und/oder von der ProSiebenSat.1 Media AG kontrollierte Unternehmen als Beklagte involviert sind und für die keine Rückstellungen zum 31. Dezember 2011 gebildet wurden, werden nachfolgend dargestellt:

- **Auskunfts- und Schadenersatzklage der RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG und El Cartel Media GmbH & Co. KG gegen die ProSiebenSat.1 Media AG, die SevenOne Media GmbH und die Sender Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH, ProSieben Television GmbH, kabel eins Fernsehen GmbH und die (mittlerweile aus dem Konzern ausgeschiedene) N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH, anhängig vor dem Landgericht Düsseldorf seit dem 10. November 2008.** Die Klägerin macht Auskunfts- und Schadenersatzansprüche im Zusammenhang mit der Vermarktung von Werbezeiten durch die SevenOne Media GmbH geltend. Im Jahre 2011 fanden zwei mündliche Verhandlungen statt. Mit weiteren Verhandlungen ist im Laufe des Jahres 2012 zu rechnen. Der Ausgang des Verfahrens ist derzeit noch nicht prognostizierbar.
- **Auskunfts- und Schadenersatzklage der MTV Networks Germany GmbH gegen die ProSiebenSat.1 Media AG, die SevenOne Media GmbH und die Sender Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH, ProSieben Television GmbH, kabel eins Fernsehen GmbH und die (mittlerweile aus dem Konzern ausgeschiedene) N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH, anhängig vor dem Landgericht München seit dem 22. Dezember 2009.** Die Klägerin macht Auskunfts- und Schadenersatzansprüche im Zusammenhang mit der Vermarktung von Werbezeiten durch die SevenOne Media GmbH geltend. Eine mündliche Verhandlung hat im Januar 2012 stattgefunden. Der Ausgang des Verfahrens ist derzeit noch nicht prognostizierbar.
- **Auskunfts- und Schadenersatzklage der TM-TV GmbH gegen die ProSiebenSat.1 Media AG, die SevenOne Media GmbH und die Sender Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH, ProSieben Television GmbH, kabel eins Fernsehen GmbH und die (mittlerweile aus dem Konzern ausgeschiedene) N24 Gesellschaft für Nachrichten und Zeitgeschehen mbH, anhängig vor dem Landgericht München seit dem 9. November 2009.** Die Klägerin macht Auskunfts- und Schadenersatzansprüche im Zusammenhang mit der Vermarktung von Werbezeiten durch die SevenOne Media GmbH geltend. Das Landgericht München hat mit Urteil vom 22. November 2011 die Klage vollumfänglich abgewiesen. Die Klägerin hat gegen dieses Urteil Berufung beim Oberlandesgericht München eingelegt. Der Ausgang des Verfahrens in der Berufungsinstanz ist derzeit noch nicht prognostizierbar. Termine zur mündlichen Verhandlung haben noch nicht stattgefunden.

- **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. Die Gesellschaft hat gegen dieses Urteil Berufung eingelegt, eine Verhandlung hierüber wird für Ende Oktober 2012 erwartet. Nach unserer Überzeugung wird das Urteil mit größter Wahrscheinlichkeit keinen Bestand haben, weshalb keine Rückstellungen gebildet wurden. Auf gleicher Rechtsgrundlage machen andere Urheber von TV-Sendungen gerichtlich und außergerichtlich Ansprüche geltend. Für einzelne dieser Vorgänge sind Rückstellungen gebildet worden, welche jedoch für die wirtschaftliche Lage der ProSiebenSat.1 Group unwesentlich sind.
- Darüber hinaus sind die ProSiebenSat.1 Media AG und von ihr kontrollierte Unternehmen Beklagte bzw. Beteiligte in weiteren gerichtlichen und schiedsgerichtlichen Klageverfahren und behördlichen Verfahren. Diese Verfahren haben auf Basis des heutigen Kenntnisstandes keinen bedeutenden Einfluss auf die wirtschaftliche Lage der ProSiebenSat.1 Group.

32 Sonstige finanzielle Verpflichtungen

in Mio Euro	2011	2010
Fällig innerhalb eines Jahres	759,8	804,5
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	1.871,6	1.966,2
Fällig nach mehr als fünf Jahren	285,3	216,7
Einkaufsobligo für Programmvermögen	2.916,7	2.987,4
Fällig innerhalb eines Jahres	72,2	85,6
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	218,3	170,1
Fällig nach mehr als fünf Jahren	62,4	48,9
Distribution	352,9	304,6
Fällig innerhalb eines Jahres	14,0	19,5
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	34,3	30,1
Fällig nach mehr als fünf Jahren	10,8	11,3
Leasing- und Mietverpflichtungen	59,1	60,9
Fällig innerhalb eines Jahres	79,2	90,4
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	125,3	131,1
Fällig nach mehr als fünf Jahren	26,5	39,7
Übrige finanzielle Verpflichtungen	231,0	261,2
Summe	3.559,7	3.614,1

Neben den in der Bilanz erfassten Verbindlichkeiten bestehen außerbilanzielle sonstige finanzielle Verpflichtungen. Diese resultieren aus Vertragsabschlüssen in der Zeit vor dem Bilanzstichtag und betreffen Zahlungsverpflichtungen mit einer Fälligkeit nach dem Bilanzstichtag. Bei den angegebenen Werten handelt es sich um Nominalbeträge, d.h. es fand keine Abzinsung statt.

Das Einkaufsobligo für Programmvermögen resultiert aus vor dem 31. Dezember 2011 abgeschlossenen Verträgen für den Erwerb von Film- und Serienlizenzen sowie Auftragsproduktionen. Ein Großteil der Verträge ist in US-Dollar abgeschlossen.

Unter der Position Distribution werden finanzielle Verpflichtungen aus Satellitenmieten, Verpflichtungen aus Verträgen über terrestrische Nutzung und Kabeleinspeisungsgebühren ausgewiesen.

Die unkündbaren Leasing- und Mietverpflichtungen beinhalten im Wesentlichen Kfz-Leasingverpflichtungen und Mietverpflichtungen aus Gebäudemietverträgen, die aufgrund ihres wirtschaftlichen Inhalts als Mietleasing-Verträge zu klassifizieren sind. Zusammen mit den Satellitenmieten fielen im Geschäftsjahr 2011 insgesamt 68,0 Mio Euro (Vorjahr: 55,0 Mio Euro) an Mietleasing-Aufwendungen an.

Unter den übrigen finanziellen Verpflichtungen werden im Wesentlichen Verpflichtungen gegenüber Verwertungsgesellschaften und sonstige Dienstleistungsbezüge ausgewiesen.

33**Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten**

Die ProSiebenSat.1 Group ist aufgrund ihrer operativen Tätigkeit und ihres Finanzierungsbedarfs verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Diese Risiken werden im Rahmen des Finanzrisikomanagements vom Zentralbereich Group Finance & Treasury gesteuert. Ziele des Finanzrisikomanagements sind die Sicherung der Zahlungsfähigkeit und die risikoadäquate Steuerung der Marktpreisrisiken. Die hierbei eingesetzten derivativen Finanzinstrumente dienen ausschließlich der Absicherung bestehender Risiken und werden nicht zu Spekulationszwecken verwendet. Die Grundsätze, Aufgaben und Zuständigkeiten des Finanzrisikomanagements sind in der internen Konzernfinanzrichtlinie der ProSiebenSat.1 Group geregelt. Es findet eine monatliche Risikoberichterstattung an den Vorstand statt.

Die folgenden Risiken wurden als wesentlich identifiziert und werden laufend bewertet. Die ProSiebenSat.1 Group sieht sich nach Berücksichtigung von Sicherungsaktivitäten keinen wesentlichen Risikokonzentrationen ausgesetzt.

Zinsrisiken

Unter Zinsrisiko versteht die ProSiebenSat.1 Group das Risiko steigender Finanzierungskosten durch einen Anstieg des Zinsniveaus. Die ProSiebenSat.1 Group ist durch ihre variabel verzinslichen finanziellen Verbindlichkeiten einem Zinsrisiko ausgesetzt. Die Kreditvereinbarung setzt sich zum 31. Dezember 2011 aus verschiedenen endfälligen Darlehen zu Nominalwerten in Höhe von 67,5 Mio Euro mit Fälligkeit am 3. Juli 2014 (Term Loan B), Darlehen mit einem Gesamtvolumen von 208,5 Mio Euro mit Fälligkeit am 3. Juli 2015 (Term Loan C) sowie das im Zuge der Verlängerungsvereinbarung vom August 2011 neu aufgelegte Darlehen mit einem Gesamtvolumen von 2.083,7 Mio Euro mit Fälligkeit am 3. Juli 2016 (Term Loan D) zusammen. Das Zinsrisiko aus diesen variabel verzinslichen Darlehen sichert die ProSiebenSat.1 Group über Zinsswaps ab. Bei Zinsswaps werden variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen getauscht. Dadurch werden die zukünftigen, variabel verzinslichen und somit unsicheren Zinszahlungen des oben beschriebenen Kredits kompensiert und durch festverzinsliche Zinszahlungen ersetzt. Der Marktwert von Zinsswaps wird durch Abzinsung der erwarteten, zukünftigen Zahlungsströme ermittelt. Bei der Verwendung anderer Methoden kann es zu Abweichungen kommen. Da die Zinsderivate ausschließlich der Absicherung des bestehenden Zinsrisikos dienen, besteht jedoch keine Glattstellungsentention.

Die Zinsswaps haben ein Gesamtvolumen in Höhe von 2.350,0 Mio Euro (Vorjahr: 2.800,0 Mio Euro) und einen durchschnittlichen Festzinssatz von 4,58 Prozent (Vorjahr: 4,57 %). Zum 31. Dezember 2011 waren damit nahezu 100 Prozent (Vorjahr: 79%) dieser Kredite über Zinsswaps abgesichert, wobei ein Teilvermögen in Höhe von 750,0 Mio Euro am 24. August 2012 fällig ist. Das restliche Volumen in Höhe von 1.600,0 Mio Euro hat eine Laufzeit bis 3. Juli 2014. Für das Berichtsjahr entstand aus diesen Geschäften aufgrund des nach wie vor geringen Zinsniveaus ein

Zinsaufwand in Höhe von 87,6 Mio Euro (Vorjahr: 108,3 Mio Euro). Die Zinsswaps qualifizieren sich im Rahmen des Hedge Accounting als Cashflow Hedges. Sie weisen zum 31. Dezember 2011 einen negativen Marktwert in Höhe von 155,1 Mio Euro (Vorjahr: negativer Marktwert in Höhe von 217,9 Mio Euro) auf. Davon werden 146,9 Mio Euro (Vorjahr: 206,8 Mio Euro) in einer gesonderten Position im kumulierten übrigen Eigenkapital gezeigt und unrealisierte Stückzinsen in Höhe von 7,7 Mio Euro (Vorjahr: 10,4 Mio Euro) als Zinsaufwand gebucht. Aufgrund von Ineffektivitäten werden 0,2 Mio Euro als Zinsertrag (Vorjahr: 0,2 Mio Euro Zinsertrag) ausgewiesen.

Das verbleibende variable Zinsrisiko ergibt sich neben dem nicht abgesicherten Teil des endfälligen Kredits auch im Fall von Barinanspruchnahmen der revolving Kreditfazilität. Zum 31. Dezember 2011 wurden vom Konsortialkredit keine Ziehungen in bar in Anspruch genommen (Vorjahr: 230,0 Mio Euro). Das Zinsrisiko im Sinne eines Marktwertänderungsrisikos wird als nicht relevant angesehen, da die Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group zu Anschaffungskosten bilanziert werden und sich eine mögliche Marktwertänderung somit nicht in der Bilanz niederschlägt.

Die Zinsrisikoposition wird regelmäßig mit aktuellen Marktdaten bewertet und die bestehenden Risiken unter Zuhilfenahme von Sensitivitätsanalysen quantifiziert. Die nachfolgende Tabelle gibt die Auswirkungen einer Erhöhung (Reduzierung) der relevanten Zinssätze um einen Prozentpunkt auf das Zinsergebnis an. Da in Bezug auf die Zinsderivate Hedge Accounting angewendet wird, schlägt sich die Marktwertveränderung im kumulierten übrigen Eigenkapital nieder. Dieser Effekt beläuft sich auf +41,7 Mio EUR im Falle einer Zinserhöhung um einen Prozentpunkt bzw. auf -43,2 Mio EUR bei einer Zinssenkung um einen Prozentpunkt.

in Mio Euro	Verzinsung	2011	2010
Zahlungsmittel und -äquivalente	variabel	517,9	740,7
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	variabel	-2.335,7	-3.761,9
Brutto-Exposure	variabel	-1.817,8	-3.021,2
Zinnsicherungsgeschäfte		2.350,0	2.800,0
Netto-Exposure	variabel	532,2	-221,2
Hedge ratio		129,3%	92,7%
Jährlicher Effekt aus einem Anstieg der kurzfristigen Zinsen um 100 Basispunkte (1 Prozentpunkt)		5,3	-2,2
Jährlicher Effekt aus einer Reduktion der kurzfristigen Zinsen um 100 Basispunkte (1 Prozentpunkt)		-5,3	2,2

Währungsrisiken

Unter Währungsrisiken versteht die ProSiebenSat.1 Group die aus Devisenkursänderungen resultierende Gefahr von Verlusten.

Die ProSiebenSat.1 Group schließt einen wesentlichen Teil ihrer Lizenzverträge mit Produktionsstudios in den USA ab. Die finanziellen Verpflichtungen aus diesem Programmrechteerwerb erfüllt die ProSiebenSat.1 Group in der Regel in US-Dollar. Aus diesem Grund können Wechselkursschwankungen zwischen Euro und US-Dollar die Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group beeinträchtigen. Das Währungsrisiko aus Forderungen und Verbindlichkeiten in anderen Fremdwährungen bzw. für andere Zwecke ist aufgrund seines geringen Volumens vernachlässigbar.

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt einen konzernweiten Portfolioansatz. Als Fremdwährungsexposure wird das Gesamtvolumen aller zukünftigen US-Dollar-Zahlungen verstanden, die aus bestehenden Lizenzverträgen resultieren und innerhalb eines Zeitraums von fünf Jahren fällig

werden. Im Rahmen des Fremdwährungsmanagements setzt die ProSiebenSat.1 Group verschiedene derivative und originäre Finanzinstrumente zur Absicherung gegen Währungsschwankungen ein. Hierzu zählen Devisentermingeschäfte, Devisenoptionen und Währungsbestände (Devisenkasseposition) in US-Dollar. Devisentermingeschäfte sind unbedingte, vertragliche Vereinbarungen über den Tausch zweier Währungen. Bei Geschäftsabschluss werden Nominalvolumen, Währungskurs und Fälligkeitszeitpunkt festgelegt. Als Käufer einer Devisenoption hat die ProSiebenSat.1 Media AG das Recht, aber nicht die Verpflichtung, eine angegebene Währung zu einem bestimmten Zeitpunkt und bei einem Geschäftsabschluss festgelegten Preis zu kaufen. Für dieses Recht muss in der Regel eine Optionsprämie gezahlt werden.

Derivative Finanzinstrumente, die die Voraussetzungen für die Bilanzierung einer Sicherungsbeziehung nach IAS 39 erfüllen, werden im Rahmen des Hedge-Accounting als Cashflow-Hedges bilanziert. Die Marktwertveränderungen dieser Instrumente werden im kumulierten übrigen Eigenkapital gebucht und erst bei Ausstrahlung der abgesicherten Lizenzzahlungen erfolgswirksam. Sicherungsinstrumente, die nicht die Voraussetzungen für die Bilanzierung einer Sicherungsbeziehung erfüllen, sind der Kategorie Held-for-Trading zuzuordnen. Die Veränderungen ihrer Marktwerte werden direkt erfolgswirksam erfasst.

Die ProSiebenSat.1 Group hat zum 31. Dezember 2011 Devisentermingeschäfte mit einem Nominalvolumen in Höhe von 1.448,2 Mio US-Dollar (Vorjahr: 1.260,9 Mio US-Dollar) im Bestand. Optionsvereinbarungen über den Kauf von US-Dollar bestehen zum 31. Dezember 2011 nicht (Vorjahr: 75,0 Mio US-Dollar). Die Marktwerte der Devisentermingeschäfte ergeben sich aus am Markt gestellten Devisenterminkursen. Die Berechnung der Marktwerte der Devisenoptionen basiert auf Grundlage eines marktgängigen Optionspreismodells. Bei der Verwendung anderer Methoden kann es zu Abweichungen kommen. Zur Bewertung wurden Marktdaten (Mittelkurse) vom 30. Dezember 2011 herangezogen. Die US-Dollar-Devisenkasseposition betrug zum 31. Dezember 2011 20,2 Mio US-Dollar (Vorjahr: 168,5 Mio US-Dollar).

	Jahr der Fälligkeit			Nominalbetrag	Fair Value	Fair Value
	2012	2013-2016	ab 2017	31.12.2011	31.12.2011	31.12.2010
	Mio US-Dollar	Mio US-Dollar	Mio US-Dollar	Mio US-Dollar	in Mio Euro	in Mio Euro
Devisentermingeschäfte	526,2	922,0	- / -	1.448,2	40,0	16,0
(davon innerhalb von Cashflow-Hedges)	327,2	899,0	- / -	1.226,2	30,0	13,4
Devisenoptionen	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	3,4
(davon innerhalb von Cashflow-Hedges)	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	0,3
Devisenkasseposition	20,2	- / -	- / -	20,2	15,6	126,0

Im Rahmen des Hedge Accounting wurden per 31. Dezember 2011 -30,5 Mio Euro (Vorjahr: 13,3 Mio Euro) in einer gesonderten Position im kumulierten übrigen Eigenkapital gebucht. Im Geschäftsjahr 2011 sind 0,8 Mio Euro (Vorjahr: 8,1 Mio Euro) dem Eigenkapital entnommen und direkt den Anschaffungskosten der zugrunde liegenden Lizenzen zugerechnet worden. Die Ergebnisauswirkung erfolgt mit dem Werteverzehr der entsprechenden Lizenzen. Es ergaben sich sowohl im Geschäftsjahr 2011 als auch im Vorjahr keine nennenswerten Ineffektivitäten.

Die Risikoposition in US-Dollar wird regelmäßig mit aktuellen Marktdaten bewertet und die bestehenden Risiken unter Zuhilfenahme von Sensitivitätsanalysen quantifiziert. Die nachfolgende Tabelle gibt die Auswirkungen einer zehnpromtigen Auf- und Abwertung des US-Dollars auf den Euro-Gegenwert der zukünftigen Zahlungen in US-Dollar an. Sie zeigt aus ökonomischer Sicht die Veränderung des Einflusses des US-Dollar-Kurses auf US-Dollar-Cashflows und stellt somit keine buchhalterische Analyse dar. Aus buchhalterischer Sicht sind die Kurseffekte

aus Lizenzverbindlichkeiten, Devisentermingeschäften der Kategorie Held-for-Trading sowie der Devisenkasseposition ergebniswirksam. Eine Abwertung (Aufwertung) des US-Dollars um 10% würde zu einem Effekt i.H.v. +1,3 Mio Euro (-1,6 Mio Euro) im Währungsergebnis führen. Der auf die Devisentermingeschäfte der Kategorie Hedge Accounting bezogene Währungseffekt i.H.v. -82,7 Mio Euro bei einer USD-Abwertung um 10% bzw. +100,8 Mio Euro bei einer USD-Aufwertung um 10%, würde im kumulierten übrigen Eigenkapital Berücksichtigung finden.

in Mio US-Dollar	31.12.2011	31.12.2010
Brutto-Fremdwährungsexposure	-2.062,9	-2.157,6
Devisensicherungsgeschäfte	1.468,5	1.504,4
davon Hedge-Accounting	1.226,2	1.100,6
davon Held-for-Trading	222,0	235,3
Devisenkasseposition	20,2	168,5
Netto-Exposure	-594,4	-653,2
Hedge ratio	71,2%	69,7%
Stichtagskurs	1,2932	1,3380
Aufwertung US-Dollar um 10%	1,1639	1,2042
Abwertung US-Dollar um 10%	1,4225	1,4718
in Mio EUR		
Veränderung zukünftiger Zahlungen aufgrund einer 10%igen Aufwertung des US-Dollars	-51,1	-54,2
Veränderung zukünftiger Zahlungen aufgrund einer 10%igen Abwertung des US-Dollars	41,8	44,4

Die Berichtswährung des Konzerns ist Euro. Die Abschlüsse der Gesellschaften, die ihren Sitz außerhalb der Euro-Währungszone haben, werden für den Konzernabschluss in Euro umgerechnet. Im Rahmen des Fremdwährungsmanagements werden die Beteiligungen an diesen Gesellschaften grundsätzlich als langfristiges Engagement betrachtet. Die ProSiebenSat.1 Group verzichtet daher auf eine Absicherung des Translationsrisikos.

Kredit- und Ausfallrisiken

Die ProSiebenSat.1 Group ist aus ihren Finanzierungsaktivitäten und dem operativen Geschäft einem Kredit- und Ausfallrisiko ihrer Vertragspartner ausgesetzt. Das maximale Kreditrisiko wird durch den Buchwert der in der Bilanz angesetzten finanziellen Vermögenswerte wiedergegeben.

Im Finanzierungsbereich können Kredit- und Ausfallrisiken für die ProSiebenSat.1 Group grundsätzlich in Form von Forderungsausfallrisiken bestehen. Um dieses Risiko zu minimieren, ist die ProSiebenSat.1 Group bestrebt, Finanztransaktionen und derivative Rechtsgeschäfte ausschließlich mit Vertragspartnern abzuschließen, die eine erstklassige bis gute Bonität aufweisen. Der Buchwert der finanziellen Vermögenswerte nach Wertberichtigungen stellt das maximale Risiko der ProSiebenSat.1 Group dar. Es gibt keine wesentliche Konzentration eines Ausfallrisikos hinsichtlich eines Geschäftspartners oder einer klar abgrenzbaren Gruppe von Geschäftspartnern. Zum Bilanzstichtag gab es keine wesentlichen Vereinbarungen, die das maximale Ausfallrisiko begrenzen. Insgesamt sieht sich die ProSiebenSat.1 Group keinen wesentlichen Ausfallrisiken ausgesetzt. Der Marktwert der derivativen Finanzinstrumente, bei denen die ProSiebenSat.1 Group pro Geschäftspartner netto einen positiven Marktwert ausweist, beträgt per 31. Dezember 2011 insgesamt 16,1 Mio Euro (Vorjahr: 4,8 Mio Euro). Dieser Marktwert

entfällt auf mehrere Finanzinstitute, deren Bonität von der Ratingagentur Moody's mit mindestens A2 bewertet wird. Die positiven Marktwerte dieser nicht besicherten derivativen Finanzinstrumente stellen das maximale Ausfallrisiko dar.

Für das Kredit- und Ausfallrisiko in Zusammenhang mit dem operativen Geschäft wird durch die ProSiebenSat.1 Group eine angemessene Risikovorsorge gebildet. Hierzu erfolgt eine fortlaufende Überprüfung sämtlicher Forderungen und bei objektiven Hinweisen auf Ausfälle oder sonstige Vertragsstörungen werden Wertberichtigungen gebildet. Deuten diese Hinweise auf die endgültige Uneinbringlichkeit hin, erfolgt deren Ausbuchung, ggf. gegen eine vorher gebildete Vorsorge. Hinsichtlich der Nettowerte der Forderungen aus Lieferung und Leistung und der sonstigen finanziellen Vermögensgegenstände gab es zum Bilanzstichtag keine Hinweise auf wesentliche Zahlungsausfälle. Für Informationen zur Altersstruktur der Forderungen aus Lieferung und Leistung verweisen wir auf Ziffer 23 „Forderungen und Sonstige Vermögenswerte“. Angaben hinsichtlich der Größe wesentlicher Kunden sind unter Ziffer 34 „Segmentberichterstattung“ zu finden.

Liquiditätsrisiken

Im Rahmen des Liquiditätsmanagements stellt die ProSiebenSat.1 Group sicher, dass trotz der saisonal stark schwankenden Umsatzerlöse jederzeit ausreichend Liquidität verfügbar ist. Bestandteil der bestehenden Kreditvereinbarung ist auch eine revolvingierende Kreditfazilität. Die Kreditfazilität hat eine ursprüngliche Laufzeit von sieben Jahren und ist am 3. Juli 2014 zur Rückzahlung fällig. Die zum 31. Dezember 2011 verfügbare revolvingierende Kreditlinie mit einem ursprünglichen Rahmenvolumen von 600 Mio Euro, das variabel in Anspruch genommen werden kann, beträgt 568,4 Mio Euro (Vorjahr: 581,8 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group kann die revolvingierende Kreditlinie variabel für allgemeine betriebliche Zwecke verwenden. Die Kreditlinie war zum 31. Dezember 2011 nicht in bar in Anspruch genommen (Vorjahr: 230,0 Mio Euro). Zum Stichtag war die Kreditlinie durch Avale in Höhe von 20,0 Mio Euro (Vorjahr: 26,5 Mio Euro) genutzt.

Ferner verfügt die ProSiebenSat.1 Group per 31. Dezember 2011 über einen Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten von 517,9 Mio Euro (Vorjahr: 740,7 Mio Euro). Somit verfügt die Gruppe per 31. Dezember 2011 über insgesamt 1.086,3 Mio Euro (Vorjahr: 1.066,0 Mio Euro) liquide Mittel und ungenutzte Kreditfazilität.

Im Rahmen der Darstellung der Liquiditätsrisiken wird eine Restlaufzeitengliederung für nicht derivative finanzielle Verbindlichkeiten auf Basis der vertraglich vereinbarten Fälligkeitstermine sowie für derivative finanzielle Verbindlichkeiten in Bezug auf den zeitlichen Anfall der Zahlungen angegeben. Dabei werden die vertraglich vereinbarten, undiskontierten Zahlungen gezeigt.

Die ProSiebenSat.1 Group ordnet die erwarteten Auszahlungen für finanzielle Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2011 und dem Vorjahr den folgenden Laufzeitbändern zu:

in Mio Euro	bis 1 Jahr	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	Summe Vertragliche Cashflows 31.12.2011
Bankdarlehen	91,4	2.677,1	- / -	2.768,5
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	14,0	45,5	74,9	134,4
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	410,0	46,8	- / -	456,8
Nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten	515,4	2.769,4	74,9	3.359,7
Zinsswaps	68,6	95,2	- / -	163,8
Devisentermingeschäfte	0,5	0,3	- / -	0,8
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	69,1	95,5	- / -	164,6
Summe	584,5	2.864,9	74,9	3.524,3

in Mio Euro	bis 1 Jahr	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	Summe Vertragliche Cashflows 31.12.2010
Bankdarlehen	335,4	4.010,8	- / -	4.346,2
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	15,4	47,4	84,4	147,2
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistung	485,0	41,8	- / -	526,8
Nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten	835,8	4.100,0	84,4	5.020,2
Zinsswaps	95,3	134,9	- / -	230,2
Devisentermingeschäfte	1,3	7,0	- / -	8,3
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	96,6	141,9	- / -	238,5
Summe	932,4	4.241,9	84,4	5.258,7

Angaben zu Buch- und Marktwerten von Finanzinstrumenten

Die folgende Tabelle zeigt die Buchwerte aller Kategorien von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group:

in Mio Euro	In der Bilanz ausgewiesen in	31.12.2011		31.12.2010	
		Fair Value	Buchwert	Fair Value	Buchwert
Finanzielle Vermögenswerte					
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	517,9	517,9	740,7	740,7
Darlehen und Forderungen	Forderungen und Sonstige Vermögenswerte	308,3	308,3	357,6	357,6
Finanzielle Vermögenswerte designiert als Fair Value Option ¹	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	9,2	9,2	7,7	7,7
Zu Handelszwecken gehaltene finanzielle Vermögenswerte	Forderungen und Sonstige Vermögenswerte	10,4	10,4	6,4	6,4
Zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	Langfristige finanzielle Vermögenswerte/ Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	- / -	47,3	- / -	55,5
Hedge Derivate	Forderungen und Sonstige Vermögenswerte	30,4	30,4	23,9	23,9
Summe		876,2	923,5	1.136,3	1.191,8
Finanzielle Verbindlichkeiten					
Finanzielle Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	Finanzielle Verbindlichkeiten	2.787,4	2.970,8	4.278,1	4.461,4
Zu Handelszwecken gehaltene finanzielle Verbindlichkeiten	Finanzielle Verbindlichkeiten	0,4	0,4	0,6	0,6
Hedge Derivate	Finanzielle Verbindlichkeiten	147,8	147,8	214,6	214,6
Summe		2.935,6	3.119,0	4.493,3	4.676,6

¹ Diese Position beinhaltet nur Anteile an Investmentfonds

Die beizulegenden Zeitwerte (Fair Values) von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten, von Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, von kurzfristigen finanziellen Forderungen und Verbindlichkeiten sowie aus revolving Kreditfazilitäten und sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen in etwa dem Buchwert. Grund hierfür ist insbesondere die kurze Laufzeit solcher Instrumente.

Das maximale Ausfallrisiko der erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Anteile an Investmentfonds ist zum 31. Dezember 2011 auf den Marktwert dieser Position beschränkt. Es bestehen keine Absicherungen gegen ein potenzielles Ausfallrisiko, da dieses aufgrund der Marktlage als unwahrscheinlich angesehen wird.

Die zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerte betreffen im Wesentlichen die Beteiligung an der Zenimax Media Inc. Diese wird zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet, da der beizulegende Zeitwert nicht verlässlich ermittelbar ist. Für diese Beteiligung liegen keine Börsen- oder Marktpreise vor. Bei Vorliegen von entsprechenden Anhaltspunkten wird ein Werthaltigkeitstest durchgeführt. Für die Beteiligung hat bis zur Aufstellung des Abschlusses keine Veräußerungsabsicht bestanden. Zum 31. Dezember 2011 bestanden objektive Anzeichen einer Wertminderung, aus diesem Grund wurde die Beteiligung auf einen Restbuchwert von 42,8 Mio. Euro erfolgswirksam wertgemindert.

Die Fair Values von langfristigen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten, Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing sowie sonstigen langfristigen finanziellen Verbindlichkeiten werden durch Abzinsung der erwarteten zukünftigen Zahlungsströme mit den für ähnliche Finanzschulden mit vergleichbarer Restlaufzeit geltenden Zinsen bestimmt.

Die in der Bilanz zum beizulegenden Zeitwert angesetzten Vermögenswerte und Verbindlichkeiten können auf drei Hierarchiestufen berechnet werden. Diese Stufen spiegeln die Bedeutung der für die Bewertung verwendeten Inputdaten wider und sind wie folgt gegliedert:

- auf aktiven Märkten notierte (nicht angepasste) Preise für identische Vermögenswerte oder Verbindlichkeiten (Stufe 1)
- für den Vermögenswert oder die Verbindlichkeit entweder direkt (als Preise) oder indirekt (von Preisen abgeleitete) beobachtbare Inputdaten, die keine notierten Preise nach Stufe 1 darstellen (Stufe 2)
- für den Vermögenswert oder die Verbindlichkeit herangezogene Inputdaten, die nicht auf beobachtbaren Marktdaten basieren (nicht beobachtbare Inputdaten) (Stufe 3).

Nachfolgende Tabellen geben Informationen über die gewählten Hierarchiestufen bei der Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte je Kategorie:

in Mio Euro	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Summe 31.12.2011
Finanzielle Vermögenswerte designiert als Fair Value Option	9,2	- / -	- / -	9,2
Derivative finanzielle Vermögenswerte	- / -	40,8	- / -	40,8
Finanzielle Vermögenswerte	9,2	40,8	- / -	50,0
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	- / -	148,1	- / -	148,1
Finanzielle Verbindlichkeiten	- / -	148,1	- / -	148,1

in Mio Euro	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Summe 31.12.2010
Finanzielle Vermögenswerte designiert als Fair Value Option	7,7	- / -	- / -	7,7
Derivative finanzielle Vermögenswerte	- / -	26,9	- / -	26,9
Finanzielle Vermögenswerte	7,7	26,9	- / -	34,6
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	- / -	215,1	- / -	215,1
Finanzielle Verbindlichkeiten	- / -	215,1	- / -	215,1

In beiden Geschäftsjahren gab es keine Umgliederungen zwischen Stufe 1 und Stufe 2 bei der Bewertung der beizulegenden Zeitwerte und es wurden keine Umgliederungen in oder aus Stufe 3 in Bezug auf die Bewertung der beizulegenden Zeitwerte vorgenommen.

34 Segmentberichterstattung

Erläuterungen zur Segmentberichterstattung

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

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

Dem Segment Free-TV Deutschsprachig werden im Wesentlichen die Sender SAT.1, ProSieben, kabel eins und sixx, die SAT.1-Regionalgesellschaften, der Vermarkter SevenOne Media, die Konzerntöchter in Österreich und der Schweiz sowie die Red Arrow Entertainment Group mit ihrem Vertriebspartner SevenOne International zugeordnet. Im Vorjahr war darüber hinaus die zum 30. Juni 2010 aus dem Konsolidierungskreis ausgeschiedene N24 diesem Segment zugeordnet.

Zum Segment Free-TV International gehören zum 31. Dezember 2011 die werbefinanzierten TV-Sender in Nordeuropa (Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden) und im zentral- und ost-europäischen Raum (Rumänien und Ungarn). Aufgrund der Veräußerung des TV-Geschäfts in Belgien und den Niederlanden im Juni bzw. Juli 2011 wurden die nachfolgenden Tabellen angepasst, um die Auswirkungen der nicht-fortgeführten Aktivitäten auf die Segmente darzustellen.

Das Segment Diversifikation umfasst die Aktivitäten der Bereiche Video-on-Demand, Online, Multimedia und Merchandising, Games, Commerce und Ventures im deutschsprachigen Raum („Other Media“) sowie die internationale Aktivität Radio. Die internationalen Aktivitäten im Bereich Print sind im Zuge der Veräußerung des Geschäfts in den Niederlanden weggefallen. Die zwei operativen Segmente Other Media und Radio werden zum berichtspflichtigen Segment Diversifikation zusammengefasst.

Segmentinformationen

Den Segmentinformationen liegen grundsätzlich die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden zugrunde, wie sie unter der Ziffer 6 „Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“ für den Konzernabschluss nach IFRS beschrieben werden.

Der Vorstand als Hauptentscheidungsträger misst den Erfolg der Segmente anhand einer Segmentergebnisgröße, die in der internen Steuerung und Berichterstattung als „recurring EBITDA“ bezeichnet wird. Zugleich ist diese Ergebnisgröße ein zentraler Maßstab für die laufende Einhaltung bestimmter Finanzkennzahlen („Financial Covenants“) auf Gruppenebene. Das recurring EBITDA steht für das um Einmaleffekte bereinigte EBITDA. Es ist definiert als das bereinigte Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis, Abschreibungen und Wertminderungen. Weitere Informationen zu den Einmaleffekten befinden sich im Lagebericht.

Das Segmentvermögen umfasst sämtliche Vermögenswerte, die für die betriebliche Tätigkeit genutzt werden. Es beinhaltet die immateriellen Vermögenswerte einschließlich Geschäfts- oder Firmenwerte sowie Sachanlagen, Programmvermögen und die kurzfristigen Vermögenswerte ohne die Forderungen aus Ertragsteuern, latenten Steueransprüche, kurzfristigen finanziellen Vermögenswerte und Zahlungsmittel. Das Segmentvermögen wird zwar nicht der internen Steuerung und Berichterstattung zugrunde gelegt, jedoch wird das Segmentvermögen im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

Die Segmentinvestitionen beziehen sich auf die Zugänge zu den langfristigen Vermögenswerten. Sie umfassen Zugänge zu immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen sowie zum Programmvermögen.

Die Abschreibungen entfallen auf das den einzelnen Segmenten zugeordnete Vermögen. Es wird zwischen den gesondert ausgewiesenen Größen planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen unterschieden. Nicht enthalten sind Wertminderungen auf das Programmvermögen, auf Finanzanlagen und auf kurzfristige finanzielle Vermögenswerte.

Unter den sonstigen nicht zahlungswirksamen Aufwendungen und Erträgen werden im Wesentlichen der Werteverzehr des Programmvermögens, die Zuführungen zu Rückstellungen, die Aufwendungen aus der Bewertung des Aktienoptionsplans sowie Wertberichtigungen auf Forderungen ausgewiesen. Diese Aufwendungen werden mit Erträgen aus der Auflösung von Rückstellungen verrechnet.

Die als Netto-Finanzverbindlichkeiten definierten Segmentschulden werden im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben. Die Netto-Finanzverschuldung ermittelt sich als Saldo aus Kreditverbindlichkeiten der jeweiligen Segmente abzüglich der liquiden Mittel und den kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten der Segmente. Es erfolgt keine Steuerung der Verschuldung auf Segmentebene durch die Hauptentscheidungsträger, demzufolge ist diese Größe auch nicht Gegenstand der regelmäßigen unternehmensinternen Berichterstattung. Die Verschuldung wird vielmehr auf Konzernebene gesteuert und ist in Verbindung mit dem recurring EBITDA für Zwecke der Einhaltung bestimmter Finanzkennzahlen („Financial Covenants“) bedeutsam. Insofern geben wir diese Größe als freiwillige Zusatzinformation an.

Darüber hinaus erfolgt die nicht verpflichtende Angabe der Segmentinformationen bzgl. der At-Equity bewerteten Anteile und entsprechenden Ergebnisbeiträgen aus der Bewertung gemäß der At-Equity-Methode, Zinsaufwendungen und -erträgen sowie Ertragsteuern. Diese Informationen sind nicht Bestandteil des Segmentergebnisses bzw. -vermögens, werden jedoch aufgrund der Informationsrelevanz freiwillig angegeben.

SEGMENTINFORMATIONEN 2011

in Mio Euro	Segment	Segment	Segment	Summe	Nicht-	Eliminierungen	Summe
	Free-TV	Free-TV		Segment			fortgeführte
	Deutschsprachig	International	Diversifikation	fortgeführte	Aktivitäten		abschluss
	2011	2011	2011	Aktivitäten	2011	2011	2011
Umsatzerlöse	2.034,4	476,4	347,5	2.858,3	215,0	-102,1	2.971,2
Außenumsätze	1.936,6	475,2	344,4	2.756,2	215,0	- / -	2.971,2
Innenumsätze	97,8	1,2	3,1	102,1	0,0	-102,1	- / -
Recurring EBITDA ²	666,4	97,8	82,4	846,6	54,7	-0,2	901,1
Recurring EBITDA-Marge	32,8%	20,5%	23,7%	29,6%	25,4%	- / -	30,3%
Ergebnis aus At-Equity bewerteten Anteilen ¹	3,3	- / -	- / -	3,3	- / -	- / -	3,3
Zinsen und ähnliche Erträge ¹	19,1	17,7	1,2	38,0	- / -	-28,5	9,5
Zinsen und ähnliche Aufwendungen ¹	143,5	81,2	11,6	236,3	0,1	-28,5	207,9
Ertragsteuern ¹	64,9	-8,6	40,9	97,2	12,2	- / -	109,4
Planmäßige Abschreibungen	30,2	51,6	37,8	119,6	2,7	- / -	122,3
Wertminderungen	0,4	5,1	20,6	26,1	- / -	- / -	26,1
davon auf Geschäfts- oder Firmenwerte	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (-) und Erträge (+)	-863,0	-230,1	-43,0	-1.136,1	-68,9	- / -	-1.205,0
Segmentvermögen ¹	1.184,1	3.608,1	891,3	5.683,5	- / -	-1.344,9	4.338,6
davon Geschäfts- oder Firmenwerte	455,2	812,3	539,9	1.807,4	- / -	- / -	1.807,4
Segmentinvestitionen	968,3	237,5	69,9	1.275,7	83,5	-26,2	1.333,0
At-Equity bewertete Anteile ¹	0,5	0,2	0,3	1,0	- / -	- / -	1,0
Segmentsschulden ¹	875,8	1.274,9	90,3	2.241,0	- / -	-423,2	1.817,8

1 Diese Segmentinformationen werden im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

2 Die Darstellung des recurring EBITDA ist um Effekte aus dem Verbundgeschäft der Sultan Sushi Gruppe von 3,6 Mio Euro (Vorjahr: 4,3 Mio Euro) bereinigt.

SEGMENTINFORMATIONEN 2010

in Mio Euro	Segment	Segment	Segment	Summe	Nicht-	Eliminierungen	Summe
	Free-TV	Free-TV		Segment			fortgeführte
	Deutschsprachig	International	Diversifikation	fortgeführte	Aktivitäten		abschluss
	2010	2010	2010	Aktivitäten	2010	2010	2010
Umsatzerlöse	1.936,7	424,2	316,0	2.676,9	403,2	-75,9	3.004,2
Außenumsätze	1.866,8	421,9	312,3	2.601,0	403,2	- / -	3.004,2
Innenumsätze	69,9	2,3	3,7	75,9	- / -	-75,9	- / -
Recurring EBITDA ²	631,3	86,1	69,9	787,3	118,7	-0,1	905,9
Recurring EBITDA-Marge	32,6%	20,3%	22,1%	29,4%	29,4%	- / -	30,2%
Ergebnis aus At-Equity bewerteten Anteilen ¹	2,3	- / -	-13,6	-11,3	- / -	- / -	-11,3
Zinsen und ähnliche Erträge ¹	7,4	5,6	3,4	16,4	- / -	-11,3	5,1
Zinsen und ähnliche Aufwendungen ¹	142,3	82,6	10,9	235,8	0,2	-11,3	224,7
Ertragsteuern ¹	118,6	-32,9	2,7	88,4	22,3	- / -	110,7
Planmäßige Abschreibungen	32,2	54,4	32,1	118,7	11,1	- / -	129,8
Wertminderungen	5,0	- / -	3,3	8,3	- / -	- / -	8,3
davon auf Geschäfts- oder Firmenwerte	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (-) und Erträge (+)	-858,0	-171,6	-10,9	-1.040,5	-122,4	0,3	-1.162,6
Segmentvermögen ¹	1.802,6	1.653,8	765,4	4.221,8	1.401,7	-233,5	5.390,0
davon Geschäfts- oder Firmenwerte	444,4	822,4	487,3	1.754,1	601,0	- / -	2.355,1
Segmentinvestitionen	933,6	211,6	25,1	1.170,3	140,1	-0,4	1.310,0
At-Equity bewertete Anteile ¹	0,0	0,2	0,3	0,5	0,6	- / -	1,1
Segmentsschulden ¹	1.619,0	1.446,0	91,1	3.156,1	-25,1	-110,0	3.021,0

1 Diese Segmentinformationen werden im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

2 Die Darstellung des recurring EBITDA ist um Effekte aus dem Verbundgeschäft der Sultan Sushi Gruppe von 3,6 Mio Euro (Vorjahr: 4,3 Mio Euro) bereinigt.

Nachfolgend werden die Überleitungsrechnungen von den Segmentwerten auf Konzernwerte dargestellt:

ÜBERLEITUNGSRECHNUNGEN ZU DEN SEGMENTINFORMATIONEN

in Mio Euro	2011	2010
UMSATZERLÖSE		
Umsatzerlöse der berichtspflichtigen Segmente	2.858,3	2.676,9
Umsatzerlöse aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	215,0	403,2
Eliminierungen	-102,1	-75,9
Umsatzerlöse des Konzerns	2.971,2	3.004,2
Eliminierung Umsatzerlöse aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-215,0	-403,2
Konzernumsatzerlöse aus fortgeführten Aktivitäten	2.756,2	2.601,0
RECURRING EBITDA		
Recurring EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	846,6	787,3
Recurring EBITDA aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	54,7	118,7
Eliminierungen	-0,2	-0,1
Recurring EBITDA des Konzerns	901,1	905,9
Non-recurring Ergebnis	238,2	-98,3
Finanzergebnis	-237,1	-240,5
planmäßige Abschreibungen	-122,3	-129,8
Wertminderungen	-26,1	-8,3
Eliminierung Ergebnis vor Steuern aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-387,2	-100,4
Konzernergebnis vor Steuern aus fortgeführten Aktivitäten	366,6	328,6
SONSTIGE ZAHLUNGSUNWIRKSAME AUFWENDUNGEN UND ERTRÄGE		
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge der berichtspflichtigen Segmente	1.136,1	1.040,5
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	68,9	122,4
Eliminierungen	0,0	-0,3
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge des Konzerns	1.205,0	1.162,6
Eliminierung sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-68,9	-122,4
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge des Konzerns aus fortgeführten Aktivitäten	1.136,1	1.040,2
davon Werteverzehr des Programmvermögens	1.080,2	957,0
davon Sonstiges	55,9	83,2
VERMÖGEN		
Gesamtvermögen der berichtspflichtigen Segmente	5.683,5	4.221,8
Gesamtvermögen aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	- / -	1.401,7
Eliminierungen	-1.344,9	-233,5
Segmentvermögen des Konzerns	4.338,6	5.390,0
Nach der At-Equity-Methode bewertete Anteile	1,0	1,1
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	56,5	63,0
Latente Ertragsteueransprüche	78,8	87,1
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	0,0	0,2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	517,9	740,7
Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern und sonstigen Steuern	40,8	34,2
Konzern-Vermögenswerte	5.033,6	6.316,3
INVESTITIONEN		
Investitionen der berichtspflichtigen Segmente	1.275,7	1.170,3
Investitionen aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	83,5	140,1
Eliminierungen	-26,2	-0,4
Investitionen des Konzerns	1.333,0	1.310,0
Eliminierung Investitionen aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-83,5	-140,1
Investitionen des Konzerns aus fortgeführten Aktivitäten	1.249,5	1.169,9
davon für Programmvermögen	1.161,0	1.098,6
davon für Sachanlagen	31,5	28,8
davon für immaterielle Vermögenswerte	57,0	42,5

Die Eliminierungen enthalten Konsolidierungen von Geschäftsbeziehungen zwischen den Segmenten sowie bestimmte Überleitungs- und Umgliederungsposten. In den Überleitungsrechnungen werden Größen ausgewiesen, die definitionsgemäß nicht Bestandteil der Segmente sind. Geschäftsbeziehungen zwischen den Segmenten werden in der Überleitung eliminiert. Diese werden grundsätzlich zu marktüblichen Bedingungen getätigt.

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

ANGABEN AUF UNTERNEHMENSEBENE

Geografische Aufteilung	Deutschsprachig		Nordic		CEE		BE/NL		BE/NL Nicht-fortgeführte Aktivitäten		Sonstige		Summe Konzernabschluss	
	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010
in Mio Euro														
Außenumsatz	2.154,2	2.082,9	475,9	398,4	100,1	110,7	10,1	8,5	215,0	403,2	15,9	0,5	2.971,2	3.004,2
Langfristiges Vermögen	2.335,1	2.263,9	987,2	977,6	397,9	389,3	0,5	82,7	- / -	1.039,7	7,7	13,8	3.728,4	4.767,0
Investitionen	993,0	947,9	203,8	163,1	50,2	55,8	0,0	0,5	83,5	140,1	2,5	2,6	1.333,0	1.310,0

Das langfristige Vermögen innerhalb der Angaben auf Unternehmensebene beinhaltet die immateriellen Vermögenswerte, die Sachanlagen und das langfristige Programmvermögen.

Im Geschäftsjahr 2011 wurden Außenumsätze in Höhe von 1.975,6 Mio Euro (Vorjahr: 1.935,9 Mio Euro) in Deutschland erwirtschaftet. Dies entspricht einem Anteil von 66,5 Prozent (Vorjahr: 64,4 %) des Konzernaußenumsatzes. Die Zuordnung der Umsätze erfolgt nach dem Land der Gesellschaft, die die Leistung erbracht hat.

Der Anteil am langfristigen Segmentvermögen, der Deutschland zuzurechnen ist, beträgt im Geschäftsjahr 2011 62,2 Prozent (Vorjahr: 47,3 %).

Mit zwei Kunden wurden im Geschäftsjahr 2011 jeweils mehr als 10 Prozent des Konzernumsatzes erzielt (Kunde A 2011: 556,6 Mio Euro, Vorjahr: 526,8 Mio Euro und Kunde B 2011: 367,0 Mio Euro, Vorjahr: 335,1 Mio Euro). Die Umsatzerlöse sind zu verschiedenen Anteilen allen Segmenten zuzuordnen.

35

Aktienoptionsplan

Zum 31. Dezember 2011 existieren bei der ProSiebenSat.1 Media AG drei Aktienoptionspläne. Der Long Term Incentive Plan 2005 (LTIP 2005) wurde durch Zustimmung der Hauptversammlung vom 13. Mai 2005, der Long Term Incentive Plan 2008 (LTIP 2008) durch Zustimmung der Hauptversammlung vom 10. Juni 2008 sowie der Long Term Incentive Plan 2010 (LTIP 2010) durch Zustimmung der Hauptversammlung vom 29. Juni 2010 eingeführt. Bei den Aktienoptionsplänen handelt es sich um eine anteilsbasierte Vergütung, wobei das Wahlrecht hinsichtlich der Erfüllungsart bei der ProSiebenSat.1 Media AG liegt. Da keine gegenwärtige Verpflichtung seitens der ProSiebenSat.1 Media AG zur Erfüllung der Vergütung durch Barausgleich besteht, erfolgt die Bilanzierung nach Maßgabe der Vergütung durch Einsatz von Eigenkapitalinstrumenten („Equity-Settlement“). Jede Aktienoption berechtigt zum Bezug von einer Vorzugsaktie der ProSiebenSat.1 Media AG gegen Zahlung eines Ausübungspreises.

Anzahl der Aktienoptionen

Die letzten unter dem LTIP 2005 (Cycle 2006) ausstehenden Aktienoptionen (61.500 Stück) sind zum 31. Dezember 2011 ersatzlos verfallen.

Der LTIP 2008 umfasst die Ausgabe von insgesamt bis zu 4.900.000 Stück Aktienoptionen. Soweit bereits ausgegebene Aktienoptionen ohne Ausübung verfallen, erhöht sich die Anzahl der potenziell auszugebenden Aktienoptionen um die Anzahl dieser unausgeübt verfallenen Aktienoptionen. Insgesamt sind im Rahmen des LTIP 2008 bis zum 31. Dezember 2010 3.788.500 Aktienoptionen ausgegeben. Von diesen Aktienoptionen verfielen 217.500 Stück im Geschäftsjahr 2011. Somit beläuft sich die Anzahl der zum 31. Dezember 2011 im Rahmen des LTIP 2008 ausgegebenen Aktienoptionen auf 3.571.000 Stück.

Der LTIP 2010 umfasst die Ausgabe von insgesamt bis zu 2.000.000 Stück Aktienoptionen. Soweit ausgegebene Aktienoptionen ohne Ausübung verfallen, erhöht sich die Anzahl der Aktienoptionen um die Anzahl der unausgeübt verfallenen Aktienoptionen. Insgesamt sind im Rahmen des LTIP 2010 bis zum 31. Dezember 2011 1.732.500 Aktienoptionen ausgegeben. Von diesen Aktienoptionen verfielen 82.500 Stück im Geschäftsjahr 2011. Somit beträgt die Anzahl der zum 31. Dezember 2011 ausgegebenen Aktienoptionen 1.650.000 Stück.

Kreis der Bezugsberechtigten

Die Aktienoptionen sind ausschließlich zum Bezug durch Mitglieder des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media AG und Mitglieder von Geschäftsführungen sowie von weiteren ausgewählten Führungskräften der ProSiebenSat.1 Media AG und der von ihr abhängigen Konzerngesellschaften bestimmt. Abweichend hiervon sind Mitglieder des Vorstands im Rahmen des LTIP 2010 nicht bezugsberechtigt. Die einzelnen Berechtigten und die Zahl der ihnen einzuräumen den Aktienoptionen werden durch den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media AG mit Zustimmung des Aufsichtsrats beziehungsweise – soweit Mitglieder des Vorstands betroffen sind – durch den Aufsichtsrat festgelegt.

Ausgabezeiträume

Die Ausgabe der Aktienoptionen des LTIP 2008 konnte in einer oder mehreren Jahrestriechen erfolgen. Die Begebung von Aktienoptionen hat jeweils innerhalb der ersten drei Monate eines Kalenderjahres und/oder im Zeitraum zwischen der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft und dem Ende des Kalenderjahres zu erfolgen. Eine Ausgabe von Aktienoptionen auf der Grundlage des LTIP 2008 ist erstmalig im Jahr 2008 erfolgt und durfte letztmalig im Jahr 2009 erfolgen.

Die Ausgabe von Aktienoptionen des LTIP 2010 kann in einer oder zwei Jahrestriechen erfolgen. Eine Begebung von Aktienoptionen ist dabei jeweils nur innerhalb der ersten vier Monate eines Kalenderjahres und/oder im Zeitraum zwischen der ordentlichen Hauptversammlung der Gesellschaft und dem Ende des Kalenderjahres zulässig. Eine Ausgabe von Aktienoptionen auf der Grundlage des LTIP 2010 ist erstmalig im Jahr 2010 erfolgt und durfte letztmalig im Jahr 2011 erfolgen.

Ausübungszeiträume

Aktienoptionen dürfen nur dann ausgeübt werden, wenn zum Zeitpunkt der Ausübung eine Unverfallbarkeitsfrist (sog. Vesting Period) abgelaufen ist. Diese Unverfallbarkeitsfrist beginnt jeweils am 1. Januar des Jahres, in welchem die Ausgabe der jeweiligen Aktienoptionen erfolgt. Für Aktienoptionen, die im Rahmen des LTIP 2008 und des LTIP 2010 ausgegeben wurden, läuft mit Ablauf eines jeden vollen Jahres ab dem 1. Januar des Jahres der Ausgabe die Unverfallbarkeitsfrist für ein Fünftel der dem jeweiligen Optionsberechtigten gewährten Aktienoptionen ab. Ferner muss im Zeitpunkt der Ausübung jeweils die gesetzlich vorgeschriebene Wartezeit von zwei Jahren (LTIP 2008) bzw. vier Jahren (LTIP 2010) ab dem Zeitpunkt der Ausgabe der betreffenden Aktienoptionen abgelaufen sein.

Nicht ausgeübte Aktienoptionen verfallen im Falle des LTIP 2005 ersatzlos nach Ablauf von sechs Jahren und im Falle des LTIP 2008 und des LTIP 2010 ersatzlos nach Ablauf von sieben Jahren ab dem 1. Januar des Jahres, in dem die Aktienoptionen ausgegeben wurden.

Ausübungspreis

Ausübungspreis für die Aktienoptionen des LTIP 2005 (Cycle 2006) ist der volumengewichtete durchschnittliche Schlussauktionskurs der ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie im XETRA-Handel während der letzten 30 Handelstage an der Frankfurter Wertpapierbörse vor dem 1. Januar des Jahres, in dem die Aktienoptionen ausgegeben wurden.

Für den LTIP 2008 (Cycle 2008) beträgt der Ausübungspreis für Aktienoptionen 16 Euro. Für den Fall, dass der volumengewichtete durchschnittliche Schlussauktionskurs der ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie im XETRA-Handel während der letzten 30 Handelstage an der Frankfurter Wertpapierbörse vor dem Tag der Ausübung von Aktienoptionen den Ausübungspreis um mehr als 200 Prozent überschreitet, erhöht sich der Ausübungspreis für die betreffenden Aktienoptionen um den die 200-Prozent-Grenze überschreitenden Betrag.

Ausübungspreis für die Aktienoptionen des LTIP 2008 (Cycle 2009) ist der volumengewichtete durchschnittliche Schlussauktionskurs der ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie im XETRA-Handel während der letzten 30 Handelstage an der Frankfurter Wertpapierbörse vor dem 1. Januar des Jahres, in dem die Aktienoptionen ausgegeben wurden. Überschreitet der volumengewichtete durchschnittliche Schlussauktionskurs der ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie im XETRA-Handel (oder eines vergleichbaren Nachfolgesystems) während der letzten 30 Handelstage an der Frankfurter Wertpapierbörse vor dem Tag der Ausübung von Aktienoptionen den Ausübungspreis um mehr als 20 Euro, erhöht sich der Ausübungspreis für die betreffenden Aktienoptionen um den die 20 Euro-Grenze überschreitenden Betrag.

Für den LTIP 2010 (Cycle 2010) beträgt der Ausübungspreis für Aktienoptionen 17,50 Euro. Für den Fall, dass der volumengewichtete durchschnittliche Schlussauktionskurs der ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie im XETRA-Handel (oder eines vergleichbaren Nachfolgesystems) während der letzten 30 Handelstage an der Frankfurter Wertpapierbörse vor dem Tag der Ausübung von Aktienoptionen, den Ausübungspreis um mehr als 200 Prozent, mindestens aber um 30 Euro überschreitet, erhöht sich der Ausübungspreis für die betreffenden Aktienoptionen um den diese Grenze überschreitenden Betrag.

Für den LTIP 2010 (Cycle 2011) beträgt der Ausübungspreis für Aktienoptionen 21,84 Euro. Für den Fall, dass der volumengewichtete durchschnittliche Schlussauktionskurs der ProSiebenSat.1-Vorzugsaktie im XETRA-Handel (oder eines vergleichbaren Nachfolgesystems) während der letzten 30 Handelstage an der Frankfurter Wertpapierbörse vor dem Tag der Ausübung von Aktienoptionen, den Ausübungspreis um mehr als 200 Prozent, mindestens aber um 30 Euro überschreitet, erhöht sich der Ausübungspreis für die betreffenden Aktienoptionen um den diese Grenze überschreitenden Betrag.

Darüber hinaus kann der Ausübungspreis zum Schutz der Optionsberechtigten bei Änderungen des Grundkapitals, Dividendenausschüttungen und anderen Maßnahmen, mit denen eine Verwässerung des Werts der Optionen verbunden ist, geeignet angepasst werden.

Erfolgsziel

Als Erfolgsziel für den LTIP 2005 (Cycle 2006), den LTIP 2008 (Cycle 2009) und den LTIP 2010 (Cycle 2010 und Cycle 2011) ist ein Aktienkurs zum Zeitpunkt der Ausübung der Aktienoptionen vorzusehen, der den Ausübungspreis um mindestens 30 Prozent überschreitet. Hiervon abweichend ist das Erfolgsziel bei Aktienoptionen des LTIP 2008 (Cycle 2008) dann erreicht, wenn der Aktienkurs zum Zeitpunkt der Ausübung der Aktienoptionen mindestens 22,40 Euro beträgt.

Die folgende Tabelle gibt Informationen zum Aktienoptionsprogramm der ProSiebenSat.1 Media AG wieder:

AKTIENOPTIONSPLÄNE

	LTIP 2005	LTIP 2008	LTIP 2008	LTIP 2010	LTIP 2010
	Cycle 2006	Cycle 2008	Cycle 2009	Cycle 2010	Cycle 2011
Stand 1.1.2011	96.834	1.204.500	2.584.000	587.500	- / -
Gewährte Optionen im Geschäftsjahr 2011	- / -	- / -	- / -	- / -	1.145.000
Ausgeübte Optionen im Geschäftsjahr 2011	35.334	298.500	628.000	- / -	- / -
Verfallene Optionen im Geschäftsjahr 2011	61.500	51.000	166.500	58.500	24.000
Stand 31.12.2011	- / -	855.000	1.789.500	529.000	1.121.000
Davon ausübbar am 31.12.2011	- / -	542.000	469.650	n.n.a ¹	n.n.a ¹
Ausübungspreis in Euro	13,99	16,00	1,58	17,50	21,84
Absolute Ausübungshürde in Euro	18,19	22,40	2,05	22,75	28,39
Maximaler Ausübungsgewinn	27,98	32,00	20,00	35,00	43,68
Ausgabezeitpunkte ²	2. August	15. Juli bis 30. November	3. Juli bis 30. Dezember	1. August bis 1. November	1. September bis 22. Dezember
Zeitwert je Option in Euro ³	5,99 - 6,07	0,13 - 0,19	1,97 - 5,71	2,63 - 4,77	1,64 - 2,57
Erwartete Volatilität der Vorzugsaktie	26,0%	50,0%	70,0%	60,0% - 65,0%	55,0% - 60,0%
Risikoloser Basiszinssatz ³	3,75%	4,32% - 4,34%	1,79% - 2,68%	1,54% - 1,90%	0,80% - 1,44%
Erwartete Dividendenrendite	2,4%	16,0%	2,0% - 3,0%	4,0% - 5,5%	8,0%
Unverfallbarkeit ⁴	6. März 2007	31. Dezember 2008	31. Dezember 2009	31. Dezember 2010	31. Dezember 2011
Ende Ausübungszeitraum	31. Dezember 2011	31. Dezember 2014	31. Dezember 2015	31. Dezember 2016	31. Dezember 2017

1 Noch nicht ausübbar

2 Ausgabe in mehreren Tranchen

3 In Abhängigkeit von dem Eintritt der Unverfallbarkeit und dem Ausgabezeitpunkt

4 LTIP 2008 und LTIP 2010: Frühestes Ende der Unverfallbarkeit für das erste Fünftel ausgegebener Optionen (jedes weitere Fünftel ein Jahr später)

Hinsichtlich des Zeitpunkts der Ausübung von Aktienoptionen muss bei dem LTIP 2010 noch die gesetzlich vorgeschriebene Wartezeit von vier Jahren ab dem Zeitpunkt der Ausgabe der betreffenden Aktienoptionen berücksichtigt werden. Beim LTIP 2008 beträgt die gesetzlich vorgeschriebene Wartezeit zwei Jahre ab dem Zeitpunkt der Ausgabe der betreffenden Aktienoptionen.

Die ProSiebenSat.1 Media AG verwendet zur Berechnung der finanzmathematischen Werte der Aktienoptionen das Binomialmodell von Cox/Ross/Rubinstein. Die bei der Berechnung der Aktienoptionen eingeflossenen Parameter (Volatilität, erwartete Dividendenrendite, Zinssatz) reflektieren die Marktverhältnisse zum Gewährungszeitpunkt.

Der gewichtete Durchschnitt des beizulegenden Zeitwerts der im Geschäftsjahr 2011 gewährten Aktienoptionen am Bewertungsstichtag betrug 2,20 Euro (Vorjahr: 2,82 Euro).

Der gewichtete Durchschnittsaktienkurs der Vorzugsaktie der ProSiebenSat.1 Media AG an den Ausübungstagen der Aktienoptionen März 2011 betrug 20,42 Euro.

Der gewichtete Durchschnittsaktienkurs der Vorzugsaktie der ProSiebenSat.1 Media AG an den Ausübungstagen der Aktienoptionen im Mai und Juni 2011 betrug 17,97 Euro.

Der gewichtete Durchschnittskurs der Vorzugsaktie der ProSiebenSat.1 Media AG an den Ausübungstagen der Aktienoptionen im August und September 2011 betrug 13,21 Euro.

Der gewichtete Durchschnittskurs der Vorzugsaktie der ProSiebenSat.1 Media AG an den Ausübungstagen der Aktienoptionen im November und Dezember 2011 betrug 14,10 Euro.

Der auf das Geschäftsjahr 2011 entfallende Aufwand aus den ausgegebenen Aktienoptionen beträgt 2,3 Mio Euro (Vorjahr: 2,1 Mio Euro) und wird als Personalaufwand erfasst.

36 Vorstand und Aufsichtsrat

Im Rahmen der Angabepflichten über nahestehende Personen werden nachfolgend Informationen zu dem Gesamtbetrag der geleisteten Vergütungen an die als nahestehenden Personen definierten Gruppen „Vorstand“ und „Aufsichtsrat“ gegeben.

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG einschließlich ihrer Mitgliedschaft in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien sind auf der Seite 212 aufgeführt. Das Vergütungssystem der ProSiebenSat.1 Media AG für die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats wird auf den Seiten 35 bis 40 näher erläutert.

Die Mitglieder des Vorstands nehmen an einem Aktienoptionsprogramm der ProSiebenSat.1 Media AG (Long Term Incentive Plan - LTIP) teil, das erstmals im Jahr 2005 eingeführt und zuletzt im Jahr 2010 erneuert wurde. Am LTIP 2010 sind die Mitglieder des Vorstands erstmals nicht bezugsberechtigt. Zum 31. Dezember 2011 wurden von den aktiven Mitgliedern des Vorstands keine (Vorjahr: keine) im Jahr 2006 ausgegebene Aktienoptionen (Cycle 2006), 265.000 (Vorjahr: 300.000) im Jahr 2008 ausgegebene Aktienoptionen (Cycle 2008) sowie 800.000 (Vorjahr: 1.100.000) im Jahr 2009 ausgegebene Aktienoptionen (Cycle 2009) gehalten. Im Geschäftsjahr 2011 wurden insgesamt 530.000 (Vorjahr: 29.500) Aktienoptionen von den aktiven Mitgliedern des Vorstands ausgeübt. Die im Jahr 2008 ausgegebenen Aktienoptionen können unter Berücksichtigung der jeweiligen Unverfallbarkeit frühestens teilweise seit dem Juli 2010, die im Jahr 2009 ausgegebenen Aktienoptionen unter Berücksichtigung der jeweiligen Unverfallbarkeit frühestens teilweise seit Juli 2011 ausgeübt werden.

Die Gesellschaft hat den Mitgliedern des Vorstands weder Darlehen gewährt noch für diese Bürgschaften oder Gewährleistungen übernommen.

Die Vergütung der zum 31. Dezember 2011 amtierenden Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media AG beträgt im Berichtsjahr 4,4 Mio Euro (Vorjahr: 4,2 Mio Euro). In diesen Vergütungen sind variable Bestandteile in Höhe von 1,8 Mio Euro (Vorjahr: 1,8 Mio Euro) und Nebenleistungen in Höhe von 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro) enthalten.

Für Pensionszusagen gegenüber zum 31. Dezember 2011 amtierenden Mitgliedern des Vorstands hat die ProSiebenSat.1 Media AG insgesamt Pensionsrückstellungen in Höhe von 2,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,8 Mio Euro) gebildet. Für Pensionsverpflichtungen gegenüber ehemaligen Mitgliedern des Vorstands waren zum 31. Dezember 2011 insgesamt 7,8 Mio Euro (Vorjahr: 8,3 Mio Euro) zurückgestellt.

Der zum 31. Dezember 2011 aufgelaufene Pensionsanspruch beträgt für zum 31. Dezember 2011 amtierende Vorstandsmitglieder 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro) pro Jahr sowie für ausgeschiedene Vorstandsmitglieder 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,3 Mio Euro) pro Jahr. Im Geschäftsjahr

2011 wurden an ausgeschiedene Vorstandsmitglieder 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,3 Mio Euro) an Pensionszahlungen geleistet. Zur Absicherung dieser Pensionsrückstellungen wurden Fonds dotiert, die jedoch nicht als Planvermögen zu klassifizieren sind, weil die Voraussetzungen hierfür nicht erfüllt sind.

Die Leistungen an das Management sind - bis auf die Pensionsansprüche - alle kurzfristig fällig.

Aufwendungen für den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media AG sind im Berichtsjahr in Höhe von 0,7 Mio Euro (Vorjahr: 0,7 Mio Euro) angefallen. Die Aufsichtsratsmitglieder erhalten eine fixe Vergütung, wobei der Vorsitzende des Aufsichtsrats und sein Stellvertreter jeweils den doppelten Betrag dieser festen Grundvergütung erhalten. Die Mitarbeit in Ausschüssen des Aufsichtsrats wird durch ein gesondertes Sitzungsgeld vergütet, das für jede Teilnahme an einer Ausschusssitzung zu zahlen ist. Ausschussvorsitzende erhalten den doppelten Betrag des Sitzungsgeldes. Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in der Satzung der ProSiebenSat.1 Media AG festgelegt.

Vergütungen und Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Geschäftsjahr 2011 und im Vorjahr nicht gewährt.

Die aktuellen Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten zum Stichtag 31. Dezember 2011 insgesamt unmittelbar 1.189.258 (Vorjahr: 1.098.078) Stück Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Grundkapital von 0,5 Prozent (Vorjahr: 0,5 %).

Hinsichtlich der Angaben zur individuellen Vergütung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 6 Buchstabe a Satz 5 bis 9 HGB wird auf die Ausführungen im Vergütungsbericht verwiesen, der Bestandteil des Konzernlageberichts ist.

Nach § 15a Wertpapierhandelsgesetz und nach Abschnitt 6.6 des Deutschen Corporate Governance Kodex müssen die Mitglieder des Vorstands und Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG Wertpapiergeschäfte mit Bezug auf die ProSiebenSat.1-Aktie melden. Meldepflichtig sind ferner Wertpapiergeschäfte naher Angehöriger. Im Geschäftsjahr 2011 wurden der ProSiebenSat.1 Media AG insgesamt drei Geschäfte gemeldet, bei denen Mitglieder des Vorstands bzw. Aufsichtsrats insgesamt 85.000 Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG gekauft und 90.000 Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG verkauft haben. Diese Geschäfte hat die ProSiebenSat.1 Media AG unverzüglich nach § 15a WpHG auf ihrer Internetseite (www.prosiebensat1.com) bekannt gemacht. Im Vorjahr wurden zwei Geschäfte gemeldet, bei denen Mitglieder des Vorstands insgesamt 229.500 Vorzugsaktien der ProSiebenSat.1 Media AG verkauft haben.

37**Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen**

Als nahestehende Personen und Unternehmen gemäß IAS 24 gelten für die ProSiebenSat.1 Group die Personen und Unternehmen, welche die ProSiebenSat.1 Group beherrschen bzw. einen maßgeblichen Einfluss auf diese ausüben oder durch die ProSiebenSat.1 Group beherrscht bzw. maßgeblich beeinflusst werden. Dementsprechend werden die unmittelbaren und mittelbaren Muttergesellschaften der ProSiebenSat.1 Media AG, die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG sowie Gemeinschaftsunternehmen bzw. assoziierte Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group als nahestehende Personen und Unternehmen definiert. Darüber hinaus zählen aufgrund der Änderungen des IAS 24 von 2010 sämtliche von Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. (KKR) bzw. Permira Holdings Limited (Permira) gehaltenen Portfolio-Unternehmen zu den nahestehenden Unternehmen, welche auf den Internetseiten der vorgenannten Gesellschaften (www.permira.com bzw. www.kkr.com) einsehbar sind. Mit

den dort genannten Unternehmen wurden, mit Ausnahme der in diesem Abschnitt beschriebenen Sachverhalte, weder im Geschäftsjahr 2011 noch im Vorjahr wesentliche Umsätze getätigt. Ebenso bestanden zum Stichtag keine offenen Salden in wesentlicher Höhe. Die Vorjahreswerte wurden gegebenenfalls angepasst.

Die direkte Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Group übt die nicht operativ tätige Besitzgesellschaft Lavena Holding 1 GmbH, München, aus, die 88,0 Prozent der Stammaktien an der ProSiebenSat.1 Media AG besitzt. Darüber hinaus können die direkten und indirekten Anteilseigner der Lavena Holding 1 GmbH einen maßgeblichen Einfluss auf die ProSiebenSat.1 Group ausüben. Dazu zählen die folgenden Gesellschaften:

- › Lavena 1 S. à r.l., Luxemburg
- › Lavena 2 S. à r.l., Luxemburg
- › Lavena 3 S. à r.l., Luxemburg

Im Geschäftsjahr 2011 wurde die ursprüngliche Mehrheitsanteilseignerin, die Lavena Holding 5 GmbH, München, per Verschmelzungsvertrag und Beschlussfassung vom 25. August 2011 zunächst auf die Lavena 4 Holding GmbH, München, verschmolzen, diese wurde auf die Lavena Holding 1 GmbH verschmolzen.

Geschäftsvorfälle mit in den Konzernabschluss einbezogenen Tochtergesellschaften wurden im Zuge der Konsolidierung eliminiert und werden nicht weiter erläutert.

Sämtliche nahestehende Unternehmen, die von der ProSiebenSat.1 Group beherrscht werden oder auf die vom Konzern ein maßgeblicher Einfluss ausgeübt werden kann, sind in der Anteilsbesitzliste auf den Seiten 213 bis 216 mit Angaben zum Kapitalanteil verzeichnet.

Zwischen der ProSiebenSat.1 Media AG und der Lavena Holding 1 GmbH besteht ein Geschäftsbesorgungsvertrag über kaufmännische Dienstleistungen. Die vereinbarte Vergütung entspricht marktüblichen Konditionen für vergleichbare Dienstleistungen. Im Geschäftsjahr 2011 betrug das Volumen 0,5 Mio Euro (Vorjahr: 0,5 Mio Euro), zum 31. Dezember 2011 beliefen sich die Forderungen der ProSiebenSat.1 Media AG auf 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,1 Mio Euro). Die Lavena Holding 1 GmbH ist unmittelbar Mehrheitsaktionär der ProSiebenSat.1 Media AG.

Die Gesellschaft unterhält ein Beratungsmandat mit Capstone Ltd., einer Gesellschaft, die KKR zuzurechnen ist. Capstone Ltd. bietet Beratungsleistungen in verschiedenen Segmenten an. Die Gesellschaft hat im Berichtsjahr Beratungsleistungen von Capstone Ltd. im Bereich Vermarktungs- und Preismodelle sowie Restrukturierungen von 2,6 Mio Euro (Vorjahr: 1,0 Mio Euro) in Anspruch genommen.

Der Aufsichtsrat hat am 9. April 2010 der Annahme bzw. Vereinbarung über ein Nachrangdarlehen von bis zu 150 Mio Euro von der Lavena 3 S.à r.l. im Rahmen einer sogenannten „Equity Cure“ unter den bestehenden Finanzierungsverträgen zugestimmt. Hierfür wurde zwischen der ProSiebenSat.1 Media AG und KKR eine Bereitstellungsprovision von 2% auf den von KKR gewährten Anteil an der Kreditlinie vereinbart. Im Februar 2011 wurde diese Linie von der ProSiebenSat.1 Media AG gekündigt, da mit einer Inanspruchnahme nicht mehr gerechnet wird. Die zum 31. Dezember 2011 bestehende Provisionsverbindlichkeit beläuft sich auf 1,3 Mio Euro.

Im Rahmen eines im Geschäftsjahr 2008 eingeführten Beteiligungsprogramms konnten sich Mitglieder des Vorstands und ausgewählte Führungskräfte der ProSiebenSat.1 Media AG einmalig indirekt an der ProSiebenSat.1 Media AG beteiligen. Diese indirekte Beteiligung erfolgte über deutsche Kommanditgesellschaften, die zu diesem Zweck zum Marktwert Vorzugsaktien der

ProSiebenSat.1 Media AG erworben haben. Die Finanzierung des Aktienerwerbs erfolgte durch Kommanditkapital des teilnehmenden Personenkreises sowie durch von der Lavena 3 S.à r.l. an die Kommanditgesellschaften gewährte Darlehen, die zu marktüblichen Konditionen ausgereicht wurden. Im Rahmen dieses Beteiligungsprogramms partizipieren die Teilnehmer an der Kursentwicklung der Vorzugsaktie der ProSiebenSat.1 Media AG. Die gewährten Kredite werden jedem Teilnehmer in Abhängigkeit seines Kommanditanteils zugerechnet und sind nach Ablauf der Darlehensgewährung unabhängig von der Aktienkursentwicklung vollständig von den Teilnehmern zu tilgen. Aufgrund der Ausgestaltung dieses Beteiligungsprogramms entsteht für die ProSiebenSat.1 Group weder eine Ergebnisauswirkung noch eine Verbindlichkeit bzw. Eventualverbindlichkeit.

Gemeinschaftsunternehmen und assoziierte Unternehmen

Die ProSiebenSat.1 Media AG unterhält mit einigen ihrer Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen Beziehungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Dabei kauft und verkauft die Gesellschaft Produkte und Dienstleistungen zu Marktbedingungen.

Die im Geschäftsjahr 2011 erbrachten Lieferungen und Leistungen sowie die sonstigen Erträge aus Geschäftsvorfällen mit Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen beliefen sich insgesamt auf 115,5 Mio Euro (Vorjahr: 72,8 Mio Euro). Hierin sind in diesem Geschäftsjahr erstmalig auch Umsätze des Tochterunternehmens SBS TV A/S mit Portfolio-Unternehmen von KKR enthalten (33,8 Mio Euro; im Vorjahr: 28,4 Mio Euro). Die im Geschäftsjahr 2011 empfangenen Lieferungen und Leistungen sowie die sonstigen Aufwendungen aus Geschäftsvorfällen mit Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen betragen 19,5 Mio Euro (Vorjahr: 7,9 Mio Euro).

Zum 31. Dezember 2011 betragen die Forderungen gegen Gemeinschaftsunternehmen und assoziierte Unternehmen 36,2 Mio Euro (Vorjahr: 43,0 Mio Euro). Hierin sind in diesem Geschäftsjahr erstmalig auch Forderungen des Tochterunternehmens SBS TV A/S gegen Portfolio-Unternehmen von KKR enthalten (9,9 Mio Euro; im Vorjahr: 8,5 Mio Euro). An Verbindlichkeiten werden gegenüber Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen 4,6 Mio Euro (Vorjahr: 1,2 Mio Euro) ausgewiesen.

38

Konzernzugehörigkeit

Unmittelbares Mutterunternehmen des Konzerns der ProSiebenSat.1 Media AG ist die Lavena Holding 1 GmbH. Oberstes Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Group ist die Lavena 1 S.à r.l., Luxemburg. Die ProSiebenSat.1 Media AG wird in den Konzernabschluss der Lavena 1 S.à r.l., Luxemburg einbezogen.

Die nachfolgenden Beteiligungsmeldungen wurden von der ProSiebenSat.1 Media AG im Geschäftsjahr 2011 gemäß § 26 Abs. 1 WpHG veröffentlicht und sind im Jährlichen Dokument nach § 10 WpHG auf der Unternehmenswebsite abrufbar:

Die Kronentausend626 GmbH (zukünftig firmierend als Telegraaf Media Deutschland GmbH) Berlin, Deutschland, hat uns mit Stimmrechtsmitteilung vom 24. Januar 2011 gemäß § 21 Abs. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der ProSiebenSat.1 Media AG am 18. Januar 2011 die Schwellen von 3%, 5% und 10% überschritten hat und nun 12,00% beträgt (dies entspricht 13.127.832 Stimmrechten).

Die Telegraaf Media België N.V., Deume (Antwerpen), Belgien, hat uns mit Stimmrechtsmitteilung vom 24. Januar 2011 gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der ProSiebenSat.1 Media AG am 18. Januar 2011 die Schwellen von 3%, 5% und 10% überschritten hat und nun 12,00% beträgt (dies entspricht 13.127.832 Stimmrechten). Davon

sind der Telegraaf Media België N.V. 12,00% (dies entspricht 13.127.832 Stimmrechten) nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 und Satz 3 WpHG über die Kronentausend626 GmbH (zukünftig firmierend als Telegraaf Media Deutschland GmbH), Berlin, Deutschland, zuzurechnen.

Die TM Investeringen B.V., Willemstad, Curaçao, hat uns mit Stimmrechtsmitteilung vom 24. Januar 2011 gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der ProSiebenSat.1 Media AG am 18. Januar 2011 die Schwellen von 3%, 5% und 10% überschritten hat und nun 12,00% beträgt (dies entspricht 13.127.832 Stimmrechten). Davon sind der TM Investeringen B.V. 12,00% (dies entspricht 13.127.832 Stimmrechten) nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 und Satz 3 WpHG über die Telegraaf Media België N.V., Deume (Antwerpen), Belgien, sowie die Kronentausend626 GmbH (zukünftig firmierend als Telegraaf Media Deutschland GmbH), Berlin, Deutschland, zuzurechnen.

Die TM Investeringen N.V., Sint-Maarten, hat uns mit Stimmrechtsmitteilung vom 24. Januar 2011 gemäß §§ 21 Abs. 1, 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 WpHG mitgeteilt, dass ihr Stimmrechtsanteil an der ProSiebenSat.1 Media AG am 18. Januar 2011 die Schwellen von 3%, 5% und 10% überschritten und nun 12,00% beträgt (dies entspricht 13.127.832 Stimmrechten). Davon sind der TM Investeringen N.V. 12,00% (dies entspricht 13.127.832 Stimmrechten) nach § 22 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 und Satz 3 WpHG über die TM Investeringen B.V., Willemstad, Curaçao, die Telegraaf Media België N.V., Deume (Antwerpen), Belgien, sowie die Kronentausend626 GmbH (zukünftig firmierend als Telegraaf Media Deutschland GmbH), Berlin, Deutschland, zuzurechnen.

39 Honorare des Abschlussprüfers

Die Honorare für Dienstleistungen des Abschlussprüfers KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft betragen für das Geschäftsjahr 2011 insgesamt 2,8 Mio Euro (Vorjahr: 2,8 Mio Euro). Davon entfallen auf Abschlussprüfungsleistungen 0,9 Mio Euro (Vorjahr: 1,1 Mio Euro), auf andere Bestätigungsleistungen 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,3 Mio Euro), auf Steuerberatungsleistungen 0,5 Mio Euro (Vorjahr: 0,0 Mio Euro) und auf sonstige Leistungen 1,1 Mio Euro (Vorjahr: 1,4 Mio Euro). Die Angaben beziehen sich ausschließlich auf die rechtlich selbstständige Einheit des bestellten Abschlussprüfers, die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Im Vorjahr enthielt die Darstellung zusätzlich Leistungen weiterer Unternehmen des internationalen KPMG-Verbundes. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst.

40 Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Andreas Bartl verlässt die ProSiebenSat.1 Media AG

Andreas Bartl, Vorstand TV Deutschland, hat die ProSiebenSat.1 Media AG auf eigenen Wunsch zum 1. März 2012 verlassen. Sein neues Unternehmen Bartl Media wird sich der Entwicklung von neuen Fernsehsendern, TV-Formaten sowie künstlerischen Talenten widmen. In dieser Funktion wird Andreas Bartl auch die ProSiebenSat.1 Media AG beraten. Den Vorstandsbereich von Andreas Bartl übernimmt kommissarisch Thomas Ebeling, CEO der ProSiebenSat.1 Group. Vorsitzender der Geschäftsführung der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH wird kommissarisch ProSieben-Geschäftsführer Jürgen Hörner. Die im Konzernanhang und -lagebericht gemachten Angaben zu vorstandsrelevanten Sachverhalten im Geschäftsjahr 2011 bleiben hiervon unberührt.

Verlängerung von Sicherungsgeschäften

Im Februar 2012 wurden Zinsswaps in Höhe von insgesamt 1.050,0 Mio Euro bis 2016 verlängert. Damit sichert die ProSiebenSat.1 Group das Zinsrisiko aus dem neu aufgelegten variabel verzinslichen Term Loan D ab. Der durchschnittliche festverzinsliche Swapsatz für die verlängerten Zinsswaps verringert sich mit dieser Maßnahme von rund 4,6 Prozent auf rund 3,4 Prozent.

Tag der Freigabe der Veröffentlichung

Der Konzernabschluss wird dem Aufsichtsrat am 8. März 2012 zur Billigung vorgelegt. Die Veröffentlichung erfolgt am 30. März 2012.

8. März 2012

Der Vorstand

Mitglieder des Vorstands

MITGLIEDER DES VORSTANDS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG

Thomas Ebeling CEO	Vorstandsvorsitzender (CEO) seit 1. März 2009	Vorstandsbereiche: Group Content, International Free-TV, Radio, Sales & Marketing, Human Resources und Corporate Communications
Axel Salzmann CFO	Vorstandsmitglied seit 1. Mai 2008, CFO seit Juli 2008	Vorstandsbereiche: Group Operations & IT, Group Controlling, Group Finance & Investor Relations, Accounting & Taxes, Internal Audit und Administration
Andreas Bartl	Vorstandsmitglied bis 29. Februar 2012	Vorstandsbereich: Fernsehen Deutschland (SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx)
Conrad Albert	Vorstandsmitglied seit 1. Oktober 2011	Vorstandsbereiche: Legal, Distribution & Regulatory Affairs, Legal Affairs Operational Business, Corporate Law, Mergers & Acquisitions und Shareholder & Boards Management
Dr. Christian Wegner	Vorstandsmitglied seit 1. Oktober 2011	Vorstandsbereiche: Digital & Diversification, New Media, Pay-TV, Music & Commerce und Strategy & Operations

Mitglieder des Aufsichtsrats

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG

Götz Mäuser, Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Permira Beteiligungsberatung GmbH (Partner)	Mandate: keine
Johannes Peter Huth, Stellvertretender Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (Mitglied des Investment Committee)	Mandate: KION Holding 1 GmbH (non-executive), KKR & Co. Ltd. (executive), KKR & Co. SAS (executive), NXP BV (non-executive), Bertelsmann Music Group (non-executive), Versatel AG (non-executive) Wild Flavours GmbH (non-executive)
Robin Bell-Jones	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Permira Advisers LLP (Investment Adviser)	Mandate: All3Media Holdings Ltd. (non-executive)
Gregory Dyke	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. Mai 2004 Ambassador Theatre Group (Company Chairman)	Mandate: World Film Collective (non-executive), Brentford FC (Lionel Road) Ltd. (non-executive), Brentford Football Club (non-executive), Ducks Walk Management Company Ltd. (non-executive), Sunshine Holdings 3 Ltd. (non-executive), DGCC Ltd. (non-executive), Vine Leisure Ltd. (non-executive), Vine Developments Ltd. (non-executive), Dummer Golf Ltd. (non-executive), The Ambassador Entertainment Group Ltd. (non-executive), Fort Bovisand Developments Ltd. (non-executive)
Philipp Freise	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Kohlberg Kravis Roberts & Co. Ltd. (Director)	Mandate: BMG Music Rights Management AG (non-executive)
Lord Clive Hollick	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Company Director	Mandate: Honeywell Inc. (non-executive), BMG Music Rights Management AG (non-executive)
Dr. Jörg Rockenhäuser	Mitglied des Aufsichtsrats seit 4. Juni 2009 Permira Beteiligungsberatung GmbH (Managing Partner)	Mandate: Member of Permira Investment Committee (executive) Executive Group of Permira (executive), Board member of Permira Holdings Limited (executive), Permira Holdings Limited, Guernsey, Board member of Permira Asesores (non-executive), Permira Asesores, S.L., AmCham Board of Directors (non-executive), American Chamber of Commerce in Germany e.V., Netafim Board of Directors (non-executive), Netafim Limited
Herman M.P. van Campenhout	Mitglied des Aufsichtsrats seit 1. Juli 2011 Telegraaf Media Groep N.V. (Vorstandsvorsitzender)	Mandate: keine
Adrianus Johannes Swartjes	Mitglied des Aufsichtsrats bis 1. Juli 2011 Telegraaf Media Groep N.V. (ehem. Vorstandsvorsitzender)	Mandate: Koninklijke Boom-Uitgevers B.V. (non-executive)
Prof. Dr. Harald Wiedmann	Mitglied des Aufsichtsrats seit 7. März 2007 Gleiss Lutz Hootz Hirsch Partnergesellschaft von Rechtsanwälten und Steuerberatern (Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Rechtsanwalt)	Mandate: Joh. Berenberg Gossler & Co. KG (non-executive), Praktiker Baumärkte Holding AG (non-executive), Prime Office REIT-AG (non-executive), Merz GmbH & Co. KGaA (non-executive), FMS Wertmanagement AöR (non-executive)

Anteilsbesitzliste

ANTEILSBESITZLISTE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG

Lfd. Nr.	Name Gesellschaft	Sitz	% direkte Finanzbeteiligung	Muttergesellschaft
1	ProSiebenSat.1 Media AG	Unterföhring	100,00	
	Verbundene Unternehmen			
	Deutschland			
2	9Live Fernsehen GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1
3	ArtMerchandising & Media AG ¹	Unterföhring	100,00	42
4	Autoplenum GmbH	Unterföhring	100,00	22
5	Covus Games GmbH	Potsdam	51,00	22
6	Fem Media GmbH ¹	Unterföhring	100,00	22
7	kabel eins Fernsehen GmbH ¹	Unterföhring	100,00	28
8	lokalisten media GmbH ¹	München	100,00	22
9	Magic Flight Film GmbH	München	100,00	17
10	MAGIC Internet GmbH	Berlin	100,00	11
11	MAGIC Internet Holding GmbH ¹	Berlin	100,00	22
12	maxdome GmbH & Co. KG ¹	Unterföhring	100,00	48
13	maxdome Verwaltungs GmbH	Unterföhring	100,00	12
14	Meteos TV Holding GmbH	Unterföhring	100,00	56
15	P7S1 Erste SBS Holding GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1
16	P7S1 Zweite SBS Holding GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1
17	Producers at work GmbH	Potsdam	74,90	35
18	ProSieben Digital Media GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1
19	ProSieben Television GmbH ¹	Unterföhring	100,00	28
20	ProSiebenSat.1 Achte Verwaltungsgesellschaft mbH ¹	Unterföhring	100,00	1
21	ProSiebenSat.1 Applications GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1
22	ProSiebenSat.1 Digital GmbH ¹	Unterföhring	100,00	18
23	ProSiebenSat.1 Elfte Verwaltungsgesellschaft mbH ¹	Unterföhring	100,00	20
24	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH ¹	Unterföhring	100,00	1
25	ProSiebenSat.1 Fünfzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH ¹	Unterföhring	100,00	1
26	ProSiebenSat.1 Games GmbH	München	100,00	22
27	ProSiebenSat.1 Produktion GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1
28	ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1
29	ProSiebenSat.1 Vierzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH ¹	Unterföhring	100,00	1
30	ProSiebenSat.1 Welt GmbH	Unterföhring	100,00	1
31	ProSiebenSat.1 Zehnte Verwaltungsgesellschaft mbH ¹	Unterföhring	100,00	20
32	ProSiebenSat.1 Zwölfte Verwaltungsgesellschaft mbH ¹	Unterföhring	100,00	20
33	PS Event GmbH	Köln	67,00	34
34	PSH Entertainment GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1
35	Red Arrow Entertainment Group GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1
36	Redseven Artists & Events GmbH ¹	Unterföhring	100,00	37
37	RedSeven Entertainment GmbH ¹	Unterföhring	100,00	35
38	Sat.1 Norddeutschland GmbH ¹	Hannover	100,00	39
39	Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH ¹	Unterföhring	100,00	28
40	Seven Scores Musikverlag GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1
41	SevenEntertainment GmbH ¹	Unterföhring	100,00	3
42	SevenEntertainment Holding GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1
43	SevenOne AdFactory GmbH ¹	Unterföhring	100,00	44
44	SevenOne Brands GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1
45	SevenOne International GmbH ¹	Unterföhring	100,00	35
46	SevenOne Media GmbH ¹	Unterföhring	100,00	44
47	SevenPictures Film GmbH ¹	Unterföhring	100,00	28
48	SevenSenses GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1
49	SevenVentures GmbH ¹	Unterföhring	100,00	18
50	Sixx GmbH ¹	Unterföhring	100,00	28

¹ Gesellschaft erfüllt die Bedingungen des § 264 Abs. 3 HGB und nimmt die Möglichkeit zur Befreiung von bestimmten Vorschriften über die Aufstellung, Prüfung und Offenlegung des Jahresabschlusses bzw. des Lageberichts in Anspruch

ANTEILSBESITZLISTE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG

Lfd. Nr.	Name Gesellschaft	Sitz	% direkte Finanzbeteiligung	Muttergesellschaft
Verbundene Unternehmen				
51	Starwatch Entertainment GmbH ¹	Unterföhring	100,00	42
52	Sugar Ray GmbH ¹	Unterföhring	100,00	49
53	tv weiss-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH ¹	Unterföhring	100,00	39
54	wer-weiss-was GmbH	Hamburg	100,00	22
55	Wetter Fernsehen - Meteos GmbH	Singen	100,00	14
56	wetter.com AG	Singen	72,97	22
Österreich				
57	ProSieben Austria GmbH	Wien	100,00	61
58	Puls 4 TV GmbH	Wien	100,00	61
59	PULS 4 TV GmbH & Co. KG	Wien	100,00	61
60	SAT.1 Privatrundfunk und -programmgesellschaft m.b.H	Wien	51,00	39
61	SevenOne Media Austria GmbH	Wien	100,00	44
Belgien				
62	Sultan Sushi CVBA	Mechelen	98,25	35
Dänemark				
63	Kommunikationsanpartsselskabet af 2/4 1990	Kopenhagen	100,00	65
64	Radio Nova A/S	Kopenhagen	80,00	66
65	Radioreklame A/S	Kopenhagen	100,00	67
66	SBS Media A/S	Kopenhagen	100,00	86
67	SBS Radio A/S	Kopenhagen	80,00	66
68	SBS TV A/S	Kopenhagen	100,00	66
69	SNOWMAN PRODUCTIONS ApS	Kopenhagen	100,00	118
70	VOICE TV ApS	Kopenhagen	100,00	67
Finnland				
71	Miracle Sound Oulu Oy	Oulu	100,00	72
72	Miracle Sound Oy	Helsinki	66,33	74
73	Miracle Sound Tampere Oy	Helsinki	100,00	72; 74
74	Pro Radio Oy	Helsinki	100,00	86
75	SBS Finland Oy	Helsinki	100,00	74
76	TV5 Finland Oy	Helsinki	100,00	74
Ungarn				
77	INTERAKTÍV Televíziós Műsorkészítő Kft.	Budapest	100,00	83
78	INTERAKTÍV-FICTION Műsorkészítő és Filmgyártó Kft.	Budapest	100,00	77
79	MTM Produkció Műsorgyártó és Filmforgalmazó Kft.	Budapest	100,00	83; 87
80	MTM-SBS Televízió Zrt.	Budapest	97,51	83
Luxemburg				
81	European Broadcasting System S.à r.l.	Luxemburg	100,00	83
82	P7S1 Broadcasting S.à r.l.	Luxemburg	100,00	15; 16
Niederlande				
83	P7S1 Broadcasting Europe B.V.	Amsterdam	100,00	85
84	P7S1 Broadcasting Holding I B.V.	Amsterdam	100,00	82
85	P7S1 Broadcasting Holding II B.V.	Amsterdam	100,00	84
86	P7S1 Finance B.V.	Amsterdam	100,00	83
87	P7S1 Nederland B.V.	Amsterdam	100,00	83
88	Stichting Administratiekantoor Melida (in Liquidation)	Amsterdam	100,00	82
89	Sultan Sushi B.V.	Amsterdam	100,00	35
Norwegen				
90	SBS Norge AS	Oslo	100,00	86
91	SBS Radio Norge AS	Oslo	100,00	86
92	THE VOICE TV NORGE AS	Oslo	100,00	91
93	TVNorge AS	Oslo	100,00	90

¹ Gesellschaft erfüllt die Bedingungen des § 264 Abs. 3 HGB und nimmt die Möglichkeit zur Befreiung von bestimmten Vorschriften über die Aufstellung, Prüfung und Offenlegung des Jahresabschlusses bzw. des Lageberichts in Anspruch

ANTEILSBESITZLISTE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG

Lfd. Nr.	Name Gesellschaft	Sitz	% direkte Finanzbeteiligung	Muttergesellschaft
Verbundene Unternehmen				
Republik Moldau				
94	ICS SBS Broadcasting S.R.L.	Kischinau	100,00	99
Rumänien				
95	MyVideo Broadband S.R.L.	Bukarest	100,00	11
96	S.C. Canet Radio S.R.L.	Bukarest	20,00	99
97	S.C. Media Group Services International S.R.L.	Bukarest	100,00	87; 99
98	S.C. Prime Time Productions S.R.L.	Bukarest	100,00	87; 99
99	S.C. SBS Broadcasting Media S.R.L.	Bukarest	100,00	86; 125; 131; 132
Schweden				
100	E-FM Sverige AB	Stockholm	100,00	102
101	Eskilstuna SBS Radio AB	Stockholm	70,00	112
102	Euradio i Sverige AB	Stockholm	100,00	115
103	Mix Megapol.se AB	Stockholm	100,00	112
104	Radio City AB	Stockholm	100,00	114
105	Radio Daltid SBS AB	Stockholm	51,00	112
106	Radio Match AB	Jönköping	100,00	112
107	Radioutveckling i Sverige KB	Stockholm	100,00	119; 120
108	RIS Vinyl Skåne AB	Stockholm	100,00	115
109	Rockklassiker Sverige AB	Stockholm	100,00	108
110	SBS Broadcasting (Sweden) AB	Stockholm	100,00	83
111	SBS Media Group Sweden Filial	Stockholm	100,00	83
112	SBS Radio AB	Stockholm	79,98	115
113	SBS Radio HNV AB	Stockholm	100,00	112
114	SBS Radio Sweden AB	Stockholm	100,00	115
115	SBS Radio Sweden Holding AB	Stockholm	100,00	111
116	SBS TV AB	Stockholm	100,00	117
117	SBS TV Sweden Holding AB	Stockholm	100,00	111
118	Snowman Productions AB	Stockholm	67,00	35
119	SRU Svensk Radioutveckling AB	Stockholm	77,60	113
120	Svensk Radioutveckling KB	Stockholm	88,00	113; 119
121	Vinyl AB	Stockholm	100,00	115
Schweiz				
122	ProSieben (Schweiz) AG	Küsnacht ZH	100,00	124
123	Sat.1 (Schweiz) AG	Zürich	60,00	39
124	SevenOne Media (Schweiz) AG	Küsnacht ZH	100,00	44
Vereinigtes Königreich				
125	European Radio Investments Ltd.	London	100,00	132
126	Kanal 5 Ltd. (in Liquidation)	London	100,00	132
127	Mob Film Holdings Ltd.	Beckenham	51,00	130
128	Mob Towers Ltd.	Beckenham	100,00	127
129	Pet Assassin Ltd.	Beckenham	100,00	127
130	Red Arrow Entertainment Ltd.	London	100,00	35
131	Romanian Broadcasting Corporation Ltd.	London	100,00	132
132	SBS Broadcasting (UK) Ltd.	London	100,00	83
133	SBS Broadcasting Networks Ltd.	London	100,00	132
134	SBS Danish Television Ltd. (in Liquidation)	London	100,00	132
135	Scandinavian Broadcasting System (Jersey) Ltd.	Jersey - Channel Islands	100,00	83
136	The London Clacks Company Ltd.	Beckenham	100,00	140
137	The Mob Film Company (Alloway) Ltd.	Glasgow	100,00	141
138	The Mob Film Company (Liverpool) Ltd.	Beckenham	75,00	127
139	The Mob Film Company (North) Ltd.	Beckenham	100,00	127

ANTEILSBESITZLISTE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG

Lfd. Nr.	Name Gesellschaft	Sitz	% direkte Finanzbeteiligung	Muttergesellschaft
Verbundene Unternehmen				
140	The Mob Film Company (TV) Ltd.	Beckenham	100,00	127
141	The Mob Film Company Ltd.	Beckenham	100,00	127
142	VT4 Ltd.	London	100,00	83
Vereinigte Staaten				
143	Digital Demand LLC	Santa Monica	100,00	145
144	Fuse Entertainment 2.0, LLC	Los Angeles	51,00	152
145	Kinetic Content LLC	Santa Monica	51,00	152
146	Kinetic Content Publishing LLC	Santa Monica	100,00	145
147	Kinetic Music Publishing LLC	Santa Monica	100,00	145
148	Kinetic Operations LLC	Santa Monica	100,00	145
149	Kinpro LLC	Santa Monica	100,00	145
150	Moving TV LLC	Santa Monica	100,00	145
151	Production Connection LLC	Santa Monica	100,00	145
152	SevenOne International, Inc.	Santa Monica	100,00	35
Assoziierte Unternehmen				
Deutschland				
153	meetOne GmbH	Hamburg	29,00	49
154	VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Medienunternehmen mbH	Berlin	50,00	1
Dänemark				
155	FM 6 A/S	Kopenhagen	40,00	67
Schweden				
156	LOVESEARCH DP AB	Stockholm	100,00	116
157	Mediamätning i Skandinavien MMS AB	Stockholm	24,02	116
158	Östersjöns Reklamradio AB	Visby	40,00	112
Schweiz				
159	Goldbach Media (Switzerland) AG	Küsnacht	22,96	124
Verbundene, nicht konsolidierte Unternehmen				
Tschechische Republik				
160	Merchandising Prague spo. s r.o.	Prag	100,00	42
Schweden				
161	Hard Hat AB	Stockholm	90,00	118
Türkei				
162	Anadolu Televizyon Ve Radyo Yayincilik Ve Ticaret Anonim Sirketi	Istanbul	99,50	83; 87; 98; 132
Gemeinschaftsunternehmen				
Deutschland				
163	AdAudience GmbH	Düsseldorf	25,00	46
164	FIRST STEPS - der Deutsche Nachwuchspreis Gesellschaft bürgerlichen Rechts	Berlin	25,00	28
165	Internet Business Cluster Gesellschaft bürgerlichen Rechts	München	25,00	22
Sonstige wesentliche Beteiligungen				
Deutschland				
166	AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien	München	12,00	1
167	Deutscher Fernsehpreis GmbH	Köln	25,00	1
168	FilmFernsehFonds Bayern Gesellschaft zur Förderung der Medien in Bayern mbH	München	6,59	28
169	Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG	München	10,00	53
170	Privatfernsehen in Bayern Verwaltungs-GmbH	München	10,00	53
Schweden				
171	Aggregate Media Fund III KB	Stockholm	17,82	112; 116
172	Aggregate Media Fund IV KB	Stockholm	20,68	112; 116
Vereinigte Staaten				
173	ZeniMax Media Inc.	Rockville	6,90	83

Erklärung des Vorstands

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im Konzernlagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

Unterföhring, den 8. März 2012



Thomas Ebeling (CEO)



Axel Salzmann (CFO)



Conrad Albert (Legal, Distribution & Regulatory Affairs)



Dr. Christian Wegner (New Media & Diversification)

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den von der ProSiebenSat.1 Media AG, Unterföhring, aufgestellten Konzernabschluss - bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Gesamtergebnisrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung, Eigenkapitalveränderungsrechnung und Anhang - sowie den Konzernlagebericht für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2011 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften, liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung auf Grund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

München, den 8. März 2012

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Pastor
Wirtschaftsprüfer



Dr. Dauner
Wirtschaftsprüfer

WEITERE INFORMATIONEN

222 __ Kennzahlen:
 Mehrfjahresübersicht

223 __ Finanzglossar

224 __ Medienglossar

225 __ Grafik- und Tabellenverzeichnis

227 __ Impressum

228 __ Finanzkalender



Entwicklung, Produktion und Vertrieb von Erfolgsformaten – für den **GLOBALEN FERNSEHMARKT**; zum Beispiel feiert eine von SevenOne International in zahlreiche Länder verkaufte Comedy-Show unter dem Titel „Off Their Rockers“ jetzt auch **IN DEN USA ERFOLGE**. Lena (16) staunt jedenfalls nicht schlecht, als ihre Austausch-Freundin Grace aus Boston im Chat von den völlig verrückten Rentner-Streichen berichtet ...

CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

SÄULE 4

Im Januar 2010 hat ProSiebenSat.1 die Red Arrow Entertainment Group gegründet: Das Tochterunternehmen entwickelt, vertreibt und produziert seither sehr erfolgreich Programme für den **WELTWEITEN** Fernsehmarkt. In allen drei Bereichen wird Red Arrow bis 2015 expandieren. Auch die vierte Säule unserer Wachstumsstrategie verstärkt also die Unabhängigkeit und internationale Präsenz von ProSiebenSat.1.

ZWEI AUSSERGEWÖHNLICHE FORMATE sind 2012 in den USA gestartet - beide hat der haus-eigene Programmvertrieb SevenOne International in diesem anspruchsvollen Markt erfolgreich platziert. Bei der ursprünglich aus Belgien stammenden Comedy-Show „Benidorm Bastards“ erlebt man rüstige Rentner wie nie zuvor: Ziemlich durchgedreht und herrlich dreist schockieren sie jüngere Menschen mit spektakulären Streichen vor versteckter Kamera. Der große US-Sender NBC strahlt die Show seit April 2012 unter dem Namen „**OFF THEIR ROCKERS**“ aus - Gastgeberin ist Golden-Girls-Star Betty White (89). Und ProSiebenSat.1 bleibt auch vor Ort direkt am Erfolg beteiligt: Denn die Red Arrow-Tochter Kinetic Content übernimmt in den USA die Produktion. Bei Netflix, dem in Nordamerika führenden Video-on-demand-Portal, feierte die Serie „**LILYHAMMER**“ Premiere: „The Sopranos“-Held Steve Van Zandt glänzt darin als Mafia-Aussteiger, den es in die norwegische Provinz verschlägt.

Über **WEITERE BETEILIGUNGEN** vergrößern wir sukzessive die Basis für das Red Arrow Geschäftsmodell. Inzwischen sind wir mit 15 Produktionsunternehmen in neun Ländern vertreten.

SÄULE 4 - FACTS & FIGURES



9
Länder

Internationale Präsenz
15 Beteiligungen in neun
Ländern, darunter wichtige
Märkte wie Großbritannien
oder die USA.

1.300
Stunden

Attraktives Vertriebsportfolio
mit 1.300 Programmstunden
sind wir weltweit erfolgreich.

Kennzahlen:
Mehrjahresübersicht

KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT (Abb. 78)

in Mio Euro	Q4 2011	Q4 2010	Q4 2009	Q4 2008	Q4 2007	Q4 2006	Q4 2005
Konzernumsatz	873,7	828,9	880,4	876,8	989,3	657,2	636,0
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	20,7	23,9	19,5	-14,6	14,4	27,1	23,3
Gesamtkosten	633,7	572,6	651,8	915,8	772,3	471,6	480,6
Operative Kosten ¹	560,4	520,8	576,2	621,6	695,1	460,3	- / -
Werteverzehr des Programmvermögens	324,0	279,3	290,1	327,5	395,6	264,2	288,8
Recurring EBITDA ²	317,7	312,5	307,2	279,3	296,9	200,8	- / -
Recurring EBITDA Marge (in %)	36,4	37,7	34,9	31,9	30,0	30,6	- / -
EBITDA	280,8	292,9	293,0	251,7	281,1	200,2	167,8
Einmaleffekte (saldiert) ³	-36,9	-19,6	-14,2	-27,6	-15,8	-0,6	- / -
Betriebsergebnis (EBIT)	243,8	260,8	239,2	3,5	222,1	189,4	156,8
Finanzergebnis	-63,1	-63,0	-67,3	-133,3	-79,6	-11,0	-10,0
Ergebnis vor Steuern	180,7	197,8	171,9	-128,0	142,5	178,4	147,9
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter ⁴	129,9	181,4	113,4	-170,0	39,5	113,4	96,9
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-5,6	34,4	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -
Bereinigter Konzernüberschuss ⁵	157,3	158,8	137,1	78,2	75,3	114,4	- / -
Investitionen in das Programmvermögen	277,1	240,0	267,8	329,3	366,9	261,1	253,9
Free-Cash-Flow	256,5	203,5	241,6	389,2	213,9	190,7	162,7
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-297,2	-285,7	-305,1	-67,1	-432,1	-268,0	-261,1

in Mio Euro	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Konzernumsatz	2.756,2	2.601,0	2.760,8	3.054,2	2.710,4	2.104,6	1.989,6
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	13,3	12,6	8,4	-2,2	9,2	18,4	17,6
Gesamtkosten	2.159,2	2.045,4	2.310,7	2.851,0	2.341,9	1.672,4	1.620,3
Operative Kosten ¹	1.915,7	1.820,6	2.077,5	2.413,1	2.063,1	1.629,7	- / -
Werteverzehr des Programmvermögens	1.080,2	957,0	1.068,6	1.247,1	1.145,8	946,0	947,2
Recurring EBITDA ²	850,0	791,5	696,5	674,5	662,9	487,0	- / -
Recurring EBITDA Marge (in %)	30,8	30,4	25,2	22,1	24,5	23,1	- / -
EBITDA	752,4	693,8	623,0	618,3	522,3	484,3	418,5
Einmaleffekte (saldiert) ³	-97,6	-97,7	-73,5	-56,2	-140,6	-2,7	- / -
Betriebsergebnis (EBIT)	606,7	566,8	475,1	263,5	385,3	444,3	382,7
Finanzergebnis	-240,1	-238,2	-242,4 ⁸	-334,9	-135,5	-57,6	-33,0
Ergebnis vor Steuern	366,6	328,6	233,1 ⁸	-68,4	249,8	386,7	350,7
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter ⁴	637,5	312,7	146,6 ⁸	-129,1	89,4	240,7	220,9
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	375,0	78,1	- / -	- / -	- / -	- / -	- / -
Bereinigter Konzernüberschuss ⁵	309,4	275,2	186,8 ⁸	170,4	272,8	244,8	- / -
Investitionen in das Programmvermögen	1.161,0	1.098,6	1.227,2	1.397,0	1.176,7	955,0	907,3
Free-Cash-Flow	260,8	179,0	157,4	183,8	-1.675,4	292,4	70,1
Cash-Flow aus Investitionstätigkeit	-1.228,7	-1.186,4	-1.320,1	-1.175,0	-3.269,0	-979,6	-1.095,7

in Mio Euro	31.12.2011	31.12.2010	31.12.2009	31.12.2008	31.12.2007	31.12.2006	31.12.2005
Programmvermögen	1.531,3	1.654,6	1.526,5	1.380,0	1.317,7	1.056,3	1.057,5
Eigenkapital	1.441,4	1.025,9	607,0 ⁸	506,7 ⁸	1.090,1 ⁹	1.240,5	1.187,7
Eigenkapitalquote (in %)	28,6	16,2	9,8 ⁸	8,5 ⁸	18,2 ⁹	64,2	58,9
Liquide Mittel	517,9	740,7	737,4	632,9	250,8	63,5	157,6
Finanzverbindlichkeiten	2.335,7	3.761,9	4.032,1	4.039,8	3.579,5	185,6	387,2
Verschuldungsgrad ⁶	2,1	3,3	4,7	5,1	5,0	0,3	- / -
Netto-Finanzverschuldung	1.817,8	3.021,0	3.294,6	3.406,7	3.328,4	121,8	227,2
Mitarbeiter ⁷	4.112	4.117	4.814	5.450	4.852	2.976	2.788

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 sowie nicht liquiditätswirksamen Währungsbewertungseffekten. 6 Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum Recurring EBITDA.

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.

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

Finanzglossar

A

Außerplanmäßiger Werteverzehr auf Programmvermögen

Erfassung von nicht planmäßigen Wertminderungen auf das Programmvermögen. Z.B. Senderechte, die nicht mehr zur Ausstrahlung kommen aufgrund medienrechtlicher Einschränkungen oder Auslaufen der Lizenzzeit vor Ausstrahlung.

C

Cashflow Hedge

Absicherung des Risikos variabler Zahlungsströme durch derivative Finanzinstrumente.

D

Derivative Finanzinstrumente

Finanzinstrumente, deren Wert bzw. Preis von den künftigen Kursen oder Preisen anderer Vermögenswerte (Basiswerte) abhängig ist. Hierzu zählen unter anderem Swaps und Optionen.

E

EBIT

Abkürzung für "Earnings before Interest and Taxes". Ergebnis vor Zinsen und Steuern.

EBITDA

Abkürzung für "Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization". Ergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibung auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte.

F

Financial Covenants

Verpflichtungen im Rahmen von Kreditverträgen. Im Wesentlichen handelt es sich um Finanzkennzahlen, die vom Kreditnehmer einzuhalten sind.

H

Hedge Accounting

Abbildung wirtschaftlicher Sicherungsbeziehungen nach IAS 39, bei denen die oft gegenläufigen Wertveränderungen abgesicherter Grundgeschäfte und zur Sicherung verwendeter derivativen Finanzinstrumente bilanziell erfasst werden.

I

Impairment Test

Werthaltigkeitsüberprüfung von Vermögenswerten, insb. für den Geschäfts- oder Firmenwert sowie immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer. Übersteigt der Buchwert eines Vermögenswertes seinen erzielbaren Betrag, ist eine Wertminderung i.d.R. erfolgswirksam zu erfassen.

K

Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung 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. Ausgehend vom Konzernergebnis aus fortgeführter Geschäftstätigkeit wird der Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit indirekt abgeleitet.

Kreditfazilität

Festgelegter Kreditrahmen, der zur Deckung eines Kreditbedarfs bei einer oder mehreren Banken in Anspruch genommen werden kann.

L

Leverage-Faktor

Marktübliche Kennzahl zur Messung der Verschuldungssituation. Errechnet als Verhältnis der Netto-Finanzverschuldung zum recurring EBITDA der letzten zwölf Monate

N

Netto-Finanzverschuldung

Saldo aus Kreditverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und den kurzfristigen finanziellen Vermögenswerten.

O

Operative Kosten

Gesamtkosten abzüglich Abschreibungen und Einmalaufwendungen. Relevante Kostengröße zur Berechnung des recurring EBITDA.

P

Programmvermögen

Rechte an TV-Programminhalten (z.B. Spielfilmen, Serien, Auftragsproduktionen), die aufgrund ihrer besonderen Bedeutung für die Ertrags-, Vermögens- und Finanzlage der ProSiebenSat.1 Group als separater Posten aktiviert werden. Spielfilme und Serien werden mit Beginn der vertraglichen Lizenzzeit aktiviert, Auftragsproduktionen werden nach der Abnahme als sendefähiges Programmvermögen in der Bilanz ausgewiesen. Sportrechte sind bis zur Ausstrahlung in den geleisteten Anzahlungen enthalten und werden bei Ausstrahlung in das Programmvermögen umgebucht. Werden Programme ausgestrahlt, wird in der Gewinn- und Verlustrechnung ein sogenannter Programm-Werteverzehr gebucht.

R**Recurring EBITDA**

Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization. Beschreibt das um Einmaleffekte bereinigte Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte.

Revolving Credit Facility („RCF“)

Eine Kreditlinie, welche während eines bestimmten Zeitraums getilgt und wieder in Anspruch genommen werden kann.

T**Term Loan**

Darlehen, bei dem die Darlehensschuld am Ende der vereinbarten Laufzeit getilgt wird (besicherte endfällige Darlehen).

U**Underlying Net Income**

Der um planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen auf im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen identifizierte immaterielle Vermögenswerte und damit zusammenhängende Steuereffekte bereinigte Konzernüberschuss.

V**Verschuldungsgrad**

Gibt an, wie hoch die Netto-Finanzverschuldung in Relation zum Recurring EBITDA der letzten zwölf Monate ist.

W**Working Capital**

Nettoumlaufvermögen, welches sich aus dem Umlaufvermögen abzgl. kurzfristiger Verbindlichkeiten errechnet und somit der Beurteilung der Liquidität dient.

Z**Zinsswaps**

Derivative Finanzinstrumente zum Austausch von Zahlungsströmen. So werden bspw. bei Zinsswaps zwischen den Vertragspartnern fixe und variable Zinsströme getauscht.

Medienglossar

A**Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF)**

Für die tägliche Erfolgskontrolle der deutschsprachigen Sender nutzt die ProSiebenSat.1 Group die Daten der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF). Ihre Daten sind Grundlage für die Planung und Abrechnung mit Werbekunden. Das AGF/GfK Fernsehpanel umfasst 5.100 täglich berichtende, repräsentativ ausgewählte Haushalte mit ca. 11.500 Personen. Damit wird die Fernsehnutzung von 71,94 Mio Personen ab 3 Jahren bzw. 36,04 Mio Fernsehhaushalten D+EU abgebildet (Stand 01.01.2012).

G**GfK**

Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) mit Hauptsitz in Nürnberg ist weltweit eines der größten Marktforschungsunternehmen. Als Full-Service-Institut bietet GfK Dienstleistungen für alle wichtigen Konsumgüter-, Pharma-, Medien- und Servicemärkte. Eine Kernaufgabe der GfK ist die Erhebung der Einschaltquoten für das Fernsehen in Deutschland.

H**HD**

High Definition Television, HDTV (engl. für hochauflösendes Fernsehen), ist ein Sammelbegriff für technische Normen der Auflösung von Fernsehprogrammen. Die Auflösung ist viermal so hoch wie bei SDTV (engl. für Standard Definition Television).

Hybrid Fernsehen

Verschmelzung von Internet und traditionellem Fernsehen. Nutzer können sowohl TV-Programme via Satellit oder Kabel empfangen, als auch verschiedenste Internetinhalte abrufen. Als Schnittstelle zum Internet fungieren entweder Set-Top-Boxen oder direkt in das TV-Gerät integrierte Interfaces.

M**Media-for-Revenue-Share / Media-for-Equity**

Beschreibt ein von der ProSiebenSat.1 Group eingeführtes Geschäftsmodell, bei dem Start-Up-Unternehmen, die bislang nicht im Fernsehen geworben haben, Werbezeit gegen eine Umsatzbeteiligung (Revenue Share) oder Unternehmensbeteiligung (Equity) erhalten.

N**Netto-Werbeerlöse**

Werbeerlöse nach Abzug von Rabatten, Mittlerprovisionen etc.

Nielsen Media Research

Ist ein deutsches Marktforschungsunternehmen mit Sitz in Hamburg. Sie ermittelt unter anderem die Bruttowerbeaufwendungen in den Above-the-line-Medien (Fernsehen, Zeitungen, Zeitschriften, Radio, Außen- und Kinowerbung) in Deutschland sowie den Mediengattungen Direct Mail, Online, At-Retail-Media und Transport Media.

P**Pay-per-View**

Pay-per-View ist eine Art der Zahlungsabwicklung, bei der kein Pauschalpreis bezahlt wird. Es wird hingegen pro Abruf des digitalen Inhaltes ein festgelegter Preis bezahlt.

U**Unique Users / Visitors**

Anzahl unterschiedlicher Besucher einer Website innerhalb einer bestimmten Periode. Mehrere Besuche desselben Nutzers werden dabei nur einmalig berücksichtigt.

V**Video-on-Demand**

Beschreibt einen Service, bei dem digitales Videomaterial von einem Dienstleister auf Abruf für den Kunden bereitgestellt wird. Das Videomaterial wird per Stream oder zum Download angeboten.

Z**Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft**

(ZAW) ist die Dachorganisation der deutschen Werbewirtschaft. Mitglieder sind 41 Verbände der werbenden Unternehmen, der Medien, Werbeagenturen, Werbeberufe und Forschung. Zum ZAW gehört zudem der Deutsche Werberat als zentrales Instrument der Werbeselbstdisziplin. Der ZAW veröffentlicht in seinem Jahrbuch einmal jährlich die Netto-Werbeerlöse nach Mediengattungen.

360-Grad-Vermarktung

Bezeichnet Werbekonzepte und -angebote, die mehrere Medien miteinander kombinieren. Die ProSiebenSat.1 Group entwickelt im Rahmen ihrer 360-Grad-Vermarktung für Werbekunden vernetzte Kampagnenkonzepte, die bis zu zwölf unterschiedliche Werbeträger vernetzen. Die wichtigsten sind TV, Online, Mobile, Video-on-Demand, Games, Teletext, Testimonials, Events und Licensing.

Grafik- und Tabellenverzeichnis

Umschlag

- I Konzernumsatz der fortgeführten Aktivitäten
- II Recurring EBITDA der fortgeführten Aktivitäten
- III Umsatz nach Segmenten der fortgeführten Aktivitäten
- IV Umsatz nach Regionen der fortgeführten Aktivitäten
- V Ausgewählte Kennzahlen für die ProSiebenSat.1 Group
- VI Konzernstruktur
- VII Standorte der ProSiebenSat.1 Group

Vorstand und Aufsichtsrat berichten

1 Mitglieder des Aufsichtsrats	26
2 Angaben zu den Mitgliedern der Ausschüsse	31
3 Zusammensetzung der Ausschüsse zum 31. Dezember 2011	32
4 Directors' Dealings-Meldungen 2011	34
5 Vergütung der Mitglieder des Vorstands	37
6 Bestandsentwicklung der von aktiven Vorständen gehaltenen Aktienoptionen im Geschäftsjahr 2011	38
7 Vergütung der 2010 ausgeschiedenen Vorstandsmitglieder für das Geschäftsjahr 2010	39
8 Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2011	40

Konzernlagebericht

9 Wettbewerbsposition der ProSiebenSat.1 Group	46
10 Segmentstruktur der ProSiebenSat.1 Group	50
11 Strategische Handlungsfelder der ProSiebenSat.1 Group	52
12 Planungsuhr	53
13 Änderung der Gesamtumsätze im Rundfunk im Vergleich (2000=100)	56
14 Regulierung des privaten Rundfunks in Deutschland	57
15 Entwicklung des Brutto-Inlandsprodukts in Deutschland	57
16 Marktanteile deutscher Brutto-TV-Werbemarkt	58
17 Entwicklung der TV-Werbemärkte	58
18 Zuschauermarktanteile der ProSiebenSat.1 Group	59
19 Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf für den Konzern	62
20 Vergleich des tatsächlichen mit dem prognostizierten Geschäftsverlauf für die Segmente	62
21 Umsatzentwicklung 2011 nach Quartalen	64
22 Recurring EBITDA-Entwicklung 2011 nach Quartalen	64
23 Portfoliomaßnahmen und Änderungen im Konsolidierungskreis im Jahr 2011	66
24 Portfoliomaßnahmen und Änderungen im Konsolidierungskreis im Jahr 2010	66
25 Umsatz nach Segmenten aus fortgeführten Aktivitäten	67

26	Gesamtkosten aus fortgeführten Aktivitäten	68	57	Risikomanagementprozess	102
27	Überleitungsrechnung operative Kosten aus fortgeführten Aktivitäten	68	58	Entwicklung der Einzelrisiken zum 31. Dezember 2011	103
28	Überleitungsrechnung recurring EBITDA aus fortgeführten Aktivitäten	69	59	Operative Risiken	103
29	Überleitungsrechnung bereinigter Konzernüberschuss aus fortgeführten Aktivitäten	69	60	Finanzwirtschaftliche Risiken	109
30	Ausgewählte Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group für das Geschäftsjahr 2011	70	61	Angaben zum internen Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess (§ 315, Abs.2 Nr. 5 HGB) mit Erläuterungen	112
31	Ausgewählte Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group für das Vierte Quartal 2011	70	62	Compliance Risiken	113
32	Volumina und Fälligkeitsprofil zum 31. Dezember 2011	73	63	Übersicht Unternehmenschancen	116
33	Netto-Finanzverschuldung des Konzerns	74	64	Erwartete Entwicklung des TV-Werbemarktes in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern	119
34	Verhältnis Netto-Finanzverschuldung zum LTM recurring EBITDA	75	65	Erwartete Entwicklung des Gesamtwerbemarktes in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern	119
35	Kapitalflussrechnung	75	66	Prognosen für das reale BIP in den für ProSiebenSat.1 wichtigen Ländern	119
36	Investitionen nach Segmenten aus fortgeführten Aktivitäten	77	67	Wachstumsziele 2015 und Zielerreichung 2011	123
37	Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	78	68	Vier-Säulen der Wachstumsstrategie 2015	123
38	Bilanzstruktur	78	69	Erwartete Konzern-Kennzahlen auf Zweijahressicht	124
39	Mehrjahresübersicht für das Segment Free-TV Deutschsprachig	80	70	Erwartete Segment-kennzahlen auf Zweijahressicht (neue Segmentstruktur)	124
40	Überleitungsrechnung für das Segment Free-TV International	81	Konzernabschluss		
41	Mehrjahresübersicht für das Segment Free-TV International	81	71	Gewinn- und Verlustrechnung	130
42	Überleitungsrechnung für das Segment Diversifikation	82	72	Gesamtergebnisrechnung	131
43	Mehrjahresübersicht für das Segment Diversifikation	82	73	Bilanz	132
44	Mitarbeiter nach Regionen	83	74	Kapitalflussrechnung	133
45	Mitarbeiter nach Segmenten	83	75	Eigenkapitalveränderungsrechnung 2010	134
46	Anteil der Frauen und Männer im Gesamtkonzern	84	76	Eigenkapitalveränderungsrechnung 2011	134
47	Anteil der Frauen und Männer im Kernmarkt Deutschland	84	77	Anteilsbesitzliste	213
48	Übernahmequote der Auszubildenden in der ProSiebenSat.1 Group	86	78	ProSiebenSat.1 Group: Mehrjahresübersicht	222
49	ProSiebenSat.1-Aktie: Kursentwicklung	88			
50	Kennzahlen zur ProSiebenSat.1-Aktie	88			
51	Stammdaten der ProSiebenSat.1-Aktie	89			
52	Empfehlungen der Analysten	89			
53	Gesellschafterstruktur der ProSiebenSat.1 Media AG zum 31. Dezember 2011	90			
54	Marktanteile Zuschauer 14-29 Jahre	96			
55	Marktanteile Tolerance Day Junge Zielgruppe 14 - 49	98			
56	Directors' Dealings-Meldungen zwischen dem 31. Dezember 2011 und dem 8. März 2012	100			

Impressum

Kontakte

Presse

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

Investor Relations

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

Herausgeber

ProSiebenSat.1 Media AG
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel. +49 [89] 95 07 - 10
Fax +49 [89] 95 07 - 11 21
www.ProSiebenSat1.com
HRB 124 169 AG München

Inhalt und Gestaltung

ProSiebenSat.1 Media AG
Corporate Communications

häfelinger+wagner
design gmbh

Photo Credits: Titel & Viewing the future, Seite 14, 15, 42, 43, 128, 129, 220, 221 © Julian Baumann // Chronik Seite 40, 41: a) The Voice of Germany © SAT.1/ProSieben/Richard Hübner // Rückblick Seite 56, 57: a) The Voice of Germany © SAT.1/ProSieben/Richard Hübner, b) Hancock © Sony Pictures, c) ran © SAT.1/Ralf Jürgens, d) Fort Boyard © kabel eins/Ralf Jürgens, e) Vampire Diaries © Warner Brothers, f) Popstars - Mission Österreich PULS 4/Gerry Frank, g) Homerun Copyright: SAT.1 Schweiz, h) Fußball Fredag Foto MAX, i) Kalajoen hiekat TV5, j) Miss fata de la tara copyright Prima TV // ProSiebenSat.1 Media AG, Seite 87: c) Edward Beierle // Öffentliches Engagement Seite 98, 99: a) Foto: © ProSieben/Benedikt Müller, b) © Jens Hauer, c) © Die Arche, d) © Kindernothilfe, e) © Off Road Kids, f) © SAT.1/Andres Martinez Casares, g) Foto: © ProSieben/Benedikt Müller // Ausblick Seite 112, 113: a) Germany's next Topmodel by Heidi Klum Foto: © ProSieben/Oliver S., b) The winner is... Foto: © SAT.1/Roy Beusker, c) Der letzte Bulle © SAT.1/Martin Rottenkolber d) Justified © 2010 Sony Pictures Television Inc. and Bluebush Productions, LLC. All Rights Reserved. e) Sixx Dance Summer/Save the last dance © Paramount Pictures, f) 71 Degrees North Foto TVNorge, g) Tuomas Enbuske Talk Show © TV5, h) Megastar TV2, i) Big Brother 2012 Rasmus Mogensen, Kanal 5, j) Castle © ABC Studios

DIE PROSIEBENSAT.1 GROUP IM INTERNET

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

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

FINANZKALENDER

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

KONZERNSTRUKTUR (VI)

DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG

**ProSiebenSat.1 TV
Deutschland GmbH**
100 %

sixx GmbH 100 %	Sat.1 Satelliten Fernsehen GmbH 100 %	ProSieben Television GmbH 100 %	kabel eins Fernsehen GmbH 100 %	SevenPictures Film GmbH 100 %
--------------------	--	--	--	-------------------------------------

**SevenOne
Brands GmbH**
100 %

SevenOne Media GmbH 100 %	SevenOne Media Austria GmbH 100 %	SevenOne Media (Schweiz) AG 100 %	SevenOne AdFactory GmbH 100 %
Puls 4 TV GmbH 100 %			

**Red Arrow
Entertainment
Group GmbH**
100 %

**ProSiebenSat.1
Welt GmbH**
100 %

**P7S1 Erste SBS
Holding GmbH**
100 %

**P7S1 Zweite SBS
Holding GmbH**
100 %

**SevenSenses
GmbH**
100 %

ProSieben Digital Media GmbH
100 %

**Seven
Entertainment
Holding GmbH**
100 %

P7S1 Broadcasting S.à r.l.
80 % / 20 %

maxdome
GmbH & Co. KG
100 %

Seven Ventures
GmbH
100 %

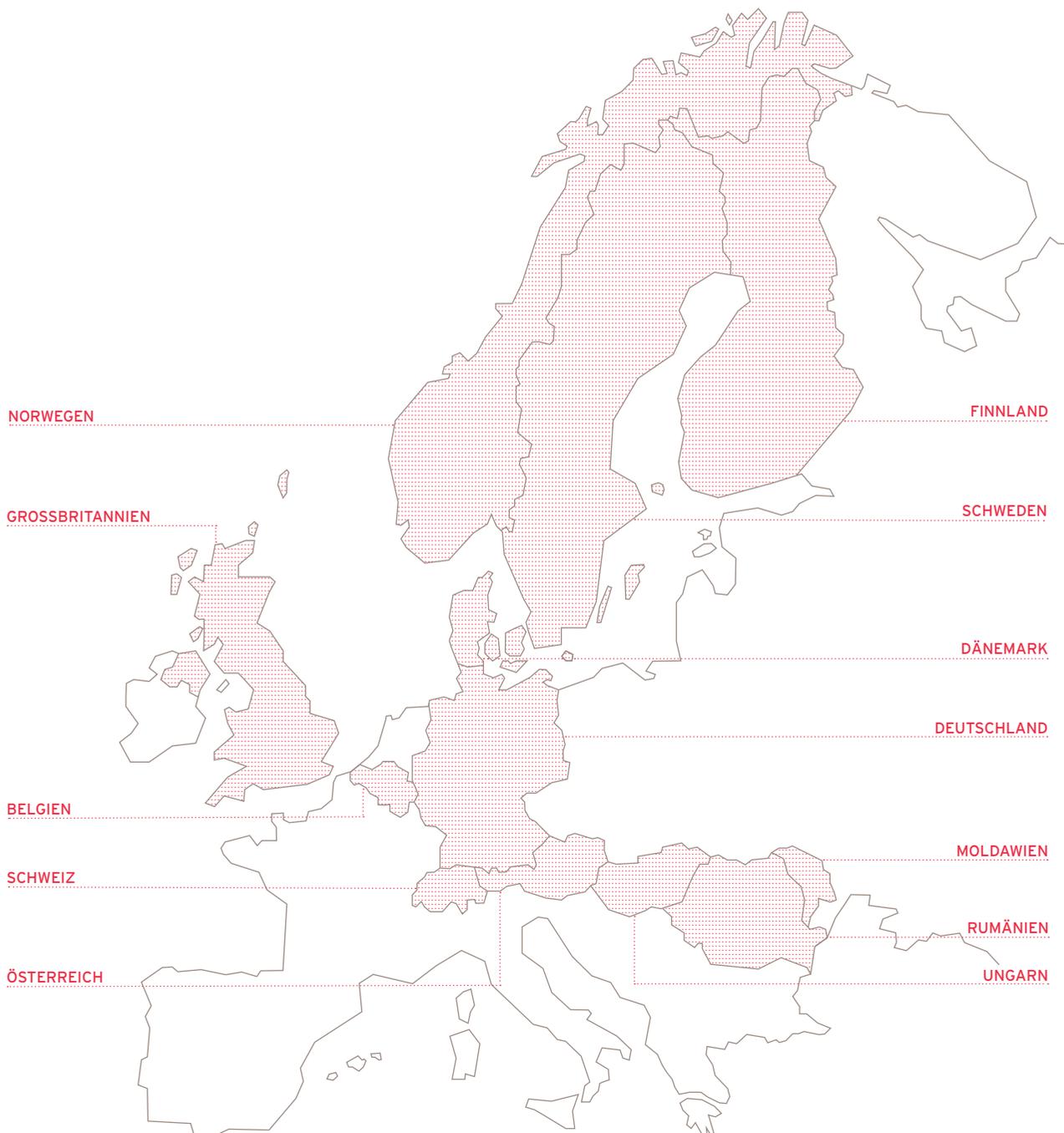
ProSiebenSat.1
Digital GmbH
100 %

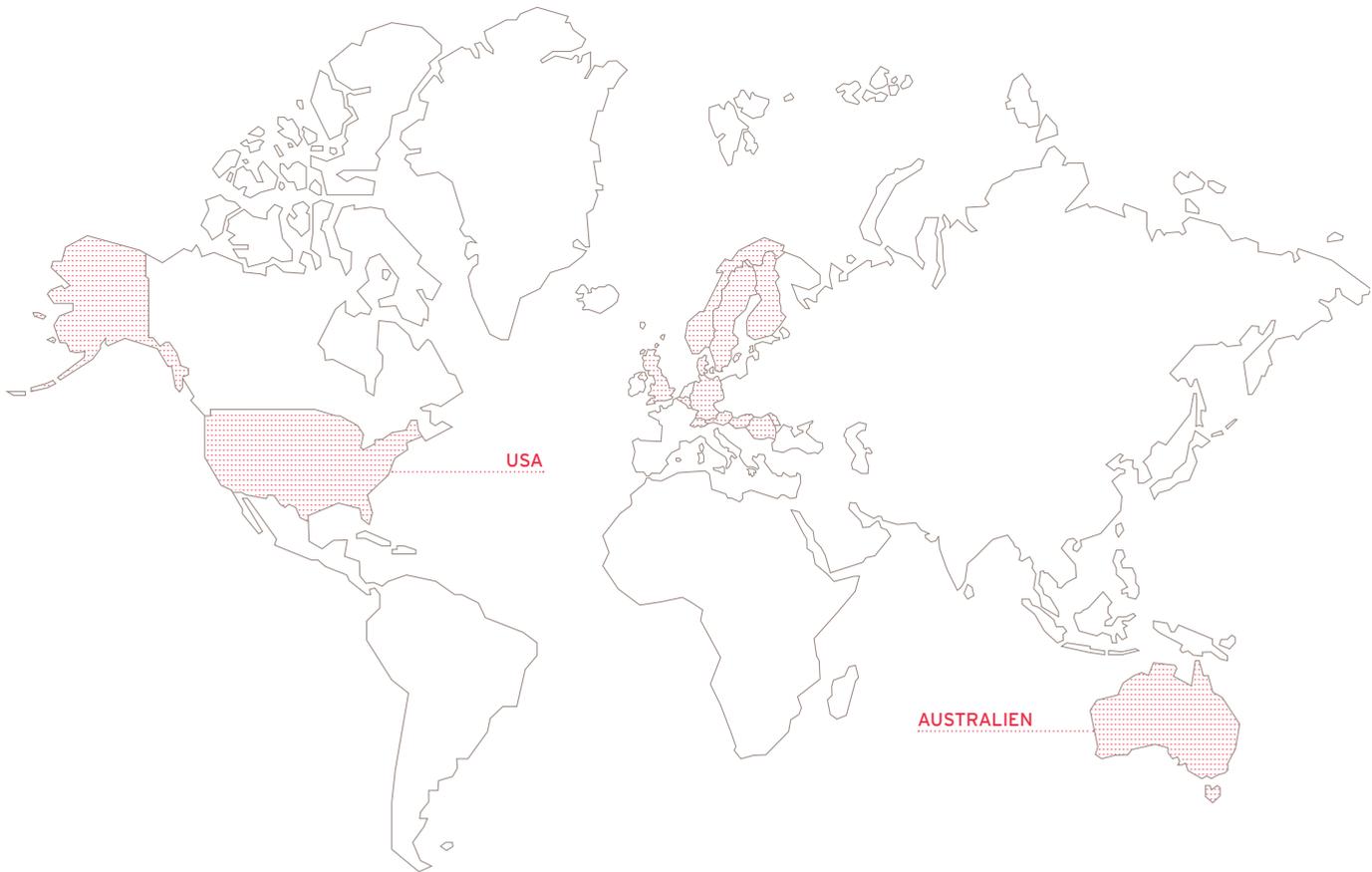
Starwatch
Entertainment
GmbH
100 %

SBS Broadcasting
Holding I.B.V.
100 %

STANDORTE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP (VII)

Die ProSiebenSat.1 Group ist weltweit mit erfolgreichen Marken vertreten.
Hauptsitz des Unternehmens ist in Unterföhring bei München, Deutschland.





DEUTSCHLAND

ProSiebenSat.1 Media AG, Hauptsitz

Broadcasting German-speaking

kabel eins, ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH, ProSieben, SAT.1, SevenOne Brands GmbH, SevenOne AdFactory, SevenOne Media, SevenPictures GmbH, sixx

Digital & Adjacent

Covus Games GmbH, kabel eins Classics, lokalisten media GmbH, maxdome, My Video, ProSieben Digital Media GmbH, ProSiebenSat.1 Digital GmbH, ProSiebenSat.1 Games GmbH, SAT.1 Comedy, Seven Entertainment Holding GmbH, Seven Entertainment GmbH, SevenSenses GmbH, SevenVentures GmbH, Starwatch Entertainment GmbH, wer-weiss-was GmbH, wetter.com AG

Content Production & Global Sales

Producers at Work, ProSiebenSat.1 Welt GmbH, Red Arrow Entertainment Group GmbH, RedSeven Artists & Events GmbH, RedSeven Entertainment GmbH, SevenOne International GmbH

AUSTRALIEN

Content Production & Global Sales
Granada Media Australia

BELGIEN

Content Production & Global Sales
Sultan Sushi

DÄNEMARK

Broadcasting International

6'eren, Kanal 4, Kanal 5, The Voice TV
Radio Broadcast International: Nova FM POP fm, The VoiceRadio

FINNLAND

Broadcasting International

The Voice TV, TV 5,
Radio Broadcast International: Local Radio Stations (Radio 957, Radio Jyväskylä, Radio Mega, Radio Sato), Radio Iskelmä, The Voice Radio

GROSSBRITANNIEN

Broadcasting International

SBS Broadcasting Networks Ltd.

Content Production & Global Sales

Mob Film Co.

MOLDAWIEN

Broadcasting International

Kiss FM

NORWEGEN

Broadcasting International

FEM, MAX, The Voice TV, TV Norge
Radio Broadcast International: Radio 1 Hits, Radio Norge, The Voice Radio

ÖSTERREICH

Broadcasting German-speaking

kabel eins Austria, ProSieben Austria, Puls 4, Sat.1 Österreich, SevenOne Media Austria

RUMÄNIEN

Broadcasting International

Kiss TV, Kiss FM, Magic FM, One FM, Prima TV, Rock FM

SCHWEDEN

Broadcasting International

Kanal 5, Kanal 9, Mix Megapol, Radio 107,5, Rockklassiker, The Voice Radio, Vinyl 105

Content Production & Global Sales

Hard Hat, Snowman Productions

SCHWEIZ

Broadcasting German-speaking

ProSieben (Schweiz), SAT.1 Schweiz, kabel eins Schweiz, SevenOne Media (Schweiz)

UNGARN

Broadcasting International

FEM 3, PRO 4, TV 2

USA

Content Production & Global Sales

Kinetic Content LLC



ProSiebenSat.1 Group

Medienallee 7
85774 Unterföhring
www.ProSiebenSat1.com