



THE CORE OF OUR STRATEGY

KENNZAHLEN DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

in Mio Euro

	2017	2016
Konzernumsatz	4.078	3.799
Umsatzrendite vor Steuern (in %)	15,8	17,3
Gesamtkosten	3.590	3.056
Operative Kosten ¹	3.053	2.804
Werteverzehr des Programmvermögens	1.145	915
Adjusted EBITDA ²	1.050	1.018
Adjusted EBITDA-Marge (in %)	25,8	26,8
EBITDA	1.084	982
Sondereffekte (saldiert) ³	34	-35
Betriebsergebnis (EBIT)	820	777
Finanzergebnis	-174	-119
Ergebnis vor Steuern	646	658
Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter ⁴	471	402
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-/-	-42
Bereinigter Konzernüberschuss (adjusted net income) ⁵	550	536 ⁹
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt, in Euro)	2,40⁸	2,47 ⁹
Investitionen in das Programmvermögen	1.048	992
Free Cashflow	728	-4
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-894	-1.623
	31.12.2017	31.12.2016
Programmvermögen	1.198	1.312
Eigenkapital	1.252	1.432
Eigenkapitalquote (in %)	19,1	21,7
Liquide Mittel	1.552	1.271
Finanzverbindlichkeiten	3.185	3.185
Verschuldungsgrad ⁶	1,6¹⁰	1,9
Netto-Finanzverschuldung	1.632¹⁰	1.913
Mitarbeiter ⁷	6.483	6.565

¹Gesamtkosten abzüglich zu bereinigende Aufwendungen und Abschreibungen. ²Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA. ³Saldo aus zu bereinigenden Aufwendungen und Erträgen. ⁴Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis inklusive nicht-fortgeführter Aktivitäten. ⁵Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter aus fortgeführten Aktivitäten vor Effekten aus Kaufpreisallokationen und weiteren Sondereffekten. ⁶Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate. ⁷Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag aus fortgeführten Aktivitäten. ⁸Ermittelt auf Basis der volumengewichteten durchschnittlichen Aktienstückzahl von 2017 von 228,9 Mio; unter Berücksichtigung der gewinnbezugsberechtigten Aktien zum Stichtag beträgt das wirtschaftliche bereinigte Ergebnis je Aktie 2,40 Euro. ⁹Angepasst an die mit Beginn des Geschäftsjahres 2017 vorgenommene Verfeinerung der internen Steuerungssystematik sogenannter Non-IFRS-Kennzahlen. Detaillierte Informationen enthält der Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 73 und 74. ¹⁰Nach Umgliederung der liquiden Mittel von Tropo.

THE CORE OF OUR STRATEGY

Geschäftsbericht 2017

Die ProSiebenSat.1 Group zählt zu den erfolgreichsten unabhängigen Entertainment- und Commerce-Unternehmen in Europa mit einer starken Präsenz im TV- und Digitalmarkt. Zur Gruppe gehören unser klassisches und digitales Entertainment-Geschäft mit unseren sieben Free-TV-Sendern sowie der Video-on-Demand-Plattform maxdome. Hinzu kommen unser Programmproduktions- und Vertriebsgeschäft bei Red Arrow Studios sowie das Commerce-Portfolio der NuCom Group mit Unternehmen wie Verivox und Parship. Dank dieser Aufstellung hat ProSiebenSat.1 eine breit diversifizierte Umsatz- und Ergebnisbasis.

2017 war ein weiteres Rekordjahr für ProSiebenSat.1: Der Konzernumsatz ist um 7 Prozent auf 4.078 Mio Euro gestiegen, zudem erhöhte sich das adjusted EBITDA um 3 Prozent auf 1.050 Mio Euro. Das Unternehmen beschäftigt durchschnittlich rund 6.500 Mitarbeiter.

INHALT

- 4 _ Unsere Strategie
- 6 _ Unser Vorstand
- 12 _ Unsere Ergebnisse

14 _

ENTERTAINMENT WE ENTERTAIN YOU

28 _

CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES WE SURPRISE YOU

40 _

COMMERCE WE INSPIRE YOU

50 _

DAS JAHR DER PARTNERSCHAFTEN KOOPERATIONEN UND ALLIANZEN VON PROSIEBENSAT.1

52 _

2017 DAS JAHR IM ÜBERBLICK

53 _

AN UNSERE AKTIONÄRE POTENZIALE FÖRDERN

- 55 _ Bericht des Aufsichtsrats
- 63 _ Mitglieder des Aufsichtsrats
- 64 _ Corporate-Governance-Bericht
- 72 _ Erklärung zur Unternehmensführung
- 74 _ Vergütungsbericht¹
- 92 _ Übernahmerechtliche Angaben¹
(gemäß §§ 289 Abs. 4, 315 Abs. 4 HGB)
- 95 _ Die ProSiebenSat.1-Aktie¹

¹Bestandteil des geprüften, zusammengefassten Lageberichts.

99 _

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT SYNERGIEN NUTZEN

- 101 _ Unser Konzern: Grundlagen
- 124 _ Wirtschaftsbericht: Finanzjahr 2017
- 149 _ ProSiebenSat.1 Media SE
(Erläuterungen nach HGB)
- 152 _ Risiko- und Chancenbericht
- 165 _ Prognosebericht

171 _

KONZERNABSCHLUSS FAKTEN SCHAFFEN

- 174 _ Gewinn- und Verlustrechnung
- 175 _ Gesamtergebnisrechnung
- 176 _ Bilanz
- 178 _ Kapitalflussrechnung
- 180 _ Eigenkapitalveränderungsrechnung
- 181 _ Anhang

269 _

INFORMATIONEN ZUKUNFT GESTALTEN

- 271 _ Erläuterungen zum Bericht
- 272 _ Versicherung der gesetzlichen Vertreter
- 273 _ Bestätigungsvermerk des
unabhängigen Abschlussprüfers
- 279 _ Kennzahlen:
Mehrjahresübersicht Konzern
- 280 _ Kennzahlen:
Mehrjahresübersicht Segmente
- 281 _ Finanzkalender
- 282 _ Impressum



17 _
WE ENTERTAIN YOU
GERMANY'S NEXT TOPMODEL



43 _
WE INSPIRE YOU
JOCHEN SCHWEIZER & MYDAYS



31 _
WE SURPRISE YOU
RED ARROW STUDIOS

UNSERE STRATEGIE



DIE DREI-SÄULEN-STRATEGIE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die Medienbranche steht ganz im Zeichen des digitalen Wandels. Neue Wettbewerber und Technologien sind entstanden und haben sowohl Erlösmodelle als auch Mediennutzung verändert. Unsere Branche zeichnet sich durch permanente Veränderung aus - deshalb haben wir unsere Organisation agil und effizienter aufgestellt, um diesen Wandel aktiv in Wachstumspotenziale zu übersetzen.

ProSiebenSat.1 ist bereits heute ein breit aufgestelltes Entertainment- und Commerce-Haus mit starken Marken, einer führenden Position im Zuschauer- und TV-Werbemarkt, innovativen Vermarktungsangeboten, einem internationalen Produktionsnetzwerk sowie profitablen Commerce-Portfolio. Um auch künftig wettbewerbsfähig zu sein und weiterhin nachhaltig und ertragsstark zu wachsen, haben wir ProSiebenSat.1 seit Januar 2018 in drei starke Säulen gegliedert.



ENTERTAINMENT

Im Kern unserer Aktivitäten wird auch künftig bestes Entertainment stehen. Deshalb haben wir unser TV-Geschäft mit dem Digital-Entertainment-Bereich in einer Säule zusammengeführt. Unseren Zuschauern bieten wir so faszinierende Inhalte, die sie plattformunabhängig sowohl linear als auch digital konsumieren können. Gleiches gilt für Werbekunden, für die wir Vermarktungsinnovationen auf allen Kanälen sowie optimale Umfeldler für ihre Werbung schaffen. Gleichzeitig investieren wir in die Wachstumsbereiche AdTech und Data, um uns im Werbemarkt durch datengetriebene Angebote zusätzliche Umsätze zu erschließen.



CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

In dieser Säule kombinieren wir das internationale TV-Produktions- und Vertriebsgeschäft von Red Arrow mit dem globalen Digital-Studio Studio71 unter dem Dach von Red Arrow Studios. Das Unterneh-

men produziert außergewöhnliche Entertainment-Inhalte für TV-Unternehmen und digitale Plattformen weltweit - darunter auch die ProSiebenSat.1-Sender. Wir adressieren mit dieser Aufstellung die wachsende Nachfrage nach Inhalten auf allen Kanälen, Branded Content sowie Influencer Marketing und nutzen dabei die Synergien zwischen den internationalen Produktionsfirmen und Vertriebskanälen sowie dem schnell wachsenden Digital-Studio. Aktuell prüfen wir auch die Beteiligung von externen Partnern an Red Arrow Studios, um das Wachstum dieses Geschäftsfelds zu beschleunigen.



COMMERCE

In der NuCom Group bündeln wir die Commerce-Aktivitäten von ProSiebenSat.1. Mit dem Portfolio führender digitaler Handelsplattformen haben wir starke Synergien für den Konzern geschaffen: Durch Werbung auf unseren Sendern steigern wir das Wachstum der Commerce-Marken, während diese wertvolle Daten für neue, innovative Werbeprodukte generieren. Im Februar 2018 sind wir einen wichtigen Schritt in der strategischen Weiterentwicklung dieses Geschäfts gegangen. Der internationale Wachstumskapitalinvestor General Atlantic hat sich mit 25,1 Prozent an der NuCom Group beteiligt. Mit der Expertise und dem weltweiten Netzwerk von General Atlantic wollen wir unser Commerce-Geschäft auf die nächste Ebene heben, indem wir das Beteiligungsportfolio vergrößern und damit dessen Umsatzwachstum und Profitabilität stärken. Unser Ziel ist, die NuCom Group durch diese Partnerschaft zu einer führenden europäischen Omnichannel-Plattform für Consumer Services und Lifestyle Brands auszubauen.

Auf Basis dieser Drei-Säulen-Strategie wird ProSiebenSat.1 2018 weiter gezielt investieren - in das Programm der Gruppe, in neue Vermarktungsinnovationen und moderne Werbetechnologien, in den Ausbau unserer Data-Aktivitäten sowie in weitere Unternehmensakquisitionen, die unser Wachstum und die Transformation des Konzerns vorantreiben werden. So wollen wir unsere Position als Europas führendes Entertainment- und Commerce-Unternehmen stärken und auch in Zukunft die Nummer 1 für unsere Zuschauer und Kunden bleiben.



**DIVERSIFIZIERTE
STRATEGIE**



**NACHHALTIGES
WACHSTUM**

THOMAS EBELING

Vorstandsvorsitzender (bis 22. Februar 2018)

»Mit einem Umsatz von über 4 Mrd Euro haben wir 2017 ein weiteres Rekordjahr verzeichnet.«

THOMAS EBELING

2017 war ein herausforderndes Jahr für ProSiebenSat.1 - vor allem im TV-Werbemarkt. Dennoch haben wir erstmals die Umsatzmarke von 4 Mrd Euro übertroffen und ein weiteres Rekordjahr verzeichnet. Dieser Erfolg war nur möglich, weil wir uns in den vergangenen Jahren zum diversifiziertesten Medienunternehmen Europas entwickelt haben.

Als ich vor neun Jahren hier anfang, lag der Aktienkurs bei unter 1 Euro. Der Verschuldungsgrad war im Verhältnis zu unserer Ertragskraft sehr hoch und wir haben fast 90 Prozent der Umsätze aus dem TV-Werbegeschäft erwirtschaftet.

In den letzten neun Jahren haben wir die Chancen der Digitalisierung genutzt, um neue Geschäftsmodelle und Ertragsfelder zu schaffen - seien es digitale Entertainment-Angebote, innovative Werbeprodukte oder das Investment-Modell Media-for-Equity. Wir haben ein für ein TV-Haus einzigartiges Commerce- und AdTech-Portfolio aufgebaut und gleichzeitig unsere führende Position im Zuschauer- und TV-Werbemarkt verteidigt. So haben wir uns erfolgreich diversifiziert und generieren heute über 50 Prozent des Umsatzes außerhalb des TV-Werbegeschäfts. Insgesamt stieg unser Umsatz seit 2009 um knapp 50 Prozent und der Nettogewinn verdreifachte sich. Darüber hinaus haben wir den Unternehmenswert zugunsten der Aktionäre und Mitarbeiter extrem gesteigert.

Diese Leistung ist in einem so dynamischen Umfeld wie der Medienbranche einmalig und ich bin stolz auf das, was wir gemeinsam erreicht haben. Mit der Aufstellung in drei starken Säulen setzt der Konzern diesen Kurs fort. ProSiebenSat.1 ist heute eine breit aufgestellte, unabhängige Entertainment- und Commerce-Gruppe, die auch in Zukunft ihre Herausforderungen in Chancen umwandeln und nachhaltig wachsen wird.



CONRAD ALBERT

Vorstandsvorsitzender (23. Februar bis 31. Mai 2018);
Stellvertretender Vorstandsvorsitzender; Group General Counsel

Im Zuge der Digitalisierung und des Aufstiegs globaler Internet-Plattformen hat sich der Wettbewerb in unserer Branche immer mehr intensiviert. Um diesen Wandel optimal für ProSiebenSat.1 zu nutzen und in Wachstumschancen zu übersetzen, müssen wir trotz unseres heutigen Erfolgs den Blick bereits jetzt in die Zukunft richten.

2018 steht deshalb für uns im Zeichen der Neuausrichtung. Seit Jahresanfang gliedern wir den Konzern in drei starke Säulen: Entertainment, Content Production & Global Sales und Commerce. Wir wollen so in die Zukunft unseres Unterhaltungs geschäfts investieren, um Zuschauer über alle Kanäle mit bestem Entertainment zu begeistern und Kunden optimale Umfeldler für ihre Werbung zu bieten. Gleichzeitig erlaubt uns die neue Aufstellung, unsere Diversifizierung zu beschleunigen.

Dabei haben starke Inhalte einen besonders hohen Stellenwert. Sie sind der Treibstoff für unser gesamtes Geschäftsmodell. Hochwertiger Content zieht Zuschauer und Werbekunden zu unseren Angeboten - ohne ihn ist jede Plattform nur eine Hülle. Daher werden wir künftig noch intensiver in lokale Inhalte investieren.

Um langfristig wettbewerbsfähig zu sein, brauchen wir zudem gleiche Rahmenbedingungen für alle Anbieter audiovisueller Inhalte: Wir fordern eine sinnvolle Reform unserer Medienordnung. Die Gebührenfinanzierung in Deutschland sollte nicht an Institutionen bzw. Sender gekoppelt sein, sondern an gesellschaftspolitisch relevante Inhalte. Einen fairen Wettbewerb erschweren auch quantitative und qualitative Beschränkungen bei der Ausstrahlung von TV-Werbung. Diese Überregulierung muss ein Ende haben - schließlich sollen wir europäische Unternehmen weiter ein starkes Pendant zu globalen Wettbewerbern bleiben.

»Mit unserer neuen Aufstellung beschleunigen wir die Diversifizierung des Konzerns.«

CONRAD ALBERT



SABINE ECKHARDT

Vorstand Vertrieb & Marketing



Der digitale Wandel bietet viele Chancen: Neue Plattformen und Technologien entstehen und erweitern unsere Möglichkeiten, Inhalte zu verbreiten. ProSiebenSat.1 ermöglicht dies, das Kerngeschäft dauerhaft zu stärken. Ob über unsere TV-Sender, digitalen Entertainment-Angebote oder Commerce-Plattformen: Wir bieten Werbekunden auf allen Kanälen sichere Umfeldler, über die sie täglich Millionen Menschen mit ihren Werbebotschaften erreichen können.

Dank der Vernetzung von TV und Digital können wir neben klassischen TV-Spots und digitalen Videos innovative Produkte kreieren, mit denen Werbetreibende ihre Kunden noch wirksamer und zielgruppengenaue erreichen. Die Technologie Addressable TV werden wir in Zukunft weiter ausbauen und Kunden auf Basis von Daten, die wir im Konzern generieren, individuelle Angebote machen.

Bei allen technologischen Innovationen - Kern jeder erfolgreichen Werbekampagne ist Kreativität. Unsere Kunden wissen, dass wir mit unseren TV-Sendern und digitalen Angeboten nicht nur die ideale Plattform bieten, sondern alles tun, um ihre Produkte ins beste Licht zu rücken. Rund um erfolgreiche Formate wie „Germany's next Topmodel“, „The Voice of Germany“ und die Shows mit Joko und Klaas gestalten wir über alle Kanäle reichweitenstarke und vernetzte Kampagnen. Unser Vorteil: Wir sind kreativ - und wir wissen, wie wir dies erfolgreich monetarisieren.

Der Werbemarkt hält mit Innovationen wie Addressable TV in den kommenden Jahren attraktive Wachstumspotenziale bereit. Und ProSiebenSat.1 ist hervorragend aufgestellt, um davon weiterhin zu profitieren.

»Der digitale Wandel ist eine große Chance, unser Kerngeschäft dauerhaft zu stärken.«

SABINE ECKHARDT

DR. JAN KEMPER

Finanzvorstand; Vorstand Commerce (seit 23. Februar 2018)

»Wir gehören zu den ertragreichsten Medienunternehmen Europas.«

DR. JAN KEMPER

ProSiebenSat.1 treibt die größte Transformation der Unternehmensgeschichte voran, in der wir unser Kerngeschäft TV zukunftsfähig aufstellen und gleichzeitig digitale Geschäftsfelder stärker in den Fokus rücken. Dabei muss für uns immer die Kombination aus Wachstum und Profitabilität stimmen. Bislang ist uns das gut gelungen: ProSiebenSat.1 gehört zu den ertragreichsten Medienunternehmen Europas. Neben dem margenstarken Fernsehgeschäft haben wir insbesondere durch Investments in unsere Commerce-Aktivitäten ein weiteres erfolgreiches Standbein aufgebaut. Hier steht für uns im Vordergrund, dass bei Akquisitionen langfristig die Rendite auf die gezahlten Kaufpreise stimmt und die Beteiligungen auf unser organisches Wachstum einzahlen.

Auch im vergangenen Jahr haben wir den Konzern durch Zukäufe in allen Segmenten weiter gestärkt und schlagkräftiger aufgestellt. Die Mehrheitsbeteiligung am Erlebnisgeschenke-Anbieter Jochen Schweizer ist nur ein Beispiel, wie wir unser Commerce-Portfolio durch Akquisitionen wertsteigernd und sinnvoll ergänzen.

Wir haben genug finanziellen Spielraum, um unseren nachhaltigen M&A-Fokus 2018 fortzusetzen und in starke Unternehmen zu investieren. Ein wichtiger Meilenstein ist die vielversprechende Partnerschaft mit General Atlantic: Der internationale Wachstumsinvestor hat sich mit einem Minderheitsanteil an unserer Commerce-Sparte NuCom Group beteiligt. Gemeinsam wollen wir nun das Portfolio aus führenden Handelsplattformen ausbauen und damit das Wachstum sowie die Profitabilität dieses Geschäfts beschleunigen.



JAN DAVID FROUMAN

Vorstand Content Production & Global Sales;
CEO & Chairman Red Arrow Studios

»Mit Studio71 stärkt Red Arrow die Marktposition im linearen und digitalen TV-Geschäft weltweit.«

JAN DAVID FROUMAN

Als wir Red Arrow im Jahr 2010 gegründet hatten, lag unser Fokus zuerst auf den deutschsprachigen und europäischen TV-Märkten. Heute haben wir ein Produktions- und Vertriebsnetzwerk aufgebaut, das sich rund um den Globus spannt, aber vor allem eine extrem starke Präsenz in den USA hat. Der Grund liegt auf der Hand: Wenn Du es im wichtigsten TV-Markt geschafft hast, steht Dir die internationale TV-Welt offen.

Mit einer gezielten Akquisitionsstrategie ist es uns gelungen, Top-Kreative in unser Unternehmen zu holen und ein hochwertiges Portfolio aufzubauen. Die mehr als 20 Red Arrow-Unternehmen produzieren heute jährlich über 2.400 Programmstunden für die wichtigsten TV-Sender und Streaming-Plattformen in den USA, Großbritannien und Deutschland, darunter internationale TV-Hits wie „Bosch“, „Married at First Sight“ und „The Taste“. 2017 haben wir uns zusätzlich im Distributionsgeschäft breiter aufgestellt und das Vertriebshaus Gravitas Ventures gekauft. Dieses vertreibt Spielfilme und hat enge Beziehungen zu den großen globalen OTT- und SVoD-Anbietern. Damit erweitert die Akquisition unsere Co-Produktions- und Co-Finanzierungsmöglichkeiten deutlich – ein entscheidendes Erfolgskriterium in der heutigen TV-Branche.

2018 sind wir in neuer Formation unter dem Namen Red Arrow Studios gestartet, denn wir haben Studio71 in unser Netzwerk integriert. Das schnell wachsende Digital-Studio ergänzt unser Portfolio optimal, auch wenn wir aus unterschiedlichen Richtungen des Produktionsgeschäfts zusammenkommen. In dieser Aufstellung können wir Sendern, Plattformen und Marken integrierte 360-Grad-Angebote machen und unsere Marktposition im linearen und digitalen TV-Geschäft weltweit stärken.



CHRISTOF WAHL

Chief Operating Officer



Die digitale Medienwelt stand 2017 im Zeichen von Allianzen und Partnerschaften. Ein Paradigmenwechsel hat unsere Branche erfasst, der punktuelle Formen von Zusammenarbeit auf neue strukturelle Ebenen gehoben hat. Impulsgeber dieser Entwicklung war wie so oft die digitale Transformation. Um den neuen Herausforderungen und Wettbewerbern erfolgreich zu begegnen, lautet die Devise nicht mehr „jeder für sich“, sondern viel mehr „wir zusammen“. 2017 wurde dieses schlagkräftige Vorhaben mehr und mehr in die Tat umgesetzt.

Die ProSiebenSat.1 Group gehört hier zu den Vorreitern der europäischen Medienkonzerne und hat im vergangenen Jahr über 20 neue Partnerschaften geschlossen, die uns gemeinsam mit unseren Partnern eine Basis für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg ermöglichen. Mit TF1, Channel 4 und MediaSet haben wir die pan-europäische Vermarktungsplattform „European Broadcaster Exchange“ gegründet, die vom Start weg etwa 300 Millionen Menschen in über fünf Ländern erreicht - das entspricht in etwa der Bevölkerung der USA. Weitere Partnerschaftsbeispiele sind ein Joint Venture mit Discovery Networks im digitalen Video-Bereich oder die Log-in-Allianz mit den Partnern United Internet und RTL für ein transparentes und einfaches Registrierungs- und Anmeldeverfahren im Internet, das auch für alle anderen Marktteilnehmer offen ist.

Anstatt ausschließlich auf Kooperationen mit Tech-Giganten aus den USA zu setzen, die langfristig in Abhängigkeiten führen können, setzt die europäische Medienbranche damit auf ihre eigene Stärke, indem sie den geschlossenen Systemen der Global-Player gemeinschaftliche und daher für die Konsumenten relevante Lösungen entgegenstellt. So entstehen tatsächliche Win-Win-Situationen für alle Partner, in denen wir für ProSiebenSat.1 zusätzliche Wachstumsquellen erschließen und unsere künftige Wettbewerbsfähigkeit sichern.

»Mit neuen Partnerschaften und Allianzen schaffen wir die Basis für langfristigen wirtschaftlichen Erfolg.«

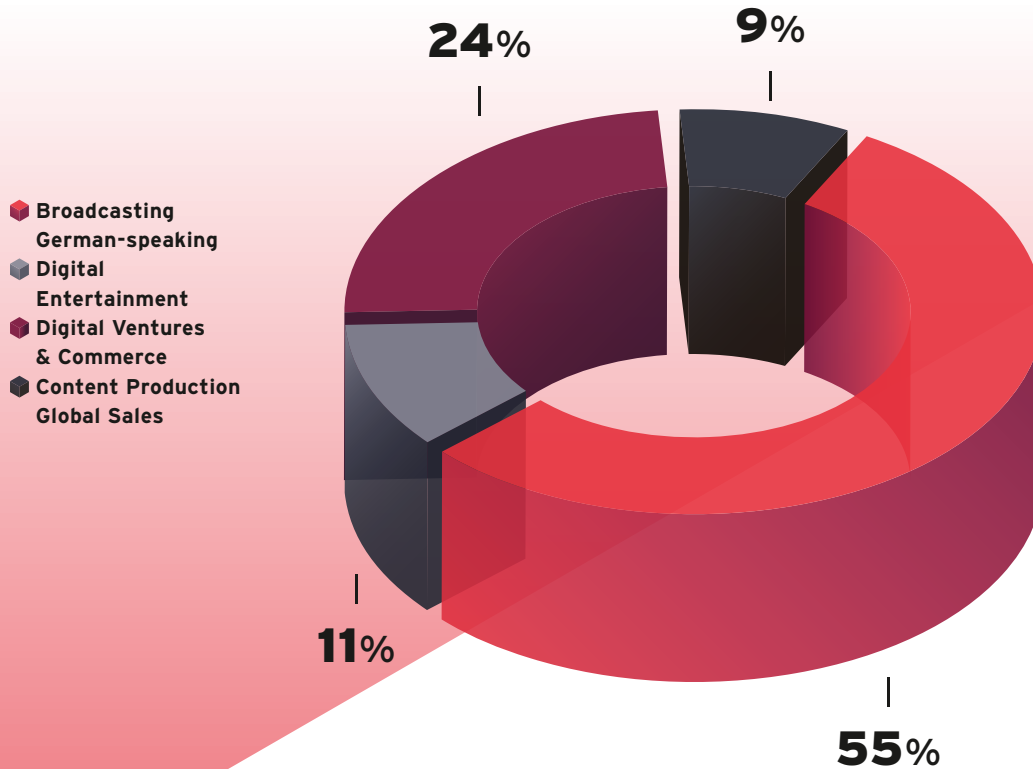
CHRISTOF WAHL

UNSERE ERGEBNISSE



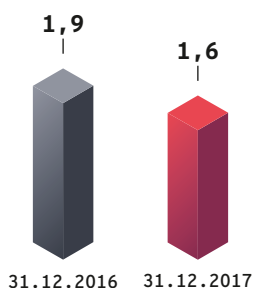
ANTEIL AM KONZERNUMSATZ NACH SEGMENTEN

in Prozent



Das Segment Broadcasting German-speaking wuchs ertragsstark auf einem konstant hohen Margenniveau. Im Bereich Digital Entertainment entwickelte sich vor allem das strategisch wichtige Ad-Video-on-Demand-Geschäft positiv. Stärkster Umsatztreiber war das Segment Digital Ventures & Commerce; Akquisitionen ergänzten das Portfolio wertsteigernd. → [Geschäftsentwicklung der Segmente, Seite 140](#)

VERSCHULDUNGSGRAD



31.12.2016 31.12.2017

Der Verschuldungsgrad lag am unteren Ende des definierten Zielkorridors von 1,5 bis 2,5.

→ [Finanzierungsanalyse, Seite 143](#)

VERÄNDERUNG DES KONZERNUMSATZES

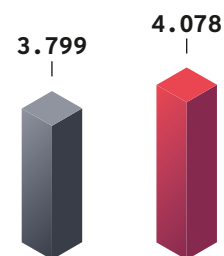
im Vergleich zum Vorjahr

+ 7%

4.078 Mio Euro

UMSATZERLÖSE

in Mio Euro



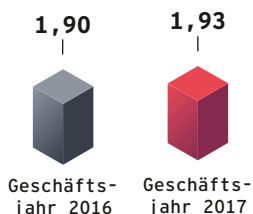
2016 2017

Wichtigster Umsatztreiber war das Segment Digital Ventures & Commerce.

→ [Ertragslage des Konzerns, Seite 137](#)

DIVIDENDENVORSCHLAG

in Euro



Geschäftsjahr 2016 Geschäftsjahr 2017

Unsere ertragsorientierte Dividendenpolitik wollen wir auch in Zukunft fortsetzen und jährlich eine Dividende von 80 bis 90 Prozent bezogen auf den bereinigten Konzernüberschuss ausschütten. → [Die ProSiebenSat.1-Aktie, Seite 95](#)

VERÄNDERUNG DES ADJUSTED EBITDA

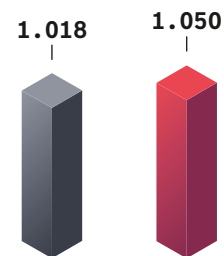
im Vergleich zum Vorjahr

+ 3%

1.050 Mio Euro

ADJUSTED EBITDA

in Mio Euro



2016 2017

Die korrespondierende adjusted EBITDA-Marge betrug 25,8 Prozent.

→ [Ertragslage des Konzerns, Seite 137](#)

WEITERES REKORDJAHR FÜR PROSIEBENSAT.1

2017 markiert für ProSiebenSat.1 ein neues Rekordjahr, in dem wir unsere Profitabilitätsziele erreicht haben. Insbesondere in strategisch relevanten Geschäftsfeldern außerhalb des TV-Segments sind wir stark gewachsen und haben unser Portfolio durch Akquisitionen synergetisch erweitert. Die ProSiebenSat.1 Group zeichnet sich insgesamt durch eine sehr gute Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage aus.

+3%

Anstieg des bereinigten Konzernüberschusses (adjusted net income) auf

550 Mio Euro

(Vorjahr: 536 Mio Euro)

→ [Finanzierungsanalyse, Seite 143](#)

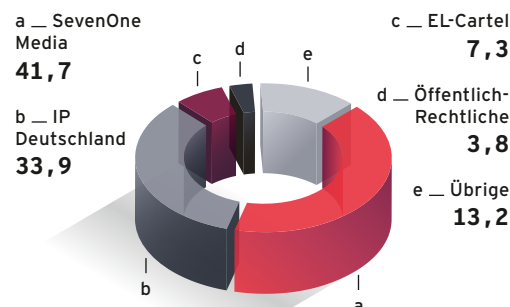
UMSATZ AUSSERHALB DES TV-WERBEGESCHÄFTS

> 50%

Unser Geschäftsportfolio diversifizieren wir rund um das Kerngeschäft Fernsehen und treiben die digitale Transformation in allen Segmenten voran.

ANTEIL AM DEUTSCHEN TV-WERBEMARKT (BRUTTO)

in Prozent



ProSiebenSat.1 ist Marktführer im deutschen TV-Werbemarkt. → [Entwicklung des TV- und Online-Werbemarkts, Seite 131](#)

ENTERTAINMENT

Im Geschäftsbereich Entertainment bietet ProSiebenSat.1
Zuschauern die Entertainment-Inhalte des Konzerns crossmedial
über alle Plattformen an.

WE ENTERTAIN YOU



↓
**TV-BROADCASTING
& VERMARKTUNG**

↓
DISTRIBUTION

↓
**ADVERTISING PLATFORM
SOLUTIONS (ADTECH)**

↓
SEVENVENTURES

↓
**DIGITALE
PLATTFORMEN**

WE ENTER TAIN YOU

WE ENTERTAIN YOU



23,8

PROZENT

durchschnittlicher Marktanteil in der Relevanzzielgruppe der 14- bis 39-jährigen Zuschauer

STAFFEL

12

war die erfolgreichste seit sechs Jahren

durchschnittlich

5,5

PROZENT

zusätzliche Netto-Reichweite bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern über PCs und Laptops (Live-Stream und Catch-up über ProSieben.de)

ZUSCHAUERMAGNET IN DER ZIELGRUPPE

„Germany's next Topmodel“ begeistert auf allen Kanälen – im Free- und Pay-TV, auf der Sender-Website und der ProSieben-App sowie über Social Media. Die Show ist ein zuverlässiger Quotengarant mit einer starken audiovisuellen Gesamtreichweite.



360°

VERMARKTUNGSANSATZ

der SevenOne Media
und SevenOne AdFactory

Werbung
bei GNTM wirkt:

73

PROZENT

gestützte Markenbekanntheit
des Opel Adams
in der weiblichen Ziel-
gruppe (14 - 49 Jahre)

PERFECT FIT FÜR WERBEPARTNER

Die ProSiebenSat.1-Vermarktungsunternehmen SevenOne Media
und SevenOne AdFactory bieten Kunden innovative 360-Grad-Werbekonzepte.

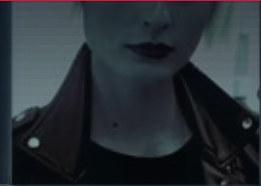
Durch diese zusätzlichen Angebote zum klassischen Werbespot
können Werbekunden die Zuschauer auf besonders effektive Weise erreichen.



über
1 Mio

LIKES

auf der GNTM-Seite
auf Facebook



über
400K

ABONNENTEN

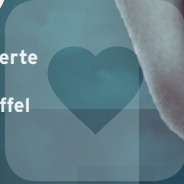
des offiziellen GNTM-Kanals
auf YouTube



wöchentlich

20

webexklusiv produzierte
Stories während
einer laufenden Staffel



über

100 Mio

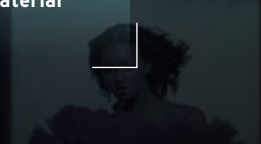
ABRUFE

der 12. Staffel über
ProSieben.de, die Channel-Apps,
Smart TV, HbbTV und YouTube



DIGITALE ANZIEHUNGSKRAFT

Auch im Web laufen die Models erfolgreich weiter. Auf ProSieben.de und den Social-Media-Kanälen können Fans dank exklusivem Videomaterial einen Blick hinter die Kulissen des Erfolgsformats werfen.



GEMEINSAM STARK



WERTSCHÖPFUNG



GNTM zählt zu den erfolgreichsten Formaten des 2008 gegründeten Produktionsunternehmens RedSeven Entertainment, einer 100-prozentigen Tochterfirma von ProSiebenSat.1.



Der Sender ProSieben zeigt GNTM seit 2006. Die 12. Staffel erreichte 2017 einen durchschnittlichen Marktanteil von 17,5 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern und ist damit die stärkste Staffel seit sechs Jahren.



Die SevenOne Media, Vermarktungstochter der ProSiebenSat.1 Group, sowie die dazugehörige SevenOne AdFactory bieten Werbekunden eine 360-Grad-Vermarktung: Mit kreativen Konzepten kreieren sie für Marken und Produkte die perfekte, zu GNTM passende Bühne - und das über alle Plattformen hinweg.



ProSiebenSat.1 Licensing vergibt Produkt- und Promotion-Lizenzen an alle offiziellen Partner von GNTM, die so an der Strahlkraft der Marke partizipieren können. Mit zuletzt elf Lizenznehmern in Staffel 12 ist GNTM eine der erfolgreichsten Lizenzen im Portfolio der ProSiebenSat.1-Tochter.



Auf der Sender-Website und in den Channel-Apps können Zuschauer neben Behind-the-Scenes-Material die Sendung live oder zeitversetzt anschauen. Staffel 12 erzielte mit Live-Streams und Catch-ups auf ProSieben.de (über PCs und Laptops) durchschnittlich 5,5 Prozent zusätzliche Netto-Reichweite bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern.



Starwatch Artist Management (SAM) vermarktet und betreut die Models während der GNTM-Staffeln. In dieser Zeit verhandelt die Künstleragentur von ProSiebenSat.1 alle Jobs und wickelt diese im Interesse der Models ab.



In der Online-Videothek maxdome sind alle GNTM-Folgen abrufbar: Die 12. Staffel zählte zu den absoluten Highlights, einzelne Folgen verzeichneten bis zu 13.000 Abrufe pro Woche. Zudem steigen während der aktuellen Staffel auch die Zugriffe auf die Vorjahresstaffeln.



Studio71 betreut den offiziellen GNTM-Kanal auf YouTube, der mit über 440.000 Abonnenten zur Top 10 der TV-YouTube-Kanäle des Digital-Studios zählt. Der Kanal zeigt Highlight-Clips aus allen Staffeln und versorgt User so das ganze Jahr über mit Content ihrer Lieblingssendung.

THE CORE OF OUR STRATEGY
ENTERTAINMENT



THE CORE OF OUR STRATEGY
ENTERTAINMENT

EIN
**GLÄNZENDER
AUFTRITT**
IN 360 GRAD



Wie kaum ein anderes TV-Format begeistert „Germany's next Topmodel - by Heidi Klum“ die Zuschauer. Und das schon lange nicht mehr nur im klassischen TV: Die Castingshow hat sich in den vergangenen 13 Jahren zu einer einzigartigen, multimedialen Marke auf allen Plattformen entwickelt. Sie verkörpert crossmediale Vernetzung wie kein anderes Format der deutschen Fernsehlandschaft, schöpft alle Möglichkeiten der digitalen Welt aus und erlaubt einen Blick in die Zukunft des Entertainment-Geschäfts.

Es war ein würdiges Finale: 8.500 Fans in feiner Abendrobe feierten mit Heidi Klum und ihren Stargästen Naomi Campbell, Beth Ditto, Helene Fischer, Wolfgang Joop, Robin Schulz und James Blunt in der Arena Oberhausen den Showdown der 12. Staffel von „Germany's next Topmodel - by Heidi Klum“ (#GNTM). Und vor dem TV-Gerät fieberten mehr als 2,4 Millionen Zuschauer mit. Bei den jungen Frauen zwischen 14 und 29 Jahren beeindruckte das Finale mit 48,9 Prozent Marktanteil. Fast jede zweite junge Frau schaltete an diesem Abend also #GNTM ein. Über die gesamte 12. Staffel begeisterte #GNTM mit einem Marktanteil von 17,5 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern - der beste Wert seit sechs Jahren.

Die starken Quoten sind nicht der einzige Aspekt, der das Format seit mittlerweile 13 Jahren zu einer der erfolgreichsten TV-Shows in Deutschland macht. Unterschiedliche Abteilungen bei ProSiebenSat.1 haben eine ganzheitliche Wertschöpfungskette rund um #GNTM aufgebaut. So nutzt der Konzern Synergien innerhalb des Unternehmens und verfolgt dabei zwei Ziele: Zuschauer und User crossmedial über alle Plattformen hinweg zu begeistern und Werbekunden ein ideales Umfeld für ihre Marken und Produkte zu bieten. Damit ist #GNTM schon seit Jahren ein Paradebeispiel dafür, wie erfolgreich ProSiebenSat.1 die enge Verzahnung von TV, Online und Vermarktung umsetzt und diese Entwicklung konsequent vorantreibt.

DIE REDAKTION

Sommer 2016. Das Finale der 11. Staffel liegt erst ein paar Wochen zurück, als Elisabeth Sofeso in den Flieger nach New York steigt. Sofeso ist Programm-Managerin bei

ProSiebenSat.1 TV Deutschland und für die inhaltliche Weiterentwicklung von #GNTM verantwortlich. Am Abend steht ein Treffen mit Heidi Klum an, wie vor jeder neuen Staffel. „Bei uns gilt die Devise: Nach #GNTM ist vor #GNTM“, sagt Sofeso, „und jede neue Staffel beginnt für uns mit der Frage: Was können wir beim nächsten Mal noch besser machen?“

48,9
PROZENT

Marktanteil bei Frauen zwischen 14 und 29 Jahren beim Finale von Staffel 12

Zu den jüngeren Neuerungen zählt beispielsweise die Verlegung der Auftaktfolgen ins Ausland: In Staffel 12 schipperten die Kandidatinnen mit einem Kreuzfahrtschiff von Marseille über Palma de Mallorca nach Barcelona, für die 13. Staffel fiel der Startschuss in der Karibik. „Wir überraschen die Zuschauer immer mit neuen Ideen und Locations und entwickeln das Format damit ständig weiter. Genau das macht #GNTM so erfolgreich“, erklärt Sofeso.

Zu Sofesos redaktioneller Arbeit gehört auch, in enger Zusammenarbeit mit den Kollegen der ProSiebenSat.1-Vermarktungstochter SevenOne AdFactory Konzepte zu entwickeln, mit denen sich die Produkte und Marken der Werbepartner stimmig in die Handlung der Show einbinden lassen. Ein Marketing-Erfolgs-

rezept von #GNTM: Die Kandidatinnen werden in der Show zu Castings der Werbekunden eingeladen, der begehrte Preis ist ein Photoshooting oder der Dreh eines TV-Werbspots. Die Casting-Situation lässt sich perfekt in die Storyline integrieren und die Models werden so zu passenden Markenbotschafterinnen. Ein weiteres erfolgreiches Beispiel ist mittlerweile schon fast zu einer Tradition geworden: Bei ihrem Einzug in die „Model-Villa“ werden die Kandidatinnen mit Willkommengeschenken überrascht. Die Reaktionen auf die Uhren von Daniel Wellington oder die Rasierer von Gillette Venus? Riesen-Freude bei den beschenkten Nachwuchsmodels, Das-will-ich-auch-haben-Reflexe bei den Zuschauern und Umsatzspitzen bei den entsprechenden #GNTM-Werbepartnern.

DIE VERMARKTUNG

Kerstin Bensch, Senior Product Managerin bei der SevenOne AdFactory, überraschen diese Reaktionen nicht. Schließlich übt #GNTM auf junge Frauen „eine enorme Strahlkraft“ aus. „Für Mode- und Lifestylemarken mit jungen Frauen als Zielgruppe gibt es in Deutschland kein wertvolleres Format“, erklärt Bensch.

Wie stark diese Strahlkraft ist, kann die Marketingexpertin nach jeder Sendung quasi live mitverfolgen. „Wir bekommen von unseren Kunden gespiegelt, dass die Produkte und Marken, die in der Show platziert werden, bei den Zuschauern extrem begehrt sind“, berichtet Bensch. Die Konzepte der SevenOne AdFactory überzeugen immer mehr Werbetreibende: In der 12. Staffel vermarkteten 13 Kunden ihre Produkte im TV und digital mit der Marke #GNTM. Wie die SevenOne AdFactory immer neue, innovative Wege geht,



»Die Zuschauer von ProSiebenSat.1 wollen unsere Inhalte heute über möglichst viele Kanäle an möglichst vielen Orten empfangen – und das am liebsten genau dann, wenn sie Lust darauf haben.«

NICOLE AGUDO BERBEL
Chief Distribution Officer und Executive Vice President Digital Publishing, sorgt dafür, dass die Inhalte der ProSiebenSat.1 Media SE zu den Zuschauern kommen.

um Werbekunden für sich zu gewinnen, zeigt die Kooperation mit Opel.

13

OFFIZIELLE WERBEPARTNER

in Staffel 12
(Sponsoring-, Product-Placement- und Lizenzpartner)

Der Rüsselsheimer Automobilhersteller setzt für sein Modell „Adam“ seit Jahren fernseh-exklusiv auf #GNTM und profitiert von den Rund-um-Services, die die SevenOne AdFactory den Werbetreibenden bietet. Für Staffel 12 beispielsweise hatte Opel eine Virtual-Reality-Kampagne gebucht, bei der eine Kandidatin zusammen mit dem Opel Adam in verschiedenen virtuellen Welten zu sehen war. Das Kampagnen-Video wurde mit Hilfe der SevenOne AdFactory produziert und online auf der Opel-Aktionsseite, auf ProSieben.de sowie den Plattformen YouTube und Facebook eingebunden. Mit der Aktion gelang der ProSiebenSat.1-Vermarktungstochter der Transfer von Virtual Reality in die moderne Markenkommunikation.

DIE DIGITALE UMSETZUNG

Während sich Elisabeth Sofeso und ihr Team noch mitten in den Dreharbeiten für die Auftaktfolge befinden, sind die Kollegen von ProSieben Digital längst dabei, die Show auf

allen digitalen Kanälen inklusive Social Media zu pushen. Vorstellungsvideos, Shooting-Bilder und Previews sorgen bereits Wochen vor der ersten Sendung der neuen Staffel dafür, dass #GNTM auf allen digitalen Kanälen „Talk of the Town“ ist. Die ersten Vorstellungsvideos der Kandidatinnen gibt es im Web, lange bevor die erste Folge im Free-TV zu sehen ist. Um beispielsweise die besten Behind-the-Scenes-Momente einfangen zu können, sind die Digitalprofis bei den Dreharbeiten am Set dabei. Woche für Woche produzieren sie rund 20 webexklusive Stories für die digitalen Kanäle der Sendergruppe. Dabei trifft das Team von Marco Kunze, Director ProSieben Digital, genau den Geschmack der Zielgruppe: Die kurzen Clips generieren rund zwei Drittel aller Shortclip-Abrufe.

über
500 K
FOLLOWER
des #GNTM-Instagram-Accounts

„Bereits vor dem eigentlichen Start der Staffel verzeichnen wir mehr als eine Million Videoabrufe über unsere Website, HbbTV, Smart TV und unsere Channel-Apps. Das schafft keine andere deutsche TV-Show“, erzählt Kunze. „Sechs Wochen vor Start finden Fans online bereits erste Infos und Bilder zur neuen Staffel. Drei Wochen vorher feuern wir dann aus allen digitalen Kanälen“, sagt Kunze. Er hebt vor allem die Potenziale hervor, die sich bei der digitalen Verlängerung von #GNTM zusätzlich bieten: „In der Online-Welt spinnen wir die Stories aus den TV-Folgen noch weiter und greifen spannende Geschichten auf, die in der Sendung nicht gezeigt werden können.“ Kurzinterviews und Porträts der Kandidatinnen geben den Fans die Möglichkeit, einen Blick hinter die Kulissen ihrer Lieblingssendung zu werfen und noch mehr über ihre Favoritinnen zu erfahren – „und das auf eine extrem authentische Art und Weise. Das lieben die Fans“, betont Kunze. Zusätzlich zu den webexklusiven Videos können User auch alle TV-Folgen von #GNTM online entweder live oder zeitversetzt abrufen.



»Bereits vor dem Staffelstart verzeichnen wir mehr als eine Million Videoabrufe. Das schafft kein anderes deutsches TV-Format.«

MARCO KUNZE

Director ProSieben Digital, begleitet #GNTM seit 2011. An digitalen Formaten schätzt er die vielen Möglichkeiten, wie sich die Geschichten der #GNTM-Kandidatinnen erzählen lassen.

TV-WERBUNG WIRKT

Die Digitalisierung der Medienlandschaft eröffnet immer mehr Möglichkeiten, Medien zu nutzen. Mit Smartphones oder Tablets lassen sich Inhalte heute jederzeit und überall abrufen. Allerdings ist die Nutzung klassischer Medien beständiger als oftmals vermutet wird. So hat etwa das Fernsehen trotz Digitalisierung nicht an Relevanz verloren. Im Gegenteil: Die TV-Nutzung ist 2017 bei den 14- bis 49-Jährigen in Deutschland mit durchschnittlich 189 Minuten pro Tag nach wie vor hoch und nimmt damit den größten Teil des täglichen Medienkonsums in Anspruch. Pro Minute erreicht Fernsehen rund 11 Millionen Menschen - das schafft kein anderes Medium. Online-Videokanäle

189
SEHMINUTEN

täglich (bei Zuschauern
zwischen 14 und 49 Jahren)

11 Mio
MENSCHEN

erreicht Fernsehen
pro Minute

73
PROZENT

ihres gesamten Werbe-
budgets geben Online-
Unternehmen für TV aus

wie YouTube erreichen in Deutschland rund 700.000 Nutzer pro Minute. Das bedeutet: Die Reichweite der Online-Videokanäle ist im Gegensatz zur öffentlichen Wahrnehmung immer noch überschaubar.

In dieser zunehmend fragmentierten Medienlandschaft möglichst viele Zuschauer zu erreichen, ist für Werbetreibende heute wichtiger denn je. In diesem Umfeld gewinnt Fernsehwerbung nochmals an Wert. Denn Reichweite ist ein entscheidender Faktor, um Markenbekanntheit und damit auch Umsatzwachstum zu steigern. Das wissen auch digitale Unternehmen und investieren über 70 Prozent ihres gesamten Werbebudgets in TV.



»Wir überraschen die Zuschauer immer mit neuen Ideen und Locations. Genau das macht uns so erfolgreich.«

ELISABETH SOFESO

Programm-Managerin bei ProSiebenSat.1 TV Deutschland. Sie betreut die Castingshow bereits seit 2014.



DIE VERBREITUNG

TV-Inhalte überall und jederzeit anbieten zu können, ist fester Bestandteil der Strategie von ProSiebenSat.1. „Unsere Zuschauer wollen die Inhalte von ProSiebenSat.1 heute über möglichst viele Kanäle an möglichst vielen Orten empfangen - und das am liebsten genau dann, wenn sie Lust darauf haben“, sagt Nicole Agudo Berbel, Chief Distribution Officer & EVP Digital Publishing. Es gibt kein anderes Medium, das so schnell eine so hohe Reichweite in allen Zielgruppen aufbauen kann wie TV. Gleichzeitig nutzen vor allem jüngere Zuschauer zunehmend auch digitale Angebote, die sie über ihr Smartphone oder Tablet streamen: Daher entwickelt Agudo Berbel mit dem Digital-Publishing-Bereich und den TV-Kollegen Strategien, wie die Programme von ProSiebenSat.1 durch crossmediales Auspielen auf den unterschiedlichen Plattformen eine möglichst hohe Gesamtreichweite erzielen können. Wenn bei einem ProSiebenSat.1-Sender also eine neue Prime-Time-Show geplant wird, sitzen die TV- und Digital-Kollegen von Anfang an gemeinsam am Tisch und sorgen dafür, dass die Show zu einem reichweitenstarken, multimedialen Erlebnis wird. „Dafür prüfen wir bei jedem Format, wann wir welchen Inhalt auf welcher Plattform auswerten. Das heißt: Wann ist der Sendetermin? Wann stellen wir Inhalte auf unsere Website und wann in unsere Apps? Und wann macht es Sinn, Inhalte einem unserer Distributionspartner wie Kabelnetzbetreiber oder Mobilfunkanbieter zur Verfügung zu stellen?“, erläutert Agudo Berbel.

IT'S A WRAP.

Freitag, 26. Mai 2017. Die Bühne der Oberhausener Arena ist noch vom Konfettiregen der Finalshow bedeckt, als Marco Kunze mit seinem Digital-Team im Morgen-Meeting bereits an neuen Ideen für die Online-Umsetzung der nächsten Staffel feilt. Elisabeth Sofeso macht sich demnächst wieder auf den Weg zu Heidi Klum, um mit ihr gemeinsam neue Highlights und Storylines für die Show zu besprechen. Und Kerstin Bensch brainstormt schon mit den ersten Werbekunden über innovative Kampagnenkonzepte für das nächste Jahr.

Es gilt, wie immer:
Nach #GNTM ist vor #GNTM.

»Für Mode- und Lifestylemarken mit jungen Frauen als Zielgruppe gibt es in Deutschland kein wertvolleres Format.«

KERSTIN BENSCH

Senior Product Managerin bei der SevenOne AdFactory.

Die ProSiebenSat.1-Tochter entwickelt und vermarktet die Sonderwerbeformen für #GNTM.



MASSGESCHEIDERTE
**SHOPPING-
POWER**

Als Geschenk beim Einzug in die Model-Villa, als Preis für gewonnene Challenges oder in Form eines der heiß begehrten Job-Castings: Bei „Germany's next Topmodel“ werden Werbeprodukte Teil der Show und zählen auf die Story des Formats ein - ein einzigartiges Konzept im deutschen Fernsehen. ProSiebenSat.1-Werbekunden nutzen nicht nur die enorme Reichweite der Sendung, sondern auch eine perfekt auf das Produkt abgestimmte Zielgruppenansprache: Wer mit Werbung trendbewusste junge Frauen erreichen will, kommt an „Germany's next Topmodel“ daher kaum vorbei. Die Show erreicht die Zielgruppe nicht nur im TV, sondern dank des 360-Grad-Vermarktungsansatzes in ihrer gesamten Lebenswelt.

LET'S GET

TITAN

In Staffel 12 warb TITAN zum ersten Mal bei GNTM: Bereits in der Auftaktfolge am Flughafen Kassel waren die Trolleys auf dem Catwalk zu sehen, bevor alle Top-50-Kandidatinnen mit Koffern dieser Marke ausgestattet wurden - natürlich in den jeweiligen Teamfarben schwarz und weiß.

DANIEL WELLINGTON

Daniel Wellington sorgt seit 2015 bei den Kandidatinnen mit Uhren-Geschenksets für Freude, die sie beim Einzug in die Model-Villa erhalten. In Staffel 11 gab es auch einen gesponserten Casting-Marathon: Die Kandidatin, die es gelang, bei allen Terminen pünktlich zu sein, erhielt eine Uhr der Marke.

MAYBELLINE NEW YORK

Bereits seit elf Jahren ist Maybelline New York Werbepartner bei GNTM - und das in unterschiedlichsten Formen: reich gefüllte Schminkkoffer für alle Kandidatinnen beim Villa-Einzug, Castings für Model-Jobs und Styling-Unterstützung durch Boris Entrup.

GILLETTE VENUS

Das Casting und der Job für Gillette Venus sind seit Staffel 5 fester Bestandteil der Show: Die Kandidatinnen geben Jahr für Jahr alles, um das neue Gesicht der Werbekampagne für Damenrasierer zu werden. Beim Einzug in die Villa liegen zudem die neusten Gillette-Venus-Produkte für die Teilnehmerinnen bereit.

OPEL

Für den langjährigen Partner Opel setzte die SevenOne AdFactory auch in Staffel 12 ein spektakuläres Konzept um: Casting-Gewinnerin Carina war mit dem Opel Adam in verschiedenen Virtual-Reality-Spots zu sehen, die durch klassische TV- und Online-Werbung, Produktplatzierungen und ein redaktionelles Gewinnspiel ergänzt wurden.



THE GNTM LOOK

MIT DIGITALEN WERBETECHNOLOGIEN ZU MEHR UMSATZ

 **ProSiebenSat.1**
Advertising Platform Solutions

ADVERTISING TECHNOLOGY (ADTECH)



AdTech-Holding



Active Agent

Demand-Side-Plattform
(DSP)



Yieldlab
Premium Programmatic Advertising

Supply-Side-Plattform
(SSP)



Data-Management-
Plattform (DMP)



Attribution-Modeling



AdServer

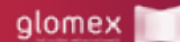


Hosting

ADVERTISING PLATFORMS



Video-Werbeplattform



Video-Content-
Marktplatz



E-Commerce-
Vermarkter



Performance- & Social-
Advertising-Anbieter¹



Pan-europäische
Video-Werbevermarktung



Influencer-Marketing-
Plattform

Seit der Beteiligung an Virtual Minds im Jahr 2015 hat ProSiebenSat.1 die Investitionen des Konzerns in AdTech-Unternehmen kontinuierlich ausgebaut. AdTech bildet die Basis für Programmatic Advertising, dem datenbasierten, automatisierten und individualisierten Ein- und Verkauf von Werbeflächen sowie deren Aussteuerung in Echtzeit. Die Beteiligungen und Aktivitäten in diesem Bereich bündelt ProSiebenSat.1 unter dem Dach der Advertising Platform Solutions. Ziel ist es, ein Ökosystem führender Technologie-Anbieter und Plattformen aufzubauen, um Werbetreibenden, Agenturen und Publishern eine starke und unabhängige Alternative zu globalen Playern zu bieten und so zusätzliche Umsätze zu generieren.

¹Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Geschäftsberichts (März 2018) stand das Closing noch aus.

**Dr. Jens Mittnacht, Geschäftsführer der ProSiebenSat.1 Advertising Platform Solutions,
über digitale Technologien und die Zukunft der TV-Werbung.**

ProSiebenSat.1 setzt seit einiger Zeit verstärkt auf AdTech-Lösungen. Was genau muss man sich darunter vorstellen?

MITTNACHT AdTech bildet die Basis für Programmatic Advertising, also den datenbasierten, automatisierten Werbeeinkauf in Echtzeit. Anders als früher lässt sich Werbung so ohne eine händische Buchung ausspielen. Aktuell wird die gesamte AdTech-Industrie noch von Firmen wie Google dominiert, die Infrastruktur-Anbieter, für uns aber auch Wettbewerber sind. Um uns unabhängiger von diesen globalen Playern zu machen und selbst Innovationen treiben zu können, haben wir 2015 mit Virtual Minds in den größten deutschen AdTech-Anbieter investiert, der sowohl die Angebots- als auch die Nachfrageseite des Programmatic Advertising abdeckt. Über Virtual Minds finden Werbekunden heute in Millisekunden den richtigen Platz für ihr Werbeformat auf unseren Plattformen. Sie können sich das folgendermaßen vorstellen: Während der User eine unserer Websites öffnet, wird innerhalb von kürzester Zeit über die parallel im Hintergrund laufende Programmatic-Advertising-Technik entschieden, welches Werbeformat für den User auf dieser Website sichtbar wird.

Das klingt nach einem Zukunftsgeschäft.

MITTNACHT Im digitalen Bereich ist Programmatic Advertising schon heute von enormer Bedeutung für uns. Aktuell verkaufen wir bereits rund 50 Prozent unserer Display-Werbung über diese Systeme. 2017 haben wir mit AdClear und esome zudem in Firmen investiert, mit deren Technologien wir die Kampagnen-Performance unserer Werbekunden in Zukunft noch besser messen und insgesamt optimieren können. Momentan nutzen wir die Technologien vor allem in der Digitalwerbung - in Zukunft wird Programmatic Advertising aber auch den Weg auf die großen TV-Screens finden. Hier heißt das Stichwort Addressable TV.



»In Zukunft wird Programmatic Advertising den Weg auf die großen TV-Screens finden.«

Wie bewerten Sie die strategische Relevanz von Addressable TV für ProSiebenSat.1?

MITTNACHT Extrem hoch. Addressable TV ermöglicht uns, die Vorteile der Digital-Werbung in die TV-Welt zu übertragen - also die Reichweite von TV mit der gezielten Ansprachemöglichkeit im Internet zu kombinieren. So können wir Werbung auf internetfähigen Fernsehgeräten selektiv aussteuern. Dank der HbbTV-Technologie ist es schon heute möglich, auf aktuellen Smart-TVs ausgewählte digitale Werbeformate mit unseren SwitchIn-Formaten auszuspielen. Der nächste Schritt ist es, Spots im Rahmen unseres Spot-Overlays tatsächlich „auszutauschen“. Unterm Strich werden alle Beteiligten von dieser Technologie profitieren: Unsere Werbekunden, weil sie ihre Kunden nicht nur schnell und effizient, sondern noch zielgruppengenaue erreichen. Unsere Zuschauer, weil damit Werbung für sie noch relevanter und informativer wird. Und auch wir selbst, weil wir Werbekunden neben den klassischen Spots zusätzliche Angebote machen und ihnen exakt aufzeigen können, welchen Wertbeitrag ihre Spendings auf unseren Kanälen haben. Damit erschließen wir uns zusätzliche Einnahmequellen im TV-Werbegeschäft.

Was bedeutet das für die Werbung auf Ihren Kanälen?

MITTNACHT Die ersten Ergebnisse gibt es bereits heute. Für unseren Kunden BMW MINI haben wir 2017 eine Addressable-TV-Retargeting-Kampagne konzipiert, die auf jene Kunden zugeschnitten war, die den TV-Werbespot von MINI tatsächlich gesehen hatten. Nur bei diesen Zuschauern wurde wenig später ein so genanntes SwitchIn XXL, also ein digitales Werbeformat, im Programm eingeblendet, das die Botschaft des Spots noch einmal aufnahm und an die Marke erinnerte. Im Rahmen eines Spot-Overlay-Tests haben wir zudem Spots von Johnson & Johnson und MediaMarkt dynamisch über Werbeblöcke auf unserem Sender ProSieben MAXX gelegt. Für uns sind das zwei von unzähligen Möglichkeiten, wie wir Werbung zielgruppengenaue platzieren können.

THE CORE OF OUR STRATEGY
CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

Im Geschäftsbereich Content Production & Global Sales integriert ProSiebenSat.1 unter dem Dach von Red Arrow Studios das klassische Produktionsgeschäft, die internationalen Vertriebsnetzwerke sowie digitale Video-Angebote.



RED ARROW STUDIOS

↓
PRODUKTION

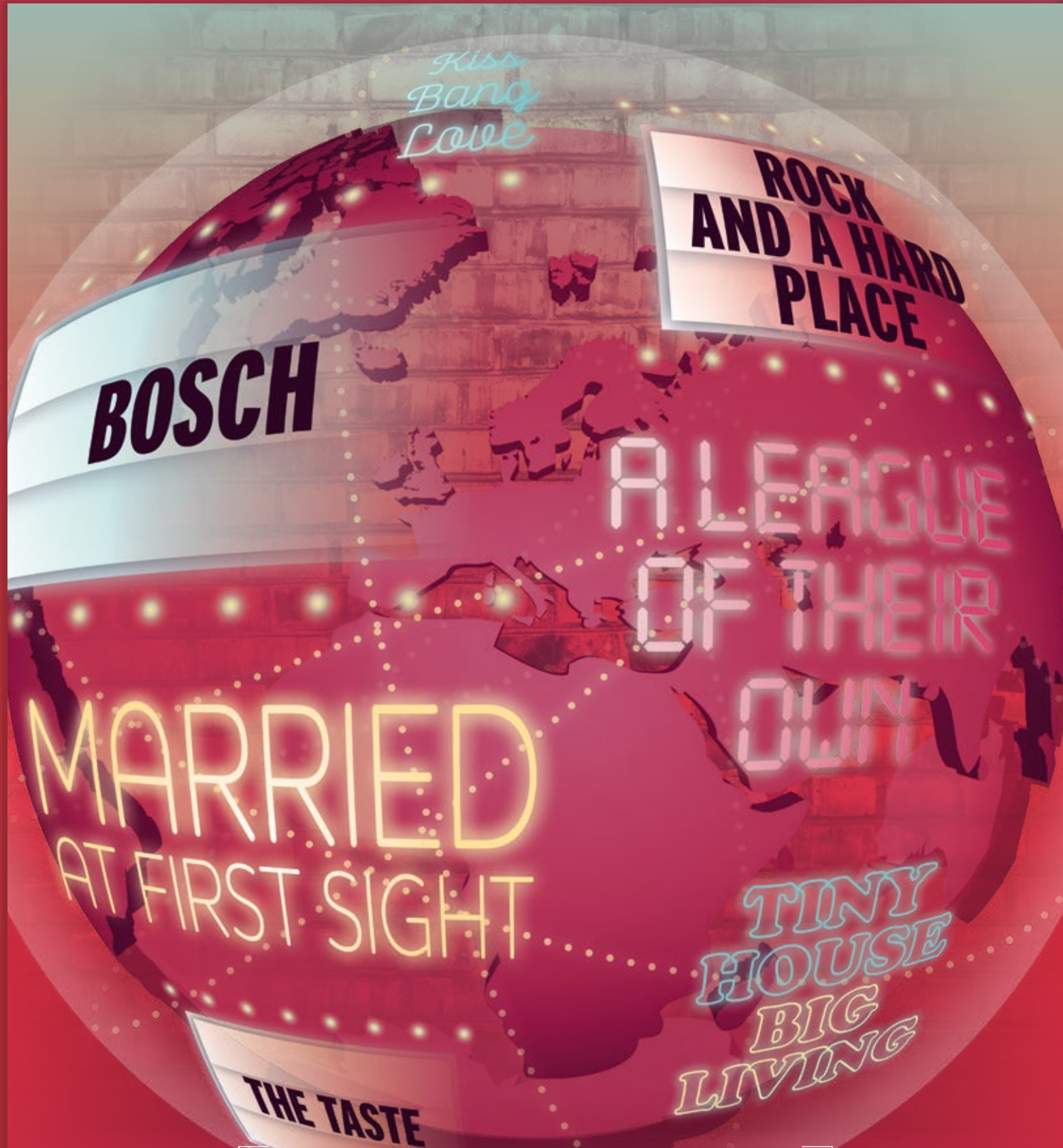
↓
DISTRIBUTION

↓
DIGITAL-STUDIO

WE SURPRISE YOU



Red Arrow Studios



KREATIVE FORMATE FÜR ZUSCHAUER RUND UM DIE WELT

Ob Unterhaltungs-, Reality- und Factual-Formate oder TV-Serien, Spielfilme und digitale Inhalte: Die Red Arrow-Firmen produzieren beliebte Programme für TV-Sender und Video-Plattformen auf der ganzen Welt.

1.300
WEB-CHANNELS

über
30 Mrd
SEHMINUTEN
pro Monat

über
790 Mio
ABONNENTEN
bei YouTube

8 Mrd
MONATLICHE
VIDEOVIEWS

**PREMIUM-INHALTE
FÜR DAS DIGITALE UNIVERSUM**

Studio71 überzeugt mit einem starken Netzwerk an Influencern und gehört zu den international erfolgreichsten Anbietern digitaler Inhalte, Web-Produktionen sowie individueller Content-Marketing- und Branded-Entertainment-Konzepte.

13

UNTERNEHMEN

in den USA

über

70

PROZENT

des Umsatzes
von Red Arrow kommt
aus den USA

STRONG IN THE STATES

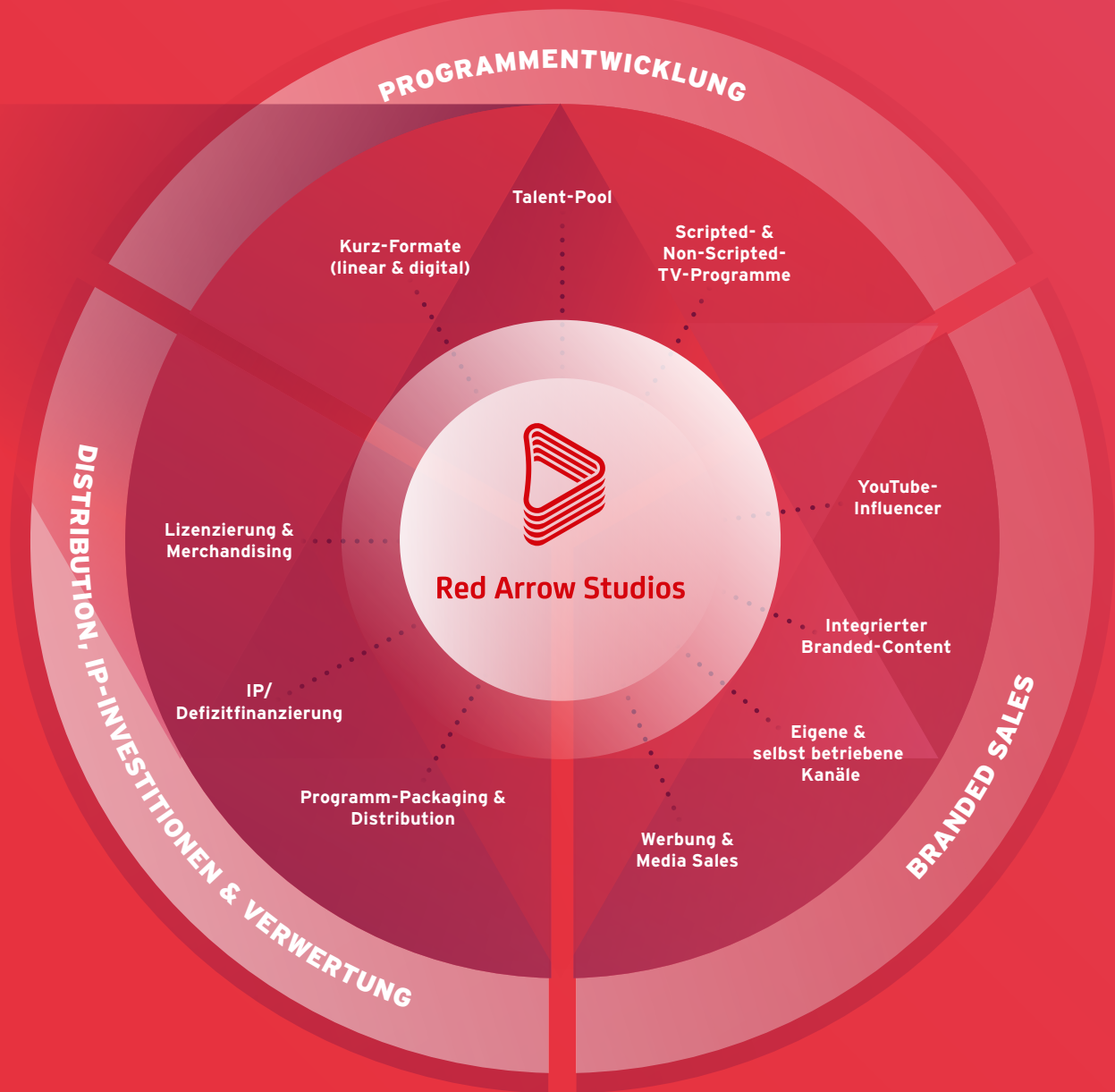
In den USA, dem wichtigsten TV-Markt der Welt, hat sich Red Arrow Studios als erfolgreicher Produktions- und Vertriebspartner etabliert. Das Unternehmen wird auch künftig sein Netzwerk mit internationalen Top-Kreativen verstärken.

ALLES AUS EINER HAND



STUDIO-PLATTFORM

WE SURPRISE YOU



THE CORE OF OUR STRATEGY
CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES



EIN CONTENT- NETZWERK RUND UM DEN GLOBUS

Die Content-Branche boomt - denn die Digitalisierung hat die Anzahl der TV-Sender und Video-Plattformen vervielfacht. Und sie alle brauchen hochwertige Programme, um Zuschauer und Kunden für sich zu begeistern. Im Wettrennen um die besten Stoffe liegen die USA weiterhin an der Spitze: Im wichtigsten TV-Markt der Welt wurden 2017 über 500 Serien im Fernsehen ausgestrahlt. In keinem anderen Land wird mehr in Programm investiert.

In diesem Marktumfeld war es für ProSiebenSat.1 ein logischer Schritt, das eigene Produktions- und Vertriebsnetzwerk Red Arrow Studios internationaler aufzustellen und den geographischen Fokus auf den US-Markt zu richten. So kann der Konzern von der steigenden Nachfrage nach Inhalten profitieren.

Mit Erfolg: Red Arrow Studios hat in den vergangenen Jahren verstärkt in US-Firmen investiert und zählt heute mit 13 amerikanischen Produktions- und Vertriebsunternehmen zu einem wichtigen Player im lokalen TV-Markt. Entsprechend erwirtschaftete das Unternehmen 2017 dort bereits über 70 Prozent seines Umsatzes.

Auch innerhalb des Konzerns nutzt ProSiebenSat.1 die Vorteile des Content-Netzwerks. Red Arrow Studios baut die Zusammenarbeit mit den ProSiebenSat.1-Sendern aktuell stark aus und produziert für diese mehr und mehr Programme. Beispiele für diese erfolgreiche Synergie sind Shows wie „Hochzeit auf den ersten Blick“ (SAT.1), „The Taste“ (SAT.1) und „Kiss Bang Love“ (ProSieben).

Der nächste Schritt für Red Arrow Studios heißt digitale Expansion: Seit Januar 2018 gehört auch das Digital-Studio Studio71 zum Netzwerk. Mit dieser Aufstellung will das Unternehmen seine Erfolgsgeschichte fortschreiben.



UNTERNEHMEN IN EUROPA UND ASIEN

THE CORE OF OUR STRATEGY
CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

1

STORIES

☐ MÜNCHEN, DEUTSCHLAND

Kompetenzen: Factual, Branded Entertainment
Highlights: Galileo 360°, Mavericks Unlimited, Mystery Places
Partner: u.a. ProSieben MAXX, SAT.1 Gold, TV24, Deutsche Telekom („Advertorial“)

* 2016 gegründet, seit 2016 Teil der Red Arrow-Gruppe

4

endor

☐ LONDON, UK

Kompetenzen: Scripted
Highlights: Deep State, Roald Dahl's Esio Trot, Close to the Enemy
Partner: u.a. BBC, Fox International Channels, Sky

* 1998 gegründet, seit 2012 Teil der Red Arrow-Gruppe



2

COVE PICTURES

☐ LONDON, UK

Kompetenzen: Scripted, Comedy, Factual
Highlights: Cove Pictures ist ein Joint Venture zwischen Patrick Milling-Smith und Brian Carmody, den Co-Gründern der Produktionsfirma Smuggler Inc., sowie Red Arrow.

* 2016 gegründet, seit 2016 Teil der Red Arrow-Gruppe

5

J&F

July August Entertainment

☐ TEL AVIV, ISRAEL

Kompetenzen: Scripted, Entertainment
Highlights: Still Standing, The 'A' Word
Partner: u.a. Keshet, Channel 10

* 2004 gegründet, seit 2012 Teil der Red Arrow-Gruppe

8

Red Arrow Studios INTERNATIONAL

☐ MÜNCHEN, DEUTSCHLAND
 ☐ LONDON, UK
 ☐ NEW YORK, USA
 ☐ HONG KONG, CHINA

Kompetenzen: Globaler Vertrieb von TV-Programmen (Scripted, Factual, Formate), Ko-Finanzierer und Ko-Produzent
KPIs: Katalog mit mehr als 950 Shows, Vertriebskunden in über 200 Ländern

* 2004 gegründet, seit 2010 Teil der Red Arrow-Gruppe



6

KARGASEVEN PICTURES

☐ ISTANBUL, TÜRKEI

Kompetenzen: Scripted, Factual, Filme, Branded Entertainment
Highlights: City of Secrets, The Team, 40
Partner: u.a. Fox Turkey

* 2017 gegründet, seit 2017 Teil der Red Arrow-Gruppe

9

redseven ENTERTAINMENT

☐ MÜNCHEN, KÖLN, DEUTSCHLAND

Kompetenzen: Entertainment
Highlights: Germany's next Topmodel - by Heidi Klum, The Taste, Eine Liga für sich - Buschis Sechserkette
Partner: u.a. ProSieben, SAT.1, Sky Deutschland

* 2008 gegründet, seit 2010 Teil der Red Arrow-Gruppe

3

CPL

☐ LONDON, UK

Kompetenzen: Entertainment, Comedy, Factual, Factual Entertainment, Scripted
Highlights: A League of Their Own, Married at First Sight, Old People's Home for 4 Year Olds
Partner: u.a. Sky, ITV, Channel 4

* 1979 gegründet, seit 2012 Teil der Red Arrow-Gruppe



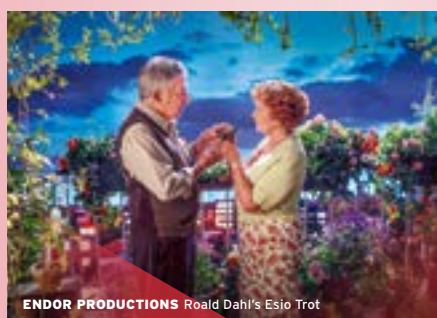
10

SNOWMAN productions

☐ KOPENHAGEN, DÄNEMARK

Kompetenzen: Non-Scripted, Factual, Entertainment
Highlights: Married at First Sight, Kiss Bang Love, Buying Blind
Partner: u.a. Kanal 4, Kanal 5, TV3, Kreativpartner innerhalb des Red Arrow-Netzwerks

* 2011 gegründet, seit 2011 Teil der Red Arrow-Gruppe



7

NERD.

☐ LONDON, UK

Kompetenzen: Factual, Factual Entertainment
Highlights: Find My First Love, The Beatles, Hippies & Hells Angels
Partner: u.a. FYI, A&E, Sky

* 2010 gegründet, seit 2012 Teil der Red Arrow-Gruppe



THE CORE OF OUR STRATEGY
CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

44 BLUE
PRODUCTIONS

11
LOS ANGELES,
USA

Kompetenzen: Non-Scripted, Dokumentationen, Abenteuer-, Lifestyle- und Reality-Shows

Highlights: Wahlburgers, Hollywood Medium with Tyler Henry, Nightwatch

Partner: u.a. A&E, E!, MSNBC

*1984 gegründet, seit 2016 Teil der Red Arrow-Gruppe



HALF YARD

16
NEW YORK,
BETHESDA/
WASHINGTON, USA

Kompetenzen: Reality, Factual Entertainment, Dokumentationen

Highlights: Say Yes to the Dress, The Last Alaskans, Junkyard Empire

Partner: u.a. TLC, Discovery, Nat Geo

*2006 gegründet, seit 2014 Teil der Red Arrow-Gruppe

RIQPLE
ENTERTAINMENT

21
LOS ANGELES,
USA

Kompetenzen: Online-Video-Netzwerke, Marken

Highlights: Snarled, Hissy Fit

*2015 gegründet, seit 2015 Teil der Red Arrow-Gruppe

BAND OF
OUTSIDERS

12
LOS ANGELES,
USA

Kompetenzen: TV- und Digital-Formate

Highlights: Dope Nation, Anti-social Network

Partner: u.a. Medienmarke Galore, Crowdfunding-Plattform Seed & Spark

*2013 gegründet, seit 2016 Teil der Red Arrow-Gruppe



KARGA SEVEN
PICTURES

17
LOS ANGELES,
USA

Kompetenzen: Factual Entertainment, Dokumentationen

Highlights: Booze Traveler, Hunting Hitler, Shot in the Dark

Partner: u.a. Travel Channel, History Channel, Netflix

*2008 gegründet, seit 2015 Teil der Red Arrow-Gruppe

TENFOLD

22
LOS ANGELES,
USA

Kompetenzen: Scripted und Non-Scripted

Highlights: Das Unternehmen wird von den Emmy-prämierten Produzenten Craig Armstrong und Rick Ringbakk geführt.

*2017 gegründet, seit 2017 Teil der Red Arrow-Gruppe



13
DENVER,
USA

Kompetenzen: Non-Scripted, Branded Entertainment

Highlights: Tiny House Big Living, Building Alaska, The Treehouse Guys

Partner: u.a. HGTV, DIY, Travel Channel

*2000 gegründet, seit 2016 Teil der Red Arrow-Gruppe



KINETIC
CONTENT

18
LOS ANGELES,
USA

Kompetenzen: Non-Scripted, Entertainment-Shows

Highlights: Married at First Sight, Little Women, The Spouse House

Partner: u.a. A&E, Lifetime, Bravo

*2010 gegründet, seit 2010 Teil der Red Arrow-Gruppe



DIGITAL 23

LOS ANGELES, USA
TORONTO, KANADA
BERLIN, DEUTSCHLAND
WIEN, ÖSTERREICH
LONDON, UK
PARIS, FRANKREICH
MAILAND, ITALIEN

Kompetenzen: Führendes globales Premium-Content- und Digital-Production-Studio

Highlights: 1.300 Kanäle, 8 Mrd monatliche Video Views; Eigenproduktionen #DeineWahl - YouTuber fragen Angela Merkel (YouTube), Guten Morgen, Internet! (funk), Lifeline (YouTube Red)

Partner: Strategische Partnerschaft mit europäischen Medienunternehmen TF1 Group (Frankreich) und Mediaset (Italien)

*2015 gegründet, seit 2018 Teil der Red Arrow-Gruppe



Fabrik
Entertainment

14
LOS ANGELES,
USA

Kompetenzen: Scripted

Highlights: Bosch, The Killing, Hit the Road

Partner: u.a. Amazon, AMC, NBC

*2005 gegründet, seit 2011 Teil der Red Arrow-Gruppe



19
NEW YORK,
USA

Kompetenzen: Dokumentationen, Factual Entertainment, Reality, Scripted, Comedy

Highlights: The Circus, Odd Mom Out, Ride with Norman Reedus

Partner: u.a. Showtime, Bravo, VH1

*2005 gegründet, seit 2012 Teil der Red Arrow-Gruppe



Gravitas
Ventures

VERTRIEB 15

LOS ANGELES,
CLEVELAND, USA

Kompetenzen: Vertrieb unabhängig produzierter Filme (Scripted und Non-Scripted)

KPIs: Katalog mit mehr als 3.000 englischsprachigen Filmen, Vertrieb v.a. an internationale Digital-, Subscription-Video-on-Demand (SVoD)- und OTT-Plattformen

*2006 gegründet, seit 2017 Teil der Red Arrow-Gruppe



MADRABBIT

20
TORONTO,
KANADA

Kompetenzen: Scripted

Highlights: Mad Rabbit ist ein Joint Venture zwischen Red Arrow und Kari Skogland, die bereits als Regisseurin für erfolgreiche Serien wie House of Cards, The Walking Dead und The Handmaid's Tale tätig war.

*2016 gegründet, seit 2016 Teil der Red Arrow-Gruppe



Spinnaker Chaos

24
LOS ANGELES,
USA

Kompetenzen: Non-Scripted

Highlights: Das Unternehmen wird vom Produzenten und Branchen-Experten John Saade geführt.

*2018 gegründet, seit 2018 Teil der Red Arrow-Gruppe

THE CORE OF OUR STRATEGY
CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES



UNTERNEHMEN IN NORDAMERIKA

MIT RED ARROW UND STUDIO71 KOMMT ZUSAMMEN, WAS ZUSAMMENGEHÖRT



INTERVIEW MIT JAN DAVID FROUMAN
VORSTAND CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES,
CHAIRMAN & CEO RED ARROW STUDIOS

Mit der Integration des Digital-Studios Studio71 in die Red Arrow Entertainment Group, das Produktions- und Vertriebsnetzwerk von ProSiebenSat.1, entstand im Januar 2018 Red Arrow Studios. Das Unternehmen bekommt so nun direkten Zugang zu einem neuen Talentpool und weiteren digitalen Kanälen. Chairman & CEO Jan David Frouman erklärt die Hintergründe.

Warum hat ProSiebenSat.1 Studio71 in das Produktions- und Vertriebsnetzwerk von Red Arrow integriert?

FROUMAN Hier kommt zusammen, was zusammengehört. Das klassische Produktionsgeschäft von Red Arrow und das Digitalgeschäft von Studio71 ergänzen sich perfekt, die Zusammenarbeit fühlt sich für uns selbstverständlich an. Die Digitalisierung hat den TV-Markt verändert. Sender und Video-Plattformen brauchen heute verschiedene Programm-Formen, um die Bedürfnisse der Zuschauer zu erfüllen. Wir als Produktions- und Vertriebshaus wollen unsere Strategie so gestalten, dass wir von diesen neuen Wachstumsfeldern profitieren. Dank Studio71 können wir nun Sendern, Plattformen und Marken integrierte 360-Grad-Angebote machen: von der Kreation über die Produktion von digitalen und linearen Inhalten, User- und Premium-Content, bis hin zu Branded-Content sowie neuen Distributionsmög-

lichkeiten. Zudem hat Studio71 einen riesigen Talentpool, den wir jetzt effektiver nutzen können - wir sprechen hier von 1.300 Influencern, die Tag für Tag neue Ideen produzieren.

Was ist der Mehrwert eines globalen Produktionsnetzwerks für ProSiebenSat.1?

FROUMAN Die Nachfrage nach TV-Inhalten ist heute weltweit so groß wie noch nie. Damit ist TV-Produktion und -Vertrieb ein wesentliches Zukunftsfeld geworden. Um aber richtig von diesem Wachstumsmarkt zu profitieren, braucht man eine relevante Größe. Deshalb haben wir uns seit der Gründung von Red Arrow im Jahr 2010 immer breiter aufgestellt. Inzwischen gehören über 20 Produktionsfirmen, die in sieben Ländern aktiv sind, zu uns. Von diesem großen Netzwerk und dessen kreativen Programmformaten profitieren auch unsere ProSiebenSat.1-Sender. Red Arrow ist in einem ständigen Austausch mit dem Entertainment-Bereich und so in den vergangenen Jahren zu einem wichtigen Programm-Lieferanten für unseren Konzern geworden.

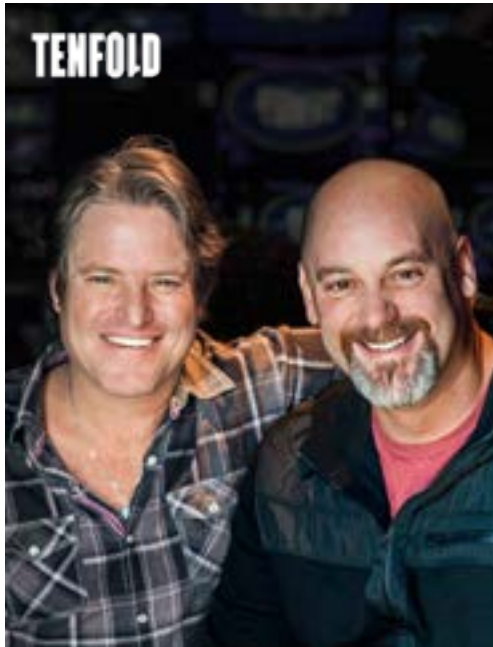
Nach welchen Kriterien wählen Sie die Unternehmen aus, in die Sie investieren?

FROUMAN Wir haben bewusst ein Portfolio aus Produktionsfirmen zusammengestellt, die sich inhaltlich gut ergänzen. Unser Rezept funktioniert: Das Unternehmen muss in einer interessanten Region aktiv sein - vorzugs-

weise im englischsprachigen Raum - und natürlich von starken Produzenten bzw. Kreativen geführt werden, die eine überzeugende Erfolgsbilanz und ein hervorragendes Netzwerk im TV-Geschäft vorweisen können. Extrem wichtig ist uns dabei auch die Kultur. Wir brauchen Partner, die wirklich bereit sind, Teil einer Gruppe zu sein, die sich auf einen kreativen Austausch einlassen möchten und den richtigen Team-Spirit haben. Kurz gesagt: Ein Unternehmen im Content-Geschäft ist nur so gut wie die Leute, die dafür arbeiten. Und die wollen wir für Red Arrow gewinnen.

Welche Ziele haben Sie für Red Arrow?

FROUMAN An erster Stelle steht, Studio71 so in unser Netzwerk zu integrieren, dass wir tatsächlich alle möglichen Synergien ausschöpfen können. Wir wollen Red Arrow Studios als einen führenden Anbieter für Talent, Produktion und Vertrieb von Digital- und TV-Inhalten etablieren. Für unser Produktionsgeschäft ist außerdem entscheidend, dass wir die Rechte an unseren Programmen mehr und mehr im Haus behalten und auch international vertreiben können. Dadurch werden wir automatisch als Programm-Lieferant für ProSiebenSat.1 immer relevanter und stärken die Synergien mit dem Entertainment-Bereich. Wir wollen weiter wachsen, doch gleichzeitig ist mir der Team-Spirit von Red Arrow wichtig. Denn dieser sorgt dafür, dass internationale Top-Kreative mit Red Arrow arbeiten möchten und auch langfristig bei uns bleiben.



»Die Partnerschaft mit Red Arrow ist ein absoluter Glücksfall für uns. Jan und sein Team fördern uns dabei, die Art von Programmen zu entwickeln, für die wir in den USA und weltweit bekannt sind. Wir sind Teil einer tollen Gruppe, die uns mit Begeisterung dabei unterstützt, in der sich ständig verändernden Entertainment-Branche weiterhin erfolgreich zu sein.«

**RICK RINGBAKK UND
CRAIG ARMSTRONG**
Co-Gründer und Co-CEOs
10Fold



»Das Gravitas-Team möchte gemeinsam mit unseren Filmemachern Red Arrow Studios auf ihrem Wachstumskurs unterstützen. Dank unserer Zusammenarbeit mit Red Arrow bekommen Zuschauer auf der ganzen Welt größeren Zugriff auf die neuesten Filme und Dokumentationen. Red Arrow-Firmen sind bekannt für ihre erstklassigen Inhalte und wir freuen uns darauf, uns an dieser Mission zu beteiligen.«

NOLAN GALLAGHER
CEO Gravitas Ventures



»Jan und sein Team waren von Anfang an Teil unserer Reise mit ProSiebenSat.1. Die neue Geschäftsstruktur ist eine logische Weiterentwicklung unserer Beziehung. Von Primetime-Scripted-Serien bis hin zu digitalen Premium-Clips hat Red Arrow Studios nun ein komplettes Portfolio, um die Bedürfnisse der Programm-Einkäufer weltweit erfüllen zu können. Wir freuen uns, zu diesem Unternehmen zu gehören und gemeinsam die nächste Entwicklungsstufe im Video-Business zu gestalten.«

REZA IZAD
CEO Studio71

THE CORE OF OUR STRATEGY
CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES



JULY AUGUST PRODUCTIONS The A Word



REDSEVEN ENTERTAINMENT Kiss Bang Love



ENDOR PRODUCTIONS Deep State



CPL PRODUCTIONS A League Of Their Own



KARGA SEVEN PICTURES Shot in the Dark



SNOWMAN PRODUCTIONS Buying Blind



STUDIO71 US Roman Atwood



GRAVITAS VENTURES All We Had



THE CORE OF OUR STRATEGY
CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

LEFT RIGHT Ride with Norman Reedus



44 BLUE PRODUCTIONS Rock & A Hard Place



HALF YARD PRODUCTIONS The Last Alaskans



RED ARROW STUDIOS INTERNATIONAL Stella Blomkvist



DORSEY PICTURES Tiny House Big Living



39

KINETIC CONTENT Little Women

COMMERCE

Im Geschäftsbereich Commerce ist ProSiebenSat.1 unter dem Namen NCG – NuCom Group aktiv und hat ein Portfolio führender digitaler Handelsplattformen aufgebaut.



NCG – NUCOM GROUP



Amorelie billiger-mietwagen.de Flaconi Jochen Schweizer mydays Holding
Käuferportal moebel.de Parship Elite Group Stylight
Verivox Windstar Medical

WE
IN
SPIRE
YOU

mydays[•]

JOCHEN
SCHWEIZER



mydays

GESCHENKTE ENTSPANNUNG MIT MYDAYS

Unter dem Motto „Gemeinsam Zeit“ legt mydays den Fokus auf Erlebnis-Geschenke. ProSiebenSat.1 hat das Online-Portal 2013 erworben, seitdem gehört mydays zum Commerce-Portfolio des Konzerns und konnte in dieser Zeit stark von TV-Werbung profitieren.

ADRENALIN UND ABENTEUER MIT JOCHEN SCHWEIZER

Der Erlebnisanbieter hat Reisen, Action- und Outdoor-Aktivitäten in Form von Terminen und Gutscheinen in seinem breiten Portfolio. 2004 gründete Ex-Stuntman Jochen Schweizer das Online-Geschäft mit Erlebnissen, seit 2017 ist das Unternehmen Teil von ProSiebenSat.1.

über
3.000
ANBIETER

bei der Jochen Schweizer
mydays Holding
unter Vertrag

circa
5-7

PROZENT

jährliche Wachstumsrate
bis 2022 für den auf
Erlebnisse spezialisierten
Markt erwartet *

#1

MARKTPPOSITION

im Erlebnissektor

rund
2,7
MRD EURO

Umsatz-Volumen hatte
der Erlebnismarkt 2017
in Deutschland *

ZWEI ERLEBNISGIGANTEN UNTER EINEM DACH

In der Jochen Schweizer mydays Holding vereint ProSiebenSat.1 die beiden führenden Erlebnisanbieter im deutschsprachigen Raum. Die beiden Marken ergänzen sich hervorragend und bleiben weiterhin eigenständig bestehen.

* OC&C Strategy Consultants; im Rahmen eines für die ProSiebenSat.1 Group erstellten Commercial Due Diligence Report.

KNOW-HOW- TRANSFER



UNSER ANGEBOT



Die NuCom Group ist weit mehr als ein Finanzinvestor und bietet ihren Portfolio-Unternehmen eine Vielzahl von Vorteilen. Die Gruppe steigert die Bekanntheit der Beteiligungen durch Medienreichweite und fördert die Synergien und Kooperationen unter den Unternehmen. Deren organisches Wachstum wird daher auch durch den Austausch von Business-Know-how aus dem Portfolio unterstützt, wobei sich beispielsweise die verschiedenen Beteiligungen die Experten untereinander vermitteln.



THE CORE OF OUR STRATEGY
COMMERCE

DIE
**EMOTIONALE
POWER**
ECHTER ERLEBNISSE

JÖRG TROUVAIN
MANAGING DIRECTOR
NCG - NUCOM GROUP

DR. FABIAN STICH
CEO JOCHEN SCHWEIZER
MYDAYS HOLDING GMBH

JOCHEN SCHWEIZER
GRÜNDER
JOCHEN SCHWEIZER GMBH

Mit der Zusammenführung von mydays und Jochen Schweizer vereint ProSiebenSat.1 die beiden führenden Erlebnisanbieter im deutschsprachigen Raum. Unter dem Dach der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH agieren beide Marken nun gleichberechtigt und komplementär. Jochen Schweizer, Dr. Fabian Stich und Jörg Trouvain erzählen im Interview, warum ProSiebenSat.1 der beste Eigentümer für dieses Unternehmen ist, welche Potenziale sie in der Zusammenarbeit sehen und warum das Geschäftsmodell „Erlebnisse“ erst am Anfang seiner Entwicklung steckt.

Warum passen die beiden Erlebnisanbieter mydays und Jochen Schweizer perfekt zueinander – und zu ProSiebenSat.1?

TROUVAIN Jochen Schweizer und mydays sind beide führende Erlebnisanbieter und doch sehr komplementär. Jede Marke hat ihren Schwerpunkt: mydays ist mit dem Slogan „Gemeinsam Zeit“ etwas weiblicher und legt den Fokus auf Geschenke. Jochen Schweizer präsentiert sich mit „Du bist, was Du erlebst“ männlicher und erlebnisorientiert. Mit der Akquisition der Erlebnismarke Jochen Schweizer haben wir nun beide Top-Player bei ProSiebenSat.1 vereint. Dadurch ergeben sich jede Menge Synergien für uns. Wir können diese emotionalen Marken mit

Werbung im TV stärken, sie bekannter machen und dadurch ihre Umsätze steigern. Wir können auch beispielsweise bei anderen Erlebnisanbietern bessere Konditionen aushandeln und uns verschiedene Backoffice-Funktionen teilen. Diese Akquisition hat unsere Investmentkriterien (siehe Seite 47) mehr als erfüllt.

STICH Bei mydays haben wir bereits eindrucksvoll bewiesen, dass die TV-Power von ProSiebenSat.1 einer Marke einen enormen Schub geben kann. Unsere Markenbekanntheit hat sich signifikant gesteigert seit das Unternehmen zu ProSiebenSat.1 gehört. Außerdem hat der Konzern mit der NuCom Group ein eigenes Commerce-Geschäft - vom Austausch mit den anderen Portfoliounternehmen profitieren wir sehr, sei es in SEO-

»Die TV-Power von ProSiebenSat.1 kann einer Marke einen enormen Schub geben.«

Fragen, beim Online-Marketing oder bei der Optimierung interner Prozesse. Jede Firma hat Spezialisten, mit deren Expertise wir uns gegenseitig unterstützen.

Das klingt nach einem Dream-Team?

TROUVAIN Definitiv. Seit ich bei ProSiebenSat.1 bin, haben wir die Jochen Schweizer GmbH immer im Blick gehabt. Jetzt hat es geklappt.

SCHWEIZER Genauso war es auch umgekehrt: Wir waren schon immer davon überzeugt, dass die Marken hervorragend zusammenpassen und hätten mydays damals gerne übernommen. ProSiebenSat.1 hat mydays dann 2013 gekauft. Und jetzt, wo wir unter einem Dach zusammengehen, ergeben sich automatisch die oben genannten Synergien. Beispielsweise können wir unsere Einkaufsexpertise bei Erlebnisanbietern bündeln und Zentralfunktionen wie Buchhaltung, HR, Controlling und IT zusammenlegen.

STICH Wir waren sportliche, wenn auch faire Wettbewerber, die immer sehr aufmerksam die Aktivitäten des anderen im Auge hatten. Nun können wir uns auf die gemeinsamen



DR. FABIAN STICH

Fabian Stich verantwortet als CEO der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH die Strategie und das operative Geschäft beim größten Erlebnisanbieter der DACH-Region. Sein persönliches Traum-Erlebnis will der selbsterklärte „Geschwindigkeitsjunkie“ baldmöglichst realisieren: einmal selbst einen Jet fliegen.

Chancen konzentrieren, die am Markt auf uns warten. Und die sind beachtlich.

Können Sie uns hierfür ein Beispiel nennen?

STICH Das Thema Omnichannel beziehungsweise physische Produkte ist für beide Marken strategisch sehr wichtig. Gerade im Geschenkesegment sehen wir dafür noch viel Wachstumspotenzial.

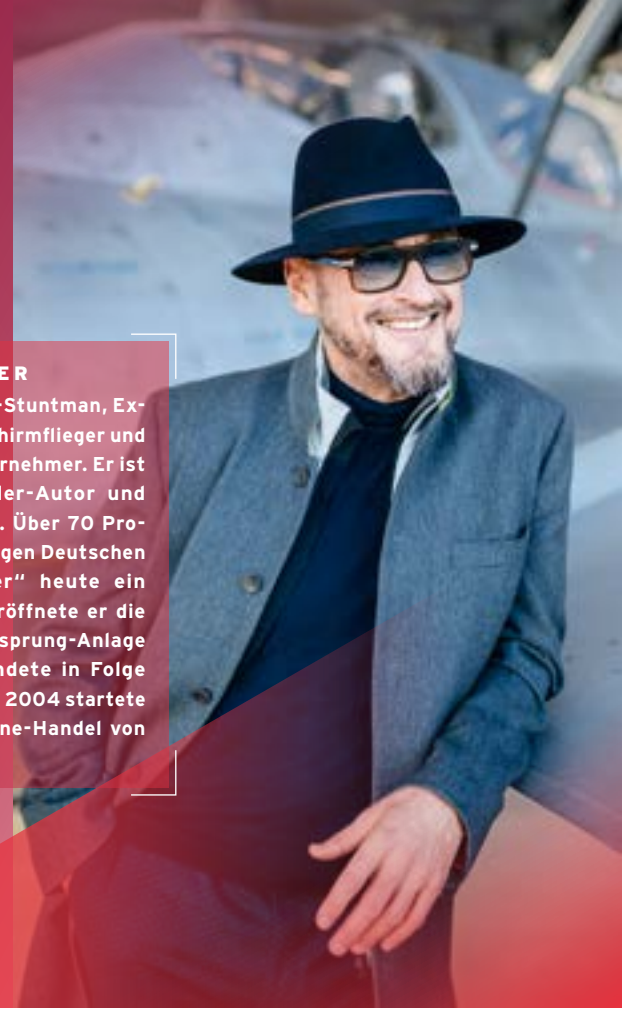
SCHWEIZER Konkret bedeutet das: Wenn jemand beispielsweise einen Tandem-Sprung verschenkt, könnte man ihm zum Geschenkgutschein einen Rucksack im Skydiving-Design anbieten. Natürlich müsste man „This is not a parachute“ draufschreiben, damit kein Unfug damit angestellt wird (lacht).

Herr Schweizer, Sie sind Vollblutunternehmer. Was hat Sie bewogen, Ihr Erlebnisgeschäft bis auf eine Minderheit abzugeben?

SCHWEIZER Mein Ziel war immer, dieses Unternehmen in Umsatz, Profitabilität und Markenbekanntheit zum Marktführer zu machen und zugleich einen Unternehmenswert von mindestens 100 Millionen Euro zu erwirtschaften. Ich wollte das Unternehmen im Anschluss aus der Jochen Schweizer-Gruppe herauslösen und es für weiteres Wachstum in gute Hände geben. Das alles ist mir gelungen. Gleichzeitig habe ich 17 Millionen Euro in die Jochen Schweizer mydays Holding reinvestiert. Dies zeigt das Vertrauen, das ich in das Potenzial des gemeinsamen Unternehmens habe. Sowohl für die Mitarbeiter als auch für mich als Investor ist diese

JOCHEN SCHWEIZER

Jochen Schweizer ist Ex-Stuntman, Extrem-Kajakfahrer, Fallschirmflieger und erfolgreicher Multi-Unternehmer. Er ist außerdem als Bestseller-Autor und Motivationsredner tätig. Über 70 Prozent der 20- bis 59-jährigen Deutschen ist „Jochen Schweizer“ heute ein Begriff. Bereits 1989 eröffnete er die erste stationäre Bungeesprung-Anlage Deutschlands und gründete in Folge zahlreiche Unternehmen. 2004 startete Schweizer mit dem Online-Handel von Erlebnisgutscheinen.



Konstellation viel sinnvoller, als wenn wir einen Börsengang unternommen oder an einen Finanzinvestor verkauft hätten - auch wenn das vielleicht lukrativer gewesen wäre.

STICH Es ist ein schönes Signal, dass Jochen als Investor an Bord bleibt. Es zeigt, dass wir alle von den Zukunftsperspektiven des gemeinsamen Unternehmens überzeugt sind.

Wie geht es jetzt mit der Integration der Marken weiter?

TROUVAIN Es ist eine bewusste Entscheidung, beide Marken unterschiedlich positioniert weiterzuführen - durchaus auch im Wettbewerb zueinander. Das Geschäft mit Erlebnissen bietet uns noch verschiedenste Wachstumspotenziale: Bei mydays wollen wir zum Beispiel unser Geschenke-Portfolio ausweiten und damit die Kauffrequenz der Kunden erhöhen. Und wir wollen unser Angebot mit der Organisation von An- und Abreise sowie Übernachtung ergänzen, um komplette Erlebnisreisen verkaufen zu können. Außerdem können wir auf Basis von Kundendaten ein noch gezielteres Customer-Relationship-Management betreiben.

»Wir waren schon immer davon überzeugt, dass die beiden Marken hervorragend zusammenpassen.«

STICH Unser gemeinsames Ziel ist, der europäische Marktführer für Erlebnisse zu werden. Im DACH-Markt sind wir das bereits. Sowohl mydays als auch Jochen Schweizer sind dort auch als Omnichannel-Marken präsent. Kunden können unsere Angebote also online und im Einzelhandel buchen: Beide Marken arbeiten mit Handelspartnern wie Depot und Rewe zusammen. Jochen Schweizer hat zusätzlich eigene Shops in Einkaufszentren. Das ist ein starkes Fundament, auf dem wir jedes Jahr dynamisch und profitabel wachsen und uns internationalisieren wollen.





THE CORE OF OUR STRATEGY
COMMERCE

JÖRG TROUVAIN

Jörg Trouvain verantwortet als Managing Director bei der NuCom Group die Beteiligungen mydays und Jochen Schweizer und sitzt zudem in der Geschäftsführung von billiger-mietwagen.de. Zuvor baute er erfolgreich das Travel-Segment von ProSiebenSat.1 auf. In seiner Zeit beim Spieleanbieter Activision Blizzard begleitete Trouvain ähnliche Markenintegrationen wie jene von mydays und Jochen Schweizer.

»Es ist eine bewusste Entscheidung, beide Marken unterschiedlich positioniert weiterzuführen – durchaus auch im Wettbewerb zueinander.«

TROUVAIN Ich habe schon einmal bei Jochen Schweizer einen Flug im Windkanal gemacht. Ein absolut emotionales Erlebnis, das ich unbedingt wiederholen möchte. Seit das mein WhatsApp-Profilbild ist, werde ich ständig darauf angesprochen.

SCHWEIZER Diese Anekdoten zeigen, dass Erlebnisse die nachhaltigeren Geschenke sind. Echte Erlebnisse erfüllen eine wichtige soziale Funktion in einer Zeit, in der es Menschen zusehends schwerfällt, zwischen Fiktion und Wahrheit zu unterscheiden. Durch echte Erlebnisse nimmt man sich selbst wahr. Deshalb sind mydays und Jochen Schweizer für mich Orte der Inspiration: Wir bringen Menschen dazu, sich selbst besser kennenzulernen und manchmal auch über sich hinauszuwachsen. Mein persönliches soziales Netzwerk heißt deshalb auch nicht Facebook, Twitter oder Instagram, sondern „Draußen“.

STICH Viele Menschen besitzen schon alles, was sie brauchen und vor allem vieles, was sie nicht brauchen. Wir sollten also lieber Erinnerungen sammeln und verschenken statt nur Gegenstände. Jochen Schweizer und mydays helfen dabei!

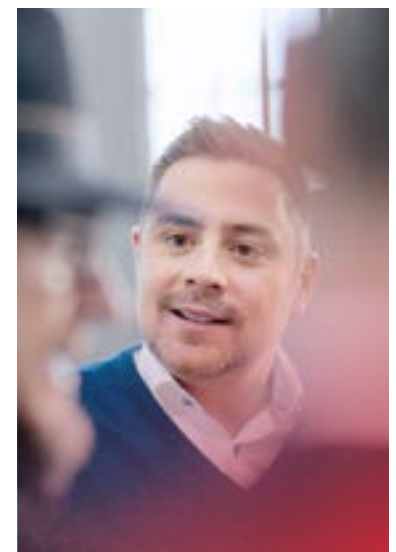
Wie unterscheiden sich die beiden Marken?

SCHWEIZER Beide Marken haben ein klar abgegrenztes Profil. Marken sind wie Leuchttürme – je klarer sie strahlen, desto mehr Orientierung geben sie.

STICH mydays adressiert Menschen, die mit Freunden oder Familie zusammen wertvolle Zeit verbringen möchten und dafür ein gemeinsames Erlebnis buchen. mydays-Erlebnisse werden also häufig verschenkt. Bei Jochen Schweizer hingegen geht es mehr um das Erlebnis an sich. Es ist zwar schön, wenn Freunde mitkommen, aber nicht zwingend notwendig.

Haben Sie eigentlich schon einmal ein Erlebnis der jeweils anderen Marke gebucht?

STICH Ja! Ich habe vor vielen Jahren von meinen Kollegen einen Tandem-Fallschirmsprung der Marke Jochen Schweizer geschenkt bekommen. Unvergesslich. Wenn ich Kollegen von damals treffe, sprechen wir heute noch davon.





UNSERE INVESTMENT- KRITERIEN

Für die Auswahl von Akquisitionszielen hat ProSiebenSat.1 ein klares Set an Anforderungen definiert.

WACHSTUMSPOTENZIAL

Das Unternehmen muss eine gewisse Marktgröße sowie Potenzial für strukturelles Wachstum und Profitabilität haben.

ASSET-LIGHT- GESCHÄFTSMODELL

Das Unternehmen hat keinen großen Lagerbestand und benötigt keine Investitionen in Fabriken o.ä. Das Geschäftsmodell muss sich gut vermarkten lassen.

HOHE TV-AFFINITÄT

Das Geschäftsmodell des Unternehmens ist B2C-fokussiert und kann von TV-Werbung profitieren, wodurch sich die Markenbekanntheit signifikant steigern lässt.

„LOCAL HERO“- POTENZIAL

Das Unternehmen ist besonders in lokalen Märkten aktiv, die nicht von globalen Playern beherrscht werden.

STARKES MANAGEMENT

Das Unternehmen hat ein starkes Führungsteam mit einer Vision, die zu ProSiebenSat.1 passt.

THE CORE OF OUR STRATEGY
COMMERCE

Egal in welchem Element: Nichts verbindet Menschen so sehr wie gemeinsame Erfahrungen.



US-Forscher haben es bewiesen:
Erlebnisse machen länger glücklich
als materielle Güter.

WARUM ECHTE ERLEBNISSE UNBEZAHLBAR SIND

ESSAY

Einmal Fallschirm springen. Jodeln lernen. Den ersten 3.000er besteigen. Im Cabrio die Toskana erkunden. So unterschiedlich diese Erlebnisse in der Erfahrung sind, so gemeinsam ist ihr Charakter als Glücksbringer. Woran liegt das?

Nach allem, was man über Thomas D. Gilovich weiß, ist der US-Forscher ein sachlicher, wissenschaftlich interessierter Mensch. Der promovierte Sozialpsychologe lehrt an der renommierten Cornell University in Ithaca, er forscht unter anderem zu Fragen der Psychologie von Alltagsentscheidungen, kritischem Denken und Verhaltensökonomie und gilt als eine der Koryphäen seines Fachs. Richtig begeistert wird Gilovich jedoch, wenn es um die Bedeutung von Erlebnissen geht.

In einem Aufsatz mit dem Titel „Warum man sein Geld für Erfahrungen ausgeben sollte statt für Dinge“ erklärt der Forscher, warum Erlebnisse in der Regel sehr viel länger glücklich machen als materielle Güter. „Einer der Feinde von Zufriedenheit heißt Gewöhnung“, sagt Gilovich. „Wir kaufen uns Dinge, weil sie uns glücklich machen. Aber das tun sie nur für eine Weile. Neue Besitztümer sind lediglich so lange aufregend für uns, bis wir uns an sie gewöhnt haben.“

Dieser Effekt wird durch eine Studie bestätigt, deren Teilnehmer ihre Zufriedenheit mit größeren Anschaffungen und gekauften Erlebnissen beurteilen sollten. Während diese zu Beginn der Studie etwa gleich hoch war, nahm sie mit Blick auf Neuanschaffungen

nach einiger Zeit ab. Das Glücksgefühl über die Erlebnisse wurde hingegen mit zeitlichem Abstand sogar noch größer.



„Erlebnisse gewinnen an Wert je öfter wir uns an sie erinnern.“



Kann das stimmen? Schließlich ist selbst ein längerer Urlaub spätestens nach drei Wochen Geschichte, während ein neues Auto oder ein teurer Ring in der Regel auch Monate später noch dem Käufer gehören. Ironischerweise arbeitet aber genau dieser Umstand gegen das Glück des Besitzers: Gerade weil sie immer präsent sind, gewöhnen wir uns schnell an die Dinge, die uns gehören. Auch das schnellste Auto und der kostbarste Brillantring verblassen bald zu einem Teil unseres Alltags. Erlebnisse hingegen gewinnen an Wert je öfter wir uns an sie erinnern – besonders, wenn wir es gemeinsam tun.

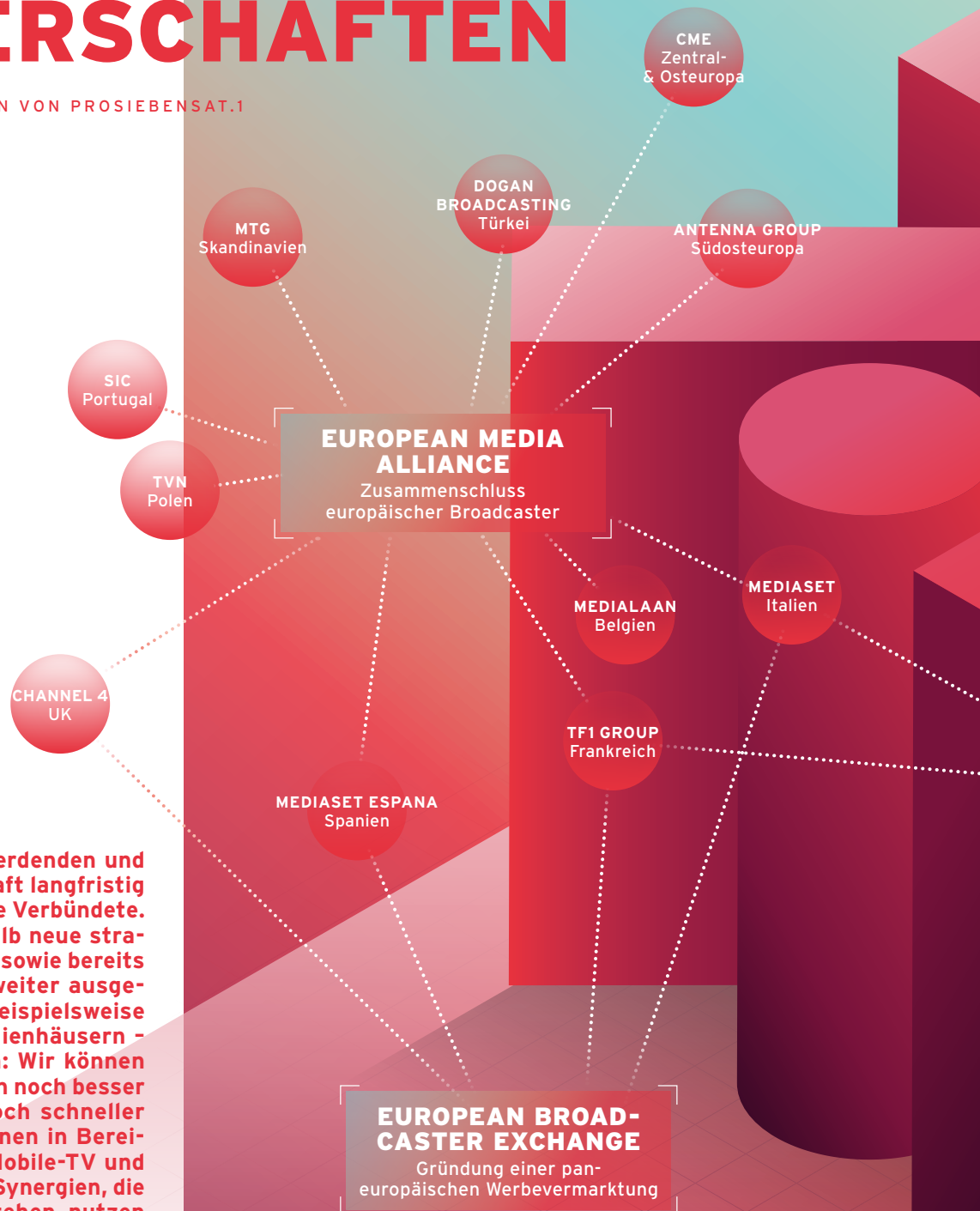
Denn das Schöne an Erlebnissen ist schließlich, dass sie uns enger mit anderen Menschen verbinden. „Selbst wenn man sonst nichts gemeinsam hat, fühlt man sich jemandem, der ebenfalls den Appalachian Trail gewandert ist, sehr viel verbundener als einem Menschen, der zufällig dasselbe Fitness-Armband besitzt“, beschreibt das US-Wirtschaftsmagazin „Fast Company“ diesen Effekt.

„Unsere Erfahrungen haben definitiv einen größeren Einfluss auf unsere Persönlichkeit als unsere materiellen Güter“, erklärt Professor Gilovich. „Auch wenn man davon ausgeht, dass die persönliche Identität irgendwie mit unseren Besitztümern zusammenhängt, bleiben sie doch immer eigenständige Dinge. Erlebnisse und Erfahrungen hingegen werden ein integraler Teil von uns. Letztendlich sind wir die Gesamtsumme unserer Erfahrungen.“

Das erklärt, warum echte Erlebnisse als Reichtümer unserer Zeit gelten: Sie zahlen sich in jeder Hinsicht aus. Und gleiches gilt für all jene, die unvergessliche Erfahrungen organisieren und anbieten.

DAS JAHR DER PARTNERSCHAFTEN

KOOPERATIONEN UND ALLIANZEN VON PROSIEBENSAT.1



Wer in der immer komplexer werdenden und fragmentierten Medienlandschaft langfristig Erfolg haben will, braucht starke Verbündete. 2017 hat ProSiebenSat.1 deshalb neue strategische Allianzen geschlossen sowie bereits bestehende Partnerschaften weiter ausgebaut. Die Zusammenarbeit - beispielsweise mit anderen europäischen Medienhäusern - bietet uns zahlreiche Chancen: Wir können unsere gemeinsamen Interessen noch besser vertreten und unsere Ziele noch schneller erreichen, indem wir Innovationen in Bereichen wie Werbevermarktung, Mobile-TV und Datenschutz vorantreiben. Die Synergien, die aus diesen Kooperationen entstehen, nutzen wir auf nationaler und internationaler Ebene. Damit können wir unseren globalen Wettbewerbern noch schlagkräftiger gegenüberreten und den deutschen sowie europäischen Digitalmarkt nachhaltig stärken.



DISCOVERY NETWORKS DEUTSCHLAND

Gründung eines Joint Ventures
für OTT und Mobile-TV

SCRIPPS NETWORKS
INTERACTIVE

A+E
NETWORKS

PROSIEBENSAT.1 TV DEUTSCHLAND

Partnerschaften mit US-amerikanischen
Programmanbietern

STUDIO71

Internationalisierung
des Digital-Studios

ZALANDO SE

LOG-IN-ALLIANZ

Entwicklung eines gemeinsamen
Anmelde- und Registrierungs-
verfahrens im Internet

MEDIENGRUPPE RTL
DEUTSCHLAND

UNITED
INTERNET

EUROPEAN MEDIA ALLIANCE

Bereits 2014 hat ProSiebenSat.1 gemeinsam mit führenden europäischen Broadcastern die European Media Alliance initiiert. Die Allianz ermöglicht ihren aktuell zwölf Mitgliedern, einen pan-europäischen Markt zu erreichen, so zusätzliche Erlöse zu erwirtschaften und bei innovativen Geschäftsmodellen insbesondere im Digital-Bereich zu kooperieren. Jüngster Neuzugang ist die CME-Mediengruppe, die vor allem in Osteuropa aktiv ist. Damit hat sich die European Media Alliance nun insgesamt einen geographischen Raum von rund 550 Millionen Einwohnern erschlossen.

EUROPEAN BROADCASTER EXCHANGE (EBX)

Zusammen mit der TF1 Group (Frankreich) und Mediaset (Italien und Spanien) hat ProSiebenSat.1 die digitale Werbevermarktungspartnerschaft European Broadcaster Exchange (EBX) gegründet: Das Joint Venture mit Standort London widmet sich dem programmatischen Verkauf von pan-europäischen Video-Kampagnen. Zuletzt trat auch Channel 4 (UK) als weiterer Partner in das Unternehmen ein, das nicht nur den Startpunkt einer tiefergehenden strategischen Zusammenarbeit der Partner bildet, sondern auch die technologische Weiterentwicklung von Online-Werbung vorantreiben soll.

STUDIO71

Die beiden Medienkonzerne TF1 Group (Frankreich) und Mediaset (Italien) haben sich im Rahmen einer Kapitalerhöhung mit 5,5 Prozent (Mediaset) beziehungsweise 6,1 Prozent (TF1 Group) an Studio71, dem Digital-Studio von ProSiebenSat.1, beteiligt. Durch diese strategische Partnerschaft hat Studio71 nach Deutschland, USA, Kanada, Großbritannien und Österreich zusätzliche Märkte erschlossen und setzt den konsequenten Wachstumskurs der vergangenen Jahre fort.

PROSIEBENSAT.1 TV DEUTSCHLAND

Mehrjährige Lizenzverträge der ProSiebenSat.1 TV Deutschland mit den US-amerikanischen Programmanbietern Scripps Networks Interactive und A+E Networks sichern uns Zugriff auf deren umfangreiches Factual-Portfolio. Mit diesen hochwertigen Formaten stärken wir das Programmangebot aller ProSiebenSat.1-Sender.

DISCOVERY NETWORKS DEUTSCHLAND

Gemeinsam mit der Discovery-Gruppe hat ProSiebenSat.1 ein Joint Venture für OTT und mobiles Fernsehen in Deutschland gegründet. ProSiebenSat.1 bringt dafür die 7TV App mit ihren sieben Free-TV-Sendern in die strategische Partnerschaft ein. Discovery erweitert das Angebot ebenfalls um seine Sendermarken. Das AdVoD-Angebot (Ad-based-Video-on-Demand) bietet Nutzern die Möglichkeit, ihre Lieblings-Formate von Discovery und ProSiebenSat.1 kostenlos und in bester Qualität auf einer gemeinsamen OTT-Plattform zu sehen, sowohl live als auch auf Abruf.

LOG-IN-ALLIANZ

Ein transparentes und einfaches Registrierungs- und Anmeldeverfahren im Internet ist das Ziel der gemeinsamen Log-in-Allianz von ProSiebenSat.1, der Mediengruppe RTL und United Internet. Die Partner passen damit zudem ihre Plattformen den neuen europäischen Datenschutzstandards an. Zalando ist der erste Partner, der die Log-in-Lösung nutzt.

2017



DAS JAHR IM ÜBERBLICK

Q1

JAN – Europäische Broadcaster investieren in Studio71

→ [Das Jahr der Partnerschaften, Seite 50](#)

FEB – PULS 4 übernimmt österreichischen TV-Sender ATV

ProSiebenSat.1 PULS 4 übernimmt die österreichische Sendergruppe ATV von der Tele München Fernseh GmbH & Co. Produktionsgesellschaft. Eine sinnvolle Komplementär-Programmierung von PULS 4 und ATV sorgt für mehr österreichisch geprägte Prime-Time-Angebote und eine klarere Positionierung von ATV. Durch diese Integration sowie die geplante Sanierung sichert PULS 4 den Fortbestand von ATV langfristig.



Q2

MAI – Hauptversammlung beschließt Dividendenzahlung von 1,90 Euro je Aktie

ProSiebenSat.1 setzt seine ertragsorientierte Ausschüttungspolitik auch im Jahr 2017 fort. Mit 1,90 Euro ist die Dividende gegenüber dem Vorjahr um rund 5,5 Prozent bzw. 0,10 Euro gestiegen.

MAI – ProSiebenSat.1 und Discovery gründen Joint Venture für OTT- und Mobile-TV in Deutschland

→ [Das Jahr der Partnerschaften, Seite 50](#)

JUN – ProSiebenSat.1, TF1 und Mediaset gründen „European Broadcaster Exchange“/ Channel 4 exklusiver UK-Partner (ab Nov. 2017)

→ [Das Jahr der Partnerschaften, Seite 50](#)

JUN – ProSiebenSat.1 erwirbt Commerce-Geschäft für Erlebnisgeschenke von Jochen Schweizer

ProSiebenSat.1 übernimmt die Mehrheit an der Jochen Schweizer GmbH und führt die erworbene Gesellschaft mit der eigenen 100-prozentigen Beteiligung mydays unter dem Dach der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH zusammen.



JUN – SevenVentures: Erfolgreicher Verkauf von Media-for-Equity-Beteiligungen

SevenVentures, der Finanzinvestor der ProSiebenSat.1 Media SE, hat einen Großteil seines Media-for-Equity-Portfolios erfolgreich an den führenden US-amerikanischen Private Equity Fonds Lexington Partners verkauft. Der Erlös liegt im mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Bereich.

Q3

JUL – ProSiebenSat.1, Mediengruppe RTL Deutschland und United Internet formieren Log-in-Allianz - Zalando erster Partner

→ [Das Jahr der Partnerschaften, Seite 50](#)

SEP – ProSiebenSat.1 schließt Programmdeals mit Scripps Networks und A+E Networks

→ [Das Jahr der Partnerschaften, Seite 50](#)

Q4

NOV – Red Arrow übernimmt Mehrheit am US-amerikanischen Filmvertrieb Gravitas Ventures

Red Arrow erwirbt eine Mehrheit am global tätigen US-Filmvertrieb Gravitas Ventures, einem der weltweit größten Filmvertriebshäuser. Im Oktober 2017 hat der Programmproduktions- und Vertriebsarm von ProSiebenSat.1 zudem eine Partnerschaft mit der neu gegründeten US-Produktionsfirma 10Fold geschlossen.



DEZ – ProSiebenSat.1 erweitert AdTech-Stack mit esome

ProSiebenSat.1 übernimmt die Mehrheit an esome advertising technologies, dem führenden Social-Advertising-Anbieter in der DACH-Region. Die Akquisition ergänzt das wachsende AdTech-Portfolio des Konzerns. Im November beteiligt sich ProSiebenSat.1 zudem mit 42 Prozent an BuzzBird, einer Plattform zur einfachen Umsetzung von Influencer-Marketing-Kampagnen.



DEZ – Capital Markets Day 2017: ProSiebenSat.1 stellt Konzern mit Drei-Säulen-Strategie neu auf

Ab Januar 2018 stellt sich der Konzern in den drei Geschäftsbereichen Entertainment, Content Production & Global Sales und Commerce auf. Ziel ist es, das Unternehmen an das sich dynamisch verändernde Umfeld auszurichten und weiteres nachhaltiges, profitables Wachstum sicherzustellen.

DEZ – ProSiebenSat.1 veräußert Online-Reiseportale weg.de und Etraveli

Die ProSiebenSat.1 Group analysiert regelmäßig ihr Portfolio und bewertet mögliche Synergiepotenziale. Bestandteil dieser M&A-Strategie sind auch Unternehmensverkäufe: Im Dezember veräußert ProSiebenSat.1 sämtliche Anteile der Comvel GmbH, die das Reiseportal weg.de betreibt, an die lastminute.com Group. Bereits im Juni hatte der Konzern das Online-Reisebüro Etraveli an den Finanzinvestor CVC Capital Partners verkauft.



POTENZIALE

**AN
UNSERE
AKTIONÄRE**

**FÖR
DERN**

55	___	BERICHT DES AUFSICHTSRATS
63	___	MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS
64	___	CORPORATE-GOVERNANCE-BERICHT
72	___	ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG
74	___	VERGÜTUNGSBERICHT¹
92	___	ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN¹ (GEMÄSS §§ 289 ABS. 4, 315 ABS. 4 HGB)
95	___	DIE PROSIEBENSAT.1-AKTIE¹

¹Bestandteil des geprüften, zusammengefassten Lageberichts.

BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

der ProSiebenSat.1-Konzern verzeichnete 2017 ein neues Rekordjahr. Das Unternehmen hat seine Umsätze auf 4.078 Mio Euro erhöht und generierte rund die Hälfte der Erlöse außerhalb des klassischen TV-Geschäfts. Die Diversifikationsstrategie wurde konsequent umgesetzt und zugleich fortentwickelt. So kündigte der Vorstand im August 2017 eine neue Drei-Säulen-Strategie an, die wir als Aufsichtsrat ausdrücklich unterstützen und von der wir überzeugt sind, dass sie die Basis für eine weitere und nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts ist. → [Strategie und Steuerungssystem, Seite 107](#)

Vor ein paar Jahren war ProSiebenSat.1 noch ein TV-Konzern, heute ist das Unternehmen ein breit diversifiziertes, internationales Entertainment- und Commerce-Haus. Die Medienbranche verändert sich laufend. Deshalb ist es essenziell, die Konzernstruktur immer wieder neu auf die aktuellen Herausforderungen auszurichten. Die Drei-Säulen-Strategie wird die Wettbewerbsfähigkeit von ProSiebenSat.1 stärken und die digitale Transformation beschleunigen.

ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Der Vorstand der Gesellschaft wird von uns, dem Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE, umfassend beraten und begleitet. Der Aufsichtsrat hat auch im Geschäftsjahr 2017 die ihm nach Gesetz, Satzung und Geschäftsordnung obliegenden Aufgaben wahrgenommen und die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) berücksichtigt.

Der Aufsichtsrat hat im abgelaufenen Geschäftsjahr 2017 den Vorstand in enger und vertrauensvoller Zusammenarbeit bei der Leitung des Unternehmens regelmäßig beraten und ihn bei der Führung der Geschäfte sorgfältig und kontinuierlich überwacht. Mit der operativen und strategischen Entwicklung des Konzerns setzten wir uns eingehend auseinander. Dazu wurde das Aufsichtsratsgremium vom Vorstand – sowohl innerhalb als auch außerhalb der Aufsichtsratssitzungen – regelmäßig, zeitnah und umfassend über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Strategie, der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements und der Compliance ausführlich unterrichtet. Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den Plänen hat der Vorstand dem Aufsichtsrat im Einzelnen erläutert und mit ihm erörtert. Aus diesem Grund waren wir in sämtliche Entscheidungen, die für das Unternehmen von grundlegender Bedeutung waren, frühzeitig und unmittelbar eingebunden.

Die Aufsichtsratssitzungen waren von einem intensiven und offenen Austausch mit dem Vorstand gekennzeichnet. Fester Bestandteil der Sitzungen sind zudem „Closed Sessions“, in denen die Mitglieder des Aufsichtsrats ohne den Vorstand tagen. Sofern nach Gesetz, Satzung oder Geschäftsordnung für einzelne Maßnahmen die Zustimmung des Aufsichtsrats oder eines Ausschusses erforderlich war, haben wir hierüber beraten und einen entsprechenden Beschluss gefasst. Über alle zustimmungspflichtigen Angelegenheiten wurden wir stets umfassend informiert, entsprechende Beschlussvorlagen des Vorstands lagen rechtzeitig zur Prüfung vor. Das Gremium wurde dabei im Einzelnen durch die jeweils zuständigen Ausschüsse unterstützt und diskutierte die zur Entscheidung anstehenden Vorhaben mit dem Vorstand.

Zusätzlich zur Unterrichtung in den Aufsichtsratssitzungen hat uns der Vorstand anhand schriftlicher Monatsberichte über die wichtigsten wirtschaftlichen Kennzahlen informiert und die unterjährigen Finanzinformationen

bzw. den Jahresfinanzbericht vorgelegt. Über besondere Vorgänge wurden wir auch außerhalb der Sitzungen und der Regelberichterstattung unverzüglich informiert und bei Bedarf in Abstimmung mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden um eine Beschlussfassung per Umlaufverfahren gebeten. Zudem stand ich als Aufsichtsratsvorsitzender fortlaufend in engem persönlichen Dialog mit Thomas Ebeling, dem Vorstandsvorsitzenden der Gesellschaft, sowie bei Bedarf auch mit den übrigen Vorstandsmitgliedern.

Der Aufsichtsrat war aufgrund der Berichterstattung des Vorstands stets umfassend über die Lage der Gesellschaft informiert, in anstehende Entscheidungen frühzeitig und direkt involviert und konnte so seine Aufgaben vollumfänglich wahrnehmen. Eine Einsichtnahme in die Bücher und Schriften der Gesellschaft war über die uns 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 2017 mit der Geschäfts- und Finanzlage, den grundsätzlichen Fragen der Unternehmenspolitik und -strategie, der allgemeinen Personalsituation sowie den besonderen Investitionsvorhaben. → [Mitglieder des Aufsichtsrats, Seite 63](#) → [Corporate-Governance-Bericht, Seite 64](#)

2017 wurden wichtige strategische Weichen gestellt: Die angekündigte Drei-Säulen-Strategie ist ein bedeutender Meilenstein in der Diversifikation und digitalen Transformation des Unternehmens. Hiermit stärken wir die Gruppe für weiteres Wachstum und schaffen zusätzlichen Wert für Mitarbeiter und Aktionäre. Das ProSiebenSat.1-Managementteam hat die Drei-Säulen-Strategie mit dem Aufsichtsrat abgestimmt. Zudem hat sich der Aufsichtsrat während des gesamten Jahres intensiv mit der möglichen Nachfolgeplanung für den langjährigen Vorstandsvorsitzenden Thomas Ebeling befasst. Der Aufsichtsrat beriet sich ausführlich zum erforderlichen Profil und möglichen Nachfolgekandidaten in seiner Sitzung am 1. März 2017, im Nachgang zur Strategiesitzung am 28. Juni 2017 und am 7. September 2017 sowie in zahlreichen Telefonkonferenzen. Im November und Dezember des abgelaufenen Geschäftsjahres wurden entsprechende Kandidaten von den Mitgliedern des Aufsichtsrats interviewt. Mit Max Conze konnten wir mit Wirkung zum 1. Juni 2018 einen Vorstandsvorsitzenden für ProSiebenSat.1 gewinnen, der über umfangreiche internationale Managementenerfahrung in unterschiedlichen Branchen verfügt und zuletzt die digitale Transformation des britischen Technologieunternehmens Dyson erfolgreich umgesetzt hat.

Insgesamt fanden sechs ordentliche Präsenzsitzungen, fünf außerordentliche Sitzungen in Form einer Telefonkonferenz sowie eine eintägige Klausur des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE statt. Bis auf eine Ausnahme haben alle Aufsichtsratsmitglieder an allen Sitzungen teilgenommen. Die Sitzungsteilnahme ist im Corporate-Governance-Bericht individualisiert offengelegt; dieser ist im Internet unter → www.prosiebensat1.de/investor-relations/corporate-governance/corporate-governance-bericht sowie im Geschäftsbericht ab → [Seite 64](#) veröffentlicht.

- Der Aufsichtsrat hat sich in einer außerordentlichen Sitzung am 1. März 2017 eingehend mit einer möglichen Nachfolgeplanung für Thomas Ebeling beschäftigt. Thomas Ebeling hatte im November 2016 angekündigt, sein Amt als Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media SE spätestens 2019 niederzulegen.
- In einer weiteren außerordentlichen Sitzung am 12. März 2017 hat uns der Vorstand in seine strategischen Überlegungen involviert, das Commerce-Portfolio neu zu strukturieren.
- In der Bilanzsitzung am 13. März 2017 verabschiedete der Aufsichtsrat den Jahres- und Konzernabschluss, den zusammengefassten Lage- und Konzernlagebericht und den Corporate-Governance-Bericht jeweils für das Geschäftsjahr 2016 sowie die Entsprechenserklärung 2016. Das Gremium prüfte den Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands und schloss sich diesem an. Dies gilt auch für den Wahlvorschlag des Prüfungsausschusses hinsichtlich der Bestellung des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2017. Zudem verabschiedeten wir die Agenda für die Hauptversammlung am 12. Mai 2017 mit den entsprechenden Beschlussvorschlägen. Der Aufsichtsrat folgte den Empfehlungen des Personalausschusses und genehmigte die vergütungsrelevanten Themen für den Vorstand, d. h. die Zahlung des Performance Bonus für das Geschäftsjahr 2016 sowie die Barabwicklung des Group-Share-Plans 2013 und die entsprechende Auszahlungshöhe. Die individuellen Zielvorgaben für die Vorstandsmitglieder für das Geschäftsjahr haben wir ebenfalls eingehend diskutiert und verabschiedet. Des Weiteren haben wir ein zusätzliches



»Die Drei-Säulen-Strategie wird die Wettbewerbsfähigkeit von ProSiebenSat.1 stärken und die digitale Transformation beschleunigen.«

DR. WERNER BRANDT
AUFSICHTSRATSVORSITZENDER

Aufsichtsratsmandat für Thomas Ebeling bei der GfK SE genehmigt, nachdem wir das Thema zuvor ausgiebig im Hinblick auf einen potenziellen Interessenkonflikt erörtert haben. Im Rahmen der Bilanzsitzung erhielten wir ferner einen detaillierten Überblick über die aktuelle Entwicklung des Unternehmens und wurden über mögliche Transaktionen aus dem M&A-Bereich informiert.

- In einer außerordentlichen Sitzung am 25. April 2017, die in Form einer Telefonkonferenz stattfand, befasste sich der Aufsichtsrat mit der Nachfolgeplanung für das Vorstandsressort Mergers & Acquisitions. Dr. Ralf Schremper ist auf eigenen Wunsch zum 31. Juli 2017 aus dem Unternehmen ausgeschieden, seither zählt M&A zum Verantwortungsbereich des Finanzvorstands. Mit Dr. Jan Kemper konnten wir zum 1. Juni 2017 einen Nachfolger als Finanzvorstand (CFO) für uns gewinnen, der sich in einem dynamischen Marktumfeld zuhause fühlt. Dr. Jan Kemper folgt auf Dr. Gunnar Wiedenfels, der das Unternehmen Ende März 2017 verlassen hat. In der Übergangsphase hat Ralf Peter Gierig den Finanzbereich geleitet, er fungiert seither als Deputy CFO. Dr. Jan Kemper wird mit seinem Fokus auf M&A und seiner Finanzexpertise die digitale Transformation von ProSiebenSat.1 vorantreiben. Damit ist die Kontinuität im Konzern sichergestellt.

- Im Anschluss an die Hauptversammlung am 12. Mai 2017 fand eine ordentliche Plenarsitzung statt. In dieser Sitzung haben wir gemeinsam mit dem Vorstand erörtert, die Konzernstruktur in eine Drei-Säulen-Struktur zu überführen. Dabei wurden wir umfassend über die Entwicklung in den einzelnen Unternehmensbereichen sowie mögliche M&A-Transaktionen informiert. Der Vorstand hat uns über die strategische Überprüfung des Online-Reisebüros Etraveli sowie eine mögliche Beteiligung an der Jochen Schweizer GmbH informiert. Die Aufsichtsratsmitglieder Antoinette Aris und Angelika Gifford haben zu beiden Themen wegen möglicher Interessenkonflikte vorsorglich die Sitzung verlassen. Ein weiteres Thema der Aufsichtsratssitzung war, Zielgrößen für den Frauenanteil im Vorstand und Aufsichtsrat festzulegen. Ferner haben wir eine Anpassung der Geschäftsordnungen für den Vorstand, den Aufsichtsrat und für den Prüfungsausschuss verabschiedet, um die Gremienarbeit noch zielgerichteter und effizienter zu gestalten.
- Am 19. Juni 2017 fand eine außerordentliche Sitzung in Form einer Telefonkonferenz statt. Im Rahmen dieser Telefonkonferenz hat der Aufsichtsrat dem Kauf der Jochen Schweizer GmbH sowie dem Verkauf von Etraveli zugestimmt. Antoinette Aris und Angelika Gifford haben an der Abstimmung nicht teilgenommen. In der gleichen Sitzung haben wir zudem den Verkauf mehrerer Beteiligungen aus dem Fonds der SevenVentures GmbH genehmigt.
- Die jährliche Strategieklausur fand am 28. Juni 2017 statt. Hier erhielten wir einen umfassenden Bericht über die mögliche Umstrukturierung auf Basis einer Drei-Säulen-Strategie. Ziel dieser Strategie ist es, den Konzern an das sich dynamisch verändernde Marktumfeld auszurichten und insbesondere durch die Zusammenlegung des linearen TV-Geschäfts mit der Digital-Entertainment-Sparte zusätzliche Synergien zu realisieren. → [Chancenbericht, Seite 162](#)
- In einer Telefonkonferenz am 16. August 2017 hat sich der Aufsichtsrat mit der Prüfung seiner Effizienz auseinandergesetzt. Zudem haben wir uns ein weiteres Mal mit der Nachfolgeplanung für den Vorstand beschäftigt.
- Am 6. und 7. September 2017 fand eine weitere ordentliche Aufsichtsratssitzung statt; hier haben wir mit dem Vorstand erneut die Drei-Säulen-Strategie erörtert. Zudem hat uns der Vorstand über geplante M&A-Transaktionen sowie die operative und finanzielle Entwicklung des Unternehmens informiert. Daneben erhielten wir einen detaillierten Einblick in strategisch relevante Wachstumsfelder wie Addressable TV, HbbTV, Data und AdTech. Ein weiteres Thema war der medienpolitische Vorstoß für eine Neuausrichtung des dualen Rundfunksystems in Deutschland. Mit der „Medienordnung 4.0“ hat ProSiebenSat.1 die Forderung formuliert, die öffentliche Finanzierung nicht länger ausschließlich an Institutionen zu binden, sondern inhaltsbezogen zu gestalten. Bislang erhalten private Anbieter keine öffentliche Finanzierung, leisten aber mit ihren Programmen insbesondere bei jungen Zuschauern einen Beitrag zur medialen Grundversorgung.
- Für den 19. November 2017 wurde eine außerordentliche Aufsichtsratssitzung einberufen. In dieser Sitzung hat sich das Gremium eingehend mit dem vorzeitigen Ausscheiden des Vorstandsvorsitzenden Thomas Ebeling befasst. Wir haben uns mit Thomas Ebeling einvernehmlich auf eine Beendigung seines Vertrages zum 22. Februar 2018 geeinigt. Conrad Albert, bisher Vorstand External Affairs & Industry Relations und zugleich General Counsel der Gesellschaft, wurde mit sofortiger Wirkung zum stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden ernannt. Er hat die Weiterentwicklung des Konzerns seit Jahren begleitet und auf erster Managementebene sowohl im operativen als auch strategischen Bereich mit Thomas Ebeling eng zusammengearbeitet. Conrad Albert genießt unser vollstes Vertrauen.
- Eine weitere Aufsichtsratssitzung fand am 27. November 2017 in Form einer Telefonkonferenz statt. Gegenstand der Sitzung war die Vorbereitung des Capital Marktes Day am 6. Dezember 2017.
- In der ordentlichen Aufsichtsratssitzung am 11. Dezember 2017 wurde uns die vorläufige Budget-Planung 2018 für den ProSiebenSat.1-Konzern vorgestellt. Wir erhielten zudem umfassende Berichte über die Entwicklung in den wichtigsten Geschäftsbereichen. Weitere Agenda-Punkte waren die Sicherheit im Unternehmen und die IT-Sicherheit im Speziellen; das Gremium erhielt einen detaillierten Bericht zum aktuellen Stand und wurde über künftige weitere Maßnahmen informiert.

Darüber hinaus fasste der Aufsichtsrat - nach ausführlicher Diskussion in den ordentlichen Aufsichtsratssitzungen - fünf Beschlüsse im schriftlichen Umlaufverfahren, unter anderem zu folgenden Themen: Im Januar

hat der Aufsichtsrat der 100%-igen Übernahme der ATV Group durch die ProSiebenSat.1 Puls4 GmbH in Österreich zugestimmt, im Oktober erteilte das Gremium seine Zustimmung zum Erwerb der Mehrheitsbeteiligung (62,5%) an dem US-amerikanischen Filmvertrieb Gravitas Ventures über die Red Arrow Entertainment Group, im November genehmigten wir die Mehrheitsbeteiligung an der esome Advertising Technologies GmbH durch die P7S1 Advertising Platform Solutions GmbH. Im Dezember folgte der Aufsichtsrat der Empfehlung des Personalausschusses und verabschiedete die Planbedingungen für den Group Share Plan 2017 sowie die Verteilung von Performance Share Units (PSUs) an die Mitglieder des Vorstands im schriftlichen Umlaufverfahren.

BERICHT ÜBER DIE ARBEIT DER AUSSCHÜSSE

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft hat verschiedene Ausschüsse eingerichtet, die ihn bei seiner Arbeit unterstützen. Um seine Arbeit effizient wahrzunehmen, verfügte das Gremium 2017 über vier Ausschüsse: den Präsidial- und Nominierungsausschuss („Presiding and Nomination Committee“), den Personalausschuss („Compensation Committee“), den Prüfungsausschuss („Audit and Finance Committee“) sowie den Kapitalmarktausschuss („Capital Markets Committee“). Die Ausschüsse haben den Aufsichtsrat in seinen Plenarsitzungen regelmäßig und umfassend über ihre Tätigkeit informiert. Ihre Aufgabenschwerpunkte werden nachfolgend beschrieben. Für die individualisierte Offenlegung der Sitzungsteilnahme in den Aufsichtsratsausschüssen verweisen wir ebenfalls auf den Corporate-Governance-Bericht, den Sie im Internet unter [→ www.prosiebensat1.de/investor-relations/corporate-governance/corporate-governance-bericht](http://www.prosiebensat1.de/investor-relations/corporate-governance/corporate-governance-bericht) sowie im Geschäftsbericht ab [→ Seite 64](#) finden.

Der **Präsidialausschuss** und **Nominierungsausschuss** tagte im Jahr 2017 dreimal in einer Präsenzsitzung und einmal in Form einer Telefonkonferenz; er fasste insgesamt neun Beschlüsse im Umlaufverfahren. Der Ausschuss koordiniert die Arbeit des Aufsichtsrats und bereitet dessen Sitzungen vor. Zudem verantwortet das Gremium die Aufgaben eines Nominierungsausschusses gemäß dem Deutschen Corporate Governance Kodex und fasst Beschlüsse, die an ihn durch die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats delegiert wurden. Dazu zählen die Prüfung von Lizenzverträgen, Distributionsvereinbarungen oder Vermarktungsverträgen. Vor diesem Hintergrund erteilte der Ausschuss im Jahr 2017 seine Zustimmung unter anderem zur Verlängerung von Output Deals mit der Constantin Film Verleih GmbH und einem US Major-Studio sowie zur Verlängerung des Nachrichten-Produktionsvertrages mit N24.

Ein Schwerpunkt der Beratungen im Präsidial- und Nominierungsausschuss war die Weiterentwicklung der Konzernstrategie: In einer außerordentlichen Präsenzsitzung am 1. März 2017 hat das Gremium mit dem Vorstand über eine mögliche Neuausrichtung des Entertainment- und Commerce-Bereichs beraten; die Strukturierung des Konzerns auf Basis einer Drei-Säulen-Strategie war Gegenstand einer außerordentlichen Sitzung am 11. Mai 2017 sowie einer weiteren außerordentlichen Sitzung am 14. November 2017. Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher nahm an allen Sitzungen als unabhängiger Finanzexperte teil.

Am 31. Oktober 2017 tagte das Gremium zudem in Form einer Telefonkonferenz; diese Sitzung fand ebenfalls in Anwesenheit des Aufsichtsratsmitglieds Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher statt. Das Gremium wurde hierbei über die finanzielle Entwicklung des Konzerns unterrichtet. Die ProSiebenSat.1 Media SE hat ihren Finanzausblick für das Gesamtjahr 2017 am 8. November 2017 angepasst.

Der **Personalausschuss** bereitet Beschlussfassungen zu personalspezifischen Vorstandsthemen für das Aufsichtsratsplenar vor. Der Ausschuss führte im Jahr 2017 eine ordentliche Präsenzsitzung sowie eine weitere Sitzung in Form einer Telefonkonferenz durch. In einer außerordentlichen Sitzung am 1. März 2017 hat sich das Gremium zudem eingehend mit der Zielvorgabe für den Performance Bonus der einzelnen Vorstandsmitglieder für das Geschäftsjahr 2017 beschäftigt und eine entsprechende Empfehlung an den Gesamtaufichtsrat verabschiedet. Vor dem Hintergrund des negativen Votums der Hauptversammlung zum Tagesordnungspunkt über das Vergütungssystem hat der Personalausschuss in mehreren Sitzungen das Vergütungssystem grundlegend überarbeitet. [→ Vergütungsbericht, Seite 74](#)

Per Umlaufverfahren wurden zudem acht Beschlüsse gefasst: Im Februar 2017 hat das Gremium die Zielerreichung des Vorstands im Rahmen des Performance Bonus für das Geschäftsjahr 2016 verabschiedet und eine entsprechende Empfehlung an den Gesamtaufichtsrat gegeben. Im gleichen Umlaufverfahren hat der Personalausschuss die Barabwicklung des Group-Share-Plans 2013 sowie die entsprechende Auszahlungshöhe an den Vorstand für eine entsprechende Empfehlung an den Gesamtaufichtsrat genehmigt. Im Juni erteilte

der Ausschuss seine Zustimmung zur Weiterführung des Mitarbeiteraktienprogramms „MyShares“. Zudem gab der Personalausschuss im Dezember 2017 per Umlaufbeschluss die Empfehlung an den Aufsichtsrat, die Planbedingungen für den Group Share Plan 2017 sowie die Verteilung von sogenannten Performance Share Units (PSUs) an die einzelnen Vorstandsmitglieder zu verabschieden. Die Planbedingungen enthielten keine wesentlichen Änderungen zum Vorjahr. Der Personalausschuss genehmigte auch die Verteilung von PSUs aus dem Group Share Plan 2017 an ausgewählte Führungskräfte des Unternehmens.

Der Prüfungsausschuss hat im Berichtsjahr fünfmal in Gegenwart des Finanzvorstands sowie des Abschlussprüfers getagt. Er hat den Jahresabschluss und den Konzernabschluss, den zusammengefassten Lagebericht und den Gewinnverwendungsvorschlag vorbereitend für den Aufsichtsrat geprüft und dazu insbesondere den Prüfungsbericht und den mündlichen Bericht des Abschlussprüfers über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung eingehend beraten. Der Prüfungsausschuss sah im Rahmen seiner Prüfungen keinen Anlass für Beanstandungen. Zudem erörterte der Prüfungsausschuss mit dem Vorstand die Zwischenberichte und den Halbjahresfinanzbericht unter Berücksichtigung des Berichts des Abschlussprüfers über die prüferische Durchsicht vor deren Veröffentlichung.

Besonderen Raum bei der Überwachung der Finanzberichterstattung nahmen im Berichtsjahr die Werthaltigkeit der Geschäfts- und Firmenwerte und der sonstigen immateriellen Vermögenswerte, die Bewertung des Programmvermögens, die Bilanzierung von Unternehmens- und Anteilerwerben, die Realisierung von Umsatzerlösen, das Hedge Accounting, die Bilanzierung von finanziellen Verbindlichkeiten sowie die Ertragsteuern ein.

Der Prüfungsausschuss hat den Rechnungslegungsprozess und die Wirksamkeit des Internen Kontrollsystems und des Risikomanagementsystems überwacht und sich dabei auch auf die entsprechende Berichterstattung des Leiters der Internen Revision und des Abschlussprüfers gestützt. Wesentliche Schwächen des auf den Rechnungslegungsprozess bezogenen Internen Kontrollsystems und des Risikofrüherkennungssystems wurden vom Abschlussprüfer nicht festgestellt.

Darüber hinaus befasste sich der Prüfungsausschuss mit der Vorbereitung des Vorschlags des Aufsichtsrats zur Bestellung des Abschlussprüfers durch die Hauptversammlung, der Erteilung des Prüfungsauftrags an den Abschlussprüfer und der Honorarvereinbarung mit dem Abschlussprüfer. Er überwachte die Wirksamkeit der Abschlussprüfung und die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers sowie die von diesem zusätzlich zu den Abschlussprüfungsleistungen erbrachten Leistungen.

Der Prüfungsausschuss hat sich kontinuierlich mit dem Abschlussprüfer über die wesentlichen Prüfungsrisiken und die erforderliche Ausrichtung der Abschlussprüfung ausgetauscht. Er hat eine interne Regelung über Dienstleistungen des Abschlussprüfers, die nicht im Zusammenhang mit der Abschlussprüfung stehen, getroffen und ließ sich durch den Abschlussprüfer und den Vorstand zu jeder Sitzung über entsprechende Aufträge und die in diesem Zusammenhang angefallenen Honorare informieren.

Weiterhin ließ sich der Prüfungsausschuss regelmäßig über die Weiterentwicklung des Compliance-Managementsystems, über den Umgang mit mutmaßlichen Compliance-Fällen, über rechtliche und regulatorische Risiken sowie die Risikolage, -erfassung und -überwachung im Unternehmen unterrichten. Hinzu kamen regelmäßige Berichte über die Risikoeinschätzung seitens der Internen Revision, deren Ressourcenausstattung und Prüfungsplanung.

Der Vorstand informierte den Prüfungsausschuss regelmäßig über den Status verschiedener Aktivitäten zur Finanzierung sowie zur Liquiditätssicherung des Unternehmens.

Zu ausgewählten Punkten der Tagesordnung nahmen auch die Leiter der zuständigen Fachabteilungen an den Sitzungen des Prüfungsausschusses teil, erstatteten Bericht und beantworteten Fragen. Darüber hinaus führte der Vorsitzende des Prüfungsausschusses zwischen den Sitzungsterminen Gespräche zu wichtigen Einzelthemen, insbesondere mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden, dem Finanzvorstand und dem Abschlussprüfer. Über die wesentlichen Ergebnisse dieser Gespräche wurde dem Prüfungsausschuss und, soweit erforderlich, dem Aufsichtsrat regelmäßig Bericht erstattet.

Eine neue Aufgabe des Prüfungsausschusses war die Vorbereitung der Prüfung der erstmals für das Geschäftsjahr 2017 erforderlichen nichtfinanziellen Berichterstattung der Gesellschaft durch den Aufsichtsrat. Die Aufgabe, gegebenenfalls einen externen Prüfer mit der inhaltlichen Prüfung dieser Berichterstattung zu

beauftragen, wurde ebenfalls an den Prüfungsausschuss delegiert. Der Prüfungsausschuss hat sich mit den sich in diesem Zusammenhang ergebenden Fragen beschäftigt. Der Vorstand hat in Abstimmung mit dem Prüfungsausschuss entschieden, den Lagebericht um eine nichtfinanzielle Erklärung zu erweitern. Der Prüfungsausschuss hat beschlossen, die KPMG mit der inhaltlichen prüferischen Durchsicht der nichtfinanziellen Erklärung mit dem Ziel einer Beurteilung mit begrenzter Sicherheit („limited assurance“) zu beauftragen und diesen Auftrag erteilt.

Der **Kapitalmarktausschuss** ist ermächtigt, anstelle des Gesamtgremiums über die Zustimmung zur Ausnutzung des Genehmigten Kapitals der Gesellschaft sowie damit im Zusammenhang stehende Maßnahmen zu beschließen. Im Geschäftsjahr 2017 fand keine Sitzung des Kapitalmarktausschusses statt.

PRÜFUNG DER JAHRES- UND KONZERNRECHNUNGSLEGUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2017

Der Jahres- und Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE sowie der zusammengefasste Lagebericht für das Geschäftsjahr 2017 sind von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (KPMG), Niederlassung München, ordnungsgemäß geprüft und am 21. Februar 2018 mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen worden.

Alle Abschlussunterlagen, der Risikobericht sowie die Prüfungsberichte der KPMG lagen den Mitgliedern des Aufsichtsrats rechtzeitig vor und wurden eingehend von uns geprüft. Gegenstand der Beratungen war darüber hinaus die Nichtfinanzielle Konzernklärung gemäß §§ 289c, 315c Abs.1 HGB. Sie wurden zunächst im Prüfungsausschuss und anschließend im Aufsichtsrat jeweils in Gegenwart der zuständigen Wirtschaftsprüfer ausführlich besprochen. Der Abschlussprüfer berichtete dabei über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung. Schwächen des Internen Kontrollsystems und Risikomanagements bezogen auf den Rechnungslegungsprozess wurden dabei nicht festgestellt. Umstände, die die Befangenheit der Abschlussprüfer besorgen lassen, lagen ebenfalls nicht vor.

Zusätzlich zu den Abschlussprüferleistungen haben die Prüfer andere Bestätigungsleistungen von 0,5 Mio Euro (Vorjahr: 0,2 Mio Euro), Steuerberatungsleistungen von 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,2 Mio Euro) und sonstige Leistungen von 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 1,1 Mio Euro) erbracht. Die Details zu den Leistungen der Abschlussprüfer und die Höhe der Vergütung sind im Anhang des Konzernabschlusses unter [→ Ziffer 34, Seite 242](#) dargestellt.

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 zusammengefasste Lagebericht wurden vom Aufsichtsrat gebilligt. Damit ist der Jahresabschluss festgestellt. Schließlich hat der Aufsichtsrat den Gewinnverwendungsvorschlag des Vorstands geprüft und sich diesem Vorschlag angeschlossen.

Zur Nichtfinanziellen Konzernklärung hat KPMG ein uneingeschränktes Prüfungsurteil erteilt. Das bedeutet, dass auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die zu der Auffassung gelangen lassen, dass die Nichtfinanzielle Konzernklärung in allen wesentlichen Belangen nicht im Einklang mit den §§ 315b, 315c i. V. m. 289c bis 289e HGB aufgestellt wurde. Der Aufsichtsrat hat auf Grundlage seiner eigenen Prüfung, des Berichts des Prüfungsausschusses über seine vorbereitende Prüfung und seiner Empfehlung sowie der Prüfung des Berichts und des Prüfungsurteils der KPMG ebenfalls keine Gründe festgestellt, die der Ordnungs- und Zweckmäßigkeit der Nichtfinanziellen Konzernklärung entgegenstehen.

INTERESSENKONFLIKTE

Die Aufsichtsratsmitglieder sind verpflichtet, mögliche Interessenkonflikte unverzüglich dem Präsidial- und Nominierungsausschuss offenzulegen. Im Geschäftsjahr 2017 lagen aufgrund gleichzeitiger Organmitgliedschaft einzelner Mitglieder des Aufsichtsrats bei Wettbewerbern bzw. Geschäftspartnern der ProSiebenSat.1 Media SE folgende Anhaltspunkte für Interessenkonflikte vor:

- Antoinette (Annet) P. Aris gehört dem Aufsichtsrat der Thomas Cook PLC an. Sie hat daher vorsorglich die Aufsichtsratssitzungen der Gesellschaft vor Diskussionen, die das Travel-Portfolio betrafen, verlassen. Sie hat an den Sitzungen erst nach Abschluss dieser Besprechungen respektive nach Beschlussfassungen hierzu wieder teilgenommen.
- Dies gilt auch für Angelika Gifford. Sie gehört seit Februar 2016 dem Aufsichtsrat der TUI AG an und hat vorsorglich die Aufsichtsratssitzungen der ProSiebenSat.1 Media SE vor Diskussionen zu diesem Thema verlassen. Sie hat an den Sitzungen erst nach Abschluss dieser Besprechungen respektive nach Beschlussfassungen hierzu wieder teilgenommen.

Darüber hinaus hat es keine Anzeichen für das Vorliegen von Interessenkonflikten gegeben.

CORPORATE GOVERNANCE

Vorstand und Aufsichtsrat haben zum Thema Corporate Governance einen separaten Bericht erstellt. Diesen sowie die Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f, 315d HGB finden Sie im Internet unter → www.ProSiebenSat1.com sowie im Geschäftsbericht ab → [Seite 64](#).

VERÄNDERUNGEN IN DER BESETZUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Der langjährige Vorstandsvorsitzende der ProSiebenSat.1 Media SE, Thomas Ebeling, ist mit Wirkung zum Ablauf des 22. Februars 2018 aus dem Unternehmen ausgeschieden. Hierauf haben sich der Vorstandsvorsitzende und der Aufsichtsrat der Gesellschaft einvernehmlich am 19. November 2017 verständigt. Thomas Ebeling hatte noch einen Vertrag bis Mitte 2019. Bereits im Rahmen seiner letzten Vertragsverlängerung hatte er allerdings mitgeteilt, anschließend für eine weitere Verlängerung nicht mehr zur Verfügung zu stehen.

Conrad Albert, seit 2005 im Unternehmen, derzeit Vorstand External Affairs & Industry Relations und zugleich General Counsel der Gesellschaft, wurde mit sofortiger Wirkung zum 19. November 2017 zum stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden ernannt. Ziel ist, die Kontinuität im Unternehmen zu sichern und die Umsetzung der Strategie zu garantieren.

Im Jahresverlauf 2017 ergaben sich zudem folgende Änderungen im Konzernvorstand:

- Dr. Jan Kemper wurde zum 1. Juni 2017 neuer Finanzvorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Er folgte auf Dr. Gunnar Wiedenfels, der das Unternehmen zum 31. März 2017 auf eigenen Wunsch verlassen hatte. Um einen reibungslosen Übergang zu gewährleisten, hatte Ralf Peter Gierig, Executive Vice President Group Finance & Investor Relations, zusätzlich zu seiner bisherigen Funktion die Rolle als Deputy Group CFO übernommen.
- Der Aufsichtsrat hat Sabine Eckhardt zum 1. Januar 2017 als Chief Commercial Officer in den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE berufen. Sabine Eckhardt ist eine langjährige Führungskraft des Unternehmens, sie ist Gründerin und Geschäftsführerin der SevenOne AdFactory GmbH. In ihrer Rolle als Vorstandsmitglied treibt sie neben den Vermarktungsthemen die Realisierung von Synergiepotenzialen und Innovationen im Konzern voran. Zugleich hat Christof Wahl zum 1. Januar 2017 zusätzlich die Vorstandsverantwortung für die digitalen Commerce Verticals „Online Price Comparison“, „Online Dating“, „Online Travel“ und Stylight übernommen.

Am 21. Februar 2018 haben wir Max Conze zum neuen Vorstandsvorsitzenden der ProSiebenSat.1 Media SE ernannt, er tritt die Nachfolge von Thomas Ebeling zum 1. Juni 2018 an. Bis zu seinem Amtsantritt wird Conrad Albert interimistisch den Vorstandsvorsitz übernehmen. Max Conze war zuletzt Chief Executive Officer bei Dyson. Mit seiner Innovationsstärke und seinem Marketingverständnis hat er das Unternehmen zu einem dynamisch wachsenden globalen Technologie-Konzern ausgebaut. Der Aufsichtsrat wünscht Max Conze viel Erfolg für seine Aufgabe und freut sich auf die Zusammenarbeit.

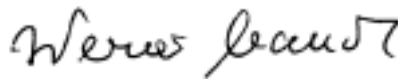
Die Besetzung des Aufsichtsrats der Gesellschaft hat sich im Geschäftsjahr 2017 nicht geändert.

DANK DES AUFSICHTSRATS

Im Namen des Aufsichtsrats möchte ich den Mitgliedern des Vorstands sehr herzlich danken. Thomas Ebeling gebührt für seine hervorragende Leistung unser besonderer Dank. Er hat das Unternehmen seit 2009 als Vorstandsvorsitzender geführt, zuletzt bis in den DAX. Thomas Ebeling ist eine herausragende Unternehmerpersönlichkeit in der Medienindustrie. Ich wünsche ihm für die Zukunft alles Gute. Zusätzlich möchte ich mich bei Conrad Albert bedanken, dass er bis zum Sommer das Unternehmen leitet und in dieser Zeit vor allem die Neuausrichtung von ProSiebenSat.1 im Rahmen der Drei-Säulen-Strategie weiter vorantreibt.

An dieser Stelle möchte ich zudem allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr großes Engagement im Geschäftsjahr 2017 ausdrücklich danken. Ihre Arbeit ist die Grundlage für den Erfolg des ProSiebenSat.1-Konzerns. Abschließend möchte ich Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, meinen Dank für Ihr Vertrauen in das Unternehmen und die ProSiebenSat.1-Aktie aussprechen.

Unterföhring, im März 2018
Für den Aufsichtsrat



DR. WERNER BRANDT
VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATS

001 / MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE SOWIE DEREN MANDATE IN ANDEREN AUFSICHTSRÄTEN

Dr. Werner Brandt Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 (Unternehmensberater)	Mandate: RWE AG (non-executive), Innogy SE (non-executive), Osram Licht AG* (non-executive), Deutsche Lufthansa AG (non-executive) *bis 31.12.2017
Dr. Marion Helmes Stellvertretende Vorsitzende	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 (Unternehmensberaterin)	Mandate: Uniper SE (non-executive), NXP Semiconductors N.V. (non-executive), Bilfinger SE (non-executive), British American Tobacco LTD (non-executive)
Lawrence A. Aidem	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Our Film Festival, Inc. (Fandor) (President, CEO)	Mandate: keine
Antoinette (Annet) P. Aris	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 INSEAD (Lehrbeauftragte für Strategie)	Mandate: Thomas Cook PLC (non-executive), Jungheinrich AG (non-executive), ASR Netherlands N.V. (non-executive), ASML N.V. (non-executive)
Adam Cahan	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Self-Employed	Mandate: keine
Angelika Gifford	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG und ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 VP Software Dach, Micro Fokus GmbH	Mandate: Rothschild & Co. S.C.A, Paris (non-executive), TUI AG, Berlin/Hannover (non-executive)
Erik Adrianus Hubertus Huggers	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Vevo LLC (President, CEO)	Mandate: keine
Ketan Mehta	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 24. November 2015 Allen & Company LLC (Managing Director)	Mandate: keine
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 (Wirtschaftsprüfer)	Mandate: Continental AG (non-executive), Covestro AG (non-executive), Covestro Deutschland AG (non-executive)

CORPORATE- GOVERNANCE-BERICHT

Im Folgenden erstatten Vorstand und Aufsichtsrat den jährlichen Bericht über die Corporate Governance in der Gesellschaft gemäß der Empfehlung in Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) und nehmen Stellung zu den Kodexanregungen.

Vorstand und Aufsichtsrat sehen eine gute Corporate Governance als wesentlichen Bestandteil einer verantwortungsvollen, transparenten und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichteten Unternehmensführung und -kontrolle an. Mit dem DCGK 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.

Einzelne Themen betreffend die Corporate Governance bei der ProSiebenSat.1 Media SE und der ProSiebenSat.1 Group werden in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§289f, 315d HGB näher dargestellt; diese enthält insbesondere die jährliche Entsprechenserklärung zum DCGK sowie Festlegungen zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen an Führungspositionen in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands. Ergänzende Ausführungen, wie unter anderem eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat, Festlegungen zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen in Führungspositionen für Vorstand und Aufsichtsrat, eine Darstellung der Zusammensetzung und Arbeitsweise der Ausschüsse sowie Erläuterungen zur Kapitalmarktkommunikation und den Rechnungslegungsgrundsätzen befinden sich im vorliegenden Corporate-Governance-Bericht.

002 / GEÄNDERTE VORSCHRIFTEN

§ 289f und § 315d HGB entsprechen inhaltlich jeweils dem bisherigen § 289a bzw. § 315 Abs. 5 HGB. Die Vorschriften wurden mit Wirkung zum 19. April 2017 durch das Gesetz zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten (CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz) vom 11. April 2017 (BGBl. I S. 802) geändert. Sie finden erstmals auf Jahres- und Konzernabschlüsse sowie Lage- und Konzernlageberichte für Geschäftsjahre Anwendung, die nach dem 31. Dezember 2016 beginnen.

In der Nichtfinanziellen Erklärung gemäß § 289c, § 315c Abs.1 HGB berichtet ProSiebenSat.1 zudem über die wesentlichen nichtfinanziellen Aspekte für das Geschäftsjahr 2017 mit den entsprechenden Angaben, die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses und der Lage des Unternehmens sowie der Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeit auf die nichtfinanziellen Aspekte erforderlich sind.

GRUNDLEGENDES ZUR UNTERNEHMENSVERFASSUNG

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

ANGABEN ZU UNTERNEHMENSFÜHRUNGSPRAKTIKEN

Der Vorstand ist der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf der Grundlage rechtmäßigen Handelns möglich ist. Die Verhinderung von Korruption und anderen Gesetzverstößen sind daher wichtige Erfolgsfaktoren für die Festigung unserer Marktposition sowie die Erreichung unserer Unternehmensziele. Neben der Korruptionsvermeidung konzentriert sich die Gesellschaft insbesondere auf das Kartell- und das Medienrecht sowie – aufgrund der steigenden Digitalisierung der Geschäftstätigkeit des Konzerns – den Datenschutz.

Zu diesem Zweck besteht bei der ProSiebenSat.1 Group ein Compliance-Management-System (CMS). Wesentliche Zielsetzung des CMS ist es, Integrität und rechtmäßiges Verhalten dauerhaft im Denken und Handeln aller Mitarbeiter zu verankern und auf diese Weise Rechts- und Regelverstöße von vornherein zu verhindern. Vor dem Hintergrund der Konzernstruktur hat sich ProSiebenSat.1 in einer zentralen und einer dezentralen Compliance-Organisationsstruktur organisiert. Die zentrale Organisation bilden der Compliance-Ausschuss (Compliance Board) und der Group Chief Compliance Officer (CCO), die bei der Erfüllung ihrer Aufgaben durch Fachexperten aus anderen Bereichen, beispielsweise der Rechtsabteilung, unterstützt werden. Das Compliance Board und der CCO unterstützen und beraten den Vorstand bei der Umsetzung, Überwachung und Weiterentwicklung des CMS. Der CCO ist mit der Umsetzung des CMS im Konzern betraut, führt Risikoanalysen und Schulungen durch und berät den Vorstand bei der Entwicklung und Umsetzung angemessener Maßnahmen zur Risikominimierung. Zudem beobachtet er die Rechtsentwicklung und unterbreitet Vorschläge zur Weiterentwicklung des CMS. Die dezentrale Compliance-Organisation wird durch Unit Compliance Officer (UCO) repräsentiert, die in den Konzerngesellschaften bestellt werden. Die Gesamtverantwortung für das CMS liegt beim Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE als Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Group.

In ihrem Verhaltenskodex („Code of Conduct“) hat die ProSiebenSat.1 Group grundsätzliche Richtlinien und Handlungsweisen festgelegt. Diese Richtlinien definieren die allgemeinen Maßstäbe für das Verhalten in geschäftlichen, rechtlichen und ethischen Angelegenheiten und regeln zudem, wie Mitarbeiter Hinweise auf Fehlverhalten im Unternehmen geben können. Sie dienen allen Mitgliedern des Vorstands, der Geschäftsleitung sowie den Mitarbeitern der ProSiebenSat.1 Group als verbindlicher Orientierungs- und Ordnungsrahmen für den Umgang miteinander sowie mit Geschäftspartnern, Kunden, Lieferanten und weiteren Dritten. Der Verhaltenskodex kann im Internet unter www.ProSiebenSat1.com/investor-relations/corporate-governance/verhaltenskodex heruntergeladen werden.

ORGANE DER GESELLSCHAFT

Die ProSiebenSat.1 Media SE als Europäische Aktiengesellschaft mit dualistischem Leitungs- und Aufsichtssystem verfügt über drei Organe: Hauptversammlung, Aufsichtsrat (Aufsichtsorgan) und Vorstand (Leitungsorgan). Deren Aufgaben und Befugnisse ergeben sich aus der Verordnung (EG) Nr. 2157/2001 des Rates vom 8. Oktober 2001 über das Statut der Europäischen Gesellschaft (SE-VO), dem Gesetz zur Ausführung der SE-VO (SEAG), dem Aktiengesetz und der Satzung der ProSiebenSat.1 Media SE.

Es besteht eine klare personelle Trennung zwischen Führungs- und Kontrollorgan: 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. Zur Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat und deren Zusammenwirken wird in vorliegendem Corporate-Governance-Bericht berichtet. Die Vergütung der Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats wird im Vergütungsbericht erläutert, der Teil des zusammengefassten Lageberichts ist. [→ Geschäftsbericht 2017 ab Seite 74](#)

Die Aktionäre nehmen ihre Mitverwaltungs- und Kontrollrechte auf der Hauptversammlung wahr, die durch den Versammlungsleiter zügig abgewickelt wird und spätestens nach vier bis sechs Stunden beendet sein sollte. Die Hauptversammlung wird zudem teilweise im Internet überragen. Jede Stammaktie gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme. Die Aktionäre der Gesellschaft werden mit der Einladung zur Hauptversammlung über die einzelnen Tagesordnungspunkte und die Beschlussvorschläge von Vorstand und Aufsichtsrat fristgerecht informiert. Der Vorstand sorgt für die Bestellung eines Stimmrechtsvertreters zur weisungsgebundenen Ausübung des Stimmrechts der Aktionäre und damit zur Erleichterung der Wahrnehmung der Aktionärsrechte. Der Stimmrechtsvertreter ist auf der Hauptversammlung anwesend und erreichbar, eine Bevollmächtigung und Weisungerteilung an den Stimmrechtsvertreter war durch die Aktionäre bzw. deren Vertreter bis zum Vortag der jeweiligen Hauptversammlung möglich. Im Falle eines Übernahmeangebots wird der Vorstand gegebenenfalls eine außerordentliche Hauptversammlung einberufen, in der die Aktionäre über das Übernahmeangebot beraten und gegebenenfalls über gesellschaftsrechtliche Maßnahmen beschließen.

ZUSAMMENSETZUNG VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Dem Vorstand gehören nach den Vorgaben der Satzung ein oder mehrere Mitglieder an. Die Zahl der Mitglieder des Vorstands bestimmt der Aufsichtsrat. Zum 31. Dezember 2017 bestand der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE aus sechs Mitgliedern (Vorjahr: 7 Mitglieder). Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands erfolgt gemäß Art. 39 Abs.2 SE-VO grundsätzlich durch den Aufsichtsrat als Aufsichtsorgan. Gemäß §7 Abs.2 Satz 1 der Satzung i.V.m. Art. 46 SE-VO werden Vorstandsmitglieder für einen Zeitraum von höchstens fünf Jahren bestellt; Wiederbestellungen, jeweils für höchstens fünf Jahre, sind zulässig. [→ Mitglieder des Vorstands, Seite 260](#) [→ Übernahmerechtliche Angaben, Seite 92](#)

Dem Aufsichtsrat gehören satzungsgemäß neun Mitglieder an, die sämtlich von der Hauptversammlung zu wählen sind. Zum 31. Dezember 2017 bestand der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE wie im Vorjahr aus neun Mitgliedern. Neue Aufsichtsratsmitglieder durchlaufen ein strukturiertes Einführungsverfahren (sogenannter Onboarding-Prozess), in dem sie mit dem Unternehmen und ihren Aufgaben vertraut gemacht werden. [→ Mitglieder des Aufsichtsrats, Seite 261](#)

ZIELE FÜR DIE ZUSAMMENSETZUNG DES VORSTANDS UND FESTLEGUNG ZUR GLEICHBERECHTIGTEN TEILHABE VON FRAUEN IM VORSTAND GEMÄSS § 111 ABS. 5 AKTG I.V.M. ART. 9 ABS. 1 LIT. C) II) SE-VO SOWIE BESCHREIBUNG DES DIVERSITÄTS-KONZEPTS FÜR DEN VORSTAND GEMÄSS §§ 289F ABS.2 NUMMER 6, 315D HGB

Am 12. Mai 2017 hat der Aufsichtsrat beschlossen, die Zielgröße für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen im Vorstand auf mindestens eine Frau festzulegen. Die Frist zur Umsetzung der Zielgröße läuft am 31. Dezember 2019 ab. Mit Bestellung zum 1. Januar 2017 ist mit Sabine Eckhardt eine Frau Mitglied des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE. Damit erfüllt der Vorstand in seiner derzeitigen Besetzung bereits diese Zielgröße für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen im Vorstand.

ProSiebenSat.1 schätzt die Vielfalt, die Mitarbeiter und Führungskräfte an individuellen Eigenschaften, Erfahrungen und Kenntnissen in das Unternehmen einbringen, und betrachtet Diversität als wichtigen Erfolgsfaktor für die Entwicklung des Konzerns. Insbesondere der Anteil von Frauen und Männern im Unternehmen sowie in Führungspositionen ist für ProSiebenSat.1 ein zentraler Diversitätsaspekt. Abgesehen vom Frauenanteil wurden bisher keine weiteren Aspekte als Zielgröße für den Vorstand definiert.

Der Aufsichtsrat hatte am 30. September 2015 gemäß §111 Abs.5 des Aktiengesetzes (AktG) i.V.m. Art. 9 Abs.1 lit. c) ii) SE-VO zunächst beschlossen, dass im Interesse einer Flexibilität bei der zukünftigen Bestellung neuer Vorstandsmitglieder der Aufsichtsrat

- keine Veränderung der Zusammensetzung des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE bis zum 30. Juni 2017 anstrebt und damit einen Frauenanteil von 0 Prozent als Zielgröße festlegt,
- gleichwohl aber, sollte in der Zukunft – und gegebenenfalls auch noch vor dem 30. Juni 2017 – eine Veränderung der Zusammensetzung im Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE notwendig oder beabsichtigt sein, die vorbezeichnete Zielgröße in Bezug auf den Frauenanteil im Vorstand überdenken wird.

Hintergrund der Festlegung dieser Zielgröße war, dass zum damaligen Zeitpunkt keine Frau Mitglied des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE war, die Vorstandsverträge der damals amtierenden Mitglieder des Vorstandes Laufzeiten über den Stichtag des 30. Juni 2017 hinaus hatten und der Aufsichtsrat den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE nicht lediglich aus Anlass der Gesetzesänderung betreffend §111 Abs.5 AktG erweitern wollte.

ZIELE FÜR DIE ZUSAMMENSETZUNG DES AUFSICHTSRATS UND FESTLEGUNG ZUR GLEICHBERECHTIGTEN TEILHABE VON FRAUEN IM AUFSICHTSRAT GEMÄSS § 111 ABS. 5 AKTG I. V. M. ART. 9 ABS. 1 LIT. C) II) SE-VO, BESCHREIBUNG DES KOMPETENZPROFILS FÜR DEN AUFSICHTSRAT GEMÄSS ZIFF. 5.4.1 DCGK SOWIE DES DIVERSITÄTS-KONZEPTS FÜR DEN AUFSICHTSRAT GEMÄSS §§ 289F ABS. 2 NUMMER 6, 315D HGB

Der Aufsichtsrat hat sich mit den Empfehlungen in Ziff. 5.4.1 Abs. 2 und Abs. 3 des DCGK zu konkreten Zielen seiner Zusammensetzung eingehend auseinandergesetzt und unter Berücksichtigung der unternehmensspezifischen Besonderheiten gemäß §111 Abs. 5 AktG i.V.m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO Ziele für seine Zusammensetzung zuletzt am [12. März 2018] beschlossen. Danach strebt der Aufsichtsrat an, dass

- der Anteil der im Sinne der Ziff. 5.4.2 DCGK unabhängigen Aufsichtsratsmitglieder mindestens 30 Prozent betragen soll;
- der Frauenanteil mindestens 1/3 (ein Drittel) betragen soll, welcher bis spätestens 31. März 2019 erreicht sein soll;
- die Mitglieder des Aufsichtsrats über besondere internationale Kenntnisse und Erfahrungen auf den Gebieten Rundfunk, Medien und Kommunikation verfügen sollen;
- der internationalen Tätigkeit des Unternehmens Rechnung getragen werden soll. Der Aufsichtsrat soll mit Mitgliedern besetzt werden, die aufgrund ihrer Herkunft oder beruflichen Tätigkeit Regionen oder Kulturräume vertreten, in denen die Gesellschaft eine wesentliche Tätigkeit entfaltet. In diesem Zuge soll ferner der Vielfalt (Diversity) bei der Besetzung Rechnung getragen und das derzeitige Niveau der Vielfalt gleichermaßen beibehalten werden. Der Aufsichtsrat soll mit Mitgliedern besetzt werden, die aufgrund ihrer Herkunft, ihres persönlichen Hintergrunds, ihrer Ausbildung oder beruflichen Tätigkeit, dem Aufsichtsrat breit gefächerte

Erfahrungswerte und Spezialkenntnisse zur Verfügung stellen können;

- er weiterhin in jedem Einzelfall im Rahmen der Gesetze und unter Berücksichtigung des Deutschen Corporate Governance Kodex prüft, wie er mit potenziellen oder auftretenden Interessenkonflikten umgeht, um weiterhin eine unvoreingenommene, am Unternehmensinteresse orientierte Überwachung und Beratung des Vorstands der Gesellschaft zu gewährleisten;
- die in der vom Aufsichtsrat beschlossenen Geschäftsordnung vorgesehene Altersgrenze von 70 Jahren zum Zeitpunkt der Bestellung zum Aufsichtsratsmitglied beibehalten werden soll;
- eine Person, die für drei volle aufeinanderfolgende Amtszeiten und damit in der Regel fünfzehn Jahre Mitglied des Aufsichtsrats der Gesellschaft war, soll in der Regel für eine Wiederwahl in den Aufsichtsrat nicht mehr vorgeschlagen werden.

Der Aufsichtsrat in seiner derzeitigen Besetzung erfüllt bereits die vorstehend genannten und gemäß DCGK und AktG selbst auferlegten Ziele seiner Zusammensetzung. Der Aufsichtsrat hatte bereits mit Beschluss vom 30. Juni 2015 die vorstehend genannten Ziele beschlossen. Dabei betrug der Frauenanteil zunächst allerdings 33 Prozent und sollte bis 30. Juni 2017 erreicht werden; die Besetzung des Aufsichtsrats zum 30. Juni 2017 erfüllte diese Zielgröße ebenfalls. Als unabhängige Aufsichtsratsmitglieder betrachtet der Aufsichtsrat für das Geschäftsjahr 2017 Dr. Werner Brandt, Dr. Marion Helmes, Lawrence Aidam, Adam Cahen, Erik A. H. Huggers, Ketan Mehta und Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher. Bei den Aufsichtsratsmitgliedern Antoinette P. Aris und Angelika Gifford haben die im Bericht des Aufsichtsrats genannten Anhaltspunkte für Interessenkonflikte vorgelegen.

Die beschriebenen Ziele für die Zusammensetzung des Aufsichtsrats und Festlegung zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen im Aufsichtsrat gemäß §111 Abs. 5 AktG i. V. m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO sind Bestandteil des Diversitätskonzepts für den Aufsichtsrat gemäß §§ 289f Abs. 2 Nummer 6, 315d HGB. Zudem hat sich der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE vor dem Hintergrund der angepassten Empfehlung des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) in der geltenden Fassung vom 7. Februar 2017 hinsichtlich Ziffer 5.4.1 (Zusammensetzung des Aufsichtsrats) ein Kompetenzprofil für das Gesamtgremium erarbeitet und am 12. März 2018 beschlossen, so dass eine qualifizierte Beratung und Kontrolle der Gesellschaft durch den Aufsichtsrat sichergestellt werden kann. Das Gesamtgremium erfüllt die Anforderungen in seiner aktuellen Zusammensetzung bereits.

Dabei sollen von jedem Aufsichtsratsmitglied unverzichtbare allgemeine Kenntnisse mit eingebracht werden, so dass die entsprechenden Kandidatinnen und Kandidaten in der Lage sind, aufgrund ihrer Persönlichkeit, Unabhängigkeit, Leistungsbereitschaft und Integrität die Aufgaben des Aufsichtsrats in einem international agierenden Medien-/Digitalkonzern wahrzunehmen. Zudem soll bei den Wahlvorschlägen von Kandidatinnen und Kandidaten durch den Präsidial- und Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats an den Gesamt-Aufsichtsrat

und anschließend die Hauptversammlung sichergestellt sein, dass das Thema Vielfalt („Diversity“) Beachtung findet.

Die für eine qualifizierte und erfolgreiche Arbeit des Aufsichtsrats erforderlichen Kenntnisse und Erfahrungen sollen – dem Wesen des Aufsichtsrats als Kollegialorgan entsprechend – durch die Gesamtheit aller Mitglieder des Aufsichtsrats gewährleistet werden.

Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE soll insgesamt über die Kompetenzen und Kenntnisse verfügen, die angesichts der Aktivitäten der ProSiebenSat.1-Gruppe als wesentlich erachtet werden. Hierzu gehören insbesondere fundierte Kenntnisse hinsichtlich:

- Erfahrung in der Führung eines börsennotierten, international agierenden Unternehmens;
- Fundiertes Verständnis der unterschiedlichen Geschäftsfelder der ProSiebenSat.1-Gruppe – im Speziellen Content und Broadcasting, Vertrieb, Digital Entertainment, E-Commerce und Produktion – sowie des Marktumfeldes des Konzerns und der Medienregulierung/-politik;
- Fundierte Kenntnisse im Bereich digitale Geschäftsentwicklung, digitale Diversifikations- und Plattform-Strategien (wie zum Beispiel „Addressable TV“ oder „Digital-out-of-Home“), Daten & Werbetechnologien sowie M&A;
- Fundierte Kenntnisse im Bereich Rechnungswesen, Rechnungslegung und Abschlussprüfung;
- Fundierte Kenntnisse in den Bereichen Controlling und Risikomanagement;
- Fundierte Kenntnisse in den Bereichen Personalentwicklung und -führung;
- Fundierte Kenntnisse in den Bereichen Governance und Compliance.

Daneben muss mindestens ein unabhängiges Mitglied des Aufsichtsrats, der Vorsitzende des Prüfungsausschusses („Audit & Finance Committee“), über besondere Kenntnisse und Erfahrungen auf den Gebieten von Rechnungsgrundsätzen und internen Kontrollverfahren verfügen.

Im Rahmen von Wahlvorschlägen an die Hauptversammlung soll insbesondere auf Persönlichkeit, Integrität, Leistungsbereitschaft und Unabhängigkeit der Kandidatinnen und Kandidaten geachtet werden. Zudem sollen bestehende sowie zur Wahl stehende Aufsichtsratsmitglieder grundsätzlich der vom DCGK unter Ziffer 5.4.5 empfohlenen Begrenzung von Mandaten in konzernexternen börsennotierten Gesellschaften oder in Aufsichtsgremien von konzernexternen Gesellschaften, die vergleichbare Anforderungen stellen, nachkommen.

Bei Wahlvorschlägen des Aufsichtsrats an die Hauptversammlung sollen sämtliche Voraussetzungen (hinsichtlich Satzung und Geschäftsordnung für den Aufsichtsrat, Deutscher Corporate Governance Kodex) erfüllt und die vorangehenden Ziele berücksichtigt sein, so

dass eine gesamtheitliche Ausfüllung des Kompetenzprofils für das Gesamtgremium des Aufsichtsrats gewährleistet ist.

Im Fall einer möglichen anstehenden Neubesetzung ist zunächst zu prüfen, welche der entsprechenden Fachkenntnisse im Aufsichtsrat fehlen beziehungsweise verstärkt werden sollen. Basierend auf diesem entsprechenden Anforderungsprofil sind Kandidatinnen oder Kandidaten zu identifizieren, die diese entsprechenden Fachkenntnisse oder Fähigkeiten aufweisen. Im Hinblick auf eine kontinuierliche Aufsichtsratsarbeit sowie einer nachhaltigen und effizienten Nachfolgeplanung ist hier ebenfalls die festgelegte Altersgrenze für Mitglieder des Aufsichtsrats zu berücksichtigen.

ARBEITSWEISE VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Jedes Vorstandsmitglied verantwortet einen eigenen Zuständigkeitsbereich, über den es seine Vorstandskollegen laufend unterrichtet. Die Zusammenarbeit und Zuständigkeiten der Vorstandsmitglieder werden durch eine Geschäftsordnung geregelt, die der Aufsichtsrat für den Vorstand erlassen hat und bei Bedarf aktualisiert. 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 treffen 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, das vom Vorstandsvorsitzenden bzw. dem Vorsitzenden der Sitzung unterzeichnet wird. Dieses Protokoll wird unverzüglich jedem Vorstandsmitglied schriftlich oder in Textform zugeleitet; erhebt keine der Personen, die an der Sitzung bzw. Beschlussfassung teilgenommen haben, Widerspruch gegen Inhalt oder Formulierung des Protokolls innerhalb einer Woche nach Zusendung, gilt das Protokoll als genehmigt. 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.

Näheres zur Arbeitsweise des Vorstands wird in der vom Aufsichtsrat festgelegten Geschäftsordnung für den Vorstand geregelt, die insbesondere auch den Geschäftsverteilungsplan und die dem Gesamtvorstand vorbehaltenen Angelegenheiten regelt.

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 Fragen der 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 Satzung der Gesellschaft und die Geschäftsordnung des Vorstands sehen für bedeutende Geschäftsvorgänge Zustimmungsvorbehalte zugunsten des Aufsichtsrats vor. So ist beispielsweise für die Festlegung der Jahresplanung, größere Akquisitionen bzw. Desinvestitionen oder Investitionen in Programmlicenzen die Zustimmung des Aufsichtsrats erforderlich. Nähere Informationen zur Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat und zu wichtigen Beratungsthemen im Geschäftsjahr 2017 sind im Bericht des Aufsichtsrats zu finden. → [Geschäftsbericht 2017 ab Seite 55](#)

Der Aufsichtsrat hält mindestens zwei Sitzungen pro Kalenderhalbjahr ab. Für seine Arbeit hat sich der Aufsichtsrat in Ergänzung zu den Vorgaben der Satzung eine Geschäftsordnung gegeben: Danach koordiniert der Aufsichtsratsvorsitzende die Arbeit im Aufsichtsrat, leitet dessen Sitzungen und nimmt die Belange des Gremiums nach außen wahr. Im Falle von Investorengesprächen führt der Aufsichtsratsvorsitzende in angemessenem Rahmen Gespräche über aufsichtsratspezifische Themen. Auf dem Capital Markets Day der Gesellschaft im Dezember 2017 hat er zum Beispiel zur strategischen Neuausrichtung von ProSiebenSat.1 Stellung bezogen. 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 bzw. Beschlussfassung teilgenommen haben, können innerhalb eines Monats nach Versand gegenüber dem Aufsichtsratsvorsitzenden schriftlich Widerspruch einlegen. Andernfalls gilt das Protokoll als genehmigt.

Herr Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher, der zugleich Vorsitzender des Prüfungsausschusses ist, erfüllt als unabhängiges und sachverständiges Mitglied die Anforderungen nach §§ 100 Abs. 5, 107 Abs. 4 AktG i.V.m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO und Ziff. 5.3.2 Sätze 2 und 3 DCGK; im Übrigen sind die Mitglieder des Prüfungsausschusses in ihrer Gesamtheit

mit dem Sektor, in dem die Gesellschaft tätig ist, gemäß §§ 100 Abs. 5, 107 Abs. 4 AktG i.V.m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO vertraut.

Des Weiteren sind auch die Mitglieder des Gesamtaufsichtsrats in ihrer Gesamtheit mit dem Sektor, in dem die Gesellschaft tätig ist, gemäß § 100 Abs. 5 AktG i.V.m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO vertraut. Jedes Aufsichtsratsmitglied hat Interessenkonflikte, insbesondere solche, die etwa aufgrund einer Beratung oder Organfunktion bei Kunden, Lieferanten, Kreditgebern oder sonstigen Geschäftspartnern entstehen könnten, unverzüglich dem Präsidial- und Nominierungsausschuss des Aufsichtsrats mitzuteilen.

Entsprechend der Empfehlung in Ziff. 5.6 des DCGK führt der Aufsichtsrat regelmäßig eine Effizienzprüfung durch. Wesentliche Themen sind unter anderem das Selbstverständnis des Aufsichtsrats, die Organisation seiner Tätigkeit, die Unabhängigkeit der Aufsichtsratsmitglieder, die Behandlung von potenziellen Interessenkonflikten sowie die Besetzung der Ausschüsse.

ZUSAMMENSETZUNG UND ARBEITSWEISE DER AUSSCHÜSSE

Der Vorstand hat keine Ausschüsse eingerichtet; der Aufsichtsrat hat im Geschäftsjahr 2017 vier 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. → [Abb. 003](#)

003 / ZUSAMMENSETZUNG DER AUFSICHTSRATS-AUSSCHÜSSE ZUM 31. DEZEMBER 2017

PRÄSIDIAL- UND NOMINIERUNGS-AUSSCHUSS:

Dr. Werner Brandt (Co-Vorsitzender), Dr. Marion Helmes (Co-Vorsitzende), Lawrence Aidem, Ketan Mehta

PRÜFUNGS-AUSSCHUSS:

Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher (Vorsitzender und unabhängiger Finanzexperte i. S. d. §§ 100 Abs. 5, 107 Abs. 4 AktG i.V.m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO und Ziffer 5.3.2 Sätze 2 und 3 DCGK), Antoinette (Annet) P. Aris, Dr. Marion Helmes

PERSONAL-AUSSCHUSS:

Dr. Werner Brandt (Vorsitzender), Antoinette (Annet) P. Aris, Angelika Gifford, Dr. Marion Helmes

KAPITALMARKT-AUSSCHUSS:

Dr. Werner Brandt (Vorsitzender), Antoinette (Annet) P. Aris, Dr. Marion Helmes, Ketan Mehta, Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher

Die Aufsichtsratsausschüsse kommen in der Regel quartalsweise zu Sitzungen zusammen; der Kapitalmarktausschuss tritt nur zusammen, wenn eine Zustimmung des Aufsichtsrats zur Ausnutzung eines genehmigten Kapitals der Gesellschaft durch den Vorstand und damit im Zusammenhang stehender Maßnahmen erforderlich ist. Den

Ausschüssen sind, soweit gesetzlich zulässig, 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 teilnimmt. Beschlüsse in den Ausschüssen werden grundsätzlich mit einfacher Mehrheit der Stimmen gefasst; bei Stimmgleichheit 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, der Rechtsvorstand und der Abschlussprüfer nehmen regelmäßig an den Sitzungen des Prüfungsausschusses teil. Darüber hinaus lädt der Vorsitzende des Prüfungsausschusses bei Bedarf insbesondere leitende Angestellte aus den Bereichen Finanzen und Bilanzierung zu Informationszwecken ein. Mindestens einmal im Geschäftsjahr tagt der Prüfungsausschuss in Abwesenheit von Vorstandsmitgliedern. Für seine Arbeit hat der Aufsichtsrat dem Prüfungsausschuss eine Geschäftsordnung gegeben. Zusätzlich findet auch außerhalb der Sitzungen ein regelmäßiger Dialog zwischen dem Prüfungsausschuss und den Abschlussprüfern statt.

INDIVIDUALISIERTE OFFENLEGUNG DER SITZUNGSTEILNAHME

Der Aufsichtsrat sieht es als Bestandteil guter Corporate Governance an, die Teilnahme an Sitzungen des Aufsichtsratsplenums sowie der Aufsichtsratsausschüsse individualisiert offenzulegen. → [Abb. 004](#)

004 / INDIVIDUALISIERTE OFFENLEGUNG DER SITZUNGSTEILNAHME IM GESCHÄFTSJAHR 2017

	Sitzungs- teilnahme	Anwesen- heit in %
AUFSICHTSRATSPLENUM		
Dr. Werner Brandt, Vorsitzender (seit 26. Juni 2014)	12/12	100
Dr. Marion Helmes, stellv. Vorsitzende (seit 26. Juni 2014, stellv. Vorsitzende seit 21. Mai 2015)	12/12	100
Lawrence Aidem (seit 26. Juni 2014)	11/12	92
Antoinette (Annet) P. Aris (seit 26. Juni 2014)	12/12	100
Adam Cahan (seit 26. Juni 2014)	12/12	100
Angelika Gifford (seit 21. Mai 2015)	12/12	100
Erik Adrianus Hubertus Huggers (seit 26. Juni 2014)	12/12	100
Ketan Mehta (seit 24. November 2015)	12/12	100
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher (seit 21. Mai 2015)	12/12	100
PRÄSIDIAL- UND NOMINIERUNGS-AUSSCHUSS		
Dr. Werner Brandt, Co-Vorsitzender (seit 26. Juni 2014)	4/4	100
Dr. Marion Helmes, Co-Vorsitzende (seit 21. Mai 2015)	4/4	100
Lawrence Aidem (seit 26. Juni 2014)	4/4	100
Ketan Mehta (seit 30. Juni 2016)	4/4	100
PRÜFUNGS-AUSSCHUSS		
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher, Vorsitzender (seit 21. Mai 2015)	5/5	100
Antoinette (Annet) P. Aris (seit 26. Juni 2014)	5/5	100
Dr. Marion Helmes (seit 26. Juni 2014)	5/5	100
PERSONAL-AUSSCHUSS		
Dr. Werner Brandt, Vorsitzender (seit 26. Juni 2014)	2/2	100
Antoinette (Annet) P. Aris (seit 26. Juni 2014)	2/2	100
Angelika Gifford (seit 21. Mai 2015)	2/2	100
Dr. Marion Helmes (seit 21. Mai 2015)	2/2	100

Der Kapitalmarktausschuss trat im Geschäftsjahr 2017 nicht zu Sitzungen zusammen.

KAPITALMARKTKOMMUNIKATION 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 SE regelmäßig über wesentliche Entwicklungen der Geschäftslage und Änderungen im Konzern. Zudem veranstaltet die Gesellschaft einmal im Jahr einen Kapitalmarkttag. Das Unternehmen stellt Informationen grundsätzlich zeitgleich allen Aktionären sowie Medienvertretern und der interessierten Öffentlichkeit zur Verfügung. Diese werden auch in englischer Sprache veröffentlicht, um die Internationalität der Interessengruppen zu berücksichtigen.

Im Sinne einer fairen Kommunikation und zeitnahen Information im In- und Ausland nutzt das Unternehmen insbesondere das Internet als Kommunikationskanal. Auf der Homepage → www.ProSiebenSat1.com/ werden alle relevanten Unternehmensinformationen publiziert. Geschäfts- und Halbjahresfinanzberichte sowie Quartalsmitteilungen,

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 Hauptversammlung. Neben der Tagesordnung selbst sind dort im Anschluss an die Hauptversammlung auch die Rede des Vorstandsvorsitzenden sowie die Abstimmungsergebnisse abrufbar. In der Rubrik „Corporate Governance“ veröffentlicht die ProSiebenSat.1 Media SE zudem den jährlichen Corporate-Governance-Bericht, die aktuelle Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289f HGB und §§ 289f, 315d, 315e HGB, die Entsprechenserklärung zum DCGK gemäß § 161 AktG einschließlich eines Archivs mit älteren Entsprechenserklärungen sowie die Satzung des Unternehmens.

- **Regelberichterstattung und Ad-hoc-Publizität:** Im Rahmen der Jahres- und Zwischenberichterstattung werden viermal im Geschäftsjahr die Geschäftsentwicklung sowie die Finanz- und Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group erläutert. Tatsachen, die den Börsenkurs erheblich beeinflussen könnten, werden entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen auch außerhalb der regelmäßigen Berichterstattung unverzüglich als Ad-hoc-Meldung veröffentlicht und unverzüglich im Internet zugänglich gemacht.
- **Finanzkalender:** Im Finanzkalender werden die Veröffentlichungstermine von Finanzberichten und Mitteilungen sowie weitere wichtige Termine wie zum Beispiel das Datum der Hauptversammlung frühzeitig bekannt gegeben. Der Kalender ist auf der ProSiebenSat.1-Homepage unter → www.prosiebensat1.com/investor-relations/presentationen-events/finanzkalender abrufbar und auch in Geschäftsbericht 2017 auf → [Seite 281](#) abgedruckt.
- **Bedeutende Stimmrechtsanteile:** Meldungen zu Veränderungen bei bedeutenden Stimmrechtsanteilen gemäß den §§ 33 ff. Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) werden unverzüglich nach Eingang veröffentlicht. Aktuelle Informationen sind unter → www.ProSiebenSat1.com/investor-relations/publikationen/stimmrechtsmitteilungen abrufbar.
- **Directors'-Dealings-Meldungen:** Auch Directors'-Dealings-Meldungen nach Art. 19 der Verordnung (EU) Nr. 596/2014 über Marktmissbrauch (MAR) werden unverzüglich nach deren Eingang unter → www.ProSiebenSat1.com/investor-relations/publikationen/directors-dealings-meldungen veröffentlicht. Im Geschäftsjahr 2017 wurden der ProSiebenSat.1 Media SE gemäß Art. 19 MAR zwölf Geschäfte von Personen mit Führungsaufgaben oder ihnen nahestehenden Personen in Aktien der Gesellschaft bzw. sich auf Aktien der Gesellschaft beziehenden Finanzinstrumenten gemeldet.
- **Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat:** Zum 31. Dezember 2017 hielten Mitglieder des Vorstands insgesamt 64.450 Aktien und Mitglieder des Aufsichtsrats insgesamt 26.180 Aktien an der ProSiebenSat.1 Media SE. → [Abb. 005](#)

005 / INDIVIDUALISIERTER AKTIENBESITZ VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT ZUM 31. DEZEMBER 2017

	Anzahl Aktien
VORSTAND	
Thomas Ebeling	44.750
Conrad Albert	10.500
Sabine Eckhardt	2.000
Jan David Frouman	3.000
Dr. Jan Kemper	0
Christof Wahl	4.200
AUFSICHTSRAT	
Dr. Werner Brandt	10.000
Dr. Marion Helmes	4.240
Lawrence Aidem	1.239
Antoinette (P.) Aris	1.340
Adam Cahan	1.275
Angelika Gifford	1.431
Erik Adrianus Hubertus Huggers	1.776
Ketan Mehta	2.115
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	2.764

Im Rahmen des aktienbasierten Vergütungsprogramms (Group Share Plan) werden an die Teilnehmer sogenannte Performance Share Units (PSUs) ausgegeben, die nach Ablauf einer vierjährigen Haltefrist, beginnend mit dem Beginn des Jahres der Zuteilung, nach Wahl der Gesellschaft zum Bezug von Aktien der Gesellschaft oder einer entsprechenden Barauszahlung in Höhe des Kurswerts der Aktien berechtigen. Die Gesellschaft bzw. der Aufsichtsrat haben im März 2016 entschieden, bis auf weiteres von diesem Recht auf Barabwicklung Gebrauch zu machen und die PSUs nach Ablauf der Wartefrist daher jeweils in bar auszuzahlen (siehe Konzernanhang Tz. 31. „Anteilsbasierte Vergütung“). Der Umrechnungsfaktor, mit dem die PSUs nach Ablauf der Haltefrist in ProSiebenSat.1-Aktien bzw. einen entsprechenden Gegenwert in bar umgerechnet werden, hängt von der Erreichung im Voraus festgelegter Jahresziele während der Haltefrist ab. Im Geschäftsjahr 2017 hielten Mitglieder des Vorstands insgesamt 392.938 PSUs. → [Vergütungsbericht, Seite 74](#)

- **Rechnungslegung und Abschlussprüfung:** Die Rechnungslegung des ProSiebenSat.1-Konzerns erfolgt nach Grundsätzen der IFRS (International Financial Reporting Standards), wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Der Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE als Konzern-Muttergesellschaft wird nach den Rechnungslegungsvorschriften des deutschen Handelsgesetzbuches (HGB) erstellt. Sowohl der Einzelabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE als auch der Konzernabschluss sind auf der Homepage der Gesellschaft unter → www.ProSiebenSat1.com abrufbar. Beide Abschlüsse werden von einer unabhängigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und testiert. Für das Geschäftsjahr 2017 sind sie von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (KPMG), Niederlassung München, mit Haiko Schmidt als verantwortlichem Prüfer ordnungsgemäß geprüft und am 21. Februar 2018 mit dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen

worden. Haiko Schmidt ist seit dem Geschäftsjahr 2012 als verantwortlicher Prüfer der KPMG für die Gesellschaft tätig.

- **Aktionsoptionsprogramme und ähnliche wertpapierorientierte Anreizsysteme:** Angaben zum aktienbasierten Vergütungsprogramm (Group Share Plan), zum Mid Term Incentive Plan (MIT), der in bar auszuzahlen ist, zum bisherigen Aktienoptionsprogramm (Long Term Incentive Plan) sowie zum Mitarbeiteraktienprogramm (MyShares) der ProSiebenSat.1 Media SE sind im Anhang des Konzernabschlusses sowie im Lagebericht enthalten. → [Anhang, Seite 181](#)
→ [Vergütungsbericht, Seite 74](#) → [Die ProSiebenSat.1-Aktie, Seite 95](#)

ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG

In der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß §§ 289f, 315d HGB berichten Vorstand und Aufsichtsrat über die Unternehmensführung. Sie umfasst neben der jährlichen Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG relevante Angaben zu Unternehmensführungspraktiken sowie weitere Aspekte der Unternehmensführung. Ergänzende Ausführungen, wie unter anderem eine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat, eine Darstellung der Zusammensetzung und Arbeitsweise der Ausschüsse, eine Beschreibung des Diversitätskonzepts sowie Erläuterungen zur Kapitalmarktkommunikation und den Rechnungslegungsgrundsätzen befinden sich im Corporate-Governance-Bericht. → [Geschäftsbericht 2017 ab Seite 64](#)

006 / ENTSPRECHENSERKLÄRUNG DES VORSTANDS UND DES AUFSICHTSRATS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE ZUM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX GEMÄSS § 161 AKTG

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE erklären, dass den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der im amtlichen Teil des Bundesanzeigers am 24. April bzw. 19. Mai 2017 bekannt gemachten Fassung vom 7. Februar 2017 seit deren Bekanntgabe grundsätzlich entsprochen wird und wurde. Lediglich die folgenden Kodex-Empfehlungen wurden und werden nicht angewendet:

– 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 Art. 51 SE VO) 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.

– Der Vorstand hat bei der Gesellschaft ein Compliance Management System (CMS) eingerichtet, das angemessene, an der Risikolage des Unternehmens ausgerichtete Maßnahmen abbildet, und hat dessen Grundzüge im Corporate Governance Bericht der Gesellschaft sowie in der Nichtfinanziellen Konzernklärung offengelegt. Beschäftigten wird in diesem Zusammenhang auf geeignete Weise die Möglichkeit eingeräumt, Hinweise auf Rechtsverstöße im Unternehmen zu geben. Schutz erfahren die Beschäftigten gemäß der neuen Empfehlung unter Ziffer 4.1.3 Satz 2 DCGK dadurch, dass der in einer Betriebsvereinbarung verankerte Verhaltenskodex der Gesellschaft in Abschnitt XIX (Verstöße gegen den

Verhaltenskodex) regelt, dass gutgläubige Hinweisgeber für die Abgabe einer Meldung nicht benachteiligt werden dürfen. Ferner hat der Vorstand beschlossen, den Mitarbeitern künftig die Möglichkeit zu geben, Hinweise auf Rechtsverstöße über eine Ombudsperson auch anonym abzugeben. Die Abstimmung mit dem zuständigen Betriebsrat über die Ausgestaltung des Meldesystems ist noch nicht abgeschlossen. Die Umsetzung der Maßnahme ist bis zum Ende des vierten Quartals 2018 geplant.

Die ProSiebenSat.1 Media SE beabsichtigt, den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der im amtlichen Teil des Bundesanzeigers am 24. April bzw. 19. Mai 2017 bekannt gemachten Fassung vom 7. Februar 2017 mit den oben erwähnten Ausnahmen auch in Zukunft zu entsprechen.

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE erklären, dass den Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der im amtlichen Teil des Bundesanzeigers am 12. Juni 2015 bekannt gemachten Fassung vom 5. Mai 2015 im Zeitraum seit Abgabe der letzten Entsprechenserklärung im März 2017 bis zur Bekanntmachung der Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der im amtlichen Teil des Bundesanzeigers am 24. April bzw. 19. Mai 2017 bekannt gemachten Fassung vom 7. Februar 2017 ebenfalls mit der nachstehenden Ausnahme entsprochen wurde:

– 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 Art. 51 SE VO) 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.

Im März 2018
Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE

RELEVANTE ANGABEN ZU UNTERNEHMENSFÜHRUNGSPRAKTIKEN

Der Vorstand ist der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf der Grundlage rechtmäßigen Handelns möglich ist. Die Verhinderung von Korruption und Rechtsverstößen

sind daher wichtige Erfolgsfaktoren für die Marktposition sowie die Erreichung der Unternehmensziele. Dies gilt insbesondere für das Kartell- und Medienrecht sowie – aufgrund der steigenden Digitalisierung der Geschäftstätigkeit des Konzerns – den Datenschutz und die damit verbundene Wahrung von Persönlichkeitsrechten. Für weitergehende Angaben zum zu diesem Zweck bei der ProSiebenSat.1 Group bestehenden Compliance-Management-System (CMS) und auch dem für die ProSiebenSat.1 geltenden Verhaltenskodex („Code of Conduct“) verweisen wir auf den Corporate-Governance-Bericht.

BESCHREIBUNG DER ZUSAMMENSETZUNG UND ARBEITSWEISE VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT, DER AUSSCHÜSSE SOWIE DES DIVERSITÄTSKONZEPTS

Eine allgemeine Beschreibung der Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat sowie dessen Ausschüssen befindet sich im Corporate-Governance-Bericht. Die Zusammensetzung des Vorstands ist → [ab Seite 64](#) im Geschäftsbericht 2017 zu finden; die Zusammensetzung des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse ist im Geschäftsbericht 2017 auf → [Seite 63 oder 261](#) sowie im Corporate-Governance-Bericht erläutert. Ebenfalls im Corporate-Governance-Bericht ist die Beschreibung des Diversitätskonzepts sowie der Ziele dieses Diversitätskonzepts, der Art und Weise seiner Umsetzung und der im Geschäftsjahr erreichten Ergebnisse gemäß §§ 289f Abs. 2 Nummer 6, 315d HGB enthalten.

FESTLEGUNGEN ZUR GLEICHBERECHTIGTEN TEILHABE VON FRAUEN IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN GEMÄSS § 76 ABS. 4 UND § 111 ABS. 5 AKTG I.V.M. ART. 9 ABS. 1 LIT. C) II) SE-VO

Vorstand und Aufsichtsrat. Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat jeweils für die Zusammensetzung von Vorstand und Aufsichtsrat mit Blick auf die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen in beiden Organen der Gesellschaft gemäß § 111 Abs. 5 AktG i.V.m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO Zielgrößen sowie Fristen für eine entsprechende Zielerreichung festgelegt, über die im Corporate-Governance-Bericht berichtet wird; auf diesen Bericht wird hiermit verwiesen.

Führungsebenen unterhalb des Vorstands. Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE hat mit Beschluss vom 30. Juni. 2017 mit Blick auf § 76 Abs. 4 AktG i.V.m. Art. 9 Abs. 1 lit. c) ii) SE-VO in Bezug auf den Frauenanteil in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands folgende neue Zielgrößen festgelegt, die bis zum 30. Juni 2022 erreicht sein sollen:

- 1. Führungsebene (Management Level 1): 15 Prozent
- 2. Führungsebene (Management Level 2): 30 Prozent

Der Frauenanteil für die erste Führungsebene in der ProSiebenSat.1 Media SE betrug zum Ende des abgelaufenen Geschäftsjahres 13,8 Prozent. Die Frauenquote für die zweite Führungsebene lag zum 31. Dezember 2017 bei 25,7 Prozent.

Die zum 30. Juni 2017 gesetzte Zielgröße für den Frauenanteil auf der ersten Führungsebene (15%) wurde mit 12,5 Prozent nicht erreicht. Grund hierfür war die Reorganisation des Bereichs Group Controlling. Durch die neue zentrale Organisationsstruktur wurden die Führungsebenen angepasst. Ohne die Umstrukturierung wäre die Quote mit 17,6 Prozent übertroffen worden. Auf der zweiten Führungsebene lag die Frauenquote mit 29,7 Prozent über der entsprechenden Zielgröße von 25 Prozent.

VERGÜTUNGSBERICHT¹

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

im Rahmen der letztjährigen ordentlichen Hauptversammlung am 12. Mai 2017 stand als Tagesordnungspunkt die „Beschlussfassung über die Billigung des Systems zur Vergütung der Mitglieder des Vorstands“ zur Abstimmung. Als einziger von acht der Hauptversammlung zur Abstimmung gestellten Tagesordnungspunkten hat das Vorstandsvergütungssystem eine mehrheitliche Zustimmung der Aktionäre nicht erreicht. Der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE hat dieses Ergebnis zum Anlass genommen, die vorgebrachten Kritikpunkte aus dem Kreise der Aktionäre eingehend zu analysieren. Abschließend lässt sich zusammenfassen, dass der Fokus der an das Unternehmen herangetragenen Gründe für die Ablehnung auf die generelle Vergütungsstruktur, einzelne Vergütungskomponenten sowie eine mangelnde Transparenz bei der Darstellung des Vergütungssystems abgezielt hat.

Der Aufsichtsrat hat die Kritikpunkte angenommen und den Vergütungsbericht umfassend überarbeitet, um am Kapitalmarkt eine deutlich höhere Verständlichkeit für das bestehende Vergütungssystem zu erreichen. Darüber hinaus hat das Unternehmen seit der vergangenen Hauptversammlung verstärkt den Dialog mit seinen Aktionären gesucht, um ein besseres Verständnis über die Bedürfnisse der Berichtsläser zu erhalten und den Vergütungsbericht entsprechend zu optimieren.

Zusätzlich zur erfolgten Verbesserung der Transparenz durch Überarbeitung des Vergütungsberichts hat sich der Aufsichtsrat dazu entschlossen, das Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstands zeitnah anzupassen, um der Kritik der Aktionäre an den Strukturelementen des aktuellen Vergütungssystems gerecht zu werden. Im Zuge dessen wurden in Zusammenarbeit mit einem externen unabhängigen Vergütungsberater bereits Eckpunkte eines neuen Vergütungssystems erarbeitet. Das neue Vergütungssystem soll im besseren Einklang mit den Interessen unserer Aktionäre ausgestaltet sein und gleichzeitig auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung abzielen. Das Vergütungssystem soll in erster Linie vereinfacht werden, während die erfolgsabhängige Vergütung weiterhin an überwiegend langfristigen Parametern bemessen wird. Auf freie Ermessensentscheidungen durch den Aufsichtsrat soll in Zukunft bei den einzelnen Vergütungskomponenten vollständig verzichtet werden. Die langfristige variable Vergütung wird im neuen Vergütungssystem ausschließlich aus einem Plantypen bestehen. Hierbei wird der Mid Term Incentive Plan vollständig abgeschafft und der Group Share Plan durch einen neuen Performance Share Plan mit marktüblicher Ausgestaltung ersetzt. Unterschiedliche strategierelevante Erfolgsziele in der kurzfristigen und langfristigen variablen Vergütung stellen sicher, dass die Leistung des Vorstands vollständig im Vergütungssystem wiedergespiegelt wird und relevante Anreize für eine erfolgreiche Unternehmensführung gesetzt werden. Um die Interessen von Aktionären und dem Vorstand weiter anzugleichen, ist ein relativer Vergleich mit relevanten Vergleichsunternehmen als zusätzliches Erfolgsziel in der langfristigen variablen Vergütung vorgesehen. Zur Stärkung der Aktienkultur werden darüber hinaus Aktienhalterpflichtungen für den Vorstand eingeführt. Jedes Vorstandsmitglied wird dazu verpflichtet, Auszahlungen aus der variablen Vergütung, bis zum Erreichen eines festgelegten Zielbetrags, anteilig in Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE zu investieren und diese mindestens bis zum Ablauf der Bestellung als Vorstandsmitglied zu halten.

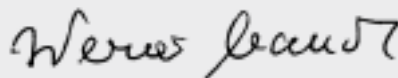
¹Dieser Abschnitt ist Bestandteil des geprüften, zusammengefassten Lageberichts.

Zusammengefasst beinhaltet die Überarbeitung des Vorstandsvergütungssystems die folgenden Punkte:

ZIELE DES ÜBERARBEITETEN VERGÜTUNGSSYSTEMS	VORAUSSICHTLICHE INSTRUMENTE
Ambitionierte Anreizsetzung für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung („Pay for Performance“)	<ul style="list-style-type: none">_ Verwendung strategierelevanter finanzieller Zielparameter_ Messung der Leistung des Vorstands nach individuellen und kollektiven Zielen_ Berücksichtigung finanzieller und nichtfinanzieller Ziele_ Bemessung variabler Vergütung an überwiegend langfristigen Zielen_ Anteil der langfristigen variablen Vergütung an der Gesamtvergütung höher als Anteil der kurzfristigen variablen Vergütung_ Marktübliche Ausgestaltung des Zielkorridors:<ul style="list-style-type: none">> Marktübliche maximale Auszahlung der Zielbeträge> Totalausfall der variablen Vergütung möglich
Reduzierung der Komplexität	<ul style="list-style-type: none">_ Verwendung lediglich eines Plans in der langfristigen variablen Vergütung
Abschaffen von Bestandteilen mit freier Ermessensentscheidung	<ul style="list-style-type: none">_ Beurteilung der individuellen und kollektiven Leistung des Vorstands durch im Vorfeld fest definierte Kriterien
Angleichung der Interessen zwischen Vorstand und Aktionären	<ul style="list-style-type: none">_ Vergleich des Total Shareholder Returns mit Vergleichsunternehmen in der langfristigen variablen Vergütung als Zielsetzung in einem Performance Share Plan_ Einführung von Aktienhaltevorschriften („Share Ownership Guidelines“) für Vorstandsmitglieder
Erhöhung der Transparenz	<ul style="list-style-type: none">_ Konkretisierung der finanziellen Parameter und der Kriterien für nichtfinanzielle Ziele_ Ex-post-Veröffentlichung der Zielerreichung einzelner Zielparameter
Vermeidung von Doppelincentivierung in der variablen Vergütung	<ul style="list-style-type: none">_ Verwendung unterschiedlicher Zielparameter in kurzfristiger und langfristiger variabler Vergütung

Wir beabsichtigen, das überarbeitete Vergütungssystem der Mitglieder des Vorstands Ihnen im Rahmen der Hauptversammlung am 16. Mai 2018 zur Abstimmung zu stellen und Sie um Ihre Zustimmung zu diesem Tagesordnungspunkt zu bitten.

Mit freundlichen Grüßen



DR. WERNER BRANDT
VORSITZENDER DES AUFSICHTSRATS

Der Vergütungsbericht beschreibt die Grundzüge des Vergütungssystems von Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2017. Er erläutert die Struktur und Höhe der Vergütung der einzelnen Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder. Der Vergütungsbericht ist Bestandteil des geprüften zusammengefassten Lageberichts und entspricht den anwendbaren gesetzlichen Vorschriften. Ferner berücksichtigt er die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 7. Februar 2017.

VERGÜTUNG DES VORSTANDS

Zuständigkeit und Verfahren für die Festlegung der Vorstandsvergütung

Die Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media SE stehen zusätzlich zu ihrer Organfunktion in vertraglicher Beziehung zur Gesellschaft. Für den Abschluss der Dienstverträge mit den Mitgliedern des Vorstands ist der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE zuständig. Die Vorstandsdienstverträge haben eine maximale Laufzeit von fünf Jahren und regeln auch die Vergütung. Struktur und Höhe der Vorstandsvergütung werden auf Vorschlag des Personalausschusses („Compensation Committee“) vom Aufsichtsratsplenum festgelegt und regelmäßig überprüft → [Abb. 007](#). Hierbei beachtet der Aufsichtsrat, dass die persönliche Leistung sowie der Tätigkeits- und Verantwortungsbereich der einzelnen Vorstandsmitglieder einerseits und die wirtschaftliche Lage der Gesellschaft andererseits in einem angemessenen Verhältnis zueinanderstehen. → [Bericht des Aufsichtsrates, Seite 55](#)

Darüber hinaus wird die Vergütungsstruktur innerhalb der ProSiebenSat.1 Media SE berücksichtigt, wobei der Aufsichtsrat vor allem das Verhältnis der Vorstandsvergütung zur Vergütung des oberen Führungskreises und der Belegschaft insgesamt betrachtet sowie die Höhe und Struktur der Vorstandsvergütung in vergleichbaren Unternehmen berücksichtigt. Als vergleichbare Unternehmen betrachtet der Aufsichtsrat gegenwärtig Unternehmen im DAX, MDAX und im STOXX Europe 600 Media, einem Sub-Index des STOXX Europe 600 Index, zu dem Unternehmen der europäischen Medienindustrie zählen, sowie direkte Wettbewerber. Zu den vergleichbaren Unternehmen zählen somit zum Beispiel Axel Springer, ITV und die Mediengruppe RTL Deutschland. Soweit der Aufsichtsrat dies für erforderlich bzw. zweckdienlich erachtet, zieht er bei der Festlegung und Überprüfung der Vorstandsvergütung Sachverständige hinzu. So hat der Aufsichtsrat bisher die Vorstandsvergütung auch in regelmäßigen

Abständen insbesondere im Hinblick auf Marktüblichkeit durch unabhängige externe Berater überprüfen lassen. Eine solche Überprüfung erfolgte zuletzt im Dezember 2015 durch eine international tätige und unabhängige Vergütungsberatungsgesellschaft.

Grundsätze des Vergütungssystems

Das Vergütungssystem der ProSiebenSat.1 Media SE weist klare und transparente Strukturen auf und steht im Einklang mit unserer Konzernstrategie. Um uns kontinuierlich verbessern zu können, überprüfen wir unser Vergütungssystem regelmäßig. Aus diesem Grund sind wir insbesondere im letzten Jahr auch verstärkt in den Dialog mit relevanten Kapitalmarktteilnehmern eingetreten. Ziel des Vergütungssystems für den Vorstand ist es, einen Anreiz für eine erfolgreiche und nachhaltige Unternehmensentwicklung zu schaffen. Daher ist das System auf eine transparente, leistungsbezogene und stark am Unternehmenserfolg orientierte Vergütung ausgerichtet, das insbesondere von langfristigen und anspruchsvollen individuellen Zielgrößen sowie der Entwicklung der ProSiebenSat.1-Aktie abhängt. Die Mitglieder des Vorstands sollen durch das Vergütungssystem motiviert werden, die in der Geschäftsstrategie der ProSiebenSat.1 Media SE verankerten Ziele zu erreichen und unverhältnismäßige Risiken zu vermeiden.

Struktur und Bestandteile der Vorstandsvergütung

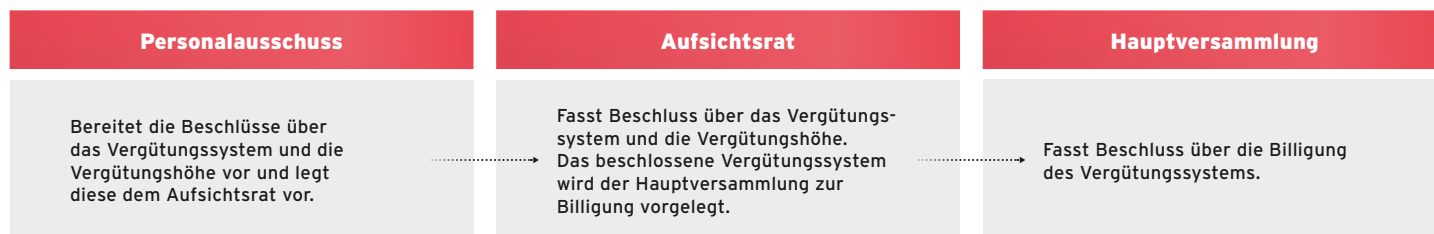
Die Vorstandsvergütung setzt sich aus einer Festvergütung und mehreren variablen Vergütungskomponenten zusammen, die in einem ausgewogenen und angemessenen Verhältnis - jeweils innerhalb einer gewissen Bandbreite - zueinanderstehen. → [Abb. 008](#)

008 / STRUKTUR UND VERGÜTUNGSKOMPONENTEN DES VERGÜTUNGSSYSTEMS

Festvergütung	Fixes Basisgehalt	25% - 35% ¹
	Einjährige variable Vergütung (Performance Bonus)	15% - 30%
Variable Vergütung	+ Mehrjährige variable Vergütung	
	Group Share Plan (aktienbasiert)	25% - 45%
	Mid Term Incentive Plan	10% - 20%

¹Angabe in 5% Schritten für eine bessere Lesbarkeit sowie Annahme einer unterstellten Zielerreichung von 100 Prozent und ganzjährigen Bestellung zum Vorstandsmitglied.

007 / FESTLEGUNG DER VORSTANDSVERGÜTUNG



Zudem erhalten die Vorstandsmitglieder Versorgungszusagen sowie erfolgsunabhängige Nebenleistungen.

FESTVERGÜTUNG

Sämtliche Vorstandsmitglieder erhielten jeweils ein fixes Basisgehalt. Es orientiert sich am Tätigkeits- und Verantwortungsbereich des jeweiligen Vorstandsmitglieds und wurde monatlich ausgezahlt.

VARIABLE VERGÜTUNGSKOMPONENTEN

Die variable Vergütung besteht aus einer einjährigen (Performance Bonus) sowie aus zwei mehrjährigen Vergütungskomponenten (Group Share Plan und Mid Term Incentive Plan). Die variablen Vergütungskomponenten verfolgen jeweils unterschiedliche wirtschaftliche Zielrichtungen und setzen entsprechend unterschiedliche Anreizwirkungen. → [Abb. 009](#)

009 / ZUORDNUNG DER ZIELE ZU DEN EINZELNEN VARIABLEN VERGÜTUNGSKOMPONENTEN

PERFORMANCE BONUS

EBITDA des Konzerns

Netto-Finanzverschuldung des Konzerns

Individuelle Zielparameter (Auswahl):

- EBITDA und Umsatz der jeweiligen Vorstandssegmente
- Projekt- und prozessbezogene Zielsetzungen, z. B. Etablierung effektiver Prozesse
- Strategiebezogene Zielsetzungen, z. B. Entwicklung einer neuen Digital- & Adjacent-Portfoliostrategie

Anpassung für individuelle Leistungen (bis zu +/- 20%)

GROUP SHARE PLAN

EBITDA des Konzerns

Konzernjahresüberschuss

Aktienkurs

Individuelle Anpassung für außerordentliche Leistungen (bis zu +/- 25%)

MID TERM INCENTIVE PLAN

Adjusted EBITDA des Konzerns

Umsatz des Konzerns

Einjährige variable Vergütung

Zusätzlich zu dem fixen Basisgehalt erhielten die Vorstandsmitglieder eine erfolgsabhängige, variable Jahresvergütung, den sogenannten Performance Bonus. Die Ausgestaltung des Performance Bonus ist grundsätzlich einheitlich in den jeweiligen Vorstandsdienstverträgen geregelt: Grundlage für die Bestimmung der Höhe des Performance Bonus bildet der sogenannte Zielbonus. Hierbei handelt es sich um den Betrag, der dem jeweiligen Vorstandsmitglied zustehen würde, wenn er jedes seiner jährlich festgelegten Jahresziele zu 100 Prozent erreicht. Für das Geschäftsjahr 2017 beträgt der jeweilige Zielbonus bei 100 Prozent Zielerreichung für Thomas Ebeling 1.000.000 Euro, Dr. Jan Kemper 379.167 Euro (zeitanteilig für die Monate Juni bis Dezember 2017), Conrad Albert 400.000 Euro, Sabine Eckhardt

375.000 Euro Jan David Frouman 325.000 Euro und Christof Wahl 325.000 Euro. Dr. Gunnar Wiedenfels hat im Zusammenhang mit seinem vorzeitigen Ausscheiden aus dem Vorstand zum 31. März 2017 einen zeitanteiligen, erfolgsunabhängigen Performance Bonus für das Jahr 2017 in Höhe von 81.250 Euro erhalten. Dr. Ralf Schremper ist zum 31. Juli 2017 aus dem Vorstand ausgeschieden; sein Anspruch auf den Performance Bonus für das Geschäftsjahr 2017 ist mit der Abfindung vollständig abgegolten. Werden die jährlich festgelegten Jahresziele übertroffen, kann der Performance Bonus über dem Zielbonus liegen; er kann jedoch maximal 200 Prozent des Zielbonus (Cap) betragen. Werden die Jahresziele nicht vollständig erreicht, kann der Performance Bonus auch entsprechend unter dem Zielbonus liegen oder vollständig entfallen.

Sowohl die Festlegung der zugrundeliegenden Zielparame-ter als auch die Höhe der Jahresziele werden aus der Unternehmensplanung für das jeweilige Geschäftsjahr abgeleitet. Dadurch lässt sich der Performance Bonus auf die jeweilige Lage des Unternehmens bzw. die Aufgaben des einzelnen Vorstandsmitglieds geeignet zuschneiden. Hintergrund der Festlegung des EBITDA als ein wesentlicher Zielparame-ter bei der Vergütung ist, dass es sich als operative Ergebnisgröße vor Investitions- und Finanzierungsentscheidungen um die wichtigste Unternehmenskennzahl und eine zentrale Steuerungsgröße der Unternehmensplanung handelt. Zudem ist das EBITDA eine geeignete Bezugsgröße für die Ermittlung eines Unternehmenswertes, dem sogenannten Enterprise Value (EV). Der Enterprise Value bildet die Ermittlungsgrundlage insbesondere für internationale Bewertungsvergleiche und ist daher die Hauptkennzahl sowohl für die Bewertung von ProSiebenSat.1 als auch europäischer Vergleichsunternehmen im Broadcasting-Bereich. Bei der Netto-Finanzverschuldung handelt es sich um eine zentrale Steuerungsgröße, welche regelmäßig an den Kapitalmarkt kommuniziert wird. Durch diese Steuerungsgröße wird eine nachhaltige Finanzierungsstruktur unseres Konzerns sichergestellt.

Für das Jahr 2017 wurden in den Zielvereinbarungen für die Vorstandsmitglieder Jahresziele definiert, deren Erreichung sich auf Basis der Zielparame-ter EBITDA und Netto-Finanzverschuldung des Konzerns sowie auf Basis weiterer, individueller Zielparame-ter entsprechend der Geschäftsverteilung im Vorstand ergibt. Für das Geschäftsjahr 2017 beträgt die Gewichtung des Zielparame-ters EBITDA des Konzerns bei Thomas Ebeling und Dr. Jan Kemper 40 Prozent und bei den restlichen Vorstandsmitgliedern 20 Prozent; die Gewichtung des Zielparame-ters Netto-Finanzverschuldung des Konzerns beträgt bei allen Vorstandsmitgliedern 10 Prozent; die Gewichtung der individuellen Zielparame-ter beträgt bei Thomas Ebeling und Dr. Jan Kemper 50 Prozent und bei den restlichen Vorstandsmitgliedern 70 Prozent. Die persönliche Zielvereinbarung für Vorstände mit Segmentverantwortung stellt in Bezug auf vereinbarte Segmentziele im Wesentlichen auf die Zielparame-ter Umsatz und EBITDA der jeweiligen Segmente ab.

Soweit sich Zielparame-ter auf Finanzkennzahlen der ProSiebenSat.1 Group beziehen, erfolgt die Ermittlung der Zielerreichung auf der Basis des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses der Gesellschaft für das betreffende Geschäftsjahr. Im Falle von außerplanmäßigen wesentlichen unterjährigen Entwicklungen, insbesondere im Falle von Akquisitionen, Veräußerungen, Änderungen der IFRS Rechnungslegungsstandards und sonstigen vergleichbaren nicht

wiederkehrenden Maßnahmen, können für Zwecke der Ermittlung der Zielerreichung die tatsächlich erreichten Werte für die betreffenden Finanzkennzahlen um Effekte aus solchen Entwicklungen bereinigt werden, soweit die betreffende Maßnahme nicht bzw. nicht in entsprechendem Umfang bereits bei der Vorgabe der jeweiligen Jahresziele berücksichtigt wurde.

Der Aufsichtsrat kann nach pflichtgemäßem Ermessen die Zielerreichung um bis zu 20 Prozent nach unten oder oben anpassen. Die dadurch angepasste Zielerreichung kann jedoch den Cap in Höhe von 200 Prozent nicht übersteigen. Die Anpassungsmöglichkeit kann genutzt werden, individuelle Leistungen von Vorstandsmitgliedern positiv wie negativ zu berücksichtigen. Bei der Auswahl der Kriterien, die für eine Entscheidung über eine mögliche Anpassung herangezogen werden können, berücksichtigt der Aufsichtsrat u.a. die Relevanz der Leistung für eine nachhaltige Unternehmensführung, den Beitrag zur Diversifikation und Transformation und/oder die wirtschaftliche Lage des Unternehmens.

Für die Zielparame-ter des Performance Bonus für das Geschäftsjahr 2017 resultierten folgende Jahresziele und Zielerreichung: → [Abb. 010](#)

010 / ZIELPARAMETER in Mio Euro

	100%- Zielwert	IST-Wert GJ 2017 (vor Bereinigung)	IST-Wert GJ 2017 (bereinigt)	Ziel- erreichung ¹
EBITDA des Konzerns	1.040,3	1.083,8	879,3	0%
Netto-Finanzverschuldung des Konzerns	-2.131,9	-1.632,4	-1.959,9	200%
Individuelle Zielparameter				17% - 130%

¹Ungewichtete Zielerreichung ohne Berücksichtigung der individuellen Anpassung durch den Aufsichtsrat.

Der Aufsichtsrat hat für das Geschäftsjahr 2017 zur Ermittlung der Zielerreichung in den Zielparame-tern EBITDA des Konzerns und Netto-Finanzverschuldung des Konzerns im Wesentlichen positive Sondereffekte (Veräußerungsgewinne) aus dem Verkauf der eTRAVEL Holding AB bereinigt.

Weiterhin hat der Aufsichtsrat für das Geschäftsjahr 2017 im Rahmen der wertenden Gesamtschau bei fünf Vorstandsmitgliedern eine individuelle Anpassung der Zielerreichung von +5 bis +20 Prozent vorgenommen. Damit wurde der nicht quantifizierbare Beitrag der einzelnen Vorstandsmitglieder im Vorstandsteam zur Erreichung der Ziele für 2017 berücksichtigt. Nach wertender Gesamtschau der individuellen Leistung der jeweiligen Vorstandsmitglieder ergaben sich im Geschäftsjahr 2017 für die Mitglieder des Vorstands damit Gesamt-Zielerreichungsgrade des Performance Bonus von 50 Prozent bis 99 Prozent.

**Mehrjährige variable Vergütung
Group Share Plan**

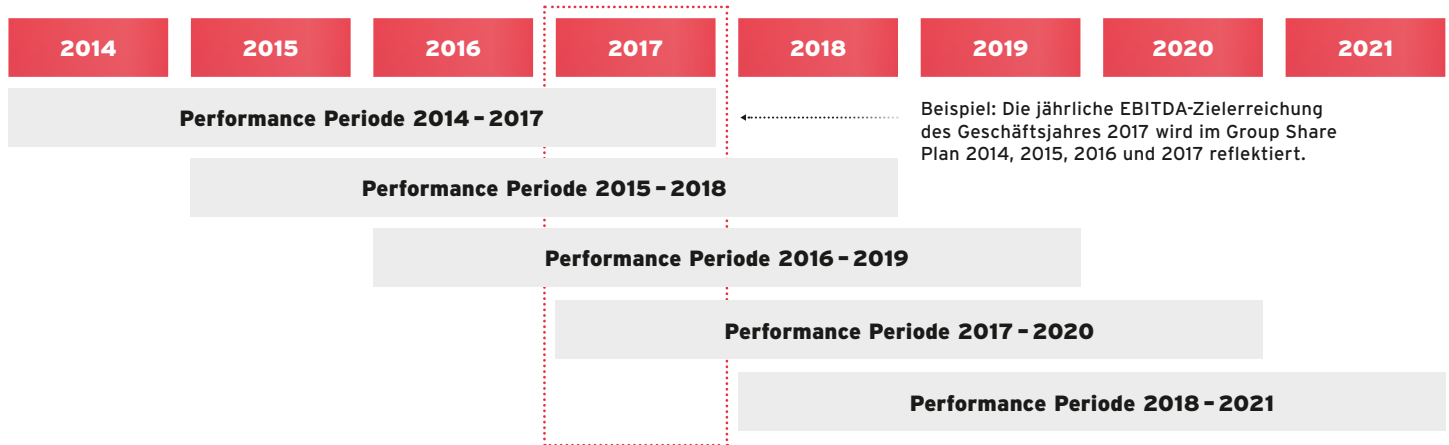
Mit dem im Jahr 2012 geschaffenen Group Share Plan erhalten die Vorstandsmitglieder zudem eine langfristige aktienbasierte Vergütungskomponente. An die Teilnehmer werden dabei sogenannte „Performance Share Units“ („PSUs“) ausgegeben, die nach Ablauf einer vierjährigen Performance Periode, beginnend mit dem Beginn des Jahres der Zuteilung, nach Wahl der Gesellschaft zum Bezug von Aktien der Gesellschaft oder einer entsprechenden Barauszahlung in Höhe des Kurswerts der Aktien berechtigen. Die Gesellschaft bzw. der Aufsichtsrat haben im März 2016 entschieden, bis auf weiteres von diesem Recht auf Barabwicklung Gebrauch zu machen und die PSUs nach Ablauf der vierjährigen Performance Periode daher jeweils in bar auszuzahlen (siehe hierzu Konzernanhang Ziffer 31 „Anteilsbasierte Vergütung“). Eine Barabwicklung ist zum einen weniger aufwendig und damit weniger kostenintensiv, was letztlich im Interesse der Gesellschaft und damit auch der Aktionäre liegt. Darüber hinaus wären im Falle einer Bedienung von Aktien die Teilnehmer gezwungen, einen Teil der Aktien zur Deckung der bei Abwicklung anfallenden Lohnsteuer unmittelbar anschließend wieder zu veräußern.

Jährlicher Umrechnungsfaktor und PSU-Umrechnungsfaktor: Der Umrechnungsfaktor, mit dem die PSUs nach Ablauf der vierjährigen Performance Periode in ProSiebenSat.1-Aktien bzw. einen entsprechenden Gegenwert in bar umgerechnet werden („PSU-Umrechnungsfaktor“), hängt von der Erreichung im Voraus festgelegter Jahresziele während der gesamten vierjährigen Performance Periode ab. Diese Jahresziele beziehen sich jeweils auf die Entwicklung der EBITDA-Erfolgsziele und der Erreichung bestimmter Mindestwerte beim Konzernjahresüberschuss und EBITDA des Konzerns für jedes Jahr der jeweiligen vierjährigen Performance Periode, die jährlich aus der jeweils aktuellen Unternehmensplanung abgeleitet werden und die kontinuierliche Erfüllung der Jahresplanung über einen längeren Zeitraum messen. Die Erfolgsziele und Mindestwerte entsprechen dabei grundsätzlich einer jeweiligen Zielerreichung von 100 Prozent gemäß der jeweiligen Unternehmensplanung. → [Abb. 011](#)

Auf Grundlage der jeweiligen Zielerreichung in jedem Jahr einer vierjährigen Performance Periode wird zunächst ein jährlicher Umrechnungsfaktor bestimmt („Jährlicher Umrechnungsfaktor“). Der PSU-Umrechnungsfaktor ergibt sich dann aus dem durchschnittlichen Jährlichen Umrechnungsfaktor aller vier Jahre einer Performance Periode. Damit wird gleichzeitig auch die Unternehmensentwicklung über den Gesamtzeitraum der vierjährigen Performance Periode einbezogen. Der Jährliche Umrechnungsfaktor und damit auch der PSU-Umrechnungsfaktor liegen dabei gemäß Planbedingungen - vorbehaltlich etwaiger Anpassungen wie nachstehend erläutert - je nach Grad der Zielerreichung der Jahresziele zwischen 0 Prozent und 150 Prozent („Erfolgsbezogener Cap“).

Darüber hinaus erfolgt eine Anpassung des PSU-Umrechnungsfaktors durch die zusätzliche Verknüpfung mit der Kursentwicklung über die vierjährige Performance Periode. Sofern der Aktienkurs bei Festlegung des PSU-Umrechnungsfaktors den Aktienkurs bei Zuteilung der PSUs der vierjährigen Performance Periode um mehr als 200 Prozent übersteigt, wird der PSU-Umrechnungsfaktor so verringert, dass

011 / VIERJÄHRIGE PERFORMANCE PERIODE DES GROUP SHARE PLAN



eine über der Schwelle von 200 Prozent liegende Kurssteigerung zu keiner weiteren Werterhöhung der entsprechenden PSUs mehr führt („Kursbezogener Cap“). → [Anhang, Ziffer 32 „Anteilsbasierte Vergütung“, Seite 237](#)

Anpassungsmechanismen: Sowohl für den Jährlichen Umrechnungsfaktor wie auch den PSU-Umrechnungsfaktor und die Anzahl der PSUs bestehen im Wesentlichen folgende Anpassungsmechanismen:

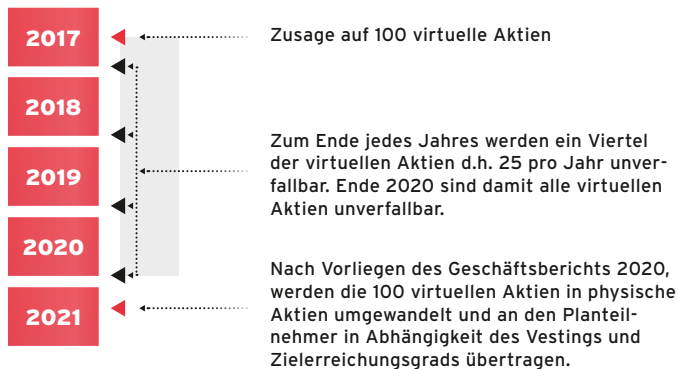
- Der Jährliche Umrechnungsfaktor und damit der PSU-Umrechnungsfaktor für eine vierjährige Performance Periode kann durch Bereinigung des tatsächlich erreichten EBITDA des betreffenden Jahres um die Auswirkungen außergewöhnlicher Entwicklungen oder besonderer Umstände wie z. B. wesentlicher M&A-Transaktionen oder Änderungen der IFRS-Rechnungslegungsstandards mit erheblicher Auswirkung auf das EBITDA des betreffenden Jahres, die bei Festlegung der jährlichen Erfolgsziele noch nicht berücksichtigt wurden, entsprechend angepasst werden. Durch etwaige Anpassungen darf der erfolgsbezogene Cap von 150 Prozent nicht überschritten werden.
- Zum anderen kann der Aufsichtsrat bei außergewöhnlichen Entwicklungen den PSU-Umrechnungsfaktor unter Berücksichtigung der individuellen Leistung der einzelnen Vorstände zusätzlich um bis zu 25 Prozentpunkte erhöhen oder vermindern. Bisher hat der Aufsichtsrat hiervon nur im Falle des Group Share Plan 2012 Gebrauch gemacht und eine individuelle Anpassung für außerordentliche Leistungen bei den im Geschäftsjahr 2012 aktiven Vorstandsmitgliedern Thomas Ebeling, Conrad Albert und Dr. Christian Wegner in Höhe von 17,5 Prozentpunkten vorgenommen, die sie insbesondere in Bezug auf den Abschluss erfolgreicher M&A-Transaktionen, die positive Aktienkursentwicklung sowie die vorzeitige Erreichung der an den Kapitalmarkt kommunizierten Ziele für 2015 erbracht haben.
- Schließlich erfolgt eine Anpassung der Anzahl der PSUs zum Verwässerungsschutz im Falle der Ausschüttung einer sogenannten

Superdividende: Die Superdividende bezeichnet nach den Planbedingungen den Betrag, um den die Dividendenausschüttungen pro Aktie für ein Geschäftsjahr den bereinigten Konzernjahresüberschuss pro Aktie für das betreffende Geschäftsjahr übersteigen. Durch eine entsprechende Erhöhung des Umtauschverhältnisses für die Umrechnung von PSUs in Aktien wird im Falle einer solchen Superdividende sichergestellt, dass die Planteilnehmer durch diese Dividendenausschüttungen wirtschaftlich nicht verwässert werden. Eine Anpassung der Anzahl der PSUs bedingt durch die Ausschüttung einer Superdividende kam bisher nur beim Group Share Plan 2012 aufgrund der Dividendenausschüttung für das Geschäftsjahr 2012 zur Anwendung. Die erhöhte Dividendenausschüttung war möglich, da durch den erfolgreichen Verkauf der nordeuropäischen TV- und Radio-Aktivitäten der operative Cashflow der Gruppe für andere Zwecke zur Verfügung stand. Seit 2013 wurde davon nicht mehr Gebrauch gemacht.

Zeitpunkt der Anpassungen: Die Anpassung des Jährlichen Umrechnungsfaktors erfolgt gemäß den Planbedingungen innerhalb eines Monats nach Veröffentlichung des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das jeweilige Geschäftsjahr. Die Festlegung des finalen PSU-Umrechnungsfaktors erfolgt gemäß den Planbedingungen unter Berücksichtigung sonstiger Anpassungen des Jährlichen Umrechnungsfaktors und der Anzahl der PSUs zum Verwässerungsschutz für eine etwaige Superdividende nicht später als einen Monat nach Veröffentlichung des geprüften und gebilligten Konzernabschlusses für das letzte Geschäftsjahr einer jeden Performance Periode.

Unverfallbarkeit: Nach Ende eines jeden Jahres der vierjährigen Performance Periode wird ein Viertel der gewährten PSUs unverfallbar; Voraussetzung hierfür ist, dass in dem betreffenden Jahr ein Konzernjahresüberschuss erzielt wird und das EBITDA der ProSiebenSat.1 Group bestimmte Mindestgrenzen nicht unterschreitet. Das nachfolgende Schaubild stellt die zeitliche Streckung der Unverfallbarkeit während der vierjährigen Performance Periode dar: → [Abb. 012](#)

012 / UNVERFALLBARKEIT WÄHREND DER VIERJÄHRIGEN PERFORMANCE PERIODE



Zum Jahresende 2017 stehen noch die Group Share Pläne aus dem Jahr 2014 (mit der Performance Periode 2014 - 2017), dem Jahr 2015 (mit der Performance Periode 2015 - 2018), dem Jahr 2016 (mit der Performance Periode 2016 - 2019) und dem Jahr 2017 (mit der Performance Periode 2017 - 2020) aus. Die erforderlichen Mindestwerte beim Konzernjahresüberschuss und EBITDA des Konzerns wurden bisher für jedes Jahr der jeweiligen vierjährigen Performance Periode der ausstehenden Group Share Pläne erfüllt. Der jeweilige Jährliche Umrechnungsfaktor für das Geschäftsjahr 2014 beträgt 112 Prozent (Group Share Plan 2014), für das Geschäftsjahr 2015 105 Prozent (Group Share Pläne 2014 und 2015) sowie für das Geschäftsjahr 2016 ebenfalls 105 Prozent (Group Share Pläne 2014 - 2016). Der Jährliche Umrechnungsfaktor für das Geschäftsjahr 2017 beträgt 78 Prozent (Group Share Pläne 2014 - 2017). Damit beträgt der PSU-Umrechnungsfaktor (gerechnet als Durchschnitt der Jährlichen Umrechnungsfaktoren aller vier Jahre) für die abgeschlossene vierjährige Performance Periode des Group Share Plans 2014 nunmehr 100 Prozent. Die PSU-Umrechnungsfaktoren für die jeweils vierjährigen Performance Perioden der Group Share Pläne 2015 bis 2017 können demzufolge erst nach Abschluss der jeweiligen Geschäftsjahre ermittelt und berichtet werden. Im Vorjahr betrug der PSU-Umrechnungsfaktor des Group Share Plan 2013 für die abgeschlossene vierjährige Performance Periode 108 Prozent.

i Weitere Informationen zum Group Share Plan finden sich im Konzernanhang.

Mid Term Incentive Plan

Mit dem 2015 neu eingeführten Mid Term Incentive Plan erhalten die Vorstandsmitglieder eine weitere mehrjährige variable Vergütungskomponente. Hierbei handelt es sich um ein bar auszahlabares mittelfristiges Vergütungsinstrument für Mitglieder des Vorstands sowie ausgewählte weitere Führungskräfte, das den Teilnehmern die Möglichkeit gewährt, an der zukünftigen Entwicklung des adjusted EBITDA der ProSiebenSat.1 Group teilzuhaben. Die Planlaufzeit des Mid Term Incentive Plan beträgt drei Jahre, beginnend mit dem Geschäftsjahr 2016 und fördert die Erreichung der an den Kapitalmarkt kommunizierten Mittelfristziele für das Geschäftsjahr 2018. Darüber hinaus

stellt er einen wesentlichen Anreiz für eine erfolgreiche Transformation der ProSiebenSat.1 Group vom TV-Haus hin zu einem Entertainment und Commerce Powerhouse dar, welche die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens sicherstellt. Der Auszahlungsbetrag hängt von dem im Geschäftsjahr 2018 erreichten adjusted EBITDA der ProSiebenSat.1 Group sowie der Erreichung bestimmter Mindestschwellen für Umsatz und adjusted EBITDA während der Planlaufzeit ab. Das tatsächlich erreichte adjusted EBITDA des jeweiligen Jahres und/oder der Konzernumsatz 2018 können um Auswirkungen außergewöhnlicher Entwicklungen oder besonderer Umstände wie z. B. wesentlicher M&A-Transaktionen, die noch nicht im adjusted EBITDA sowie Umsatzziel berücksichtigt wurden, bereinigt und entsprechend angepasst werden. Der Auszahlungsbetrag kann zwischen 0 und maximal 250 Prozent des jeweiligen Zielwerts betragen. Die Erfüllung der Mindestschwellen und die Höhe einer möglichen Zielerreichung bzw. des jeweiligen Auszahlungsbetrags kann damit erst nach Abschluss des Geschäftsjahres 2018 ermittelt werden. Die Mitglieder des Vorstands sowie die weiteren Teilnehmer des Mid Term Incentive Plan erhalten jeweils eine einmalige Zuteilung für die gesamte Planlaufzeit. Im Falle eines vorzeitigen Ausscheidens vor Ende der Planlaufzeit wird der Auszahlungsbetrag zeitanteilig gekürzt. Die einmalige Zuteilung unter dem Mid Term Incentive Plan an die im Geschäftsjahr 2015 aktiven Vorstandsmitglieder der Gesellschaft erfolgte im Februar bzw. April 2015, an die im Geschäftsjahr 2016 neu bestellten Vorstandsmitglieder im März bzw. Juni 2016 sowie die im Geschäftsjahr 2017 neu bestellten Vorstandsmitglieder im November bzw. Dezember 2016. In der Zuwendungstabelle nach DCGK ist der Mid Term Incentive Plan ab 2016 erfasst, da dessen Planlaufzeit im Sinne des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) erst ab 2016 beginnt. Der Zielwert, das heißt der Wert, der bei einer Zielerreichung von 100 Prozent an den Vorstand gewährt wird, beträgt 1,5 Mio Euro bei Thomas Ebeling, 1,0 Mio Euro jeweils bei Dr. Gunnar Wiefenfels, Conrad Albert, Dr. Ralf Schremper, Jan David Frouman sowie Christof Wahl und 0,67 Mio Euro jeweils bei Dr. Jan Kemper und Sabine Eckhardt. Dr. Gunnar Wiefenfels ist zum 31. März 2017 und Dr. Ralf Schremper zum 31. Juli 2017 aus dem Vorstand ausgeschieden; Thomas Ebeling wird zum 22. Februar 2018 aus dem Vorstand ausscheiden. Hinsichtlich der Auswirkungen auf den Mid Term Incentive Plan verweisen wir auf den Abschnitt „Erläuterungen zur Vergütung ausgeschiedener bzw. ausscheidender Vorstandsmitglieder“.

Rückforderungsansprüche

Die Vorstandsverträge enthalten entsprechend der Marktüblichkeit in Deutschland keine Regelungen zu Rückforderungsansprüchen der Gesellschaft gegenüber den Vorständen für ausbezahlte variable Vergütungen, wie z. B. Claw-back-Regelungen, da die Auszahlung der variablen Vergütung erst dann erfolgt, wenn die Vergütung endgültig verdient ist. Sämtliche variablen Vergütungsbestandteile für Vorstandsmitglieder sind daher zukunftsbezogen und werden erst am Ende der Planlaufzeit ausgezahlt. Bis dahin reflektieren sie auch negative Wertveränderungsrisiken zu Lasten der variablen Vergütung. Einer darüberhinausgehenden Claw-back-Regelung bedarf es daher nicht und ist auch zukünftig nicht vorgesehen. Hiervon unberührt bleibt die geltende Rechtslage zu etwaigen Schadenersatzansprüchen der Gesellschaft gegen Vorstandsmitglieder im Falle schuldhafter Pflichtverletzungen (etwa nach § 93 Abs. 2 AktG). Für weitere

Informationen zu den für den Fall solcher Schadenersatzansprüche abgeschlossenen D&O-Versicherungen wird auf die Ausführungen unter „D&O-Versicherung“ verwiesen.

VERSORGUNGSVERTRÄGE

Für alle Mitglieder des Vorstands wurden **Versorgungsverträge** abgeschlossen: Die Gesellschaft zahlt für die Dauer des Dienstverhältnisses einen jährlichen Gesamtbeitrag auf ein von der Gesellschaft geführtes persönliches Versorgungskonto ein. Der von der Gesellschaft getragene Gesamtbeitrag entspricht 20 Prozent des jeweiligen fixen Jahresbruttogehalts. 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 2 Prozent. Die eingezahlten Beträge werden am Geld- und Kapitalmarkt angelegt. Wenn das jeweilige Vorstandsmitglied das 60. bzw. – im Falle von Dr. Ralf Schremper, Dr. Gunnar Wiedenfels, Jan David Frouman, Christof Wahl, Dr. Jan Kemper und Sabine Eckhardt – das 62. Lebensjahr vollendet hat und mindestens für volle drei Jahre als Vorstand bestellt war, wird ein monatliches Ruhegehalt oder stattdessen ein einmaliges Ruhegeld 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. Sofern kein monatliches Ruhegehalt gezahlt wird, wird ein Ruhegeld als Einmalzahlung (bzw. in bis zu zehn gleichen Jahresraten) in Höhe des Garantiekapitals ausgezahlt.

ERFOLGSUNABHÄNGIGE NEBENLEISTUNGEN

Zudem erhalten die Mitglieder des Vorstands sonstige **erfolgsunabhängige Nebenleistungen** (insbesondere Dienstwagenbereitstellung, Gruppenunfallversicherung sowie vereinzelt Fahrdienste, Heimflüge und Leistungen für doppelte Haushaltsführung).

ZUSAGEN IM ZUSAMMENHANG MIT DER BEENDIGUNG DER VORSTANDSTÄTIGKEIT

Vorzeitige Kündigung ohne wichtigen Grund

Für den Fall der vorzeitigen Kündigung des Dienstverhältnisses durch die Gesellschaft ohne wichtigen Grund beinhalten die Dienstverträge eine Abfindungszusage in Höhe von zwei Jahres-Gesamtvergütungen i. S. v. Ziffer 4.2.3 des DCGK, maximal jedoch in Höhe der Vergütung, die bis zum Vertragslaufzeitende zu zahlen wäre.

Vorzeitige Beendigung bei Change of Control

Für den Fall eines Kontrollwechsels bei der Gesellschaft enthalten die Dienstverträge sogenannte Change-of-Control-Klauseln. Ein Kontrollwechsel im Sinne der Dienstverträge ist gegeben, (i) wenn ein Kontrollwerb im Sinne des Übernahmerechts vorliegt, d.h. ein Erwerber mindestens 30 Prozent der Stimmrechte der Gesellschaft erwirbt, (ii) bei Vollzug einer Verschmelzung der Gesellschaft mit der Gesellschaft als übertragendem Rechtsträger oder (iii) bei

Inkrafttreten eines Beherrschungsvertrags mit der Gesellschaft als abhängigem Unternehmen. Im Falle eines Kontrollwechsels hat das Vorstandsmitglied das Recht, den Dienstvertrag mit einer Frist von drei Monaten zum Monatsende zu kündigen und das Dienstverhältnis niederzulegen, sofern es im Zusammenhang mit dem Kontrollwechsel zu einer erheblichen Beeinträchtigung der Stellung des Vorstandsmitglieds kommt. Bei wirksamer Ausübung dieses Kündigungsrechts erhält das Vorstandsmitglied eine Barabfindung, die in voller Höhe auf eine etwaige Karenzentschädigung anzurechnen ist. Die Barabfindung entspricht drei Jahresvergütungen, höchstens jedoch der Vergütung für die Restlaufzeit des Dienstvertrages abgezinst auf den Beendigungszeitpunkt. Für Zwecke der Barabfindung ist als Jahresvergütung grundsätzlich die dem Vorstandsmitglied für das letzte abgeschlossene Geschäftsjahr vertraglich zustehende Summe aus der festen Vergütung, dem Performance Bonus, den mehrjährigen Vergütungsbestandteilen und der Zuführung zur Altersversorgung anzusetzen.

VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES VORSTANDS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2017 NACH DRS 17

Für die im Geschäftsjahr 2017 amtierenden Vorstandsmitglieder wurde folgende Gesamtvergütung nach DRS 17 festgesetzt: → [Abb. 013](#)

Erläuterungen zur Vergütung ausgeschiedener bzw. ausscheidender Vorstandsmitglieder

Dr. Gunnar Wiedenfels ist zum 31. März 2017 auf eigenen Wunsch aus dem Vorstand ausgeschieden; sein Dienstvertrag endete mit Wirkung zum 31. März 2017. Gemäß Aufhebungsvereinbarung erhielt Dr. Gunnar Wiedenfels keine Abfindung. Der Performance Bonus für das Jahr 2016 wurde auf Basis der tatsächlichen Zielerreichung gemäß den Regelungen des Dienstvertrags abgerechnet und ausgezahlt. Als Performance Bonus für das Jahr 2017 erhielt Dr. Gunnar Wiedenfels erfolgsunabhängig einen zeitanteiligen Betrag in Höhe von 3/12 des Zielbonus für den Performance Bonus (81.250 Euro); der Zielbonus entspricht einer angenommenen Zielerreichung für den Performance Bonus von 100 Prozent. Für das Jahr 2017 bestand kein Anspruch mehr auf Zuteilung von PSUs unter dem Group Share Plan. Die in den Jahren 2015 und 2016 an Herrn Dr. Wiedenfels im Rahmen seiner Tätigkeit als Vorstand zugeteilten PSUs unter dem Group Share Plan (GSP) waren bei Ausscheiden zu 50 Prozent (GSP 2015) bzw. zu 25 Prozent (GSP 2016) unverfallbar und wurden insoweit zum Zuteilungswert (bzw. einem etwaigen geringeren Kurswert nach Planbedingungen) in bar abgelöst. Die in den Jahren 2013 und 2014 für seine Tätigkeit vor Bestellung zum Vorstand zugeteilten PSUs waren bei Ausscheiden zu 100 Prozent (GSP 2013) bzw. zu 75 Prozent (GSP 2014) unverfallbar und werden insoweit nach Ablauf der jeweiligen vierjährigen Performance Periode planmäßig abgewickelt. Sämtliche PSUs, die bei Ausscheiden noch nicht unverfallbar waren, verfielen entschädigungslos. Zudem verfielen aufgrund der vorzeitigen Beendigung des Dienstvertrags vor Ablauf der Planlaufzeit alle Ansprüche von Dr. Gunnar Wiedenfels aus dem Mid Term Incentive Plan ersatzlos. Da die dreijährige Wartezeit für den Eintritt der vertraglichen Unverfallbarkeit bei der betrieblichen Altersversorgung nicht erreicht wurde, bestehen unter dem Versorgungsvertrag nur Ansprüche, die Dr. Gunnar Wiedenfels aus Anwartschaften aus Entgeltumwandlung erworben hat. Zudem ist in der Aufhebungsvereinbarung festgehalten worden, dass das

nachvertragliche Wettbewerbsverbot und die zugehörige Regelung zur Karenzentschädigung ersatzlos aufgehoben wurden.

Dr. Ralf Schremper ist zum 31. Juli 2017 aus dem Vorstand ausgeschieden. Sein Anstellungsvertrag, der noch eine Restlaufzeit bis 31. März 2018 gehabt hätte, endete ebenfalls mit Wirkung zum 31. Juli 2017. Gemäß Aufhebungsvereinbarung erhielt Dr. Ralf Schremper eine Abfindung in Höhe von 1,7 Mio Euro, die sich wie folgt zusammensetzt: Festvergütung in Höhe von 212.500 Euro für die Monate August bis Dezember 2017 und Performance Bonus in Höhe von 325.000 Euro für die Monate Januar bis Dezember 2017 (auf Basis einer angenommenen Zielerreichung von 100 Prozent) sowie 200.000 Euro als Ausgleich für die Nichtteilnahme am Group Share Plan für das Jahr 2017, die zum Beendigungstermin zahlbar waren. Zum Mid Term Incentive Plan wurde im Aufhebungsvertrag Folgendes geregelt: Dr. Ralf Schremper hat unter dem Mid Term Incentive Plan mit Planlaufzeit für die Jahre 2016 bis 2018 eine Zuteilung in Höhe von 1,0 Mio Euro erhalten. Dieser Betrag wurde aufgrund Vereinbarung im Aufhebungsvertrag zeitanteilig für die Jahre 2016 und 2017 in Höhe von 666.666,67 Euro zum Beendigungszeitpunkt ausgezahlt. Zum Group Share Plan ist im Rahmen der Aufhebungsvereinbarung geregelt worden, dass Dr. Ralf Schremper mit den bis zum Beendigungszeitpunkt zugeteilten PSUs weiterhin entsprechend den Planbedingungen am Group Share Plan teilnimmt, jedoch mit der Maßgabe, als wäre Unverfallbarkeit bei einem Ausscheiden erst zum 31. Dezember 2017 eingetreten. Danach sind die unter dem GSP 2015 zugeteilten PSUs bei Ausscheiden zu 75 Prozent und die unter dem GSP 2016 zugeteilten PSUs zu 50 Prozent unverfallbar geworden; hierfür wurde eine Rückstellung in Höhe von 262.954,45 Euro gebildet. Sämtliche PSUs, die bei Ausscheiden noch nicht unverfallbar waren, verfielen entschädigungslos. Für das Jahr 2017 bestand kein Anspruch mehr auf Zuteilung von PSUs unter dem Group Share Plan. Zudem erhielt Dr. Ralf Schremper noch Versorgungsbeiträge in Höhe von 42.500 Euro für August bis Dezember 2017, wobei für Zwecke der Bestimmungen des Versorgungsvertrags im Hinblick auf die Unverfallbarkeit Dr. Ralf Schremper so gestellt wird, als ob das Anstellungsverhältnis erst zum regulären Vertragsende 31. März 2018 geendet hätte. Weiterhin ist vereinbart worden, dass das nachvertragliche Wettbewerbsverbot und die zugehörige Regelung zur Karenzentschädigung ersatzlos entfallen.

Thomas Ebeling wird zum 22. Februar 2018 aus dem Vorstand ausscheiden. Sein Anstellungsvertrag, der noch eine Restlaufzeit bis 30. Juni 2019 gehabt hätte, endet ebenfalls mit Wirkung zum 22. Februar 2018. Gemäß Aufhebungsvereinbarung wird die vertragliche Vergütung von Thomas Ebeling bis zum Beendigungszeitpunkt unverändert fortgezahlt. Seine Vergütungsansprüche für die verbleibende Restlaufzeit des Anstellungsvertrags werden gemäß Aufhebungsvereinbarung im Anschluss an den Beendigungszeitpunkt in voller Höhe von 7,1 Mio Euro als Abfindung ausgezahlt bzw. im Falle der vertraglichen Versorgungsbeiträge regulär für die Restlaufzeit fortgewährt. Im Einzelnen wurden hierzu in der Aufhebungsvereinbarung folgende Bestimmungen getroffen: Die Festvergütung wird regulär bis einschließlich Februar 2018 gewährt und für die verbleibende Restlaufzeit des Anstellungsvertrags (März 2018 bis Juni 2019) in Höhe von insgesamt 1.333.333,33 Euro als Abfindung ausgezahlt. Der Performance Bonus wird letztmals für das Jahr 2017 regulär abgewickelt. Für das volle Jahr 2018 und

zeitanteilig für den Zeitraum bis einschließlich Juni 2019 wird der Performance Bonus stattdessen auf Basis einer angenommenen Zielerreichung von 100 Prozent als Abfindungsbetrag in Höhe von insgesamt 1,5 Mio Euro ausgezahlt. Ferner wird auch der Gesamtbetrag des geldwerten Vorteils aus der privaten Nutzungsmöglichkeit des Dienstwagens für den Zeitraum vom Beendigungszeitpunkt bis zum Ablauf des 30. Juni 2019 in Höhe von 20.384 Euro als Abfindung ausgezahlt. Die vertragliche Dotierung des Versorgungsvertrags wird für die Restlaufzeit des Vertrages unverändert fortgeführt; hiervon entfallen auf den Zeitraum von März 2018 bis einschließlich Juni 2019 Versorgungsbeiträge in Höhe von 266.666,67 Euro. Die mehrjährigen Vergütungskomponenten von Thomas Ebeling werden, soweit die Planlaufzeit zum Beendigungszeitpunkt noch nicht abgelaufen ist, gemäß Aufhebungsvereinbarung im Anschluss an den Beendigungszeitpunkt in bar abgelöst. Im Einzelnen wurde dazu Folgendes vereinbart: Die Beteiligung von Thomas Ebeling am Mid Term Incentive Plan mit Planlaufzeit für die Jahre 2016 bis 2018 wird zum Zuteilungswert in Höhe von 1,5 Mio Euro ausbezahlt. Unter dem Group Share Plan steht Thomas Ebeling gemäß Anstellungsvertrag eine jährliche Zuteilung von sogenannten Performance Share Units (PSUs) im Wert von 1,0 Mio Euro mit jeweils vierjähriger Performance Periode zu. Die im Jahr 2014 zugeteilten PSUs, deren vierjährige Performance Periode Ende 2017 abgelaufen ist, werden regulär abgewickelt. Die in den Jahren 2015 und 2016 zugeteilten PSUs werden zum Zuteilungswert abgelöst; anstelle der noch ausstehenden Zuteilungen für die Jahre 2017 und 2018 wird ebenfalls der Zuteilungswert ausgezahlt. Bei der Bewertung der PSUs wird im Hinblick auf die Regelungen zur Unverfallbarkeit (Vesting), die jeweils ein Vesting im Umfang von 25 Prozent zum Ende eines jeden Jahres der vierjährigen Performance Periode vorsehen, ein Fortbestehen des Anstellungsvertrags für die Restlaufzeit bis Juni 2019 unterstellt. Demgemäß wird eine Ablösung nur gezahlt, soweit bis dahin für die entsprechenden PSUs noch ein Vesting erreicht werden kann. Hieraus ergibt sich für die Zuteilungen bzw. Zuteilungsansprüche der Jahre 2015 bis 2018 ein Ablösungsbetrag in Höhe von insgesamt 2,5 Mio Euro. Mit den vorgesehenen Abfindungsbeträgen ist nach der Aufhebungsvereinbarung auch die Überleitungs-tätigkeit von Thomas Ebeling für einen Übergangszeitraum von drei Monaten nach dem Beendigungszeitpunkt abgegolten, in dem er der Gesellschaft in angemessenem Umfang weiterhin für Auskünfte und sonstige mit seiner bisherigen Diensttätigkeit zusammenhängenden Überleitungs- und Beratungsaufgaben zur Verfügung stehen wird. Ferner ist damit auch das für den Zeitraum bis einschließlich Juni 2019 vereinbarte nachvertragliche Wettbewerbsverbot von Thomas Ebeling mit abgegolten, so dass von der Gesellschaft hierfür keine gesonderte Karenzentschädigung zu zahlen ist.

Zusätzliche Angaben zu aktienbasierten Vergütungs-instrumenten (Group Share Plan)

Der Bestand der den aktiven Vorständen für ihre Tätigkeit als Mitglieder des Vorstands gewährten Performance Share Units (PSUs) hat sich im Geschäftsjahr 2017 wie folgt entwickelt: → [Abb. 014](#)

Im Geschäftsjahr 2017 wurden 70.857 Performance Share Units aus dem Group Share Plan ausgeübt und 41.749 Performance Share Units sind verfallen. Bezüglich der für das Geschäftsjahr 2017 gewährten

Performance Share Units verweisen wir auf den Konzernanhang unter Ziffer 32. → [Anhang, Ziffer 32 „Anteilsbasierte Vergütung“, Seite 237](#)

i Weiterführende Informationen zu den vom Vorstand gehaltenen Aktien der Gesellschaft befinden sich im Corporate Governance-Bericht auf Seite 70.

Sonstige Vergütungsbestandteile

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

VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES VORSTANDS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2017 NACH DEM DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX (DCGK)

Der DCGK empfiehlt, einzelne Vergütungskomponenten für jedes Vorstandsmitglied nach bestimmten Kriterien individuell offenzulegen. Er empfiehlt weiter, für deren – teils vom DRS 17 abweichende – Darstellung die dem DCGK beigefügten Mustertabellen zu verwenden.

GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN NACH DCGK

In der nachfolgenden Tabelle werden die für das Geschäftsjahr 2017 gewährten Zuwendungen einschließlich der Nebenleistungen sowie die für das Geschäftsjahr 2017 erreichbaren Minimal- und Maximalvergütungen dargestellt, die den aktiven Vorständen für ihre Tätigkeit als

014 / ZUSÄTZLICHE ANGABEN ZU AKTIENBASIERTEN VERGÜTUNGSINSTRUMENTEN

GROUP SHARE PLAN⁴

		Zu Beginn des Geschäftsjahres ausstehende Performance Share Units	Im Geschäftsjahr gewährte Performance Share Units	Beizulegender Zeitwert bei Gewährung in €	Im Geschäftsjahr verfallene Performance Share Units ⁵	Im Geschäftsjahr ausgeübte Performance Share Units	Am Ende des Geschäftsjahres ausstehende Performance Share Units	Gesamtaufwand für aktienbasierte Vergütung ⁶
		Anzahl	Anzahl		Anzahl	Anzahl	Anzahl	in €
	2017	113.560	0	0	0	31.536	82.024	3.425
Thomas Ebeling	2016	132.540	29.447	1.000.000	0	48.427	113.560	194.093
	2017	0	30.019	800.000	0	0	30.019	382.556
Dr. Jan Kemper	2016	-	-	-	-	-	-	-
	2017	90.849	30.019	800.000	0	25.229	95.639	451.938
Conrad Albert	2016	106.032	23.558	800.000	0	38.741	90.849	155.253
	2017	0	30.019	800.000	0	0	30.019	382.556
Sabine Eckhardt ¹	2016	-	-	-	-	-	-	-
	2017	23.558	30.019	800.000	0	0	53.577	468.226
Jan David Frouman	2016	0	23.558	800.000	0	0	23.558	406.160
	2017	47.558	30.019	800.000	0	0	77.577	555.506
Christof Wahl ²	2016	0	47.558	1.615.040	0	0	47.558	819.922
	2017	39.962	0	0	25.870	14.092	0	38.303
Dr. Gunnar Wiedenfels ¹	2016	16.404	23.558	800.000	0	0	39.962	200.765
	2017	39.962	0	0	15.879	0	24.083	-11.643
Dr. Ralf Schremper ¹	2016	16.404	23.558	800.000	0	0	39.962	463.995
	2017	-	-	-	-	-	-	-
Dr. Christian Wegner ³	2016	106.032	23.558	800.000	15.879	38.741	74.970	453.328
	2017	355.449	150.095	4.000.000	41.749	70.857	392.938	2.270.867
Gesamt	2016	377.412	194.795	6.615.040	15.879	125.909	430.419	2.693.517

¹Die Vorstände Sabine Eckhardt, Dr. Gunnar Wiedenfels und Dr. Ralf Schremper verfügen zudem über PSUs aus ihrer Tätigkeit vor der Zugehörigkeit zum Vorstand, die ihnen nicht als Vergütung für ihre Funktion als Vorstand gewährt worden sind und daher auch nicht in der Übersicht aufgeführt werden.

²In Ablösung für Incentivierungsmaßnahmen für seine Tätigkeit vor der Zugehörigkeit zum Vorstand, hat Christof Wahl im Geschäftsjahr 2016 einmalig eine zusätzliche Zuteilung in Höhe von 24.000 PSUs erhalten.

³Dr. Christian Wegner ist mit Wirkung zum 31.12.2016 aus dem Vorstand ausgeschieden, Angaben zu seinen aktienbasierten Vergütungsinstrumenten finden sich im Kapitel zu den Gesamtbezügen der ehemaligen Mitglieder des Vorstands.

⁴Nominalbeträge der PSUs bei Gewährung.

⁵Dr. Gunnar Wiedenfels ist zum 31. März 2017 und Dr. Ralf Schremper zum 31. Juli 2017 aus dem Vorstand ausgeschieden; Thomas Ebeling wird zum 22. Februar 2018 aus dem Vorstand ausscheiden. Hinsichtlich der Auswirkungen auf den Group Share Plan verweisen wir auf den Abschnitt „Erläuterungen zur Vergütung ausgeschiedener bzw. ausscheidender Vorstandsmitglieder“.

⁶Der Gesamtaufwand im Geschäftsjahr 2017 beinhaltet für den Group Share Plan 2014 eine Anpassung des Umrechnungsfaktors für die gewährten Performance Share Units (100,1%) bewertet zum Stichtag 31.12.2017. Es wurden keine Anpassungen aufgrund des Verwässerungsschutzes oder aufgrund einer individuellen Erhöhung durch den Aufsichtsrat vorgenommen. Aufgrund von Aktienkursrückgängen im Geschäftsjahr 2017 ist der Gesamtaufwand bei Dr. Ralf Schremper negativ. Der Gesamtaufwand im Geschäftsjahr 2016 beinhaltet für den Group Share Plan 2013 eine Anpassung des Umrechnungsfaktors für die gewährten Performance Share Units (107,6%) bewertet zum Stichtag 31.12.2016.

Vorstand gewährt wurden. Abweichend zur Darstellung der Gesamtvergütung nach DRS 17 ist die einjährige variable Vergütung den Anforderungen des DCGK entsprechend mit dem Zielwert, das heißt dem Wert, der bei einer Zielerreichung von 100 Prozent an das Vorstandsmitglied gewährt wird, anzugeben. Der Grad der jeweiligen Zielerreichung für ein Geschäftsjahr, d. h. der Umfang, in dem der bei 100 Prozent Zielerreichung zahlbare Betrag über - bzw. unterschritten wurde, ergibt sich aus dem Vergleich der für ein Geschäftsjahr gewährten variablen Vergütung mit den entsprechenden Angaben zu dem tatsächlich für das betreffende Geschäftsjahr zugeflossenen variablen Vergütung in der Zuflusstabelle nach DCGK. Des Weiteren ist der Versorgungsaufwand, das heißt der Dienstzeitaufwand nach IAS 19, in die Gesamtvergütung nach DCGK einzurechnen. → [Abb. 015-023](#)

015 / GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

Thomas Ebeling Group CEO - bis 22.02.2018				
	2016	2017	2017 (min)	2017 (max)
Festvergütung	1.000,0	1.000,0	1.000,0	1.000,0
Nebenleistungen ¹	97,1	120,2	120,2	120,2
Summe fixe Vergütung	1.097,1	1.120,2	1.120,2	1.120,2
Einjährige variable Vergütung	1.000,0	1.000,0	0,0	2.000,0
Mehrjährige variable Vergütung				
Group Share Plan (2016-2019)	1.000,0	-	-	-
Group Share Plan (2017-2020)	-	-	-	-
Mid Term Incentive Plan (2016-2018) ²	500,0	500,0	0,0	1.250,0
Summe variable Vergütung	2.500,0	1.500,0	0,0	3.250,0
Versorgungsaufwand ³	203,4	209,2	209,2	209,2
Gesamtvergütung (DCGK)	3.800,5	2.829,4	1.329,4	4.579,4

¹Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Thomas Ebeling sind zusätzlich Leistungen für Fahrdienste und Heimflüge enthalten.

²Der Mid Term Incentive Plan wird für die Planjahre 2016 bis 2018 durch Zahlung in Höhe des Zielwerts, d. h. 1,5 Mio Euro, vorzeitig abgewickelt.

³Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

016 / GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

Dr. Jan Kemper Group CFO - seit 01.06.2017				
	2016	2017	2017 (min)	2017 (max)
Festvergütung	-	379,2	379,2	379,2
Nebenleistungen ¹	-	29,7	29,7	29,7
Summe fixe Vergütung	-	408,9	408,9	408,9
Einjährige variable Vergütung	-	379,2	0,0	758,3
Mehrjährige variable Vergütung				
Group Share Plan (2016-2019)	-	-	-	-
Group Share Plan (2017-2020)	-	800,0	0,0	4.200,0
Mid Term Incentive Plan (2016-2018)	-	333,0	0,0	832,5
Sonstiges ²	-	2.000,0	2.000,0	2.000,0
Summe variable Vergütung	-	3.512,2	2.000,0	7.790,8
Versorgungsaufwand ³	-	59,1	59,1	59,1
Gesamtvergütung (DCGK)	-	3.980,1	2.468,0	8.258,8

¹Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Dr. Jan Kemper sind zusätzlich Leistungen für eine doppelte Haushaltsführung enthalten.

²Dr. Jan Kemper erhält eine Kompensationszahlung für verfallene Ansprüche aus dem Aktienoptionsprogramm seines vorherigen Dienstherrn.

³Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Bei Dr. Jan Kemper handelt es sich für 2017 aufgrund der unterjährigen Gewährung der Pensionszusage um den nachzurechnenden Dienstzeitaufwand (Past Service Costs).

017 / GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

Conrad Albert Stellvertretender Vorstandsvorsitzender, Group General Counsel - seit 01.10.2011				
	2016	2017	2017 (min)	2017 (max)
Festvergütung	725,0	725,0	725,0	725,0
Nebenleistungen ¹	10,0	9,8	9,8	9,8
Summe fixe Vergütung	735,0	734,8	734,8	734,8
Einjährige variable Vergütung	400,0	400,0	0,0	800,0
Mehrjährige variable Vergütung				
Group Share Plan (2016-2019)	800,0	-	-	-
Group Share Plan (2017-2020)	-	800,0	0,0	4.200,0
Mid Term Incentive Plan (2016-2018)	333,3	333,3	0,0	833,3
Summe variable Vergütung	1.533,3	1.533,3	0,0	5.833,3
Versorgungsaufwand ²	99,5	127,0	127,0	127,0
Gesamtvergütung (DCGK)	2.367,8	2.395,1	861,8	6.695,1

¹Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O).

²Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

018 / GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Sabine Eckhardt CCO Entertainment - seit 01.01.2017			
	2016	2017	2017 (min)	2017 (max)
Festvergütung	-	510,0	510,0	510,0
Nebenleistungen ¹	-	8,7	8,7	8,7
Summe fixe Vergütung	-	518,7	518,7	518,7
Einjährige variable Vergütung	-	375,0	0,0	750,0
Mehrfürige variable Vergütung				
Group Share Plan (2016-2019)	-	-	-	-
Group Share Plan (2017-2020)	-	800,0	0,0	4.200,0
Mid Term Incentive Plan (2016-2018)	-	333,3	0,0	833,3
Summe variable Vergütung	-	1.508,3	0,0	5.783,3
Versorgungsaufwand ²	-	85,0	85,0	85,0
Gesamtvergütung (DCGK)	-	2.112,1	603,7	6.387,1

¹Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O).

²Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Bei Sabine Eckhardt handelt es sich für 2017 aufgrund der unterjährigen Gewährung der Pensionszusage um den nachzurechnenden Dienstzeitaufwand (Past Service Costs).

019 / GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Jan David Frouman Vorstand Content Production & Global Sales, Chairman & CEO Red Arrow Studios seit 01.03.2016			
	2016	2017	2017 (min)	2017 (max)
Festvergütung	462,5	555,0	555,0	555,0
Nebenleistungen ¹	8,1	9,7	9,7	9,7
Summe fixe Vergütung	470,6	564,7	564,7	564,7
Einjährige variable Vergütung	270,8	325,0	0,0	650,0
Mehrfürige variable Vergütung				
Group Share Plan (2016-2019)	800,0	-	-	-
Group Share Plan (2017-2020)	-	800,0	0,0	4.200,0
Mid Term Incentive Plan (2016-2018)	333,3	333,3	0,0	833,3
Summe variable Vergütung	1.404,2	1.458,3	0,0	5.683,3
Versorgungsaufwand ²	74,8	91,6	91,6	91,6
Gesamtvergütung (DCGK)	1.949,6	2.114,6	656,3	6.339,6

¹Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O).

²Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Bei Jan David Frouman handelt es sich für 2016 aufgrund der unterjährigen Gewährung der Pensionszusage um den nachzurechnenden Dienstzeitaufwand (Past Service Costs).

020 / GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Christof Wahl COO Entertainment - seit 01.05.2016			
	2016	2017	2017 (min)	2017 (max)
Festvergütung ¹	340,0	510,0	510,0	510,0
Nebenleistungen ²	0,3	8,0	8,0	8,0
Summe fixe Vergütung	340,3	518,0	518,0	518,0
Einjährige variable Vergütung	216,7	325,0	0,0	650,0
Mehrfürige variable Vergütung				
Group Share Plan (2016-2019) ³	1.615,0	-	-	-
Group Share Plan (2017-2020)	-	800,0	0,0	4.200,0
Mid-Term Incentive Plan (2016-2018)	333,3	333,3	0,0	833,3
Summe variable Vergütung	2.165,0	1.458,3	0,0	5.683,3
Versorgungsaufwand ⁴	57,5	88,0	88,0	88,0
Gesamtvergütung (DCGK)	2.562,8	2.064,3	606,0	6.289,3

¹Im Rahmen der Aufhebungsvereinbarung aus dem vorangegangenen Geschäftsführervertrag wurden Christof Wahl im Geschäftsjahr 2016 100.000 Euro auf seine Festvergütung angerechnet.

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

³In Ablösung für Incentivierungsmaßnahmen für seine Tätigkeit vor der Zugehörigkeit zum Vorstand, erhält Christof Wahl im Geschäftsjahr 2016 einmalig eine zusätzliche Zuteilung in Höhe von 24.000 Performance Share Units.

⁴Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Bei Christof Wahl handelt es sich für 2016 aufgrund der unterjährigen Gewährung der Pensionszusage um den nachzurechnenden Dienstzeitaufwand (Past Service Costs).

021 / GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Dr. Gunnar Wiedenfels ¹ Group CFO - bis 31.03.2017			
	2016	2017	2017 (min)	2017 (max)
Festvergütung	510,0	127,5	127,5	127,5
Nebenleistungen ²	15,7	4,2	4,2	4,2
Summe fixe Vergütung	525,7	131,7	131,7	131,7
Einjährige variable Vergütung	325,0	81,3	81,3	81,3
Mehrjährige variable Vergütung				
Group Share Plan (2016-2019)	800,0	-	-	-
Group Share Plan (2017-2020)	-	-	-	-
Mid Term Incentive Plan (2016-2018)	333,3	-	-	-
Summe variable Vergütung	1.458,3	81,3	81,3	81,3
Versorgungsaufwand ³	73,5	84,2	84,2	84,2
Gesamtvergütung (DCGK)	2.057,5	297,2	297,2	297,2

¹Dr. Gunnar Wiedenfels ist mit Wirkung zum 31.03.2017 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 31.03.2017. Die ausgewiesene fixe sowie einjährige variable Vergütung beziehen sich auf die Monate Januar bis März 2017, der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2017. Da die dreijährige Wartezeit für den Eintritt der vertraglichen Unverfallbarkeit bei der betrieblichen Altersversorgung nicht erreicht wurde, bestehen unter dem Versorgungsvertrag nur Ansprüche, die Dr. Gunnar Wiedenfels aus Anwartschaften aus Entgeltumwandlung erworben hat. Zudem verfallen aufgrund der vorzeitigen Beendigung des Dienstvertrags vor Planlaufzeit alle Ansprüche aus den Mid Term Incentive Plan ersatzlos.

²Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Dr. Gunnar Wiedenfels sind zusätzlich Leistungen für Fahrdienste enthalten.

³Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

022 / GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Dr. Ralf Schremper ¹ Chief Investment Officer - CIO - bis 31.07.2017			
	2016	2017	2017 (min)	2017 (max)
Festvergütung	510,0	297,5	297,5	297,5
Nebenleistungen ²	12,2	7,1	7,1	7,1
Summe fixe Vergütung	522,2	304,6	304,6	304,6
Einjährige variable Vergütung	325,0	0,0	0,0	0,0
Mehrjährige variable Vergütung				
Group Share Plan (2016-2019)	800,0	-	-	-
Group Share Plan (2017-2020)	-	-	-	-
Mid Term Incentive Plan (2016-2018)	333,3	333,3	0,0	833,3
Summe variable Vergütung	1.458,3	333,3	0,0	833,3
Versorgungsaufwand ³	79,7	89,4	89,4	89,4
Gesamtvergütung (DCGK)	2.060,2	727,4	394,0	1.227,4

¹Dr. Ralf Schremper ist mit Wirkung zum 31.07.2017 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 31.07.2017. Die ausgewiesene fixe sowie einjährige variable Vergütung beziehen sich auf die Monate Januar bis Juli 2017, der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2017. Der Anspruch von Dr. Ralf Schremper auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2017 ist mit der Abfindung vollständig abgegolten. Der Mid Term Incentive Plan wurde anteilig für die Planjahre 2016 und 2017 durch Zahlung in Höhe von 2/3 des Zielwerts, d.h. 0,67 Mio Euro, vorzeitig abgewickelt.

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

³Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

023 / GEWÄHRTE ZUWENDUNGEN in Tsd Euro

	Dr. Christian Wegner Vorstand Digital Ventures & Commerce - bis 31.12.2016			
	2016	2017	2017 (min)	2017 (max)
Festvergütung	700,0	-	-	-
Nebenleistungen ¹	15,4	-	-	-
Summe fixe Vergütung	715,4	-	-	-
Einjährige variable Vergütung	700,0	-	-	-
Mehrjährige variable Vergütung				
Group Share Plan (2016-2019)	800,0	-	-	-
Group Share Plan (2017-2020)	-	-	-	-
Mid Term Incentive Plan (2016-2018)	333,3	-	-	-
Summe variable Vergütung	1.833,3	-	-	-
Versorgungsaufwand ²	108,2	-	-	-
Gesamtvergütung (DCGK)	2.656,9	-	-	-

¹Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O).

²Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19.

Bezüglich der Aufhebungsvereinbarung von Dr. Gunnar Wiedenfels, Dr. Ralf Schremper und Thomas Ebeling verweisen wir auf den Abschnitt „Erläuterungen zur Vergütung ausgeschiedener bzw. ausscheidender Vorstandsmitglieder“.

ZUFLUSS GEMÄSS DCGK

Da die den Mitgliedern des Vorstands für das Geschäftsjahr gewährte Vergütung teilweise nicht mit einer Zahlung in dem jeweiligen Geschäftsjahr einhergeht, wird – in Übereinstimmung mit der entsprechenden Empfehlung des DCGK – in einer gesonderten Tabelle dargestellt, in welcher Höhe ihnen für das Geschäftsjahr für ihre Tätigkeit als Vorstand Mittel zufließen.

Entsprechend den Empfehlungen des DCGK sind die fixe Vergütung und die einjährige variable Vergütung als Zufluss für das jeweilige Geschäftsjahr anzugeben. Aktienbasierte Vergütungen gelten gemäß DCGK zu dem nach deutschem Steuerrecht maßgeblichen Zeitpunkt und Wert als zugeflossen.

Den Empfehlungen des DCGK folgend, entspricht der Versorgungsaufwand im Sinne des Dienstzeitaufwands nach IAS 19 bei den Angaben zum Zufluss den zugeführten Beiträgen, obwohl er keinen tatsächlichen Zufluss im engeren Sinne darstellt. → [Abb. 025](#)

NACHVERTRAGLICHES WETTBEWERBSVERBOT

Für alle Vorstandsmitglieder wurde ein nachvertragliches Wettbewerbsverbot für die Dauer von einem Jahr nach Beendigung des Dienstvertrags vereinbart. Im Rahmen der Aufhebungsvereinbarung mit Dr. Gunnar Wiedenfels und Dr. Ralf Schremper wurde jeweils ihr nachvertragliches Wettbewerbsverbot und der zugehörige Anspruch auf Karenzentschädigung im Hinblick auf ihr vorzeitiges Ausscheiden aufgehoben. Im Rahmen der Aufhebungsvereinbarung mit Thomas Ebeling ist vereinbart worden, dass das nachvertragliche Wettbewerbsverbot statt für ein Jahr für den Zeitraum vom Beendigungszeitpunkt mit Ablauf des 22. Februar 2018 bis zum Ablauf des 30. Juni 2019 gilt und die Karenzentschädigung durch die Abfindung abgegolten ist.

Sofern das nachvertragliche Wettbewerbsverbot zur Anwendung kommt, erhalten die Vorstandsmitglieder für die Dauer des nachvertraglichen Wettbewerbsverbots eine monatliche Karenzentschädigung, die jeweils 1/12 von 75 Prozent der von ihnen zuletzt bezogenen Jahresvergütung beträgt. Für Zwecke der Karenzentschädigung ist als Jahresvergütung die Summe aus Festvergütung, Performance Bonus sowie gegebenenfalls zusätzlich gewährte mehrjährige Vergütungsbestandteile anzusetzen. Bei der Berechnung ist für den Performance Bonus eine Zielerreichung von 100 Prozent zu unterstellen und bei mehrjährigen Vergütungsbestandteilen der Wert bei Zuteilung, bzw., sofern keine jährliche Zuteilung erfolgt, der anteilig auf ein Jahr der Planlaufzeit entfallende Wert bei Zuteilung zugrunde zu legen. Ein durch eigene Arbeitskraft während der Dauer des Wettbewerbsverbots erworbenes Einkommen ist auf die Karenzentschädigung insoweit anzurechnen, als es – bezogen auf ein Jahr – 50 Prozent der zuletzt bezogenen Jahresvergütung übersteigt. Die Gesellschaft kann vor Beendigung des Vertrages auf das Wettbewerbsverbot verzichten;

in diesem Fall besteht der Anspruch auf Karenzentschädigung nur für den Zeitraum zwischen Beendigung des Vertrages und dem Ablauf von sechs Monaten nach Zugang der Verzichtserklärung. Im Übrigen gelten die §§ 74 ff. HGB entsprechend.

Die folgende Tabelle zeigt die Nettobarwerte der für das nachvertragliche Wettbewerbsverbot zahlbaren Entschädigungen → [Abb. 024](#). Es handelt sich hierbei um die Barwerte der Beträge, die in dem angenommenen Fall gezahlt würden, falls Vorstandsmitglieder das Unternehmen zum regulären Ende ihrer jeweiligen aktuellen Vertragslaufzeit verlassen würden und die vertragsgemäßen Leistungen, die sie unmittelbar vor Beendigung des Dienstvertrages beziehen, gleich hoch sind wie die zuletzt bezogene Jahresvergütung. Es ist davon auszugehen, dass die tatsächlichen Entschädigungen für das nachvertragliche Wettbewerbsverbot von den hier dargestellten Beträgen abweichen werden. Dies hängt vom genauen Zeitpunkt der Beendigung des Dienstvertrages sowie von der Vergütungshöhe zu diesem Zeitpunkt ab.

024 / KARENZENTSCHÄDIGUNG in Tsd Euro

	Vertragslaufzeit	Nettobarwert der Karenzentschädigung ¹
Dr. Jan Kemper	31.05.2020	1.556,7
Conrad Albert	30.04.2021	1.414,2
Sabine Eckhardt	31.12.2019	1.501,0
Jan David Frouman	28.02.2019	1.504,8
Christof Wahl	30.04.2019	1.469,9
Summe		7.446,6

¹Für diese Berechnung wurden die folgenden Abzinsungssätze nach IAS 19 verwendet: Dr. Jan Kemper 0,49%, Conrad Albert 0,62%, Sabine Eckhardt 0,42%, Jan David Frouman 0,30%, Christof Wahl 0,32%.

GESAMTBEZÜGE DER EHEMALIGEN MITGLIEDER DES VORSTANDS

An ehemalige Mitglieder des Vorstands wurden im Geschäftsjahr 2017 Gesamtbezüge in Höhe von 4,7 Mio Euro (Vorjahr: 6,0 Mio Euro) ausbezahlt. Darin enthalten sind die Auszahlung von 75.687 Performance Share Units aus dem Group Share Plan 2013 in Höhe von 2,6 Mio Euro (Vorjahr: 3,3 Mio Euro) und die Abfindung für Dr. Ralf Schremper in Höhe von 1,4 Mio Euro, die mit Beendigungszeitpunkt zum 31. Juli 2017 zahlbar war. Gemäß Aufhebungsvereinbarung wurde für die Teilnahme von Dr. Ralf Schremper am Group Share Plan eine Rückstellung in Höhe von 0,3 Mio Euro gebildet. Zudem hat Dr. Ralf Schremper noch Versorgungsbeiträge in Höhe von 42.500 Euro für das Jahr 2017 erhalten. Darüber hinaus wurden an ehemalige Mitglieder des Vorstands Versorgungsleistungen in Höhe von 0,4 Mio Euro (Vorjahr: 0,4 Mio Euro) gezahlt. Die Pensionsrückstellungen für frühere Vorstandsmitglieder betragen zum 31. Dezember 2017 nach IFRS 14,4 Mio Euro (Vorjahr: 14,4 Mio Euro). Die Pensionsrückstellungen für Dr. Gunnar Wiedenfels und Dr. Ralf Schremper sind in der Tabelle Gesamtvergütung des Vorstands nach DRS 17 enthalten.

	Thomas Ebeling Group CEO bis 22.02.2018		Dr. Jan Kemper Group CFO seit 01.06.2017		Conrad Albert Stellvertretender Vorstandsvorsitzender, Group General Counsel seit 01.10.2011		Sabine Eckhardt CCO Entertainment seit 01.01.2017	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016
Festvergütung	1.000,0	1.000,0	379,2	-	725,0	725,0	510,0	-
Nebenleistungen ¹	120,2	97,1	29,7	-	9,8	10,0	8,7	-
Summe fixe Vergütung	1.120,2	1.097,1	408,9	-	734,8	735,0	518,7	-
Einjährige variable Vergütung	832,0	1.490,0	341,3	-	396,8	500,0	331,9	-
Mehrfährige variable Vergütung ²								
Group Share Plan (2012-2015) ³	-	3.251,6	-	-	-	2.601,2	-	-
Group Share Plan (2013-2016) ⁴	1.310,4	-	-	-	1.048,3	-	-	-
Group Share Plan (2015-2018)	-	-	-	-	-	-	-	-
Group Share Plan (2016-2019)	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstiges ⁵	-	-	2.000,0	-	-	-	-	-
Summe variable Vergütung	2.142,4	4.741,6	2.341,3	-	1.445,1	3.101,2	331,9	-
Versorgungsaufwand ⁶	209,2	203,4	59,1	-	127,0	99,5	85,0	-
Gesamtvergütung (DCGK)	3.471,8	6.042,1	2.809,3	-	2.306,9	3.935,7	935,6	-

	Jan David Frouman Vorstand Content Production & Global Sales, Chairman & CEO Red Arrow Studios seit 01.03.2016		Christof Wahl ⁷ COO Entertainment seit 01.05.2016		Dr. Gunnar Wiefenfels ⁸ Group CFO bis 31.03.2017		Dr. Ralf Schremper ⁹ Chief Investment Officer - CIO bis 31.07.2017		Dr. Christian Wegner Vorstand Digital Ventures & Commerce bis 31.12.2016	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016
Festvergütung	555,0	462,5	510,0	340,0	127,5	510,0	297,5	510,0	-	700,0
Nebenleistungen ¹	9,7	8,1	8,0	0,3	4,2	15,7	7,1	12,2	-	15,4
Summe fixe Vergütung	564,7	470,6	518,0	340,3	131,7	525,7	304,6	522,2	-	715,4
Einjährige variable Vergütung	162,5	300,6	322,4	253,5	81,3	490,8	0,0	529,8	-	623,0
Mehrfährige variable Vergütung ²										
Group Share Plan (2012-2015) ³	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.601,2
Group Share Plan (2013-2016) ⁴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Group Share Plan (2015-2018)	-	-	-	-	319,9	-	-	-	-	-
Group Share Plan (2016-2019)	-	-	-	-	200,0	-	-	-	-	-
Sonstiges ⁵	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Summe variable Vergütung	162,5	300,6	322,4	253,5	601,2	490,8	0,0	529,8	-	3.224,2
Versorgungsaufwand ⁶	91,6	74,8	88,0	57,5	84,2	73,5	89,4	79,7	-	108,2
Gesamtvergütung (DCGK)	818,8	846,0	928,4	651,3	817,1	1.090,0	394,0	1.131,7	-	4.047,8

¹Enthalten Leasingraten für Dienstwagenbereitstellung und Versicherungsprämien (exkl. D&O). In den Nebenleistungen bei Thomas Ebeling und Dr. Gunnar Wiefenfels sind zusätzlich Leistungen für Fahrdienste und bei Thomas Ebeling zudem für Heimflüge enthalten. Bei Dr. Jan Kemper sind zusätzlich Leistungen für eine doppelte Haushaltsführung enthalten.

²Neben der Vergütung als Vorstandsmitglied sind den Vorständen Dr. Gunnar Wiefenfels, Dr. Ralf Schremper und Sabine Eckhardt aufgrund des Bestands an Anrechten aus der Zeit vor der Aufnahme der Vorstandstätigkeit Beträge aus der mehrjährigen variablen Vergütung im Geschäftsjahr 2017 zugeflossen.

³Die Auszahlung für den Group Share Plan 2012 beinhaltet neben den Anpassungen der gewährten Performance Share Units zum Verwässerungsschutz für eine Superdividende (1,23) und des Umrechnungsfaktors (102,7%) zudem die individuelle Erhöhung durch den Aufsichtsrat (17,5%) bewertet nach Planbedingungen mit einem Aktienkurs zum Umtauschverhältnis-Ermittlungszeitpunkt.

⁴Die Auszahlung für den Group Share Plan 2013 beinhaltet eine Anpassung des Umrechnungsfaktors für die gewährten Performance Share Units (107,6%) bewertet nach Planbedingungen mit einem Aktienkurs zum Umtauschverhältnis-Ermittlungszeitpunkt. Es wurden keine Anpassungen aufgrund eines Verwässerungsschutzes oder aufgrund einer individuellen Erhöhung durch den Aufsichtsrat vorgenommen.

⁵Dr. Jan Kemper erhält eine Kompensationszahlung für verfallene Ansprüche aus dem Aktienoptionsprogramm seines vorherigen Dienstherrn.

⁶Versorgungsaufwand umfasst den Dienstzeitaufwand nach IAS 19. Bei Jan David Frouman und Christof Wahl handelt es sich für 2016 und bei Sabine Eckhardt und Dr. Jan Kemper für 2017 aufgrund der unterjährigen Gewährung der Pensionszusage um den nachzurechnenden Dienstzeitaufwand (Past Service Costs).

⁷Im Rahmen der Aufhebungsvereinbarung aus dem vorangegangenen Geschäftsführervertrag wurden Christof Wahl im Geschäftsjahr 2016 100.000 Euro auf seine Festvergütung angerechnet.

⁸Dr. Gunnar Wiefenfels ist mit Wirkung zum 31.03.2017 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 31.03.2017. Die ausgewiesene fixe sowie einjährige variable Vergütung beziehen sich auf die Monate Januar bis März 2017, der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2017. Da die dreijährige Wartezeit für den Eintritt der vertraglichen Unverfallbarkeit bei der betrieblichen Altersversorgung nicht erreicht wurde, bestehen unter dem Versorgungsvertrag nur Ansprüche, die Dr. Gunnar Wiefenfels aus Anwartschaften aus Entgeltumwandlung erworben hat. Die zum Beendigungstermin laut Planbedingungen unverfallbaren Performance Share Units aus dem Group Share Plan 2015 und 2016 werden in Bar abgelöst; im Übrigen verfallen die bis zum Beendigungszeitpunkt nicht geversteten PSUs ersatzlos. Als einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) erhielt Dr. Gunnar Wiefenfels einen zeitanteiligen, erfolgsunabhängigen Betrag in Höhe von 81.250 Euro.

⁹Dr. Ralf Schremper ist mit Wirkung zum 31.07.2017 aus dem Vorstand ausgeschieden, sein Anstellungsvertrag endete mit Wirkung zum 31.07.2017. Die ausgewiesene fixe bezieht sich auf die Monate Januar bis Juli 2017, der Versorgungsaufwand bezieht sich auf das gesamte Geschäftsjahr 2017. Der Anspruch von Dr. Ralf Schremper auf die einjährige variable Vergütung (Performance Bonus) für das Geschäftsjahr 2017 ist mit der Abfindung vollständig abgegolten.

026 / VERGÜTUNG DER MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2017 in Tsd Euro

		Fixe Grundvergütung	Vergütung Präsidial- ausschuss	Vergütung Prüfungs- ausschuss	Vergütung Personal- ausschuss	Sitzungsgeld persönliche Teilnahme	Gesamt
Dr. Werner Brandt Vorsitzender	2017	250,0	30,0	0,0	30,0	48,0	358,0
	2016	250,0	30,0	0,0	30,0	45,0	355,0
Dr. Marion Helmes Stellvertretende Vorsitzende	2017	150,0	30,0	7,5	7,5	38,0	233,0
	2016	150,0	30,0	7,5	7,5	34,0	229,0
Lawrence A. Aidem	2017	100,0	7,5	0,0	0,0	26,0	133,5
	2016	100,0	7,5	0,0	0,0	20,0	127,5
Antoinette (Annet) P. Aris	2017	100,0	0,0	7,5	7,5	32,0	147,0
	2016	100,0	0,0	7,5	7,5	34,0	149,0
Adam Cahan	2017	100,0	0,0	0,0	0,0	22,0	122,0
	2016	100,0	0,0	0,0	0,0	18,0	118,0
Angelika Gifford	2017	100,0	0,0	0,0	7,5	24,0	131,5
	2016	100,0	0,0	0,0	7,5	18,0	125,5
Erik Adrianus Hubertus Huggers	2017	100,0	0,0	0,0	0,0	22,0	122,0
	2016	100,0	0,0	0,0	0,0	20,0	120,0
Ketan Mehta	2017	100,0	7,5	0,0	0,0	28,0	135,5
	2016	100,0	3,8	0,0	0,0	24,0	127,8
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	2017	100,0	0,0	50,0	0,0	38,0	188,0
	2016	100,0	0,0	50,0	0,0	32,0	182,0
Summe	2017	1.100,0	75,0	65,0	52,5	278,0	1.570,5
	2016	1.100,0	71,3	65,0	52,5	245,0	1.533,8

PENSIONS-RÜCKSTELLUNGEN

Im Geschäftsjahr 2017 sind den Pensionsrückstellungen für aktive und ehemalige Mitglieder des Vorstands nach IFRS insgesamt 1,5 Mio Euro (Vorjahr: 2,8 Mio Euro) zugeführt worden. Hiervon entfallen 0,7 Mio Euro auf den laufenden Dienstzeitaufwand (Vorjahr: 0,6 Mio Euro), 0,5 Mio Euro auf Zinsaufwendungen (Vorjahr: 0,6 Mio Euro) sowie 0,04 Mio Euro auf versicherungsmathematische Gewinne (Vorjahr: 1,3 Mio Euro versicherungsmathematische Verluste) und minus 0,4 Mio Euro (Vorjahr: minus 0,4 Mio Euro) auf Pensionszahlungen. Des Weiteren wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr Entgeltumwandlungen in Höhe von 0,6 Mio Euro (Vorjahr: 0,6 Mio Euro) vorgenommen. Zum 31. Dezember 2017 beliefen sich die Pensionsrückstellungen für aktive und ehemalige Mitglieder des Vorstands in Summe auf 27,2 Mio Euro (Vorjahr: 25,7 Mio Euro).

D&O-VERSICHERUNG

Die Vorstandsmitglieder sind in eine Vermögensschaden-Haftpflicht-Gruppenversicherung (D&O-Versicherung) einbezogen. Diese D&O-Versicherung deckt das persönliche Haftungsrisiko für den Fall ab, dass Vorstandsmitglieder bei der Ausübung ihrer beruflichen Tätigkeit für die Gesellschaft für Vermögensschäden in Anspruch genommen werden. Die Versicherung enthält eine Selbstbehaltsregelung, wonach ein in Anspruch genommenes Vorstandsmitglied in jedem Versicherungsfall insgesamt 10 Prozent des Schadens und für alle Versicherungsfälle in einem Versicherungsjahr maximal 150 Prozent der jeweiligen festen jährlichen Vergütung selbst trägt. Maßgeblich für die Berechnung des Selbstbehalts ist die feste Vergütung in dem Kalenderjahr, in dem die Pflichtverletzung begangen wurde.

VERGÜTUNG DES AUFSICHTSRATS

Struktur und Bestandteile der Aufsichtsratsvergütung

Die Vergütung des Aufsichtsrats ist in der Satzung der Gesellschaft festgelegt.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten für jedes volle Geschäftsjahr ihrer Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat eine feste jährliche Vergütung. Für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats beträgt die feste Vergütung 250.000 Euro, für seinen Stellvertreter 150.000 Euro sowie für alle sonstigen Mitglieder des Aufsichtsrats 100.000 Euro. Der Vorsitzende eines Ausschusses des Aufsichtsrats erhält zusätzlich eine feste jährliche Vergütung von 30.000 Euro, für den Vorsitzenden des Audit and Finance Committee beträgt die zusätzliche feste Vergütung 50.000 Euro. Für die Mitgliedschaft in einem Ausschuss des Aufsichtsrats erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats ferner eine feste jährliche Vergütung in Höhe von 7.500 Euro. Darüber hinaus erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats für jede persönliche Teilnahme an einer Sitzung des Aufsichtsrats ein Sitzungsgeld in Höhe von 2.000 Euro. Für den Vorsitzenden des Aufsichtsrats beträgt das Sitzungsgeld 3.000 Euro für jede persönliche Teilnahme an einer Aufsichtsratssitzung. Für mehrere Sitzungen, die an einem Tag stattfinden, wird das Sitzungsgeld nur einmal gezahlt. Eine erfolgsorientierte variable Vergütung wird nicht gewährt.

Die derzeit amtierenden Mitglieder des Aufsichtsrats haben gegenüber dem Aufsichtsrat im Rahmen einer „Selbstverpflichtung“ erklärt,

dass sie für jeweils 20 Prozent der gewährten jährlichen festen Vergütung gemäß § 14 Abs. 1 und 2 der Satzung (vor Abzug von Steuern) jährlich Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE kaufen und jeweils für die Dauer von vier Jahren, längstens aber während der Dauer ihrer Mitgliedschaft im Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE, halten werden; im Falle einer Wiederwahl gilt die Halteverpflichtung jeweils für die einzelnen Amtsperioden. Mit dieser Selbstverpflichtung zur Investition in ProSiebenSat.1-Aktien und zum Halten dieser Aktien wollen die Aufsichtsratsmitglieder ihr Interesse an einem langfristigen, nachhaltigen Unternehmenserfolg unterstreichen.

! Weiterführende Informationen zu den vom Aufsichtsrat gehaltenen Aktien der Gesellschaft befinden sich im Corporate Governance-Bericht auf Seite 70.

Die Aufsichtsratsmitglieder bezogen für das Geschäftsjahr 2017 folgende Vergütung: → [Abb. 026](#)

Zusätzlich zu dieser fixen Jahresvergütung bzw. den Sitzungsgeldern erhielten die Mitglieder des Aufsichtsrats einen Ersatz aller Auslagen sowie Ersatz der auf ihre Vergütung und Auslagen zu entrichtenden 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 2017 nicht gewährt. Mitglieder des Aufsichtsrats beziehen vom Unternehmen keine Kredite.

ÜBERNAHMERECHTLICHE ANGABEN¹

(GEMÄSS §§ 289A ABS.1, 315A ABS.1 HGB)

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist als börsennotierte Gesellschaft, deren stimmberechtigte Aktien an einem organisierten Markt im Sinne des § 2 Abs. 7 WpÜG notiert sind, verpflichtet, in den Lage- und Konzernlagebericht die in §§ 289a Abs.1, 315a Abs.1 HGB näher bezeichneten Angaben aufzunehmen. Sie sollen einen Dritten, der an der Übernahme einer börsennotierten Gesellschaft interessiert ist, in die Lage versetzen, sich ein Bild von der Gesellschaft, ihrer Struktur und etwaigen Übernahmehindernissen zu machen. Der nachfolgende Abschnitt enthält neben diesen gesetzlich vorgeschriebenen Angaben zugleich die hierauf bezogenen Erläuterungen gemäß § 176 Abs.1 Satz 1 AktG i.V.m. Art. 9 Abs.1 lit. c) ii) SE-VO.

ZUSAMMENSETZUNG DES GEZEICHNETEN KAPITALS

Zum 31. Dezember 2017 betrug das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE 233.000.000 Euro. Es ist eingeteilt in 233.000.000 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien mit einem anteiligen Betrag am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie. Mit allen Aktien sind die gleichen Rechte und Pflichten verbunden. Jede Aktie an der ProSiebenSat.1 Media SE gewährt in der Hauptversammlung eine Stimme und den gleichen Anteil am Gewinn. → [Organisation und Konzernstruktur, Seite 102](#)

BESCHRÄNKUNGEN, DIE DIE STIMMRECHTE ODER DIE ÜBERTRAGUNG VON AKTIEN BETREFFEN

Dem Vorstand liegen keine Informationen über etwaige Beschränkungen der Stimmrechtsausübung oder hinsichtlich der Übertragbarkeit der Aktien vor, die über die gesetzlichen Bestimmungen des Kapitalmarktrechts und des Rundfunkstaatsvertrags hinausgehen.

BETEILIGUNGEN AM KAPITAL, DIE 10 PROZENT DER STIMMRECHTE ÜBERSCHREITEN

Auf Grundlage der der Gesellschaft bis zum 31. Dezember 2017 zugegangenen Stimmrechtsmitteilungen gemäß §§ 21, 22 WpHG (seit 3. Januar 2018 geregelt in den §§ 33, 34 WpHG) besteht ein Anteil an den Stimmrechten der Gesellschaft in Höhe von 15,87 Prozent durch The Capital Group Companies, Inc.

AKTIEN MIT SONDERRECHTEN, DIE KONTROLLBEFUGNISSE VERLEIHEN

Es wurden keine Aktien mit Sonderrechten ausgegeben, die Kontrollbefugnisse verleihen.

STIMMRECHTSKONTROLLE, WENN ARBEITNEHMER AM KAPITAL BETEILIGT SIND

Es besteht keine Stimmrechtskontrolle für den Fall, dass Arbeitnehmer am Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beteiligt sind und ihre Kontrollrechte nicht unmittelbar ausüben.

ERNENNUNG UND ABBERUFUNG VON VORSTANDSMITGLIEDERN; ÄNDERUNGEN DER SATZUNG

Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE besteht gemäß § 7 Abs.1 Satz 1 der Satzung der Gesellschaft aus mehreren Personen; die genaue Zahl wird gemäß § 7 Abs.1 Satz 2 der Satzung durch den Aufsichtsrat bestimmt. Die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands erfolgt gemäß Art. 39 Abs.2 SE-VO grundsätzlich durch den Aufsichtsrat als Aufsichtsorgan. Gemäß § 7 Abs.2 Satz 1 der Satzung i.V.m. Art. 46 SE-VO werden Vorstandsmitglieder für einen Zeitraum von höchstens fünf Jahren bestellt; Wiederbestellungen, jeweils für höchstens fünf Jahre, sind zulässig. Vorstandsmitglieder können vom Aufsichtsrat vorzeitig abberufen werden, wenn hierfür ein wichtiger Grund vorliegt. Für die Bestellung und Abberufung von Vorstandsmitgliedern ist die einfache Mehrheit der abgegebenen Stimmen im Aufsichtsrat erforderlich; bei Stimmgleichheit entscheidet die Stimme des Vorsitzenden des Aufsichtsrats (§ 12 Abs.1 Satz 3 der Satzung der Gesellschaft). Fehlt ein erforderliches Vorstandsmitglied, so hat in dringenden Fällen das Gericht auf Antrag eines Beteiligten ein Mitglied zu bestellen (§ 85 Abs.1 Satz 1 AktG i.V.m. Art. 9 Abs.1 lit. c) ii) SE-VO).

Über Änderungen der Satzung hat grundsätzlich die Hauptversammlung zu beschließen (Art. 59 Abs.1 SE-VO). Ein satzungsändernder Beschluss der Hauptversammlung bedarf im Fall der ProSiebenSat.1 Media SE der einfachen Mehrheit der abgegebenen Stimmen, sofern mindestens die Hälfte des stimmberechtigten Grundkapitals bei der Beschlussfassung vertreten ist (Art. 59 Abs.2 SE-VO, § 51 Satz 1 SEAG), andernfalls einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen

¹ Dieser Abschnitt ist Bestandteil des geprüften, zusammengefassten Lageberichts.

Stimmen (Art. 59 Abs.1 SE-VO), soweit nicht die Satzung oder das Gesetz zwingend eine größere Mehrheit vorschreibt. Dies ist zum Beispiel bei der Änderung des Gegenstands des Unternehmens (§179 Abs.2 Satz 1 AktG i.V.m. Art. 59 Abs.1 und 2 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) sowie der Schaffung bedingten Kapitals (§193 Abs.1 Satz 1 und 2 AktG i.V.m. Art. 57 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) oder genehmigten Kapitals (§ 202 Abs.2 Satz 2 und 3 AktG i.V.m. Art. 57 SE-VO, § 51 Satz 2 SEAG) der Fall, wofür jeweils eine Mehrheit von mindestens drei Vierteln der gültig abgegebenen Stimmen erforderlich ist. Der Aufsichtsrat ist berechtigt, Änderungen der Satzung, die nur die Fassung betreffen, zu beschließen (§179 Abs.1 Satz 2 AktG i.V.m. Art. 9 Abs.1 lit. c) ii) SE-VO, §13 der Satzung der Gesellschaft).

BEFUGNISSE DES VORSTANDS, AKTIEN AUSZUGEBEN ODER ZURÜCKZUKAUFEN

Der Vorstand wurde durch Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE bis zum 30. Juni 2021 (einschließlich) gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 87.518.880 Euro durch Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien zu erhöhen (Genehmigtes Kapital 2016). Nach der im November 2016 durch teilweise Ausnutzung des Genehmigten Kapitals in Höhe von EUR 14.202.800 erfolgten Kapitalerhöhung besteht das Genehmigte Kapital 2016 derzeit noch in Höhe von 73.316.080 Euro. Der Vorstand ist weiterhin ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats den weiteren Inhalt der Aktienrechte und die Bedingungen der Aktiengabe festzulegen. Bei der Ausgabe neuer Aktien steht den Aktionären grundsätzlich das gesetzliche Bezugsrecht zu.

Der Vorstand ist aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 zudem ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 29. Juni 2021 (einschließlich) einmalig oder mehrmals auf den Inhaber und/oder auf den Namen lautende Wandel- und/oder Optionsschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von bis zu 1,5 Mrd Euro mit einer befristeten oder unbefristeten Laufzeit zu begeben und den Inhabern bzw. Gläubigern von Schuldverschreibungen Wandlungs- oder Optionsrechte zum Bezug von insgesamt bis zu 21.879.720 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 21.879.720 Euro nach näherer Maßgabe der Wandel- bzw. Optionsanleihebedingungen zu gewähren und/oder für die Gesellschaft entsprechende Wandlungsrechte vorzusehen.

Mit Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 wurde das Grundkapital um insgesamt bis zu 21.879.720 Euro durch Ausgabe von insgesamt bis zu 21.879.720 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2016). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber bzw. Gläubiger von Wandlungsschuldverschreibungen sowie an Inhaber von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 bis zum 29. Juni 2021 (einschließlich) von der Gesellschaft oder einem in- oder ausländischen Unternehmen, an dem die Gesellschaft unmittelbar

oder mittelbar mit der Mehrheit der Stimmen und des Kapitals beteiligt ist, ausgegeben werden.

Durch den Beschluss der Hauptversammlung vom 21. Mai 2015 ist die ProSiebenSat.1 Media SE ermächtigt, bis zum 20. Mai 2020 (einschließlich) eigene Aktien bis zu insgesamt 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung – oder falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals zu erwerben. Die Ermächtigung kann ganz oder in Teilen, einmal oder mehrmals, in Verfolgung jedes gesetzlich zulässigen Zwecks durch die Gesellschaft ausgeübt werden. Der Erwerb kann – auch unter Einsatz von Derivaten – über die Börse, mittels eines an sämtliche Aktionäre gerichteten öffentlichen Kaufangebots und/oder mittels einer öffentlichen Aufforderung zur Abgabe von Verkaufsofferten erfolgen. Erworbene eigene Aktien können wieder veräußert oder ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss eingezogen werden. Der Vorstand ist ermächtigt, bei der Wiederveräußerung eigener Aktien in bestimmten, im Beschluss der Hauptversammlung näher bezeichneten Fällen, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre ganz oder teilweise auszuschließen.

WESENTLICHE VEREINBARUNGEN DER GESELLSCHAFT, DIE UNTER DER BEDINGUNG EINES KONTROLLWECHSELS INFOLGE EINES ÜBERNAHMEANGEBOTS STEHEN

Die ProSiebenSat.1 Media SE hat die im Folgenden aufgeführten wesentlichen Vereinbarungen abgeschlossen, die Regelungen für den Fall eines Kontrollwechsels etwa infolge eines Übernahmeangebots beinhalten:

Es besteht eine syndizierte Kreditvereinbarung der ProSiebenSat.1 Media SE, die zum 31. Dezember 2017 ein endfälliges Darlehen in Höhe von 2,1 Mrd Euro sowie eine revolvingende Kreditfazilität mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro umfasst. Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control“) haben die Kreditgeber das Recht, ihre Beteiligung an dem Kredit zu kündigen und die Rückzahlung der auf sie entfallenden Kreditansprüche innerhalb einer bestimmten Frist nach Eintritt des Kontrollwechsels zu verlangen. → [Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur, Seite 142](#)

Ferner hat die ProSiebenSat.1 Media SE eine Anleihe in Höhe von 600 Mio Euro ausstehen. Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control“) und des Eintritts eines negativen Rating-Ereignisses nach einem solchen „Change of Control“ haben die Anleihegläubiger das Recht, ihre Anleihen zu kündigen und Rückzahlung zu verlangen.

Zusätzlich hat die ProSiebenSat.1 Media SE drei syndizierte Schuld-scheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro mit Laufzeitbändern von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinst und 50 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinst) begeben. Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control“) haben die Darlehensgeber das Recht, ihre Darlehensbeteiligung zu kündigen und Rückzahlung zu verlangen. → [Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur, Seite 142](#)
→ <http://geschaeftsbericht2017.prosiebensat1.com/serviceseiten/glossar.html>

Darüber hinaus sehen einige Lizenzverträge für Filme, TV-Serien und andere für das Unternehmen wichtige Programme Regelungen vor, die den jeweiligen Anbieter von Programminhalten im Falle eines Kontrollwechsels dazu berechtigen, den entsprechenden Lizenzvertrag vorzeitig zu beenden. Ebenso räumen einzelne Formatlizenzverträge dem Vertragspartner im Falle eines Kontrollwechsels das Recht ein, den betreffenden Vertrag zu kündigen. Ferner räumen auch einzelne Verträge mit Kabelnetzbetreibern dem Vertragspartner im Falle eines Kontrollwechsels das Recht ein, die betreffenden Verträge zu kündigen.

ENTSCHÄDIGUNGSVEREINBARUNGEN DER GESELLSCHAFT, DIE FÜR DEN FALL EINES ÜBERNAHMEANGEBOTS MIT DEN MITGLIEDERN DES VORSTANDS ODER ARBEITNEHMERN GETROFFEN SIND

Die Vorstandsdiensverträge sämtlicher Vorstandsmitglieder sehen jeweils Change-of-Control-Klauseln für den Fall eines Kontrollwechsels an der Gesellschaft im Sinne von §§ 29 Abs. 2, 30 WpÜG durch einen oder mehrere Dritte vor. Die Vorstandsmitglieder haben in diesem Fall das Recht, den Vorstandsdiensvertrag mit einer Frist von drei Monaten zu kündigen und ihr Amt niederzulegen, sofern es im Zusammenhang mit dem Kontrollwechsel zu einer erheblichen Beeinträchtigung der Stellung des Vorstands kommt. Bei wirksamer Ausübung des Kündigungsrechts erhalten die jeweiligen Vorstandsmitglieder eine bare Abfindung, welche drei Jahresvergütungen, höchstens jedoch der Vergütung für die Restlaufzeit des Vorstandsdiensvertrages, entspricht. → [Vergütungsbericht, Seite 74](#)

Im Übrigen bestehen mit Arbeitnehmern der ProSiebenSat.1 Media SE nur vereinzelt Change-of-Control-Klauseln für den Fall eines Übernahmeangebots.

DIE PROSIEBENSAT.1-AKTIE¹

Die ProSiebenSat.1 Media SE verfolgt eine ertragsorientierte Dividendenpolitik: Vorstand und Aufsichtsrat beabsichtigen, der Hauptversammlung am 16. Mai 2018 für das Jahr 2017 eine Dividendenzahlung von 1,93 Euro je Aktie vorzuschlagen. Daraus ergibt sich eine attraktive Dividendenrendite von 6,7 Prozent bezogen auf den Schlusskurs der ProSiebenSat.1-Aktie zum Jahresende 2017.

ENTWICKLUNG DER AKTIENMÄRKTE

Der Aufwärtstrend der vergangenen Jahre setzte sich auch 2017 an den Börsen fort. Insbesondere die positive Wirtschaftsentwicklung in den EU-Mitgliedsstaaten sowie die Niedrig-Zinspolitik der europäischen Zentralbank (EZB) stützten die Aktienmärkte. Der Leitindex DAX beendete das Börsenjahr 2017 mit 12.918 Punkten und einem Plus von 12,5 Prozent. Seinen Höchststand markierte der DAX im November bei 13.479 Zählern. Der für europäische Medienwerte relevante Sektorindex EURO STOXX Media entwickelte sich insbesondere in der zweiten Jahreshälfte volatil und schloss mit 230 Punkten und einem Plus von 4,3 Prozent. → [Konjunkturelle Entwicklung, Seite 125](#)

PROSIEBENSAT.1 AM KAPITALMARKT

Im Jahresverlauf 2017 waren die Medienwerte und damit auch die ProSiebenSat.1-Aktie (ISIN: DE000PSM7770; WKN: PSM777) insgesamt deutlich schwächer als der Leitindex DAX → [Abb. 027](#). Zum 31. Dezember 2017 betrug die Gewichtung im DAX 0,63 Prozent.

Während sich die ProSiebenSat.1-Aktie in den ersten Monaten des Jahres 2017 über Marktniveau entwickelte, kam es mit Veröffentlichung der Geschäftszahlen zum ersten Quartal 2017 zu Kursabschlägen: Neben der angepassten Prognose für den deutschen TV-Werbe- markt am 11. Mai 2017 wirkte sich der Dividendenabschlag am 15. Mai 2017 in Höhe von 1,90 Euro aus. Im weiteren Jahresverlauf blieb die

027 / KURSENTWICKLUNG DER PROSIEBENSAT.1-AKTIE



— ProSiebenSat.1 — Euro Stoxx Media — MDAX — DAX / Basis: Xetra Schlusskurse, Index 100 = Letzter Handelstag 2012; Quelle: Reuters.

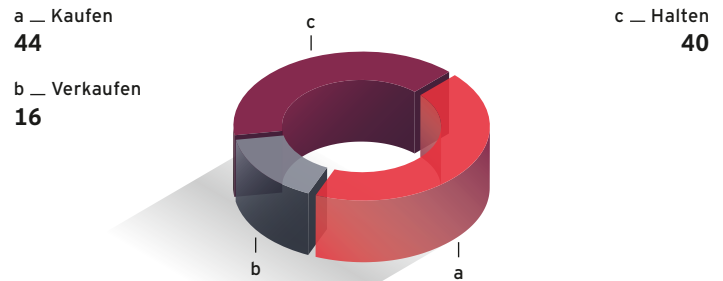
¹Dieser Abschnitt ist Bestandteil des geprüften, zusammengefassten Lageberichts.

Werbemarktentwicklung in Europa und Deutschland hinter den Erwartungen zurück, sodass große Werbeagenturen ihre Umsatzprognosen im August korrigierten. In diesem Zusammenhang musste auch der ProSiebenSat.1-Konzern weitere Prognoseanpassungen vornehmen, die in Kombination mit der Abwertung des gesamten Medien-sektors die rückläufige Kursentwicklung noch verstärkt haben. Unsicherheiten um die Zukunft des linearen Fernsehens hatten ebenfalls negative Auswirkungen auf die Aktienentwicklung. Zum Jahresende konnte die Aktie wieder zulegen. Unter anderem haben die auf dem Kapitalmarkttag (Capital Markets Day, CMD) am 6. Dezember 2017 präsentierte Drei-Säulen-Strategie und die Prognosebestätigung für das vierte Quartal das Vertrauen von Analysten und Investoren gestärkt. Vor diesem Hintergrund schloss die ProSiebenSat.1-Aktie das Börsenjahr 2017 bei 28,71 Euro. → [Das Jahr 2017 im Überblick, Seite 52](#) → [Strategie und Steuerungssystem, Seite 107](#)

Ein Großteil (44%) der Analysten empfiehlt die Aktie zum Kauf. Weitere 40 Prozent sprachen sich zum Jahresende dafür aus, die Aktie zu halten → [Abb. 029](#). Ende 2017 haben insgesamt 25 Brokerhäuser und Finanzinstitute die ProSiebenSat.1-Aktie aktiv bewertet und Research-Berichte veröffentlicht. Empfehlungen von Finanzanalysten sind eine wichtige Entscheidungsgrundlage insbesondere für institutionelle Anleger. Die Analystenbewertungen - vor allem im Anschluss an den Kapitalmarkttag von ProSiebenSat.1 - indizieren das Kurspotenzial

der Aktie. Das durchschnittliche Kursziel (Median) der Analysten lag zum Jahresende bei 32 Euro (Vorjahr: 45 Euro).

029 / EMPFEHLUNGEN DER ANALYSTEN in Prozent



Stand: 31.12.2017

028 / KENNZAHLEN ZUR PROSIEBENSAT.1-AKTIE¹

		2017	2016	2015	2014	2013
Grundkapital zum Bilanzstichtag	Euro	233.000.000	233.000.000	218.797.200	218.797.200	218.797.200
Anzahl Aktien zum Bilanzstichtag	Stück	233.000.000 ²	233.000.000 ²	218.797.200 ²	218.797.200 ²	218.797.200 ²
Free-Float-Marktkapitalisierung zum Geschäftsjahresende (gemäß Deutsche Börse)	Mio Euro	6.502	8.149	10.214	7.271	6.024
Börsenkurs zum Geschäftsjahresende (XETRA)	Euro	28,71	36,61	46,77	34,83	36,00
Höchster Börsenschlusskurs (XETRA)	Euro	41,51	48,66	50,70	35,55	36,00
Tiefster Börsenschlusskurs (XETRA)	Euro	24,28	31,80	33,31	28,35	21,85
Dividende je dividendenberechtigter Aktie	Euro	-/- ³	1,90	1,80	1,60	1,47
Dividendensumme	Mio Euro	-/- ³	435	386	341,9	313,4
Bereinigtes Ergebnis je Aktie (aus fortgeführten Aktivitäten)	Euro	2,40 ⁴	2,47 ⁴	2,18 ⁵	1,96 ⁵	1,78 ⁵
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis (aus fortgeführten Aktivitäten) ⁶	Mio Euro	550	536	466	419	380
Gewichtete durchschnittliche Anzahl ausgegebener Aktien	Stück	228.854.304	216.755.645	213.776.180	213.315.036	212.897.705
Dividendenrendite auf Basis Börsenschlusskurs	Prozent	-/- ³	5,2	3,8	4,6	4,1
Handelsvolumen XETRA insgesamt	Mio Stück	348,0	231,2	158,9	179,9	170,0

¹ Das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt 233.000.000,00 Euro; es hat sich aufgrund einer Kapitalerhöhung mit Wirkung zum 7. November 2016 von 218.797.200,00 Euro auf nominal 233.000.000,00 Euro erhöht. Dabei hat ProSiebenSat.1 das genehmigte Kapital der Gesellschaft teilweise ausgenutzt und 14.202.800 neue, auf den Namen lautende Stückaktien ausgegeben. Bereits am 16. August 2013 wurden die damals bestehenden 109.398.600 Inhaber-Vorzugsaktien in auf den Namen lautenden Stammaktien umgewandelt, sodass das damalige Grundkapital von 218.797.200,00 Euro in 218.797.200 auf den Namen lautende Stammaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von 1,00 Euro je Aktie bestand. Heute sind sämtliche (233.000.000) Namens-Stammaktien der Gesellschaft handelbar, d.h. sowohl die ehemals nicht börsennotierten Namens-Stammaktien als auch die aus der Umwandlung der Inhaber-Vorzugsaktien hervorgegangenen Namens-Stammaktien. Bis zum 16. August 2013 waren nur die bisherigen Inhaber-Vorzugsaktien der Gesellschaft börsennotiert.

² Inklusive eigener Aktien.

³ Dividendenvorschlag s. Seite 97.

⁴ Für das Geschäftsjahr 2017 wurde das unverwässerte Ergebnis je Aktie auf Basis des bereinigten Konzernüberschusses (adjusted net income) aus fortgeführten Aktivitäten ermittelt. Aus Vergleichsgründen wurde der Vorjahreswert 2016 entsprechend angepasst (zuvor: 2,37 Euro). Weitere Informationen zur Umbenennung des underlying net income in das adjusted net income sowie Angaben zur Rechnungslegung sowie zu den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden enthält der Geschäftsbericht ab Seite 110.

⁵ Basis der Ermittlung ist der bereinigte Konzernüberschuss (underlying net income) aus fortgeführten Aktivitäten.

⁶ Seit 01. Januar 2017 Umbenennung des underlying net income in adjusted net income.

AKTIONÄRSSTRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Die Aktionärsstruktur ist gegenüber dem 31. Dezember 2016 nahezu unverändert: Die ProSiebenSat.1-Aktien werden größtenteils von institutionellen Investoren aus den USA, Großbritannien und Deutschland gehalten. 21 Prozent der Aktien befanden sich zum 31. Dezember 2017 im Besitz von Privataktionären (31. Dezember 2016: 10%). Insgesamt befanden sich zum 31. Dezember 2017 98,3 Prozent im Streubesitz (31. Dezember 2016: 98,2%). → [Abb. 030](#)

030 / AKTIONÄRSSTRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE ZUM 31. DEZEMBER 2017

Streubesitz	ProSiebenSat.1 ¹ (eigene Aktien)
98,3% Stammaktien	1,7% Stammaktien
ProSiebenSat.1 Media SE ²	

¹Aktien sind nicht stimm- und dividendenberechtigt.

²Das Grundkapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt 233.000.000,00 Euro und ist in 233.000.000 auf den Namen lautende Stammaktien eingeteilt.

! Im Jahr 2017 deckte der Konzern seinen Refinanzierungsbedarf auch über den Banken- und Anleihenmarkt. Weitere Informationen zur Finanzierungsstruktur finden sich im Kapitel „Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur“ auf Seite 142.

Um die Aktionärskultur innerhalb der ProSiebenSat.1 Group zu fördern sowie die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen zu stärken, hat das Unternehmen im Juni 2016 ein aktienorientiertes Anreizsystem entwickelt („MyShares“): Hierbei partizipieren Mitarbeiter neben ihrem Eigen-Investment in ProSiebenSat.1-Aktien zusätzlich an einem steuerfreien Zuschuss in Form von sogenannten Zuschuss-Investment-Aktien sowie einer langfristig orientierten Matching-Komponente. An den beiden bisherigen MyShares-Tranchen 2016 und 2017 haben über 2.000 Mitarbeiter teilgenommen; das entspricht 45 Prozent aller teilnahmeberechtigten Mitarbeiter. Zum 31. Dezember 2017 hielten sie insgesamt 78.348 Aktien.

HAUPTVERSAMMLUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2016

Die ordentliche Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2016 fand am 12. Mai 2017 statt. Auf der Hauptversammlung waren über 900 Teilnehmer anwesend. Die Präsenz lag bei ca. 63 Prozent des Grundkapitals. Die Hauptversammlung hat unter anderem die Ausschüttung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2016 von 1,90 Euro je Aktie beschlossen. Damit beträgt die Ausschüttungssumme rund 435 Mio Euro; die Ausschüttungsquote belief sich auf 84,7 Prozent bezogen auf den bereinigten Jahresüberschuss des Konzerns und lag damit im Rahmen unserer kommunizierten

Dividendenpolitik. Die Dividende wurde am 17. Mai 2017 ausbezahlt. → [Bericht des Aufsichtsrats, Seite 55](#) → [Vergütungsbericht, Seite 74](#)

Mit einer Dividendenrendite von 5,2 Prozent – auf Basis des Jahresendkurses 2016 und einer Dividendenzahlung von 1,90 Euro je dividendenberechtigter Aktie – zählte die ProSiebenSat.1-Aktie zu den Top-Werten im DAX (Vorjahr: 3,8%).

031 / DIVIDENDENVORSCHLAG VON 1,93 EURO JE AKTIE²

Wir verfügen über eine starke finanzielle Basis und beteiligen unsere Aktionäre angemessen am Unternehmenserfolg. Unsere ertragsorientierte Dividendenpolitik wollen wir auch in Zukunft fortsetzen und jährlich eine Dividende von 80 bis 90 Prozent bezogen auf den bereinigten Konzernüberschuss ausschütten. Gleichzeitig halten wir am Zielkorridor von 1,5 bis 2,5 für den Verschuldungsgrad fest. Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE beabsichtigen, der Hauptversammlung am 16. Mai 2018 für das Geschäftsjahr 2017 eine Dividendenzahlung von 1,93 Euro je Aktie vorzuschlagen. Dies entspricht einer Ausschüttungssumme von voraussichtlich 442 Mio Euro oder einer Ausschüttungsquote von 80,3 Prozent bezogen auf den bereinigten Konzernüberschuss.

KAPITALMARKTKOMMUNIKATION

Wir informieren unsere Anteilseigner regelmäßig über alle wichtigen Ereignisse und Entwicklungen bei ProSiebenSat.1, um eine transparente Kommunikation der Finanzzahlen und unserer Wachstumsperspektiven sicherzustellen. Auf der Homepage → www.ProSiebenSat1.com werden alle relevanten Unternehmensinformationen zeitnah und gegebenenfalls auch ad hoc in deutscher und englischer Sprache publiziert. Weitere Instrumente, den Kapitalmarkt umfassend zu informieren, sind Pressekonferenzen sowie Veranstaltungen für Investoren und Analysten. Neben 22 Roadshows präsentierte sich ProSiebenSat.1 im Jahr 2017 auf 21 Investorenkonferenzen in Europa und den USA. Eine weitere wichtige Veranstaltung ist zudem der regelmäßig stattfindende Kapitalmarkttag, auf dem der Konzern seine Wachstumsstrategie erläutert. Die ProSiebenSat.1-Investoren-Hotline ergänzt die Investor-Relations-Aktivitäten. → [Das Jahr 2017 im Überblick, Seite 52](#)

Zahlreiche Auszeichnungen belegen die hohe inhaltliche Qualität der ProSiebenSat.1-Geschäftsberichterstattung und die transparente Finanzkommunikation des Unternehmens. → [Abb. 032](#)

²Die Dividendensumme und Ausschüttungsquote sind abhängig von der Anzahl der eigenen Aktien, über die das Unternehmen zum Zeitpunkt der Dividendenzahlung verfügt.

**032 / AUSZEICHNUNGEN FÜR DIE PROSIEBENSAT.1-
KAPITALMARKTKOMMUNIKATION**

**2017 ALL-EUROPE EXECUTIVE TEAM
(INSTITUTIONAL INVESTOR; FACHMAGAZIN)**

- „Most Honored Company“ (ProSiebenSat.1)
- „Best IR Professional“ (Platz 1, Dirk Voigtländer – Head of Investor Relations), in der Kategorie Media
- „Best Analyst Day“ (Platz 1, Capital Markets Day), in der Kategorie Media
- „Best IR Program“ (Platz 1), in der Kategorie Media

DEUTSCHES INVESTOR RELATIONS RANKING (EXTEL 2017)

- „Best IR Professionals - Media“ (Platz 1, Dirk Voigtländer – Head of Investor Relations)
- „Corporates Best for Investor Relations - Media“ (Platz 3, ProSiebenSat.1)

**DER BESTE GESCHÄFTSBERICHT 2017
(PROF. DR. DR. H.C. JÖRG BAETGE; BILANZ)**

- „Gesamtwertung DAX“ (Platz 1)
- „Gesamtwertung aller Börsenindizes“ (Platz 1)

**DIE BEWERTUNG DES CORPORATE REPORTING 2017
(CORPORATE COMMUNICATION INSTITUTES, CCI)**

- „DAX Geschäftsbericht Print“ (Einstufung als „Herausragend“)
- „DAX Geschäftsbericht Online“ (Einstufung als „Über Standard“)
- „DAX Corporate Reporting“ (Einstufung als „Über Standard“)

SYN ERGIE

ZUSAMMEN-
GEFASSTER
LAGEBERICHT

NUT ZEN

101 — UNSER KONZERN: GRUNDLAGEN

- 102 _ Organisation und Konzernstruktur
- 107 _ Strategie und Steuerungssystem
- 113 _ Nachhaltigkeit

124 — WIRTSCHAFTSBERICHT: FINANZJAHR 2017

- 125 _ Rahmenbedingungen des Konzerns
- 134 _ Wesentliche Einflussfaktoren auf die Ertrags-, Finanz und Vermögenslage
- 137 _ Ertragslage des Konzerns
- 140 _ Geschäftsentwicklung der Segmente
- 142 _ Finanz- und Vermögenslage des Konzerns

148 — PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

- 149 _ ProSiebenSat.1 Media SE (Erläuterungen nach HGB)

152 — RISIKO- UND CHANCENBERICHT

- 153 _ Risikobericht
- 162 _ Chancenbericht

165 — PROGNOSEBERICHT

- 166 _ Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen
- 168 _ Unternehmensausblick

UNSER KONZERN: GRUNDLAGEN



MIO FERNSEH- HAUSHALTE

täglich erreichen wir mit unseren Free-TV-Sendern in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Portfolios der einzelnen Länder zeichnen sich durch aufeinander abgestimmte TV-Angebote aus, die im Zuschauer- und Werbemarkt ein breites Zielgruppenspektrum abdecken.

ORGANISATION UND KONZERNSTRUKTUR

ProSiebenSat.1 ist eines der erfolgreichsten Medienhäuser. Der Konzern diversifiziert sein Portfolio rund um das Kerngeschäft werbefinanziertes TV und verfügt über vernetzte TV- und Digitalmarken. So können wir Inhalte crossmedial anbieten und Produkte universell vermarkten. Um dieses Potenzial noch konsequenter zu nutzen, fassen wir das TV- und Digital-Entertainment-Geschäft zusammen; seit 2018 berichten wir in drei Segmenten.

GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND SEGMENTE

Unternehmensprofil und Marktposition

Die ProSiebenSat.1 Group zählt zu den erfolgreichsten Medienunternehmen in Europa. Werbefinanziertes Free-TV ist das Kerngeschäft; hier ist der Konzern führend im deutschen TV-Markt. Gleichzeitig treibt der Konzern die digitale Transformation voran und diversifiziert sein Portfolio. Dazu nutzt das Unternehmen seine hohe TV-Reichweite und hebt Synergien, die sich aus der Vernetzung von Fernsehen mit digitalen Unterhaltungsangeboten ergeben. Schon heute ist ProSiebenSat.1 auch im Internet Deutschlands führender Bewegtbild-Vermarkter und einer der erfolgreichsten Anbieter für digitales Entertainment.

Unser Ziel ist es, Zuschauern und Nutzern Entertainment auf allen Screens zu bieten und so unterschiedliche Mediennutzungsinteressen zu bedienen. Die Digitalisierung verändert und erweitert jedoch nicht nur die Bewegtbild-Nutzung, digitale Medien beeinflussen auch das Kaufverhalten: Konsumenten treffen Kaufentscheidungen online. Deshalb hat ProSiebenSat.1 in den vergangenen Jahren in Commerce-Portale investiert, die für die Vermarktung auf unseren Kanälen geeignet sind. Dieses Entertainment- und Commerce-Portfolio komplettiert ein internationales Produktions- und Vertriebsnetzwerk (Segment: Content Production & Global Sales). → [Abb. 033](#)

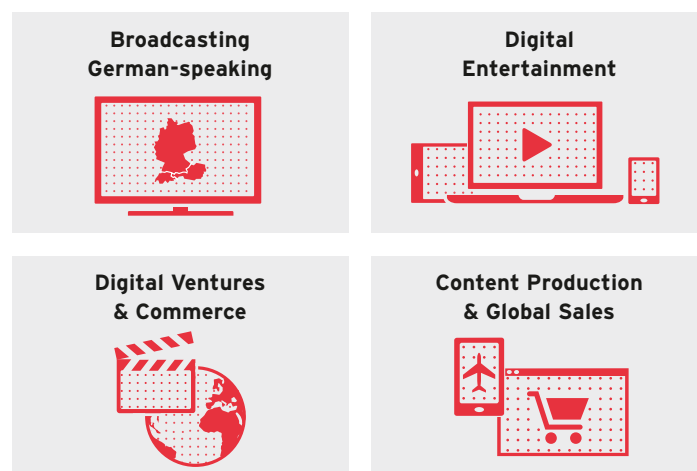
Größter Umsatzmarkt von ProSiebenSat.1 ist Deutschland, dort ist auch der Hauptsitz. Zudem betreibt der Konzern TV-Sender in Österreich und der Schweiz. Red Arrow ist international aufgestellt, eine Übersicht des Produktions- und Vertriebsnetzwerk mit allen relevanten Absatzmärkten und Standorten findet sich auf Seite 50.

Segmente und Markenportfolio

TV ist das meistgenutzte Medium in Deutschland. Zugleich eröffnen sich durch die digitale Entwicklung neue Umsatzmodelle. Daher verfolgt die ProSiebenSat.1 Group eine Diversifizierungsstrategie mit dem Ziel, das Kerngeschäft werbefinanziertes Fernsehen zu stärken und

zusätzliche Umsätze außerhalb des TV-Werbegegeschäfts zu generieren. Um diese Transformation zu beschleunigen, stellt sich der Konzern seit Januar 2018 in den drei Geschäftsbereichen Entertainment, Content Production & Global Sales und Commerce auf. Dazu werden unter anderem die bisherigen Segmente Broadcasting German-speaking und Digital Entertainment zusammengefasst. Für das abgelaufene Geschäftsjahr 2017 berichtet der Konzern noch in den folgenden vier Segmenten über die Unternehmensentwicklung. → [Abb. 033](#)

033 / SEGMENTE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP ZUM 31. DEZEMBER 2017

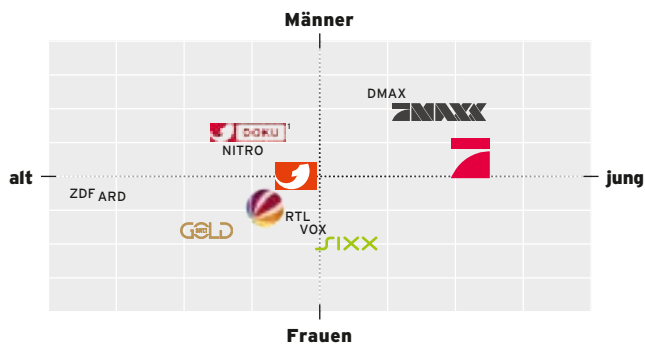


Segment Broadcasting German-speaking: Die TV-Aktivitäten in Deutschland, Österreich und der Schweiz sind dem Segment Broadcasting German-speaking zugeordnet. Dazu gehören neben den werbefinanzierten Free-TV-Marken um die Hauptsender SAT.1 und ProSieben auch die Basic-Pay- und HD-TV-Sender.

Die Free-TV-Sender erreichen jeden Tag rund 45 Mio Fernsehhaushalte in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Portfolios der einzelnen Länder zeichnen sich durch aufeinander abgestimmte TV-Angebote

aus, die im Zuschauer- und Werbemarkt ein breites Zielgruppenspektrum abdecken → [Abb. 034](#). Deutschland ist der wichtigste Umsatzmarkt; mit den Vermarktungstöchtern SevenOne Media und SevenOne AdFactory ist der Konzern Marktführer in Deutschland. Die beiden Vermarkter begleiten Werbekunden und Agenturen von der Ideenfindung über die Konzeption bis zur plattformübergreifenden Umsetzung.

034 / PROSIEBENSAT.1-SENDERPORTFOLIO IN DEUTSCHLAND



Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope 6.1/SevenOne Media Committees Representation.

Segment Digital Entertainment: Im Segment Digital Entertainment fasst der Konzern seine Aktivitäten im Online-Video-Geschäft zusammen. Dazu zählen das Pay-Video-on-Demand-Portal (Pay-VoD) maxdome, das Digital-Studio Studio71, das Geschäft mit Ad-Video-on-Demand-Portalen (AdVoD) sowie die Bereiche AdTech und Data. Außerdem betreiben wir ein eigenes Plattenlabel und sind im Musik- und Live-Entertainment sowie im Künstlermanagement aktiv.

Der Konzern entwickelt kontinuierlich neue Werbeformen und konzipiert Kampagnen, die ausgehend vom Leitmedium TV verschiedene Online-Plattformen und Distributionswege einbeziehen. Über derartige Crossmedia-Lösungen kann der Konzern den ROI (Return on Investment) von Werbekampagnen steigern und die Reichweite von TV mit den Vorteilen digitaler Medien kombinieren. Dieser integrierte Ansatz ist ein wichtiger Wettbewerbsfaktor, den wir vor allem durch die Bündelung der Segmente Broadcasting German-speaking und Digital Entertainment seit Januar 2018 noch stärker nutzen werden.

→ [Entwicklung von Medienkonsum und Werbewirkung, Seite 125](#) → [Chancenbericht, Seite 162](#)

Segment Digital Ventures & Commerce: Der rasche Aufbau von Markenbekanntheit ist wettbewerbsentscheidend, gerade für junge Unternehmen in einem frühen Entwicklungsstadium. Deshalb nutzen wir unsere hohe Reichweite im TV und auf digitalen Plattformen, um unser Portfolio um Commerce-Plattformen zu erweitern. Nach dem Prinzip „Reichweite trifft Idee“ erschließen wir neue Marktsegmente und finanzieren Wachstum. Unser Commerce-Portfolio ist inzwischen unser größter Umsatzwachstumstreiber und leistet einen wichtigen Beitrag zum Ausbau des Digitalgeschäfts. → [Geschäftsentwicklung der Segmente, Seite 140](#)

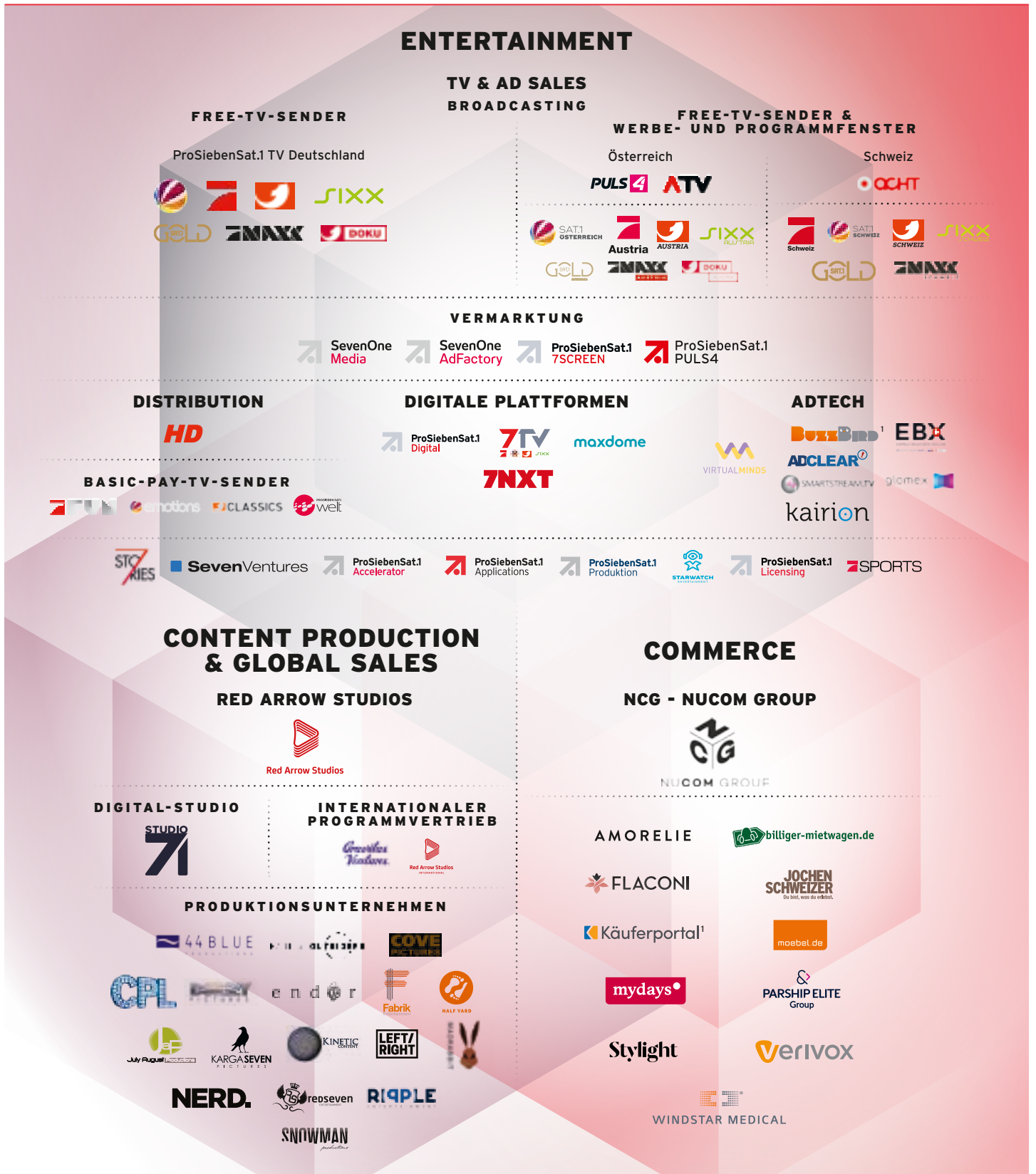
In den vergangenen drei Jahren hat ProSiebenSat.1 vermehrt größere Akquisitionen im Commerce-Sektor getätigt, darunter die Mehrheitsbeteiligungen an Verivox, PARSHIP ELITE oder Jochen Schweizer. Parallel dazu erweitert der Konzern sein Portfolio über Medialeistung oder beteiligt sich über Minderheitsanteile an Unternehmen. Wichtiges Kriterium für Investmententscheidungen im deutschsprachigen Raum ist das identifizierte Synergiepotenzial: ProSiebenSat.1 beteiligt sich vor allem an Firmen, deren Services oder Produkte sich wirksam über TV-Werbung vermarkten lassen und das bestehende Portfolio synergetisch ergänzen. Der Konzern bündelt seine Partnerschaften thematisch in sogenannten Verticals. → [Chancenbericht, Seite 162](#)

Segment Content Production & Global Sales: Die Red Arrow Entertainment Group komplettiert die Wertschöpfungskette: Das Unternehmen entwickelt, produziert und vertreibt Programme für die Sender der ProSiebenSat.1 Group sowie für Drittunternehmen. Red Arrow ist weltweit tätig; der Fokus liegt jedoch auf den USA. Neben einem hohen Umsatzvolumen sind die USA auch deshalb relevant für Red Arrow, weil sich englischsprachige TV-Inhalte weltweit am besten vermarkten lassen. Red Arrow hat sein Produktions- und Vertriebsnetzwerk im Jahr 2017 durch strategische Zukäufe erweitert. → [Das Jahr 2017 im Überblick, Seite 52](#) → [Chancenbericht, Seite 162](#)

035 / BERICHTSWEISE AUF BASIS FORTGEFÜHRTER AKTIVITÄTEN

Die Beschreibung und Analyse der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage erfolgt – sofern nicht anders gekennzeichnet – auf Grundlage der fortgeführten Aktivitäten. Sie reflektiert die für ProSiebenSat.1 relevanten Leistungsindikatoren. Entsprechend den Bestimmungen des IFRS 5 werden dazu die im Zusammenhang mit nicht-fortgeführten Aktivitäten entstandenen Ergebnisbeiträge nicht in den einzelnen Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst; diese sind gesondert als „Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten“ abgebildet. Dies gilt auch für die Kapitalflussrechnung. Dort werden die entsprechenden Zahlungsströme als „Cashflow aus nicht-fortgeführten Aktivitäten“ ausgewiesen. → [Anhang, Ziffer 4 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen“, Seite 189](#)

036 / STRATEGISCHES MARKENPORTFOLIO DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

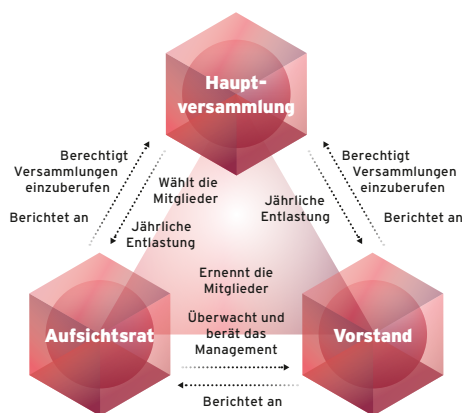


Stand Februar 2018 / ¹ Assoziiertes Unternehmen

LEITUNG UND KONTROLLE

Die ProSiebenSat.1 Group wird zentral von der ProSiebenSat.1 Media SE gesteuert. Auf Konzernebene hat sich die Aufbauorganisation im Jahr 2017 sowohl in struktureller als auch in rechtlicher Hinsicht nicht wesentlich geändert. Die ProSiebenSat.1 Media SE ist in Deutschland an der Wertpapierbörse in Frankfurt am Main und an der Wertpapierbörse in Luxemburg (Bourse de Luxembourg) notiert. Das Unternehmen verfügt über drei Organe: Hauptversammlung, Vorstand (Leitungsorgan) und Aufsichtsrat (Aufsichtsorgan); die Entscheidungsbefugnisse der Organe sind klar voneinander abgegrenzt.

037 / CORPORATE-GOVERNANCE-STRUKTUR DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE ZUM 31. DEZEMBER 2017



- Die Aktionäre der ProSiebenSat.1 Media SE nehmen ihre Mitverwaltungs- und Kontrollrechte auf der Hauptversammlung wahr. Jede Aktie gewährt die gleichen gesetzlichen Rechte und Pflichten sowie in der Hauptversammlung je eine Stimme. → [Die ProSiebenSat.1-Aktie, Seite 95](#)
- Der Vorstand verantwortet das Gesamtergebnis der ProSiebenSat.1 Group und führt die Leiter der Geschäftsbereiche sowie Holding-Einheiten sowohl fachlich als 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 dualistischen Leitungs- und Aufsichtssystems ist in der Satzung der ProSiebenSat.1 Media SE sowie in der Geschäftsordnung für den Vorstand und den Aufsichtsrat festgelegt. Die Satzung definiert auch den Unternehmensgegenstand. Sie kann gemäß §18 Abs.2 der Satzung der Gesellschaft durch einen mehrheitlichen Beschluss der Hauptversammlung geändert werden, sofern bei Beschlussfassung mindestens die Hälfte des Grundkapitals vertreten ist (Art. 59 Abs.2 SE-VO, §51 Satz 1 SEAG); andernfalls bedarf der Beschluss einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen Stimmen, sofern das Gesetz keine größere Mehrheit vorsieht oder zulässt (Art. 59 Abs.1 SE-VO). So bedarf eine Änderung des

Unternehmensgegenstands dagegen gemäß §179 Abs.2 Satz 1 AktG i.V.m. Art. 59 Abs.1 und 2 SE-VO, §51 Satz 2 SEAG weiterhin einer Mehrheit von mindestens drei Vierteln der abgegebenen gültigen Stimmen. → [Vergütungsbericht, Seite 74](#) → [Bericht des Aufsichtsrats, Seite 55](#)

! Über personelle Veränderungen im Vorstand berichten wir nicht im vorliegenden Lagebericht; Informationen hierzu beinhaltet jedoch der Bericht des Aufsichtsrats ab Seite 55.

UNTERNEHMENSSTRUKTUR UND BETEILIGUNGEN

Die wirtschaftliche Entwicklung der ProSiebenSat.1 Group wird maßgeblich durch die unmittelbar und mittelbar gehaltenen Tochtergesellschaften bestimmt. Konzern-Holding ist die ProSiebenSat.1 Media SE. In dieser Funktion zählen unter anderem die zentrale Finanzierung, das konzernweite Risikomanagement sowie die Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie zu ihren Aufgaben. In den vorliegenden Konzernabschluss ist die ProSiebenSat.1 Media SE mit allen wesentlichen Tochtergesellschaften einbezogen – damit sind Unternehmen gemeint, an denen die ProSiebenSat.1 Media SE mittelbar oder unmittelbar über die Mehrheit der Stimmrechte verfügt oder auf andere Weise zur Beherrschung der maßgeblichen Tätigkeiten des betreffenden Unternehmens befähigt ist. → [Abb. 038](#) → [Anhang, Ziffer 3 „Konsolidierungskreis“, Seite 188](#)

Der Konzern hat ein integriertes Portfolio, das sich auch in der Beteiligungsstruktur widerspiegelt. So gehören der ProSiebenSat.1 Media SE unter anderem 100 Prozent der Anteile an der ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH. Unter ihrem Dach sind die Free-TV-Sender von ProSiebenSat.1 sowie die Pay-TV-Kanäle (ProSiebenSat.1 Pay TV GmbH) gebündelt. Auch an den Vermarktungsunternehmen SevenOne Media GmbH und SevenOne AdFactory GmbH ist ProSiebenSat.1 mittelbar zu 100 Prozent beteiligt. Dadurch ergeben sich Vorteile hinsichtlich der Programmierung der Sender sowie der Vermarktung von Werbezeiten.

! Eine detaillierte Übersicht der Beteiligungsverhältnisse im ProSiebenSat.1-Konzern befindet sich im Anhang ab Seite 262.

038 / KONZERNSTRUKTUR ZUM 31. DEZEMBER 2017 (AUSZUG)

ProSiebenSat.1 Media SE

ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH	ProSiebenSat.1 Broadcasting GmbH 100%				Red Arrow Studios GmbH 100%	NCG – NUCOM GROUP SE 100%	SevenOne Investment (Holding) 100%	ProSiebenSat.1 Sports GmbH 100%
100% ProSieben, kabel eins, sixx, ProSieben MAXX, SAT.1 Gold, kabel eins Doku	ProSiebenSat.1 Applications GmbH 100%	ProSiebenSat.1 Produktion GmbH 100%	ProSiebenSat.1 Welt GmbH 100%	SevenOne Brands GmbH 100%	RedSeven Entertainment GmbH 100%	ProSiebenSat.1 Commerce GmbH 100%	SevenOne Capital (Holding) GmbH 100%	
SAT.1 Satelliten Fernsehen GmbH 100% SAT.1				SevenOne Media GmbH 100%	Red Arrow Studios International GmbH 100%	WSM Holding GmbH 92%	ProSiebenSat.1 Accelerator GmbH 100%	
ProSiebenSat.1 Pay TV GmbH 100% kabel eins CLASSICS, ProSieben FUN, SAT.1 emotions				SevenOne Ad-Factory GmbH 100%		Silver Tours GmbH 74,9%		
SevenPictures Film GmbH 100%				7Screen GmbH 100%		Jochen Schweizer mydays Holding GmbH 89,90%		
7Stories GmbH 100%				ProSiebenSat.1 Puls4 GmbH 100%				
				SevenOne Media (Schweiz) AG 100%				

ProSiebenSat.1 Digital & Adjacent GmbH
100%

Studio71 GmbH <100%	maxdome GmbH 100%	ProSiebenSat.1 Adjacent Holding GmbH 100%	ProSieben Travel GmbH 100%	ProSiebenSat.1 Digital GmbH 100%	7Wellbeing GmbH 100%	ProSiebenSat.1 Advertising Platform Solutions GmbH 100%	SevenVentures GmbH 100%	Glomex GmbH 100%
		ProSiebenSat.1 Licensing GmbH 100%		Virtual Minds AG 51%	7NXT GmbH 90%	SMART-STREAM.TV GmbH 91%	SevenVentures (Schweiz) AG 100%	
		Starwatch Entertainment GmbH 100%					SevenVentures Austria GmbH 100%	

STRATEGIE UND STEUERUNGSSYSTEM

Unser wichtigstes Ziel ist es, in einem dynamischen Wettbewerbsumfeld nachhaltig und profitabel zu wachsen. Dazu treiben wir die digitale Transformation voran und bündeln seit Januar 2018 unser Portfolio in den Säulen Entertainment, Content Production & Global Sales und Commerce. Dabei ist unser Steuerungssystem ganzheitlich, es reflektiert neben den finanziellen Wachstumszielen die Interessen der Kapitalgeber.

STRATEGIE UND ZIELE

Wichtigstes Ziel der ProSiebenSat.1 Group ist es, die Chancen eines sich verändernden Marktumfelds zu nutzen und ihr profitables Wachstum langfristig fortzusetzen. Dazu treibt der Konzern die Transformation von einem klassischen TV-Unternehmen zu einem integrierten Entertainment- und Commerce-Konzern kontinuierlich voran. Um diesen Prozess zu beschleunigen, stellt sich ProSiebenSat.1 seit Januar 2018 in den drei Säulen Entertainment, Content Production & Global Sales und Commerce neu auf. → [Unternehmensausblick, Seite 168](#)
→ [Chancenbericht, Seite 162](#)

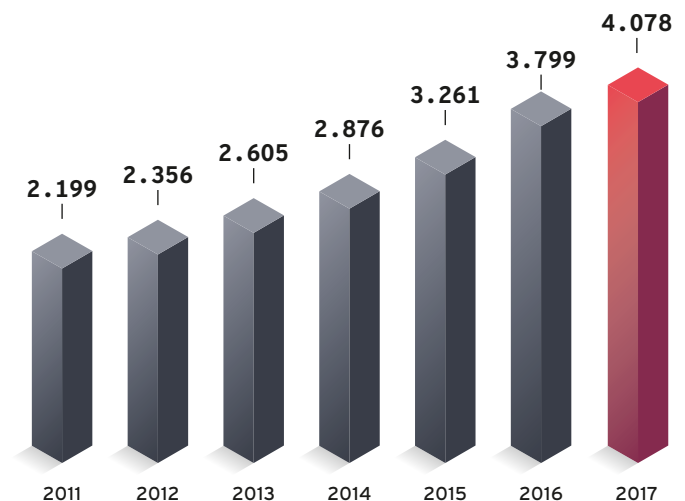
Mit allem was wir tun, möchten wir die Nutzer unserer Angebote begeistern, inspirieren und unterstützen – und unseren Werbekunden einen einzigartigen Mehrwert bieten. Daher erweitern wir – ausgehend vom reichweitenstarken Medium TV – sukzessive unsere Wertschöpfungskette. Mit unseren digitalen Entertainment-Angeboten bieten wir Zuschauern und Nutzern auch unabhängig von Zeit und Ort attraktive Unterhaltung. Unser Produktionsgeschäft ist weltweit tätig und ermöglicht uns einen wichtigen Zugang zu Programminhalten. Zudem nutzen wir unsere hohe TV-Reichweite, um unser dynamisch wachsendes Commerce-Geschäft auszubauen und über Werbung die Markenbekanntheit zu erhöhen und zu stärken.

Zugleich erweitert der Konzern sein Portfolio mit dem Ziel, vermehrt eigene Produkte anzubieten und die gesamte Handelskette abzubilden – sowohl digital als auch offline. Das Potenzial ist hoch, denn Konsumenten und insbesondere die heranwachsende Kundengruppe der „Digital Natives“ bestimmt heute selbst, wann und wo sie Angebote wahrnehmen oder Produkte kaufen. Damit reagiert ProSiebenSat.1 auf das veränderte Konsumentenverhalten: Commerce und Entertainment wachsen immer enger zusammen, da verschiedene Medien und Kanäle parallel genutzt werden. Zudem stimulieren wir mit eigenen Produkten neue Werbesegmente, etwa im Gesundheitsbereich. Der nächste Schritt ist, verstärkt in die Wachstumsfelder Addressable TV, AdTech und Data zu investieren, um durch datengetriebene Angebote zusätzliche Umsätze zu generieren und Werbung noch passgenauer auszusteuern.

Schon heute zählt ProSiebenSat.1 weltweit zu den am höchsten diversifizierten TV-Häusern. Wir haben in jedem Geschäftsbereich erfolgreiche Initiativen gestartet. Durch die erfolgreiche Diversifizierung festigen wir zum einen das TV-Geschäft, zum anderen können wir so zusätzliche Umsätze generieren und wachsen unabhängiger vom TV-Werbemarkt. Akquisitionen sind Teil unserer Strategie, wie wir den Wandel vom TV-Haus zum Digitalkonzern gestalten und uns neue Wachstumsmärkte erschließen.

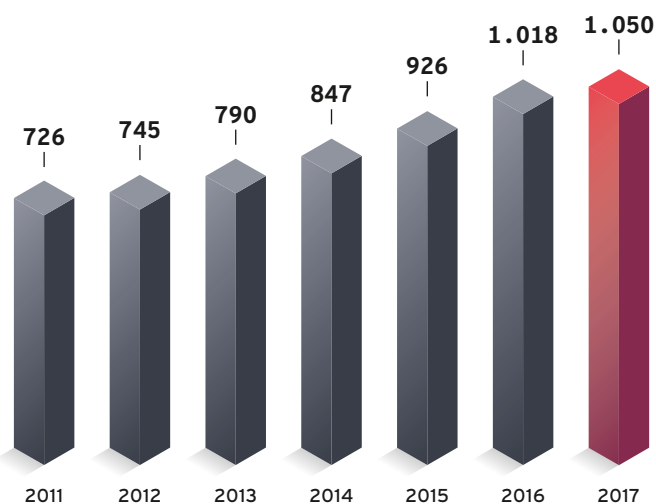
2017 generierte der Konzern bereits die Hälfte seines Umsatzes außerhalb des klassischen TV-Werbegeschäfts. Damit haben wir ein wichtiges Ziel unserer Wachstumsstrategie erreicht. Über Vernetzungen vermarkten wir unsere Angebote crossmedial und können das Synergiepotenzial zwischen unseren Geschäftsbereichen optimal ausschöpfen. Dies ist die Grundlage für unser kontinuierliches Wachstum: Der Konzernumsatz ist seit 2011 jährlich um 11 Prozent gestiegen, das adjusted EBITDA zugleich um durchschnittlich 6 Prozent. Akquisitionen haben das Wachstum beschleunigt. → [Abb. 039](#) → [Abb. 040](#)

039 / UMSATZENTWICKLUNG im Mehrjahresvergleich in Mio Euro



040 / ADJUSTED-EBITDA-ENTWICKLUNG¹

im Mehrjahresvergleich in Mio Euro



¹Seit 01.01.2017 Umbenennung des recurring EBITDA in adjusted EBITDA.

ProSiebenSat.1 geht davon aus, das profitable Wachstum auch in Zukunft fortzusetzen. Bei seinen M&A-Maßnahmen hat sich ProSiebenSat.1 ebenfalls klare Ziele gesetzt. Die entsprechenden finanziellen Zielvorgaben resultieren zum einen aus dem Zielkorridor für den Verschuldungsgrad, zum anderen verfolgt der Konzern eine ertragsorientierte Dividendenpolitik. Die Ausschüttungsquote orientiert sich am bereinigten Konzernüberschuss und beläuft sich seit fünf Jahren auf einen Wert zwischen 80 und 90 Prozent. Aufgrund des deutlichen Ergebniswachstums hat ProSiebenSat.1 die Dividendenausschüttung in den vergangenen fünf Jahren jeweils um 12 Prozent gesteigert (CAGR). Gleichzeitig hat der Konzern seine M&A-Tätigkeit intensiviert. Dabei bewegte sich der Verschuldungsgrad zum Jahresende stets innerhalb der definierten Richtwerte von 1,5 bis 2,5. → [Chancenbericht, Seite 162](#)

Unsere Finanzstrategie beinhaltet eine kontinuierliche Überprüfung der Kapitalstruktur. Vor diesem Hintergrund hat der Konzern im November 2016 sein Grundkapital um rund 6,5 Prozent erhöht. Die Kapitalerhöhung gibt dem Konzern zusätzlichen finanziellen Spielraum für Akquisitionen. Der Mittelbedarf für die im abgelaufenen Geschäftsjahr getätigten Akquisitionen wurde über die liquiden Mittel gedeckt. Darüber hinaus stellt Mediavolumen auf digitalen Plattformen und insbesondere auf den TV-Sendern für ProSiebenSat.1 eine zweite Investitionswährung dar: Durch den Einsatz von Media kann der Konzern ohne hohe Cash-Investments neue Marken aufbauen bzw. das Wachstum von Unternehmen beschleunigen. Im Ergebnis wächst ProSiebenSat.1 nicht nur profitabel, der Konzern erzielt bei seinen Beteiligungen auch eine hohe Kaufpreisverzinsung.

ProSiebenSat.1 verzichtet im vorliegenden zusammengefassten Lagebericht aus Gründen der Berichtseffizienz auf weitere Erläuterungen zu den Zielen und Strategien des Konzerns. Informationen, wie der Konzern sein Geschäft mittel- und langfristig führen und weiterentwickeln

möchte sowie zu Veränderungen der Ziele und Strategien im Vergleich zum Vorjahr, befinden sich im Geschäftsbericht ab Seite 4.

PLANUNG UND STEUERUNG

ProSiebenSat.1 hat ein kennzahlenbasiertes Steuerungssystem, das die Grundlage für alle wirtschaftlichen und strategischen Entscheidungen bildet. Die unternehmensspezifischen Leistungsindikatoren (Key Performance Indicators; KPI) ergeben sich aus der Konzernstrategie und umfassen sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Aspekte → [Abb. 041](#). Ihre Planung und Steuerung erfolgt zentral über den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE. Der Planungs- und Steuerungsprozess wird ergänzt durch die Überwachung der Kennzahlen auf Basis regelmäßig aktualisierter Daten. Dazu zählt auch die Beurteilung von Entwicklungen im Rahmen des Chancen- und Risikomanagements. → [Risiko- und Chancenbericht, Seite 153](#)

Unternehmensinternes Steuerungssystem

Die für ProSiebenSat.1 spezifischen Leistungsindikatoren orientieren sich an den Interessen der Kapitalgeber und umfassen neben Aspekten einer ganzheitlichen Umsatz- und Ergebnissteuerung auch die Finanzplanung. Der Konzern hat für jedes Segment spezifische Leistungsindikatoren definiert und wird sein Steuerungssystem im Zuge der Umstellung auf eine Drei-Säulen-Struktur entsprechend weiterentwickeln.

041 / ÜBERSICHT ÜBER RELEVANTE KEY PERFORMANCE INDICATORS ZUM 31. DEZEMBER 2017

NICHTFINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Segment Broadcasting German-speaking
– Zuschauermarktanteile

FINANZIELLE LEISTUNGSINDIKATOREN

Konzern
– Umsatz
– Adjusted EBITDA
– EBITDA
– Adjusted net income
– Verschuldungsgrad

Segment Broadcasting German-speaking und Segment Content Production & Global Sales
– Externer Umsatz
– Adjusted EBITDA

Segment Digital Entertainment und Segment Digital Ventures & Commerce
– Externer Umsatz
– Adjusted EBITDA
– EBITDA

– **Nichtfinanzielle Leistungsindikatoren:** Die Entwicklung der Zuschauermarktanteile ist ein wichtiges Kriterium bei der Programm- und Mediaplanung im Kerngeschäft des werbefinanzierten Fernsehens. Zugleich nutzt der Konzern seine Werbereichweite, um neue Marken aufzubauen und sein Portfolio um digitale Geschäftszweige zu erweitern. TV-Nutzungsdaten werden in Deutschland im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) von der GfK Fernsehforschung erhoben. ProSiebenSat.1 wertet die von den Instituten empirisch erhobenen Zuschauerquoten täglich aus; sie bilden die Grundlage für die Programmplanung. Zudem dienen die Daten als Richtwert für die Kalkulation von Werbezeitenpreisen, da sie aussagen, wie viele potenzielle Kunden eine Sendung erreicht.

– **Finanzielle Leistungsindikatoren:** Die zentralen Kennzahlen zur Profitabilitätssteuerung sind die externen Umsatzerlöse, das adjusted EBITDA und das adjusted net income. Die Ertragskennzahl adjusted EBITDA steht für das bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen. Wesentliche Sondereffekte, wie im Zusammenhang mit M&A-Transaktionen stehende Kosten, Reorganisationen und Rechtsstreitigkeiten, werden nicht berücksichtigt, sodass diese Kennzahl für den Vorstand als Hauptentscheidungsträger zur Beurteilung der operativen Ertragskraft des Konzerns bzw. der Segmente dient. Das adjusted net income entspricht dem bereinigten Konzernüberschuss nach Anteilen anderer Gesellschafter und bietet einen geeigneten Anhaltspunkt für die Dividendenbemessung. Neben Anpassungen aus dem adjusted EBITDA werden hier insbesondere Effekte aus Kaufpreisallokationen und weitere Sondereffekte bei der Berechnung bereinigt.

Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern und einen Mehrjahresvergleich erschweren. Daher stellen bereinigte Ergebnisgrößen geeignete Performance-Maße mit Blick auf die nachhaltige Ertragskraft dar. Die Betrachtung unbereinigter Ertragskennzahlen ermöglicht jedoch den ganzheitlichen Blick auf die Aufwands- und Ertragsstruktur. Aus diesem Grund verwendet die ProSiebenSat.1 Group zusätzlich das EBITDA als finanziellen Leistungsindikator. Zudem erleichtert das EBITDA eine Bewertung im internationalen Vergleich, da Steuer- und Abschreibungseinflüsse sowie die Finanzierungsstruktur nicht berücksichtigt werden. Das EBITDA dient intern sowohl auf Konzernebene als auch für die Segmente Digital Entertainment und Digital Ventures & Commerce als Leistungsindikator.

Die ProSiebenSat.1 Group investiert in Märkte mit langfristigen Wachstumschancen und prüft ihre Möglichkeiten für Portfolio-Erweiterungen. Teil der Investitionsstrategie ist die Akquisition von Unternehmen, die unsere Wertschöpfungskette synergetisch ergänzen. Ein wichtiger Leistungsindikator für die Finanzplanung des Konzerns ist dabei ein kapitaleffizienter Verschuldungsgrad (Leverage-Faktor). Der Verschuldungsgrad gibt die Höhe der Netto-Finanzverschuldung im Verhältnis zum sogenannten LTM adjusted EBITDA an – dem um Sondereffekte bereinigten EBITDA, das die ProSiebenSat.1 Group in den jeweils letzten zwölf Monaten realisiert hat (LTM = last twelve months). Zielwert ist eine Relation von 1,5 und 2,5.

Unsere Konzernstrategie ist auf nachhaltiges und profitables Wachstum ausgelegt. Ein vorrangiges Ziel ist daher die Steigerung der genannten

Ergebnisgrößen durch kontinuierliches Umsatzwachstum in allen Segmenten. Dabei fungieren die Geschäftseinheiten größtenteils als Profit Center: Das bedeutet, sie handeln mit voller Umsatz- und Ergebnisverantwortung. Zugleich ist die damit verbundene Flexibilität eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg von ProSiebenSat.1, da sich das Unternehmen in einem dynamischen Branchenumfeld bewegt und seine Wertschöpfungskette konsequent diversifiziert. Die Organisationseinheiten treffen innerhalb der zentral verabschiedeten Rahmenvorgaben und abgestimmt auf das Wettbewerbsumfeld eigenständig die operativen Entscheidungen. Dieser leistungsorientierte Ansatz fördert das unternehmerische Handeln unserer Mitarbeiter auf allen Ebenen.

Jeder Mitarbeiter unseres Unternehmens trägt dazu bei, mit seinem Wissen und seinen Ideen die Stärken von ProSiebenSat.1 weiterzuentwickeln und Innovationen voranzutreiben. Deshalb investieren wir konsequent in die Personalentwicklung, fördern Nachwuchskräfte gezielt und beteiligen zugleich alle Mitarbeiter adäquat am Unternehmenserfolg. Das adjusted EBITDA ist die zentrale Steuerungsgröße des Konzerns und seiner Segmente. Neben dem adjusted EBITDA dient das EBITDA aufgrund des ganzheitlichen Blicks auf die Aufwands- und Ertragsstruktur des Unternehmens zusätzlich als Leistungsindikator und Bemessungsgrundlage für die erfolgsorientierte Mitarbeitervergütung. Als variable Bemessungsgrundlage für die Vergütung des Vorstands dienten im Geschäftsjahr 2017 die Netto-Finanzverschuldung sowie das EBITDA des Konzerns bzw. der externe Umsatz und das EBITDA in den Segmenten Digital Entertainment sowie Digital Ventures & Commerce.

Durch die Harmonisierung der Vorstandsvergütung mit unseren KPI zur Unternehmenssteuerung haben wir ein ganzheitliches und effektives Steuerungssystem implementiert, das die unternehmensspezifischen Besonderheiten reflektiert. Weitere Informationen zur Ausgestaltung der individuellen Vorstandsvergütung finden sich im Vergütungsbericht. → [Vergütungsbericht, Seite 74](#)

042 / DEFINITION VON AUSGEWÄHLTEN NON-IFRS-KENNZAHLEN

ADJUSTED EBITDA:

Adjusted Earnings steht für adjusted EBITDA before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization. Es beschreibt das um bestimmte Einflüsse bereinigte Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern sowie Abschreibungen auf Sachanlagen und immaterielle Vermögenswerte.

Bestimmte Einflüsse sind im Zusammenhang mit M&A-Transaktionen stehende Kosten, Reorganisationen, Rechtsstreitigkeiten, Bewertungseffekte aus Incentive-Programmen wie dem Group Share Plan, Entkonsolidierungsergebnisse sowie sonstige wesentliche Einflüsse. Zudem werden seit der Überprüfung des konzernweiten Steuerungssystems im dritten Quartal 2017 auch Bewertungseffekte im Zusammenhang mit der konzernstrategischen Neuausrichtung von Business Units darunter gefasst:

- Im Zusammenhang mit M&A-Transaktionen stehende Kosten beinhalten Beratungsaufwendungen und sonstige Aufwendungen für laufende, abgeschlossene oder abgebrochene M&A-Transaktionen.
- Reorganisationsmaßnahmen enthalten Sach- und Personalkosten für wesentliche Reorganisationen und Restrukturierungen. Sie umfassen Aufwendungen wie Abfindungen, Freistellungsgehälter, Beratungskosten sowie außerplanmäßige Abschreibungen im Anlagevermögen.
- Rechtsstreitigkeiten enthalten Strafen, Bußgelder, Rückzahlungsansprüche sowie Beratungskosten, die im Zusammenhang mit wesentlichen laufenden oder drohenden Rechtsstreitigkeiten stehen.
- Bewertungseffekte aus dem Group Share Plan umfassen den ergebniswirksamen Teil der Änderungen des beizulegenden Zeitwertes der anteilsbasierten Vergütungspläne, der aus der Differenz zwischen dem jeweiligen Börsenkurs zum Ausgabzeitpunkt und dem jeweils aktuellen Kurs zum Bilanzstichtag resultiert.
- Sonstige wesentliche Effekte beinhalten vom Group Chief Financial Officer freigegebene, nicht mit der laufenden operativen Performance im Zusammenhang stehende Geschäftsvorfälle. ProSiebenSat.1 versteht unter wesentlichen Maßnahmen in diesem Zusammenhang Geschäftsvorfälle von jeweils mindestens 0,5 Mio Euro.
- Bewertungseffekte im Zusammenhang mit der konzernstrategischen Neuausrichtung von Business Units haben primären Bezug auf den zugrunde liegenden Geschäftszweck bzw. die -strategie der betroffenen Unit.

ADJUSTED NET INCOME:

Das adjusted net income ist das Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter aus fortgeführten Aktivitäten vor Effekten aus Kaufpreisallokationen und weiteren Sondereffekten. Dazu zählen im sonstigen Finanzergebnis erfasste Bewertungseffekte auf Finanzbeteiligungen, Put-Optionen und Earn-out-Verbindlichkeiten, Ineffektivitäten aus Finanzderivaten sowie Bewertungseffekte auf die Group-Share-Pläne.

043 / ANGABEN ZUR RECHNUNGSLEGUNG SOWIE ZU BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

AUSWEIS UND NUTZEN VON NON-IFRS-KENNZAHLEN:

Dieser Geschäftsbericht enthält neben den nach IFRS ermittelten Finanzdaten auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Die Überleitung dieser Non-IFRS-Kennzahlen auf die entsprechenden IFRS-Kennzahlen ist in der → [Ertragslage des Konzerns ab Seite 137](#) dargestellt. Detaillierte Definitionen zu den Non-IFRS-Kennzahlen finden Sie zudem im Glossar auf → <http://geschaeftsbericht2017.prosiebensat1.com/serviceseiten/glossar.html>.

Die ProSiebenSat.1 Media SE verwendet für ihre finanziellen, strategischen und operativen Entscheidungen primär Non-IFRS-Kennzahlen als Entscheidungsgrundlage. Diese liefern auch Investoren Zusatzinformationen, die einen Vergleich der Performance im Mehrjahresvergleich erlauben, da sie um bestimmte Einflüsse bereinigt werden.

Diese Kennzahlen werden nicht auf Basis der IFRS ermittelt und können sich daher von den Non-IFRS-Kennzahlen anderer Unternehmen unterscheiden. Daher ersetzen diese nicht die IFRS-Kennzahlen oder sind bedeutsamer als IFRS-Kennzahlen, sondern stellen eine Zusatzinformation dar. Wir sind davon überzeugt, dass die Non-IFRS-Kennzahlen aus den folgenden Gründen für Investoren von besonderem Interesse sind:

- Sondereffekte können die operative Geschäftsentwicklung beeinflussen oder gar überlagern; daher bieten um derartige Effekte bereinigte Kennzahlen Zusatzinformationen zur Beurteilung der operativen Leistungsfähigkeit des Unternehmens. Bereinigte Kennzahlen besitzen somit für die Steuerung des Unternehmens eine größere Relevanz.
- Der bereinigte Konzernüberschuss bildet zudem bei der ProSiebenSat.1 Media SE einen wichtigen Anhaltspunkt zur Ermittlung der Dividendenzahlung, da wir die Aktionäre an der operativen Ertragskraft des Unternehmens beteiligen wollen.
- Der Konzern hat ein ganzheitliches Steuerungssystem implementiert. Non-IFRS-Kennzahlen werden konsequent für die Vergangenheit und die Zukunft ermittelt; sie bilden eine bedeutende Grundlage für die interne Steuerung sowie die Entscheidungsprozesse der Unternehmensleitung.

ANPASSUNG DER STEUERUNGSSYSTEMATIK:

Mit Beginn des Geschäftsjahres 2017 haben wir eine Verfeinerung der internen Steuerungssystematik vorgenommen. Im Vergleich zur bisherigen Vorgehensweise, ausgewählte ergebnisbezogene Steuerungskennzahlen zu bereinigen, wird eine um bestimmte Einflüsse bereinigte vollständige Ergebnisrechnung (Non-IFRS-Ergebnisrechnung) ermittelt und im Rahmen der Analyse der Ertragslage im Lagebericht veröffentlicht. Die konzeptionelle Verfeinerung der Steuerungssystematik geht einher mit:

- einer erhöhten Transparenz in der Darstellung von bestimmten zu bereinigenden Einflüssen,
- einer in der gesamten Ergebnisrechnung durchgängigen und konsistenten Berücksichtigung von bestimmten zu bereinigenden Einflüssen sowie

– einer Vereinheitlichung der Benennung der bereinigten ergebnisbezogenen Steuerungskennzahlen.

Vor diesem Hintergrund erfolgte eine Umbenennung des recurring EBITDA und underlying net income in adjusted EBITDA bzw. adjusted net income. Für das adjusted EBITDA ergibt sich in der Ausprägung keine Abweichung zum bisherigen recurring EBITDA. Hingegen führt die durchgängige Bereinigung um besondere Einflüsse in der Überleitung zum adjusted net income zu einer betragsmäßigen Änderung.

BILANZIERUNG DER ANTEILSBASIERTEN VERGÜTUNG AUS DEN GROUP-SHARE-PLÄNEN:

ProSiebenSat.1 beteiligt seine Mitarbeiter mit einer leistungsorientierten Vergütung am Unternehmenserfolg. Dazu zählen auch anteilsbasierte Vergütungsprogramme (Group-Share-Pläne), an denen neben dem Vorstand ausgewählte Führungskräfte teilnehmen. Dabei erhalten die Teilnehmer sogenannte Performance Share Units, die zum Bezug von Aktien berechtigten. Mit der Entscheidung von Vorstand und Aufsichtsrat vom 11. März 2016, die Ansprüche der Berechtigten aus den Group-Share-Plänen zukünftig in bar zu erfüllen, und der damit verbundenen Umstellung der Bilanzierung dieser anteilsbasierten Vergütung von „Equity Settlement“ auf „Cash Settlement“ sind im vorliegenden Geschäftsbericht anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich nach IFRS 2 erfasst worden. Die gemäß IFRS 2 vorgesehene laufende ergebniswirksame Erfassung von Änderungen im beizulegenden Zeitwert der Verpflichtung mit Barausgleich („Cash Settlement“) führt im Gegensatz zu der bisherigen Bilanzierung („Equity Settlement“) zu einer deutlich höheren Ergebnisvolatilität, die auf die Wertschwankungen des Börsenkurses der ProSiebenSat.1-Aktie zurückzuführen ist. Daher bereinigt die ProSiebenSat.1 Group den ergebniswirksamen Teil der Änderungen des beizulegenden Zeitwertes der anteilsbasierten Vergütungspläne, der aus der Differenz zwischen dem jeweiligen Börsenkurs zum Ausgabezeitpunkt und dem jeweils aktuellen Kurs zum Bilanzstichtag resultiert, im adjusted EBITDA sowie dem bereinigten Konzernergebnis (adjusted net income).

BEWERTUNG VON EARN-OUTS UND PUT-OPTIONEN:

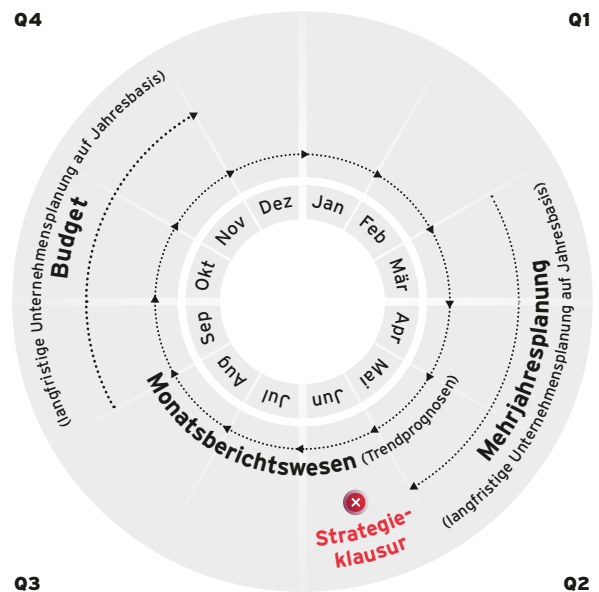
Aufgrund der kontinuierlichen M&A-Tätigkeit des Unternehmens und der derzeit verfolgten Investitionsstrategie haben sich die Verpflichtungen aus Earn-Outs sowie Put-Optionen über den Erwerb weiterer Anteile, die die ProSiebenSat.1 Group im Rahmen des Erwerbs der Beherrschungsmöglichkeit an diesen Unternehmen eingeht, stetig erhöht. Daher bereinigt die ProSiebenSat.1 Media SE die Änderungen im beizulegenden Zeitwert dieser Verbindlichkeiten im Rahmen der Ermittlung des adjusted net income. Diese Anpassung führt zu einer steigenden Transparenz durch die Darstellung dieser Effekte und ermöglicht einen besseren Vergleich der operativen Geschäftsentwicklung im Zeitverlauf.

Operative und strategische Planung

Steuerung und Planung greifen bei ProSiebenSat.1 eng ineinander. So werden im Rahmen der Planung Soll-Größen definiert und für verschiedene zeitliche Perioden festgelegt. Im Fokus stehen die zuvor erläuterten Steuerungskennzahlen.

Nachstehendes Schaubild zeigt die einzelnen Planungsebenen für das Geschäftsjahr 2017 → [Abb. 044](#). Die unterschiedlichen Ebenen des Planungsprozesses bauen aufeinander auf und sind mit unserem Risikomanagement verknüpft:

044 / PLANUNGSKALENDER 2017



Mehrfjahresplanung (langfristige Unternehmensplanung auf Jahresbasis); im Jahr 2017 fand im vierten Quartal eine Aktualisierung der Mehrjahresplanung statt.
Budget (operative Jahresplanung auf Monatsbasis)
Monatsberichtsweisen (Trendprognosen)

– **Strategieklausur:** Ein wichtiges Instrument der strategischen Planung sind Stärken- und Schwächen-Analysen. Dazu werden Marktbedingungen und aktuelle Kennzahlen relevanter Wettbewerber verglichen, eigene Stärken, Chancen und Risiken beurteilt und Wachstumsstrategien weiterentwickelt. Die Ergebnisse erörtern Vorstand und Aufsichtsrat einmal jährlich im Rahmen einer Strategieklausur. → [Bericht des Aufsichtsrats, Seite 55](#)

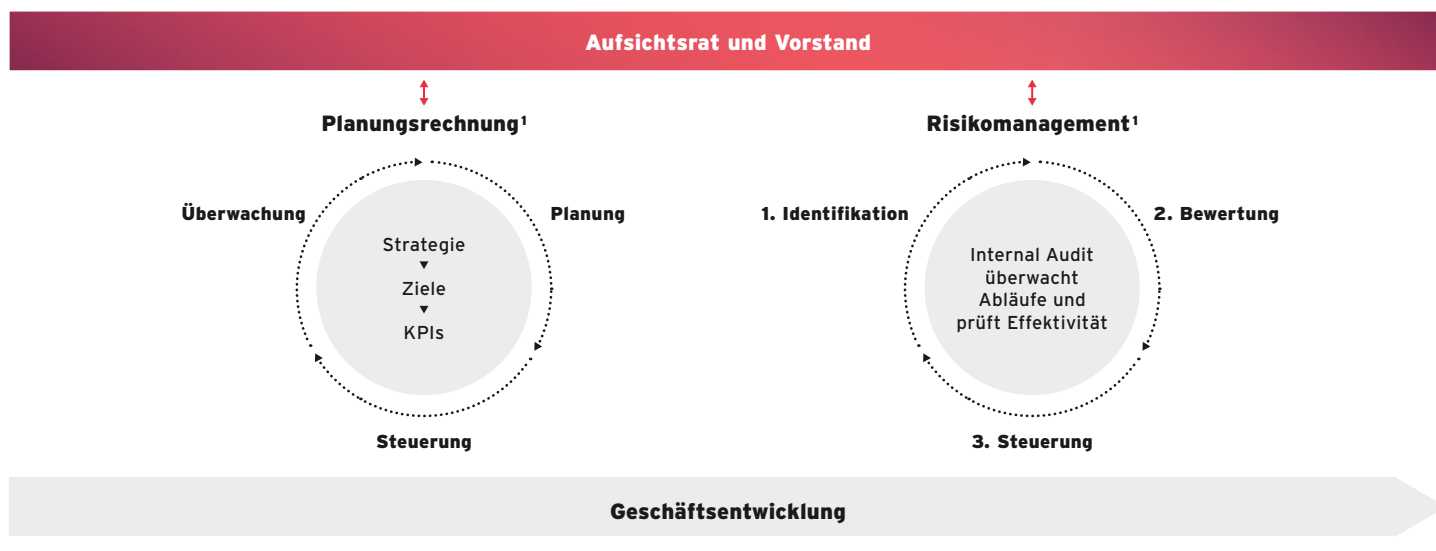
Der Konzern verfolgt eine konsequente Wachstums- und Diversifikationsstrategie mit dem Ziel, das Kerngeschäft Fernsehen zu stärken und die Synergien aus der Vernetzung des Werbegeschäfts mit dem Digitalbereich zu nutzen. An diesem Kurs hat sich auch 2017 nichts geändert, einzelne Vorgaben wurden jedoch im Rahmen der Strategieklausur priorisiert und neu definiert. Die Strategieklausur 2017 fand im Juni statt.

- **Mehrjahresplanung (langfristige Unternehmensplanung auf Jahresbasis):** Die Mehrjahresplanung stellt die detaillierte, zahlenseitige Abbildung der Strategieplanung dar. Sie erfolgt auf Jahresbasis und beinhaltet Soll-Werte für einen Zeithorizont von fünf Jahren. Die relevanten Finanzkennzahlen aus der Gewinn- und Verlustrechnung bzw. der Bilanz und Kapitalflussrechnung der einzelnen Tochterunternehmen werden analysiert und auf Segment- und Konzernebene verdichtet.
- **Budget (operative Jahresplanung auf Monatsbasis):** Für das Budget werden die Zielvorgaben auf Grundlage der Mehrjahresplanung für die einzelnen finanziellen und nichtfinanziellen Leistungsindikatoren auf Monatsbasis im Gegenstromverfahren konkretisiert.
- **Monatsberichtswesen und Trendprognosen:** Ein wichtiges Werkzeug zur unterjährigen Planung sind Trendprognosen. Dabei wird

auf Basis der bisherigen Zielerreichung die auf Jahressicht erwartete Unternehmensentwicklung berechnet und mit den ursprünglich budgetierten Soll-Größen verglichen. Ziel ist es, potenzielle Soll-Ist-Abweichungen unmittelbar festzustellen und erforderliche Maßnahmen zur Gegensteuerung zeitnah umzusetzen.

Auch im Jahr 2017 hat der Vorstand gemeinsam mit dem Aufsichtsratsgremium die kurz- und langfristige Zielerreichung erörtert. Neben der monatlichen Berichterstattung werden Risikopotenziale quartalsweise an den Group Risk and Compliance Officer gemeldet. Hier wird insbesondere analysiert, wie sich Risikofrühwarnindikatoren unterjährig und im Zeitablauf verändert haben. Ein wichtiger Frühwarnindikator ist etwa die Entwicklung der Zuschauermarktanteile. Zusätzliche Wachstumschancen und damit mögliche positive Abweichungen von prognostizierten Zielen werden parallel zum Risikomanagement analysiert; sie werden in den Planungsrechnungen erfasst. → [Abb. 045](#)

045 / PLANUNGSRECHNUNG UND RISIKOMANAGEMENT BEI PROSIEBENSAT.1



¹ Siehe auch Geschäftsbericht 2017, ab Seite 153

NACHHALTIGKEIT

(NICHTFINANZIELLE KONZERNERKLÄRUNG GEMÄSS § 289C, § 315C ABS.1 HGB)

Wir sind uns unserer unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und nehmen sie als ganzheitliche Herausforderung wahr. Denn Erfolg bedeutet für ProSiebenSat.1 nicht nur, die wirtschaftlichen Ergebnisse nachhaltig zu steigern und dynamisch zu wachsen. Es heißt für uns auch, die nichtfinanzielle Leistungsfähigkeit des Konzerns konsequent weiterzuentwickeln.

Wir sind der Überzeugung, dass sich Unternehmen, die Risiken und Chancen im Bereich der Nachhaltigkeit frühzeitig erkennen, sich auch in wettbewerbsintensiven Märkten besser behaupten können. Denn die Stärke einer Unternehmensstrategie lässt nicht nur finanziell messen, auch nichtfinanzielle Aspekte sind für den dauerhaften Erfolg relevant. ProSiebenSat.1 definiert in diesem Zusammenhang nachhaltiges unternehmerisches Handeln als einen ganzheitlichen Ansatz, um sowohl die ökonomische als auch ökologische und soziale Leistung unseres Konzerns sicherzustellen.

! Nichtfinanzielle Aspekte und Indikatoren zur Nachhaltigkeitsleistung liegen bei ProSiebenSat.1 insbesondere im Verantwortungsbereich des Finanzvorstands.

In der vorliegenden Nichtfinanziellen Konzernenerklärung gemäß § 289c, § 315c Abs.1 HGB für das Geschäftsjahr 2017 berichtet ProSiebenSat.1 über die wesentlichen nichtfinanziellen Aspekte mit den entsprechenden Angaben, die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses und der Lage des Unternehmens sowie der

Auswirkungen der Geschäftstätigkeit in diesem Kontext erforderlich sind → [Abb. 046](#). Wesentliche Risiken für einzelne nichtfinanzielle Aspekte wurden in diesem Zusammenhang nicht ermittelt. Dabei wurde die Nichtfinanzielle Konzernenerklärung mit der Nichtfinanziellen Erklärung (NFE) des Mutterunternehmens i.S.d. § 315b Abs.1 Satz 2 HGB zusammengefasst.

ProSiebenSat.1 orientiert sich bei der Erstellung der NFE an den GRI Standards der Global Reporting Initiative. Die GRI entwirft Richtlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung im Rahmen eines globalen Multi-Stakeholder-Prozesses und bietet Rechnungslegungsgrundsätze sowie Standardangaben für die Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten von Unternehmen, unabhängig von Größe, Branche oder Standort. → www.globalreporting.org/standards

Gemäß § 317 Abs.2 Satz 4 HGB wurde vom Abschlussprüfer geprüft, dass die NFE entsprechend den gesetzlichen Vorschriften vorgelegt wurde. Zusätzlich beauftragte der Aufsichtsrat die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG, die NFE inhaltlich mit begrenzter Sicherheit

046 / WESENTLICHE NICHTFINANZIELLE ASPEKTE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP

Mitarbeiter und Diversität	Gesellschaftliche Verantwortung (Public Value)	Produktverantwortung	Compliance
Arbeitnehmerbelange	Sozialbelange / unternehmensspezifische Aspekte	unternehmensspezifische Aspekte	Bekämpfung von Korruption und Bestechung / unternehmensspezifische Aspekte
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Talent Management / Aus- und Weiterbildung ▶ Recruiting / Employer Branding ▶ Work-Life-Angebote ▶ Diversity Management 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Meinungsbildung und Medienkompetenz ▶ Informationsverbreitung ▶ Employee Engagement ▶ Spenden und Sponsoring 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Datenschutz ▶ Medienrecht (Werberichtlinien, Journalistische Unabhängigkeit, Jugendschutz) 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Anti-Korruption ▶ Kartellrecht

zu prüfen. Eine Wiedergabe des Prüfungsvermerks vom 19. Februar 2018, in dem Art, Umfang und Ergebnisse dieser Prüfung dargestellt sind, findet sich online unter → www.prosiebensat1.com/nachhaltigkeit/publikationen/berichte und ist Bestandteil des Geschäftsberichts. Die Prüfung erfolgte unter Anwendung des einschlägigen Prüfungsstandards „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (ISAE 3000)“ zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit (Limited Assurance) bezüglich der gemäß §§ 315b, 315c i.V.m. 289c bis 289e HGB gesetzlich geforderten Angaben. → www.prosiebensat1.com/nachhaltigkeit/publikationen/berichte

Im Rahmen einer Wesentlichkeitsanalyse haben wir für ProSiebenSat.1 vier nichtfinanzielle Aspekte identifiziert, zu denen wir im folgenden Angaben gemäß § 289c Abs. 3 HGB zu verfolgten Konzepten, der dabei angewandten Due-Diligence-Prozesse, zu Ergebnissen und zugehörigen Leistungsindikatoren machen → [Abb. 047](#). Für die erforderlichen Erläuterungen zum Geschäftsmodell gemäß § 289c Abs. 1 HGB verweisen wir auf die unten angegebenen Kapitel im zusammengefassten Lagebericht der ProSiebenSat.1 Group. Informationen zur Corporate Governance befinden sich insbesondere im Abschnitt „An unsere Aktionäre“ im Geschäftsbericht 2017. Sämtliche Verweise auf Inhalte außerhalb des zusammengefassten Lageberichts sind als weiterführende Informationen zu verstehen und nicht Pflichtbestandteil der NFE. → [Organisation und Konzernstruktur, Seite 102](#) → [Rahmenbedingungen des Konzerns, Seite 125](#) → [An unsere Aktionäre, Seite 55](#)

047 / BERICHTSGRENZEN UND DATENERFASSUNG

Der organisatorische Berichtsrahmen für die in der zusammengefassten, NFE enthaltenen Angaben zu Konzepten und Kennzahlen für unsere Nachhaltigkeitsleistung umfasst grundsätzlich alle Konzernunternehmen und entspricht dem finanziellen Konsolidierungskreis der ProSiebenSat.1 Group, die zentral von der ProSiebenSat.1 Media SE gesteuert wird. Dabei folgt ProSiebenSat.1 dem Prinzip operativer Kontrolle: Diese ist gegeben, wenn entweder eine Mehrheitsbeteiligung von mehr als 50 Prozent besteht oder ProSiebenSat.1 durch andere vertragliche Regelungen die volle Entscheidungsbefugnis über das operative Geschäft besitzt.

Ausnahmen und Einschränkungen im Hinblick auf die Berichtsgrenzen der einzelnen definierten Aspekte sowie die Datenerfassung von Leistungsindikatoren erläutern wir im Folgenden. Weitere Spezifizierungen – insbesondere bei HR-Kennzahlen – werden bei den Angaben zu den Aspekten entsprechend kenntlich gemacht.

– Mitarbeiter und Diversität

Inbesondere die Gesellschaften im Segment Digital Ventures & Commerce sowie das internationale Geschäft im Bereich Content Production & Global Sales werden bei der Betrachtung der Konzepte für den Aspekt Mitarbeiter und Diversität sowie der Datenerfassung der nichtfinanziellen Kennzahlen teilweise nicht einbezogen. Einzelne Konzernfunktionen oder -programme wie Recruiting oder Employer Branding werden zentral gesteuert oder sind in dieser Form in einzelnen Beteiligungen aufgrund der relativ geringen Anzahl an Beschäftigten nicht implementiert. Zudem betreibt ProSiebenSat.1 ein dynamisches Portfoliomanagement,

sodass sich kontinuierlich Veränderungen im Konsolidierungskreis ergeben. Der Produktionsbereich ist außerdem aufgrund des Auftragsgeschäfts von einer hohen Volatilität bei den Mitarbeiterzahlen geprägt.

– Gesellschaftliche Verantwortung (Public Value)

Die Informationen zur gesellschaftlichen Verantwortung beziehen sich insbesondere auf die nachhaltigkeitsrelevanten Geschäftstätigkeiten von ProSiebenSat.1 im TV-Programm (Segment Broadcasting German-speaking). Die Beschreibung der Konzepte umfasst ebenfalls Public-Value-Maßnahmen, die durch den Beirat der ProSiebenSat.1 Media SE als Governance-Gremium unterstützt sowie von Mitarbeitern am Standort Unterföhring umgesetzt werden.

– Produktverantwortung und Compliance

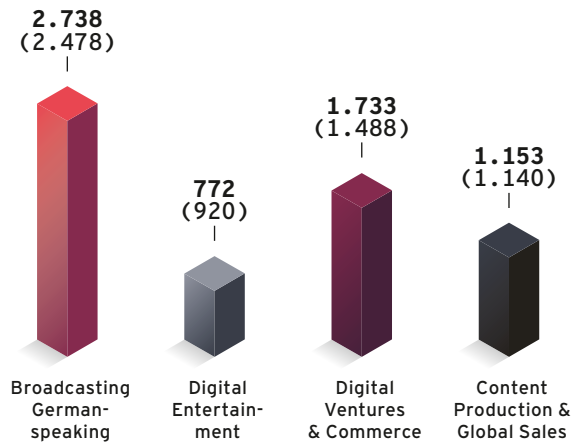
Durch das Compliance-Management-System (CMS) deckt ProSiebenSat.1 die relevanten Rechtsgebiete zum großen Teil konzernweit ab und erfasst die Leistungsindikatoren über alle Gesellschaften. Einzelne Konzepte wie werberechtliche Compliance oder Wahrung der journalistischen Unabhängigkeit beziehen sich aufgrund unterschiedlicher gesetzlicher Regelungen im Ausland und fehlender Relevanz für viele Gesellschaften zum Beispiel im Produktionsbereich nur auf ausgewählte Konzernunternehmen. Dazu zählen in erster Linie die ProSiebenSat.1 Media SE als Holding-Gesellschaft, die ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH sowie die Vermarktungsunternehmen SevenOne Media und SevenOne AdFactory. Bei Kennzahlen zu den Aspekten Produktverantwortung und Compliance gilt bezüglich des Zeitpunkts der Einbeziehung von Beteiligungen von ProSiebenSat.1, dass akquirierte Gesellschaften spätestens in der Berichtsperiode in die Datenerhebung einbezogen werden, in der sie für ein ganzes Geschäftsjahr in der Finanzberichterstattung konsolidiert wurden.

MITARBEITER UND DIVERSITÄT

Der Konzern beschäftigte zum 31. Dezember 2017 umgerechnet auf vollzeitäquivalente Stellen 6.483 Mitarbeiter (Vorjahr: 6.565). Die durchschnittliche Beschäftigtenzahl lag im Berichtsjahr bei 6.452 Mitarbeitern (Vorjahr: 6.054). Der Anstieg um 6,6 Prozent ist vorwiegend akquisitionsbedingt und reflektiert den Ausbau der Segmente Broadcasting German-speaking sowie Digital Ventures & Commerce → [Abb. 048](#). 2017 waren durchschnittlich 696 Mitarbeiter (Vorjahr: 570) in der ProSiebenSat.1 Media SE beschäftigt. In Deutschland, Österreich und der Schweiz hatte der Konzern im Berichtsjahr durchschnittlich 5.335 vollzeitäquivalente Stellen (Vorjahr: 4.876) → [Abb. 049](#). Dies entspricht einem Plus von 9,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr sowie einem Anteil von 82,7 Prozent am Gesamtkonzern (Vorjahr: 80,5%).

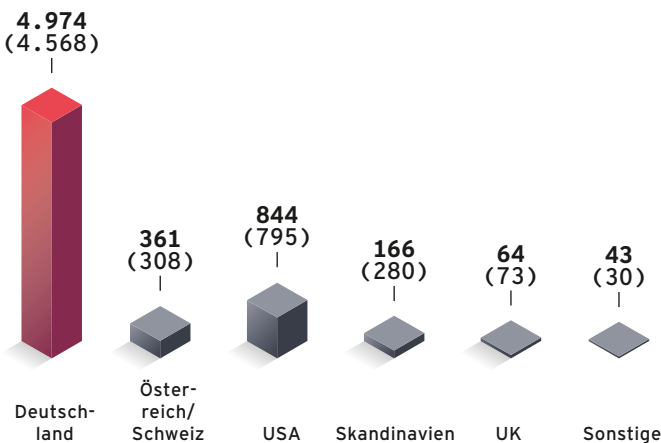
! Aufgrund der gestiegenen Anzahl an Mitarbeitern stiegen auch die in den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten ausgewiesenen Personalaufwendungen. Sie erhöhten sich im Geschäftsjahr 2017 auf 660 Mio Euro. Dies entspricht einem Anstieg um 7 Prozent oder 44 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr.

048 / MITARBEITER NACH SEGMENTEN¹ durchschnittlich
vollzeitäquivalente Stellen; Vorjahreswerte 2016 in Klammern



¹Die Gesamtzahl von 6.452 durchschnittlich vollzeitäquivalenten Stellen enthält 57 Stellen, die keinem Segment zugeordnet sind.

049 / MITARBEITER NACH REGIONEN durchschnittlich
vollzeitäquivalente Stellen; Vorjahreswerte 2016 in Klammern



Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr auf 6,1 Jahre (Vorjahr: 5,5). Die Fluktuationsrate im Konzern belief sich im Geschäftsjahr 2017 auf 12,8 Prozent (Vorjahr: 10,2%). Beide Kennzahlen schließen nicht die internationalen Beteiligungen im Segment Content Production & Global Sales ein.

! Bei der Berechnung der Fluktuationsrate wird die Anzahl der Austritte im Berichtszeitraum durch die Anzahl der Mitarbeiter zum Stichtag geteilt. Zu den Austrittsgründen zählen Kündigungen und Aufhebungsverträge. Austritte aufgrund von Befristung, Ausbildungsende, Renteneintritt oder Tod werden nicht berücksichtigt.

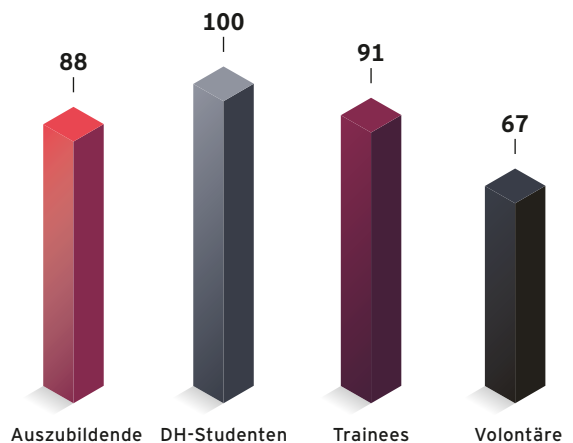
Unsere Beschäftigten sind die Basis unseres wirtschaftlichen Erfolgs. ProSiebenSat.1 lebt von der Kreativität ihrer Mitarbeiter, ihrer hohen

Innovationsgeschwindigkeit und davon, sich schnell an neue Medienutzungsgewohnheiten anpassen zu können. Aus diesem Grund ist unsere Unternehmenskultur geprägt von der fortwährenden Bereitschaft zur Veränderung. Es gehört zu unserem Selbstverständnis als Arbeitgeber, im Personalbereich Rahmenbedingungen zu schaffen, die diesen Prozess unterstützen und den individuellen Interessen unserer Mitarbeiter gerecht werden. Arbeiternehmerbelange und Diversität in der Belegschaft zählen daher zu den wesentlichen nichtfinanziellen Aspekten. Für die Weiterentwicklung des Konzerns sind zudem Führungskräfte wichtig, die unternehmerisch denken und ihre Mitarbeiter zu Innovationen ermutigen. Dazu werden in sogenannten HR Sounding Boards regelmäßig neue Maßnahmen und Konzepte vorgestellt, etwa für Leadership Development, Talent Management oder Employer Branding. Die Ergebnisse werden dem bei ProSiebenSat.1 für Human Resources verantwortlichen Vorstandsmitglied zur Entscheidung vorgelegt und vor der Implementierung im Gesamtvorstand präsentiert.

Talent Management/Aus- und Weiterbildung

ProSiebenSat.1 baut über verschiedene Ausbildungsgänge kontinuierlich qualifizierte Nachwuchskräfte für die Gruppe auf. Durch unsere Volontariate, Traineeprogramme, IHK-Ausbildungen und DH-Studiengänge haben junge Talente vielfältige Einstiegsmöglichkeiten in unser Unternehmen. Dabei bieten wir Schwerpunkte in den Bereichen IT, Digital Media, Sales, Marketing, Finance, HR, Projektmanagement oder redaktionelle Arbeit. Auf diese Weise schaffen wir ein starkes Fundament aus gut ausgebildeten Nachwuchskräften, die über ein großes internes Netzwerk sowie spezifisches Unternehmens- und Branchenwissen verfügen. Im Jahr 2017 wurden 158 Mitarbeiter durch unsere Abteilung Young Talents betreut. Der Großteil der Absolventen wurde übernommen → [Abb. 050](#). Ziel ist es, aktiv Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel am Arbeitsmarkt zu ergreifen und die Diversifikationsstrategie von ProSiebenSat.1 durch passende Ausbildungsformate im Unternehmen zu unterstützen.

050 / ÜBERNAHMEQUOTE YOUNG TALENTS in Prozent



Neben der Ausbildung junger Mitarbeiter ist die Weiterbildung ein zentraler Bestandteil der ProSiebenSat.1-Personalstrategie. Durch unser Talent Management planen wir die kurz-, mittel- und langfristige Entwicklung unserer Mitarbeiter im Konzern systematisch. Die Steuerung der Mitarbeiterentwicklung und die Auswahl von geeigneten Maßnahmen erfolgt über die Mitarbeitergespräche. Als Basis dient ein Zielssystem, das die übergeordneten Unternehmensziele auf Bereichs-, Abteilungs- sowie Individualziele herunterbricht und auf diese Weise für Mitarbeiter und Führungskräfte konkretisiert. Daneben können in diesen Gesprächen auch persönliche Entwicklungsziele festgelegt werden. Damit stellen wir sicher, dass individuelle Fähigkeiten gezielt gefördert werden.

Die ProSiebenSat.1 Academy bietet ein breites Portfolio an Trainings zur fachlichen und persönlichen Weiterbildung. Im Jahr 2017 fanden 596 Veranstaltungen (6.266 Teilnahmen) in der Academy statt, darunter 60 Führungskräfte Trainings (568 Teilnahmen). Einen Schwerpunkt bildet die Digitalisierung mit Inhalten wie „Digital Economy“, „E-Commerce & Online Marketing“ oder „Lean Start-up for User Experience“. Ziel dieser Trainings ist es, dass Mitarbeiter digitale Trends und aktuelle Technologien verstehen und ihre Auswirkungen auf die Medienbranche einschätzen können, um neue Produkte und Geschäftsmodelle für ProSiebenSat.1 zu entwickeln. 2017 investierte die ProSiebenSat.1 Group wie im Vorjahr rund 3 Mio Euro in ihre Aus- und Weiterbildungsprogramme. Ein Teil davon entfiel auf die Angebote der ProSiebenSat.1 Academy. Zudem gibt es beispielsweise ein Mentoring-Programm sowie seit 2010 „Lunch & Learn“-Veranstaltungen. Über das Job Rotation-Programm haben ProSiebenSat.1-Mitarbeiter außerdem die Möglichkeit, Erfahrungen in anderen Abteilungen zu sammeln und diese auf ihr eigenes Aufgabengebiet zu übertragen.

ProSiebenSat.1 braucht Führungskräfte, die Menschen begeistern und optimale Rahmenbedingungen für ihre Mitarbeiter schaffen. Um den Führungskräften Orientierung und Unterstützung zu geben, wie sich die Arbeit ihrer Teams auf die Marktanforderungen optimal ausrichten lässt und wie Mitarbeiter zu Innovationen und unternehmerischen Denken ermutigt werden, hat der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE Anfang 2015 die P7S1 Leadership Values definiert. Auf dieser Basis bieten wir ein systematisches Entwicklungsprogramm für Führungskräfte an, das vom Onboarding über Trainings bis zum 360° Feedback im P7S1 Center of Leadership reicht.

Recruiting/Employer Branding

Wir setzen hohe Maßstäbe bei der Entwicklung und Ausbildung unserer Beschäftigten. Dies gilt auch für das Recruiting bei ProSiebenSat.1. Zentrale Plattform ist das Karriereportal www.fascinating-people.com. Das Online-Portal wird seit Dezember 2014 durch das digitale Job-Empfehlungsprogramm Talentry ergänzt. Dabei haben Konzern-Mitarbeiter die Möglichkeit, passende Personen aus ihrem eigenen Netzwerk für unbesetzte Positionen zu empfehlen. Im Falle einer erfolgreichen Vermittlung erhalten sie bei vielen Stellen eine Prämie. Darüber hinaus nutzt ProSiebenSat.1 Social-Media-Kanäle wie Xing und LinkedIn, um Talente anzusprechen. Im Jahr 2017 gingen rund ein Drittel aller Bewerbungen über neue Sourcing-Kanäle wie Mitarbeiterempfehlungen, Social Media, Direktansprache oder Hochschulmarketing ein.

Insgesamt verzeichnete das Group Recruiting rund 29.000 Bewerbungen.

Mit Kampagnen wie „Claim New Grounds“ und „Connect.Code.Create“ forcieren wir zusätzlich die Ansprache potenzieller Kandidaten mit digitalem oder IT-Schwerpunkt. Unser Employer Branding Konzept zielt dabei darauf ab, die bestmögliche „Candidate Experience“ für alle unsere Zielgruppen am Personalmarkt sicherzustellen. Neben Bewerberzahlen sind daher auch externe Rankings eine wichtige Messgröße für den Erfolg unserer HR-Strategie. Dabei zeigt sich, dass die ProSiebenSat.1 Group zu den beliebtesten Arbeitgebern in Deutschland zählt. → [Abb. 051](#)

051 / AUSGEWÄHLTE ARBEITGEBERRANKINGS

EMPLOYER BRANDING AWARD

Best Employer Value Proposition Germany - Global Players
GOLD

POTENTIALPARK

13. Platz (Vorjahr: 11. Platz)

TRENDENCE SCHÜLERBAROMETER

8. Platz (Vorjahr: 9. Platz)

UNIVERSUM

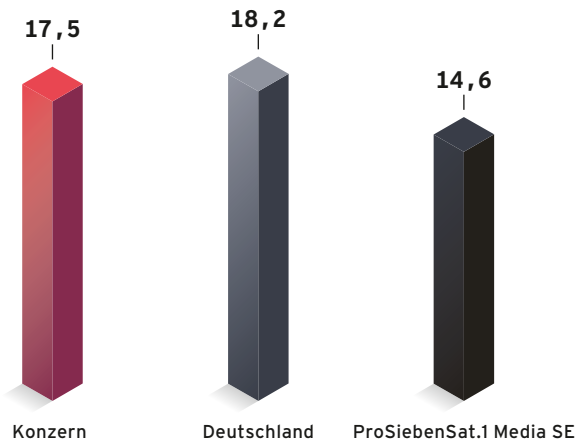
Medienbranche
1. Platz (Vorjahr: 1. Platz)

Im Jahr 2017 hat ProSiebenSat.1 zudem mit „Puls Check“ ein neues Tool für Mitarbeiterumfragen eingeführt. Ziel ist es, das aktuelle Stimmungsbild in der Gruppe zu erfassen, Ideen zur Verbesserung zu sammeln und in konkreten Projekten zeitnah umzusetzen. Im Fokus steht die Ableitung von Optimierungsmaßnahmen und die Schaffung einer Arbeitsumgebung, die Teamgeist, Kreativität und Leistung fördert. An die Auftaktumfrage sollen sich themenspezifische Puls Checks anschließen. Ein weiterer wichtiger Punkt ist der sogenannte „Net Promoter Score“ (NPS), der über das neue Instrument abgefragt wird. Es handelt sich hierbei um eine Kennzahl, die Hinweise auf die Mitarbeiterzufriedenheit geben soll.

Work-Life-Angebote

Unsere Betriebsvereinbarungen zielen auf eine angemessene Work-Life-Balance ab. Dafür sorgen Teleworking-Arbeitsplätze oder Teilzeitarbeit- und Sabbatical-Modelle → [Abb. 052](#). Am 1. Januar 2015 wurde zudem das Arbeitszeitmodell FlexTime eingeführt, das den gestiegenen Anforderungen im Arbeitsalltag Rechnung trägt, die Vereinbarkeit von Familie, Freizeit und Beruf erleichtert und den Mitarbeitern von ProSiebenSat.1 insgesamt mehr Flexibilität bei der Arbeitszeitgestaltung bietet.

052 / ANTEIL MITARBEITER IN TEILZEIT in Prozent



Ohne internationale Beteiligungen im Segment Content Production & Global Sales.

Gleichzeitig profitiert unsere Belegschaft von zahlreichen Sozial- und Nebenleistungen. Am Hauptstandort Unterföhring betreiben wir zum Beispiel seit über zehn Jahren eine betriebseigene Kindertagesstätte. Diese Angebote bieten wir allen Angestellten, unabhängig davon, ob sie in Teilzeit- oder Vollzeitbeschäftigung oder in einem befristeten Arbeitsverhältnis sind. Daneben stehen die Themen Gesundheit und Sport im Fokus. Mit einem Betriebsrestaurant, einem Sportraum und einem Betriebsarzt in der Unternehmenszentrale decken wir vielfältige Work-Life-Anforderungen an einen modernen Arbeitgeber ab.

Diversity Management

Unsere Unternehmenskultur ist von Offenheit und Respekt geprägt. ProSiebenSat.1 schätzt die Vielfalt, die unsere Mitarbeiter an individuellen Eigenschaften, Talenten und Fähigkeiten in das Unternehmen einbringen. Wir sind überzeugt, dass vielfältig zusammengesetzte Teams komplexe Aufgaben besser lösen und die unterschiedlichen Bedürfnisse unserer Kunden noch besser verstehen. Daher betrachten wir Diversität als wichtigen Erfolgsfaktor für unser Unternehmen. Im Geschäftsjahr 2017 waren bei ProSiebenSat.1 in Deutschland Mitarbeiter aus rund 50 Nationen beschäftigt; in der ProSieben Sat.1 Media SE waren Mitarbeiter mit 28 unterschiedlichen Nationalitäten beschäftigt. Das Durchschnittsalter der ProSiebenSat.1-Mitarbeiter lag zum 31. Dezember 2017 bei 36,8 Jahren.

053 / ALTERSSTRUKTUR DER MITARBEITER

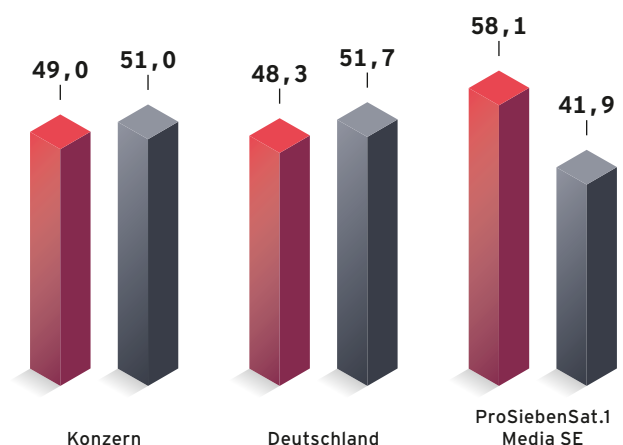
Alter in Jahren	Anzahl
<= 20	21
21-25	388
26-30	1.355
31-35	1.385
36-40	1.131
41-45	761
46-50	613
51-55	324
56-60	136
>= 61	54

Ohne internationale Beteiligungen im Segment Content Production & Global Sales.

Wir stellen Mitarbeiter auf allen Hierarchieebenen ausschließlich nach objektiven Kriterien ein und fördern die Beschäftigten allein aufgrund ihrer Kompetenzen. Andere Faktoren wie Herkunft und Kultur, Alter, Geschlecht, sexuelle Orientierung und Identität, Glaubensrichtung und Weltanschauung oder physische Fähigkeiten spielen keine Rolle → [Abb. 053](#). Zur Diversität trägt auch ein ausgewogenes Verhältnis von Frauen und Männern im Unternehmen sowie in Führungspositionen bei → [Abb. 054](#) → [Abb. 055](#). 2017 waren 49,0 Prozent der Mitarbeiter im Konzern weiblich, in der ProSiebenSat.1 Media SE betrug der Anteil 58,1 Prozent.

! Für Informationen zur Frauenquote in den beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands in der ProSiebenSat.1 Media SE und zu den entsprechenden Zielgrößen verweisen wir auf die Erklärung zur Unternehmensführung. Für die Angaben zur Diversität in Vorstand und Aufsichtsrat verweisen wir auf den Corporate-Governance-Bericht. → [Erklärung zur Unternehmensführung, Seite 72](#) → [Corporate-Governance-Bericht, Seite 64](#)

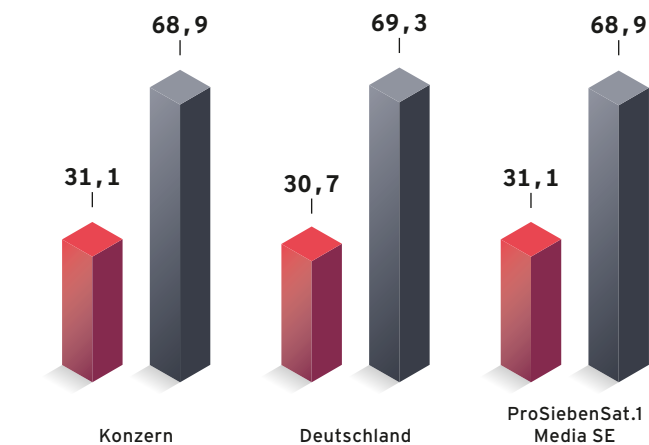
054 / ANTEIL DER FRAUEN UND MÄNNER IN DER BELEGSCHAFT in Prozent



■ Frauen ■ Männer

Ohne internationale Beteiligungen im Segment Content Production & Global Sales.

055 / ANTEIL DER FRAUEN UND MÄNNER IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN in Prozent



■ Frauen ■ Männer
Ohne internationale Beteiligungen im Segment Content Production & Global Sales.

Die ProSiebenSat.1 Group hat bereits 2014 die Charta der Vielfalt unterzeichnet und folgt den darin vorgegebenen Leitlinien. Wir unterstreichen damit unser Engagement, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das frei von Vorurteilen und Ausgrenzung ist und Vielfalt unter den Beschäftigten konkret fördert. Beschäftigte können Diskriminierungen oder Verstöße gegen andere im Verhaltenskodex von ProSiebenSat.1 festgehaltene Grundsätze Ansprechpartnern wie dem Chief Compliance Officer oder Betriebsratsmitgliedern im Unternehmen melden, ohne daraus entstehende Nachteile befürchten zu müssen. Zudem schulen wir die Belegschaft mit einem verpflichtenden Training zum Anti-Diskriminierungsgesetz (AGG).

GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG (PUBLIC VALUE)

Die ProSiebenSat.1 Group erreicht mit ihren Sendern täglich rund 45 Mio Fernsehhaushalte in ihren TV-Märkten in der DACH-Region; Ende 2017 hatten die vom ProSiebenSat.1-Vermarkter SevenOne Media betreuten Web-Angebote zudem eine monatliche Reichweite von rund 38 Mio Unique User. Die verbreiteten Inhalte tragen zur Informationsvielfalt und zur Meinungsbildung von Zuschauern und Nutzern bei. Dieser gesellschaftlichen Verantwortung sind wir uns bewusst. Daher nutzt ProSiebenSat.1 die große Reichweite ihrer Medienangebote gezielt, um wichtige ökologische, soziale und gesellschaftspolitische Themen in den Fokus zu rücken und damit als Unternehmen einen Wertbeitrag für die Gesellschaft zu leisten. Dabei berücksichtigen wir die Grundsätze der redaktionellen Freiheit und journalistischen Unabhängigkeit.

Unsere Public-Value-Aktivitäten dienen zudem dazu, die Relevanz unserer TV-Sender und Medienangebote in der Öffentlichkeit zu erhöhen und uns damit von Wettbewerbern zu differenzieren. Aufgrund der Vielzahl an empfangbaren Free- und Pay-TV-Sendern stellen Public-Value-Maßnahmen in der ProSiebenSat.1-Senderfamilie auch ein

Instrument zur Markenpflege und -bindung dar. Ein weiterer wichtiger Grund für die Auseinandersetzung mit Sozialbelangen ist die Sicherung von Umsatzerlösen und die Reduzierung von Risiken, da wir durch unsere Initiativen eine höhere Akzeptanz unserer Angebote und Geschäftsmodelle bei wichtigen Stakeholdern wie Zuschauern und Internet-Nutzern, Politik und Regulierungsbehörden sowie bei Werbekunden und Mediaagenturen erreichen können. Sie stellen daher einen wesentlichen nichtfinanziellen Aspekt für ProSiebenSat.1 dar. → [Abb. 056](#)

Bei der Auswahl von Maßnahmen verfolgen wir vier strategische Stoßrichtungen: Wir wollen Wissen schaffen, Chancen bieten, Werte vermitteln und Kultur fördern. Dabei orientieren wir uns an Regelwerken wie dem ProSiebenSat.1-Verhaltenskodex, den Verhaltensgrundsätzen für Journalisten der Internationalen Journalistenvereinigung sowie internen Richtlinien zum Daten- und Jugendschutz oder zur Trennung von Werbung und Programm. Neben den Sendern verfügen Abteilungen wie Governmental Relations & Regulatory Affairs über Budgets für Public-Value-Projekte. Den Erfolg unserer Maßnahmen messen wir zum Teil quantitativ, zum Beispiel über die Zuschauermarktanteile, das Mitarbeiterengagement bei Projekten wie dem Social Day oder Einnahmen durch die RED NOSE DAY-Spendenaktion.

056 / SCHWERPUNKTE DER PUBLIC-VALUE-AKTIVITÄTEN UND AUSGEWÄHLTE MASSNAHMEN

MEINUNGSBILDUNG UND MEDIENKOMPETENZ

Programmschwerpunkte und Kampagnen (z. B. Bundestagswahl)
Green Seven
SchoolsON

INFORMATIONSVREBREITUNG

Barrierefreiheit (Untertitel im TV-Programm)

EMPLOYEE ENGAGEMENT

Social Day
WE HELP

SPENDEN UND SPONSORING

RED NOSE DAY
Wir stärken Kinder
FIRST STEPS Awards

Im Jahr 2011 hat der Konzern seine Aktivitäten im Bereich der gesellschaftlichen Verantwortung in einen größeren gesellschaftlichen Kontext gestellt und durch die Gründung eines Beirats ihre Relevanz für den Konzern unterstrichen. Das interdisziplinär besetzte Gremium unter dem Vorsitz des ehemaligen bayerischen Ministerpräsidenten Dr. Edmund Stoiber berät die ProSiebenSat.1 Group in gesellschaftlichen, ethischen und medienpolitischen Fragen und gibt Anstöße zu wichtigen Themen wie Bildung und Kultur. Im Jahr 2017 traf sich der Beirat in drei Sitzungen. An diesen Terminen nahmen Vorstände sowie weitere Entscheidungsträger des Konzerns teil. Mit Blick auf die junge Zielgruppe von ProSiebenSat.1 setzte der Beirat einen Schwerpunkt auf das Thema digitale Bildung. Mit entsprechenden Maßnahmen will das Gremium insbesondere die Medienkompetenz junger Menschen

und deren Orientierung in der digitalen Welt fördern, da diese Fähigkeiten immer stärker zu einer Voraussetzung für gesellschaftliche Teilhabe und den Zugang zum Arbeitsmarkt werden.

Ein Beispiel hierfür ist das Projekt SchoolsON, das 2017 zum dritten Mal durchgeführt wurde. Der Schülerwettbewerb geht auf eine Initiative des ProSiebenSat.1-Beirats mit Unterstützung der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung zurück. Im Rahmen des Wettbewerbs können Jugendliche einen TV-Beitrag für die Formate „Galileo“, „taff“ oder „Newstime“ konzipieren und produzieren. Dazu werden unter [→ www.schools-on.de](http://www.schools-on.de) umfangreiche Tutorials zur Verfügung gestellt, die neben technischen und redaktionellen Anleitungen auch die Themen Persönlichkeitsrechte, Urheberrechte und Nutzungsrechte an fremden Werken behandeln. SchoolsON gibt Jugendlichen somit nicht nur Raum für kreative Entfaltung, sondern fördert auch deren Medienkompetenz.

Ein weitere Public-Value-Schwerpunkt war anlässlich der Bundestagswahl 2017 eine Offensive zur Vermittlung politischer Themen und die Förderung der politischen Partizipation insbesondere junger Zuschauergruppen. Die Sender der ProSiebenSat.1 Group berichteten in diversen Wahl-Formaten sowie weiteren Sendungen mit Themenschwerpunkten und durch Online-Angebote umfangreich zur Bundestagswahl. Wie bereits in den Jahren 2009 und 2013 hat ProSiebenSat.1 zudem mit einer breit angelegten Kampagne unter dem Motto „Gestalte Deine Zukunft mit. Geh wählen!“ auf den deutschen TV-Sendern sowie den Online- und Social-Media-Plattformen der Gruppe zur Beteiligung an der Bundestagswahl aufgerufen. [→ www.prosiebensat1.de/nachhaltigkeit/publikationen/medienordnung-4-0](http://www.prosiebensat1.de/nachhaltigkeit/publikationen/medienordnung-4-0)

Grundsätzlich orientieren wir uns bei der Auswahl von Maßnahmen an aktuellen, gesellschaftlich relevanten Themen, die insbesondere die jungen Zielgruppen betreffen. Neben dem Beirat als Governance-Gremium erfolgt die Auswahl und Durchführung von entsprechenden Projekten in der Regel auf Basis eines Bottom-up-Prozesses. Relevante Nachhaltigkeitsthemen werden beispielsweise durch die Redaktionen der TV-Sender im Rahmen ihrer journalistischen Arbeit identifiziert und dazu entsprechende Formatideen sowie Programmumfelder entwickelt.

Ein Beispiel ist die Nachhaltigkeitsmarke „Green Seven“: Die Ausstrahlung der jährlichen „Green Seven“-Dokumentation zu einem bestimmten ökologischen Thema (2017: „Save the Ice“) auf ProSieben wird durch den gleichen thematischen Schwerpunkt in Magazinen und weiteren Programmen unterstützt. Kooperationen mit externen Partnern und Mitarbeiteraktionen begleiten die Ausstrahlung. Überdies kommen Ideen zur Unterstützung sozialer Projekte oder Umsetzung unternehmensinterner Initiativen direkt aus der Belegschaft von ProSiebenSat.1. Das Flüchtlingshilfeprojekt „WE HELP“ ist ein Beispiel hierfür.

Nicht nur mit unseren Programmen und Kampagnen, sondern auch über den barrierefreien Zugang zu unseren Angeboten nehmen wir unsere Verantwortung wahr. Die ProSiebenSat.1 Group baut daher das Angebot an Untertitelten Programmflächen für gehörlose und schwerhörige Menschen sowie die Zahl der Sender stetig aus, auf denen Untertitel verfügbar sind, um die Informationsverbreitung zu

verbessern. Auf fünf deutschen Sendern der Gruppe sind Untertitel im Programm; im Berichtsjahr kam sixx neu dazu. Insgesamt hat ProSiebenSat.1 gegenüber der Erhebung der Medienanstalten im Jahr 2016 die Anzahl der Ausstrahlungen um mehr als 20 Prozent gesteigert; die Untertitelte Sendezeit stieg dabei um mehr als 30 Prozent. Auf ProSieben sind inzwischen knapp 25 Prozent des Programms Untertitelte.

PRODUKTVERANTWORTUNG

Neben der Vermeidung von medienrechtlichen Verstößen bildet der Datenschutz aufgrund der steigenden Digitalisierung unserer Geschäftstätigkeit eine weitere Säule des Compliance-Management-Systems (CMS); dieses umfasst zusätzlich die Teilbereiche Anti-Korruption und Kartellrecht und wird im Abschnitt zum nicht-finanziellen Aspekt Compliance detailliert beschrieben. [→ Abb. 058](#) Außerdem hat der Konzern in seinem Verhaltenskodex („Code of Conduct“) Regeln niedergeschrieben, die sich auch auf Themen der Produktverantwortung beziehen. [→ www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/verhaltenskodex](http://www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/verhaltenskodex) [→ Risikobericht, Seite 153](#)

Datenschutz

Zu einem wesentlichen Bestandteil der Geschäftstätigkeit der ProSiebenSat.1 Group gehört die Verarbeitung personenbezogener Daten verschiedener Betroffenengruppen. Dies gilt vor allem vor dem Hintergrund der fortschreitenden Digitalisierung im Medienumfeld. Dazu zählen insbesondere Kunden, Online-Nutzer, Zuschauer, Bewerber, Beschäftigte und Geschäftspartner. Wir verstehen deshalb Datenschutz als wichtigen Wettbewerbsfaktor, der insbesondere das Vertrauen in die Produkte und Marken der ProSiebenSat.1 Group und somit auch den wirtschaftlichen Erfolg des Konzerns nachhaltig beeinflussen. Im Jahr 2017 haben wir zwei Fälle von Datenlecks sowie Datenklau oder -verlust ermittelt.

Das übergeordnete Ziel des Konzerndatenschutzes ist ein einheitliches und angemessenes Datenschutzniveau innerhalb der ProSiebenSat.1 Group, das in Einklang mit den nationalen und internationalen Vorschriften steht. Dies soll auf Basis eines risikoorientierten Datenschutzmanagementsystems (DSMS) sowie vereinheitlichter Prozesse, Richtlinien und Vorgaben sichergestellt werden, die teilweise konzernweit gelten. 2017 hat ProSiebenSat.1 mit den ersten Schritten zur Erreichung der Konformität mit der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) begonnen. Neben gesetzlichen Bestimmungen sind die unternehmensinternen Richtlinien zum Umgang mit personenbezogenen Daten und deren automatisierte Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung maßgeblich. Die Grundsätze zum Datenschutz und die Datenschutzprozesse hat ProSiebenSat.1 im Global Data Protection Standard (GDPS), der Datenschutz-Policy, dem Verhaltenskodex sowie weiteren Datenschutzbestimmungen festgelegt. [→ Abb. 057](#)

057 / DATENSCHUTZPROZESSE

Vorabkontrolle	Durchführung einer Risikoanalyse inkl. Compliance-Prüfung im Rahmen der Einführung/Änderung automatisierter Verfahren zur Verarbeitung personenbezogener Daten gem. § 4f BDSG zur frühzeitigen Adressierung datenschutzrechtlicher Anforderungen
Auftragsdatenverarbeitung	Prozess zur gesetzeskonformen Erstellung von ADV-Vereinbarungen und zur Durchführung der gesetzlich vorgeschriebenen Vorabprüfung gem. § 11 BDSG
Auskünfte an Behörden	Prozess zur gesetzeskonformen Weitergabe personenbezogener Daten an Behörden
Betroffenenrechte	Gesetzeskonforme Bearbeitung von Betroffenenanfragen: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Beschwerdemanagement ▶ Auskunftsrechte (§ 34 BDSG) ▶ Recht auf Berichtigung (§ 35 BDSG) ▶ Recht auf Löschung (§ 35 BDSG) ▶ Widerspruchsrechte (§ 35 BDSG)
Data Breach Notification	Prozess zur gesetzeskonformen Meldung von Datenschutzvorfällen (= unrechtmäßige Kenntniserlangung von personenbezogenen Daten durch Dritte) gem. § 42a BDSG und § 15a TMG

Die ProSiebenSat.1 Group hat Prozesse und Maßnahmen implementiert, um personenbezogene Daten vor Missbrauch zu schützen. Es findet grundsätzlich keine Verarbeitung von personenbezogenen Daten statt, außer die Einhaltung geltenden Rechts wurde sichergestellt. Wir gewähren jedem Einzelnen das Recht, der Nutzung personenbezogener Daten zu widersprechen bzw. die Löschung oder Sperrung personenbezogener Daten zu verlangen. Zudem gibt ProSiebenSat.1 im Rahmen der Datenschutzprozesse personenbezogene Daten an Dritte auch innerhalb des Konzerns nur im Einklang mit den rechtlichen Bestimmungen weiter. Überdies treffen wir angemessene Sicherheitsvorkehrungen, um personenbezogene Daten vor Verlust, Zerstörung, unautorisiertem Zugriff oder unautorisierter Verwendung, Bearbeitung oder Offenlegung zu schützen.

Medienrecht

Die medienrechtlichen Bestimmungen des CMS befassen sich insbesondere mit journalistischer Unabhängigkeit, den Grundsätzen zur Trennung von Werbung und Programm, den Anforderungen an Produktplatzierungen und Jugendschutz sowie der Verhinderung von Schleichwerbung bzw. Ausstrahlung gesetzlich verbotener Werbung. Wir haben für 2017 insgesamt elf Verstöße gegen Programmgrundsätze und journalistische Sorgfaltspflichten sowie jugendschutzrechtliche Bestimmungen identifiziert.

- Die ProSiebenSat.1 Group verpflichtet sich insbesondere in ihren Fernsehprogrammen zur Abgrenzung zwischen redaktioneller Berichterstattung und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken. Die zuständigen TV-Redakteure und die jeweilige Redaktionsleitung sind dafür verantwortlich, dass Werbung und Programm

klar voneinander getrennt werden. In entsprechenden Compliance-Veranstaltungen werden sie zu den Verbotstatbeständen und Rechtsfolgen bei Verstößen geschult. Die Geschäftsführung der Fernsehsender muss außerdem sicherstellen, dass bei jeder Sendung angemessene Budgetansätze gewählt werden und eine ausreichende Finanzierung zur Verfügung steht, damit keine Erfordernisse für die Entgegennahme von finanziellen Beiträgen Dritter entstehen, soweit diese das Vorliegen unzulässiger Schleichwerbung begründen würden. In begründeten Einzelfällen, die den Verdacht des Einsatzes von Schleichwerbung nahelegen, wird ein Ad-hoc-Kontrollgremium tätig. Dieses wird vom Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE eingesetzt und besteht aus je einem Mitarbeiter der Abteilungen Internal Audit und Legal Affairs sowie einem externen Anwalt.

Der Konzern verpflichtet sich, den Bestimmungen des Rundfunkstaatsvertrages sowie den Gemeinsamen Richtlinien der Landesmedienanstalten für die Werbung, zur Durchführung der Trennung von Werbung und Programm und für das Sponsoring im Fernsehen zu folgen. Insbesondere hat jeder Mitarbeiter darauf zu achten, dass das Verbot der Programmbeeinflussung, das Schleichverbot sowie die Kennzeichnungsverpflichtungen eingehalten werden. Zudem gilt es zu verhindern, dass Inhalt und Programmplatz einer gesponserten Sendung vom Sponsor in der Weise beeinflusst werden, dass die Verantwortung und die redaktionelle Unabhängigkeit des Rundfunkveranstalters beeinträchtigt werden. Unterstützung von Produktionen durch Dritte, sog. Ausstattungshilfe, ist entsprechend den gesetzlichen Regelungen kenntlich zu machen; dieser Ausstattungshinweis soll im Regelfall am Ende des jeweiligen Programms erfolgen.

Die Einzelheiten regeln in erster Linie die ProSiebenSat.1-Werbeberichtlinien zur Trennung von Werbung und Programm, die auch konkrete Erläuterungen zu Platzierungsverboten für bestimmte Produkte und Dienstleistungen enthalten. Sie bieten den Mitarbeitern verbindliche Vorgaben im Rahmen ihres Arbeitsverhältnisses. Für die deutschen Sender dienen die Richtlinien dem Erhalt der journalistischen Glaubwürdigkeit und sichern inhaltlich die Unabhängigkeit von Einflüssen Dritter als oberste programmliche Leitlinie ab. Für die TV-Sender in Österreich und der Schweiz gelten zudem nationale gesetzliche Bestimmungen.

- Zur Wahrung der journalistischen Unabhängigkeit sowie grundlegender publizistischer Bestimmungen hat der Konzern im Jahr 2005 Leitlinien formuliert, denen alle Programmschaffenden des Unternehmens in Deutschland verpflichtet sind. Die „Leitlinien zur Sicherung der journalistischen Unabhängigkeit“ konkretisieren das Verständnis der publizistischen Grundsätze des Pressekodex des Deutschen Presserates. Die ProSiebenSat.1 Group ist der freiheitlich demokratischen Grundordnung im Sinne des Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland verpflichtet. Für ProSiebenSat.1 arbeitende Journalisten und Redakteure haben gemäß den internen Leitlinien die Verhaltensgrundsätze für Journalisten der Internationalen Journalistenvereinigung („Principles on the Conduct of Journalists“) zu befolgen. Sie sind demnach in der Gestaltung ihrer Beiträge grundsätzlich frei und berichten unabhängig von gesellschaftlichen, wirtschaftlichen

oder politischen Interessensgruppen. → www.prosiebensat1.com/nachhaltigkeit/handlungsfelder/governance-und-compliance

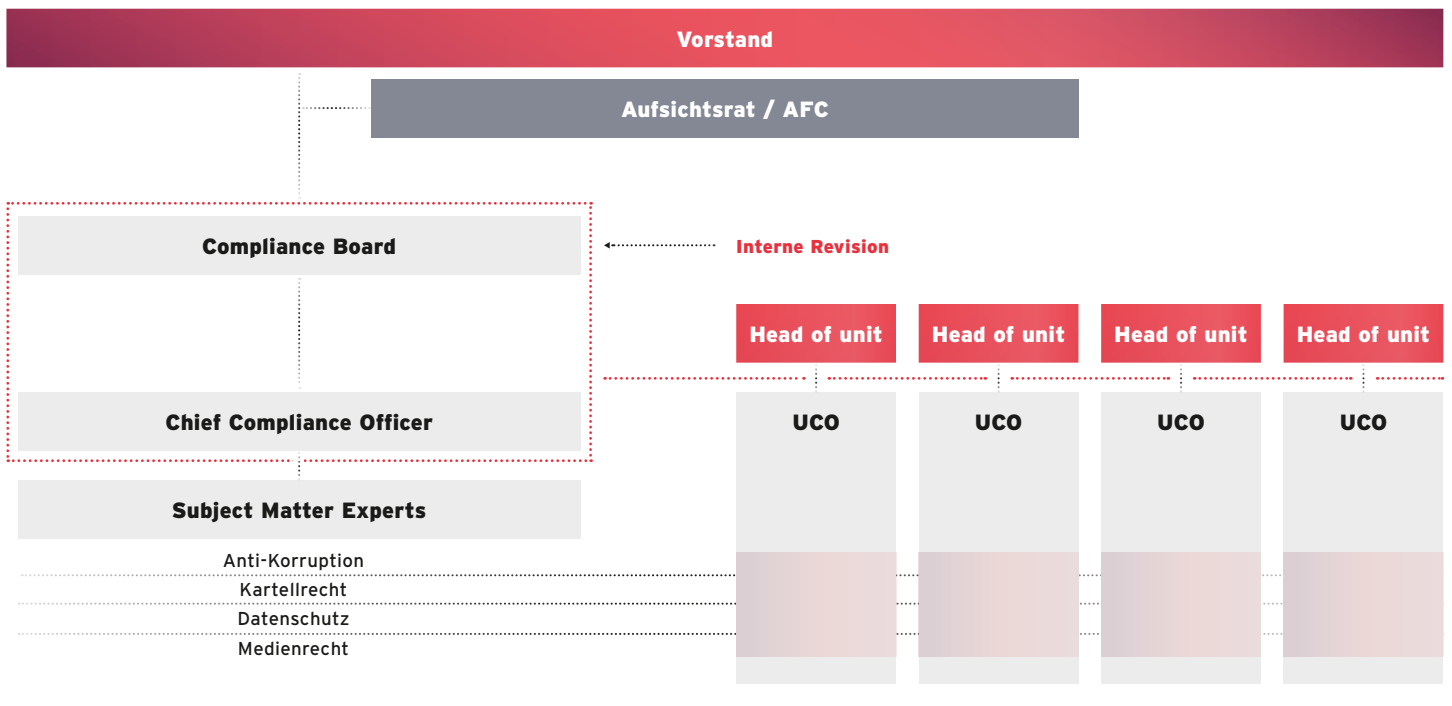
Als Medienunternehmen ist politische Unabhängigkeit für ProSiebenSat.1 von größter Bedeutung. Geld- und Sachspenden an politische Parteien sind daher verboten, sofern die Spende nicht zuvor vom Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE genehmigt wurde. Generell dürfen redaktionelle Beiträge nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter oder durch persönliche bzw. wirtschaftliche Interessen der Mitarbeiter beeinflusst werden. Gleichzeitig sind sich die Journalisten und Redakteure der Verantwortung bewusst, die ihnen in Bezug auf die Verbreitung von Informationen sowie ihrem Beitrag zur Meinungsbildung zukommt. Die redaktionell Verantwortlichen, insbesondere die Chefredakteure, sind für die Einhaltung dieser Leitlinien und Verhaltensgrundsätze sowie für ihre Umsetzung im Tagesgeschäft verantwortlich.

- Die Jugendschutzbeauftragten der ProSiebenSat.1 Group sorgen dafür, dass alle vom Konzern verantworteten Inhalte im TV und Internet altersgerecht angeboten werden. Ziel ist es, Kindern und Jugendlichen den Zugang zu Inhalten zu erschweren, die für ihre Altersgruppe ungeeignet sind. Der Jugendmedienschutz-Staatsvertrag setzt dafür klare Vorgaben. Die Jugendschutzbeauftragten des Konzerns sind in ihrer Tätigkeit weisungsfrei und dafür verantwortlich, dass für Kinder und Jugendliche ungeeignete Inhalte im Rundfunk ausschließlich zu den gesetzlich vorgegebenen Sendezeiten ausgestrahlt werden. Zugleich gewährleisten sie bei Internet-Angeboten von ProSiebenSat.1 technische Schutzmöglichkeiten für die Verbreitung potenziell entwicklungsbeeinträchtigender

Inhalte. Die Jugendschutzbeauftragten werden dazu frühzeitig in die Produktion und den Einkauf von Programmen eingebunden. Sie beurteilen bereits im Vorfeld Drehbücher, begleiten Produktionen und erstellen Gutachten. Im Unternehmen nehmen sie eine beratende Funktion wahr; im Außenverhältnis stehen sie Zuschauern und Nutzern als Ansprechpartner zum Beispiel bei Beschwerden zur Verfügung.

Unabhängig von der Arbeit der Jugendschutzbeauftragten erhalten TV- und Online-Redakteure regelmäßig Schulungen zu den Jugendschutzbestimmungen. Neben Mitarbeiterschulungen und der Bereitstellung von internen Richtlinien engagieren wir uns über verschiedene Organisationen für Jugendschutz: ProSiebenSat.1 ist im Vorstand der FSF (Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e. V.) sowie im Vorstand der FSM (Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e. V.) vertreten. Die beiden Vereine sind Selbstkontrollenrichtungen der privaten Fernsehsender bzw. der Anbieter von Telemedien und werden von der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) als eigenständige Aufsichtsorgane für Fernsehen bzw. Internet anerkannt. Außerdem ist ProSiebenSat.1 auch im Vorstand des JusProg e. V., einem Verein privater Medienanbieter, der technische Jugendschutzlösungen entwickelt und allen Internetnutzern ein kostenfrei nutzbares Jugendschutzprogramm bietet.

058 / ZENTRALE COMPLIANCE-ORGANISATION



COMPLIANCE

ProSiebenSat.1 ist der Überzeugung, dass nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg im Wettbewerb nur auf der Grundlage rechtmäßigen Handelns möglich ist. Die Verhinderung von Korruption und kartellrechtlichen Verstößen ist daher - neben den Themenfeldern Medienrecht und Datenschutz - von hoher Geschäftsrelevanz und ein wichtiger Erfolgsfaktor für die Festigung unserer Marktposition sowie die Erreichung unserer Unternehmensziele. Anti-Korruption und kartellrechtliche Compliance zählen zu den wesentlichen nichtfinanziellen Aspekten des Konzerns.

Aus diesem Grunde besteht bei der ProSiebenSat.1 Group ein Compliance-Management-System (CMS) → [Abb. 058](#). Wesentliche Zielsetzung des CMS ist, Integrität und rechtmäßiges Verhalten dauerhaft im Denken und Handeln aller Mitarbeiter zu verankern und auf diese Weise Rechts- und Regelverstöße von vornherein zu verhindern. Vor dem Hintergrund der Konzernstruktur hat sich ProSiebenSat.1 in eine zentrale und dezentrale Compliance-Organisationsstruktur aufgeteilt. Die zentrale Organisation bilden der Compliance-Ausschuss (Compliance Board) und der Group Chief Compliance Officer (CCO), die bei der Erfüllung ihrer Aufgaben durch Fachexperten aus anderen Bereichen, beispielsweise der Rechtsabteilung, unterstützt werden. Das Compliance Board und der CCO unterstützen und beraten den Vorstand bei der Umsetzung, Überwachung und Weiterentwicklung des CMS. Der CCO ist für die Umsetzung des CMS im Konzern verantwortlich, führt Risikoanalysen und Schulungen durch und berät den Vorstand bei der Entwicklung und Umsetzung angemessener Maßnahmen zur Risikominimierung. Zudem beobachtet er die Rechtsentwicklung und unterbreitet Vorschläge zur Weiterentwicklung des CMS, unter anderem im Hinblick auf die Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie die Einhaltung des Kartellrechts. Die dezentrale Compliance-Organisation wird durch Unit Compliance Officers (UCO) repräsentiert, die in den Konzerngesellschaften bestellt werden. Die Gesamtverantwortung für das CMS liegt beim Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE als Mutterunternehmen der ProSiebenSat.1 Group. → [Corporate-Governance-Bericht, Seite 64](#) → [Risikobericht, Seite 153](#)

In ihrem Verhaltenskodex („Code of Conduct“) hat die ProSiebenSat.1 Group grundsätzliche Richtlinien und Handlungsweisen festgelegt. Diese Vorgaben definieren die allgemeinen Maßstäbe für das Verhalten in geschäftlichen, rechtlichen und ethischen Angelegenheiten. Sie dienen allen Mitgliedern des Vorstands, der Geschäftsleitung sowie den Mitarbeitern des Konzerns als verbindlicher Orientierungs- und Ordnungsrahmen für den Umgang miteinander sowie mit externen Stakeholdern. Denn wir sind der Überzeugung, dass unser unternehmerischer Erfolg auch vom Vertrauen unserer Kunden, Geschäftspartner und Aktionäre in unsere Unabhängigkeit und Integrität abhängt. Die Einhaltung hoher ethischer Standards und unser gesamtgesellschaftliches Engagement sind daher von ebenso entscheidender Bedeutung wie die Beachtung aller für uns relevanten Gesetze. → www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/verhaltenskodex

Die Durchführung einer systematischen und standardisierten Risikoanalyse für Compliance-Risiken stellt eine wesentliche Grundlage des CMS dar. Aufbauend auf die Relevanzanalyse wird in einem zweiten

Schritt ein Compliance Risk Assessment durchgeführt. Der Vorstand unterstützt diesen Prozess durch die Bereitstellung einer geeigneten Compliance-Organisation sowie adäquater und effizienter Compliance-Programme. Dazu gehören Beratung, Schulungen und aus Richtlinien abgeleitete Maßnahmen. Das CMS wird kontinuierlich weiterentwickelt, verbessert und überprüft. Um eine unabhängige, externe Bewertung zu erhalten, hat die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG das CMS für die Teilbereiche Kartellrecht, Anti-Korruptionsvorschriften, Medienrecht und Datenschutzrecht nach dem IDW Prüfungsstandard 980 geprüft. Die Prüfung der Angemessenheit, Implementierung und Wirksamkeit des CMS der Holding-Gesellschaft ProSiebenSat.1 Media SE für das erste Halbjahr 2017 wurde am 20. Dezember 2017 abgeschlossen.

ProSiebenSat.1 zielt darauf ab, Transparenz im Umgang mit Kunden, Lieferanten und Behörden zu schaffen, um internationalen Standards zur Korruptionsbekämpfung sowie nationalen und lokalen Vorschriften zur Bekämpfung von Korruption und Bestechung zu entsprechen. Daher erstreckt sich das CMS auf die Verhinderung von Korruptionsstraftaten, insbesondere gemäß den Straftatbeständen der Bestechlichkeit und Bestechung im geschäftlichen Verkehr (§§ 299 ff. StGB), der Vorteilsgewährung an Amtsträger (§ 333 StGB) sowie der Bestechung von Amtsträgern (§ 334 StGB). Im Jahr 2017 sind wie im Vorjahr keine Korruptionsvorfälle oder Anklagen wegen Korruption gegen den Konzern oder ProSiebenSat.1-Mitarbeiter bekannt geworden.

Im Hinblick auf das Kartellrecht umfasst das CMS bei ProSiebenSat.1 die Verhinderung von Vereinbarungen und aufeinander abgestimmte Verhaltensweisen, die den Wettbewerb zu beeinträchtigen geeignet sind (§ 1 GWB, Art. 101 AEUV) sowie die Verhinderung des Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung (§ 19 GWB, Art. 102 AEU). Im abgelaufenen Geschäftsjahr sind wie 2016 keine neuen Verfahren oder Vorfälle im Bereich Kartellrecht bekannt geworden. Seit 2008 ist ein Zivilrechtsstreit mit der RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG und El Cartel Media GmbH & Co. KG anhängig. → <http://nachhaltigkeitsbericht2016.prosiebensat1.com>

UMWELTBELANGE UND ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE

Als Medienkonzern zählt ProSiebenSat.1 nicht zu den produzierenden Branchen mit hohem Energie- und Ressourceneinsatz sowie komplexen, globalen Lieferketten. Daher schätzen wir insbesondere die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt als sehr begrenzt ein und haben daher gegenwärtig Umweltbelange nicht als wesentlichen nichtfinanziellen Aspekt gemäß § 289c Abs. 3 HGB identifiziert. Dennoch können wir einen Beitrag zur Verlangsamung des Klimawandels und zur Bewahrung unserer Umwelt leisten, indem wir ressourcenschonend handeln und zum Beispiel die Energieeffizienz erhöhen sowie den CO₂-Ausstoß unserer Aktivitäten durch gezielte Maßnahmen verringern. Ausführliche Informationen zu unserer ökologischen Verantwortung und den Themen Energieverbrauch, Treibhausgasemissionen, Entsorgung sowie Mobilität veröffentlichen wir jährlich im Nachhaltigkeitsbericht der ProSiebenSat.1 Group. → www.prosiebensat1.com/nachhaltigkeit/publikationen/berichte

ProSiebenSat.1 toleriert keine Diskriminierung aufgrund von Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Alter, Religion oder Weltanschauung, sexueller Ausrichtung sowie Behinderung. Wir verurteilen in unseren Geschäftsbeziehungen insbesondere jegliche Art von sexueller Gewalt oder Machtmissbrauch. Der unternehmensinterne Verhaltenskodex gibt entsprechende Compliance-Richtlinien vor und beschreibt das Meldesystem bei Verstößen. Auf seinen Fernsehsendern wirbt die Gruppe zudem zum Beispiel mit dem TV-Magazin „Challenge“ für Inklusion. Das Projekt der Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien e. V. gibt Einblicke in das Leben von Menschen mit Behinderungen.

ProSiebenSat.1 ist sich seiner Verantwortung für die verbreiteten Angebote bewusst und berichtet darüber ausführlich unter dem Aspekt Produktverantwortung. In der vorliegenden NFE verzichten wir dennoch auf weiterführende Angaben zur Verhinderung von Menschenrechtsverletzungen wie zum Beispiel die Bekämpfung von Kinder-, Zwangs- oder Pflichtarbeit sowie die Bewertung von Lieferanten in der Medienbranche hinsichtlich der Einhaltung von Menschenrechten. Auf Basis unserer Wertschöpfungskette und der potenziellen Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten erachten wir die Achtung der Menschenrechte daher nicht als wesentlichen nichtfinanziellen Aspekt.

WIRTSCHAFTS- BERICHT: DAS FINANZJAHR 2017



MIO EURO UMSATZ

erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group im Jahr 2017. Dies ist ein Anstieg um 7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die relevanten operativen Ergebnisgrößen markierten zudem neue Rekordwerte. Damit haben wir unsere wichtigsten Profitabilitätsziele erreicht.

RAHMENBEDINGUNGEN DES KONZERNS

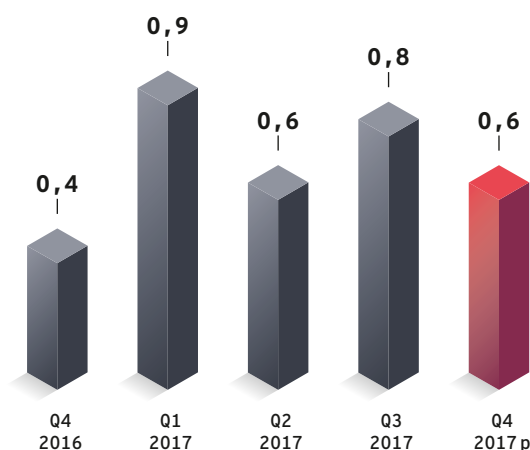
TV ist Leitmedium in Deutschland, sowohl mit Blick auf die Reichweite als auch die Nutzungsdauer. Gleichwohl verändern die Digitalisierung und die steigende Internetnutzung das Verhalten der Konsumenten. Diese Entwicklung treiben wir voran, indem wir unser Portfolio diversifizieren und vernetzen. 2017 war ProSiebenSat.1 führend im Zuschauer- und Werbemarkt; dabei bieten wir unseren Kunden integrierte Werbemöglichkeiten.

KONJUNKTURELLE ENTWICKLUNG

Die deutsche Wirtschaft dürfte im Jahr 2017 im Vergleich zum Vorjahr real um 2,2 Prozent gewachsen sein (Vorjahr: 1,9%). Für das vierte Quartal rechnet das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) derzeit mit einem Plus von 0,6 Prozent gegenüber dem Vorquartal.

→ [Abb. 059](#)

059 / ENTWICKLUNG DES BRUTTOINLANDSPRODUKTS IN DEUTSCHLAND in Prozent, Veränderung gegenüber Vorquartal



Preis-, saison- und kalenderbereinigt
Quelle: Destatis, DIW vom 31.01.2018 / p: Prognose

Die deutsche Wirtschaft profitiert von dem anhaltend guten Konsumklima. So hat sich der private Konsum aufgrund positiver Arbeitsmarkt- und Einkommensbedingungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum real um 2,0 Prozent erhöht. Vor diesem Hintergrund ist der Umsatz im Einzelhandel nach Schätzung des Statistischen Bundesamts real um 2,3 Prozent gewachsen; der Einzelhandel macht rund ein Viertel des privaten Konsums aus. Besonders dynamisch entwickelte sich dabei der Internet- und Versandhandel (+7,7%). Daneben haben die Bau- und Ausrüstungsinvestitionen sowie der staatliche Konsum die deutsche Wirtschaft gestützt.

→ [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 166](#)

ENTWICKLUNG VON MEDIENKONSUM UND WERBEWIRKUNG

Das Spektrum der Mediennutzung hat sich in den letzten Jahren durch die Digitalisierung erweitert. Die einst festen Verbindungen von Inhalten und Endgeräten lösen sich ein Stück weit auf, sodass die Gattungsgrenzen zwischen den Medien konvergieren. Dies gilt auch für Fernsehen bzw. die Bewegtbild-Nutzung im Allgemeinen: Mit der Verbreitung mobiler Geräte wie Smartphones und Tablets steigt die Vielfalt an Übertragungswegen. Dadurch entstehen neue Nutzungsformen wie zeitversetztes Fernsehen über Apps auf mobilen Endgeräten. Zusätzlich gewinnt Fernsehen durch Innovationen am TV-Gerät selbst an Attraktivität: Digitales Fernsehen in hochauflösender Qualität (HD) oder Video-on-Demand (VoD) auf großflächigen TV-Screens sind Beispiele hierfür. Breitband-Internetzugänge mit rascher Datenübertragung sowie die hohe Zahl an Satelliten-Haushalten in Deutschland treiben diese Entwicklung voran. → [Abb. 060](#) → [Risikobericht, Seite 153](#)

060 / FERNSEHHAUSHALTE IN DEUTSCHLAND NACH ZUGANGSART Anzahl TV-Haushalte

	2017 ¹	2016 ²
Potential in Mio (Analog + Digital)	38,32	38,19
Terrestik	1,28	1,30
Kabel	15,97	15,81
Satellit	17,61	17,89
IPTV	3,45	3,19

¹ Angaben zum Stichtag 01.12.2017. / ² Angaben zum Stichtag 01.12.2016.
Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope 6.1, Haushalte.

Trotz der Vielzahl an zusätzlichen Angeboten findet 96 Prozent der linearen Fernsehnutzung in Deutschland nach wie vor auf dem klassischen TV-Gerät statt (Zielgruppe 14 - 69 Jahre). Auch die Sehdauer entwickelt sich hierzulande auf hohem Niveau annähernd stabil, sie belief sich in der Zuschauergruppe zwischen 14 und 69 Jahren auf 218 Minuten im Jahr 2017 (Vorjahr: 223 Minuten). Die Daten zur

Fernsehnutzung werden in Deutschland im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) über eine Messung in einem TV-Panel täglich erhoben.

Die Ergebnisse des „Media Activity Guide 2017“ und „ViewTime Report 2017“ geben einen detaillierten Einblick in das Mediennutzungsverhalten in Deutschland: Im Schnitt nutzen die Deutschen täglich 580 Minuten Medien und Medienübertragungswege. In der Zuschauergruppe 14 bis 69 Jahre entfallen 248 Minuten bzw. 43 Prozent der täglichen Mediennutzung auf TV, sowohl linear als auch über alternative Übertragungswege. Auf Platz zwei folgt Radio mit 102 Minuten täglicher Nutzungsdauer. Inhaltlich getriebene Internetnutzung nimmt 89 Minuten bzw. 15 Prozent des Zeitbudgets ein. Auf die Lektüre von Zeitungen und Zeitschriften entfallen 31 Minuten pro Tag. Digitalisierung bedeutet demnach nicht, dass Fernsehen an Relevanz verliert. Vielmehr konsumieren die Nutzer Inhalte der klassischen Medien immer häufiger auch in digitaler Form.

Der „Media Activity Guide“ untersucht jährlich die Mediennutzung der Deutschen. Die Studie wird von forsa im Auftrag des ProSiebenSat.1-Werbezeitenvermarkters SevenOne Media durchgeführt. Mittels Telefoninterviews wurde vom 1. März bis 28. März 2017 das Mediennutzungsverhalten der Deutschen abgefragt; die ausgewerteten Daten beziehen sich auf das erste Quartal 2017. Ergänzend zum jährlich erscheinenden Media Activity Guide und ebenfalls in Zusammenarbeit mit forsa untersuchen wir mit dem „ViewTime Report“ quartalsweise fokussiert alle Formen der Bewegtbild-Nutzung. → www.sevenonemedia.de/service/research

Fernsehen ist nach wie vor das meistgenutzte Medium. Zudem zeigen die Studien, dass klassische Medien das höchste Vertrauen genießen und aufgrund ihrer inhaltlichen Qualität zunehmend einen Gegenpol zur ungefilterten Meinungsäußerung über Social-Media-Kanäle bilden. Durchschnittlich rund 15 Minuten verbringen die 14- bis 69-Jährigen täglich mit Social-Media-Aktivitäten. Gleichzeitig erreicht TV deutlich mehr 14- bis 29-Jährige als Facebook, Instagram oder Snapchat. Die Verbreitung von Facebook ist in der jungen Zielgruppe sogar rückläufig: Bei den 14- bis 29-Jährigen sinkt die Reichweite kontinuierlich (Q2/2015: 69% vs. Q2/2017: 45% mind. seltene Nutzung).

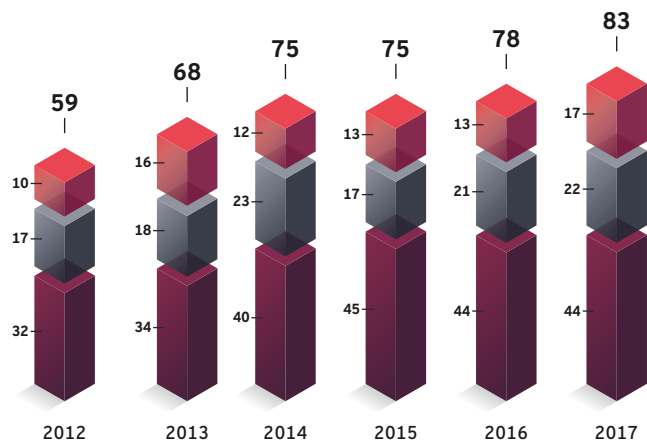
Radio und Fernsehen haben jeweils mit 95 Prozent den weitesten Nutzerkreis bei den 14- bis 69-Jährigen. Gleichzeitig ist das Internet fester Bestandteil unseres Alltags; im Jahr 2017 lag der Anteil der Internetnutzer in Deutschland bei 93 Prozent. Dabei steigt die tägliche Bewegtbild-Nutzung kontinuierlich; im zweiten Quartal 2017 betrug sie 243 Minuten (Q2/2015: 239 Minuten). Fernsehen ist der wichtigste Lieferant von Bewegtbild-Inhalten: 88 Prozent der Videonutzung der 14- bis 69-jährigen Zuschauer entfällt in Deutschland auf TV bei einer Sehdauer von 214 Minuten. Auf Platz zwei folgen werbefinanzierte und damit für den User kostenlose Online-Videos mit durchschnittlich 15 Minuten. Das entspricht 6 Prozent der gesamten Bewegtbild-Nutzung in der Zielgruppe der 14- bis 69-Jährigen in Deutschland.

Kostenpflichtige Zusatzangebote wie Pay-TV oder VoD eröffnen der ProSiebenSat.1 Group zusätzliche Wachstumsperspektiven. Im Jahr 2017 lag das Volumen des Pay-TV-Markts bei 3,1 Mrd Euro; dies geht aus dem PwC German Entertainment and Media Outlook 2017-2021 hervor. Das Volumen des PayVoD-Markts betrug laut Statista Digital

Market Outlook 784 Mio Euro; auf den wichtigen Subscription-Video-on-Demand-Bereich (SVoD) entfiel ein Volumen von 534 Mio Euro. Knapp ein Drittel der 14- bis 69-Jährigen nutzt zumindest gelegentlich Videostreaming gegen Gebühr. Zugleich steigt die Zahl der Nutzer sowie der SVoD-Abonnements in deutschen Haushalten, wenngleich sich die tägliche Sehdauer mit 9 Minuten bislang auf moderatem Niveau bewegt.

Die Studien zeigen, dass Fernsehen nach wie vor Leitmedium ist. Kein anderes Medium kann schneller eine so hohe Reichweite generieren wie TV. Zugleich werden Unterhaltungsgeräte wie Smartphones und Tablets zusätzlich zum TV-Gerät genutzt, die Parallelnutzung von verschiedenen Bildschirmmedien steigt kontinuierlich: Lag der Anteil der Parallelnutzer zwischen 14 und 49 Jahren vor vier Jahren noch bei 68 Prozent, waren im Jahr 2017 bereits 83 Prozent der Befragten zumindest selten online während sie fernsahen → Abb. 061. Dies hat auch Folgen für die Werbewirkung: Second-Screen-Nutzer sind nicht nur stärker an Fernsehinhalten interessiert und sehen mit 211 Minuten täglich 22 Minuten länger fern als der Durchschnitt ihrer Altersgruppe (14-49 Jahre). Sie sind auch online-affiner. Motiviert durch TV-Inhalte hat ein Drittel (36,6%) schon einmal direkt im Internet eingekauft.

061 / PARALLELNUTZUNG TV/INTERNET in Prozent



■ häufig ■ manchmal ■ selten
Basis: 14 - 49 Jahre, Nutzung TV/Internet mindestens selten
Quelle: Media Activity Guide 2017, SevenOne Media/forsa.

Aufgrund seiner hohen Reichweite ist Fernsehen das wichtigste und effektivste Werbemedium. Über Bewegtbild-Werbung im TV wird eine Marke stärker emotional geprägt als in jedem anderen Medium. Sie bindet Konsumenten an Marken und zahlt sich für Werbungtreibende kurz- und langfristig aus. Dies belegt der sogenannte „ROI Analyzer“, eine Studie, die SevenOne Media 2014 gemeinsam mit der GfK-Fernsehforschung sowie dem GfK-Verein veröffentlicht hat. Dazu wurden über ein Jahr lang die Umsatzeffekte von TV-Werbung auf alle Einkaufsdaten aus 30.000 deutschen Haushalten ausgewertet. Das Ergebnis: Über alle untersuchten Marken hinweg refinanziert sich eine TV-Kampagne bereits nach einem Jahr mit einem durchschnittlichen ROI von 1,15. Nach fünf Jahren steigt dieser Wert auf 2,65. Weitere

Wellen des ROI Analyzers zu unterschiedlichen Branchen bestätigen die hohe Abverkaufswirkung von TV-Werbung.

Die Fragmentierung und Digitalisierung der Medienlandschaft eröffnet immer mehr Möglichkeiten, Medien zu nutzen. Dabei profitiert Fernsehen von der steigenden Bewegtbild-Nutzung in Deutschland. So findet lineares Fernsehen heute unabhängig vom TV-Gerät statt, gleiche Inhalte werden über verschiedene Kanäle auf unterschiedlichen Geräten genutzt. Parallel dazu entstehen neue, crossmediale Werbeflächen, die gepaart mit den Impulsen aus der Parallelnutzung zu einer stärkeren Zuschauerbindung führen. Vor diesem Hintergrund gewinnt TV in der Vermarktung weiter an Relevanz.

MARKTUMFELD DES TV-GESCHÄFTS

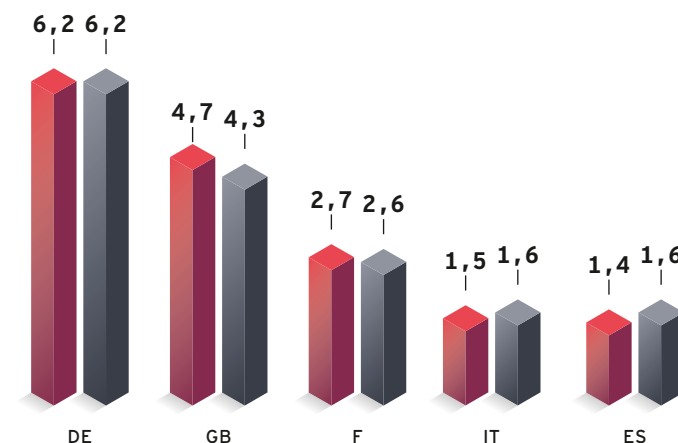
Die deutsche Medienlandschaft ist geprägt von einem dualen System aus privaten und öffentlich-rechtlichen Anbietern. Dabei unterscheidet sich die Marktstruktur deutlich von anderen Ländern. Der deutsche TV-Markt ist vergleichsweise stark reguliert. So sind die Möglichkeiten für TV-Werbung sowohl quantitativ als auch qualitativ begrenzter und deutlich restriktiver als etwa in den USA. Die Ausstrahlungszeit für TV-Werbung ist beispielsweise in Deutschland auf maximal zwölf Minuten pro Stunde beschränkt.

Zugleich sind die öffentlich-rechtlichen Anstalten in Deutschland sehr finanzstark: Wie in vielen anderen europäischen Ländern, ist die Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Anbieter gesetzlich sichergestellt, ihr Budget aus Rundfunkgebühren dabei aber außerordentlich hoch → [Abb. 062](#). Die Sendeanstalten finanzieren aus Gesamteinnahmen von 9,3 Mrd Euro rund 20 TV-Sender und rund 60 Radioprogramme. Die privaten Anbieter generieren Umsätze primär aus Werbung und betreiben mit einem Etat von 10,7 Mrd Euro über 290 TV-Sender und rund 270 Hörfunkprogramme (Aktuellster Stand: 2016).

Die privaten Anbieter sind bislang von der öffentlichen Finanzierung ausgenommen. ProSiebenSat.1 leistet jedoch gerade in den jungen Zielgruppen einen wichtigen Beitrag zur medialen Grundversorgung. In diesem Kontext haben wir im Jahr 2017 die Debatte um eine Weiterentwicklung des dualen Systems forciert. Ziel des Vorschlags für eine Medienordnung 4.0 ist es, Inhalte zu fördern und die Finanzierung nicht länger ausschließlich an Institutionen festzumachen. Die Politik hat bereits erkannt, dass Reformen notwendig sind. Ein erster Schritt waren die Vorschläge der Intendanten zur Strukturreform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. → [Nachhaltigkeit, Seite 113](#)

062 / ÖFFENTLICHE TV-BUDGETS VERSCHIEDENER ÖFFENTLICH-RECHTLICHER ANBIETER IN EUROPA

in Mrd Euro



■ Ist-Wert ■ Preisparität-normierter Wert¹

¹ Adjustiert auf deutsches Preisniveau, basierend auf Eurostat-Preisleveldaten, 2016.

DE: Beitragseinnahmen ohne Deutschlandradio und Radioanteil ARD.

ES: Staatliche Subventionierung inklusive des Pflichtbeitrags der privaten Fernsehsender (3% der Umsätze für Free-TV und 1,5% für Pay-TV) für RVE und autonome Sender.

Quelle: IHS, KEF, UN, DigitalTVEurope, McKinsey-Analyse.

Das duale System ist in ein finanzielles Ungleichgewicht geraten, da die Einnahmen der Öffentlich-Rechtlichen aus den Rundfunkgebühren in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen sind und der öffentlich-rechtliche Rundfunk sich zusätzlich über Werbung finanziert. Hinzu kommt, dass im Zuge der Digitalisierung neue Marktteilnehmer entstehen und sich der Wettbewerb mit globalen Anbietern intensiviert. ProSiebenSat.1 steht dieser Entwicklung grundsätzlich positiv gegenüber und erkennt in der dynamischen Marktentwicklung zahlreiche Wachstumschancen. Ein wichtiger Baustein für eine erfolgreiche und nachhaltige Entwicklung sind jedoch gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Unternehmen, die den digitalen Wirtschaftswandel begleiten. Dazu gehören einheitliche Standards zum Jugendschutz oder Urheberrecht ebenso wie eine adäquate Förderung der europäischen Digitalindustrie. → [Risikobericht, Seite 153](#)

Es ist wichtig, dass der Gesetzgeber private Anbieter dabei unterstützt, die digitale Transformation zu gestalten. Strategisch gehen wir das Thema selbst an und bilden Allianzen. Ein Beispiel ist die Log-in-Allianz, die ProSiebenSat.1 gemeinsam mit der Mediengruppe RTL Deutschland und United Internet initiiert hat. Ziel ist es, dem User eine ebenso einfache wie sichere Lösung zu bieten, um branchenübergreifend auf alle Internetdienste der Initiative zugreifen zu können. Damit generieren wir für alle Marktteilnehmer einen Mehrwert und etablieren Standards, um den hiesigen Digitalmarkt zu stärken.

Die digitale Entwicklung stellt uns vor völlig neue Herausforderungen: Immer mehr und vor allem junge Menschen nutzen das Internet, um sich politisch zu informieren. Der User sucht im Netz Informationen und erhält Ergebnisse, die ihn in seiner Meinung bestätigen. Algorithmen verstärken wiederum die Einseitigkeit, sodass eine individuelle Echokammer

entsteht. Der gemeinsame gesellschaftliche Horizont vereinzelt sich. Wir Medienhäuser müssen dieser Entwicklung Inhalte entgegensetzen. Die Medienordnung 4.0 liefert einen probaten und zugleich realistischen Lösungsansatz, wie man das duale Rundfunksystem an die Gegebenheiten der digitalen Gesellschaft anpassen kann: Indem wir relevante Inhalte fördern, schaffen wir ein verlässliches Gegengewicht zu einer auf Algorithmen basierenden Medienlandschaft. Objektive Berichterstattung und Kontextualisierung sind die Basis für Medien- und Meinungsvielfalt. → <http://www.prosiebensat1.com/nachhaltigkeit/publikationen/medienordnung-4-0>

ENTWICKLUNG DES ZUSCHAUERMARKTS

Die ProSiebenSat.1 Group betreibt in Deutschland, Österreich und der Schweiz werbefinanzierte Free-TV-Sender und bietet diese sowohl in SD- als auch HD-Qualität an. Im Kernmarkt Deutschland ist der ProSiebenSat.1-Konzern mit seinen sieben Free-TV-Sendern Marktführer. → [Abb. 063](#)

063 / ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Prozent

	Q4 2017	Q4 2016	2017	2016
Deutschland	27,8	28,5	27,0	28,0
Österreich	28,8	23,2	27,9	23,0
Schweiz	19,0	18,8	17,8	17,8

Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo - So).

Deutschland: SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX, kabel eins Doku (seit 22.09.2016); werberelevante Zielgruppe E 14 - 49; Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope 6.1/SevenOne Media Committees Representation.
Österreich: Basis: Österreich, alle Ebenen; Zeitraum: 01.01. - 31.12.2017 (endgültig gewichtet); E 12 - 49; SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins Austria, PULS 4, sixx Austria, ProSieben MAXX Austria, SAT.1 Gold Österreich, kabel eins Doku Österreich (seit 22.09.2016), ATV + ATV 2 (seit 07.04.2017 bei ProSiebenSat.1 PULS 4, davor eigenständige Gruppe); Quelle: AGTT/GfK: Fernsehforschung/Evogenius Reporting (KR).
Schweiz: SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, kabel eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, Puls 8 (seit 08.10.2015); werberelevante Zielgruppe E 15 - 49; Marktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz, D - CH; Totalsignal. Quelle: Mediapulse TV Panel.

Das Wettbewerbsumfeld im deutschen Free-TV-Markt hat sich wie erwartet intensiviert: ProSieben und SAT.1 zählen zu den reichweitenstärksten Sendern, hinzugekommen sind in den vergangenen Jahren jedoch zahlreiche neue Special-Interest-Sender. → [Abb. 066](#) Vor diesem Hintergrund belief sich der gemeinsame Marktanteil der Sendergruppe im Jahr 2017 auf 27,0 Prozent bei den 14- bis 49-jährigen Zuschauern (Vorjahr: 28,0%). Die von der IP Deutschland vermarkteteten Sender (RTL, VOX, n-tv, Super RTL, NITRO, RTLplus) kamen auf einen Marktanteil von 25,4 Prozent (Vorjahr: 24,8%), wobei insbesondere die kleinen Sender RTLplus und NITRO zulegen konnten.

Im April 2017 hat die ProSiebenSat.1 Group die österreichische Sendergruppe ATV erworben. Vor diesem Hintergrund steigerte ProSiebenSat.1 PULS 4 in Österreich den gemeinsamen Zuschauermarktanteil bei den 12- bis 49-Jährigen auf 27,9 Prozent (Vorjahr: 23,0%) und ist im Berichtszeitraum damit die erfolgreichste Sendergruppe in Österreich. Auf die Sender ATV und ATV2 entfiel dabei seit der Übernahme ein gemeinsamer Marktanteil von 5,0 Prozent. Die ProSiebenSat.1-Sender in der Schweiz erzielten 2017 mit 17,8 Prozent

bei den 15- bis 49-jährigen Zuschauern einen Gruppenmarktanteil auf Vorjahresniveau.

Einen Überblick über die Marktanteile der einzelnen werbefinanzierten TV-Sender in den deutschsprachigen Märkten geben folgende Tabellen. → [Abb. 064](#) → [Abb. 065](#) → [Abb. 067](#)

064 / ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN DEUTSCHLAND in Prozent

Zielgruppe 14-49 Jahre	Q4 2017	Q4 2016	2017	2016
SAT.1	8,7	9,0	8,4	8,7
ProSieben	9,6	10,6	9,5	10,4
kabel eins	4,7	5,1	4,8	5,1
sixx	1,2	1,2	1,2	1,3
SAT.1 Gold	1,7	1,4	1,5	1,4
ProSieben MAXX	1,5	1,1	1,3	1,1
kabel eins Doku ¹	0,4	0,2	0,3	0,0

Relevanzzielgruppen	Q4 2017	Q4 2016	2017	2016
SAT.1: Erwachsene 14-59 Jahre	8,4	8,9	8,3	8,7
ProSieben: Erwachsene 14-39 Jahre	12,5	14,0	12,6	14,0
kabel eins: Erwachsene 14-49 Jahre	4,7	5,1	4,8	5,1
sixx: Frauen 14-39 Jahre	1,6	1,7	1,7	2,0
SAT.1 Gold: Frauen 40-64 Jahre	2,7	2,3	2,5	2,5
ProSieben MAXX: Männer 14-39 Jahre	2,9	2,1	2,7	2,0
kabel eins Doku ¹ : Männer 40-64 Jahre	0,6	0,3	0,4	0,1

¹kabel eins Doku seit 22.09.2016.

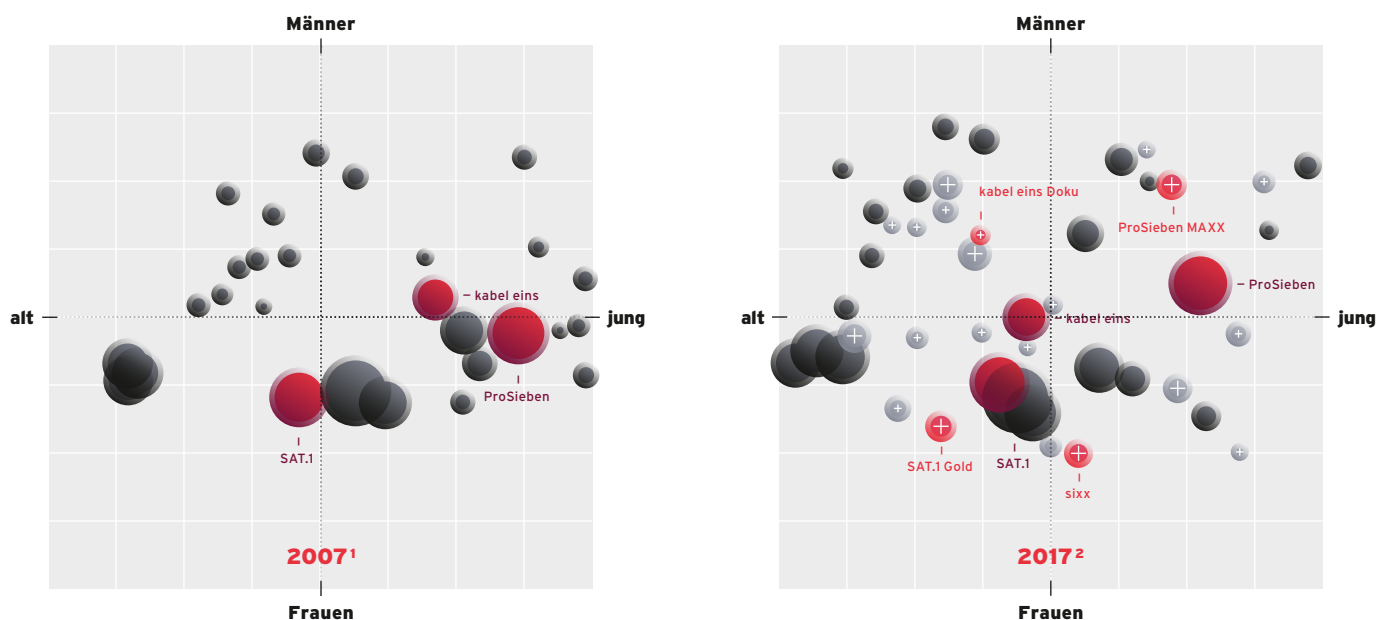
Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo - So). SAT.1, ProSieben, kabel eins, sixx, SAT.1 Gold, ProSieben MAXX, kabel eins Doku; Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope 6.1/SevenOne Media Committees Representation.

065 / ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN ÖSTERREICH in Prozent

Zielgruppe 12-49 Jahre	Q4 2017	Q4 2016	2017	2016
SAT.1 Österreich	4,8	4,7	4,4	4,5
ProSieben Austria	7,4	8,7	7,6	8,7
kabel eins Austria	2,9	3,1	2,9	3,3
PULS 4	4,2	3,9	4,2	4,1
sixx Austria	1,4	1,3	1,4	1,2
ProSieben MAXX Austria	1,2	0,6	1,0	0,7
SAT.1 Gold Österreich	0,9	0,5	0,8	0,5
kabel eins Doku Austria	0,6	0,3	0,5	0,1
ATV	4,3	3,3	3,7	3,5
ATV2	1,1	0,8	0,9	0,7

Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo - So). SAT.1 Österreich, ProSieben Austria, kabel eins Austria, PULS 4, sixx Austria, ProSieben MAXX Austria, SAT.1 Gold Österreich, kabel eins Doku Austria (seit 22.09.2016), ATV + ATV 2 (seit 07.04.2017 bei ProSiebenSat.1 PULS 4, davor eigenständige Gruppe); Quelle: AGTT/GfK TELETEST; Evogenius Reporting; 01.01.2016 - 31.12.2017; personengewichtet; inclusive VOSDAL/ Timeshift; Standard.

066 / FRAGMENTIERUNG DES TV-MARKTS IN DEUTSCHLAND SEIT 2007



Strukturanteile/Marktanteile: Mo-So, 3-3 Uhr / Angaben in Prozent (Größe der Kugeln symbolisiert jeweiligen MA bei E 14-49) letzte vier Tage gewichtet; für 2017 sind die letzten vier Tage vorläufig gewichtet.
Basis: Alle Fernsehhaushalte Deutschland (deutschsprachig). / Quelle: AGF in Zusammenarbeit mit GfK/TV Scope/P7S1 TV Deutschland Business Intelligence (KÜ).
¹ Q 2007 / ² Q YTD 2017

067 / ZUSCHAUERMARKTANTEILE DER PROSIEBENSAT.1-SENDER IN DER SCHWEIZ in Prozent

Zielgruppe 15-49 Jahre	Q4 2017	Q4 2016	2017	2016
SAT.1 Schweiz	5,5	5,8	4,9	4,8
ProSieben Schweiz	7,5	7,0	7,0	7,0
kabel eins Schweiz	2,3	2,6	2,4	2,6
sixx Schweiz	1,1	1,3	1,1	1,3
SAT.1 Gold Schweiz	0,6	0,5	0,7	0,6
ProSieben MAXX Schweiz	0,9	0,9	0,8	0,8
Puls 8	1,0	0,8	0,9	0,7

Werte beziehen sich auf 24 Stunden (Mo-So). SAT.1 Schweiz, ProSieben Schweiz, kabel eins Schweiz, sixx Schweiz, SAT.1 Gold Schweiz, ProSieben MAXX Schweiz, Puls 8 (seit 08.10.2015); werberelevante Zielgruppe 15-49 Jahre; Marktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz; D-CH; Totalsignal; Quelle: Mediapulse TV Panel.

Die fortschreitende Digitalisierung eröffnet uns neue Umsatzmodelle für das TV-Geschäft. Ein Beispiel ist die Distribution von Programmen in HD. Hier partizipieren wir an den technischen Freischaltentgelten, die Endkunden für Programme in HD-Qualität an die jeweiligen Anbieter entrichten. Die Nutzerzahl der Satellit-Digitalplattform HD+, über die private Fernsehsender in Deutschland verbreitet werden, steigt kontinuierlich. 2017 zählten die ProSiebenSat.1-HD-Sender in Deutschland 8,8 Mio Nutzer (Vorjahr: 7,2 Mio). Auch in Österreich und der Schweiz strahlt der Konzern seine Programme in HD-Qualität aus.

Zahlreiche Kooperationen unterstreichen die Strategie der ProSiebenSat.1 Group, ihr Programm über möglichst viele Verbreitungs-

wege anzubieten und ihre technische Reichweite auszubauen. Vor diesem Hintergrund hat das Unternehmen auch im Jahr 2017 zahlreiche neue Distributionsvereinbarungen getroffen, unter anderem mit Vodafone, Unitymedia und SES Astra. Neben Reichweite und Marktanteilen sind Auszeichnungen ein Indikator für die Popularität und Qualität unserer Programme. 2017 hat der Konzern erneut zahlreiche Preise gewonnen. → Abb. 068 → Entwicklung von Medienkonsum und Werbewirkung, Seite 125

068 / AUSZEICHNUNGEN FÜR TV-FORMATE, KÜNSTLER UND KOPRODUKTIONEN

BAMBI

„Willkommen bei den Hartmanns“¹ (Film National)

BAYERISCHER FERNSEHPREIS

„The Voice of Germany“ (Matthias Kowalski als Executive Producer in der Kategorie Unterhaltung)

„Jack the Ripper“

(Sonja Gerhardt in der Kategorie Beste Darstellerin)

BAYERISCHER FILMPREIS

„Willkommen bei den Hartmanns“¹ (Publikumspreis)

„Willkommen bei den Hartmanns“¹ (Produzentenpreis)

BREMA (RADIO BREMEN UND

BREMISCHE LANDESMEDIENANSTALT)

„Galileo: You are President“ (Preis für crossmediale Programminnovationen in der Kategorie TV)

DEUTSCHER COMEDYPREIS

- „jerks.“ (Beste Innovation)
- „Willkommen bei den Hartmanns“¹ (Erfolgreichste Kino-Komödie)
- „Luke! Die Woche und ich“ (Beste Comedy-Show)
- Luke Mockridge:** Erfolgreichster Live-Act

DEUTSCHER FERNSEHPREIS

- „Die Beste Show der Welt“ (Beste Unterhaltung Prime Time)
- „Galileo“ (Bestes Infotainment)
- „Jack the Ripper“ (Sonja Gerhardt in der Kategorie Beste Schauspielerin)

JUPITER AWARD

- „Seitenwechsel“ (Mina Tander in der Kategorie Beste Darstellerin National)
- „Willkommen bei den Hartmanns“¹ (Bester Film national)
- Senta Berger:** Ehren-Jupiter (u.a. „Willkommen bei den Hartmanns“¹)

KINDER-MEDIEN-PREIS

- „Nackt. Das Netz vergisst nie“² (Weißer Elefant für die herausragende Anti-Cybermobbing TV- und Onlinekampagne #AugenAuf)

GRIMME-PREIS

- „Applaus und raus“ (Beste Unterhaltung)

ROMY

- „jerks.“ (Preis der ROMY Akademie)

¹ Koproduktion der ProSiebenSat.1-Tochter SevenPictures.

² Westside Filmproduktion GmbH/SAT.1.

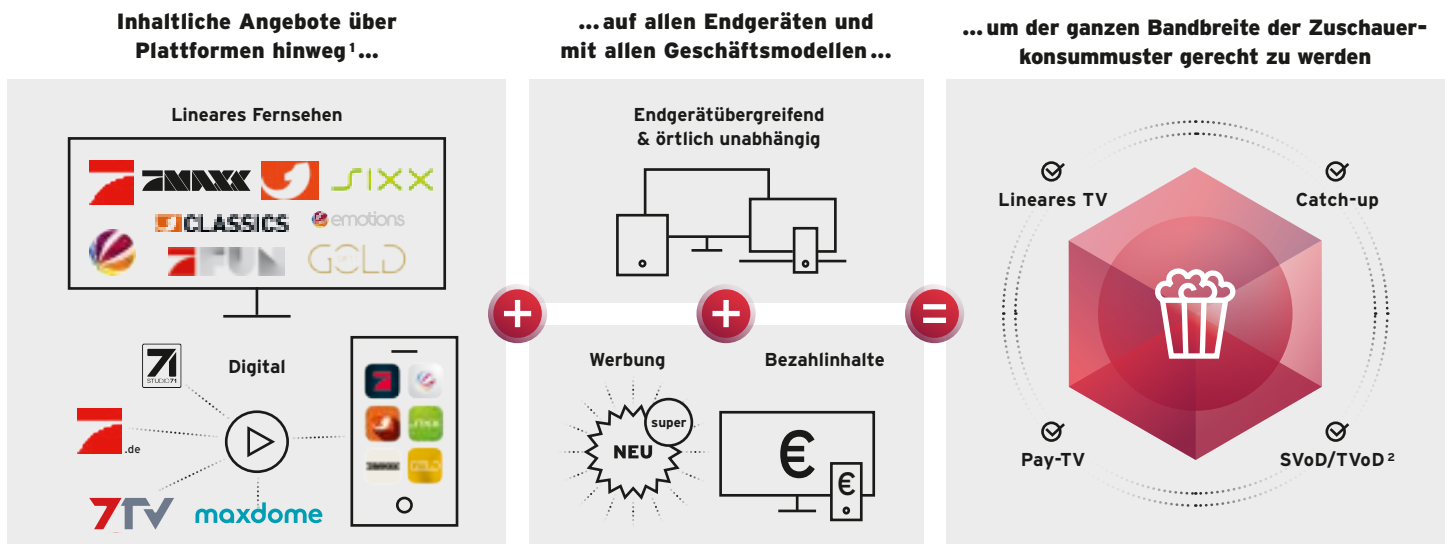
ENTWICKLUNG DER NUTZERZAHLEN

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt konsequent eine digitale Entertainment-Strategie. Dazu diversifiziert der Konzern seine Angebote und wertet Programminhalte auf verschiedenen Plattformen aus: Der Konzern verlängert dazu sein lineares TV-Angebot auf digitale Devices und bietet Programminhalte auf unterschiedlichen Endgeräten an. Damit generiert der Konzern einerseits zusätzliche Umsätze, andererseits bedient er unterschiedliche Mediennutzungsinteressen. → [Abb. 069](#)

Auf Basis der im Dezember 2017 veröffentlichten Daten erreichten die von ProSiebenSat.1-Werbezeitenvermarkter SevenOne Media betreuten Web-Angebote rund 38 Mio Unique User (Vorjahr: rund 34 Mio Unique User). Dazu zählen etwa die ProSiebenSat.1-Senderseiten sowie die Wetterplattform wetter.com. Diese Angaben basieren auf Daten der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF).

Zudem bietet der Konzern seinen Werbekunden über Applikationen für die mobile Nutzung neue Vermarktungsumfelder. Im Oktober 2017 hat ProSiebenSat.1 gemeinsam mit Discovery Networks Deutschland ein gemeinsames Entertainment-Streaming-Angebot gestartet. Im Zuge des Joint Ventures wurde die 7TV App um die Discovery-Sender DMAX und TLC erweitert. Ziel ist, eine breite OTT-Plattform aufzubauen, die auch für weitere Inhalte und Partner offen ist. Bis heute hat die werbefinanzierte und damit für den User kostenlose 7TV App über 6,3 Mio Downloads auf Smartphones und Tablets generiert. Zusätzlich bietet ProSiebenSat.1 für seine deutschen Free-TV-Sender eigene Apps an; darüber ist das Fernsehprogramm auf Smartphones und Tablets jederzeit abrufbar. Seit Start verzeichneten die Apps fast 5,5 Mio Downloads auf Smartphones und Tablets. → [Das Jahr der Partnerschaften, Seite 50](#)

069 / AUSWERTUNG VON PROGRAMMINHALTEN



¹ Auszug aller Angebote von ProSiebenSat.1, ² SVoD = Subscription-Video-on-Demand, TVoD = Transactional-Video-on-Demand

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil des Portfolios von ProSiebenSat.1 ist das globale Digital-Studio Studio71. Es finanziert sich ebenfalls primär über Werbung und steigert seine Abrufzahlen kontinuierlich. 2017 erzielte Studio71 mit seinen rund 1.300 Web Channels rund 89 Mrd Video Views (Vorjahr: 60 Mrd Video Views) und zählte mehr als 900 Mio Abonnenten. Damit gehört Studio71 weltweit zu den größten Multi-Channel-Networks (MCN). → [Das Jahr der Partnerschaften, Seite 50](#)

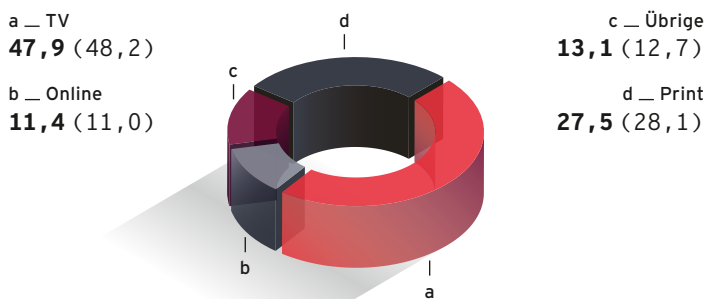
Neben diesen werbefinanzierten Online-Plattformen betreibt der Konzern das VoD-Portal maxdome: Die Online-Videothek generiert Umsätze über Einzelabrufe sowie Abonnements und ist sowohl über Smart-TVs und den PC als auch mobil verfügbar. Im Jahr 2017 verzeichnete maxdome über 1 Mio SVoD-Nutzer (+3,3%) und zählte damit zu den Top-3-Anbietern in Deutschland. Mit über 50.000 Titeln bietet maxdome eines der umfangreichsten VoD-Content-Angebote im deutschen Markt.

Um die Verfügbarkeit und Bekanntheit unserer TV-Inhalte über alle Kanäle zu erhöhen sowie die Bindung der Zuschauer an unsere Programme zu stärken, verlagern wir unsere Inhalte zudem in die sozialen Netzwerke. Im Bereich Social Media ist die ProSiebenSat.1 Group das reichweitenstärkste Medienhaus in Deutschland. Zum Ende des Geschäftsjahres 2017 zählten die wichtigsten Facebook Pages von ProSiebenSat.1 rund 19 Mio Fans (Vorjahr: 17 Mio). Am beliebtesten waren Galileo sowie Circus HalliGalli; den größten Fan-Zuwachs konnten die Knallerfrauen verbuchen: Diese steigerten sich mit 277.000 neuen Fans auf rund 1 Mio Fans. Der Twitter-Account von ProSieben erreichte zum Jahresende 2017 über 2 Mio Follower (Vorjahr: 1,8 Mio). Damit unterstreicht ProSieben seine Spitzenposition in der Social-Media-Kommunikation.

ENTWICKLUNG DES TV- UND ONLINE-WERBEMARKTS

Fernsehen ist das Medium mit der höchsten Reichweite in Deutschland und hat daher im intermedialen Vergleich auch für die Werbewirtschaft die höchste Relevanz: Im Jahr 2017 flossen 47,9 Prozent der Brutto-Werbeinvestitionen in TV-Werbung (Vorjahr: 48,2%) → [Abb. 070](#). Im vierten Quartal lag dieser Wert bei 50,9 Prozent (Vorjahr: 50,6%).

070 / MEDIA-MIX DEUTSCHER BRUTTO-WERBEMARKT in Prozent, Vorjahreswerte 2016 in Klammern



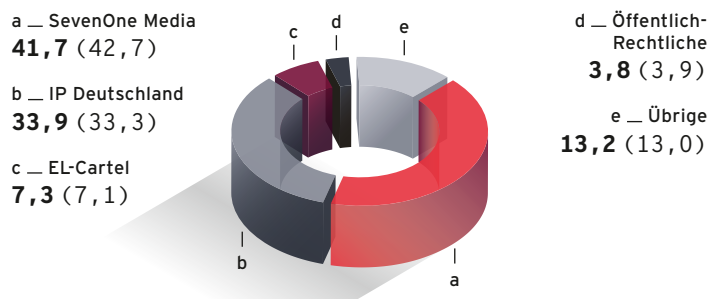
Quelle: Nielsen Media Research.

Laut Nielsen Media Research stiegen die Brutto-TV-Werbeinvestitionen auf Jahressicht um 1,4 Prozent auf 15,308 Mrd Euro (Vorjahr: 15,091 Mrd Euro). Ein Großteil der Investitionen entfiel mit 5,169 Mrd Euro (Vorjahr: 4,983 Mrd Euro) auf das vierte Quartal, das üblicherweise das größte Marktvolumen kennzeichnet. Das Brutto-Marktwachstum war 2017 insbesondere auf höhere Werbeinvestitionen in den Branchen Handel (+11,0%), Gesundheit und Pharma (+8,9%) und Dienstleistungen (+5,6%) zurückzuführen. → [Konjunkturelle Entwicklung, Seite 125](#) → [Auswirkungen der Rahmenbedingungen auf den Geschäftsverlauf, Seite 134](#)

Offizielle Daten zum Netto-TV-Werbemarkt im Jahr 2017 werden im Mai 2018 vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) veröffentlicht. Aktuell divergieren die Agenturprognosen für 2017: Während ZenithOptimedia für 2017 von einem Rückgang des Netto-TV-Werbemarkts von minus 0,8 Prozent ausgeht, prognostizieren Magna Global und WARC ein Wachstum von plus 1,5 Prozent bzw. plus 2,8 Prozent. Aus Sicht von ProSiebenSat.1 entwickelte sich der Netto-TV-Werbemarkt in etwa auf Vorjahresniveau. Ursache hierfür waren branchenspezifische Effekte, deren Dauer und Wirkungskraft sich bisher noch nicht abschließend beurteilen lassen. So waren 2017 verschiedene, für den TV-Werbemarkt wichtige Branchen einer zunehmenden Konsolidierung sowie einem steigenden Kostendruck ausgesetzt. Darüber hinaus wirkte sich die Internalisierung von Parship und ElitePartner aus. Die Dating-Portale sind seit Herbst 2016 Teil der ProSiebenSat.1 Group; akquisitionsbedingt werden die zuvor als Außenumsatz ausgewiesenen TV-Werbeerlöse der PARSHIP ELITE Group nun als interner Umsatz erfasst. → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 166](#)

ProSiebenSat.1 ist Marktführer im deutschen TV-Werbemarkt und erwirtschaftete laut Nielsen Media Research 2017 TV-Werbeinnahmen von 6,381 Mrd Euro brutto (Vorjahr: 6,447 Mrd Euro). Im vierten Quartal 2017 stiegen die Erlöse um 5,8 Prozent auf 2,210 Mrd Euro (Vorjahr: 2,089 Mrd Euro). Daraus resultiert für das Gesamtjahr 2017 ein Marktanteil von 41,7 Prozent; im vierten Quartal erzielte ProSiebenSat.1 einen Marktanteil von 42,7 Prozent (Vorjahreszeiträume: 42,7% bzw. 41,9%) → [Abb. 071](#) → [Abb. 072](#). Der Marktanteilsrückgang gegenüber dem Gesamtjahr 2016 ist unter anderem auf den Eintritt neuer Marktteilnehmer zurückzuführen, der zu einer steigenden Fragmentierung führt. → [Entwicklung des Zuschauermarkts, Seite 128](#)

071 / MARKTANTEILE DEUTSCHER BRUTTO-TV-WERBEMARKT in Prozent, Vorjahreswerte 2016 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research.

072 / TV-WERBEMÄRKTE IN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND DER SCHWEIZ AUF BRUTTO-BASIS in Prozent

	Entwicklung TV-Werbemarkt Q4 2017 (Abweichung vs. Vorjahr)		Entwicklung TV-Werbemarkt 2017 (Abweichung vs. Vorjahr)	
Deutschland		+3,7		+1,4
Österreich		+6,8		+5,6
Schweiz		+11,6		+6,2

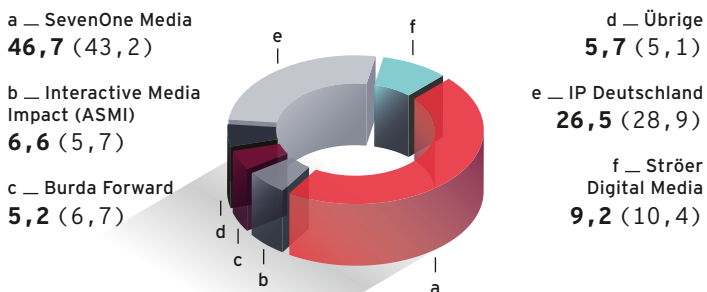
	Marktanteile ProSiebenSat.1 Q4 2017	Marktanteile ProSiebenSat.1 Q4 2016	Marktanteile ProSiebenSat.1 2017	Marktanteile ProSiebenSat.1 2016
Deutschland	42,7	41,9	41,7	42,7
Österreich	41,0	36,4	40,5	36,6
Schweiz	27,8	26,6	28,2	26,9

Deutschland: Januar - Dezember, brutto, Nielsen Media. / Österreich: Januar - Dezember, brutto, Media Focus.
Schweiz: Januar - Dezember, die Werbemarktanteile beziehen sich auf die deutsche Schweiz, brutto, Media Focus.

Die Werbebudgets für InStream-Videoanzeigen entwickeln sich weiter dynamisch: Im Jahr 2017 stieg das Marktvolumen in Deutschland um 15,9 Prozent auf 692,4 Mio Euro brutto (Vorjahr: 597,6 Mio Euro), im vierten Quartal um 25,9 Prozent auf 243,4 Mio Euro (Vorjahr: 193,4 Mio Euro). Dabei handelt es sich um Bewegtbild-Werbeformen im Internet, die vor, nach oder während eines Video-Streams gezeigt werden. Aus ihrer Vermarktung erwirtschaftete die ProSiebenSat.1 Group im Gesamtjahr 2017 einen Brutto-Umsatz von 323,6 Mio Euro (Vorjahr: 258,3 Mio Euro). Dies entspricht einem Zuwachs von 25,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem führenden Marktanteil von 46,7 Prozent (Vorjahr: 43,2%) → Abb. 073. Im vierten Quartal generierte der Konzern 123,9 Mio Euro (Vorjahr: 90,2 Mio Euro) aus der Vermarktung von InStream-Videoanzeigen; daraus resultiert ein Werbemarktanteil von 50,9 Prozent (Vorjahr: 46,6%). Insgesamt stiegen die Investitionen in Online-Werbeformen 2017 um 6,7 Prozent auf 3,656 Mrd Euro (Vorjahr: 3,427 Mrd Euro); im vierten Quartal betrugen sie 1,201 Mrd Euro (Vorjahr: 1,051 Mrd Euro). Der Online-Werbemarkt umfasst neben InStream-Videos auch Display Ads wie klassische Banner und Buttons.

073 / MARKANTEILE DEUTSCHER BRUTTO-ONLINE-WERBEMARKT FÜR INSTREAM-VIDEOANZEIGEN

in Prozent, Vorjahreswerte 2016 in Klammern



Quelle: Nielsen Media Research.

Die Werbemarktdaten von Nielsen Media Research sind wichtige Indikatoren für eine objektive Bewertung der Werbemarktentwicklung. Dennoch erlauben Brutto-Daten nur bedingt Rückschlüsse auf die

tatsächlichen Werbeeinnahmen, da sie weder Rabatte und Eigenwerbung noch Agenturprovisionen berücksichtigen. Zudem beinhalten die Zahlen für TV auch Werbespots aus Media-for-Revenue-Share- und Media-for-Equity-Geschäften. Die US-Digitalkonzerne sind in den Nielsen-Zahlen ebenfalls nicht reflektiert.

! Nielsen Media Research weist für den Online-Werbemarkt in Deutschland Brutto-Zahlen aus, u.a. exklusive Google/Youtube, Facebook.

MARKTUMFELD DES PRODUKTIONSGESCHÄFTS

Das internationale Programmproduktions- und Vertriebsnetzwerk Red Arrow Entertainment Group generiert über 70 Prozent seines Umsatzes in den USA. Mit Programminvestitionen in Höhe von 33 Mrd Euro (Stand: 2015) sind die USA der wichtigste und größte TV-Markt der Welt. Das Marktforschungsinstitut SNL Kagan erwartet, dass die Investitionen in den kommenden Jahren weiter steigen werden. Die größte Nachfrage besteht nach wie vor nach englischsprachigem Fiction-Programm. 2017 wurden in den USA rund 490 TV-Serien ausgestrahlt, was einen neuen Höchststand markierte. 2016 waren es 455 Serien; im Jahr 2010 lag die Zahl noch bei 216. Der US-amerikanische Kabelsender FX Networks erwartet, dass 2018 mehr als 500 Serien produziert werden. Ursache hierfür ist die stark gestiegene Anzahl an Free- und Pay-TV-Kanälen. So kann ein US-amerikanischer Haushalt nach Angaben von Nielsen Media aus dem Jahr 2016 durchschnittlich 206 Programme empfangen; im Jahr 2008 waren es noch 129.

Gleichzeitig hat sich der Kreis der Auftraggeber von hochwertigen Produktionen in den vergangenen Jahren um die Betreiber von multinationalen Streaming-Plattformen wie Amazon oder Netflix erweitert. Die Plattformen haben ihre Ausgaben für Eigenproduktionen kontinuierlich gesteigert und planen, auch in den kommenden Jahren mehr für eigene Inhalte auszugeben. Vor diesem Hintergrund hat sich der potenzielle Kundenkreis der Red Arrow Entertainment Group in den USA deutlich vergrößert. Die ProSiebenSat.1-Tochter hat ihren strategischen Fokus deshalb – auch bei Akquisitionen – verstärkt auf den US-amerikanischen Markt gerichtet. Im Jahr 2017 hat Red Arrow die Mehrheit am global tätigen Filmvertrieb Gravit

Ventures erworben sowie eine Partnerschaft mit der neu gegründeten US-Produktionsfirma 10Fold geschlossen. → [Das Jahr 2017 im Überblick, Seite 52](#)

MARKTUMFELD DES COMMERCE-GESCHÄFTS

Das Internet ist fest in den Medienalltag der Deutschen integriert und hat unser Konsumverhalten verändert: Kaufentscheidungen werden online getroffen. So hat angeregt durch TV-Werbung ein Drittel der 14- bis 69-Jährigen bereits direkt ein Produkt im Internet gekauft. Der Impuls von TV für eine Online-Suchanfrage fällt dabei vor allem bei Marken hoch aus, die über einen eigenen Internet-Shop verfügen. Breitband-Internetzugänge mit einer schnellen Datenübertragung treiben diese Entwicklung voran. → [Entwicklung von Medienkonsum und Werbewirkung, Seite 125](#)

2017 dürfte der Online-Handel in Deutschland auf allen digitalen Endgeräten insgesamt um rund 10 Prozent auf ein Marktvolumen von 57,3 Mrd Euro gewachsen sein. Damit machte der Online-Handel voraussichtlich 10 Prozent des gesamten Einzelhandels im Jahr 2017 aus. Das ergab eine aktuelle Studie des Instituts für Handelsforschung Köln. Von großer Bedeutung für das deutsche E-Commerce-Wachstum im Berichtszeitraum dürfte dabei der mobile Handel mit einem Volumen von 23,5 Mrd Euro gewesen sein (Vorjahr: 18,7 Mrd Euro). Das sind insgesamt knapp 41 Prozent des Online-Umsatzes in Deutschland. Die einzelnen E-Commerce-Bereiche kennzeichnen unterschiedliche Dynamiken; nachfolgend werden für ProSiebenSat.1 relevante Märkte beschrieben:

- **Online-Dating.** Nach Angaben von Statistas Digital Market Outlook dürfte der Umsatz im Online-Dating-Markt im Jahr 2017 auf 204 Mio Euro gestiegen sein (Vorjahr: 193 Mio Euro). Der Online-Dating-Markt umfasst die Segmente Partnervermittlung, Singlebörsen und Casual Dating. Die Partnervermittlung, zu der auch unsere Portale Parship und ElitePartner zählen, ist das umsatzstärkste Segment im Online-Dating-Markt und macht rund 43 Prozent des Gesamtumsatzes aus. Aktuelle Studien von mds Mediaplanung und ElitePartner unterstreichen das Wachstumspotenzial des Markts: Knapp 40 Prozent der Deutschen sind Singles, davon nutzt fast die Hälfte das Internet zur Partnersuche. 53 Prozent der von Statista 2017 befragten Deutschen gaben zudem an, monatlich bis zu 10 Euro für ein passendes Online-Portal zu bezahlen.
- **Online Price Comparison.** Das Marktvolumen von Online-Vergleichsportalen in Deutschland für die Bereiche Energie, Telko, Autoversicherungen und Konsumentenkredite dürfte sich im Jahr 2017 auf rund 643 Mio Euro belaufen (Vorjahr: 565 Mio Euro). Eine aktuelle Studie von WIK Consult zeigt, dass mehr als 70 Prozent der Deutschen Vergleichsportale nutzen. Dabei verlassen sie sich nicht auf ein einzelnes: 40 Prozent der Verbraucher vertrauen auf mehr als ein Vergleichsportal, um sich zu informieren bzw. Verträge abzuschließen.

- **Erlebniseschenke.** OC&C Strategy Consultants¹ weist für 2017 für den Erlebnismarkt in Deutschland ein Volumen von rund 2,7 Mrd Euro aus. Ein Blick auf das bundesweite Kaufverhalten im Erlebniseschenke-Report 2017 zeigt, dass im Schnitt etwa 109 Euro pro Erlebniseschenke ausgegeben werden.
- **Online Travel.** Der Online-Reisemarkt hat sich 2017 trotz geopolitischer Unsicherheiten in wichtigen Reisedestinationen auf Vorjahresniveau entwickelt; er hatte laut Phocuswright Inc. in Deutschland ein Marktvolumen von 27,2 Mrd Euro. Laut Verband Internet Reisevertrieb e.V. und FUR Reiseanalyse 2017 wurde in Deutschland im Jahr 2016 jede zweite Reise (52%) online gebucht, das entspricht einem Urlaubsreisen-Volumen von 62 Mio Online-Reisen. → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 166](#)

074 / FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG

Die ProSiebenSat.1 Group betreibt Forschung und Entwicklung (F&E) nicht im herkömmlichen Sinne eines Industrieunternehmens. Daher entsprechen die Aktivitäten in diesem Bereich auch nicht der klassischen Definition von F&E, sodass nähere Angaben nach DRS 20 im Lagebericht entfallen. Forschung hat bei der ProSiebenSat.1 Group dennoch einen hohen Stellenwert.

Wir betreiben intensive Marktforschung in allen Bereichen, die für die Geschäftstätigkeit relevant sind oder in denen das Unternehmen Wachstumspotenzial sieht. Die Ausgaben für die konzernweiten Marktforschungsaktivitäten beliefen sich 2017 auf 10 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro). Die verschiedenen Research Units erstellen Untersuchungen und Analysen zur Werbewirkung, zu Trends im Werbemarkt und digitalen Branchen sowie zur Mediennutzung und werten außerdem Konjunktur- und Marktprognosen aus. Die Verantwortlichen im Konzern ziehen die Ergebnisse der Marktanalysen für die operative und strategische Planung heran. Gleichzeitig sind Marktdaten und Analysen eine wichtige Grundlage für die erfolgreiche Beratung unserer Werbekunden. Mit seinen Studien liefert das Unternehmen Werbetreibenden wertvolle Erkenntnisse für die Marketing- und Werbeplanung, die eine wichtige Basis für Investitionsentscheidungen darstellen.

In der Programmentwicklungsphase spielt zudem die Programmforschung eine entscheidende Rolle. Eine wichtige Aufgabe ist die Bewertung von internationalen TV-Trends hinsichtlich ihres Potenzials für den deutschen Fernsehmarkt. Darüber hinaus erstellt das Research Team regelmäßig quantitative sowie qualitative Studien und Analysen zu den Programmen der ProSiebenSat.1-Sender. Dabei werden unter anderem TV-Piloten mithilfe von Umfragen und Publikumsvorführungen getestet. Die Research-Abteilung führt außerdem Ad-hoc-Tests zu bereits ausgestrahlten Sendungen durch. Auf Basis der Ergebnisse können wir TV-Formate sowohl in der Entstehungsphase anpassen als auch bereits ausgestrahlte Programme optimieren und damit die Erfolgsquote erhöhen.

¹Im Rahmen eines für die ProSiebenSat.1 Group erstellten Commercial Due Diligence Report.

WESENTLICHE EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

ProSiebenSat.1 treibt die digitale Transformation voran, indem wir das TV-Portfolio um digitale Plattformen erweitern, neue Technologien nutzen und in allen Segmenten in neue Geschäftsfelder investieren. Diese Strategie ist Grundlage für Synergien und unser profitables Wachstum: ProSiebenSat.1 hat 2017 erneut ein Rekordjahr verzeichnet. Dabei generierten wir über die Hälfte des Umsatzes außerhalb der Bewegtbild-Werbung im TV.

AUSWIRKUNGEN DER RAHMENBEDINGUNGEN AUF DEN GESCHÄFTSVERLAUF

Die ökonomischen Indikatoren wirkten sich zum Jahresende positiv auf die Werbewirtschaft aus. Auch die Zuschauermarktanteile haben sich im vierten Quartal 2017 wieder positiver entwickelt. ProSiebenSat.1 ist weiterhin Marktführer in Deutschland, dies gilt sowohl für den TV-Zuschauer- als auch den TV-Werbemarkt. Gleichzeitig ist das Unternehmen im Gesamtjahr dynamisch durch Diversifizierung gewachsen, vor allem im Commerce-Bereich. Vor diesem Hintergrund konnte die ProSiebenSat.1 Group den Konzernumsatz um 7 Prozent auf 4.078 Mio Euro steigern (Vorjahr: 3.799 Mio Euro). Die relevanten operativen Ergebnisgrößen des Konzerns markierten zudem neue Rekordwerte. Damit haben wir unsere wichtigsten Profitabilitätsziele erreicht, die Umsatz- und Ergebnisentwicklung liegt im Rahmen unserer im November angepassten Erwartungen. Die Finanzlage entwickelte sich zudem planmäßig. → [Abb. 075](#)

ProSiebenSat.1 ist ein führendes Omnichannel Entertainment & Commerce Brand Powerhouse. Unser Geschäftsportfolio diversifizieren wir rund um das Kerngeschäft Fernsehen und treiben die digitale Transformation in allen Segmenten voran. Den Erfolg dieser Strategie reflektiert die wachsende Bedeutung von Umsätzen, die außerhalb des klassischen TV-Werbegeschäfts generiert werden: Auf Jahressicht erwirtschaftete der Konzern 51 Prozent seines Umsatzes außerhalb der Bewegtbild-Werbung im TV (Vorjahr: 47%). Auf den Hauptumsatzmarkt Deutschland entfielen davon 87 Prozent (Vorjahr: 88%).

Wie alle konsumnahen Märkte reagiert die Werbebranche oftmals sehr sensitiv auf gesamtwirtschaftliche Entwicklungen. Zudem charakterisieren saisonale Effekte und insbesondere die hohe Bedeutung des vierten Quartals die Umsatz- und Ergebnisentwicklung der ProSiebenSat.1 Group. Da sowohl die Konsumbereitschaft als auch die Fernsehnutzung in der Zeit vor Weihnachten signifikant steigen, erzielt das Unternehmen im Schlussquartal einen überproportional hohen Anteil seiner jährlichen Erlöse. Insgesamt erwirtschaftet der Konzern ca. ein Drittel seines Jahresumsatzes und üblicherweise

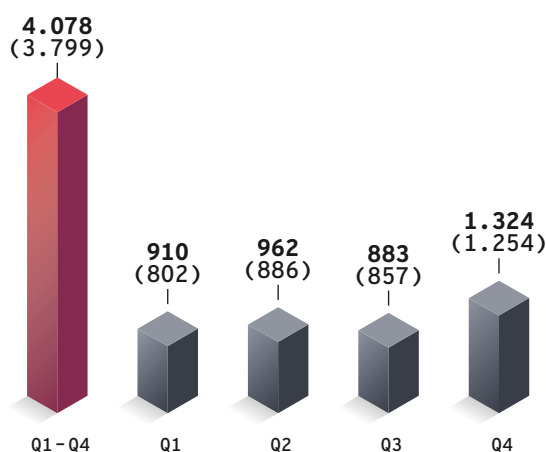
rund 40 Prozent des adjusted EBITDA im vierten Quartal. Dies trifft – bereinigt um Akquisitionseffekte – auch auf das abgelaufene Jahr zu.

ProSiebenSat.1 treibt in allen Segmenten zusätzliche Geschäftsmodelle voran und wächst dadurch unabhängiger von saisonalen oder konjunkturellen Entwicklungen des TV-Markts. Im Kerngeschäft ist die Distribution der TV-Sender in HD-Qualität ein wichtiger Stellhebel hierfür. Die HD-Nutzerzahlen sind 2017 weiter gestiegen; infolgedessen erhöhten sich die Distributionserlöse der ProSiebenSat.1 Group deutlich. Parallel dazu forciert ProSiebenSat.1 eine zunehmend plattformunabhängige Bereitstellung und universelle Vermarktung von Programminhalten. Dazu bietet der Konzern sein Entertainment-Portfolio mit VoD-Angeboten oder TV-Apps auch für digitale Devices und die mobile Nutzung an. Der Markt für Digital-Entertainment-Angebote wächst deutlich. Die steigende Bedeutung des Internets beeinflusst jedoch nicht nur die Unterhaltungsindustrie, sie fördert auch das Wachstum des digitalen Handels. Aus diesem Grund investiert ProSiebenSat.1 in Commerce-Portale, deren Produktwelten für Bewegtbild-Werbung besonders geeignet sind. Ziel ist es, thematisch verwandte Portfolios aufzubauen, da sich durch die Bündelung zusätzliche Umsatz- und Kosteneinsparpotenziale ergeben. Das Commerce-Portfolio war 2017 erneut der wichtigste Umsatztreiber.

→ [Rahmenbedingungen des Konzerns, Seite 125](#)

075 / UMSATZ NACH QUARTALEN

in Mio Euro, Vorjahreswerte 2016 in Klammern



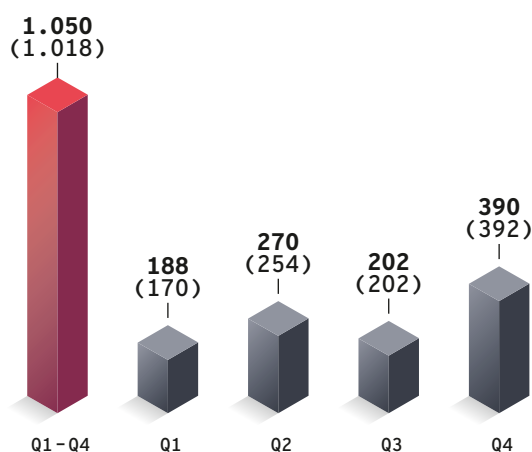
Während makroökonomische Rahmenbedingungen sowie branchenspezifische Effekte unsere Geschäftsentwicklung deutlich beeinflussen können, haben Wechselkursschwankungen keine materiellen Auswirkungen auf die finanzielle Situation des Konzerns. ProSiebenSat.1 ist zwar international aufgestellt, das Unternehmen generiert den Großteil seines Umsatzes jedoch in Deutschland und damit in der Eurozone → [Abb. 077](#) → [Abb. 078](#). Der übrige Umsatzanteil entfällt primär auf die USA und das Produktionsgeschäft von Red Arrow; weitere Informationen hierzu enthält das Kapitel. → „Geschäftsentwicklung der Segmente“, ab Seite 140

Risiken aus Wechselkursänderungen begrenzt der Konzern zudem durch den Einsatz derivativer Finanzinstrumente; Währungsrisiken können sich aus Lizenzverträgen in Zusammenhang mit dem Erwerb von Programmrechten ergeben. ProSiebenSat.1 schließt Lizenzverträge vorwiegend mit US-Studios ab. Für die Begrenzung potenzieller Zinsrisiken nutzt der Konzern ebenfalls Sicherungsinstrumente. Die variabel verzinslichen Kreditverbindlichkeiten sind zum Ende des Geschäftsjahres 2017 zu 98 Prozent durch verschiedene Zinssicherungsinstrumente gedeckt (Vorjahr: 98%). Die ProSiebenSat.1 Group nutzt verschiedene Finanzierungsinstrumente und verfolgt ein aktives Finanzmanagement. → [Finanz- und Vermögenslage, Seite 142](#)

Für die Ermittlung der latenten Steuern werden Steuersatzänderungen in den anzuwendenden Steuersatz aufgenommen soweit die Inkraftsetzung der Steuersatzänderung als ausreichend sicher betrachtet wird. Während sich aus Steuersatzänderungen im Geschäftsjahr 2016 keine wesentlichen Auswirkungen auf den latenten Steueraufwand des Konzerns ergaben, führte im Geschäftsjahr 2017 insbesondere die Steuerreform in den USA zu einem latenten Steueraufwand von 7 Mio Euro. → [Anhang, Ziffer 13 „Ertragsteuern“, Seite 201](#)

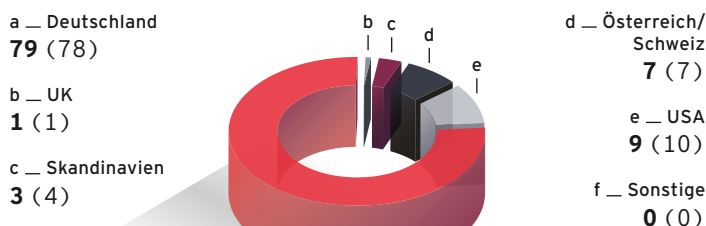
076 / ADJUSTED EBITDA NACH QUARTALEN

in Mio Euro, Vorjahreswerte 2016 in Klammern



077 / UMSATZ NACH REGIONEN

in Prozent, Vorjahreswerte 2016 in Klammern



078 / UMSATZ NACH REGIONEN

in Mio Euro, Vorjahreswerte 2016 in Klammern

	2017	2016
Deutschland	3.241	2.970
Österreich/Schweiz	297	267
USA	387	377
UK	30	28
Skandinavien	104	148
Sonstige	19	9
Gesamtumsatz	4.078	3.799

079 / VERGLEICH DES TATSÄCHLICHEN MIT DEM
ERWARTETEN GESCHÄFTSVERLAUF in Mio Euro

Ergebnisse 2016		Prognose 2017	Ergebnisse 2017	
+17%	Umsatz 3.799	Mittlerer einstelliger Anstieg	+7%	Umsatz 4.078
+3%	Broadcasting German-speaking 2.210	Stabil	+1%	Broadcasting German-speaking 2.239
+19%	Digital Entertainment 442	Stabil	+5%	Digital Entertainment 463
+65%	Digital Ventures & Commerce 768	Deutlicher Anstieg	+30%	Digital Ventures & Commerce 996
+38%	Content Production & Global Sales 362	Mittlerer einstelliger Rückgang	-3%	Content Production & Global Sales 352
+10%	Recurring EBITDA ¹ 1.018	Leichter Anstieg	+3%	Adjusted EBITDA ¹ 1.050
+3%	Broadcasting German-speaking 760	Stabil	+1%	Broadcasting German-speaking 767
-1%	Digital Entertainment 37	Deutlicher Rückgang	-13%	Digital Entertainment 32
+33%	Digital Ventures & Commerce 180	Deutlicher Anstieg	+23%	Digital Ventures & Commerce 221
+87%	Content Production & Global Sales 47	Mittlerer bis hoher einstelliger Rückgang	-23%	Content Production & Global Sales 36
+12%	EBITDA 982	Mittlerer einstelliger Anstieg	+10%	EBITDA 1.084
+25%	Digital Entertainment 37	Deutlicher Rückgang	-72%	Digital Entertainment 10
+37%	Digital Ventures & Commerce 168	Deutlicher Anstieg	>+100%	Digital Ventures & Commerce 562
+10%	Bereinigter Konzernüberschuss ¹ (underlying net income) 513	Leichter Anstieg	+3%	Bereinigter Konzernüberschuss ¹ (adjusted net income) 550
1,9	Verschuldungs- grad	1,5 - 2,5	1,6	Verschuldungs- grad
28,0%	Deutscher TV- Zuschauermarkt ²	Führende Position auf hohem Niveau	27,0%	Deutscher TV- Zuschauermarkt ²

Alle Angaben beziehen sich auf die fortgeführten Aktivitäten. Die ProSiebenSat.1 Group hat im Geschäftsbericht 2016 ab Seite 170 ihren Unternehmensausblick für 2017 veröffentlicht; ihre Umsatzprognose hat das Unternehmen im Jahresverlauf mehrfach angepasst und zuletzt im November 2017 konkretisiert. Ursprünglich hatte ProSiebenSat.1 eine Steigerung des Konzernumsatzes mindestens im hohen einstelligen Prozentbereich angestrebt.

¹ Seit 01.01.2017 Umbenennung in adjusted EBITDA bzw. adjusted net income.

² Werberelevante Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen.

ÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

Wir verfolgen ein aktives Portfoliomanagement mit dem Ziel, Synergien durch die Vernetzung der Geschäftsbereiche und insbesondere von TV- und Digitalangeboten zu heben. Dazu analysiert der Konzern regelmäßig sein Portfolio → [Abb. 080](#). Bestandteil dieser M&A-Strategie sind auch Unternehmensverkäufe. So veräußerte ProSiebenSat.1 im zweiten Quartal 2017 seine Anteile am Online-Reisebüro Etraveli. Der Unternehmenswert wurde seit dem Erwerb im November 2015 mit einer der Transaktion zugrundeliegenden Bewertung von 508 Mio Euro mehr als verdoppelt. Darüber hinaus hat SevenVentures einen Großteil seines Media-for-Equity-Portfolios für einen mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Betrag verkauft. → [Strategie und Steuerungssystem, Seite 107](#) → [Chancenbericht, Seite 162](#)

080 / AUSGEWÄHLTE PORTFOLIOMASSNAHMEN UND
ÄNDERUNGEN IM KONSOLIDIERUNGSKREIS

SEGMENT BROADCASTING GERMAN-SPEAKING

– Erwerb der österreichischen Sendergruppe ATV von der Tele München Fernseh GmbH & Co.
> Vollkonsolidierung seit April 2017

SEGMENT DIGITAL ENTERTAINMENT

– Strategische Kooperation mit TF1 Group (Frankreich) und Mediaset (Italien) für das Digital-Studio Studio71 im Rahmen einer Kapitalerhöhung im Januar 2017

SEGMENT DIGITAL VENTURES & COMMERCE

– Mehrheitsbeteiligung an der Jochen Schweizer GmbH, einem führenden Anbieter für Erlebnisgeschenke in Deutschland, Österreich und der Schweiz
> Vollkonsolidierung seit Oktober 2017
– Verkauf der Anteile an der eTRAVELI Holding AB an den internationalen Finanzinvestor CVC Capital Partners
> Vollzug im August 2017
– Verkauf eines Großteils des Media-for-Equity-Portfolios von SevenVentures an den US-amerikanischen Private Equity Fonds Lexington Partners
> Vollzug seit Juli 2017
– Verkauf der Anteile an der COMVEL GmbH, Betreiberin des Reiseportals weg.de, an die lastminute.com Group
> Vollzug im Dezember 2017

SEGMENT CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

– Mehrheitsbeteiligung am US-amerikanischen Filmvertrieb Gravitas Ventures
> Vollkonsolidierung seit November 2017

→ [Anhang, Ziffer 3 „Konsolidierungskreis“, Seite 188](#) → [Anhang, Ziffer 4 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen“, Seite 189](#) → [Anhang, Ziffer 36 „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“, Seite 242](#)

ERTRAGSLAGE DES KONZERNS

Das Jahr 2017 war für ProSiebenSat.1 erneut ein Rekordjahr mit einem Umsatz von 4.078 Mio Euro und einem adjusted EBITDA von 1.050 Mio Euro. Der Konzern hat sein Portfolio erweitert und durch strategische Zukäufe expandiert; dies hat die Umsatz- und Kostenentwicklung wesentlich geprägt. ProSiebenSat.1 fokussiert sich auf Beteiligungen, die das Portfolio synergetisch ergänzen und sich maßgeblich für TV-Werbung eignen.

081 / ÜBERLEITUNG GEWINN- UND VERLUST- RECHNUNG FÜR DAS GESCHÄFTSJAHR 2017 in Mio Euro

	2017 IFRS	Adjust- ments	2017 Adjusted
Umsatzerlöse	4.078	-/-	4.078
Gesamtkosten	-3.590	-399	-3.191
davon operative Kosten	-3.053	-/-	-3.053
davon Abschreibungen	-263	-126	-138
Sonstige betriebliche Erträge	332	307	25
Betriebsergebnis (EBIT)	820	-92	912
Finanzergebnis	-174	-86	-88
Ergebnis vor Steuern	646	-178	824
Ertragsteuern	-165	94	-259
Konzernergebnis fortgeführter Aktivitäten	481	-84	565
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern	-/-	-/-	-/-
KONZERNERGEBNIS	481	-84	565
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis	471	-79	550 ¹
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	10	-5	15
Ergebnis vor Steuern	646	-178	824
Finanzergebnis	-174	-86	-88
Betriebsergebnis (EBIT)	820	-92	912
Abschreibungen	-263	-126	-138
davon Kaufpreisallokationen	-84	-84	-/-
EBITDA	1.084	34	1.050²

Die ProSiebenSat.1 Group verwendet mit dem adjusted net income (1) und dem adjusted EBITDA (2) auch sogenannte Non-IFRS-Kennzahlen. Mit Beginn des Geschäftsjahres 2017 veröffentlichte ProSiebenSat.1 hierzu eine um bestimmte Einflüsse bereinigte vollständige Ergebnisrechnung. Diese Veröffentlichung berücksichtigt die Entwicklung in der Berichtspraxis zu Non-IFRS-Kennzahlen sowie die erhöhten regulatorischen Transparenzanforderungen in diesem Bereich.

Die ProSiebenSat.1 Group steigerte ihren Konzernumsatz im Jahr 2017 auf 4.078 Mio Euro. Dies ist eine Zunahme gegenüber dem Geschäftsjahr 2016 um 7 Prozent oder 279 Mio Euro. Wichtigster Umsatztreiber war das Segment Digital Ventures & Commerce. Der Umsatz im

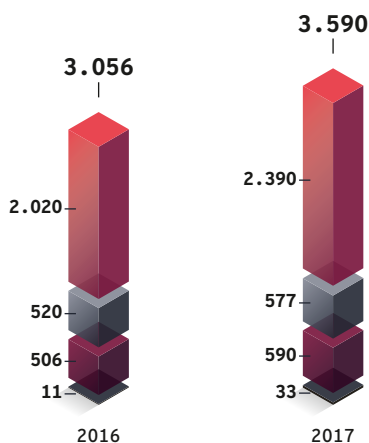
Segment Broadcasting German-speaking ist auf Jahressicht leicht gewachsen, das Segment trug 55 Prozent oder 2.239 Mio Euro zum Konzernumsatz bei (Vorjahr: 58% oder 2.210 Mio Euro). → [Geschäfts-entwicklung der Segmente, Seite 140](#)

Die sonstigen betrieblichen Erträge betragen 332 Mio Euro (Vorjahr: 34 Mio Euro). Der Anstieg reflektiert den Brutto-Erlös von 302 Mio Euro aus dem Verkauf von Etraveli. In diesem Zusammenhang sind Veräußerungskosten von 8 Mio Euro angefallen; diese sind in den Gesamtkosten erfasst. → [Änderungen im Konsolidierungskreis, Seite 136](#)
→ [Anhang, Ziffer 4 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen“, Seite 189](#)

Die Gesamtkosten verzeichneten insgesamt eine Zunahme um 17 Prozent bzw. 534 Mio Euro und betragen 3.590 Mio Euro → [Abb. 082](#). Darin enthalten ist ein Werteverzehr auf das Programmvermögen von insgesamt 1.145 Mio Euro (Vorjahr: 915 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group hat im dritten Quartal 2017 das Programmvermögen einer strategischen Neubewertung unterzogen, welche über die übliche Analyse im Rahmen des regelmäßigen Werthaltigkeitstests hinausgeht. Im Zuge dessen hat ProSiebenSat.1 einen Abwertungsbedarf im Programmvermögen von rund 170 Mio Euro identifiziert. Die in den Gesamtkosten erfassten Abschreibungen verzeichneten eine Steigerung um 28 Prozent oder 58 Mio Euro auf 263 Mio Euro, sie betreffen im Wesentlichen Wertberichtigungen auf Marken und sonstige immaterielle Vermögenswerte.

Die operativen Kosten sind insbesondere akquisitionsbedingt gestiegen und beliefen sich auf 3.053 Mio Euro (Vorjahr: 2.804 Mio Euro). Dies ist eine Zunahme von 9 Prozent. Die operativen Kosten sind die für das adjusted EBITDA relevante Kostenposition. → [Abb. 083](#)

082 / GESAMTKOSTEN in Mio Euro



■ Umsatzkosten ■ Vertriebskosten ■ Verwaltungskosten
■ Sonstige betriebliche Aufwendungen

083 / ÜBERLEITUNGSRECHNUNG OPERATIVE KOSTEN

in Mio Euro

	2017	2016
Gesamtkosten	3.590	3.056
Zu bereinigende Aufwendungen	274	46
Abschreibungen ¹	263	206
Operative Kosten	3.053	2.804

¹ Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

Das adjusted EBITDA verzeichnete einen Anstieg um 3 Prozent oder 33 Mio Euro auf 1.050 Mio Euro. Die korrespondierende adjusted EBITDA-Marge belief sich auf 25,8 Prozent (Vorjahr: 26,8%). Die Margenentwicklung reflektiert die veränderte Umsatzverteilung nach Segmenten: Ziel des Konzerns ist es, zusätzliche Umsatzpotenziale insbesondere in Digitalbranchen zu generieren. Das Digitalgeschäft entwickelt sich insgesamt dynamisch, unterliegt jedoch anderen Ertragsstrukturen und teilweise niedrigeren Margen als das TV-Geschäft. → [Geschäftsentwicklung der Segmente, Seite 140](#)

Das Konzern-EBITDA lag mit 1.084 Mio Euro deutlich um 10 Prozent über Vorjahresniveau (Vorjahr: 982 Mio Euro). Dieser Wert ist geprägt durch Sondereffekte von insgesamt 34 Mio Euro (Vorjahr: -35 Mio Euro), die sich wie folgt zusammensetzen → [Abb. 084](#): Während sich aus dem Verkauf von Etraveli ein Brutto-Erlös von 302 Mio Euro im Segment Digital Ventures & Commerce ergab, resultierte aus der strategischen Neubewertung von Teilen des Programmvermögens ein Aufwand von 170 Mio Euro im Segment Broadcasting German-speaking. Die Aufwendungen im Zuge von Reorganisationen betragen 45 Mio Euro (Vorjahr: 22 Mio Euro); Hauptgründe hierfür sind ein außerplanmäßiger Werteverzehr auf das Programmvermögen im Zusammenhang mit der Akquisition und Neuorganisation der österreichischen Sendergruppe ATV sowie der Reorganisation von maxdome im Segment Digital Entertainment. Aus M&A-Projekten folgten zudem Kosten von 32 Mio Euro (Vorjahr: 16 Mio Euro), die im Wesentlichen

auf das Segment Digital Ventures & Commerce entfallen. Die sonstigen EBITDA-Effekte betragen minus 21 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro) und beinhalten unter anderem positive Bewertungseffekte auf die anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich (Group Share Plan) von 4 Mio Euro (Vorjahr: 9 Mio Euro) sowie Aufwendungen für die Bildung von Rückstellungen für drohende Verluste (10 Mio Euro) und Rechtsstreitigkeiten (9 Mio Euro) insbesondere im Segment Broadcasting German-speaking.

084 / ÜBERLEITUNGSRECHNUNG ADJUSTED EBITDA

in Mio Euro

	2017	2016
Ergebnis vor Steuern	646	658
Finanzergebnis	-174	-119
Betriebsergebnis (EBIT)	820	777
Abschreibungen ¹	-263	-206
davon Kaufpreisallokationen	-84	-55
EBITDA	1.084	982
Sondereffekte (saldiert) ²	34	-35
Adjusted EBITDA	1.050	1.018

¹ Abschreibungen und Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

² Differenz aus zu bereinigenden Aufwendungen in Höhe von 274 Mio Euro (Vorjahr: 46 Mio Euro) und Erträgen von 307 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro).

Das Finanzergebnis betrug minus 174 Mio Euro (Vorjahr: -119 Mio Euro) und ist durch gegenläufige Entwicklungen im sonstigen Finanzergebnis geprägt. Das sonstige Finanzergebnis belief sich auf minus 82 Mio Euro (Vorjahr: -34 Mio Euro). Für 2017 weist der Konzern Wertberichtigungen und Wertaufholungen auf finanzielle Vermögenswerte von saldiert minus 77 Mio Euro aus (Vorjahr: -21 Mio Euro). Diese resultierten insbesondere aus Wertberichtigungen der Anteile an gamigo (13 Mio Euro), Pluto TV und Jaunt. Der Vorjahreswert beinhaltet hingegen Wertberichtigungen auf Finanzbeteiligungen in Höhe von minus 44 Mio Euro. 2017 ergab sich zudem ein positiver Bewertungseffekt von 5 Mio Euro aus dem Media-for-Equity-Portfolio. Dagegen steht für 2016 ein positiver Bewertungseffekt auf die Anteile an der Stylight GmbH von 9 Mio Euro; im Zusammenhang mit dem Mehrheitserwerb im Juli 2016 erfolgte eine Aufwertung der Altanteile an Stylight. Darüber hinaus weist der Konzern für 2017 Bewertungsänderungen von Put-Optionsverbindlichkeiten von minus 59 Mio Euro (Vorjahr: -24 Mio Euro) aus.

Während sich das sonstige Finanzergebnis aus den genannten Gründen erhöht hat, war das Zinsergebnis mit minus 83 Mio Euro (Vorjahr: -84 Mio Euro) nahezu stabil. Das Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen belief sich auf minus 10 Mio Euro (Vorjahr: -1 Mio Euro). → [Anhang, Ziffer 11-12 „Zinsergebnis“, „Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis“, Seite 199-200](#)

Das Vorsteuerergebnis betrug 646 Mio Euro. Dies ist ein Rückgang von 2 Prozent oder 12 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Das Umsatzwachstum sowie der Brutto-Erlös aus dem Etraveli-Verkauf wurden überwiegend durch aufwandswirksame Sondereffekte kompensiert. Dazu zählen neben der strategischen Neubewertung von Teilen des

Programmvermögens ebenso die Wertberichtigungen und Wertaufholungen auf finanzielle Vermögenswerte.

Der Ertragsteueraufwand verringerte sich um 41 Mio Euro auf 165 Mio Euro bei einer Steuerquote von 25,5 Prozent (Vorjahr: 31,3%). Die geringere Steuerquote reflektiert insbesondere den Verkauf von Etraveli im dritten Quartal 2017. Aus den beschriebenen Entwicklungen resultiert ein Anstieg des Konzernergebnisses aus fortgeführten Aktivitäten um 6 Prozent auf 481 Mio Euro (Vorjahr: 452 Mio Euro). Das Konzernergebnis abzüglich dem Ergebnisanteil anderer Gesellschafter aus fortgeführten Aktivitäten stieg zugleich auf 471 Mio Euro (Vorjahr: 444 Mio Euro). Der bereinigte Konzernüberschuss (adjusted net income) ist um 3 Prozent gewachsen und betrug 550 Mio Euro (Vorjahr: 536 Mio Euro). Das unverwässerte bereinigte Ergebnis je Aktie ist gesunken, es betrug 2,40 Euro (Vorjahr: 2,47 Euro). → [Anhang, Ziffer 13 „Ertragsteuern“, Seite 201](#) → [Anhang, Ziffer 14 „Ergebnis je Aktie“, Seite 203](#)

085 / ÜBERLEITUNGSRECHNUNG BEREINIGTER KONZERNÜBERSCHUSS AUS FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN (ADJUSTED NET INCOME) in Mio Euro

	2017	2016
Konzernergebnis abzüglich Ergebnisanteil anderer Gesellschafter	471	444
Entkonsolidierung Etraveli	- 302	- / -
Bewertungseffekte aus konzernstrategischen Neuausrichtungen von Business Units	170	- / -
Sonstige EBITDA adjustments	98	35
Abschreibungen aus Kaufpreisallokationen ¹	89	58
Wertberichtigungen auf sonstige Finanzbeteiligungen	41	44
Neubewertung von at-Equity Anteilen im Rahmen von Entkonsolidierungen	0	- 9
Bewertungsänderungen der Anteile an der ZeniMax Media Inc.	- / -	- 30
Put-Optionen/Earn Outs	56	32
Bewertungseffekte aus Finanzderivaten	0	5
Neueinschätzung steuerlicher Risiken	11	1
Sonstige Effekte ²	15	3
Steuereffekte	- 94	- 43
Minderheiten	- 5	- 4
Bereinigter Konzernüberschuss	550	536

¹Inkl. Effekte auf assoziierte Unternehmen, die nach der at-Equity-Methode konsolidiert werden.

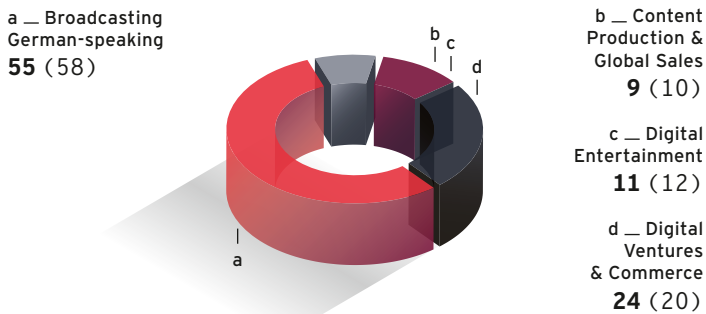
²Die sonstigen Effekte beinhalten Bewertungseffekte auf strategische Investitionen im Bereich Digital Ventures & Commerce von minus 5 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) sowie Abschreibungen auf Mietereinbauten und sonstige immaterielle Vermögenswerte von 42 Mio Euro (Vorjahr: 15 Mio Euro) aufgrund von Reorganisation im Segment Digital Entertainment.

i Weiterführende Informationen zu den Umsatz- und Ergebniskennzahlen der ProSiebenSat.1 Group für das vierte Quartal 2017 finden sich im Abschnitt „Informationen“, Seite 279.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG DER SEGMENTE

Das Segment Broadcasting German-speaking wuchs ertragsstark auf einem hohen Margenniveau. Im Bereich Digital Entertainment entwickelte sich vor allem das strategisch wichtige AdVoD-Geschäft positiv. Stärkster Umsatztreiber war das Segment Digital Ventures & Commerce; Akquisitionen ergänzen das Portfolio wertsteigernd. Der Bereich Content Production & Global Sales entwickelte sich dagegen leicht rückläufig.

086 / ANTEIL AM KONZERNUMSATZ NACH SEGMENTEN in Prozent, Vorjahreswerte 2016 in Klammern



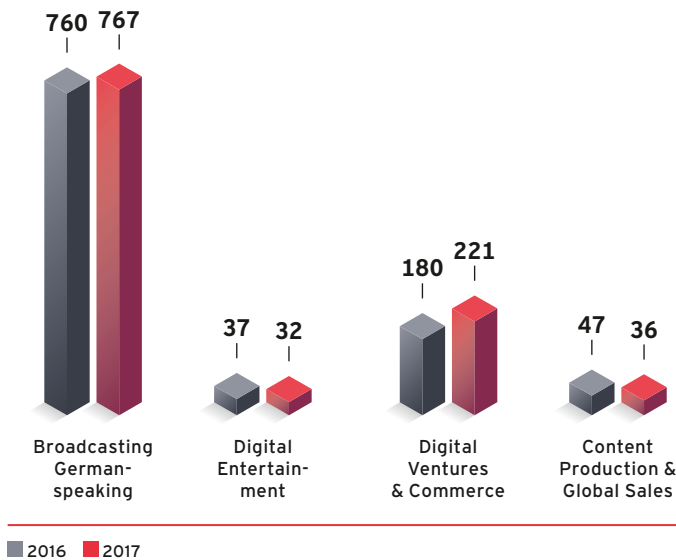
SEGMENT BROADCASTING GERMAN-SPEAKING

Der Außenumsatz des Segments Broadcasting German-speaking ist auf Jahressicht leicht gestiegen und betrug 2.239 Mio Euro. Dies entspricht einem Plus von 1 Prozent oder 29 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. Einen wesentlichen Beitrag hierzu leisteten höhere Distributionserlöse, die der Konzern aus der Verbreitung der TV-Sender in HD-Qualität sowie über mobile Streaming-Anbieter generiert. Die TV-Werbbeeinnahmen haben im vierten Quartal 2017 sowohl im Kernmarkt Deutschland als auch in Österreich und der Schweiz wieder zugelegt. → [Anhang, Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“, Seite 183](#) → [Entwicklung des TV- und Online-Werbemarkts, Seite 131](#)

Der interne Umsatz des Segments ist weiter gestiegen und betrug 146 Mio Euro (Vorjahr: 94 Mio Euro). Dies resultiert insbesondere aus einem Umsatzanstieg durch interne Werbekunden aufgrund der Leistungsbeziehungen zwischen dem TV- und Commerce-Geschäft.

Das adjusted EBITDA reflektiert die Umsatzentwicklung und betrug 767 Mio Euro (+1% oder 7 Mio Euro ggü. Vorjahr); die korrespondierende adjusted EBITDA-Marge belief sich auf 32,2 Prozent (Vorjahr: 33,0%). Das EBITDA hat sich infolge von Sondereffekten hingegen deutlich auf 544 Mio Euro verringert (Vorjahr: 747 Mio Euro). Dies ist größtenteils auf Aufwendungen im Zusammenhang mit der strategischen Neubewertung von Teilen des Programmvermögens im dritten Quartal 2017 zurückzuführen; diese führte zu einem außerplanmäßigen Werteverzehr von 170 Mio Euro. → [Ertragslage des Konzerns, Seite 137](#)

087 / ADJUSTED EBITDA NACH SEGMENTEN in Mio Euro



088 / KENNZAHLEN SEGMENT BROADCASTING GERMAN-SPEAKING in Mio Euro

	2017	2016
Segment-Umsatzerlöse	2.386	2.304
Außenumsatz	2.239	2.210
Innenumsatz	146	94
EBITDA	544	747
Adjusted EBITDA	767	760
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	32,2	33,0

¹Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

SEGMENT DIGITAL ENTERTAINMENT

Im Segment Digital Entertainment stieg der Außenumsatz auf 463 Mio Euro (Vorjahr: 442 Mio Euro). Dieses Wachstum von 5 Prozent basiert vor allem auf der Umsatzentwicklung im AdVoD-Geschäft. Dabei trugen sowohl das werbefinanzierte Digital-Studio Studio71 als auch das AdTech-Portfolio zum Wachstum bei. Darüber hinaus stieg der Umsatz des PayVoD-Angebots maxdome. Dagegen hat sich der Umsatz aus dem Musik- und Event-Bereich (Adjacent) unter dem Vorjahresniveau entwickelt. Zudem wirkte sich die Entkonsolidierung der Games-Sparte gegenläufig aus, die der Konzern 2016 veräußert hatte. Diese Entwicklungen wurden durch das Umsatzwachstum im strategisch relevanten AdVoD-Geschäft jedoch deutlich überkompensiert.

→ [Anhang, Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“, Seite 183](#)

Die einzelnen Geschäftsfelder kennzeichnen unterschiedliche Margenstrukturen und Wachstumsdynamiken, sodass sich das adjusted EBITDA verringerte. Es verzeichnete einen Rückgang um 13 Prozent oder 5 Mio Euro auf 32 Mio Euro. Die adjusted EBITDA-Marge belief sich damit auf 6,5 Prozent (Vorjahr: 7,9%). Zugleich ist das EBITDA auf 10 Mio Euro zurückgegangen (Vorjahr: 37 Mio Euro). Die unterproportionale EBITDA-Entwicklung ist wesentlich durch Aufwendungen im Zuge der Reorganisation bei maxdome geprägt. → [Ertragslage des Konzerns, Seite 137](#)

089 / KENNZAHLEN SEGMENT DIGITAL ENTERTAINMENT in Mio Euro

	2017	2016
Segment-Umsatzerlöse	489	463
Außenumsatz	463	442
Innenumsatz	25	21
EBITDA	10	37
Adjusted EBITDA	32	37
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	6,5	7,9

¹Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

SEGMENT DIGITAL VENTURES & COMMERCE

Der Außenumsatz im Segment Digital Ventures & Commerce stieg weiter deutlich (+30%) und belief sich im Geschäftsjahr 2017 auf 996 Mio Euro (Vorjahr: 768 Mio Euro). Die Umsatzentwicklung reflektiert organisches Wachstum und Veränderungen im Portfolio. Einen hohen Beitrag zum organischen Wachstum lieferten Verivox, Flaconi und Amorelie. Daneben zeigte der Ventures-Bereich mit den Geschäftsmodellen Media-for-Revenue-Share und Media-for-Equity ein solides Wachstum. Zugleich hat die Erstkonsolidierung verschiedener Online-Portale die Umsatzdynamik gestärkt, darunter Parsnip und ElitePartner, Windstar und Jochen Schweizer. Der Umsatz im Online Travel Vertical hat sich hingegen aufgrund der im dritten Quartal erfolgten Entkonsolidierung des Online-Reisebüros Etraveli deutlich verringert. → [Anhang, Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“, Seite 183](#)

→ [Änderungen im Konsolidierungskreis, Seite 136](#)

Das Wachstum des externen Segmentumsatzes führte zu einem Anstieg des adjusted EBITDA auf 221 Mio Euro (Vorjahr: 180 Mio Euro). Die adjusted EBITDA-Marge betrug 22,1 Prozent (Vorjahr: 23,0%). Das EBITDA steigerte sich um 394 Mio Euro auf 562 Mio Euro. Darin enthalten ist ein einmaliger Ertrag aus dem Verkauf von Etraveli im dritten Quartal 2017. → [Ertragslage des Konzerns, Seite 137](#)

090 / KENNZAHLEN SEGMENT DIGITAL VENTURES & COMMERCE in Mio Euro

	2017	2016
Segment-Umsatzerlöse	1.001	782
Außenumsatz	996	768
Innenumsatz	6	14
EBITDA	562	168
Adjusted EBITDA	221	180
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	22,1	23,0

¹Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

SEGMENT CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES

Im Segment Content Production & Global Sales verringerte sich der Außenumsatz gegenüber dem hohen Vorjahreswert um 3 Prozent oder 10 Mio Euro auf 352 Mio Euro. Ursache hierfür sind insbesondere Währungseffekte sowie die marktüblichen Schwankungen des US-amerikanischen Produktionsgeschäfts. Positiv entwickelten sich hingegen die britischen Red Arrow-Produktionstöchter sowie das deutsche Produktionsgeschäft mit RedSeven Entertainment. Zudem verzeichnete das globale Vertriebsgeschäft eine Steigerung gegenüber dem Vorjahreszeitraum; hier wirkte sich die Erstkonsolidierung des US-amerikanischen Filmvertriebs Gravitates seit November positiv aus. Der interne Umsatz des Segments ist aufgrund höherer Erlöse aus dem internen Verkauf von TV-Inhalten an das ProSiebenSat.1 TV-Geschäft gestiegen und betrug 75 Mio Euro (Vorjahr: 60 Mio Euro). → [Anhang, Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“, Seite 183](#)

Aufgrund der insgesamt rückläufigen Umsatzentwicklung belief sich das adjusted EBITDA auf 36 Mio Euro; dies ist ein Rückgang um 23 Prozent oder 11 Mio Euro. Der höhere Vorjahreswert war unter anderem durch einen positiven Effekt bei der Verwertung von Lizenzen im Vertriebsgeschäft geprägt. Die adjusted EBITDA-Marge sank auf 8,5 Prozent (Vorjahr: 11,2%). Das EBITDA betrug 27 Mio Euro (Vorjahr: 44 Mio Euro).

091 / KENNZAHLEN SEGMENT CONTENT PRODUCTION & GLOBAL SALES in Mio Euro

	2017	2016
Segment-Umsatzerlöse	427	421
Außenumsatz	352	362
Innenumsatz	75	60
EBITDA	27	44
Adjusted EBITDA	36	47
Adjusted EBITDA-Marge ¹ (in %)	8,5	11,2

¹Auf Basis der Segment-Umsatzerlöse.

FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE DES KONZERNS

Die ProSiebenSat.1 Group optimiert kontinuierlich ihre Finanzierungsstruktur. Bei unseren M&A-Aktivitäten berücksichtigen wir einen definierten Zielkorridor für den Verschuldungsgrad; 2017 lag der Faktor mit 1,6 nahe am unteren Ende der Spanne. Der Konzern verfügt über eine komfortable Liquiditätsausstattung und eine solide Vermögens- und Kapitalstruktur.

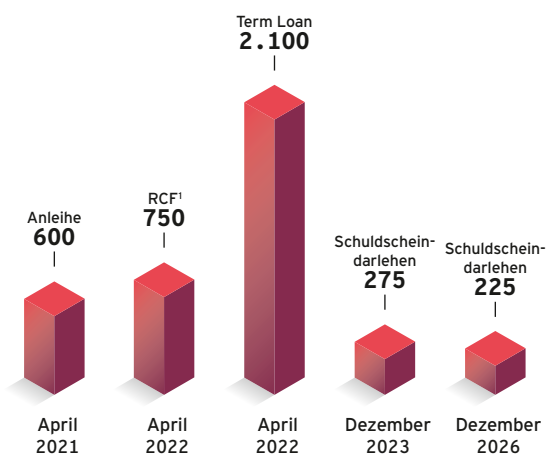
FREMDKAPITALAUSSTATTUNG UND FINANZIERUNGSSTRUKTUR

Die ProSiebenSat.1 Group nutzt verschiedene Finanzierungsinstrumente und verfolgt ein aktives Finanzmanagement. Das **Fremdkapital** hatte zum 31. Dezember 2017 einen Anteil von 81 Prozent an der Bilanzsumme (31. Dezember 2016: 78%). Davon entfiel mit 60 Prozent bzw. 3.185 Mio Euro der Großteil auf die lang- und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten des Konzerns (31. Dezember 2016: 62%). → [Vermögens- und Kapitalstrukturanalyse, Seite 145](#)

Der Konzern beobachtet und bewertet laufend die Entwicklungen an den Geld- und Kapitalmärkten. So hat ProSiebenSat.1 im April 2017 die Laufzeiten des syndizierten endfälligen Darlehens (Term Loan) sowie der syndizierten revolvingierenden Kreditfazilität (RCF) bis April 2022 verlängert und zugleich das Nominalvolumen des RCF um 150 Mio Euro auf 750 Mio Euro erhöht. Daneben hat die ProSiebenSat.1 Group weitere Vertragsbedingungen angepasst, so ist unter anderem der bisherige Financial Covenant entfallen. Darüber hinaus verfügt ProSiebenSat.1 über Mittel aus einer Anleihe mit einem Volumen von 600 Mio Euro. Die Anleihe ist am regulierten Markt der Luxemburger Börse notiert (ISIN DE000A11QFA7). Der Kupon der Anleihe beträgt 2,625 Prozent per annum. 2016 hat die Gesellschaft drei Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro mit Laufzeiten von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinslich und 50 Mio Euro variabel verzinslich) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinslich) aufgenommen. → [Abb. 092](#)

Die Verzinsung des Term Loan und des RCF erfolgt variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge. Dabei setzt der Konzern derivative Finanzinstrumente in Form von Zinsswaps und Zinsoptionen ein, um sich gegen marktbedingte Zinssatzveränderungen abzusichern. Der Festzinsanteil lag zum 31. Dezember 2017 bei ca. 98 Prozent bezogen auf das gesamte langfristige Finanzierungsportfolio (31. Dezember 2016: ca. 98%). Der durchschnittliche Festzinssatz der Zinsswaps belief sich zum 31. Dezember 2017 auf 1,9 Prozent per annum. Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinscaps betrug 0,0 Prozent per annum.

092 / FREMDFINANZIERUNGSMITTEL UND LAUFZEITEN ZUM 31. DEZEMBER 2017 in Mio Euro



¹Nicht in Anspruch genommen.

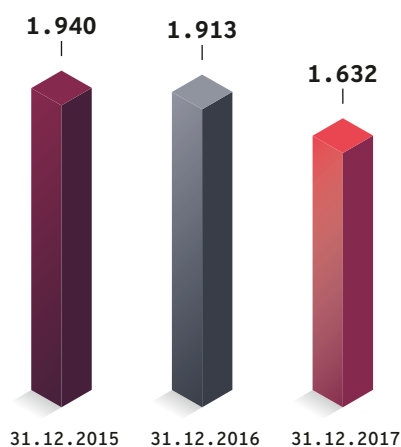
! Ratings stellen ein unabhängiges Urteil über die Bonität eines Unternehmens dar. Die Kreditvereinbarung und die Anleihe der ProSiebenSat.1 Group werden jedoch von den Rating-Agenturen nicht zur Bonitätsbeurteilung herangezogen.

Die ProSiebenSat.1 Group hat darüber hinaus Leasingverträge für Immobilien am Standort Unterföhring abgeschlossen. Diese sind nach IFRS überwiegend als Finanzierungsleasing-Verträge klassifiziert. Die betreffenden Immobilien werden in den Sachanlagen aktiviert und die daraus resultierenden Leasingverpflichtungen als sonstige finanzielle Verbindlichkeiten ausgewiesen. Die Immobilienleasing-Verträge enden frühestens im Jahr 2019. In kleinerem Umfang bestehen weitere Leasingverhältnisse für technische Ausrüstung. Zum 31. Dezember 2017 hat die ProSiebenSat.1 Group Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing-Verhältnissen im Umfang von 65 Mio Euro bilanziert (Vorjahr: 72 Mio Euro). Wesentliche außerbilanzielle Finanzierungsinstrumente bestanden nicht. → [Anhang, Ziffer 30 „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“, Seite 226](#)

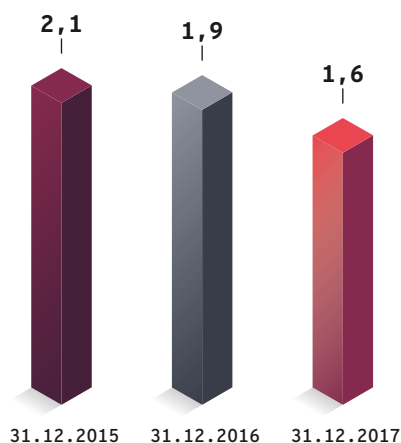
FINANZIERUNGSANALYSE

Der **Verschuldungsgrad** (Leverage-Faktor) ist eine zentrale Steuerungsgröße der konzernweiten Finanz- und Investitionsplanung und spiegelt das Verhältnis der Netto-Verschuldung zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate wider (LTM adjusted EBITDA). Ziel ist ein Faktor zwischen 1,5 und 2,5 bezogen auf das jeweilige Jahresende; unterjährige Schwankungen können zu einer kurzfristigen Überschreitung des Zielkorridors führen.

093 / NETTO-FINANZVERSCHULDUNG¹ in Mio Euro



094 / VERSCHULDUNGSGRAD (LEVERAGE-FAKTOR)¹



¹Nach Umgliederung der liquiden Mittel der aufgrund der Portfoliobereinigung zur Veräußerung stehenden Gesellschaften. Die Netto-Finanzverschuldung ist definiert als Saldo aus Finanzverbindlichkeiten abzüglich der liquiden Mittel und bestimmter kurzfristiger finanzieller Vermögenswerte. Aus ihr leitet sich der Verschuldungsgrad (Leverage-Faktor) ab; dazu wird die Netto-Finanzverschuldung in Relation zum bereinigten EBITDA der letzten zwölf Monate (LTM recurring EBITDA) gesetzt.

Die **Netto-Finanzverschuldung** ist zum 31. Dezember 2017 gesunken und belief sich auf 1.632 Mio Euro (31. Dezember 2016: 1.913 Mio Euro) → [Abb. 093](#). Der Verschuldungsgrad lag damit am unteren Ende des Zielkorridors: Der Faktor betrug 1,6 (31. Dezember 2016: 1,9) → [Abb. 094](#).

Diese Entwicklung reflektierte die Veränderung der Cashflows. → [Liquiditäts- und Investitionsanalyse, Seite 144](#)

095 / GRUNDSÄTZE UND ZIELE DES FINANZMANAGEMENTS

Der Bereich Group Finance & Treasury steuert zentral das konzernweite Finanzmanagement und verfolgt folgende Ziele:

- Sicherung der finanziellen Flexibilität und Stabilität, d. h. Erhaltung und Optimierung der Finanzierungsfähigkeit des Konzerns,
- Sicherung der konzernweiten Zahlungsfähigkeit durch eine gruppenweit effiziente Steuerung der Liquidität,
- Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken durch den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten.

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

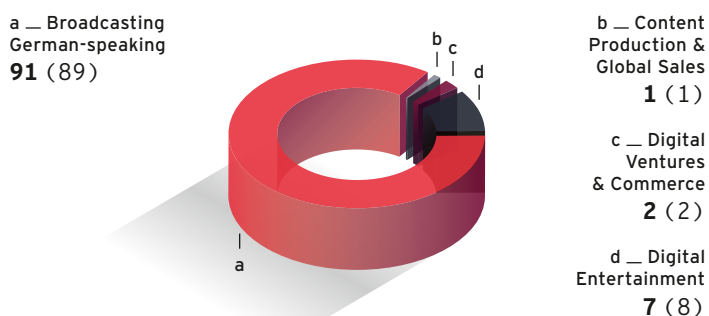
- **Kapitalstruktur:** Die Steuerung des Verschuldungsgrades (Leverage-Faktor) nimmt für das Kapitalstrukturmanagement der ProSiebenSat.1 Group einen besonderen Stellenwert ein. Der Konzern hat einen Zielkorridor von 1,5 bis 2,5 definiert und berücksichtigt bei der Auswahl geeigneter Finanzierungsinstrumente Faktoren wie Marktaufnahmefähigkeit, Refinanzierungsbedingungen, Flexibilität bzw. Auflagen, Investorendiversifikation und Laufzeit- bzw. Fälligkeitsprofile. Finanzierungsmittel im Konzern werden zentral gesteuert.
- **Cash- und Liquiditätsmanagement:** 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 Cash-Positionen oder die revolvingierende Kreditfazilität (RCF) abgedeckt.
- **Management von Marktpreisrisiken:** Das Management von Marktpreisrisiken umfasst das zentral gesteuerte Zins- und Währungsmanagement. Neben Kassageschäften kommen auch derivative Finanzinstrumente in Form bedingter und unbedingter Termingeschäfte zum Einsatz. Diese Instrumente werden zu Sicherungszwecken eingesetzt und dienen dazu, die Auswirkungen von Zins- und Währungsschwankungen auf das Konzernergebnis und den Cashflow zu begrenzen.
- **Management von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken:** Im Mittelpunkt des Managements von Adress- bzw. Kreditausfallrisiken stehen Handelsbeziehungen und Gläubigerpositionen gegenüber Finanzinstituten. Bei Handelsgeschäften achtet ProSiebenSat.1 auf eine möglichst breite Streuung der Volumina mit Kontrahenten ausreichend guter Bonität. Hierzu werden unter anderem externe Ratings der internationalen 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.

LIQUIDITÄTS- UND INVESTITIONSANALYSE

Die ProSiebenSat.1 Group erzielte im Geschäftsjahr 2017 einen **Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit** von 1.621 Mio Euro (Vorjahr: 1.619 Mio Euro). Diese nahezu stabile Entwicklung des operativen Cashflows ist durch gegenläufige Effekte geprägt: Während sich die Ergebnissteigerung sowie geringere Zahlungen für Zinsen und Steuern positiv auswirkten, verzeichnete das Working Capital einen Anstieg. Hauptursachen dafür waren höhere Forderungsbestände sowie Veränderungen in den Programmverbindlichkeiten.

096 / INVESTITIONEN NACH SEGMENTEN¹

in Prozent, Vorjahreswerte 2016 in Klammern



¹Investitionen nach Segmenten vor M&A-Aktivitäten.

i Informationen zu außerbilanziellen Investitionsverpflichtungen befinden sich im Anhang, Ziffer 30 „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“, Seite 226.

Aus den Zahlungsströmen im Rahmen der Investitionstätigkeit resultierte für das Geschäftsjahr 2017 ein **Investitionscashflow** von

894 Mio Euro. Damit verringerte sich der Mittelabfluss um 45 Prozent oder 729 Mio Euro gegenüber dem Vorjahr. → [Abb. 097](#)

– Der Mittelzufluss aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen lag 2017 bei 473 Mio Euro (Vorjahr: -11 Mio Euro). Er beinhaltet den Netto-Zahlungsmittelzufluss aus der Veräußerung von Etraveli von 469 Mio Euro; weitere 3 Mio Euro stammten aus dem Verkauf von COMVEL.

– Der Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis belief sich aufgrund geringerer Kaufpreiszahlungen für Akquisitionen auf 197 Mio Euro (Vorjahr: 420 Mio Euro) und spiegelt im Wesentlichen Kaufpreiszahlungen für den Erwerb von Jochen Schweizer, Graviditas sowie ATV wider.

i Vermögenswerte, die aus Erstkonsolidierungen stammen, werden nicht als segmentspezifische Investitionen erfasst. In der Position „Mittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis“ werden die für den Erwerb der erstkonsolidierten Unternehmen aufgewendeten flüssigen Mittel abgebildet.

– Der Mittelabfluss für den Erwerb von Programmrechten betrug 1.048 Mio Euro. Dies ist ein Anstieg von 6 Prozent oder 56 Mio Euro gegenüber 2016. Die Programminvestitionen entfielen mit 97 Prozent wiederum zum größten Teil auf das Segment Broadcasting German-speaking (Vorjahr: 97%); sie verteilten sich zu 62 Prozent auf Lizenzprogramme (Vorjahr: 59%) und zu 38 Prozent auf Auftragsproduktionen (Vorjahr: 40%).

i Programminvestitionen bilden einen Schwerpunkt der Investitionstätigkeit. Neben dem Einkauf von Lizenzformaten und Auftragsproduktionen sichern Eigenformate die Programmversorgung des Konzerns. Diese basieren auf der Entwicklung und Umsetzung eigener Ideen und werden im Gegensatz zu Auftragsproduktionen primär im Hinblick auf eine kurzfristige Ausstrahlung produziert. Sie werden

097 / KAPITALFLUSSRECHNUNG in Mio Euro

	Q4 2017	Q4 2016	2017	2016
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	167	177	481	452
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	0	-/-	-42
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	665	618	1.621	1.619
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	0	-/-	-42
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-422	-602	-894	-1.623
Free Cashflow fortgeführter Aktivitäten	243	16	728	-4
Free Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	0	-/-	-42
Free Cashflow (gesamt)	243	16	728	-46
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-12	942	-426	584
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestandes	-5	3	-14	0
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	226	962	288	537
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	1.333 ¹	309	1.271	734
Zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7	-/-	7	-/-
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende²	1.552	1.271	1.552	1.271

¹Enthält die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente der zur Veräußerung gehaltenen Gesellschaften.

²Der in der Kapitalflussrechnung betrachtete Finanzmittelfonds entspricht den flüssigen Mitteln der Bilanz zum jeweiligen Bilanzstichtag.

daher direkt aufwandswirksam in den Umsatzkosten erfasst und stellen keine Investition dar.

- Die Investitionen in Sachanlagen sind ebenfalls gestiegen und betragen 44 Mio Euro (+21% oder 8 Mio Euro ggü. Vorjahr). Der Großteil entfiel auf das Segment Broadcasting German-speaking (2017: 71%, Vorjahr: 66%) und betraf technische Anlagen sowie Mietereinbauten am Standort Unterföhring. Insgesamt flossen 2017 in sonstige immaterielle Vermögenswerte 112 Mio Euro ab (-9% oder 11 Mio Euro ggü. Vorjahr). Der Konzern investierte in sonstige immaterielle Vermögenswerte vor allem im Segment Digital Entertainment (2017: 43%, Vorjahr: 48%).

Der **Free Cashflow** für 2017 hat sich deutlich um 732 Mio Euro auf 728 Mio Euro erhöht. Hauptgrund für den hohen Free Cashflow ist der Zahlungsmittelzufluss aus dem Verkauf von Etraveli sowie ein im Vergleich zum Vorjahr geringerer Zahlungsmittelabfluss für Zugänge zum Konsolidierungskreis. Vor M&A-Maßnahmen lag der Wert bei 468 Mio Euro (Vorjahr: 485 Mio Euro). Der Rückgang basiert im Wesentlichen auf dem Mittelabfluss für den Erwerb von Programmrechten sowie, als gegenläufige Entwicklung, auf dem Mittelzufluss aus dem Verkauf von Media-for-Equity-Beteiligungen.

Der **Free Cashflow bildet die Summe der im operativen Geschäft erwirtschafteten liquiden Mittel abzüglich des Saldos der im Rahmen der Investitionstätigkeit verwendeten und erwirtschafteten Mittel ab. Der Free Cashflow vor M&A wird definiert als Free Cashflow bereinigt um verwendete und erwirtschaftete Mittel aus M&A-Transaktionen (exkl. Transaktionskosten) im Rahmen von durchgeführten und geplanten Mehrheitserwerben sowie dem Erwerb und Verkauf von at-Equity bewerteten Anteilen.**

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** belief sich auf minus 426 Mio Euro (Vorjahr: 584 Mio Euro). Zu einem Mittelabfluss in

Höhe von 435 Mio Euro führte 2017 die Dividendenzahlung (Vorjahr: 386 Mio Euro). Einen gegenläufigen Effekt hatte eine Kapitalerhöhung beim Digital-Studio Studio71: Anfang 2017 hat der Konzern mit der TF1 Group und Mediaset zwei weitere Partner für Studio71 aufgenommen und hierdurch einen Mittelzufluss von 51 Mio Euro realisiert. Der hohe Vorjahreswert ist geprägt durch Finanzierungsmaßnahmen. So hatte der Konzern 2016 die vorteilhaften Bedingungen an den Finanzmärkten genutzt, um das Eigenkapital durch die Ausgabe neuer Anteile zu erhöhen; zudem hatte ProSiebenSat.1 im vierten Quartal 2016 Schuldscheindarlehen begeben.

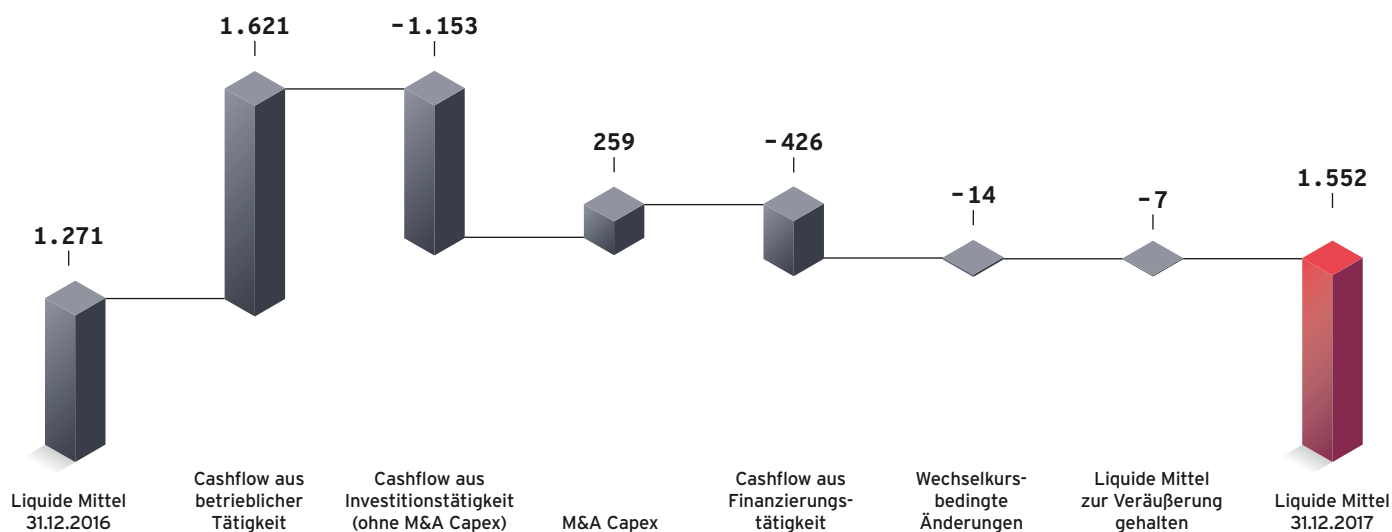
Aus den beschriebenen Zahlungsströmen resultierte ein Anstieg der **liquiden Mittel** gegenüber dem Vorjahresstichtag. Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente lagen mit 1.552 Mio Euro um 22 Prozent bzw. 281 Mio Euro über dem Vorjahreswert. Der Konzern verfügt damit über eine komfortable Liquiditätsausstattung.

VERMÖGENS- UND KAPITALSTRUKTURANALYSE

Mit einer Eigenkapitalquote von 19 Prozent (31. Dezember 2016: 22%) verfügt die ProSiebenSat.1 Group über eine solide Vermögens- und Kapitalstruktur. Die **Bilanzsumme** war im Vergleich zum Vorjahr nahezu stabil und belief sich zum 31. Dezember 2017 auf 6.569 Mio Euro (-1% oder 35 Mio Euro). Dabei haben insbesondere höhere liquide Mittel den Rückgang der finanziellen Vermögensgegenstände kompensiert.

Gemäß IFRS 5 werden aufgrund von Portfolioanpassungen zur Veränderung gehaltene Vermögenswerte und Schulden separat in der Bilanz ausgewiesen.

098 / VERÄNDERUNG DER ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE in Mio Euro



– **Kurz- und langfristige Aktiva:** Die Geschäfts- oder Firmenwerte verzeichneten zum 31. Dezember 2017 einen Rückgang um 2 Prozent auf 1.831 Mio Euro (31. Dezember 2016: 1.860 Mio Euro); ihr Anteil an der Bilanzsumme lag unverändert bei 28 Prozent. Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte verringerten sich um 9 Prozent auf 745 Mio Euro (31. Dezember 2016: 817 Mio Euro). Ursache für ihren Rückgang ist vor allem der Verkauf von Etraveli und Comvel. Einen gegenläufigen Effekt auf die immateriellen Vermögenswerte hatten die Erstkonsolidierungen des österreichischen Senders ATV, der Jochen Schweizer GmbH und der Gravitas Ventures, LLC.

Die langfristigen sonstigen finanziellen und nicht-finanziellen Vermögenswerte verringerten sich um 48 Prozent auf 179 Mio Euro (31. Dezember 2016: 342 Mio Euro), primär aufgrund von Bewertungseffekten aus Fremdwährungssicherungsinstrumenten. In diesem Zusammenhang reduzierten sich auch die kurzfristigen sonstigen finanziellen und nichtfinanziellen Vermögenswerte: Sie betrugen insgesamt 105 Mio Euro und lagen damit 44 Mio Euro unter dem Vorjahresniveau (31. Dezember 2016: 148 Mio Euro). Dagegen erhöhten sich die kurzfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen um 55 Mio Euro bzw. 12 Prozent auf 501 Mio Euro (31. Dezember 2016: 446 Mio Euro).

Das Programmvermögen hat sich gegenüber dem Vorjahr um 9 Prozent reduziert und betrug 1.198 Mio Euro (31. Dezember 2016: 1.312 Mio Euro). Dies entspricht – bezogen auf die Bilanzsumme – einem Anteil von 18 Prozent (31. Dezember 2016: 20%). Das Programmvermögen zählt neben den Geschäfts- oder Firmenwerten zu den wichtigsten Aktivposten von ProSiebenSat.1 und setzt sich zusammen aus lang- und kurzfristigen Programmvermögenswerten. → [Anhang, Ziffer 20 „Programmvermögen“, Seite 213](#)

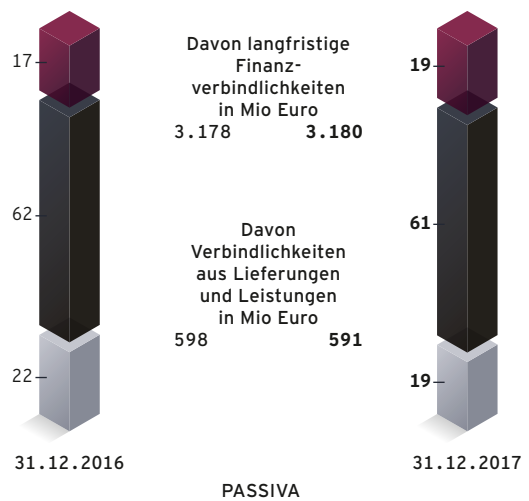
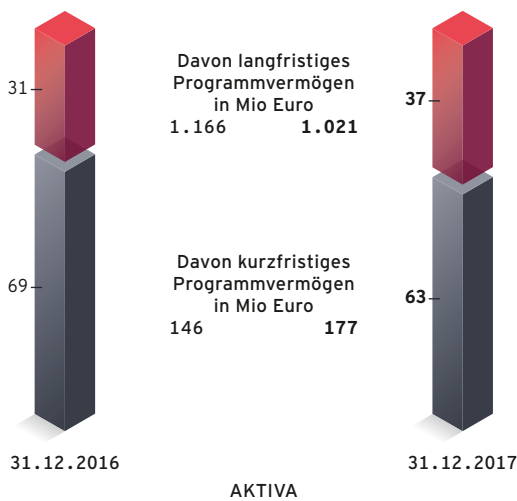
Die liquiden Mittel stiegen gegenüber dem 31. Dezember 2016 um 22 Prozent oder 281 Mio Euro auf 1.552 Mio Euro. Die hohe Liquidität reflektiert die Entwicklung der Cashflows.

! Mitarbeiterpotenziale, Organisationsvorteile, eigene Marken oder langfristige Kundenbeziehungen sind wichtige Erfolgsfaktoren, die größtenteils nichtfinanziell bewertet werden. Hingegen aktivieren wir in geringem Umfang bestimmte selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte. Weiterführende Informationen befinden sich im Anhang in der „Zusammenfassung der wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“, Seite 244.

– **Eigenkapital:** Trotz des positiven Konzernergebnisses reduzierte sich das Eigenkapital um 13 Prozent oder 180 Mio Euro auf 1.252 Mio Euro. Diese Entwicklung spiegelt zum einen die Dividendenausschüttung von 435 Mio Euro im Mai 2017 wider (Vorjahr: 386 Mio Euro). Zum anderen wirkte sich der Rückgang von erfolgsneutral erfassten Effekten aus Sicherungsgeschäften bei Fremdwährungen aus. Die korrespondierende Eigenkapitalquote betrug 19 Prozent (31. Dezember 2016: 22%).

– **Kurz- und langfristige Passiva:** Das Fremdkapital hat sich im Vergleich zum Bilanzstichtag 2016 leicht erhöht. Insgesamt stiegen die Verbindlichkeiten und Rückstellungen gegenüber dem 31. Dezember 2016 um 3 Prozent auf 5.317 Mio Euro (31. Dezember 2016: 5.172 Mio Euro). Grund hierfür ist vor allem der Anstieg der sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten durch höhere Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Bewertungseffekte aus Fremdwährungssicherungsinstrumenten. Die Summe der im Fremdkapital ausgewiesenen lang- und kurzfristigen Finanzverbindlichkeiten betrug unverändert 3.185 Mio Euro.

099 / **BILANZSTRUKTUR** in Prozent



■ Langfristige Aktiva ■ Kurzfristige Aktiva

■ Eigenkapital ■ Langfristige Passiva ■ Kurzfristige Passiva

İ Informationen zu den Kapitalkosten befinden sich im Anhang, Ziffer 16 „Geschäfts- oder Firmenwerte“, Seite 205, Angaben zu Zeitwerten in der „Zusammenfassung der wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“, Seite 244.

İ 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 Anhang ausführlich unter Ziffer 1 „Allgemeine Angaben“, Seite 182, sowie den weiteren relevanten Ziffern dargestellt.

100 / GESAMTAUSSAGE ZUM GESCHÄFTSVERLAUF AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG

2017 markiert für ProSiebenSat.1 ein neues Rekordjahr, in dem wir unsere Profitabilitätsziele erreicht haben. Dabei haben wir rund die Hälfte unseres Umsatzes mit Geschäftsmodellen generiert, die nicht primär auf der Vermarktung von TV-Werbezeiten beruhen. Gleichwohl war 2017 auch ein herausforderndes Jahr, in dem wir unsere ursprüngliche Umsatzprognose korrigiert und unsere Strategie weiterentwickelt haben. Insgesamt war der TV-Werbemarkt durch branchenspezifische Effekte geprägt und zeigte trotz guter makroökonomischer Daten nicht die ursprünglich erwartete Dynamik. In strategisch relevanten Geschäftsfeldern jenseits des TV-Segments sind wir jedoch insgesamt stark gewachsen und haben unser Portfolio durch Akquisitionen synergetisch erweitert. Trotz verschiedener M&A-Maßnahmen bewegte sich der Verschuldungsgrad im Zielkorridor. Damit zeichnet sich die ProSiebenSat.1 Group zum Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernlageberichts durch eine insgesamt sehr gute Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage aus.

PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE



MIO EURO JAHRESÜBER- SCHUSS

weist die ProSiebenSat.1 Media SE für das Geschäftsjahr 2017 aus. Dies ist ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 55 Prozent bzw. 183 Mio Euro.

PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

(ERLÄUTERUNGEN NACH HGB)

Die Geschäftsentwicklung der ProSiebenSat.1 Media SE reflektiert die wirtschaftliche Lage des Konzerns; dies gilt auch für die Chancen- und Risikosituation.

Der Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE wird nach den Vorschriften des deutschen Handelsgesetzbuchs sowie den ergänzenden Vorschriften des Aktiengesetzes und der Satzung aufgestellt.

GESCHÄFT UND WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Die ProSiebenSat.1 Media SE ist eine geschäftsleitende Holding mit eigenen operativen Geschäften. Ihr obliegen Leitungsfunktionen wie die Unternehmensstrategie und das Risikomanagement für den ProSiebenSat.1-Konzern, Aufgaben der Beteiligungsverwaltung und der zentralen Finanzierung sowie andere Dienstleistungsfunktionen. Darüber hinaus ist die ProSiebenSat.1 Media SE die steuerliche Organträgerin für die Mehrheit der inländischen Tochtergesellschaften. Die wesentlichen Erträge resultieren aus Gewinnabführungsverträgen von Tochtergesellschaften. Daneben werden Umsatzerlöse insbesondere aus internen Leistungen sowie aus dem Verkauf von Programmnebenrechten erzielt.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der ProSiebenSat.1 Media SE entsprechen im Wesentlichen denen des ProSiebenSat.1-Konzerns und werden im Kapitel Rahmenbedingungen des Konzerns ausführlich beschrieben. → [Rahmenbedingungen des Konzerns, Seite 125](#)

Die ProSiebenSat.1 Media SE als Mutterunternehmen des ProSiebenSat.1 Konzerns ist in das konzernweite Risikomanagementsystem eingebunden. Weitere Informationen hierzu sowie zur nach § 289 Abs. 4 HGB erforderlichen Beschreibung des internen Kontrollsystems für die ProSiebenSat.1 Media SE sind im Risikobericht dargestellt. → [Risikobericht, Seite 153](#)

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289a HGB ist auf der Website der Gesellschaft öffentlich zugänglich sowie im vorliegenden Geschäftsbericht ab → [Seite 72](#) einsehbar.

WESENTLICHE EREIGNISSE IM GESCHÄFTSJAHR 2017

Auf der Hauptversammlung der ProSiebenSat.1 Media SE am 12. Mai 2017 haben die Aktionäre beschlossen, im Rahmen der Verwendung des Bilanzgewinns des Geschäftsjahres 2016 in die anderen

Gewinnrücklagen 800 Mio Euro einzustellen. Darüber hinaus haben sie die Ausschüttung einer Dividende von 1,90 Euro je dividendenberechtigter Aktie beschlossen; die Ausschüttungssumme belief sich auf 435 Mio Euro.

Im Geschäftsjahr 2017 erwarb die ProSiebenSat.1 Media SE konzernintern Gesellschaften im Zusammenhang mit der Bündelung der Commerce-Aktivitäten. Diese Gesellschaften wurden in die NCG - NUCOM GROUP SE eingebracht.

ERTRAGSLAGE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

101 / GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG NACH HGB (KURZFASSUNG) in Mio Euro

	2017	2016
Umsatzerlöse	116	99
Sonstige betriebliche Erträge	82	66
Program- und Materialaufwand	62	55
Personalaufwand	100	103
Abschreibungen	15	17
Sonstige betriebliche Aufwendungen	141	118
Betriebsaufwendungen	319	293
Beteiligungsergebnis	871	722
Finanzergebnis	- 77	- 78
Steuern	160	186
Ergebnis nach Steuern	513	330
Sonstige Steuern	0	0
Jahresüberschuss	513	330

Die **Umsatzerlöse** der ProSiebenSat.1 Media SE erhöhten sich im Geschäftsjahr 2017 um 17 Mio Euro oder 17 Prozent auf 116 Mio Euro. Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr ist hauptsächlich auf höhere Erlöse aus dem Verkauf von Programmnebenrechten sowie auf Erlöse aus Gegengeschäften zurückzuführen.

Die **sonstigen betrieblichen Erträge** sind gegenüber dem Vorjahr um 24 Prozent bzw. 16 Mio Euro auf 82 Mio Euro gestiegen. Ursache hierfür waren insbesondere höhere Erträge aus Währungsumrechnungen.

Die **Betriebsaufwendungen** beliefen sich auf 319 Mio Euro (Vorjahr: 293 Mio Euro). Der Personalaufwand reduzierte sich leicht, da die Effekte aus dem Mitarbeiteranstieg durch stark gesunkene Aufwendungen aus anteilsbasierten Vergütungsplänen mit langfristiger Anreizwirkung überkompensiert wurden. Im Vorjahr entstand aufgrund der Umstellung auf Cash Settlement ein hoher Einmalaufwand. Der Anstieg der sonstigen betrieblichen Aufwendungen resultiert insbesondere aus höheren Rechts- und Beratungskosten sowie einer Zunahme der Aufwendungen für technische Dienstleistungen und Gegengeschäfte.

Das **Beteiligungsergebnis** als Saldo der Erträge aus Gewinnabführungsverträgen abzüglich der Aufwendungen aus Verlustübernahmen erhöhte sich um 21 Prozent bzw. 149 Mio Euro auf 871 Mio Euro. Den Erträgen aus Gewinnabführungsverträgen in Höhe von 912 Mio Euro (Vorjahr: 753 Mio Euro) standen Aufwendungen aus Verlustübernahme von 42 Mio Euro (Vorjahr: 31 Mio Euro) gegenüber.

Das **Finanzergebnis** als Saldo der Zinserträge und Zinsaufwendungen verbesserte sich im Geschäftsjahr 2017 um 1 Mio Euro auf minus 77 Mio Euro.

Der **Steueraufwand** betrug 160 Mio Euro gegenüber 186 Mio Euro im Vorjahr.

Für das Geschäftsjahr 2017 weist die ProSiebenSat.1 Media SE einen **Jahresüberschuss** in Höhe von 513 Mio Euro aus. Dies ist ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr um 55 Prozent bzw. 183 Mio Euro.

Im Berichtsjahr bestanden bei der ProSiebenSat.1 Media SE keine wesentlichen **außerbilanziellen Finanzierungsinstrumente**.

Die ProSiebenSat.1 SE hat Mietverträge für am Standort Unterföhring genutzte Immobilien abgeschlossen, die nach HGB als operatives Leasing eingeordnet wurden. Die Verträge enden frühestens im Jahr 2019.

VERMÖGENSLAGE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

102 / BILANZ NACH HGB (KURZFASSUNG) in Mio Euro

	31.12.2017	31.12.2016
AKTIVA		
Immaterielle Vermögensgegenstände	7	4
Sachanlagen	55	53
Finanzanlagen	7.364	6.201
Anlagevermögen	7.425	6.258
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	1.328	1.092
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten	1.277	1.042
Umlaufvermögen	2.605	2.134
Rechnungsabgrenzungsposten	3	4
Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung	0	0
BILANZSUMME	10.034	8.396
PASSIVA		
Eigenkapital	3.297	3.216
Rückstellungen	218	159
Verbindlichkeiten und sonstige Passiva	6.489	4.998
Passive latente Steuern	29	23
BILANZSUMME	10.034	8.396

Die **Bilanzsumme** der ProSiebenSat.1 Media SE stieg zum 31. Dezember 2017 um 20 Prozent oder 1.638 Mio Euro auf 10.034 Mio Euro.

Das **Anlagevermögen** erhöhte sich zum 31. Dezember 2017 im Vergleich zum Vorjahresstichtag um 19 Prozent bzw. 1.167 Mio Euro auf 7.425 Mio Euro. Der Anstieg resultierte im Wesentlichen aus konzerninternen Erwerben von mittelbaren Tochterunternehmen im Rahmen der Bündelung der Commerce-Aktivitäten sowie aus im Berichtsjahr durchgeführten Kapitalerhöhungen bei unmittelbaren Tochtergesellschaften.

Das **Umlaufvermögen** betrug 2.605 Mio Euro am 31. Dezember 2017. Der Anstieg um 22 Prozent bzw. 471 Mio Euro ist sowohl auf die um 199 Mio Euro höheren Forderungen gegenüber verbundenen Unternehmen aufgrund der gestiegenen Ergebnisabführungen als auch auf die um 236 Mio Euro gestiegenen liquiden Mitteln zurückzuführen. Darüber hinaus erhöhten sich die Anzahlungen für Programmvermögen um 39 Mio Euro.

Das **Eigenkapital** der ProSiebenSat.1 Media SE stieg zum 31. Dezember 2017 auf 3.297 Mio Euro. Der Anstieg um 3 Prozent oder 81 Mio Euro resultiert zu einem aus dem im Geschäftsjahr 2017 erzielten Jahresüberschuss in Höhe von 513 Mio Euro. Einen gegenläufigen Effekt hatte hingegen die Dividendenausschüttung im Mai 2017 in Höhe von 435 Mio Euro.

Die Eigenkapitalquote verringerte sich zum 31. Dezember 2017 aufgrund der deutlich gestiegenen Bilanzsumme auf 33 Prozent (Vorjahr: 38%).

Die **Rückstellungen** erhöhten sich um 59 Mio Euro auf 218 Mio Euro zum 31. Dezember 2017. Ursächlich hierfür waren der Anstieg der Steerrückstellungen um 33 Mio Euro sowie die um 24 Mio Euro gestiegenen sonstigen Rückstellungen, deren Zunahme insbesondere durch höhere Rückstellungen für Steuerzinsen und Umsatzsteuer verursacht wurde.

Mit 6.489 Mio Euro lagen die **Verbindlichkeiten** am 31. Dezember 2017 um 1.491 Mio Euro über dem Vorjahresniveau von 4.998 Mio Euro. Diese Entwicklung resultiert im Wesentlichen aus den gestiegenen konzerninternen Verbindlichkeiten aus Cash-Pooling. Insbesondere der konzerninterne Erwerb von Gesellschaften im Rahmen der Bündelung der Commerce-Aktivitäten führte zu diesem Anstieg.

FINANZLAGE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Das Cash Management wird zentral vorgenommen, die konzernweiten Zahlungsmittelströme fließen durch das implementierte Cash-Pooling-System zum großen Teil in der ProSiebenSat.1 Media SE als Dachgesellschaft zusammen. Insofern beeinflussen die Cashflows des gesamten ProSiebenSat.1-Konzerns die Liquidität der ProSiebenSat.1 Media SE in hohem Maße.

Die ProSiebenSat.1 Media SE fungiert für die Konzernunternehmen, insbesondere für die deutschen Sender, als Einkaufskommissionär für das Programmvermögen. Im Geschäftsjahr 2017 flossen 594 Mio Euro (Vorjahr: 539 Mio Euro) für **Investitionen in das Programmvermögen** ab. Der Zufluss aus der internen Weitergabe von Programmvermögen an Konzerngesellschaften betrug im abgelaufenen Geschäftsjahr 541 Mio Euro (Vorjahr: 509 Mio Euro). Die gesamten künftigen finanziellen Verpflichtungen aus bereits abgeschlossenen Programmeinkaufsverträgen beliefen sich zum 31. Dezember 2017 auf 2.345 Mio Euro (Vorjahr: 2.791 Mio Euro).

Die **Zahlungsmittelabflüsse für Investitionen in das Sachanlagevermögen** auf Ebene der ProSiebenSat.1 Media SE betragen im Berichtsjahr 26 Mio Euro. Dies ist ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 9 Mio Euro.

Für Einzahlungen in die Kapitalrücklagen bei unmittelbaren Tochterunternehmen sowie für Unternehmenserwerbe flossen im Geschäftsjahr 2017 270 Mio Euro (Vorjahr: 564 Mio Euro) ab. Die Transaktion im Rahmen der Bündelung der Commerce-Aktivitäten führte zu keinem Geldabfluss sondern zu einem Anstieg der konzerninternen Cash-Pooling Verbindlichkeiten.

Weitere Informationen zur Bilanz und zur Gewinn- und Verlustrechnung sind dem Anhang zum Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE zu entnehmen.

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen

Im Geschäftsjahr 2017 waren durchschnittlich 790 Personen bei der ProSiebenSat.1 Media SE beschäftigt, darunter 696 Mitarbeiter sowie

94 Auszubildende, Volontäre und Praktikanten. Im Vorjahr beschäftigte die ProSiebenSat.1 Media SE durchschnittlich 651 Personen; davon 81 Auszubildende, Volontäre und Praktikanten.

Risiken und Chancen

Die Geschäftsentwicklung der ProSiebenSat.1 Media SE unterliegt grundsätzlich den gleichen Risiken und Chancen wie der ProSiebenSat.1-Konzerns. An den Risiken ihrer Tochterunternehmen und Beteiligungen partizipiert die ProSiebenSat.1 Media SE entsprechend ihrer jeweiligen Beteiligungsquote. Die Risiken und Chancen sind im → [Risiko- und Chancenbericht ab Seite 152](#) dargestellt.

Ausblick

Der Ausblick für den ProSiebenSat.1 Konzern spiegelt aufgrund der Verflechtungen zwischen der ProSiebenSat.1 Media SE und ihren Tochtergesellschaften größtenteils auch die Erwartungen der ProSiebenSat.1 Media SE wider. Die Ergebnisentwicklung der ProSiebenSat.1 Media SE sollte auch zukünftig gleichgerichtet zum Konzern verlaufen, da sich die Ergebnisse der Tochtergesellschaften über die Unternehmensverträge im Beteiligungsergebnis der Gesellschaft niederschlagen. Daher gelten die Ausführungen im → [Unternehmensausblick ab Seite 168](#) auch für die ProSiebenSat.1 Media SE. Wir gehen davon aus, dass das Beteiligungsergebnis den Gewinn der ProSiebenSat.1 Media SE weiterhin erheblich beeinflussen wird.

RISIKO- UND CHANCENBERICHT



MIO EURO NETTO MARKTWACHSTUM

hat die ProSiebenSat.1 Group bis 2022 aus der Verlagerung von Print- zu Bewegtbild-Werbung identifiziert. Dabei profitiert der TV-Werbemarkt von der Digitalisierung und neuen Technologien wie HbbTV.

RISIKOBERICHT

Die Gesamtrisikosituation der ProSiebenSat.1 Group ist unverändert begrenzt. Wir verfügen über ein wirksames Risikomanagementsystem, das alle relevanten Unternehmenseinheiten integriert.

RISIKOMANAGEMENTSYSTEM UND PROZESSSTEUERUNG

i Risiko ist im vorliegenden Bericht als mögliche künftige Entwicklung bzw. mögliches künftiges Ereignis definiert, das unsere Geschäftslage wesentlich beeinflussen und zu einer negativen Ziel- bzw. Prognoseabweichung führen könnte. Damit fallen jene Risikoausprägungen, die wir bereits in unserer finanziellen Planung bzw. im Konzernabschluss zum 31. Dezember 2017 berücksichtigt haben, nicht unter diese Definition und werden folglich in vorliegendem Risikobericht nicht erläutert.

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über ein wirksames Risikomanagementsystem: Es berücksichtigt alle Tätigkeiten, Produkte, Prozesse, Abteilungen, Beteiligungen und Tochtergesellschaften, die nachteilige Auswirkungen auf die Geschäftsentwicklung unseres Unternehmens haben könnten. Wir entwickeln das System konsequent weiter, sodass es stets auf die speziellen Gegebenheiten ausgerichtet ist. Dazu zählt auch, neue Unternehmenseinheiten zeitnah in den Risikomanagementprozess einzubinden. Der klassische Risikomanagementprozess umfasst vier Schritte, die ineinandergreifen:

1. Identifikation: Grundlage ist die Identifikation der wesentlichen Risiken über einen Soll-Ist-Vergleich. Verantwortlich hierfür sind die dezentralen Risikomanager. Sie orientieren sich dazu an Frühwarnindikatoren, die für relevante Sachverhalte bzw. Kennzahlen definiert wurden. Ein wichtiger Frühwarnindikator für das TV-Geschäft ist beispielsweise die Entwicklung der Zuschauermarktanteile. → [Unternehmensinternes Steuerungssystem, Seite 108](#)

2. Bewertung: Die Bewertung der relevanten Risiken erfolgt auf Basis einer Matrix → [Abb. 106](#). Dazu werden die Sachverhalte zum einen nach ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit auf einer Fünf-Stufen-Prozentskala kategorisiert. Zum anderen wird der Grad ihrer möglichen finanziellen Auswirkung beurteilt; die finanziellen Äquivalente gliedern sich ebenfalls in fünf Stufen. Mithilfe der Matrixdarstellung werden die Risikopotenziale nach ihrer relativen Bedeutung als „hoch“, „mittel“ oder „gering“ klassifiziert. Neben der Klassifizierung ist die Analyse von Ursachen und Wechselwirkungen Teil der Risikobeurteilung. Maßnahmen zur Gegensteuerung bzw. Risikominimierung fließen in die Bewertung ein (Netto-Betrachtung). Um ein möglichst präzises Bild der Risikolage zu erhalten, werden Chancen hingegen nicht berücksichtigt. Diese erfasst ProSiebenSat.1 über die Planungsrechnung.

3. Steuerung: Über geeignete Maßnahmen kann ProSiebenSat.1 die Eintrittswahrscheinlichkeit von Verlustpotenzialen verringern und mögliche Einbußen begrenzen oder vermindern. Von großer Bedeutung für den sicheren Umgang mit Risiken ist daher, adäquate Gegenmaßnahmen zu ergreifen, sobald ein Indikator eine bestimmte Toleranzgrenze erreicht.

4. Monitoring: Die Risikoüberwachung und Risikoberichterstattung komplettiert den Risikomanagementprozess. Ziel ist es, die Veränderungen zu überwachen und die Effektivität der ergriffenen Steuerungsmaßnahmen zu prüfen. Teil des Monitorings ist auch die Dokumentation; sie stellt sicher, dass alle entscheidungsrelevanten Hierarchieebenen über adäquate Risikoinformationen verfügen.

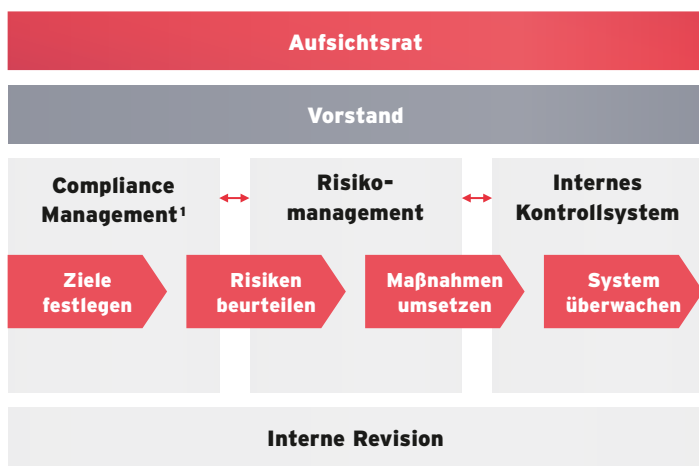
103 / RISIKOMANAGEMENTPROZESS IM ABLAUF



Grundvoraussetzung für den konzernweit sicheren Umgang mit Risiken sind klare Entscheidungsstrukturen, einheitliche Richtlinien und methodisches Vorgehen der verantwortlichen Instanzen. Zugleich müssen Abläufe und Organisationsstrukturen so flexibel gestaltet sein, dass ProSiebenSat.1 jederzeit angemessen auf neue Situationen reagieren kann. Daher erfolgt die regelmäßige Klassifikation der Risiken dezentral und somit direkt in den verschiedenen Unternehmenseinheiten → [Abb. 104](#):

- **Dezentrale Risikomanager:** Die Risikomanager erfassen die Risiken aus ihrem jeweiligen Verantwortungsbereich nach der beschriebenen, konzernweit einheitlichen Systematik. Sie dokumentieren ihre Ergebnisse quartalsweise in einer IT-Datenbank.
- **Group Risk Officer:** Der Group Risk Officer berichtet die in der Datenbank gemeldeten Risiken quartalsweise an den Vorstand und den Aufsichtsrat. Kurzfristig auftretende relevante Risiken werden zudem unverzüglich gemeldet. Vorstand bzw. Aufsichtsrat erhalten auf diesem Weg frühzeitig und regelmäßig alle entscheidungsrelevanten Analysen und Daten, um reagieren zu können.
- **Das Risk Office** unterstützt die verschiedenen Unternehmensbereiche bei der Risikofrüherkennung. Durch Schulungen der dezentralen Risikomanager und eine kontinuierliche Prüfung des Risikokonsolidierungskreises stellt das Ressort die Effektivität und Aktualität des Systems sicher. Darüber hinaus prüft der Bereich Internal Audit regelmäßig die Qualität und Ordnungsmäßigkeit des Risikomanagementsystems. Die Ergebnisse werden direkt an den Finanzvorstand des Konzerns berichtet.

104 / RISIKOMANAGEMENTSYSTEM



¹Für weitere Informationen verweisen wir auf das Kapitel „Nachhaltigkeit“ ab Seite 113.

Die Prüfung des Risikomanagementsystems hat auch im Jahr 2017 zu einem positiven Ergebnis geführt; das System selbst hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr nicht verändert. Grundlage für die Prüfung ist das sogenannte Risikomanagementhandbuch. Dieses fasst unternehmensspezifische Grundsätze zusammen und reflektiert den international anerkannten Standard für unternehmensweites

Risikomanagement und interne Kontrollsysteme von COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission).

ENTWICKLUNG DER RISIKO-CLUSTER Risikokategorien und Gesamtrisikolage

Die Einschätzung der Gesamtrisikosituation ist das Ergebnis der konsolidierten Betrachtung der Hauptrisikokategorien des Konzerns – den „Operativen Risiken“, den „Finanzwirtschaftlichen Risiken“, den „Compliance Risiken“ und den „Sonstigen Risiken“. Aufgrund ihrer thematischen Diversität unterteilt ProSiebenSat.1 die Operativen Risiken zusätzlich in folgende Risiko-Cluster: Externe Risiken, Vertriebsrisiken, Content-Risiken, Technologische Risiken, Personalrisiken und Investitionsrisiken. Dies sind nicht notwendigerweise die einzigen Risiken, denen der Konzern ausgesetzt ist. Weitere Risiken, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen könnten, sind uns derzeit jedoch nicht bekannt oder wir betrachten sie im Kontext dieses Berichts als nicht relevant.

Die Risiko-Cluster setzen sich wiederum aus verschiedenen Risiken zusammen. Zur Beurteilung der Gesamtrisikolage klassifiziert ProSiebenSat.1 daher zunächst alle Einzelrisiken im Rahmen des vierteljährlichen Bewertungsprozesses, aggregiert sie und ordnet sie den Clustern zu. Die Cluster gewichtet ProSiebenSat.1 bei der Bewertung der Gesamtrisikolage entsprechend ihrer Bedeutung für den Konzern. Wir überwachen alle relevanten Risiken im Rahmen des Risikomanagementprozesses → [Abb. 105](#); im vorliegenden Risikobericht fokussieren wir jedoch jene Risiken, die in ihrer Bedeutung insgesamt als mittel oder hoch klassifiziert wurden.

! Der Geschäftsbericht für das Jahr 2016 ist unter → www.prosiebensat1.com veröffentlicht, darin enthalten ab Seite 148 der Risikobericht.

Unsere Gesamtrisikolage ist im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen, da sich die Risiko-Cluster Vertriebs-, Content- und Compliance-Risiken gegenüber dem 31. Dezember 2016 leicht erhöht haben. Hingegen sind die externen Risiken leicht gesunken; alle übrigen Risiken und Risiko-Cluster sind – sofern nicht explizit erwähnt – unverändert → [Abb. 106](#). Damit ist unsere Gesamtrisikolage nach wie vor begrenzt.

! Die ProSiebenSat.1 Media SE hat ein umfassendes Risikomanagementsystem implementiert, um Risikopotentiale systematisch zu erfassen, zu bewerten, zu steuern und zu überwachen. Die berichteten Risiken werden dazu in Kategorien und Clustern zusammengefasst. Alle relevanten Einzelrisiken werden detailliert geprüft und im Rahmen einer regelmäßigen Berichterstattung gesteuert, dazu wurden entsprechende Gegenmaßnahmen definiert und eingeleitet. Im vorliegenden Geschäftsbericht werden die in ihrer Bedeutung insgesamt als mittel oder hoch kategorisierten Risiken dargestellt, über geringe Risiken berichten wir hier nicht. Sollte sich ein derzeit als niedrig bewertet Risiko jedoch zu einem mittleren oder hohen Risiko erhöhen, werden wir diese Veränderung in unseren künftigen Risikoberichten berücksichtigen. Wenn im Umkehrschluss Risiken, die derzeit als mittel oder hoch eingestuft werden, auf ein „geringes Risiko“ herabgestuft werden, werden solche Risiken in diesem Bericht nicht detailliert beschrieben – mit Ausnahme der Veränderung selbst.

105 / ÜBERBLICK DER RELEVANTEN RISIKEN

Kategorie	Cluster	Risiko	Veränderung gegenüber dem Vorjahr	Auswirkungsgrad	Eintrittswahrscheinlichkeit	Risiko-bedeutung
Operative Risiken	Externe Risiken →	▶ Makroökonomische Risiken ▶ Allgemeine Branchenrisiken (inkl. Mediennutzungsverhalten)	Leicht gesunken Unverändert	Erheblich Wesentlich	Unwahrscheinlich Unwahrscheinlich	Mittel Mittel
	Vertriebsrisiken →	▶ Zuschauermarktanteile/TV-Reichweite ▶ Vermarktung von Werbezeiten ▶ Medienkonvergenz ▶ Online-Werbung (inkl. Werbeflocker)	Leicht gestiegen Gestiegen Unverändert Unverändert	Erheblich Wesentlich Erheblich Erheblich	Möglich Möglich Möglich Möglich	Mittel Hoch Mittel Mittel
	Content-Risiken →	▶ Lizenzprogramm/Verhandlungsposition mit Major- und Independent-Studios (inkl. Programmqualität)	Gestiegen	Moderat	Möglich	Mittel
Finanzwirtschaftliche Risiken	Finanzwirtschaftliche Risiken →	▶ Ausfallrisiko	Unverändert	Wesentlich	Unwahrscheinlich	Mittel
Compliance Risiken	Compliance-Risiken →	▶ Allgemeine Compliance (inkl. gesetzliche Berichtspflichten, Kartellrecht, Gerichtsverfahren)	Gestiegen	Erheblich	Unwahrscheinlich	Mittel
		▶ Regulatorische Risiken (inkl. Medienrecht, Sendelizenzen)	Gestiegen	Moderat	Möglich	Mittel
		▶ Auskunfts- und Schadensersatzklagen der RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG und El Cartel Media GmbH & Co. KG ▶ § 32a UrhG Bestseller (Non Fiction)	Unverändert	Moderat	Möglich	Mittel
		▶ Steuerliche Risiken betreffend die Bewertung des Programmvermögens	Neu	Kann nicht bewertet werden Kann nicht bewertet werden	Möglich	Kann nicht bewertet werden
Sonstige Risiken	Sonstige Risiken →	▶ Sicherheitsrisiken	Unverändert	Moderat	Möglich	Mittel

→ unverändert ↻ leicht gesunken ↗ leicht gestiegen ↓ gesunken ↑ gestiegen

Operative Risiken
EXTERNE RISIKEN

ProSiebenSat.1 verfolgt eine digitale Wachstumsstrategie und diversifiziert so in allen Segmenten das Umsatz- und Risikoprofil. Ziel dieser Strategie ist es, die Unabhängigkeit vom konjunktursensitiven Kerngeschäft Fernsehen zu steigern und zugleich Wachstumschancen aus der sich verändernden Mediennutzung zu ergreifen. Aufgrund positiver Konjunkturdaten haben sich die externen Risiken im Jahresverlauf leicht verringert.

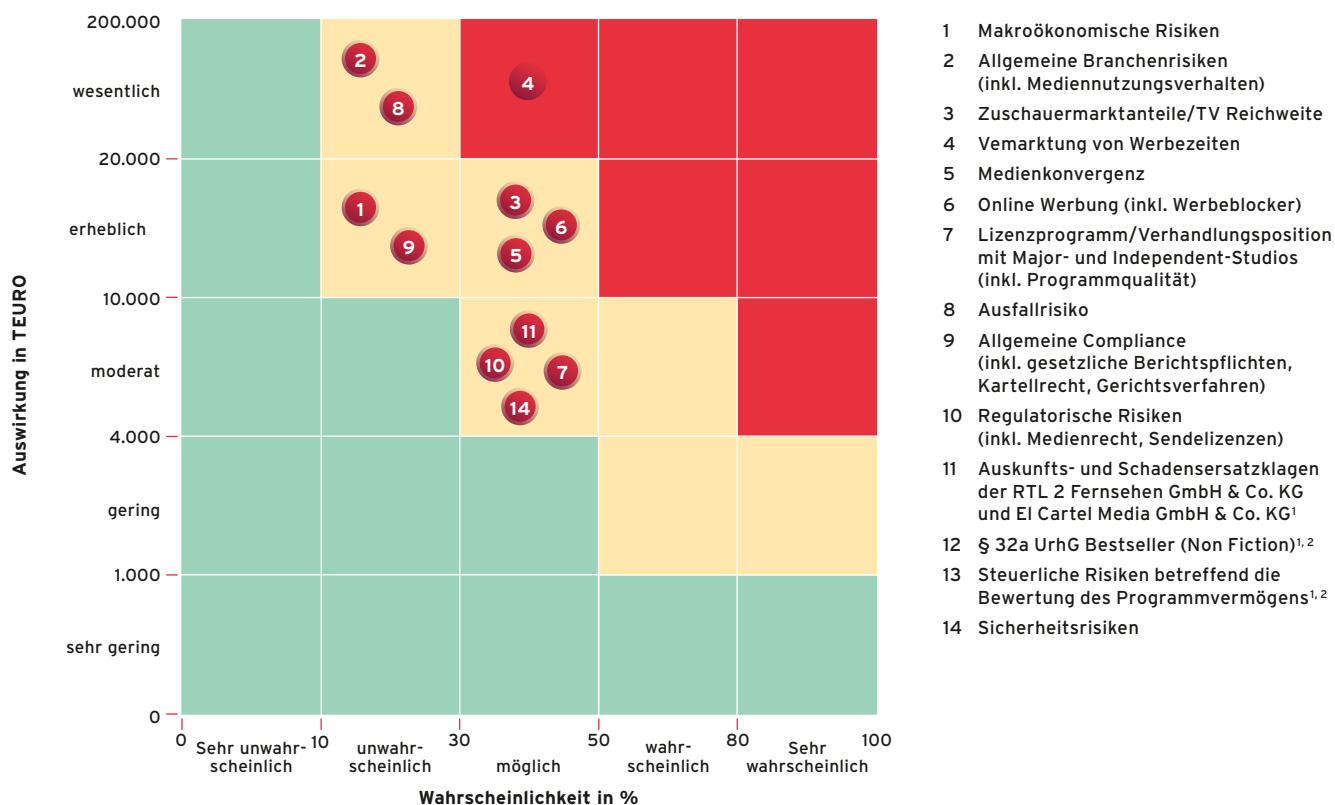
Makroökonomische Risiken. Der Aufschwung der deutschen Wirtschaft hat sich im Jahresverlauf 2017 spürbar beschleunigt. Zudem befinden sich die Stimmungsindikatoren von Unternehmen (ifo) und Konsumenten (GfK) zum Jahresende auf einem hohem Niveau. Infolgedessen haben die führenden Wirtschaftsforschungsinstitute ihre Konjunkturprognosen deutlich nach oben angepasst: Sie erwarten für 2017 ein reales Wachstum von im Schnitt gut zwei Prozent und rechnen mit einer Fortsetzung des Wachstumstrends im Jahr 2018. Vor diesem Hintergrund erachtet die ProSiebenSat.1 Group die makroökonomischen Risiken als stabil, erhebliche negative Folgen stufen wir nun als unwahrscheinlich ein. Somit sind die Risiken im Vergleich zum Vorjahr leicht gesunken. Wegen der potenziell hohen Auswirkungen bewerten wir die Kategorie dennoch als mittleres Risiko. Konjunkturprognosen

sind naturgemäß mit gewissen Unsicherheiten verbunden; dies gilt in besonderem Maße auch für ihre möglichen Implikationen auf den Werbemarkt. → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 166](#)

Allgemeine Branchenrisiken (inkl. Mediennutzungsverhalten). Der digitale Wandel und insbesondere die steigende Internetnutzung beeinflussen das Mediennutzungsverhalten. Digitalisierung bedeutet jedoch nicht, dass Fernsehen seine Relevanz als Leitmedium verliert. Vielmehr konsumieren die Menschen Inhalte der klassischen Medien zunehmend häufig in digitaler Form. So werden TV-Inhalte heute beispielsweise auch über mobile Endgeräte wie Tablets gesehen. → [Chancenbericht, Seite 162](#) → [Entwicklung von Medienkonsum und Werbewirkung, Seite 125](#)

Auf neue Nutzungsformen wie zeitversetztes Fernsehen entfällt hierzulande ein vergleichsweise geringer Anteil. Fernsehen erreichte 2016 durchschnittlich 11 Mio Zuschauer in Deutschland, die Vergleichszahl für die Nutzung von Online-Videos liegt bei 1,2 Mio Zuschauern pro Minute. 96 Prozent des TV-Konsums bei den 14- bis 49-Jährigen erfolgt in Deutschland nach wie vor durch Live-Nutzung zum Zeitpunkt der Ausstrahlung. Die monatliche Netto-Reichweite von Fernsehen entwickelt sich zugleich auf hohem Niveau nahezu stabil. Dies

106 / RISIKOMATRIX



- 1 Makroökonomische Risiken
- 2 Allgemeine Branchenrisiken (inkl. Mediennutzungsverhalten)
- 3 Zuschauermarktanteile/TV Reichweite
- 4 Vermarktung von Werbezeiten
- 5 Medienkonvergenz
- 6 Online Werbung (inkl. Werblocker)
- 7 Lizenzprogramm/Verhandlungsposition mit Major- und Independent-Studios (inkl. Programmqualität)
- 8 Ausfallrisiko
- 9 Allgemeine Compliance (inkl. gesetzliche Berichtspflichten, Kartellrecht, Gerichtsverfahren)
- 10 Regulatorische Risiken (inkl. Medienrecht, Sendelizenzen)
- 11 Auskunfts- und Schadensersatzklagen der RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG und El Cartel Media GmbH & Co. KG¹
- 12 § 32a UrhG Bestseller (Non Fiction)^{1, 2}
- 13 Steuerliche Risiken betreffend die Bewertung des Programmvermögens^{1, 2}
- 14 Sicherheitsrisiken

■ Geringes Risiko ■ Mittleres Risiko ■ Hohes Risiko

¹Für weitere Informationen siehe Anhang, Ziffer 29 "Eventualverbindlichkeiten", Seite 225; / ²12 und 13 sind nicht in der Matrix dargestellt, da diese nicht bewertet werden können.

Weitere Informationen befinden sich im Geschäftsbericht 2016, ab Seite 148.

gilt für alle Zuschauergruppen, insbesondere auch für die jüngere Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen.

Diese Marktdaten indizieren, dass sich der digitale Wandel in Deutschland langsamer vollzieht als etwa in den USA und eigenen Mustern folgt. Auch in Zukunft dominiert Fernsehen die Mediennutzung im deutschen Markt. Die TV-Nutzung an stationären Geräten dürfte zwar leicht zurückgehen, aber weiterhin an erster Stelle liegen. Gleichzeitig wird die Nutzung internetbasierter Free-TV-Angebote zunehmen. Das bedeutet, mehr und mehr Zuschauer werden die linearen TV-Programme über PC, Laptop oder mobil konsumieren. Besonders bei den jüngeren Zuschauern wird diese Nutzungsform immer beliebter, sie macht derzeit einen Anteil von ca. 15 Prozent an der gesamten TV-Nutzung der 14- bis 29-Jährigen aus.

Vor diesem Hintergrund ist ProSiebenSat.1 sehr gut positioniert, die digitale Entwicklung als Wachstumschance zu nutzen. Fernsehen ist das wichtigste Entertainment-Medium in Deutschland, darauf haben wir unsere Strategie ausgerichtet. Im Umkehrschluss erachten wir Risiken aus einer Veränderung der Mediennutzung nach wie vor als unwahrscheinlich. Im Falle einer grundlegenden Veränderung können wir jedoch wesentliche finanzielle Auswirkungen nicht vollständig

ausschließen. Wir stufen diesen Sachverhalt daher insgesamt weiterhin als mittleres Risiko ein.

VERTRIEBSRISIKEN

Die Entwicklung im deutschen TV-Werbemarkt stellt unsere wichtigste Planungsprämisse dar. Neben dem Konjunkturwachstum beziehen wir branchenspezifische Daten wie die Entwicklung der Reichweite und der Marktanteile unserer TV-Sender bei den Zuschauern in unsere wirtschaftlichen Überlegungen ein. Die Vertriebsrisiken im TV-Geschäft haben sich 2017 leicht erhöht. Aufgrund der wachsenden Bedeutung digitaler Medien stellen neben den Risiken aus der Vermarktung von TV-Werbezeiten Vermarktungsrisiken im Online-Bereich eine relevante Kategorie dar. → [Unternehmensausblick, Seite 168](#)

Zuschauermarktanteile/TV-Reichweite. Die Zuschauermarktanteile sind die maßgebliche Größe zur Beurteilung der Akzeptanz unserer Sender beim TV-Publikum: Mit dem Marktanteil wird der prozentuale Anteil der Reichweite eines Programmelements an der gesamten TV-Reichweite zum jeweiligen Zeitpunkt angegeben. Vom Marktanteil einer Sendung hängt wiederum die Werblockreichweite im Umfeld dieser Sendung ab, die einen wesentlichen Erfolgsfaktor für

die TV-Vermarktung darstellt. Die zeitliche Entwicklung des Marktanteils von Sendern und deren Programmen ist damit ein Schlüsselindikator zur Risikofrüherkennung. → [Entwicklung des Zuschauermarkts, Seite 128](#)

ProSiebenSat.1 erstellt täglich auf Grundlage der Daten der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) detaillierte Analysen zu den Marktanteilen und Reichweiten aller Sendungen. Auf der Basis dieser umfangreichen Daten werden alle laufenden Programme permanent analysiert und ggf. kurzfristig angepasst. Auch Konzepte für die Neuentwicklung von Sendungen und potenzielle neue Senderkonzepte werden anhand dieser Daten geprüft und diskutiert. Zusätzlich zu diesen quantitativen Auswertungen stellen qualitative Studien ein wichtiges Kontrollinstrument dar, da die Sender so ein unmittelbares Feedback von ihrem Publikum erhalten. Einzelne Fehlentscheidungen sind dennoch nicht auszuschließen.

Bei der Produktion und dem Erwerb von passenden Programmen für unsere TV Sender handelt es sich um einen Prozess, dessen Erfolg in hohem Maße vom subjektiven Empfinden unserer Zuschauer abhängt. Zudem hat sich der Wettbewerb weiter intensiviert. Dazu führt nach wie vor die Gründung von neuen Sendern, aber auch Marktanteilsgewinne einzelner etablierter Sender und die Finanzkraft der öffentlich-rechtlichen Anstalten. Vor diesem Hintergrund hat sich das Risiko von Zuschauermarktanteil-Rückgängen gegenüber dem Vorjahr leicht erhöht; gleichwohl beurteilen wir diese Kategorie weiterhin als mittleres Risiko. Das bedeutet: Implikationen aus einem Rückgang der Zuschauermarktanteile bewerten wir unter Umständen als erheblich und die Eintrittswahrscheinlichkeit auch weiterhin als möglich.

ProSiebenSat.1 gestaltet die Fragmentierung des Markts selbst aktiv mit und hat verschiedene neue Sender gelauncht, darunter erfolgreiche Marken wie sixx. Mit den Sendern sixx, ProSieben MAXX, SAT.1 Gold und kabel eins doku erreichte die Gruppe 2017 in Deutschland einen Zuschauermarktanteil von 4,3 Prozent in der Zielgruppe der 14 bis 49-jährigen. Über alle Sender der Gruppe hinweg lag der Marktanteil bei 27,0 Prozent. Die von der IP vermarkteten Sender der RTL-Gruppe kamen dagegen auf 25,4 Prozent. ProSiebenSat.1 ist damit führend in der werberelevanten Zielgruppe der 14 bis 49-Jährigen.

Vermarktung von Werbezeiten. Werbeverträge für TV-Werbung wie auch im Online- und Digital-Out-of-Home-Bereich schließt ProSiebenSat.1 in der weit überwiegenden Zahl der Fälle nicht direkt mit den werbetreibenden Unternehmen ab. Als Intermediär fungieren vielmehr die Mediaagenturen, die dabei unmittelbare Vertragspartner unserer Vermarktungsgesellschaft SevenOne Media GmbH werden. Der Markt für TV-Werbezeiten ist dabei sowohl auf der Nachfrage- als auch auf der Angebotsseite durch konzentrierte Strukturen gekennzeichnet. Auf der Nachfrageseite existieren im Wesentlichen sieben große Verbünde aus Mediaagenturen, die sich in der Regel wiederum aus einer Vielzahl kleinerer Agenturen zusammensetzen. Diesen stehen auf der Angebotsseite vor allem die beiden privatrechtlichen Sendergruppen ProSiebenSat.1 und RTL sowie die öffentlich-rechtlichen Fernsehsender gegenüber. Vor diesem Hintergrund sowie der hohen Attraktivität des Fernsehens und seiner Bedeutung als Leitmedium im Media-Mix ergibt sich aus dem formal auf wenige Agenturen konzentrierten Geschäftsverhältnis kein nennenswertes wirtschaftliches Risiko. Ebenso hat ProSiebenSat.1 aufgrund der beschriebenen

Verbundstruktur der Agenturen sowie der kurzen Rechnungszyklen von maximal einem Monat keine wesentlichen Ausfall- oder Liquiditätsrisiken identifiziert.

Die Wettbewerbsintensität hat sich im deutschen Werbemarkt allerdings gesteigert, sodass sich auch die Vermarktungsrisiken im Jahresverlauf erhöht haben. Aufgrund der Marktentwicklung stufen wir die Eintrittswahrscheinlichkeit von Risiken aus der Vermarktung von Werbezeiten für ProSiebenSat.1 nun als möglich ein. Wir bewerten die Auswirkungen als wesentlich und das Risiko insgesamt als hoch. Daher analysieren wir das Wettbewerbsumfeld sowie unsere Werbeerlöse und Werbemarktanteile regelmäßig. Ziel ist, durch den Vergleich von Ist- und Planwerten mit den entsprechenden Vorjahreswerten Budgetabweichungen frühzeitig zu identifizieren, sodass Gegenmaßnahmen wie Kostenanpassungen oder Änderungen in der Programmplanung und Preispolitik auch kurzfristig umgesetzt werden können.

Medienkonvergenz. Keine anderen Geräte der Unterhaltungselektronik haben sich in den letzten Jahren so rasch verbreitet wie mobile Devices. Die Verfügbarkeit von Tablets in deutschen Haushalten hat sich seit 2014 nahezu verdoppelt, 85 Prozent der Personen ab 14 bis 69 Jahren nutzen persönlich ein Smartphone. Durch die wachsende Beliebtheit von mobilen Devices verändert sich das Mediennutzungsverhalten, da sich die einst festen Verbindungen von Inhalten und Endgeräten lösen und die Gattungsgrenzen konvergieren: Gleiche Inhalte werden heute über verschiedene Anwendungen auf unterschiedlichen Geräten genutzt. So wird TV oder Radio auch über Apps oder Mediatheken genutzt, Zeitungen werden vielfach online gelesen. Breitband-Internetanschlüsse mit schneller Datenübertragung treiben diese Entwicklung voran.

Alltäglich sind zudem Nutzungsmuster wie der Parallelkonsum von TV und Internet. Das bedeutet: Unterhaltungsgeräte wie Smartphones und Tablets werden zusätzlich zum TV-Gerät genutzt, sie ersetzen nicht das Fernsehen. Sie dienen als sogenannte Second Screens und erfüllen Zusatzfunktionen wie die Online-Suche oder die Kommunikation über Social-Media-Kanäle. So surfen zum Beispiel 36 Prozent der 14- bis 69-Jährigen – während sie fernsehen – häufig parallel im Internet. Forschungsergebnisse zeigen jedoch nicht nur, dass diese neuen Formen der Bewegtbild-Nutzung lineares Fernsehen ergänzen. Entsprechende Studien ergaben auch, dass die Werbewirkung durch die multimediale Ansprache steigt. Daraus resultieren große Vorteile für die Vermarktung: Online-Kampagnen erschließen einerseits neue Zielgruppen, andererseits verstärken Online-Kontakte die Effektivität von TV-Werbung.

Die hohe Marktdurchdringung von konvergenten Endgeräten birgt für ProSiebenSat.1 dennoch Risiken: Die Konvergenz könnte in der Zukunft auch zu einer signifikant rückläufigen TV-Nutzung führen. Dies könnte sich wiederum negativ auf die Investitionsbereitschaft von Werbekunden auswirken und damit das Preisniveau von TV-Werbung beeinflussen. Obwohl wir derzeit keine Substitution beobachten, schätzen wir den Eintritt dieses Risikos als möglich ein. Erhebliche Auswirkungen auf unsere Umsatz- respektive Ergebnisentwicklung können wir daher nicht ausschließen und bewerten Verlustpotenziale aus der Konvergenz der Medien unverändert als mittleres Risiko. Aus diesem Grund werden wir auch in Zukunft sowohl in TV- als auch in

Digital-Entertainment-Angebote investieren und unser Potenzial nutzen, indem wir unsere TV-Sender noch stärker mit digitalen Angeboten vernetzen. Vor diesem Hintergrund haben wir 2017 unsere Konzernstrategie weiterentwickelt und werden die Segmente Broadcasting German-speaking und Digital Entertainment ab 2018 zusammenführen. → [Strategie und Steuerungssystem, Seite 107](#)

Online-Werbung (inkl. Werbeblocker): Im Bereich der Vermarktung von Online-Werbung stellen Werbeblocker ein Vertriebsrisiko dar. Diese als sogenannte „Plug-ins“ – d.h. Zusatzprogramme – für die Browser und inzwischen auch als Apps für mobile Endgeräte angebotenen Programme verhindern die Ausspielung von Werbung. Um dieses Risiko zu begrenzen, hat ProSiebenSat.1 technische Mittel eingeführt, die Werbeblocker wirksam unterbinden können. Parallel dazu gehen wir juristisch vor und haben eine Unterlassungsklage gegen den in Deutschland am weitesten verbreiteten Werbeblocker (AdBlock Plus) eingereicht. Eine weitere Verbreitung der Werbeblocker bleibt allerdings möglich; dies könnte sich erheblich auf den Erfolg des Online-Werbegegeschäfts auswirken. Insgesamt stufen wir dieses Risiko für den Konzern als mittleres Risiko ein.

Die zielgruppenspezifische Werbung im Internet, auf mobilen Apps und im HbbTV beruht auf Tracking-Technologien und rechtlichen Rahmenbedingungen, die durch eine künftige ePrivacy-Verordnung der Europäischen Union beeinträchtigt werden könnten. Die ePrivacy-Verordnung wird derzeit kontrovers diskutiert, sodass noch keine seriöse Prognose über den Verordnungsinhalt und den Zeitpunkt ihres Inkrafttretens möglich ist. ProSiebenSat.1 hat jedoch frühzeitig risikomindernde Maßnahmen ergriffen. Insbesondere arbeiten wir an einer branchenübergreifenden Log-in-Allianz, um bereits jetzt die Infrastruktur für ein möglicherweise erweitertes Einwilligungsmanagement nach Maßgabe einer künftigen ePrivacy-Verordnung für zielgruppenspezifische Werbung zu schaffen. → [Chancenbericht, Seite 162](#)
→ [Marktumfeld des TV-Geschäfts, Seite 127](#)

CONTENT-RISIKEN

Die ProSiebenSat.1 Group achtet auf ein individuelles, insgesamt aber ausgewogenes Verhältnis von Lizenzprogrammen einerseits sowie Auftrags- und Eigenproduktionen andererseits. Dabei schützt der Konzern durch Exklusiv-Vereinbarungen im Sinne von vertraglichen Sperrfristen (Hold-Back-Klauseln) seine Rechte gegenüber anderen Lizenznehmern und Programmverwertungsformen. Um frühzeitig über Trends und neue Produktionen informiert zu sein, steht unser Einkauf zudem in ständigem Austausch mit internationalen und nationalen Lizenzgebern. Dennoch könnte sich der Wettbewerb um attraktive Inhalte infolge einer wachsenden Konkurrenz durch internationale Marktteilnehmer sowie neue digitale Angebote weiter intensivieren. Hinzu kommt, dass vor allem für die kleinen TV-Sender immer häufiger Einzelkäufe notwendig sind, da ihr Programm sehr zielgruppenspezifisch ausgerichtet ist.

Lizenzprogramm/Verhandlungsposition mit Major- und Independent-Studios (inkl. Programmqualität). Die USA sind weltweit für uns der wichtigste Markt für Lizenzprogramme. ProSiebenSat.1 hat daher langfristige Vereinbarungen mit Filmstudios bzw. Produktionsgesellschaften, die eine entsprechende Erfolgshistorie und Reputation

aufweisen. US-amerikanische Erfolgsformate finden jedoch nicht zwangsläufig denselben positiven Anklang beim deutschen Publikum: Zuschauerinteressen und Mediennutzungsverhalten können sich in unterschiedlichen Ländern verschieden entwickeln. Unvorhergesehenem Wertverlust lizenzierter Programme begegnet die ProSiebenSat.1 Group mit Programmabschreibungen. Darüber hinaus können sich auch die Marktgegebenheiten in den USA ändern, wenn sich beispielsweise Studios zusammenschließen. Diese Unsicherheiten planen wir bei unseren Lizenzeinkäufen standardmäßig ein. Dabei haben wir die Eintrittswahrscheinlichkeit erhöht und erachten dieses Risiko nun als möglich (vorher: sehr unwahrscheinlich). Sollte es sich realisieren, wären moderate Auswirkungen auf die Ergebnisentwicklung des Konzerns denkbar. Insgesamt bewerten wir Risiken aus dem Lizenzprogramm/Verhandlungsposition mit Major- und Independent-Studios damit als ein mittleres Risiko (vorher: geringes Risiko).

Finanzwirtschaftliche Risiken

Im Rahmen unserer Geschäfts- und Finanzierungstätigkeit ist der Konzern verschiedenen finanzwirtschaftlichen Risiken ausgesetzt. Dazu zählen das Finanzierungsrisiko, Ausfallrisiko, Zinsrisiko, Währungsrisiko und Liquiditätsrisiko; mit Ausnahme des Ausfallrisikos stufen wir die finanzwirtschaftlichen Risiken in ihrer Bedeutung als gering ein. Wir begegnen diesen Risiken mit umfangreichen Maßnahmen und nutzen Derivate als Sicherungsinstrumente. → [Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur, Seite 142](#)

Die Bewertung und Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken wird zentral koordiniert. Dazu analysiert der Konzernbereich Group Finance & Treasury die Entwicklung an den Märkten, leitet daraus Chancen- und Verlustpotenziale für ProSiebenSat.1 ab und beurteilt regelmäßig die Risikosituation. Die erforderlichen Maßnahmen werden in enger Zusammenarbeit mit dem Konzernvorstand definiert. Der Bereich Finance & Treasury wird im Rahmen des Risikomanagements jährlich von der Internen Revision geprüft. Auch die letzte Prüfung hat zu einem positiven Ergebnis geführt und erneut die Effektivität des Systems bestätigt. Grundsätze, Aufgaben und Zuständigkeiten sind konzernweit festgelegt und über Richtlinien für alle Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Group verbindlich geregelt.

Ausfallrisiko. Der Konzern schließt Finanz- und Treasury-Geschäfte ausschließlich mit Geschäftspartnern ab, die hohe Bonitätsanforderungen erfüllen. Das Profil der Kontrahenten wird in diesem Zusammenhang systematisch und kontinuierlich überwacht. Neben der Bonitätskontrolle begrenzt ProSiebenSat.1 die Eintrittswahrscheinlichkeit eines Ausfallrisikos durch eine breite Streuung der Kontrahenten. Die Bedingungen für den Abschluss von Finanz- und Treasury-Geschäften sind konzernweit einheitlich in einer Richtlinie geregelt. Wir bewerten den Eintritt eines Ausfallrisikos unverändert als unwahrscheinlich. Da sich der Ausfall von Kreditgebern jedoch wesentlich auf unsere Ergebnisentwicklung und die Finanzlage auswirken könnte, stufen wir die Risikobedeutung insgesamt als mittel.

! Zinsswaps und Devisentermingeschäfte werden im Rahmen des Hedge Accountings als Cashflow Hedges bilanziert, nähere Informationen befinden sich im Anhang, Ziffer 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum

Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“, Seite 227. Derivative Finanzinstrumente setzt die ProSiebenSat.1 Group nicht zu Handelszwecken ein; sie dienen ausschließlich der Absicherung bestehender Risikopositionen. → [Finanzierungsanalyse, Seite 142](#)

Weiterführende Informationen zu den Sicherungsinstrumenten, Bewertungen und Sensitivitätsanalysen sowie eine detaillierte Beschreibung des Risikomanagementsystems in Bezug auf Finanzinstrumente enthält der Konzernanhang: Risiken aus Ineffektivitäten, im Zusammenhang mit fallenden Zinsen, werden im Anhang, Ziffer 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“, Seite 227 beschrieben.

Compliance-Risiken

Allgemeine Compliance-Risiken (inkl. gesetzliche Berichtspflichten, Kartellrecht, Gerichtsverfahren). Ziel von Compliance ist die Gewährleistung einer rechtlich jederzeit und in jeder Hinsicht einwandfreien Geschäftsführung. Mögliche Verletzungen von gesetzlichen Vorschriften und Meldepflichten, Verstöße gegen den Deutschen Corporate Governance Kodex oder mangelnde Transparenz der Unternehmensführung können die Regelkonformität gefährden. Aus diesem Grund hat die ProSiebenSat.1 Group einen konzernweit gültigen Verhaltenskodex („Code of Conduct“) sowie verschiedene Richtlinien etabliert, die den Mitarbeitern konkrete Verhaltensregeln für verschiedene berufliche Situationen geben. Darüber hinaus werden die Mitarbeiter systematisch zu Themengebieten wie Anti-Korruption, Kartellrecht, Medienrecht, Antidiskriminierung, IT-Sicherheit oder Datenschutz geschult. Um das Risiko von Rechtsverstößen zu reduzieren hat die ProSiebenSat.1 Group für die Bereiche Anti-Korruption, Kartellrecht, Medienrecht und Datenschutz ein Compliance-Management-System (CMS) geschaffen. Wesentliche Zielsetzung des CMS ist es, Integrität und rechtmäßiges Verhalten dauerhaft im Denken und Handeln aller Mitarbeiter zu verankern und auf diese Weise Rechts- und Regelverstöße von vornherein zu verhindern. → [Corporate-Governance-Bericht, Seite 64](#) → [Nachhaltigkeit, Seite 113](#)

Im Rahmen unserer regelmäßigen Risikobewertungen berücksichtigen wir neben den laufenden Gerichtsverfahren bereits jetzt die im Mai 2018 in Kraft tretende EU Datenschutzgrundverordnung. Diese bringt eine Verschärfung der Anforderungen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten sowie des Sanktionsrahmens im Falle von Verstößen mit sich. Bußgelder für etwaige Datenschutzverstöße orientieren sich künftig am Konzernumsatz. Vor diesem Hintergrund halten wir den Eintritt von Compliance-Risiken zwar für unwahrscheinlich, können jedoch aufgrund des deutlich erweiterten Sanktionsrahmens erhebliche negative Auswirkungen auf die Ergebnisentwicklung des Konzerns nicht vollständig ausschließen. Das Risiko aus allgemeiner Compliance stufen wir für den Konzern entsprechend als erhöht ein. Damit bewerten wir dieses Risiko nun als mittleres Risiko (zuvor geringes Risiko).

Regulatorische Risiken (inkl. Medienrecht, Sendelizenzen). Veränderungen der regulatorischen oder rechtlichen Rahmenbedingungen können Auswirkungen auf einzelne Geschäftsaktivitäten haben, dies gilt insbesondere für verschärfte Bestimmungen zu

Distribution, Werbung, Sendelizenzen oder Gewinnspielen. Zugleich wächst der Einfluss globaler Plattformanbieter, die aufgrund ihrer Finanzkraft monopolistische Marktpositionen einnehmen und nicht an die strengen deutschen bzw. europäischen Regulierung gebunden sind. Ein aktuelles Beispiel ist das zurzeit laufende EU-Gesetzgebungsverfahren zur Kabel-Satelliten-Online-Verordnung („SatC-abVO“). Diese EU-Verordnung, mit deren Inkrafttreten im Laufe des Jahres 2018 zu rechnen sein dürfte, könnte zur Folge haben, dass die ProSiebenSat.1 Group in ihrer Autonomie beschränkt wird, ihre Inhalte zu verbreiten bzw. zu verwerten. OTT-Anbieter und Internetplattformen würden hingegen von der Verordnung profitieren, da wir als Sendeunternehmen unsere Inhalte zu fixen Konditionen weiterreichen müssten. → <http://www.prosiebensat1.com/nachhaltigkeit/publikationen/medienordnung-4-0>

Der ProSiebenSat.1-Konzern verfolgt alle relevanten Entwicklungen aktiv und steht mit den zuständigen Regulierungsbehörden in ständigem Kontakt, um eine bestmögliche Berücksichtigung seiner Interessen zu gewährleisten. Regulatorische Risiken bewerten wir dennoch als erhöht und erachten ihren Eintritt für möglich. Moderate negative Auswirkungen auf unsere Ergebnisentwicklung und insbesondere auf die Ertragslage im Segment Broadcasting German-speaking können wir nicht vollständig ausschließen. Damit bewerten wir den Sachverhalt insgesamt als mittleres Risiko (zuvor geringes Risiko).

Für Informationen zu den steuerlichen Risiken und den restlichen Compliance-Risiken verweisen wir auf den Anhang. → [Anhang, Ziffer 29-30 „Eventualverbindlichkeiten“, „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“, Seite 225-226](#)

Sonstige Risiken

Sicherheitsrisiken. Die Sicherheitsrisiken haben sich nicht verändert: Wir halten ihren Eintritt für möglich und die potenziellen Auswirkungen auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung des Konzerns als moderat. Zielgerichtete Angriffe zeigen, dass politisch, wirtschaftlich oder auch ideologisch motivierte Gruppen eine größer werdende Herausforderung für unsere Gesellschaft darstellen. Die steigende Anzahl und Qualität von Bedrohungsfaktoren erfordern effektive und schnelle Notfallpläne und klare Verantwortlichkeiten. Dazu hat ProSiebenSat.1 Handlungsanweisungen definiert und eine Krisenorganisation etabliert.

Zugleich gewinnen der Schutz von Daten und die Sicherung von Unternehmenswerten in Form von Informationen weiter an Relevanz. Darauf hat ProSiebenSat.1 ebenfalls reagiert und ein Informationssicherheitsmanagementsystem (ISMS) implementiert. Gleichzeitig werden Mitarbeiter sensibilisiert und in Sicherheitsfragen geschult. Neben diesen Risikofaktoren können unvorhersehbare Ereignisse wie Naturkatastrophen oder Anschläge Arbeitsabläufe und somit auch das Ergebnis von ProSiebenSat.1 beeinträchtigen. Diesen Risiken tragen wir unter anderem mit baulichen und technischen Absicherungen Rechnung; Produktionen und Veranstaltungen sichern wir mit spezialisierten Fachkräften. Angesichts der getroffenen Präventionen stufen wir die Sicherheitsrisiken insgesamt als mittel ein.

107 / ANGABEN ZUM INTERNEN KONTROLL- UND RISIKOMANAGEMENTSYSTEM IM HINBLICK AUF DEN (KONZERN-) RECHNUNGSLEGUNGSPROZESS

(§ 289 Abs. 5 HGB bzw. § 315 Abs. 2 Nr. 5 HGB) mit Erläuterungen

Das interne Kontroll- und Risikomanagementsystem im Hinblick auf den (Konzern-)Rechnungslegungsprozess soll sicherstellen, dass Geschäftsvorfälle im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE (aufgestellt nach den in der EU übernommenen 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 SE 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 und des (Konzern-)Lageberichts 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 unterliegen unsere Prozessbeschreibungen sowie unsere Risikokontrollmatrizen einer jährlichen Überprüfung. Hierdurch wird die Aktualität der Beschreibung sichergestellt und damit auch die Etablierung kontinuierlich wirksamer Kontrollmechanismen erreicht. Diese Update-Vorgänge sowie regelmäßige Tests 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 stabilen, marktüblichen Standardsoftware.
- Die Abschlüsse der wesentlichen Einzelgesellschaften werden sowohl nach lokalen Rechnungslegungsvorschriften als auch nach dem auf IFRS 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) 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 erfolgt der Einsatz von Tools, die unter anderem einen detaillierten Abschlusskalender sowie alle wichtigen Aktivitäten, Meilensteine und Verantwortlichkeiten beinhalten. 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.

CHANCENBERICHT

Wachstumsoptionen werden über das Chancenmanagement der Gruppe identifiziert und im Rahmen von Planungsprozessen konkretisiert. Der Konzern rechnet mit einem Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich in den kommenden fünf Jahren (CAGR). Weitere Portfoliomaßnahmen und insbesondere größere Akquisitionen bieten zusätzliche Potenziale.

CHANCENMANAGEMENT

Unser Chancenmanagement ist Bestandteil des unternehmensinternen Steuerungssystems. Ziel ist es, Chancen möglichst frühzeitig zu erkennen und durch geeignete Maßnahmen zu nutzen. Das Management von Chancen ist in der ProSiebenSat.1 Group dezentral in den Geschäftsbereichen organisiert und wird von der Abteilung „Group Strategy & Operations“ unterstützt und koordiniert. Die Abteilung steht in engem Kontakt mit den einzelnen operativen Einheiten; so erhält sie einen detaillierten Einblick in die Geschäftssituation. Zudem dienen Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie der Erfahrungsaustausch mit externen Experten als wichtige Quellen, um Wachstumsmöglichkeiten für die ProSiebenSat.1 Group zu identifizieren. Die definierten Chancen werden im Rahmen der Strategieplanung erfasst. Dabei werden die relevanten Wachstumsoptionen priorisiert, konkrete Ziele abgeleitet sowie Maßnahmen und Ressourcen zur operativen Zielerreichung festgelegt. → [Abb. 108](#) → [Strategie und Steuerungssystem, Seite 107](#)

108 / CHANCENMANAGEMENT



ERLÄUTERUNG WESENTLICHER CHANCEN

Chancen, deren Eintrittswahrscheinlichkeit wir als hoch einstufen, haben wir bereits in unsere Prognose für 2018 sowie unsere Planung bis 2022 aufgenommen. Daneben sind auch leistungswirtschaftliche Faktoren wie Kostenbewusstsein und effizientes Prozessmanagement

zentrale Voraussetzungen, um die Marktposition der ProSiebenSat.1 Group weiter zu stärken. Über diese Wachstumsmöglichkeiten berichten wir im Unternehmensausblick. Daneben existieren Potenziale, die bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert sind. Diese könnten sich insbesondere infolge strategischer Maßnahmen oder aus einer Veränderung der Rahmenbedingungen ergeben. Nachfolgend berichten wir über diese Chancen, sofern sie für den Planungszeitraum bis 2022 relevant und wesentlich sind. → [Unternehmensausblick, Seite 168](#)

Zusätzliche Chancen aus unternehmensstrategischen Entscheidungen

Soziale, technologische und wirtschaftliche Bereiche haben sich infolge der Digitalisierung signifikant verändert. Diese Entwicklung wird sich in den kommenden Jahren fortsetzen. Der Mediensektor war als eine der ersten Branchen von den Auswirkungen der Digitalisierung betroffen: Fernsehinhalte können unabhängig von Zeit und Ort abgerufen werden und finden neben dem TV-Bildschirm auf weiteren Geräten wie Smartphones oder Tablets statt. Die ProSiebenSat.1 Group treibt die Transformation von einem klassischen TV-Unternehmen zu einem Digitalkonzern mit einem diversifizierten Geschäftsportfolio deshalb konsequent voran. Dazu entwickelt die Gruppe neue Geschäftsmodelle, nutzt digitale Technologien und erschließt durch Akquisitionen oder strategische Partnerschaften zusätzliche Märkte.

Nutzen von Synergien durch Vernetzung von Geschäftsfeldern.

ProSiebenSat.1 ist der erste Medienkonzern, der die Kombination aus klassischem Fernsehen, digitalem Entertainment sowie E-Commerce und Content Production umsetzt und daraus resultierende Synergien konsequent nutzt. Darauf baut der Konzern auf und bündelt seine Segmente seit 2018 auf Basis einer Drei-Säulen-Strategie. In diesem Kontext will der Konzern Einsparpotenziale von über 50 Mio Euro netto bis 2019/2020 realisieren. Ein wichtiger Schritt ist die Zusammenlegung des linearen TV-Geschäfts mit der Digital-Entertainment-Sparte, um die universelle Vermarktung und plattformunabhängige Bereitstellung von Programminhalten zu forcieren. Gleichzeitig stärkt der Konzern durch die Integration von Studio71 in das Segment Content Production & Global Sales seine digitale Produktionskompetenz. → [Strategie und Ziele, Seite 107](#)

ProSiebenSat.1 hat im Januar 2018 die Red Arrow Entertainment Group mit Studio71 unter dem Dach Red Arrow Studios zusammengeführt

und integriert digitale Video-Angebote sowohl in das klassische Produktionsgeschäft als auch in seine internationalen Vertriebsnetze. Das Produktionsgeschäft bekommt durch Studio71 direkten Zugang zu einem neuen Talentpool und weiteren wachsenden digitalen Kanälen. Auf diese Weise adressiert der Content-Production-Bereich die steigende Nachfrage nach Inhalten auf allen Kanälen, Branded Content sowie Influencer Marketing. Aus der Bündelung der bestehenden Produktionsfirmen (Red Arrow), der Talent Pools und digitalen Kanälen (Studio71) mit der Distribution (Red Arrow International, Gravitass) ergeben sich Synergien, die bisher nicht umfänglich budgetiert sind.

Indem der Konzern seine Beteiligungen vernetzt und Erfolgsformate für die Nutzung auf verschiedenen Plattformen produziert oder gebündelt aus einer Hand anbietet, erhöht er die Effizienz seiner Investments und schafft zusätzliche Wachstumschancen. ProSiebenSat.1 überprüft zudem Möglichkeiten, die Wachstumsdynamik von Red Arrow Studios über Kooperationen mit und Co-Investments von Partnern zu beschleunigen.

Datenbasierte Geschäftsmodelle und Digitalisierung von TV-Werbung: Der ProSiebenSat.1-Konzern vernetzt sein Fernsehgeschäft konsequent mit digitalen Unterhaltungsmedien und baut so seine Reichweite aus. Mit seinen Tochterunternehmen SevenOne Media und SevenOne AdFactory ist der Konzern Deutschlands innovativster TV-Vermarkter und bietet seinen Kunden abgestimmte Kampagnen über alle Plattformen an – von TV über Online und Mobile bis Social Media. Dabei setzt ProSiebenSat.1 auch auf neue Technologien. Wir haben beispielsweise als erster TV-Konzern in Deutschland Addressable TV-Kampagnen über den technologischen Standard „Hybrid Broadcast Broadband TV“ (HbbTV) ausgestrahlt. Diese Werbespots kombinieren die hohe Reichweite des klassischen Fernsehens mit den Möglichkeiten digitaler Werbung: dem zielgruppenorientierten bis hin zum geräteindividuellen Einblenden von Werbung (Targeting).

Künftig wollen wir im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten vermehrt Daten über unsere digitalen Plattformen und die internetbasierte TV-Nutzung verwenden, um den Rezipienten noch individueller ansprechen zu können. Hohes Potenzial sehen wir in diesem Kontext im AdTechnology (AdTech)-Bereich, da uns neue Vermarktungstechniken helfen, Werbung automatisiert und noch zielgruppengenaue einzubinden. Deshalb hat der Konzern im Januar 2018 sein AdTech-Portfolio erweitert und den E-Commerce-Vermarkter Kairion übernommen. Kairion aggregiert die Werbeumfelder und Daten von über 80 Online Shops. Neben dieser hohen Reichweite für digitale Werbeangebote bietet das Unternehmen wertvolle Zielgruppen-Insights – etwa zu konkretem Kaufinteresse: Mithilfe von Realtime-Targeting können Werbebotschaften ausgespielt werden, sobald der Konsument ein Kaufinteresse signalisiert hat. Darüber hinaus lassen sich mithilfe von Kairion Branding-Kampagnen aus TV in den Einzelhandel verlängern. Damit reagiert ProSiebenSat.1 auf das veränderte Konsumentenverhalten: Verschiedene Medien und Kanäle werden parallel genutzt, sodass sich TV, digitales Entertainment und Commerce immer stärker ergänzen und konvergieren. → [Strategie und Ziele, Seite 107](#)
→ [Strategisches Markenportfolio der ProSiebenSat.1 Group, Seite 104](#)

Einstieg in wachstumsstarke Geschäftsfelder durch Portfolioerweiterungen: Die erfolgreiche M&A-Strategie hat das Wachstum des Konzerns nachhaltig gestärkt. Während das Unternehmen in den vergangenen Jahren sein Portfolio insbesondere durch kleinere Beteiligungen über Media-for-Equity- bzw. Media-for-Revenue-Share-Partizipationen erweitert oder mit strategischen Partnern zusammengearbeitet hat, erfolgten seit dem zweiten Halbjahr 2015 auch größere Akquisitionen. Einen Schwerpunkt der Investitionen bildete der dynamisch wachsende Online-Handel. → [Marktumfeld des Commerce-Geschäfts, Seite 133](#)

Portfoliomaßnahmen bergen zusätzliche Chancen. ProSiebenSat.1 hat im November 2016 über eine Kapitalerhöhung den finanziellen Spielraum für künftige Zukäufe erhöht und prüft kontinuierlich, ob sich attraktive Chancen für Akquisitionen oder Kooperationen bieten. Strategisch relevant sind für ProSiebenSat.1 vor allem Produkte und Dienstleistungen, die sich wertsteigernd über das Breitenmedium TV vermarkten lassen. Durch TV-Werbung kann der Konzern die Umsätze seiner Beteiligungen ohne hohe Cash-Investitionen schnell und effektiv steigern. Dies sind wichtige Grundpfeiler unserer M&A-Strategie. Neue Beteiligungen müssen sich darüber hinaus besonders gut mit dem bestehenden Digitalportfolio vernetzen lassen. Dadurch ergeben sich Umsatz- und Kostensynergien.

Das Commerce-Portfolio war 2017 der wichtigste Umsatztreiber des Konzerns. Dies will das Unternehmen fortsetzen. Seit dem 1. Januar 2018 ist ProSiebenSat.1 im Commerce-Geschäft unter dem Namen NCG – NuCom Group aktiv und bündelt die Tochterunternehmen thematisch in Verticals. Ziel ist der weitere Portfolioausbau und die Beschleunigung des Wachstums.

Zusätzliche Chancen aus der Entwicklung von Rahmenbedingungen

Die deutsche Wirtschaft hat ihr solides Wachstum 2017 fortgesetzt. Wir erwarten, dass sich die makroökonomischen Rahmenbedingungen auch perspektivisch positiv entwickeln. Der TV-Werbemarkt profitiert von der Digitalisierung und neuen Technologien wie HbbTV, sodass Werbetreibende ihre Budgets von Print- zu Bewegtbild-Werbung verlagern. ProSiebenSat.1 hat in diesem Zusammenhang bis 2022 ein Marktwachstum von rund 660 Mio Euro netto identifiziert. Vor diesem Hintergrund rechnen wir in unseren Budgetplanungen für den deutschen TV-Werbemarkt für die kommenden fünf Jahre mit Steigerungsraten von durchschnittlich bis zu 2 bis 3 Prozent in unserem Kernmarkt Deutschland. → [Konjunkturelle Entwicklung, Seite 125](#) → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 166](#)

Eine positive Abweichung von dieser wichtigen Planungsprämisse könnte das profitable Wachstum der gesamten Gruppe beschleunigen. Darüber hinaus könnten sich regulatorische Änderungen positiv auf die Umsatzentwicklung auswirken. Zusätzliche Umsätze könnten sich für private Anbieter insbesondere aus einer Reduzierung von Werbung bei den öffentlich-rechtlichen Sendern ergeben. ProSiebenSat.1 erwartet in diesem Kontext ein zusätzliches Marktvolumen von über 300 Mio Euro jährlich; von einem Werbeverzicht der

Öffentlich-Rechtlichen würde der Konzern als führendes Vermarktungsunternehmen deutlich profitieren.

109 / GESAMTAUSSAGE ZUR RISIKO- UND CHANCENLAGE AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG

Wir wachsen dynamisch, da wir in der Lage sind Marktveränderungen früh zu erkennen und zu nutzen. Bis 2022 rechnen wir mit einem Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich (CAGR), weitere Portfoliomaßnahmen und insbesondere größere Akquisitionen bergen zusätzliche Chancen. Die digitale Entwicklung eröffnet uns für alle Segmente neue Wachstumsmärkte. Sie birgt jedoch auch Risiken. Ebenso wichtig wie das Erkennen und Nutzen von Chancen ist für unser Unternehmen daher die Identifizierung und Steuerung von potenziellen Risiken.

Nach unserer Einschätzung sind keine Risiken erkennbar, die einzeln – oder in Wechselwirkung mit anderen Risiken – zu einer maßgeblichen bzw. dauerhaften Beeinträchtigung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage führen könnten. Die identifizierten Risiken haben keinen bestandsgefährdenden Charakter, auch in die Zukunft gerichtet. Der Vorstand bewertet die Gesamtrisikolage zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts vor diesem Hintergrund weiterhin als begrenzt, wengleich sich das Gesamtrisiko leicht erhöht hat. Die Chancensituation hat sich nicht verändert. Akquisitionen sind Teil unserer Strategie, wie wir den Wandel vom TV- zum Digitalkonzern vorantreiben.

PROGNOSE- BERICHT



beträgt die Spannweite, in der sich der Verschuldungsgrad der ProSiebenSat.1 Group auch künftig bewegen soll. Damit bestätigen wir unsere Finanzpolitik in Bezug auf den Verschuldungsgrad; dieser betrug zum Jahresende 1,6x.

KÜNFTIGE WIRTSCHAFTLICHE UND BRANCHENSPEZIFISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

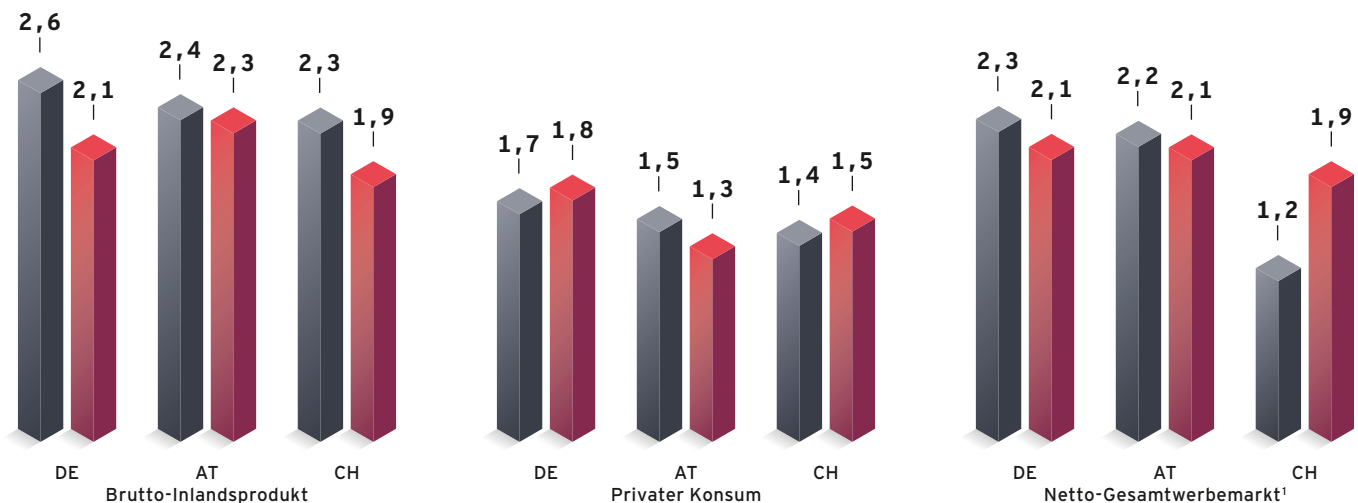
Die Wirtschaftsinstitute rechnen für 2018 mit einer Fortsetzung des robusten Aufwärtstrends. Nachdem 2017 für den Netto-Werbemarkt ein eher schwieriges Jahr war, sind die Wachstumsprognosen der Branchenexperten für Bewegtbild-Werbung im TV und in digitalen Medien für 2018 wieder positiver. Gleichzeitig gewinnen auch E-Commerce-Angebote weiter an Relevanz.

Die deutsche Wirtschaft dürfte im Jahr 2017 real um 2,2 Prozent gewachsen sein; zuvor hatten die Wirtschaftsforschungsinstitute ihre Konjunkturprognosen für das abgelaufene Jahr mehrfach deutlich nach oben angepasst. Auch für 2018 rechnen die Institute damit, dass sich der robuste Aufwärtstrend weiter fortsetzt. Der private Konsum dürfte bei steigender Beschäftigung und höheren Einkommen erneut solide expandieren. Zugleich sollten die Bautätigkeit, Unternehmensinvestitionen und Exporte von der guten weltwirtschaftlichen Lage, steigender Nachfrage sowie günstigen Finanzierungsbedingungen profitieren. Vor diesem Hintergrund liegen die Wachstumserwartungen für das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) zwischen 2,2 Prozent (DIW) und 2,6 Prozent (ifo Institut), für den privaten Konsum zwischen

1,5 Prozent (DIW) und 2,0 Prozent (Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle, IWH). Für den Euroraum erwartet der Internationale Währungsfonds (IWF) im Jahr 2018 ein Wachstum von 2,2 Prozent (Vorjahr: 2,4%), die Weltwirtschaft dürfte um 3,9 Prozent expandieren (Vorjahr: 3,7%). Es bestehen jedoch zugleich signifikante geopolitische Unsicherheitsfaktoren wie der Nordkorea-Konflikt, die laufenden Brexit-Verhandlungen oder erneute Verwerfungen im europäischen Bankensektor. → [Konjunkturelle Entwicklung, Seite 125](#) → [Risikobericht, Seite 153](#)

Der deutsche Netto-TV-Werbemarkt konnte im Jahr 2017 weniger von den positiven makroökonomischen Daten profitieren. Ursache waren branchenspezifische Entwicklungen, deren Dauer und Wirkungskraft

110 / ERWARTETE ENTWICKLUNG DES BIP, DES PRIVATEN KONSUMS SOWIE DES NETTO-GESAMTWERBEMARKTS IN DEN FÜR PROSIEBENSAT.1 WICHTIGEN LÄNDERN in Prozent, Veränderung gegenüber Vorjahr



■ 2018 ■ 2019

Quellen: D: Destatis, ifo Konjunkturprognose von 14.12.2017. / AT: European Commission, European Economic Forecast Herbst 2017.

CH: SECO Konjunkturprognose vom 19.12.2017.

¹ZenithOptimedia, Advertising Expenditure Forecast Dezember 2017, Zahlen auf Netto-Basis angepasst, dennoch methodische Unterschiede zwischen den Ländern und Quellen.

sich bisher noch nicht abschließend beurteilen lassen. Die Abschwächung im Berichtszeitraum betrifft jedoch nicht nur den deutschen TV-Werbemarkt, sondern den gesamten europäischen Werbemarkt. Bereits im August 2017 hatten große Werbeagenturen ihre Umsatzprognosen korrigiert. Vor diesem Hintergrund prognostizieren die Agenturgruppen nun für das Sportjahr 2018 ein TV-Netto-Marktwachstum zwischen 1,0 Prozent und 3,5 Prozent (WARC: 3,5%, ZenithOptimedia: 2,8%, Magna Global: 1,0%). Für das Jahr 2018 gehen die Mediaagenturen von einem Netto-Wachstum des deutschen Gesamtwerbemarkts zwischen 1,7 Prozent und 2,3 Prozent aus (WARC: 2,3%, ZenithOptimedia: +2,3%, Magna Global: 1,7%). InStream-Videowerbung dürfte sich dynamisch entwickeln und das Wachstum des Online-Werbemarkts treiben. Die Agenturgruppen rechnen mit einem Netto-Wachstum des Online-Werbemarkts in Deutschland von rund sieben Prozent (WARC: 6,1%, ZenithOptimedia: 8,0%, Magna Global: 8,7%). → [Entwicklung des TV- und Online-Werbemarkts, Seite 131](#)

Auch VoD wird sein Wachstum weiter fortsetzen. Der für ProSiebenSat.1 relevante SVoD-Markt soll laut Statista Digital Market Outlook im Jahr 2018 rund 601 Mio Euro generieren (2017: 534 Mio Euro). Bis 2020 soll das Marktvolumen 665 Mio Euro betragen. Für den Pay-VoD-Markt (Abonnements und Einzelabrufe) rechnet Statista für 2018 mit einem Volumen von 864 Mio Euro. Der PayTV-Markt dürfte laut Prognosen von PwC, VPRT, Astra und OVum bis 2021 auf ein Volumen von 4,2 Mrd Euro steigen. → [Entwicklung von Medienkonsum und Werbewirkung, Seite 125](#)

Der digitale Handel dürfte laut Digital Market Outlook von Statista bis 2022 jährliche Wachstumsraten von rund 7 Prozent erzielen, da immer mehr Produkte und Dienstleistungen im Internet gekauft werden. Insgesamt dürfte der E-Commerce-Markt in Deutschland 2018 um 10 Prozent auf ein Marktvolumen von rund 63 Mrd Euro wachsen. Das Institut für Handelsforschung Köln rechnet bis zum Jahr 2021 mit Online-Umsätzen von 80,4 Mrd Euro; der Anteil des Online-Handels am Einzelhandel soll auf 13,1 Prozent steigen. Der Anteil des Mobile-Shoppings könnte sich bis 2021 auf 61 Prozent des Online-Umsatzes erhöhen. Dies würde einem Online-Mobile-Umsatz von rund 49 Mrd Euro entsprechen.

Die verschiedenen Branchen entwickeln sich unterschiedlich dynamisch, der Markt für Online-Vergleichsportale für die Bereiche Energie, Telko, Autoversicherungen und Konsumentenkredite dürfte bis 2020 auf ein Volumen von rund 900 Mio Euro anwachsen. Das entspricht einer Wachstumsrate von 12 Prozent seit 2016. Der Online-Dating-Markt dürfte laut Statista Digital Market Outlook bis 2020 um 15,7 Prozent steigen, für den auf Erlebnisse spezialisierten Markt prognostiziert OC&C Strategy Consultants¹ bis 2022 jährliche Wachstumsraten von ca. 5 bis 7 Prozent.

¹ Im Rahmen eines für die ProSiebenSat.1 Group erstellten Commercial Due Diligence Report.

UNTERNEHMENSAUSBLICK

Aufgrund der positiven Marktprognosen für das Entertainment-Geschäft sowie der konsequenten Diversifizierung und Transformation des Konzerns rechnen wir 2018 mit einem weiteren Umsatzanstieg. Die Profitabilität bzw. adjusted EBITDA-Marge von ProSiebenSat.1 soll dabei weiterhin im mittleren 20-Prozentbereich liegen. Bis 2022 streben wir eine Umsatzsteigerung im mittleren einstelligen Prozentbereich an (CAGR).

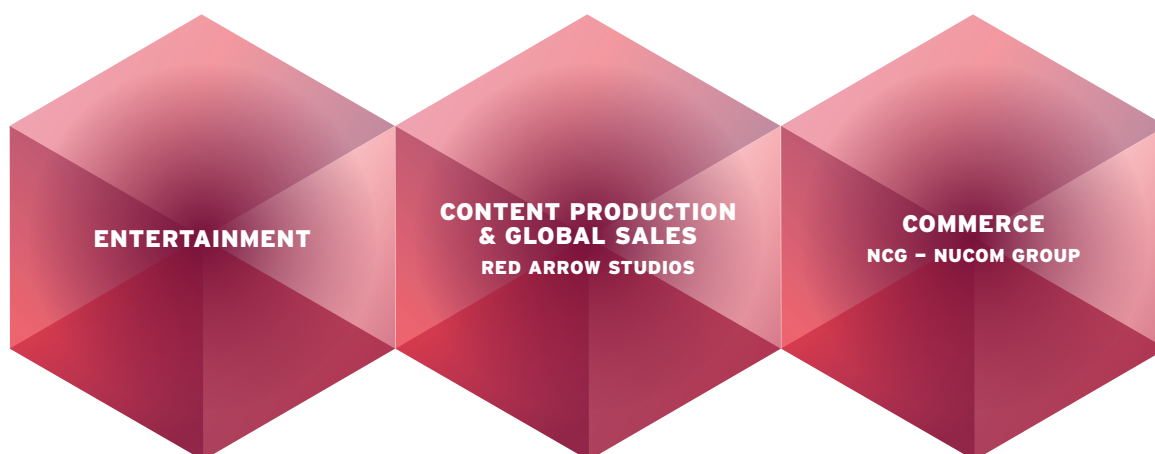
NEUE SEGMENTSTRUKTUR

Die ProSiebenSat.1 Group treibt die digitale Transformation → [Abb. 112](#) voran und bündelt ihr Portfolio seit Anfang 2018 in den drei Säulen Entertainment, Content Production & Global Sales sowie Commerce. Damit reagiert die Gruppe auf das dynamische Umfeld und positioniert sich in verbesserter Aufstellung für weiteres profitables Wachstum. Im Rahmen dieser Neuausrichtung auf eine Drei-Säulen-Strategie will der Konzern zudem Einsparpotenziale von über 50 Mio Euro netto bis 2019/2020 realisieren, die trotz weiterer Investitionen in das Programm sowie in Bereiche wie AdTech und Data eine verbesserte Kostenentwicklung im Segment Entertainment mit sich bringen werden. Die neue Segmentstruktur wird im vorliegenden Unternehmensausblick entsprechend reflektiert. → [Organisation und Konzernstruktur, Seite 102](#) → [Chancenbericht, Seite 162](#)

111 / ERLÄUTERUNGEN ZUR PROGNOSE

Aufgrund von geplanten Anpassungen bei den Zielparametern im Vergütungssystem entfällt das EBITDA als einer der bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren für die Segmente Entertainment und Commerce. Die qualifiziert-komparativen Prognosen für die Segmentkennzahlen externer Umsatz und adjusted EBITDA (stabil, gering, mittel und deutlich) basieren auf den erwarteten positiven bzw. negativen prozentualen Abweichungen gegenüber dem Vorjahr. Auswirkungen aus der Umstellung auf die neuen IFRS-Rechnungslegungsstandards (insbesondere IFRS 16) zum 1. Januar 2018 sind in der Prognose reflektiert. Die getroffenen Angaben beruhen auf der vom Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedeten Planung. Unsere Aussagen orientieren sich zudem an den aktuellen Konjunktur- und Branchendaten zum Zeitpunkt der Aufstellung des Berichts. → [Anhang, „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften“, Seite 256](#) → [Planung und Steuerung, Seite 108](#) → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 166](#)

112 / NEUE SEGMENTSTRUKTUR SEIT 1. JANUAR 2018



PROGNOSE 2018

Die Marktprognosen für unser Entertainment-Geschäft sind positiv. Zugleich haben wir durch die weitere Diversifizierung und Transformation von ProSiebenSat.1 die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft gestellt. Deshalb rechnen wir damit, 2018 den Konzernumsatz weiter zu steigern → [Abb. 113](#). Die Profitabilität bzw. adjusted EBITDA-Marge der Gruppe soll dabei weiterhin im mittleren 20-Prozentbereich und damit auf dem hohen Niveau des Vorjahres liegen. Für den bereinigten Konzernüberschuss (adjusted net income) geht die Gruppe von einer Konversionsrate des adjusted EBITDA zum bereinigten Konzernüberschuss ebenfalls auf dem hohen Niveau des Vorjahres aus. Zusätzliche Beiträge durch Akquisitionen, die im laufenden Jahr gegebenenfalls erfolgen werden, sind in diesem Finanzausblick noch nicht reflektiert. → [Chancenbericht, Seite 162](#)

Bei seinen M&A-Aktivitäten verfolgt ProSiebenSat.1 eine nachhaltige Finanzierungspolitik mit einem Zielkorridor für den Verschuldungsgrad von 1,5 bis 2,5. Daran hält der Konzern auch künftig fest. Gleichzeitig schreibt ProSiebenSat.1 seine ertragsorientierte Dividendenpolitik fort. Ziel ist es, jährlich 80 bis 90 Prozent des bereinigten Konzernüberschusses als Dividende auszuschütten. → [Die ProSiebenSat.1-Aktie, Seite 95](#)

113 / ERWARTETE KONZERN-KENNZAHLEN 2018

	2017	Prognose 2018
Umsatzerlöse (in Mio Euro)	4.078	Anstieg im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich
Adjusted EBITDA-Marge (in %)	25,8	Mittlerer 20-Prozentbereich
Bereinigter Konzernüberschuss (adjusted net income) (Konversionsrate des adjusted EBITDA zum bereinigten Konzernüberschuss in %)	52	~50%
Verschuldungsgrad (Netto-Finanzverschuldung/ LTM adjusted EBITDA)	1,6x	1,5x – 2,5x

Im Segment Entertainment planen wir für 2018 mit einem geringen Umsatzanstieg; das Umsatzwachstum wird zu einem ebenfalls geringen Anstieg des adjusted EBITDA führen. Wir rechnen zudem weiterhin damit, unsere führende Position bei den Zuschauermarktanteilen in der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen auf hohem Niveau halten zu können. Im Segment Content Production & Global Sales gehen wir für 2018 sowohl von einer deutlichen Umsatzsteigerung als auch einem deutlichen Anstieg beim adjusted EBITDA aus. Für das Commerce-Segment prognostizieren wir für den externen Umsatz einen geringen Rückgang sowie für das adjusted EBITDA einen Rückgang im mittleren Bereich. → [Abb. 114](#)

114 / ERWARTETE SEGMENT-KENNZAHLEN 2018

in Mio Euro

	2017	Prognose 2018
Entertainment		
Externer Umsatz	2.737	Geringer Anstieg
Adjusted EBITDA	898	Geringer Anstieg
Content Production & Global Sales		
Externer Umsatz	523	Deutlicher Anstieg
Adjusted EBITDA	18	Deutlicher Anstieg
Commerce¹		
Externer Umsatz	818	Geringer Rückgang
Adjusted EBITDA	135	Mittlerer Rückgang

¹ Unter Berücksichtigung der Entkonsolidierungseffekte aus dem Travel-Bereich.

MITTELFRISTIGE FINANZZIELE

ProSiebenSat.1 hat am 6. Dezember 2017 auf seinem Kapitalmarkttag (Capital Markets Day) seine bisherigen Finanzziele für das Jahr 2018 in neue mittelfristige Umsatzwachstums- und Margenspannen überführt. Der Konzern rechnet damit, das profitable Wachstum fortzusetzen und strebt bis 2022 einen Umsatzanstieg im mittleren einstelligen Prozentbereich an (CAGR). Gleichzeitig rechnet der Konzern mittelfristig mit einer weiteren Steigerung des operativen Ergebnisses und einer Profitabilität im mittleren 20-Prozentbereich bezogen auf das adjusted EBITDA.

115 / VORAUSSCHAUENDE AUSSAGEN

Prognosen basieren auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Wir stützen uns dabei auf unsere Budgetplanung sowie umfassende Markt- und Wettbewerbsanalysen. Die prognostizierten Werte werden in Übereinstimmung mit den im Abschluss angewendeten Rechnungslegungsgrundsätzen und in Konsistenz mit den im Lagebericht beschriebenen Bereinigungen ermittelt. Prognosen sind naturgemäß jedoch mit gewissen Unsicherheiten verbunden, die zu positiven oder negativen Planabweichungen führen können. Sollten Unwägbarkeiten eintreten oder die den vorausschauenden Aussagen zugrundeliegenden Prämissen nicht weiter zutreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Entwicklungen, die diese Prognose belasten könnten, sind zum Beispiel eine geringere Konjunkturdynamik als zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts erwartet. Diese und weitere Faktoren werden ausführlich im Risiko- und Chancenbericht erläutert. Dort berichten wir auch über zusätzliche Wachstumspotenziale; Chancen, die wir bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert haben, könnten sich etwa aus unternehmensstrategischen Entscheidungen ergeben. Risikopotenziale werden systematisch und regelmäßig im Rahmen des konzernweiten Risikomanagementprozesses erfasst. Wesentliche Ereignisse nach dem Ende der Berichtsperiode werden im Anhang → [Ziffer 36 „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“](#), [Seite 242](#), erläutert. Veröffentlichungstermin des Geschäftsberichts 2017 ist der 15. März 2018.

116 / GESAMTAUSSAGE ZUR KÜNFTIGEN ENTWICKLUNG AUS SICHT DER UNTERNEHMENSLEITUNG

In die Zukunft blicken wir zuversichtlich: Die Prognosen für das Fernsehgeschäft und unsere digitalen Märkte sind positiv. Zugleich haben wir über die Weiterentwicklung unserer Digital- und Diversifikationsstrategie die Weichen für weiteres Wachstum gestellt. Vor diesem Hintergrund rechnen wir für 2018 mit einem Anstieg des Konzernumsatzes sowie einer Profitabilität bzw. adjusted EBITDA-Marge im mittleren 20-Prozentbereich.

Unser Ziel ist es, den Wert des Unternehmens kontinuierlich zu steigern und neue Umsatzträger zu etablieren, von denen unsere Aktionäre nachhaltig profitieren. Mit freien Werbezeiten im TV verfügen wir über eine zusätzliche Investitionswährung. Sie ermöglicht es uns, ohne hohe Barmittel in Wachstum zu investieren und zugleich eine attraktive Dividende auszuschütten. An unserer ertragsorientierten Dividendenpolitik halten wir ebenso fest wie an einem Zielkorridor für den Verschuldungsgrad von 1,5 bis 2,5.

FAK

TEN

**KONZERN-
ABSCHLUSS**

SCHAF

FEN

174 ___ GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

175 ___ GESAMTERGEBNISRECHNUNG

176 ___ BILANZ

178 ___ KAPITALFLUSSRECHNUNG

180 ___ EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

181 ___ ANHANG

KENNZAHLEN



MIO EURO

betrug der Unternehmenswert, welcher der Veräußerung von Etraveli im August 2017 zugrunde lag. Die Veräußerung ging auf einen strategischen Review-Prozess des Online-Reisegeschäfts der ProSiebenSat.1 Group zurück und dient der strukturellen Fokussierung der Segmente des Konzerns.

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

117 / GEWINN-UND VERLUSTRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

		2017	2016
FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN			
1. Umsatzerlöse	[5]	4.078	3.799
2. Umsatzkosten	[6]	- 2.390	- 2.020
3. Bruttoergebnis vom Umsatz		1.688	1.779
4. Vertriebskosten	[7]	- 577	- 520
5. Verwaltungskosten	[8]	- 590	- 506
6. Sonstige betriebliche Aufwendungen	[9]	- 33	- 11
7. Sonstige betriebliche Erträge	[10]	332	34
8. Betriebsergebnis		820	777
9. Zinsen und ähnliche Erträge		2	5
10. Zinsen und ähnliche Aufwendungen		- 85	- 89
11. Zinsergebnis	[11]	- 83	- 84
12. Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	[12]	- 10	- 1
13. Sonstiges Finanzergebnis	[12]	- 82	- 34
14. Finanzergebnis		- 174	- 119
15. Ergebnis vor Steuern		646	658
16. Ertragsteuern	[13]	- 165	- 206
17. Konzernergebnis fortgeführter Aktivitäten		481	452
NICHT-FORTGEFÜHRTE AKTIVITÄTEN			
18. Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten nach Steuern		- / -	- 42
KONZERNERGEBNIS			
		481	410
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis			
		471	402
Ergebnisanteil anderer Gesellschafter			
		10	8
in Euro			
Ergebnis je Aktie			
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	[14]	2,06	1,86
Verwässertes Ergebnis je Aktie	[14]	2,04	1,82
Ergebnis je Aktie fortgeführter Aktivitäten			
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	[14]	2,06	2,05
Verwässertes Ergebnis je Aktie	[14]	2,04	2,02
Ergebnis je Aktie nicht-fortgeführter Aktivitäten			
Unverwässertes Ergebnis je Aktie	[14]	- / -	- 0,19
Verwässertes Ergebnis je Aktie	[14]	- / -	- 0,19

GESAMTERGEBNISRECHNUNG

118 / GESAMTERGEBNISRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	2017	2016
Konzernergebnis	481	410
Zukünftig erfolgswirksam umzugliedernde Posten		
Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung ¹	- 43	- 4
Bewertung von Cashflow Hedges	- 215	37
Latente Steuern auf direkt mit dem Eigenkapital verrechnete Wertänderungen	60	- 10
Umklassifizierung im Rahmen von Entkonsolidierungen	8	-/-
Zukünftig nicht erfolgswirksam umzugliedernde Posten		
Bewertungseffekte aus Pensionsverpflichtungen	0	- 1
Latente Steuern auf Bewertungseffekte aus Pensionsverpflichtungen	0	0
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	- 189	22
Konzern-Gesamtergebnis	292	432
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Gesamtergebnis	284	424
Gesamtergebnisanteil anderer Gesellschafter	8	8

¹ Enthält Anteile anderer Gesellschafter aus Währungsumrechnungsdifferenzen für 2017 in Höhe von minus 3 Mio Euro (2016: 0 Mio Euro).

BILANZ

119 / BILANZ DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

		31.12.2017	31.12.2016
A. Langfristige Vermögenswerte			
I. Geschäfts- oder Firmenwerte	[16]	1.831	1.860
II. Sonstige immaterielle Vermögenswerte	[17]	745	817
III. Sachanlagen	[18]	205	216
IV. At-Equity bewertete Anteile	[19]	108	109
V. Langfristige finanzielle Vermögenswerte	[21]	175	331
VI. Programmvermögen	[20]	1.021	1.166
VII. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	[22]	4	11
VIII. Latente Ertragsteueransprüche	[13]	34	30
		4.123	4.540
B. Kurzfristige Vermögenswerte			
I. Programmvermögen	[20]	177	146
II. Vorräte		39	29
III. Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	[21]	52	91
IV. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	[21]	501	446
V. Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern		41	23
VI. Übrige Forderungen und Vermögenswerte	[22]	53	57
VII. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	[23]	1.552	1.271
VIII. Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	[4]	32	-/-
		2.446	2.064
Bilanzsumme		6.569	6.603

KONZERNABSCHLUSS
BILANZ

119 / BILANZ DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

		31.12.2017	31.12.2016
A. Eigenkapital	[24]		
I. Gezeichnetes Kapital		233	233
II. Kapitalrücklage		1.055	1.054
III. Erwirtschaftetes Konzerneigenkapital		79	42
IV. Eigene Anteile		- 13	- 14
V. Kumuliertes übriges Eigenkapital		- 16	171
VI. Sonstiges Eigenkapital		- 113	- 79
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital		1.225	1.408
VII. Anteile anderer Gesellschafter		26	24
		1.252	1.432
B. Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Finanzverbindlichkeiten	[27]	3.180	3.178
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	[27]	473	406
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[27]	50	70
IV. Übrige Verbindlichkeiten	[28]	7	16
V. Rückstellungen für Pensionen	[25]	27	26
VI. Sonstige Rückstellungen	[26]	46	42
VII. Latente Ertragsteuerschulden	[13]	253	335
		4.036	4.073
C. Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen			
I. Finanzverbindlichkeiten	[27]	4	7
II. Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	[27]	145	102
III. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	[27]	541	527
IV. Übrige Verbindlichkeiten	[28]	357	303
V. Steuerrückstellungen	[13]	120	76
VI. Sonstige Rückstellungen	[26]	107	83
VII. Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	[4]	6	-/-
		1.281	1.099
Bilanzsumme		6.569	6.603

KAPITALFLUSSRECHNUNG

120 / KAPITALFLUSSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	2017	2016
Ergebnis fortgeführter Aktivitäten	481	452
Ergebnis nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-42
Konzernergebnis	481	410
Ertragsteuern	165	206
Finanzergebnis	174	119
Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen	263	206
Abschreibungen/Wertaufholungen auf Programmvermögen	1.140	912
Veränderung der Pensionsrückstellungen und sonstigen Rückstellungen	4	25
Ergebnis aus dem Verkauf von Vermögenswerten	-303	-7
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge	4	3
Veränderung Working Capital	-88	-14
Erhaltene Dividende	6	6
Gezahlte Steuern	-164	-210
Gezahlte Zinsen	-65	-82
Erhaltene Zinsen	3	3
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit fortgeführter Aktivitäten	1.621	1.619
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-42
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit Gesamt	1.621	1.577
Einzahlungen aus dem Verkauf von Sachanlagen, sonstigen immateriellen und anderen langfristigen Vermögenswerten	38	33
Auszahlungen für die Beschaffung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen	-156	-160
Auszahlungen für die Beschaffung von finanziellen Vermögenswerten	-28	-90
Einzahlungen aus dem Verkauf von Programmvermögen	23	17
Auszahlungen für die Beschaffung von Programmvermögen	-1.048	-992
Auszahlungen von Darlehen an externe Parteien	0	0
Einzahlungen von Darlehen von externen Parteien	1	0
Einzahlungen von Darlehen an finanzielle Vermögenswerte	1	-/-
Auszahlungen aus dem Erwerb von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich übernommener Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente)	-197	-420
Einzahlungen aus dem Verkauf von konsolidierten Unternehmen und sonstigen Geschäftseinheiten (abzüglich abgegangener Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente)	473	-11
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	-894	-1.623
Free Cashflow fortgeführter Aktivitäten	728	-4
Free Cashflow nicht-fortgeführter Aktivitäten	-/-	-42
Free Cashflow	728	-46

KONZERNABSCHLUSS
KAPITALFLUSSRECHNUNG

120 / KAPITALFLUSSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP in Mio Euro

	2017	2016
Free Cashflow (Übertrag von 178)	728	- 46
Auszahlungen Dividenden	- 435	- 386
Auszahlungen zur Rückführung von verzinslichen Verbindlichkeiten	- 9	- 316
Einzahlungen aus Aufnahme von verzinslichen Verbindlichkeiten	7	807
Auszahlungen zur Rückführung von Leasingverbindlichkeiten	- 16	- 15
Einzahlungen aus dem Verkauf eigener Anteile	2	6
Einzahlungen aus Kapitalerhöhung	-/-	512
Einzahlungen aus dem Verkauf von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	52	-/-
Auszahlungen für den Erwerb von Gesellschaftsanteilen ohne Änderung der Kontrolle	- 9	- 1
Einzahlungen in das Kapital von anderen Gesellschaften	1	1
Auszahlungen von Finanzierungskosten	- 5	- 2
Auszahlungen von Dividenden an andere Gesellschafter	- 15	- 21
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführter Aktivitäten	- 426	584
Wechselkursbedingte Änderungen des Finanzmittelbestands	- 14	0
Veränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	288	537
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenanfang	1.271	734
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	1.559	1.271
Abzüglich zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende	7	-/-
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum Periodenende aus fortgeführten Aktivitäten (Konzernbilanz)	1.552	1.271

EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG

121 / EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP 2016 in Mio Euro

	Kumuliertes übriges Eigenkapital											
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Eigene Anteile	Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Bewertungseffekte aus Pensionsverpflichtungen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesellschafter	Konzern-eigenkapital
31. Dezember 2015	219	600	26	- 20	22	185	- 8	- 50	- 54	922	21	943
Konzernergebnis	-/-	-/-	402	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	402	8	410
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	- 4	37	- 1	- 10	-/-	22	0	22
Konzern-Gesamtergebnis	-/-	-/-	402	-/-	- 4	37	- 1	- 10	-/-	424	8	432
Dividenden	-/-	-/-	- 386	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	- 386	- 21	- 407
Anteilsbasierte Vergütungen	-/-	- 47	-/-	6	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	- 41	-/-	- 41
Kapitalerhöhung	14	498	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	513	-/-	513
Sonstige Veränderungen	-/-	2	0	0	-/-	-/-	-/-	-/-	- 25	- 23	16	- 7
31. Dezember 2016	233	1.054	42	- 14	18	221	- 9	- 59	- 79	1.408	24	1.432

122 / EIGENKAPITALVERÄNDERUNGSRECHNUNG DER PROSIEBENSAT.1 GROUP 2017 in Mio Euro

	Kumuliertes übriges Eigenkapital											
	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Erwirtschaftetes Konzern-eigenkapital	Eigene Anteile	Unterschiedsbetrag aus Währungsumrechnung	Bewertung von Cashflow-Hedges	Bewertungseffekte aus Pensionsverpflichtungen	Latente Steuern	Sonstiges Eigenkapital	Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zustehendes Eigenkapital	Anteile anderer Gesellschafter	Konzern-eigenkapital
31. Dezember 2016	233	1.054	42	- 14	18	221	- 9	- 59	- 79	1.408	24	1.432
Konzernergebnis	-/-	-/-	471	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	471	10	481
Sonstige im Eigenkapital erfasste Ergebnisse	-/-	-/-	-/-	-/-	- 40	- 215	0	60	-/-	- 195	- 3	- 198
Umklassifizierung im Rahmen von Entkonsolidierungen	-/-	-/-	-/-	-/-	8	-/-	-/-	-/-	-/-	8	-/-	8
Konzern-Gesamtergebnis	-/-	-/-	471	-/-	- 32	- 215	0	60	-/-	284	8	292
Dividenden	-/-	-/-	- 435	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	- 435	- 15	- 450
Anteilsbasierte Vergütungen	-/-	3	-/-	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	3	-/-	3
Sonstige Veränderungen	-/-	- 1	0	0	-/-	-/-	-/-	-/-	- 34	- 35	10	- 25
31. Dezember 2017	233	1.055	79	- 13	- 14	7	- 9	1	- 113	1.225	26	1.252

ANHANG



182 _ Grundlagen des Konzernabschlusses

- 182 _ Allgemeine Angaben
- 183 _ Segmentberichterstattung
- 188 _ Konsolidierungskreis
- 189 _ Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen

196 _ Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

- 196 _ Umsatzerlöse
- 198 _ Umsatzkosten
- 198 _ Vertriebskosten
- 199 _ Verwaltungskosten
- 199 _ Sonstige betriebliche Aufwendungen
- 199 _ Sonstige betriebliche Erträge
- 199 _ Zinsergebnis
- 200 _ Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis
- 201 _ Ertragsteuern
- 203 _ Ergebnis je Aktie
- 204 _ Sonstige Angaben

205 _ Erläuterungen zur Bilanz

- 205 _ Geschäfts- oder Firmenwerte
- 207 _ Sonstige immaterielle Vermögenswerte
- 210 _ Sachanlagen
- 211 _ At-Equity bewertete Anteile
- 213 _ Programmvermögen
- 214 _ Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte
- 216 _ Übrige Forderungen und Vermögenswerte

- 216 _ Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

- 217 _ Eigenkapital

- 220 _ Rückstellungen für Pensionen

- 222 _ Sonstige Rückstellungen

- 223 _ Finanzielle Verbindlichkeiten

- 224 _ Übrige Verbindlichkeiten

225 _ Sonstige Erläuterungen

- 225 _ Eventualverbindlichkeiten

- 226 _ Sonstige finanzielle Verpflichtungen

- 227 _ Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten

- 237 _ Anteilsbasierte Vergütung

- 239 _ Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen

- 242 _ Honorare des Abschlussprüfers

- 242 _ Corporate Governance

- 242 _ Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

244 _ Zusammenfassung der wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze

256 _ Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften

260 _ Mitglieder des Vorstands

261 _ Mitglieder des Aufsichtsrats

262 _ Anteilsbesitzliste

ANHANG

GRUNDLAGEN DES KONZERNABSCHLUSSES

1 / Allgemeine Angaben

Gegenstand des Konzernabschlusses sind die ProSiebenSat.1 Media SE und ihre Tochtergesellschaften (zusammen „das Unternehmen“, „der Konzern“ oder „ProSiebenSat.1 Group“).

Die ProSiebenSat.1 Media SE mit Sitz in Unterföhring ist eine börsennotierte Aktiengesellschaft nach europäischem Recht und als Konzernobergesellschaft unter der Firma ProSiebenSat.1 Media SE beim Amtsgericht München, Deutschland, (HRB 219 439) eingetragen und gehört mit ihren Tochtergesellschaften zu den führenden Medienunternehmen Europas.

Der Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Group für das am 31. Dezember 2017 endende Geschäftsjahr wurde in Übereinstimmung mit den am Abschlussstichtag gültigen International Financial Reporting Standards („IFRS“) 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 zusätzlichen Anforderungen des § 315a HGB wurden berücksichtigt.

Die ProSiebenSat.1 Media SE erstellt und veröffentlicht ihren Konzernabschluss in Euro. Teilweise sind Vorjahresangaben um die aktuelle Darstellung angepasst. Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen in diesem Konzernabschluss nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

VERWENDUNG VON ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN SOWIE SCHÄTZUNGSÄNDERUNGEN

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 tatsächlich anfallenden Beträge von den ursprünglich erwarteten Schätzwerten abweichen. Wenn die tatsächliche Entwicklung von der erwarteten abweicht, werden die Prämissen und, sofern erforderlich, die Buchwerte der betroffenen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten entsprechend (erfolgswirksam) angepasst.

Annahmen und Schätzungen sind insbesondere bei folgenden bilanziellen Sachverhalten erforderlich und werden im Rahmen der jeweiligen Kapitel erläutert:

- Ansatz und Bewertung von Vermögenswerten (insbesondere Geschäfts- oder Firmenwerte (Ziffer 16 „Geschäfts- oder Firmenwerte“) und sonstigen immateriellen Vermögenswerten (Ziffer 17 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“)), sowie Verbindlichkeiten bei Unternehmenszusammenschlüssen (Ziffer 4 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen“),
- Beurteilung der Werthaltigkeit von immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer (insbesondere von Geschäfts- oder Firmenwerten (Ziffer 16 „Geschäfts- oder Firmenwerte“) sowie Marken (Ziffer 17 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“)),
- Festlegung von Nutzungsdauern langfristiger Vermögenswerte (Ziffer 17 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“ und Ziffer 18 „Sachanlagen“),
- Ansatz und Bewertung von Programmvermögen (Ziffer 20 „Programmvermögen“),

- _ Bewertung von Forderungen und erforderlichen Wertberichtigungen (Ziffer 21 „Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte“),
- _ Bewertung von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten (Ziffer 21 „Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte“, Ziffer 27 „Finanzielle Verbindlichkeiten“ sowie Ziffer 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“),
- _ Ansatz und Bewertung von Rückstellungen (Ziffer 26 „Sonstige Rückstellungen“) sowie
- _ Einschätzung zukünftiger Steuerentlastungen sowie unsichere Steuerpositionen (Ziffer 13 „Ertragsteuern“).

2 / Segmentberichterstattung

Gemäß IFRS 8 ist eine Abgrenzung von operativen Segmenten, basierend auf der unternehmensinternen Steuerung und Berichterstattung, vorzunehmen. Die Organisations- und Berichtsstruktur der ProSiebenSat.1 Group 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 Media SE ist in die vier Berichtssegmente „Broadcasting German-speaking“, „Digital Entertainment“, „Digital Ventures & Commerce“ sowie „Content Production & Global Sales“ unterteilt.

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

Zudem partizipiert das Segment Broadcasting German-speaking an den technischen Freischaltentgelten, die Kabelnetz-, Satelliten- und IPTV-Betreiber aus der Distribution der ProSiebenSat.1-HD-Sender erzielen. Die SAT.1-Regionalgesellschaften sowie der Bereich Pay-TV werden ebenfalls in diesem Segment ausgewiesen.

Zum Segment Digital Entertainment gehört das Online-Video-Geschäft mit dem Pay-Video-on-Demand-Portal maxdome, dem Digital-Studio Studio71, den Bereichen Ad-Video-on-Demand, AdTech und Data sowie das Adjacent-Geschäft.

Zum Segment Digital Ventures & Commerce gehören unter anderem E-Commerce-Verticals aus den Bereichen Online Travel, Online Price Comparison und Online Dating, sowie das Vertical Lifestyle-Commerce und das SevenVentures-Geschäft.

Das Segment Content Production & Global Sales umfasst alle Aktivitäten im Bereich Produktion und weltweiter Vertrieb von Programminhalten, die unter dem Dach der Red Arrow Studios gebündelt werden.

Die nachfolgende Tabelle enthält die Segmentinformationen der ProSiebenSat.1 Group:

123 / SEGMENTINFORMATIONEN 2017 in Mio Euro

	Segment Broadcasting German- speaking 2017	Segment Digital Entertain- ment 2017	Segment Digital Ventures & Commerce 2017	Segment Content Production & Global Sales 2017	Summe Segmente 2017	Sonstige/ Eliminierung 2017	Summe Konzern- abschluss 2017
Umsatzerlöse	2.386	489	1.001	427	4.303	-225	4.078
Außenumsatz	2.239	463	996	352	4.050	28	4.078
Innenumsatz	146	25	6	75	253	-253	-/-
Adjusted EBITDA	767	32	221	36	1.056	-6	1.050
Adjusted EBITDA-Marge	32,2%	6,5%	22,1%	8,5%	n/a	n/a	25,8%
EBITDA ¹	544	10	562	27	1.143	-59	1.084
Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen ¹	7	-7	-10	0	-10	-/-	-10
Zinsen und ähnliche Erträge ¹	7	1	0	0	8	-6	2
Zinsen und ähnliche Aufwendungen ¹	80	1	5	4	90	-6	85
Ertragsteuern ¹	152	-14	27	0	165	-/-	165
Planmäßige Abschreibungen	73	62	45	16	196	1	196
Wertminderungen	1	25	37	4	67	-/-	67
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendun- gen (-) und Erträge (+)	-1.150	-68	-28	-6	-1.252	16	-1.236
Segmentvermögen ¹	2.227	511	1.546	364	4.647	-77	4.570
davon Geschäfts- oder Firmenwerte	487	303	874	167	1.831	-/-	1.831
Segmentinvestitionen	1.114	84	25	1	1.224	-21	1.203
Segment Free Cashflow ¹	312	-50	588	-97	752	-25	728
At-Equity bewertete Anteile ¹	7	40	61	0	108	-/-	108
Segmentsschulden ¹	1.884	-27	-279	-11	1.567	66	1.632

¹ Diese Segmentinformationen werden im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

124 / SEGMENTINFORMATIONEN 2016 in Mio Euro

	Segment Broadcasting German- speaking 2016	Segment Digital Entertain- ment 2016	Segment Digital Ventures & Commerce 2016	Segment Content Production & Global Sales 2016	Summe Segmente 2016	Sonstige/ Eliminierung 2016	Summe Konzern- abschluss 2016
Umsatzerlöse	2.304	463	782	421	3.971	-172	3.799
Außenumsatz	2.210	442	768	362	3.782	17	3.799
Innenumsatz	94	21	14	60	188	-188	-/-
Adjusted EBITDA	760	37	180	47	1.024	-6	1.018
Adjusted EBITDA-Marge	33,0%	7,9%	23,0%	11,2%	n/a	n/a	26,8%
EBITDA ¹	747	37	168	44	996	-14	982
Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen ¹	7	-5	-4	0	-1	0	-1
Zinsen und ähnliche Erträge ¹	10	0	1	0	11	-6	5
Zinsen und ähnliche Aufwendungen ¹	80	2	6	7	95	-6	89
Ertragsteuern ¹	196	3	14	-8	206	0	206
Planmäßige Abschreibungen	66	60	35	19	181	0	181
Wertminderungen	5	11	4	4	25	0	25
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen (-) und Erträge (+)	-931	-52	-11	-7	-1.000	10	-990
Segmentvermögen ¹	2.218	558	1.680	333	4.789	-46	4.743
davon Geschäfts- oder Firmenwerte ²	464	313	932	151	1.860	0	1.860
Segmentinvestitionen	1.024	97	24	15	1.160	-8	1.151
Segment Free Cashflow ¹	449	-104	-301	-40	4	-8	-4
At-Equity bewertete Anteile ¹	7	49	50	4	109	0	109
Segmentsschulden ¹	2.118	-2	-186	-32	1.897	16	1.913

¹ Diese Segmentinformationen werden im Rahmen der Segmentberichterstattung auf freiwilliger Basis angegeben.

² Die Allokation der Geschäfts- oder Firmenwerte auf die neuen Gruppen von Zahlungsmittelgenerierenden Einheiten erfolgte zum 1. Juli 2016 (siehe Ziffer 16 „Geschäfts- oder Firmenwerte“).

Der Vorstand als Hauptentscheidungsträger misst den Erfolg der Segmente anhand einer Segmentergebnisgröße, die in der internen Steuerung und Berichterstattung als „adjusted EBITDA“ bezeichnet wird.

I DEFINITION ADJUSTED EBITDA

Die Ertragskennzahl „Adjusted EBITDA“ steht für das bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen. Wesentliche Sondereffekte, wie im Zusammenhang mit M&A-Transaktionen stehende Kosten, Reorganisationsen und Rechtsstreitigkeiten, werden nicht berücksichtigt, sodass diese Kennzahl für den Vorstand als Hauptentscheidungsträger das geeignete Performance-Maß zur Beurteilung der operativen Ertragskraft des Konzerns bzw. der Segmente bietet.

Das Segmentvermögen umfasst sämtliche Vermögenswerte, die für die betriebliche Tätigkeit genutzt werden. Es beinhaltet die Geschäfts- oder Firmenwerte, die sonstigen immateriellen Vermögenswerte sowie Sachanlagen, Programmvermögen und die kurzfristigen Vermögenswerte ohne die Forderungen aus Ertragsteuern, latente Steueransprüche, kurzfristige finanzielle 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 sonstigen 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 zahlungsunwirksamen Aufwendungen und Erträgen werden im Wesentlichen der Werteverzehr des Programmvermögens, die Zuführungen zu Rückstellungen, die Aufwendungen im Zusammenhang mit anteilsbasierter Vergütung 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 Segmentschulden ermitteln 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. Insofern geben wir diese Größe als Zusatzinformation an.

Darüber hinaus erfolgt die nicht verpflichtende Angabe verschiedener Segmentinformationen. Diese Informationen sind nicht Bestandteil des Segmentergebnisses bzw. -vermögens, werden jedoch aufgrund der Informationsrelevanz freiwillig angegeben.

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

125 / ÜBERLEITUNG AUF DIE KONZERNWERTE in Mio Euro

	2017	2016
UMSATZERLÖSE		
Umsatzerlöse der berichtspflichtigen Segmente	4.303	3.971
Eliminierungen und sonstige Überleitungsposten	- 225	- 172
Umsatzerlöse des Konzerns	4.078	3.799
ADJUSTED EBITDA		
Adjusted EBITDA der berichtspflichtigen Segmente	1.056	1.024
Eliminierungen und sonstige Überleitungsposten	- 6	- 6
Adjusted EBITDA des Konzerns	1.050	1.018
Sondereffekte (saldiert)	34	- 35
Finanzergebnis	- 174	- 119
Planmäßige Abschreibungen	- 196	- 181
Wertminderungen	- 67	- 25
Konzernergebnis vor Steuern	646	658
SONSTIGE ZAHLUNGSUNWIRKSAME AUFWENDUNGEN UND ERTRÄGE		
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge der berichtspflichtigen Segmente	1.252	1.000
Eliminierungen und sonstige Überleitungsposten	- 16	- 8
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge des Konzerns	1.236	992
Eliminierung sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge aus nicht-fortgeführten Aktivitäten	-/-	- 2
Sonstige zahlungsunwirksame Aufwendungen und Erträge des Konzerns aus fortgeführten Aktivitäten	1.236	990
davon Werteverzehr des Programmvermögens	1.145	915
VERMÖGEN		
Gesamtvermögen der berichtspflichtigen Segmente	4.647	4.789
Eliminierungen und sonstige Überleitungsposten	- 77	- 46
Segmentvermögen des Konzerns	4.570	4.743
Nach der at-Equity Methode bewertete Anteile	108	109
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	175	331
Latente Ertragsteueransprüche	34	30
Kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	52	91
Sonstige zinstragende Vermögenswerte	5	5
Steuererstattungsansprüche aus Ertragsteuern und sonstigen Steuern	41	23
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.552	1.271
Konzern-Vermögenswerte	6.537	6.603
INVESTITIONEN		
Investitionen der berichtspflichtigen Segmente	1.224	1.160
Eliminierungen und sonstige Überleitungsposten	- 21	- 8
Investitionen des Konzerns	1.203	1.151
davon für Programmvermögen	1.048	992
davon für Sachanlagen	44	36
davon für sonstige immaterielle Vermögenswerte	112	124
NETTOFINANZVERBINDLICHKEITEN		
Gesamtschulden der berichtspflichtigen Segmente	1.567	1.897
Eliminierungen und sonstige Überleitungsposten	66	16
Segmentsschulden des Konzerns	1.632	1.913
abzüglich kurzfristige finanzielle Vermögenswerte	- 52	- 91
Konzern-Nettofinanzverbindlichkeiten	1.581	1.822

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 zu marktüblichen Bedingungen getätigt.

Die im adjusted EBITDA bereinigten Sondereffekte verteilen sich auf folgende Kategorien:

126 / DARSTELLUNG DER SONDEREFFEKTE in Mio Euro

	2017	2016
Erträge aus Änderungen Konsolidierungskreis	304	10
Erträge aus Bewertungsänderungen	0	1
Sonstige Erträge	3	-/-
Externe Erträge	307	11
M&A bezogene Kosten	- 32	- 16
Kosten aus Reorganisation	- 45	- 22
Kosten aus Rechtsstreitigkeiten	- 9	- 4
Anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich	4	9
Aufwendungen aus Änderungen Konsolidierungskreis	-/-	2
Sonstige EBITDA Effekte	- 192	- 14
davon Strategiewechsel - außerplanmäßiger Werteverzehr Programmvermögen	- 170	-/-
Externe EBITDA Kosten	- 274	- 46
Sondereffekte	34	- 35

Nachstehend sind die Angaben auf Unternehmensebene der ProSiebenSat.1 Group zu finden. Dabei wird unterschieden nach Deutschland (D), den Vereinigten Staaten (USA), Österreich (AT) und Schweiz (CH), Skandinavien (SK), dem Vereinigten Königreich (UK) und Sonstige.

127 / ANGABEN AUF UNTERNEHMENSEBENE in Mio Euro

Geografische Aufteilung	D		USA		AT/CH		SK		UK		Sonstige		Summe Konzernabschluss	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016
Außenumsatz	3.241	2.970	387	377	297	267	104	148	30	28	19	9	4.078	3.799
Langfristiges Vermögen	3.353	3.390	374	378	43	21	1	240	25	26	7	6	3.802	4.059
Investitionen	1.177	1.130	7	4	17	14	2	4	0	0	0	0	1.203	1.151

Die Zuordnung der Umsätze erfolgt nach dem Land der Gesellschaft, die die Leistung erbracht hat.

Das langfristige Vermögen innerhalb der Angaben auf Unternehmensebene beinhaltet die Geschäfts- oder Firmenwerte, sonstigen immateriellen Vermögenswerte, die Sachanlagen und das langfristige Programmvermögen.

Der Anteil am langfristigen Segmentvermögen, der Deutschland zuzurechnen ist, beträgt im Geschäftsjahr 2017 88,2 Prozent (Vorjahr: 83,5%).

Mit einem Kunden wurden im Geschäftsjahr 2017 mehr als 10 Prozent des Konzernumsatzes aus fortgeführten Aktivitäten erzielt. Auf diesen Kunden entfallen 593 Mio Euro (Vorjahr: 632 Mio Euro). Bei dem genannten Kunden handelt es sich um einen Agenturverband, dem verschiedene Mediaagenturen angeschlossen sind.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die Cashflow-Entwicklung der Segmente:

128 / CASHFLOW NACH SEGMENTEN in Mio Euro

	Segment Broadcasting German- speaking 2017	Segment Digital Entertain- ment 2017	Segment Digital Ventures & Commerce 2017	Segment Content Production & Global Sales 2017	Summe Segmente 2017	Sonstige/ Eliminierung 2017	Summe Konzern- abschluss 2017
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	1.434	49	123	-78	1.528	93	1.621
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-1.123	-99	465	-19	-776	-117	-894
Free Cashflow	312	-50	588	-97	752	-25	728
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit ¹	-1.118	134	863	93	-29	-397	-426

¹ Die von der ProSiebenSat.1 Media SE geleistete Dividendenzahlung wird in der Spalte „Sonstige/Eliminierung“ ausgewiesen.

	Segment Broadcasting German- speaking 2016	Segment Digital Entertain- ment 2016	Segment Digital Ventures & Commerce 2016	Segment Content Production & Global Sales 2016	Summe Segmente 2016	Sonstige/ Eliminierung 2016	Summe Konzern- abschluss 2016
Cashflow aus betrieblicher Tätigkeit	1.447	36	115	-19	1.579	40	1.619
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-998	-140	-417	-20	-1.575	-48	-1.623
Free Cashflow	449	-104	-301	-40	4	-8	-4
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit ¹	457	122	413	39	1.031	-447	584

¹ Die von der ProSiebenSat.1 Media SE geleistete Dividendenzahlung wird in der Spalte „Sonstige/Eliminierung“ ausgewiesen.

Die ProSiebenSat.1 Group hat die Konzern-Segmentstruktur einer Überprüfung unterzogen und wird zum 1. Januar 2018 die Berichterstattung auf drei Berichtssegmente umstellen. Diese sind „Entertainment“, „Consumer Services & Lifestyle“ und „Content Production & Global Sales“. Gleichzeitig wird das Management Reporting der ProSiebenSat.1 Group angepasst.

3 / Konsolidierungskreis

Die Anzahl der im Wege der Vollkonsolidierung in den Konzernabschluss einbezogenen Tochterunternehmen hat sich im Geschäftsjahr 2017 wie folgt geändert:

129 / VOLLKONSOLIDIERTE TOCHTERUNTERNEHMEN

	Inland	Ausland	Gesamt
Einbezogen zum 31.12.2016	112	120	232
Zugänge	10	14	24
Abgänge	-5	-13	-18
Einbezogen zum 31.12.2017	117	121	238

In den Zugängen des Geschäftsjahres 2017 sind neben Neugründungen auch die [→ unter Ziffer 4 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen“](#) näher beschriebenen Akquisitionen enthalten.

Neben den vollkonsolidierten Unternehmen werden 26 (Vorjahr: 21) assoziierte Unternehmen und vier (Vorjahr: 3) Gemeinschaftsunternehmen nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. [→ siehe Ziffer 19 „At-Equity bewertete Anteile“](#)

Die Aufstellung des Anteilsbesitzes erfolgt im Anhang des Konzernabschlusses gemäß § 313 Abs. 2 HGB. Des Weiteren enthält die Anteilsbesitzliste 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.

4 / Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen

A) AKQUISITIONEN

Im Geschäftsjahr 2017 wurden die folgenden für den Konzernabschluss wesentlichen Unternehmen erworben:

130 / ÜBERSICHT WESENTLICHE AKQUISITIONEN 2017

Unternehmensname	Geschäftszweck	Erworbene Stimmrechte	Kontroll-erlangung
ATV Privat TV GmbH & Co KG	österreichische Sendergruppe	100,0%	06.04.2017
ATV Privat TV GmbH	österreichische Sendergruppe	100,0%	06.04.2017
Jochen Schweizer GmbH	Anbieter für Erlebnisgeschenke	83,0%	16.10.2017
Gravitas Ventures, LLC	globaler Filmvertrieb	62,5%	06.11.2017

Erwerb von 100 Prozent der Anteile an der ATV Sendergruppe

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 6. April 2017 hat die ProSiebenSat.1 Group 100,0 Prozent der Anteile an der ATV Privat TV GmbH & Co KG, Wien, Österreich, und der ATV Privat TV GmbH, Wien, Österreich, erworben und damit Kontrolle erlangt. ATV ist eine österreichische Sendergruppe und betreibt die österreichischen Fernsehprogramme ATV und ATV2. Die Gesellschaften werden dem Segment Broadcasting German-speaking zugeordnet → siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“. Im Rahmen des Erwerbs der Gesellschaften wurden Anschaffungsnebenkosten von 1 Mio Euro in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Der Kaufpreis nach IFRS 3 beläuft sich auf 25 Mio Euro und setzt sich aus einem Basiskaufpreis in Höhe von 28 Mio Euro sowie vertraglicher Kaufpreisanpassungen auf den übernommenen Bestand an Nettofinanzmitteln und Nettoumlaufvermögen in Höhe von minus 2 Mio Euro zusammen.

131 / ATV SENDERGRUPPE - KAUFPREIS NACH IFRS 3 in Mio Euro

Barkaufpreis	28
Variable Kaufpreisanpassung	- 2
Kaufpreis nach IFRS 3	25

Die nachfolgende Tabelle zeigt die beizulegenden Zeitwerte der identifizierten erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Erwerb jeweils zum Erwerbszeitpunkt:

132 / AKQUISITION ATV SENDERGRUPPE in Mio Euro

	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	12
davon im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierte Vermögenswerte	12
Sachanlagen	1
Latente Ertragsteueransprüche	3
Langfristige Vermögenswerte	15
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	6
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1
Kurzfristige Vermögenswerte	10
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	7
Sonstige Rückstellungen	12
Sonstige Verbindlichkeiten	4
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	23
Netto-Reinvermögen	2
Kaufpreis nach IFRS 3	25
Geschäfts- oder Firmenwert	23

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich über 15 Jahre abzugsfähig und wird in der funktionalen Währung Euro geführt. Er repräsentiert besondere Synergiepotenziale aus der Erweiterung der Geschäftsaktivitäten im Bereich des österreichischen TV-Marktes. Er wird somit der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Broadcasting German-speaking zugeordnet.

133 / KAUFPREISALLOKATION ATV SENDERGRUPPE

Vermögenswert	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt in Mio Euro	Erwartete Nutzungsdauer in Jahren
Marke	12	unbestimmt

Im Rahmen der Kaufpreisallokation wurde eine Marke mit einer unbestimmten Nutzungsdauer und einem beizulegenden Zeitwert von 12 Mio Euro separat vom Geschäfts- oder Firmenwert angesetzt.

Eine Einbeziehung der Gesellschaften vom Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung im April 2017 hätte folgende Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt: Zusätzliche Umsatzerlöse von 7 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 13 Mio Euro. Seit der Erstkonsolidierung bis zum 31. Dezember 2017 haben die Gesellschaften Umsatzerlöse von 23 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 6 Mio Euro zum Konzernergebnis beigetragen.

Erwerb der Anteilsmehrheit an der Jochen Schweizer Gruppe

Mit wirtschaftlicher Wirkung zum 16. Oktober 2017 hält die ProSiebenSat.1 Group über ihr Konzernunternehmen ProSieben Travel GmbH, Unterföhring, einen Anteil von 90 Prozent an der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH, Unterföhring. Im Zuge der Transaktion wurde die 100-prozentige Beteiligung mydays Holding GmbH, München, mit ihren Tochterunternehmen in die neu gegründete Jochen Schweizer mydays Holding GmbH eingebracht. Über die neu gegründete Gesellschaft wurden 83 Prozent an der Jochen Schweizer GmbH, München, erworben. Die verbleibenden 17 Prozent Minderheitenanteile der Altgesellschafter der Jochen Schweizer GmbH wurden im Zuge eines Anteilstausches gegen 10 Prozent Minderheitenanteile an der Jochen Schweizer mydays Holding GmbH getauscht, sodass die ProSieben Travel GmbH zum 16. Oktober 2017 mit 90 Prozent an der neu gegründeten Jochen Schweizer mydays Holding GmbH beteiligt ist. Die erworbene Gesellschaft sowie deren Tochterunternehmen werden dem Segment Digital Ventures & Commerce zugeordnet → [siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“](#). Die erworbene Gesellschaft betreibt Online-Portale zum Vertrieb von Erlebnisgutscheinen. Im Rahmen des Erwerbs der Gesellschaften wurden Anschaffungsnebenkosten von 2 Mio Euro in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Der Kaufpreis nach IFRS 3 setzt sich aus einem Barkaufpreis in Höhe von 80 Mio Euro sowie einer Put-Option zugunsten des Altgesellschafters der Jochen Schweizer GmbH über den Verkauf der verbleibenden 10 Prozent der Anteile mit frühest möglicher Fälligkeit im Jahr 2020 zusammen. Zum Erwerbszeitpunkt beträgt der beizulegende Zeitwert der Put-Option 19 Mio Euro. Da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Option bei Ausübung zu erfüllen, besteht aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) zum 16. Oktober 2017 eine Konsolidierungsquote von 100 Prozent.

134 / JOCHEN SCHWEIZER GRUPPE - KAUFPREIS NACH IFRS 3 in Mio Euro

Barkaufpreis	80
Bedingte Kaufpreiskomponente - Put Option	19
Kaufpreis nach IFRS 3	99

Die nachfolgende Tabelle zeigt die beizulegenden Zeitwerte der identifizierten erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Erwerb jeweils zum Erwerbszeitpunkt:

135 / AKQUISITION JOCHEN SCHWEIZER in Mio Euro

	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	48
davon im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierte Vermögenswerte	20
Sachanlagen	3
At-Equity bewertete Anteile	1
Langfristige Vermögenswerte	52
Vorräte	2
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	2
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7
Kurzfristige Vermögenswerte	11
Latente Ertragsteuerschulden	24
Langfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	24
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6
Sonstige Rückstellungen	1
Sonstige Verbindlichkeiten	33
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	39
Anteile anderer Gesellschafter	0
Netto-Reinvermögen	1
Kaufpreis nach IFRS 3	99
Geschäfts- oder Firmenwert	98

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert repräsentiert fast ausschließlich strategische Synergien sowie Entwicklungspotenziale aus der Erweiterung der Geschäftsaktivitäten im Bereich Erlebnisgeschenke und wird demzufolge der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Digital Ventures & Commerce zugeordnet. Der Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich nicht abzugsfähig und wird in der funktionalen Währung Euro geführt.

136 / KAUFPREISALLOKATION JOCHEN SCHWEIZER

Vermögenswert	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt in Mio Euro	Erwartete Nutzungsdauer in Jahren
Marke	38	15
Kundenbeziehungen	3	3
Sonstige	7	5

Im Rahmen der Kaufpreisallokation wurde eine Marke mit einer bestimmten Nutzungsdauer von 15 Jahren und einem beizulegenden Zeitwert von 38 Mio Euro separat vom Geschäfts- oder Firmenwert angesetzt. Weiterhin wurde eine Kundenbeziehung mit einer Nutzungsdauer von 3 Jahren und einem beizulegenden Zeitwert von 3 Mio Euro angesetzt, sowie sonstige immaterielle Vermögenswerte (Software, Lieferanten- und Kundendatenbank) mit einer Nutzungsdauer von 5 Jahren und einem beizulegenden Zeitwert von 7 Mio Euro.

Eine Einbeziehung der Gesellschaften vom Beginn des Geschäftsjahres bis zur Erstkonsolidierung im Oktober 2017 hätte folgende Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group gehabt: Zusätzliche Umsatzerlöse von 22 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 7 Mio Euro. Seit der Erstkonsolidierung bis zum 31. Dezember 2017 haben die Gesellschaften Umsatzerlöse von 18 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 2 Mio Euro zum Konzernergebnis beigetragen.

Erwerb von 62,5 Prozent der Anteile an der Gravitas Ventures, LLC

Mit Vertrag vom 6. November 2017 und wirtschaftlicher Wirkung vom 7. November 2017 hat die ProSiebenSat.1 Group einen Anteil von 62,5 Prozent an der Gravitas Ventures, LLC, Los Angeles, USA, erworben und damit die Kontrolle erlangt. Die Gesellschaft wird dem Segment Content Production & Global Sales zugeordnet → [siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“](#). Die Gesellschaft ist ein global tätiger Filmvertrieb. Im Rahmen des Erwerbs der Gesellschaften wurden Anschaffungsnebenkosten von 2 Mio Euro in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst.

Der Kaufpreis nach IFRS 3 setzt sich aus einem Barkaufpreis in Höhe von 35 Mio US-Dollar (30 Mio Euro) sowie einer vertraglich vereinbarten Kaufpreisanpassung zusammen. Zum 31. Dezember 2017 ist die Kaufpreisanpassung von Gravitas nicht endgültig abgeschlossen worden, so dass diese Kaufpreisallokation vorläufig im Sinne des IFRS 3.45 ff. ist. Der Grund hierfür ist, dass zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht alle relevanten Informationen vorliegen. Darüber hinaus wurde mit den Altgesellschaftern eine Put-Option über den Erwerb von weiteren 37,5 Prozent der Anteile mit frühestmöglicher Fälligkeit in 2022 vereinbart. Zum Erwerbszeitpunkt beträgt der beizulegende Zeitwert der Put-Option 25 Mio US-Dollar (21 Mio Euro). Da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Option bei Ausübung zu erfüllen, besteht aufgrund des wirtschaftlichen Eigentums („present ownership“) zum 7. November 2017 eine Konsolidierungsquote von 100 Prozent.

137 / GRAVITAS VENTURES, LLC - KAUFPREIS NACH IFRS 3 in Mio Euro

Barkaufpreis	30
Bedingte Kaufpreiskomponente - Put Option	21
Kaufpreis nach IFRS 3	50

Die nachfolgende Tabelle zeigt die beizulegenden Zeitwerte der identifizierten erworbenen Vermögenswerte und übernommenen Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit dem Erwerb jeweils zum Erwerbszeitpunkt:

138 / AKQUISITION GRAVITAS in Mio Euro

	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	21
davon im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierte Vermögenswerte	16
Sachanlagen	0
Langfristige Vermögenswerte	21
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12
Übrige kurzfristige Forderungen und Vermögenswerte	1
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	0
Kurzfristige Vermögenswerte	13
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	0
Sonstige Rückstellungen	13
Sonstige Verbindlichkeiten	0
Kurzfristige Verbindlichkeiten und Rückstellungen	13
Netto-Reinvermögen	20
Kaufpreis nach IFRS 3	50
Geschäfts- oder Firmenwert	31

Der identifizierte Geschäfts- oder Firmenwert ist steuerlich über 15 Jahre abzugsfähig und wird in der funktionalen Währung USD geführt. Er repräsentiert besondere Synergiepotenziale aus der Erweiterung der Geschäftsaktivitäten im Bereich Entertainment und Programmvertriebs. Er wird somit der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Content Production & Global Sales zugeordnet.

139 / KAUFPREISALLOKATION GRAVITAS

Vermögenswert	Fair Value zum Erwerbszeitpunkt in Mio Euro	Erwartete Nutzungsdauer in Jahren
Marke	1	15
Kundenbeziehungen	9	12
Filmbibliothek	11	4

Im Rahmen der Kaufpreisallokation wurde eine Marke mit einer bestimmten Nutzungsdauer von 15 Jahren und einem beizulegenden Zeitwert von 1 Mio Euro separat vom Geschäfts- oder Firmenwert angesetzt. Weiterhin wurde eine Kundenbeziehung mit einer Nutzungsdauer von 12 Jahren und einem beizulegenden Zeitwert von 9 Mio Euro angesetzt, sowie sonstige immaterielle Vermögenswerte mit einer Nutzungsdauer von 4 Jahren und einem beizulegenden Zeitwert von 11 Mio Euro.

Die jeweiligen Ergebnisse sowie Umsatzerlöse, beginnend vom 1. Januar 2017 bis zur Erstkonsolidierung im November 2017 wurden nicht ermittelt, da die notwendigen Informationen der ProSiebenSat.1 Group nicht vollständig vorliegen. Seit der Erstkonsolidierung bis zum 31. Dezember 2017 haben die Gesellschaften Umsatzerlöse von 9 Mio Euro und ein Ergebnis nach Steuern von minus 2 Mio Euro zum Konzernergebnis beigetragen.

140 / ÜBERSICHT WESENTLICHE AKQUISITIONEN 2016

Unternehmensname	Geschäftszweck	Erworbene Stimmrechte	Kontroll- erlangung
Dorsey Pictures LLC (vormals: Orion Entertainment LLC)	US-Produzent von Non-Scripted TV Programmen und Branded Entertainment-Angeboten im „Outdoor Adventure“-Genre	60,0%	15.01.2016
Stylight GmbH	Internet-Portal zu den Themen Fashion sowie Home & Living	100,0%	01.07.2016
44 Blue Studios LLC	US-Produzent für Factual Entertainment, Doku-Serien und studiobasierter Konzepte	65,0%	15.07.2016
Windstar (Windstar Medical Holding GmbH)	Entwicklung und Vertrieb von innovativen Gesundheitsartikeln	92,0%	04.10.2016
PARSHIP ELITE Group (THMMS Holding GmbH)	Online-Partnervermittlung primär im deutschsprachigen Raum	50,001%	12.10.2016

Für weitere Informationen der im Geschäftsjahr 2016 erworbenen Unternehmen verweisen wir auf den veröffentlichten Geschäftsbericht zum 31. Dezember 2016.

Für die Kaufpreisallokation im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen sind Annahmen hinsichtlich Ansatz und Bewertung von Vermögenswerten und Verbindlichkeiten zu treffen. Die Bestimmung der beizulegenden Zeitwerte der erworbenen Vermögenswerte und der übernommenen Verbindlichkeiten zum Zeitpunkt des Erwerbs sowie der Nutzungsdauern der erworbenen sonstigen 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 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.

B) VERKÄUFE VON TOCHTERUNTERNEHMEN

Veräußerung der eTRAVELi Holding AB

Mit Vertrag vom 19. Juni 2017 wurden die gesamten, dem Segment Digital Ventures & Commerce → [siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“](#) zugeordneten Travel-Aktivitäten im skandinavischen Bereich unter der Marke ETraveli von der ProSiebenSat.1 Group veräußert. Der dieser Transaktion zugrunde liegende Unternehmenswert betrug insgesamt 508 Mio Euro. Die Veräußerung geht auf einen strategischen Review-Prozess des Online-Reisegeschäfts der Gruppe zurück und dient der strukturellen Fokussierung der Segmente des Konzerns. Die Verkaufstransaktion wurde am 3. August 2017 formal und rechtlich vollzogen. Aufgrund des mit der Transaktion verbundenen Kontrollverlustes wurden die betroffenen Unternehmen zu diesem Zeitpunkt entkonsolidiert. Die Veräußerung hat sich auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns wie folgt ausgewirkt:

141 / AUSWIRKUNGEN DER ENTKONSOLIDIERUNG AUF DEN KONZERN in Mio Euro

	Werte zum Entkonsolidie- rungszeitpunkt
Kaufpreis	538
Kaufpreis in bar	538
Veräußerungskosten	- 8
Kaufpreis abzgl. Veräußerungskosten	530
Kaufpreis in bar	538
Abgehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	- 69
Netto-Zahlungsmittelzufluss	469
Geschäfts- und Firmenwert	151
Immaterielle Vermögenswerte	47
Sachanlagen	2
Sonstige Vermögenswerte (inkl. aktive latente Steuern)	50
Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente	69
Im sonstigen Gesamtergebnis erfasste Währungseffekte	8
Rückstellungen	- 4
Passive latente Steuern	- 22
Sonstige Verbindlichkeiten	- 65
Nettovermögen	236
Entkonsolidierungsergebnis	294

Der ausgewiesene Entkonsolidierungsgewinn aus der Veräußerung der Tochterunternehmen beträgt 294 Mio EUR und ist in voller Höhe den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnen.

Zum Entkonsolidierungszeitpunkt wurden auf die abgehenden Gesellschaften entfallende Währungseffekte in Höhe von 8 Mio EUR erfolgswirksam aus dem sonstigen Gesamtergebnis ausgebucht. Die Veräußerungskosten von 8 Mio EUR umfassen im Wesentlichen Beratungsleistungen im Rahmen des Verkaufsprozesses.

Veräußerung der COMVEL GmbH

Mit Vertrag vom 31. Dezember 2017 wurden die gesamten, dem Segment Digital Ventures & Commerce → [siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“](#) zugeordneten Travel-Aktivitäten unter der Marke weg.de von der ProSiebenSat.1 Group veräußert. Die Veräußerung geht auf einen strategischen Review-Prozess des Online-Reisegeschäfts der Gruppe zurück und dient der strukturellen Fokussierung der Segmente des Konzerns. Die Verkaufstransaktion

wurde am 31. Dezember 2017 formal und rechtlich vollzogen. Aufgrund des mit der Transaktion verbundenen Kontrollverlustes wurden die betroffenen Unternehmen zu diesem Zeitpunkt entkonsolidiert. Die Veräußerung hat sich auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns wie folgt ausgewirkt:

142 / AUSWIRKUNGEN DER ENTKONSOLIDIERUNG AUF DEN KONZERN in Mio Euro

	Werte zum Entkonsolidie- rungszeitpunkt
Kaufpreis	13
Kaufpreis in bar	13
Veräußerungskosten	1
Kaufpreis abzgl. Veräußerungskosten	12
Kaufpreis in bar	13
Abgehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2
Netto-Zahlungsmittelzufluss	12
Geschäfts- und Firmenwert	5
Immaterielle Vermögenswerte	7
Sachanlagen	0
Sonstige Vermögenswerte (inkl. aktive latente Steuern)	2
Zahlungsmittel- und Zahlungsmitteläquivalente	2
Rückstellungen	0
Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistungen	-2
Passive latente Steuern	0
Sonstige Verbindlichkeiten	-2
Verkauf von Anteilen anderer Gesellschafter	-1
Nettovermögen	11
Entkonsolidierungsergebnis	1

Der ausgewiesene Entkonsolidierungsgewinn aus der Veräußerung der Tochterunternehmen beträgt 1 Mio EUR und ist in voller Höhe den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnen. Die Veräußerungskosten von 1 Mio EUR umfassen im Wesentlichen Beratungsleistungen im Rahmen des Verkaufsprozesses.

Zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten

Bei zur Veräußerung gehaltenen langfristigen Vermögenswerten (oder Gruppen von zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten und Schulden) handelt es sich um Vermögenswerte, die in ihrem gegenwärtigen Zustand veräußert werden können und deren Veräußerung innerhalb des nächsten Jahres sehr wahrscheinlich ist. Sie werden zum niedrigeren Wert aus Buchwert oder beizulegendem Zeitwert abzüglich Verkaufskosten bewertet, es sei denn IFRS 5 ist für die Bewertung nicht anwendbar. Eine Anpassung der Bilanz-Vorjahreszahlen erfolgt in Übereinstimmung mit IFRS 5.40 nicht.

Die ProSiebenSat.1 Group stellt aufgrund einer angestrebten Portfoliobereinigung eine weitere Gesellschaft zur Disposition. Es handelt sich hierbei um die Tropo GmbH die dem Segment Digital Ventures & Commerce zugeordnet ist. Gemäß IFRS 5 werden in diesem Zusammenhang weitere zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte sowie hiermit in Verbindung stehende Verbindlichkeiten zusammen mit den bereits zum 30. Juni 2017 aus der Veräußerung der größtenteils nach IAS 39 bewerteten Minderheitsbeteiligungen an einen Private Equity Fond umgegliederten Vermögenswerten und Schulden separat in der Bilanz ausgewiesen. Darüber hinaus wurden zum 31. Dezember 2017 von der ProSiebenSat.1 Group gehaltene Fondsbeteiligungen als zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte und Verbindlichkeiten umklassifiziert. Es handelt sich dabei um die Fondsbeteiligungen E.Ventures Growth I, E.Ventures Growth II, Lakestar, Lerer Hippeau Ventures, Magma und Raine Ventures, wurden. Nach dem teilweisen Vollzug der letztgenannten Transaktion und dem damit verbundenen Abgang der entsprechenden Beteiligungen wird der wirtschaftliche Vollzug für den verbliebenen Teil mit einem Buchwert von 2 Mio Euro im ersten Quartal 2018 erwartet.

Die zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte bzw. die damit in Verbindung stehenden Verbindlichkeiten teilen sich zum Stichtag auf folgende wesentliche Positionen auf:

143 / ZUR VERÄUSSERUNG GEHALTENE VERMÖGENSWERTE UND VERBINDLICHKEITEN

in Mio Euro

	31. Dezember 2017
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	1
Sachanlagen	0
Langfristige finanzielle Vermögenswerte	21
Sonstige Vermögenswerte inkl. latente Steuern	3
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	7
Summe zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	32
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	5
Sonstige Verbindlichkeiten und Rückstellungen inkl. latente Steuern	0
Summe Verbindlichkeiten im Zusammenhang mit zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerten	6
Nettovermögen	27

C) SONSTIGE TRANSAKTIONEN

Kapitalerhöhung bei Studio71

Mit wirtschaftlicher Wirkung vom 11. Januar 2017 beteiligten sich die Medienkonzerne TF1 SA, Boulogne-Billancourt, Frankreich (TF1) und Reti Televisive Italiane S.p.A., Mailand, Italien (Mediaset) im Rahmen einer Kapitalerhöhung jeweils mit einer Minderheitsbeteiligung an der ProSiebenSat.1 Digital Content LP (Studio71). Mit wirtschaftlicher Wirkung vom 17. Februar 2017 erhöhte TF1 seine Minderheitsbeteiligung an Studio71 durch eine weitere Kapitalerhöhung. Bei der ProSiebenSat.1 Group verbleiben nach den Kapitalerhöhungen 69 Prozent der Anteile an Studio71. Mit TF1 und Mediaset wurden jeweils Put-Optionen über den Rückerwerb der Anteile vereinbart. Da die ProSiebenSat.1 Group eine unbedingte Verpflichtung hat, die Put-Optionen bei Ausübung zu erfüllen, besteht weiterhin eine Konsolidierungsquote von 100,0 Prozent.

ERLÄUTERUNGEN ZUR GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

5 / Umsatzerlöse

144 / **UMSATZERLÖSE** in Mio Euro

	2017	2016
Klassische Werbeerlöse	2.307	2.294
Auftragsproduktionen	312	306
Online-Vermittlungsdienstleistungen	303	334
Verkauf von Waren	227	122
Distributionserlöse	139	121
Tauschgeschäfte	71	72
Sonstige Umsatzerlöse	720	550
Summe	4.078	3.799

Die Position „Sonstige Umsatzerlöse“ beinhaltet Umsätze aus dem VoD-Geschäft sowie aus dem Digital-Studio Studio71 in Höhe von insgesamt 183 Mio Euro (Vorjahr: 166 Mio Euro), die dem Segment Digital Entertainment zuzuordnen sind.

■ In der ProSiebenSat.1 Group werden Umsatzerlöse im Wesentlichen in Form von Werbeerlösen aus dem Verkauf von Werbezeiten erzielt. Die folgende Tabelle enthält die für die Ertragslage der ProSiebenSat.1 Group als wesentlich identifizierten Umsatzerlöskategorien bzw. Geschäftsmodelle sowie deren jeweiligen Realisationszeitpunkt:

REALISATIONSZEITPUNKT VON UMSATZERLÖSEN

Umsatzerlöse	Geschäftsmodell	Realisationszeitpunkt
Klassische Werbeerlöse		
Fernseh-Werbeerlöse	Ausstrahlung von Werbespots im Free-TV	Ausstrahlung Werbespot
Media-for-Revenue-Share	Ausstrahlung von Restwerbezeiten gegen fixe Vergütung zuzüglich einer Umsatzbeteiligung	Ausstrahlung Werbespot; variable Anteile bei Erhalt der erforderlichen Zielerreichungsdokumentation des Vertragspartners
Vermarktung von digitalen Angeboten externer Anbieter	Vermarktung externer Internetseiten durch Verkauf von Online-Werbung	Verkauf der Werbefläche
Auftragsproduktionen		
	Produktion von Programminhalten wie TV Formate und Serien	Gewinnrealisierung nach dem Fertigstellungsgrad
Online-Vermittlungsdienstleistungen		
	Vermittlung von Verträgen zwischen Primär-Dienstleistern und Endkunden in den Bereichen Mietwagen, Reisen, Versicherungen, Events, Energieversorgung, Mobilfunk über Online-Preisvergleichsportale	Übermittlung der Kundendaten bzw. Beginn der Leistungserbringung durch den Partner
Verkauf von Waren		
	Verkauf von Produkten über Online-Portale und stationären Handel	Übergabe der Waren an den Endkunden unter Berücksichtigung von Rückgaberechten
Distributionserlöse		
technische Freischaltentgelte (HD/Pay)	Vertrieb von ProSiebenSat.1 HD und Pay-TV Sender im Kabel-, Satelliten- und IPTV-Bereich	Zurverfügungstellung des TV Signals
Pay-TV Aktivitäten	Online Plattform zum Abruf von TV Sendern oder Inhalten	Abruf der Inhalte
Tauschgeschäfte		
allgemeine Tauschgeschäfte	Gegengeschäfte im Rahmen der Werbezeitenvermarktung	Leistungserbringung, z. B. bei Ausstrahlung
Media-for-Equity-Share	Ausstrahlung von Restwerbezeiten gegen Anteile an Unternehmen	Ausstrahlung Werbespot
Sonstige Umsatzerlöse		
Digital-Studio-Umsätze	Vermarktung von Talenten („Webstars“) über das Internet, bspw. über YouTube	Mit Erbringung der Vermarktungsleistung
Reiseveranstaltung	Veranstaltung von Reisen und Erbringung reisebezogener Dienstleistungen für Endkunden	Bei Leistungserbringung, bei Reisebeginn
Video-on-Demand-Umsätze	Übertragung von Programminhalten über digitale Plattformen als Abonnement- und Transaktionsgeschäft	Abonnement-Modell: Über die Laufzeit des Abonnements Transaktionsmodell: Mit Zurverfügungstellung der gekauften Inhalte
Verkauf von Programmvermögen und Programmnebenrechten	Verkauf/Lizenzierung von Programmvermögen innerhalb von Lizenzgebieten bzw. für einzelne Ausstrahlungen und Ausstrahlungsfenster	Lizenzbeginn und Lieferung des sendefähigen Materials
Merchandising-Lizenzverkäufe	Lizenzierung von Marken der ProSiebenSat.1 Group	Vertragsabhängig, über Lizenzlaufzeit bzw. Lizenzbeginn

Die Position „Sonstige Umsatzerlöse“ enthält über die oben dargestellten Umsatzerlöskategorien noch diverse, für die Ertragslage des Konzerns jedoch derzeit als nicht wesentlich eingestufte Geschäftsmodelle.

6 / Umsatzkosten

145 / UMSATZKOSTEN in Mio Euro

	2017	2016
Werteverzehr Programmvermögen (inklusive Wertminderungen)	1.145	915
Sachkosten	691	610
Personalaufwendungen	282	277
Planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	133	92
IT-Kosten	34	33
Aufwand aus dem Abgang von Programmvermögen	16	17
Sonstige	89	76
Summe	2.390	2.020

Der Werteverzehr des Programmvermögens umfasst planmäßige und außerplanmäßige Abschreibungen sowie Zuführungen zu Drohverlustrückstellungen. Die Sachkosten beinhalten im Wesentlichen produktionsbezogene Fremdleistungen, Wareneinsatz im Bereich Commerce, Lizenzaufwand, Urheberrechtsabgaben und Umsatzkosten des Reiseveranstaltergeschäfts. Die Personalaufwendungen enthalten Löhne und Gehälter von Mitarbeitern im Produktionsbereich einschließlich leistungsabhängiger Bonusansprüche, Abfindungen und Sozialversicherungsbeiträge. Die planmäßigen Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte betreffen vor allem Abschreibungen auf technische Anlagen und Lizenzen. Der Aufwand aus dem Abgang von Programmvermögen resultiert aus den Verkäufen von Programmrechten und Programmnebenrechten. In der Position „Sonstige“ sind unter anderem Marketing- und Reisekosten enthalten.

7 / Vertriebskosten

146 / VERTRIEBSKOSTEN in Mio Euro

	2017	2016
Marketing und marketingnahe Aufwendungen	250	221
Personalaufwendungen	121	113
Distribution	83	73
davon Satelliten-Dienstleistungen	37	24
davon Sendegebühr	36	49
Vertriebsprovisionen	45	48
Sachkosten	35	27
IT-Kosten	10	9
Planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	10	10
Sonstige	22	20
Summe	577	520

Marketing und marketingnahe Aufwendungen entfallen vor allem auf Kosten für Marktforschung, Werbung und Public Relations. Personalaufwendungen enthalten Löhne und Gehälter von Mitarbeitern im Vertriebsbereich einschließlich leistungsabhängiger Bonusansprüche, Abfindungen und Sozialversicherungsbeiträge. Vertriebsprovisionen umfassen größtenteils Kosten und Provisionen für Vermarktungsleistungen. Die Sachkosten beinhalten im Wesentlichen Aufwendungen für Vertriebsrechte. Die planmäßigen Abschreibungen und Wertminderungen entfallen fast ausschließlich auf sonstige immaterielle Vermögenswerte des Vertriebsbereichs.

8 / Verwaltungskosten

147 / VERWALTUNGSKOSTEN in Mio Euro

	2017	2016
Personalaufwendungen	257	226
Planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte	104	98
Beratungskosten	55	35
Raumkosten	39	33
IT-Kosten	38	31
Marketingkosten	20	18
Übrige personalbezogene Aufwendungen	12	12
Bewirtungs- und Reisekosten	10	10
Sachnebenkosten	6	5
KFZ-Kosten	6	5
Sonstige	45	33
Summe	590	506

Personalaufwendungen enthalten Löhne und Gehälter von Mitarbeitern im Verwaltungsbereich einschließlich leistungsabhängiger Bonusansprüche, Abfindungen und Sozialversicherungsbeiträge. Planmäßige Abschreibungen und Wertminderungen auf Sachanlagen und sonstige immaterielle Vermögenswerte entfallen vor allem auf Verwaltungsgebäude, Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie Softwarelizenzen. Beratungskosten beinhalten im Wesentlichen Management- und M&A-Beratungskosten sowie Rechtsberatungskosten. Raumkosten umfassen vor allem Aufwendungen für Miete, Neben- und Instandhaltungskosten.

9 / Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen in Höhe von 33 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro) sind im Wesentlichen Wertberichtigungen auf Marken mit unbegrenzter Nutzungsdauer in Höhe von 17 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro) → siehe Ziffer 17 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“ sowie Ausbuchungen von Forderungen aus Vorjahren in Höhe von 14 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro) enthalten.

10 / Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge belaufen sich im Geschäftsjahr 2017 auf 332 Mio Euro (Vorjahr: 34 Mio Euro). Sie enthalten Entkonsolidierungsgewinne in Höhe von 304 Mio Euro (Vorjahr: 9 Mio Euro) → siehe Ziffer 4 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen“. Ferner beinhaltet der Posten periodenfremde Erträge in Höhe von 7 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro), die hauptsächlich aus Vorjahreserstattungen von Verwertungsgesellschaften stammen.

11 / Zinsergebnis

148 / ZINSEERGEBNIS in Mio Euro

	2017	2016
Zinsen und ähnliche Erträge	2	5
Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 85	- 89
davon aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	- 45	- 43
davon aus Hedge Derivaten	- 19	- 28
davon übrige Zinsen und ähnliche Aufwendungen	- 21	- 18
Zinsergebnis	- 83	- 84

Die Zinsen aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten enthalten im Wesentlichen Zinsen für in Anspruch genommene Kredite. → [siehe Ziffer 27 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#)

In den Zinsen und ähnlichen Aufwendungen aus Hedge-Derivaten sind Aufwendungen für Absicherungsinstrumente im Zusammenhang mit Wechselkurs- und Zinsrisiken enthalten → [siehe Ziffer 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#). Die Position „Übrige Zinsen und ähnliche Aufwendungen“ beinhaltet im Wesentlichen Aufzinsungseffekte für Earn-Out- und Put-Optionsverbindlichkeiten, für Pensionsverpflichtungen sowie Zuführungen zu Rückstellungen für Steuerzinsen.

12 / Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis

149 / ERGEBNIS AUS AT-EQUITY BEWERTETEN ANTEILEN UND SONSTIGES FINANZERGEBNIS in Mio Euro

	2017	2016
Anteiliges Ergebnis aus Gemeinschaftsunternehmen	- 1	0
Anteiliges Ergebnis aus assoziierten Unternehmen	- 9	- 1
Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen	- 10	- 1
Änderungen von Earn-Out- und Put-Optionsverbindlichkeiten (finanzielle Verbindlichkeiten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden)	- 59	- 24
Währungskursgewinne/-verluste	6	- 1
davon aus zu Handelszwecken gehaltenen finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten	- 24	13
davon aus Darlehen und Forderungen	- 7	2
davon aus Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	- 4	- 1
davon aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten	32	- 12
davon aus Sonstigen	9	- 3
Bewertungseffekte aus Finanzinstrumenten	- 21	- 4
davon aus zur Veräußerung verfügbaren finanziellen Vermögenswerten	6	30
davon aus finanziellen Vermögenswerten, die erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet werden	6	- 22
davon aus at-Equity bewerteten Anteilen, sonstigen Finanzanlagen und Wertpapieren	- 28	- 12
davon aus Sonstigen	- 4	-/-
Finanzierungskosten	- 10	- 13
Neubewertung von at-Equity bewerteten Anteilen aufgrund der Erlangung der Beherrschungsmöglichkeit	0	9
Effekte aus Hedge-Ineffektivitäten und der Beendigung von Hedge Accounting bei Zinsswaps	2	- 2
Sonstige	- 1	1
Sonstiges Finanzergebnis	- 82	- 34

Die Änderungen von Earn-Out- und Put-Optionsverbindlichkeiten in Höhe von minus 59 Mio Euro (Vorjahr: -24 Mio Euro) resultieren aus Bewertungsanpassungen bei den in Verbindung mit Unternehmenserwerben geschlossenen Earn-Out- und Put-Optionsvereinbarungen. → [siehe hierzu auch Ziffer 4 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen“](#) und → [Ziffer 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Die Währungskursverluste (Vorjahr: Währungskursgewinne) aus zu Handelszwecken gehaltenen finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten resultieren aus der Bewertung von Devisensicherungsgeschäften. Die Währungskursgewinne aus finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten entfallen in Höhe von 32 Mio Euro (Vorjahr: Währungskursverluste in Höhe von 12 Mio Euro) auf die Bewertung der Verbindlichkeiten für das Programmvermögen.

Die Bewertungseffekte aus at-Equity bewerteten Anteilen, sonstigen Finanzanlagen und Wertpapieren beinhalten im Wesentlichen Wertberichtigungen auf die at-Equity Beteiligungen an der gamigo AG sowie der Pluto, Inc.

Hier kam es aufgrund der negativen Geschäftsentwicklungen zu einer Anpassung der Beteiligungsbuchwerte um 13 Mio Euro → [siehe Ziffer 19 „At-Equity bewertete Anteile“](#) bzw. um 7 Mio Euro.

In den Finanzierungskosten sind im Wesentlichen Aufwendungen aus der Aufzinsung der mit der Effektivzinsmethode bewerteten langfristigen Darlehen sowie abgegrenzte Gebühren im Rahmen der langfristigen Darlehen → [siehe Ziffer 22 „Übrige Forderungen und Vermögenswerte“](#) in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr: 5 Mio Euro) enthalten. Zusätzlich sind in den Finanzierungskosten entstandene Aufwendungen für die Barinanspruchnahme der revolving Kreditfazilität in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 1 Mio Euro) ausgewiesen. Weitere Erläuterungen zur syndizierten Kreditvereinbarung der ProSiebenSat.1 Group sind unter → [Ziffer 27 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#) aufgeführt.

Die Auswirkungen von Hedge-Ineffektivitäten und der Beendigung von Hedge Accounting bei Zinsswaps werden unter → [Ziffer 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#) detailliert erläutert.

13 / Ertragsteuern

150 / ERTRAGSTEUERAUFWAND in Mio Euro

	2017	2016
Laufender Ertragsteueraufwand - Deutschland	188	199
Laufender Ertragsteueraufwand - Ausland	4	24
Laufender Ertragsteueraufwand	192	223
Latenter Steuerertrag - Deutschland	- 25	- 1
Latenter Steuerertrag - Ausland	- 2	- 16
Latenter Steuerertrag	- 27	- 17
Summe Ertragsteueraufwand	165	206

Die laufenden Ertragsteueraufwendungen beinhalten alle in- und ausländischen Steuern auf Grundlage der steuerpflichtigen Einkommen 2017 (Körperschaftsteuer, Gewerbesteuer und entsprechende ausländische Steuern) sowie Ertragsteueraufwendungen für Vorjahre in Höhe von 20 Mio Euro (Vorjahr: 17 Mio Euro). In einer früheren Periode bisher nicht berücksichtigte steuerliche Verluste oder temporäre Differenzen führten im Geschäftsjahr 2017 zu einer Minderung des tatsächlichen Ertragsteueraufwands von 1 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

Der latente Steuerertrag in Höhe von 27 Mio Euro für das Geschäftsjahr 2017 (Vorjahr: 17 Mio Euro) beinhaltet einen latenten Steuerertrag in Höhe von 35 Mio Euro (Vorjahr: 15 Mio Euro) aus der laufenden Veränderung von temporären Differenzen. Zusätzlich ergeben sich 6 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) latenter Steuerertrag auf bisher nicht berücksichtigte temporäre Unterschiede in früheren Perioden. Weiterhin ist ein latenter Steueraufwand in Höhe von 7 Mio Euro (Vorjahr: 4 Mio Euro latenter Steuerertrag) enthalten, der aus der laufenden Veränderung von latenten Steuern auf Verlustvorträge resultiert und im Wesentlichen auf die Wertberichtigung aktiver latenter Steuern auf Verlustvorträge (Vorjahr: 2 Mio Euro) zurückzuführen ist.

Wertberichtigungen aktiver latenter Steuern auf temporäre Differenzen wurden, wie im Vorjahr, in nicht wesentlicher Höhe vorgenommen. Eine Zuschreibung von aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge erfolgte im Geschäftsjahr 2017 in Höhe von 1 Mio Euro, während im Vorjahr Zuschreibungen in Höhe von 2 Mio Euro vorgenommen worden sind.

Die für die Ermittlung der latenten Steuern anzuwendenden Steuersätze wurden entsprechend vorliegender Gesetzesänderungen angepasst. Während im Vorjahr sich aus diesen Steuersatzänderungen keine wesentlichen Auswirkungen auf den latenten Steueraufwand ergaben, führte im Geschäftsjahr 2017 insbesondere die Steuerreform in den USA zu einem latenten Steueraufwand von 7 Mio Euro.

Unverändert gegenüber dem Vorjahr betrug der Körperschaftsteuersatz für 2017 in Deutschland 15,0 Prozent zuzüglich des Solidaritätszuschlages von 5,5 Prozent. Unter Einbeziehung der Gewerbesteuer mit einem durchschnittlichen Hebesatz von 341,8 Prozent (Vorjahr: 340,1%) betrug der Gesamtsteuersatz im Jahr 2017 gerundet 28,0 Prozent (Vorjahr: 28,0%).

Die Steuersätze für die ausländischen Gesellschaften lagen, wie im Vorjahr, zwischen 12,3 Prozent und 42,3 Prozent. Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden in den USA wurden mit dem nach der Steuerreform anzuwendenden Steuersatz von 25,8 Prozent bewertet.

Der für den Konzern maßgebliche nominelle Steuersatz beläuft sich auf 28,0 Prozent. Der Unterschied zwischen erwartetem Steueraufwand und tatsächlichem Steueraufwand lässt sich im Hinblick auf die fortgeführten Geschäftsaktivitäten wie folgt überleiten:

151 / ÜBERLEITUNG STEUERAUFWAND in Mio Euro

	2017	2016
Ergebnis vor Steuern	646	658
Anzuwendender Konzernsteuersatz (in Prozent)	28	28
Erwarteter Ertragsteueraufwand	181	184
Erhöhung/Minderung der Ertragsteuern durch:		
Steuersatzabweichungen		
Steuersatzunterschiede Ausland	- 1	- 5
Steuersatzunterschiede Inland	- 1	0
Effekt Steuersatzänderungen	7	0
Steuereffekte aus Abweichungen in der steuerlichen Bemessungsgrundlage		
Nicht abzugsfähige Zinsaufwendungen	6	2
Sonstige nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	51	25
Steuerfreie Erträge	- 24	- 14
Nicht steuerwirksame Veräußerungseffekte	- 85	- 6
Ansatz und Bewertung aktiver latenter Steuern		
Veränderung in der Realisierbarkeit aktiver latenter Steuern	14	8
Sonstige Effekte		
Steuern für Vorjahre	14	19
At-Equity bewertete Anteile	3	1
Sonstige	0	- 8
Summe Ertragsteueraufwand	165	206

Insgesamt wurden zum 31. Dezember 2017 auf körperschaftsteuerliche Verlustvorträge in Höhe von 177 Mio Euro (Vorjahr: 177 Mio Euro) und auf gewerbesteuerliche Verlustvorträge in Höhe von 82 Mio Euro (Vorjahr: 84 Mio Euro) keine aktiven latenten Steuern angesetzt. Davon verfallen Verlustvorträge in Höhe von 9 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro) innerhalb der nächsten 5 bis 7 Jahre, soweit diese nicht genutzt werden.

Die für körperschaftsteuerliche Verlustvorträge nicht erfasste aktive latente Steuer beträgt somit 33 Mio Euro (Vorjahr: 34 Mio Euro). Für gewerbesteuerliche Verluste beträgt die nicht erfasste aktive latente Steuer 11 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro).

Für Unternehmen, die im laufenden Geschäftsjahr oder im Vorjahr Verluste erlitten haben, wurden zum 31. Dezember 2017, wie im Vorjahr, latente Steuerschulden übersteigende latente Steueransprüche in geringfügiger Höhe erfasst. Basierend auf der aktuellen Steuerplanung können diese latenten Steueransprüche voraussichtlich in den nächsten fünf Jahren genutzt werden.

Die angesetzten aktiven und passiven latenten Steuern resultieren aus folgenden Positionen:

152 / ZUORDNUNG/HERKUNFT LATENTER STEUERN in Mio Euro

	2017		2016	
	aktiv	passiv	aktiv	passiv
Geschäfts- oder Firmenwerte	5	64	3	81
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	6	172	8	200
Sachanlagen	0	26	0	31
Finanzielle Vermögenswerte	8	5	6	11
Programmvermögen	5	1	-/-	3
Vorräte, Sonstige Vermögenswerte	6	25	7	78
Rückstellungen für Pensionen	2	0	1	0
Sonstige Rückstellungen	15	6	11	2
Verbindlichkeiten	56	56	65	24
Verlustvorträge	33	-/-	24	-/-
Saldierung	- 102	- 102	- 95	- 95
Summe	34	253	30	335

Betreffend der Saldierung von aktiven und passiven latenten Steuern. → [siehe „Zusammenfassung der wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätzen“](#)

Im Bereich der Beteiligungen an Tochterunternehmen wurde eine passive latente Steuer in Höhe von 3 Mio Euro (Vorjahr: 2 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 12 Mio Euro (Vorjahr: 11 Mio Euro) vor. Auf diese zu versteuernden temporären Differenzen wurden keine passiven latenten Steuern gebildet, da der zeitliche Verlauf der Auflösung der temporären Differenzen gesteuert werden kann und es nicht wahrscheinlich ist, dass sich die temporären Differenzen in absehbarer Zeit auflösen werden.

Hinsichtlich der Angaben zu den latenten Steuern, die erfolgsneutral im kumulierten übrigen Eigenkapital erfasst worden sind, sowie zu den in der Kapitalrücklage erfassten tatsächlichen Steuern wird auf → [Ziffer 24 „Eigenkapital“](#) verwiesen.

14 / Ergebnis je Aktie

153 / IN DAS ERGEBNIS JE AKTIE EINBEZOGENE ERGEBNISGRÖSSEN in Mio Euro

	2017	2016
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis (unverwässert)	471	402
davon aus fortgeführten Aktivitäten (unverwässert)	471	444
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten (unverwässert)	-/-	- 42
Bewertungseffekte aus der anteilsbasierten Vergütung nach Steuern	- 3	- 6
Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis (verwässert)	468	397
davon aus fortgeführten Aktivitäten (verwässert)	468	439
davon aus nicht-fortgeführten Aktivitäten (verwässert)	-/-	- 42

154 / IN DAS ERGEBNIS JE AKTIE EINBEZOGENE AKTIEN in Stück

	2017	2016
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (unverwässert)	228.854.304	216.755.645
Verwässerungseffekt aufgrund von ausgegebenen Aktienoptionen und Anrechten auf Aktien	613.397	896.373
Gewichtete Anzahl ausgegebener Aktien (verwässert)	229.467.701	217.652.018

Die Group Share Pläne → siehe Ziffer 32 „Anteilsbasierte Vergütung“ beinhalten hinsichtlich der Erfüllungsart ein Wahlrecht seitens der ProSiebenSat.1 Media SE, diese mittels Aktien oder im Wege des Barausgleiches zu erfüllen. Aufgrund des daraus resultierenden Verwässerungseffekts gemäß IAS 33.58 werden die Pläne für die Berechnung des Ergebnisses je Aktie im Gegensatz zu IFRS 2 so behandelt, als würden diese in Stammaktien erfüllt werden.

Für Führungskräfte bzw. ausgewählte Mitarbeiter bestanden zum Stichtag 613.397 (Vorjahr: 896.373) Rechte an Aktienoptionen bzw. Anrechte auf Aktien mit verwässernder Wirkung.

Aus der möglichen Umwandlung aller ausgegebenen, „im Geld“ befindlichen Aktienoptionen → siehe Ziffer 32 „Anteilsbasierte Vergütung“ auf Stammaktien sowie potenziell ausgegebenen Stammaktien ergibt sich für das Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Aktivitäten ein Verwässerungseffekt in Höhe von 0,02 Euro (Vorjahr: 0,03 Euro).

15 / Sonstige Angaben

PERSONALAUFWAND UND MITARBEITERZAHLEN

In den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sind folgende Personalaufwendungen enthalten:

155 / PERSONALAUFWAND in Mio Euro

	2017	2016
Löhne und Gehälter	581	544
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Unterstützung	79	72
Summe	660	616

Die Aufwendungen für Altersvorsorge belaufen sich im Geschäftsjahr 2017 auf 2 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro).

Im Durchschnitt des Geschäftsjahres waren im Konzern beschäftigt:

156 / ANZAHL MITARBEITER

	2017	2016
Weibliche Angestellte	3.161	2.979
Männliche Angestellte	3.291	3.075
Summe	6.452	6.054

Die Teilzeitstellen wurden jeweils vollzeitäquivalent berücksichtigt.

ABSCHREIBUNGEN

Die in den Umsatz-, Vertriebs- und Verwaltungskosten sowie in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen enthaltenen Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen setzen sich wie folgt zusammen:

157 / ABSCHREIBUNGEN in Mio Euro

	2017	2016
Planmäßige Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte	138	129
Planmäßige Abschreibungen auf Sachanlagen	58	52
Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte	48	18
Wertminderungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte aus Kaufpreisallokationen	17	6
Wertminderungen auf Sachanlagen	2	0
Summe	263	206

Der planmäßige und außerplanmäßige Werteverzehr des Programmvermögens in Höhe von 1.145 Mio Euro (Vorjahr: 915 Mio Euro) wird in den Umsatzkosten ausgewiesen und bei der EBITDA-Ermittlung in Abzug gebracht.

ERLÄUTERUNGEN ZUR BILANZ

16 / Geschäfts- oder Firmenwerte

158 / ANLAGENSPIEGEL GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE in Mio Euro

	2017	2016
ANSCHAFFUNGSKOSTEN		
Anfangsbestand 01.01.	1.953	1.742
Kursdifferenzen	- 36	- 3
Zugänge	162	224
Abgänge	- 155	- 9
Endbestand 31.12.	1.924	1.953
ABSCHREIBUNGEN		
Anfangsbestand 01.01./Endbestand 31.12.	93	93
Buchwert zum 31.12.	1.831	1.860

Weitere Informationen zu den Zugängen und Abgängen finden sich in → [Ziffer 4 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen“](#).

Die Geschäfts- oder Firmenwerte verteilen sich wie folgt auf die einzelnen Segmente:

159 / ALLOKATION DER GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE AUF DIE SEGMENTE in Mio Euro

Bezeichnung des Segments	Broadcasting German-speaking	Digital Entertainment	Digital Ventures & Commerce	Content Production & Global Sales	Summe
Bezeichnung der Gruppe der zahlungsmittelgenerierenden Einheit	Broadcasting German-speaking	Digital Entertainment	Digital Ventures & Commerce	Content Production & Global Sales	
Buchwerte Geschäfts- oder Firmenwert 31.12.2016	464	313	932	151	1.860
Buchwerte Geschäfts- oder Firmenwert 31.12.2017	487	303	874	167	1.831

Im Geschäfts- und Vergleichsjahr werden nicht beherrschende Anteile zum Erwerbszeitpunkt mit ihrem entsprechenden Anteil am identifizierbaren Nettovermögen des erworbenen Unternehmens bewertet. Vom transaktionsbezogenen Wahlrecht zur Anwendung der so genannten Full-Goodwill-Methode wurde im Geschäfts- und Vergleichsjahr kein Gebrauch gemacht.

Gemäß der im Geschäftsjahr 2017 und im Vorjahr durchgeführten Wertminderungstests für Geschäfts- oder Firmenwerte sind die Buchwerte werthaltig. Demzufolge sind keine Wertminderungen erfasst worden. Aufgrund wesentlich neuer Erkenntnisse und veränderten Managementenerwartungen am ursprünglich geplanten Bewertungsstichtag der jährlichen Wertminderungstests, dem 31. August 2017, wurde abweichend zum Vorjahr der Wertminderungstest zum Bewertungsstichtag 31. Dezember 2017 durchgeführt.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die jeweils für den Wertminderungstest der Geschäfts- oder Firmenwerte in den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten verwendeten Prämissen zum Bewertungsstichtag (31. Dezember 2017):

160 / ANGABEN ZUR BEURTEILUNG DER WERTHALTIGKEIT DER GESCHÄFTS- UND FIRMENWERTE

Bezeichnung des Segments	Broadcasting German-speaking	Digital Entertainment	Digital Ventures & Commerce	Content Production & Global Sales
Bezeichnung der Gruppe der zahlungsmittelgenerierenden Einheit ¹	Broadcasting German-speaking	Digital Entertainment	Digital Ventures & Commerce	Content Production & Global Sales
Umsatzwachstum p. a. im Planungszeitraum (CAGR) ²	3,2% (3,2%)	17,0% (14,7%)	8,9% (14,3%)	5,3% (6,0%)
Ø EBITDA-Marge im Planungszeitraum ²	31,6% (29,3%)	11,4% (17,5%)	21,1% (22,5%)	13,4% (11,3%)
Dauer des Planungszeitraums	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre	5 Jahre
Umsatzwachstum p. a. nach Ende des Planungszeitraums ²	1,5% (1,5%)	1,5% (1,5%)	1,5% (1,5%)	1,5% (1,5%)
EBITDA-Marge nach Ende des Planungszeitraums ²	31,1% (29,8%)	14,3% (21,1%)	21,5% (22,6%)	13,3% (11,8%)
Ø Diskontierungssatz ²	9,3% (9,5%)	11,5% (9,9%)	11,2% (10,9%)	9,2% (9,6%)

¹ Die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten entsprechen den operativen Segmenten (siehe Ziffer 2. „Segmente“).

² Vorjahreswerte in Klammern.

Bei der Beurteilung der Werthaltigkeit der Geschäfts- und Firmenwerte würde eine rein fiktive eindimensionale Veränderung der zugrunde gelegten Bewertungsparameter pro Segment, wie die Reduzierung der Ø EBITDA-Marge im Planungszeitraum um -3%, die Reduzierung der EBITDA-Marge nach Ende des Planungszeitraums um -3%, die Reduzierung des Umsatzwachstum p.a. nach Ende des Planungszeitraums um -0,5% oder eine Erhöhung des Diskontierungssatz um +1%, zu keiner Wertminderung der Geschäfts- und Firmenwerte in einer der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten führen.

i Die im Planungszeitraum verwendeten Umsatzwachstumsannahmen basieren auf der zum Stichtag des Werthaltigkeitstests vom Management verabschiedeten Unternehmensplanung. Die für den nach der Unternehmensplanung liegenden Planungszeitraum verwendeten Umsatzwachstumsannahmen basieren auf extern veröffentlichten Quellen. Die unterstellten EBITDA-Margen basieren auf historischen Erfahrungswerten bzw. wurden auf Basis eingeleiteter kostenreduzierender Maßnahmen prognostiziert. Der zur Diskontierung verwendete gewichtete durchschnittliche Gesamtkapitalkostensatz spiegelt jeweils den vom Kapitalmarkt abgeleiteten, risikoadjustierten Zinssatz vor Steuern wieder (Weighted Average Cost of Capital, WACC). Der Diskontierungssatz basiert auf dem risikofreien und laufzeitäquivalenten Zinssatz in Höhe von 1,25 Prozent (Vorjahr: 0,6%) sowie einer Marktrisikoprämie von 6,75 Prozent (Vorjahr: 6,75%). Darüber hinaus werden jeweils individuell für jede zahlungsmittelgenerierende Einheit ein aus der jeweiligen Peer Group abgeleiteter Beta-Faktor, ein Fremdkapitalkostensatz sowie die Kapitalstruktur berücksichtigt. Zusätzlich werden länderspezifische Steuersätze und Risikoprämien angesetzt. Sofern eine für möglich gehaltene Änderung einer wesentlichen Annahme, die in den Wertminderungstest einfließt, zu einer Verringerung des erzielbaren Betrags unter den Buchwert des entsprechenden Geschäfts- oder Firmenwerts führen könnte, ist eine auf diese wesentliche Annahme bezogene Sensitivitätsanalyse durchzuführen. Im Rahmen des Wertminderungstests für das Geschäftsjahr 2017 führt eine für möglich gehaltene Änderung einer wesentlichen Annahme aufgrund aktueller Gegebenheiten nicht zu einer Verringerung des erzielbaren Betrages unterhalb des Buchwerts.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN:

Die Prämissen sowie die zugrunde liegende Methodik bei der Durchführung des Wertminderungstests können einen erheblichen Einfluss auf die jeweiligen Werte und letztlich auf die Höhe einer möglichen Wertminderung von Geschäfts- oder Firmenwerten haben. Insbesondere die Ermittlung diskontierter Cashflows unterliegt in umfangreichem Ausmaß Planungsannahmen, die sensitiv auf Änderungen reagieren und damit die Werthaltigkeit signifikant beeinflussen können.

17 / Sonstige immaterielle Vermögenswerte

161 / ANLAGENSPIEGEL SONSTIGE IMMATERIELLE VERMÖGENSWERTE in Mio Euro

	Marken ¹	Kunden- beziehungen	Übrige immaterielle Vermögens- werte	Geleistete Anzahlungen	Summe sonstige immaterielle Vermögens- werte
ANSCHAFFUNGSKOSTEN					
Anfangsbestand 01.01.2016	243	141	547	37	968
Kursdifferenzen	- 1	2	1	0	2
Zugänge Konsolidierungskreis	190	77	39	0	307
Zugänge	-/-	-/-	109	34	143
Umbuchungen	-/-	-/-	24	- 24	-/-
Abgänge Konsolidierungskreis	- 4	- 1	- 60	- 4	- 70
Abgänge	- 2	-/-	- 84	0	- 86
Endbestand 31.12.2016/ Anfangsbestand 01.01.2017	426	220	576	42	1.264
Kursdifferenzen	0	- 10	- 5	0	- 15
Zugänge Konsolidierungskreis	50	13	18	-/-	81
Zugänge	-/-	-/-	104	33	138
Umbuchungen	-/-	-/-	24	- 24	-/-
Abgänge Konsolidierungskreis	- 47	- 20	- 30	0	- 97
Abgänge	0	-/-	- 74	0	- 75
Umgliederung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	-/-	-/-	- 1	0	- 1
Endbestand 31.12.2017	429	204	612	51	1.295
ABSCHREIBUNGEN					
Anfangsbestand 01.01.2016	19	19	376	1	415
Kursdifferenzen	0	0	1	-/-	1
Zugänge ²	11	26	111	6	153
Abgänge Konsolidierungskreis	- 4	- 1	- 47	0	- 53
Abgänge	- 2	-/-	- 68	0	- 71
Endbestand 31.12.2016/ Anfangsbestand 01.01.2017	23	44	373	6	447
Kursdifferenzen	0	- 2	- 3	-/-	- 5
Zugänge ²	36	29	129	10	203
Abgänge Konsolidierungskreis	- 20	- 11	- 13	-/-	- 44
Abgänge	0	0	- 51	- 1	- 52
Endbestand 31.12.2017	39	61	435	15	550
Buchwert 31.12.2017	390	143	177	36	745
Buchwert 31.12.2016	403	175	202	36	817

¹ Darin enthalten sind Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer mit einem Buchwert in Höhe von 319 Mio Euro zum 31. Dezember 2017 (Vorjahr: 333 Mio Euro).

² Von den darin erfassten Wertminderungen in Höhe von 65 Mio Euro (Vorjahr: 24 Mio Euro) werden 48 Mio Euro (Vorjahr: 18 Mio Euro) in den Funktionskosten ausgewiesen.

Die übrigen immateriellen Vermögenswerte beinhalten Software, Lizenzen aus der Vermarktung von digitalen Angeboten externer Anbieter und gewerbliche Schutzrechte. Außerdem enthält dieser Posten selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 46 Mio Euro (Vorjahr: 48 Mio Euro).

Die Marken beinhalten Vermögenswerte mit bestimmter und unbestimmter Nutzungsdauer. Die Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer verteilen sich wie folgt auf die einzelnen Segmente:

162 / ALLOKATION DER MARKEN MIT UNBESTIMMTER NUTZUNGSDAUER AUF DIE SEGMENTE PER 31. DEZEMBER 2017 in Mio Euro

Bezeichnung des Segments	Broadcasting German-speaking	Digital Entertainment	Digital Ventures & Commerce	Content Production & Global Sales	Summe
Buchwert Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer 31.12.2016	3	3	327	-/-	333
Buchwert Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer 31.12.2017	15	2	302	-/-	319

Alle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer werden einem jährlichen Wertminderungstest gemäß IAS 36 auf Basis des erzielbaren Betrages unterzogen → [siehe hierzu „Zusammenfassung der Wesentlichen Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze“](#). Aufgrund wesentlich neuer Erkenntnisse und veränderten Managementenerwartungen am ursprünglich geplanten Bewertungsstichtag der jährlichen Wertminderungstests, dem 31. August 2017, wurde abweichend zum Vorjahr der Wertminderungstest zum Bewertungsstichtag 31. Dezember 2017 durchgeführt. Dort wo verfügbar, wurden die Wertminderungstests der Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer auf Basis von Planungsrechnungen externer Gutachten erstellt.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Zuordnung der wesentlichen Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer zu den zahlungsmittelgenerierenden Einheiten sowie die in die jeweiligen Werthaltigkeitstests eingeflossenen Annahmen zum Bewertungsstichtag:

163 / ANGABEN ZUR BEURTEILUNG DER WERTHALTIGKEIT DER WESENTLICHEN MARKEN MIT UNBESTIMMTER NUTZUNGSDAUER

Bezeichnung der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten	Verivox	PARSHIP ELITE Group
Umsatzwachstum p. a. im Planungszeitraum (CAGR)	11,5%	4,6%
EBITDA-Marge im Planungszeitraum und nach Ende des Planungszeitraums	31,3% - 33,8%	32,3% - 35,0%
Dauer des Planungszeitraums	5 Jahre	5 Jahre
Umsatzwachstum p. a. nach Ende des Planungszeitraums	1,5%	1,5%
Ø Diskontierungssatz	12,8%	13,1%
Bewertungsstichtag	31. Dezember 2017	31. Dezember 2017
Buchwert Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer 31.12.2017 (in Mio Euro)	107	141

AUSSERPLANMÄSSIGE ABSCHREIBUNGEN VON IMMATERIELLEN VERMÖGENSWERTEN IM SEGMENT DIGITAL VENTURES & COMMERCE

Im Geschäftsjahre 2017 haben sich außerplanmäßige Abschreibungen auf im Rahmen von früheren Kaufpreisallokationen identifizierten und bewerteten sonstigen immateriellen Vermögenswerten im Bereich Digital Ventures & Commerce ergeben. Die wesentlichen außerplanmäßigen Abschreibungen stehen im Zusammenhang mit Kundenbeziehungen in Höhe von 4 Mio Euro und einer Marke mit bestimmter Nutzungsdauer in Höhe von 13 Mio Euro im Commerce-Portfolio welche im Rahmen eines Wertminderungstests nach IAS 36 erfasst wurden. Hierbei wurde dem fortgeführten Buchwert der relevanten zahlungsmittelgenerierenden Einheit der erzielbare Betrag, der den höheren Wert aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Veräußerungskosten und Nutzungswert repräsentiert, gegenübergestellt. Die außerplanmäßigen Abschreibungen wurden in den Funktionskosten erfasst. Darüber hinaus wurde im Rahmen der zur Veräußerung gehaltenen Vermögenswerte von Gesellschaften aus dem Reise-Portfolio → [siehe Ziffer 4 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen“](#) eine Marke mit unbestimmter Nutzungsdauer in Höhe von 16 Mio Euro außerplanmäßig abgeschrieben. Diese Abschreibung wurde in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst.

STRATEGISCHE NEUAUSRICHTUNG MAXDOME

Aufgrund einer strategischen Neueinschätzung der Geschäftsaktivitäten des dem Segment Digital Entertainment zugeordneten Tochterunternehmens maxdome GmbH hat die ProSiebenSat.1 Group im Geschäftsjahr 2017 eine außerplanmäßige Abschreibung einer Marke mit bestimmter Nutzungsdauer in Höhe von 1 Mio Euro vorgenommen. Darüber hinaus wurde ein Wertminderungstest nach IAS 36 vorgenommen und dabei sonstige immaterielle Vermögenswerte von 17 Mio EUR abgeschrieben. In diesem Zuge wurden weitere Vermögenswerte in der zahlungsmittelgenerierenden Einheit maxdome außerplanmäßig abgeschrieben, welche in den jeweiligen Kapiteln gesondert dargestellt werden.

Im Bereich der sonstigen immateriellen Vermögenswerte wurden neben den beschriebenen Wertminderungen im abgelaufenen Geschäftsjahr zudem außerplanmäßige Abschreibungen auf Lizenzen in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro) und auf sonstige immaterielle Vermögenswerte mit einer bestimmten Nutzungsdauer in Höhe von 28 Mio Euro (Vorjahr: 13 Mio Euro) gebucht.

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

NUTZUNGSDAUERN DER IMMATERIELLEN VERMÖGENSWERTE

	Jahre
Software	3 - 8
Lizenzen und andere Schutzrechte	10 bzw. Laufzeit der Lizenzverträge

Abweichend davon können sich bei im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen erworbenen immateriellen Vermögenswerten mit begrenzter Nutzungsdauer andere Nutzungszeiträume ergeben:

NUTZUNGSDAUERN DER IMMATERIELLEN VERMÖGENSWERTE MIT BESTIMMTER NUTZUNGSDAUER

	Jahre
Kundenbeziehungen	2 - 15
Marken mit bestimmter Nutzungsdauer	5 - 15

Die Nutzungsdauern und Abschreibungsmethoden werden jährlich überprüft und bei geänderten Erwartungen entsprechend angepasst.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN:

Die Prämissen sowie die zugrunde liegende Methodik bei der Durchführung des Wertminderungstests können einen erheblichen Einfluss auf die jeweiligen Werte und letztlich auf die Höhe einer möglichen Wertminderung von sonstigen immateriellen Vermögenswerten haben. Insbesondere die Ermittlung diskontierter Cashflows unterliegt in umfangreichem Ausmaß Planungsannahmen, die sensitiv auf Änderungen reagieren und damit die Werthaltigkeit signifikant beeinflussen können.

18 / Sachanlagen

164 / ANLAGENSPIEGEL SACHANLAGEN in Mio Euro

	Bauten auf fremden Grund- stücken, Ein- und Umbauten	Technische Anlagen	Betriebs- und Geschäfts- ausstattung	Geleistete Anzahlungen	Summe
ANSCHAFFUNGSKOSTEN					
Anfangsbestand 01.01.2016	266	176	68	9	519
Kursdifferenzen	0	1	0	-/-	1
Zugänge Konsolidierungskreis	0	2	1	0	4
Zugänge	6	18	10	6	41
Umbuchungen	7	1	0	-7	-/-
Abgänge Konsolidierungskreis	-1	0	-2	0	-3
Abgänge	0	-7	-5	-1	-12
Endbestand 31.12.2016/ Anfangsbestand 01.01.2017	278	190	72	7	548
Kursdifferenzen	0	-2	0	-/-	-3
Zugänge Konsolidierungskreis	1	1	2	0	4
Zugänge	16	15	9	12	52
Umbuchungen	1	0	0	-2	-/-
Abgänge Konsolidierungskreis	-/-	-/-	-2	-/-	-2
Abgänge	-20	-12	-7	-4	-43
Umgliederung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	-/-	0	0	-/-	0
Endbestand 31.12.2017	276	193	74	14	556
ABSCHREIBUNGEN					
Anfangsbestand 01.01.2016	117	127	49	-/-	293
Kursdifferenzen	0	0	0	-/-	0
Zugänge	23	22	7	-/-	52
Abgänge Konsolidierungskreis	-1	0	-2	-/-	-2
Abgänge	0	-7	-4	-/-	-11
Endbestand 31.12.2016/ Anfangsbestand 01.01.2017	140	143	50	-/-	332
Kursdifferenzen	0	-1	0	-/-	-2
Zugänge	27	24	9	-/-	60
Abgänge Konsolidierungskreis	-/-	-/-	-1	-/-	-1
Abgänge	-20	-11	-7	-/-	-38
Endbestand 31.12.2017	146	155	51	-/-	352
Buchwert 31.12.2017	130	38	23	14	205
Buchwert 31.12.2016	139	47	23	7	216

In der Position Bauten auf fremden Grundstücken, Ein- und Umbauten sind geleaste Immobilien mit einem Restbuchwert in Höhe von 85 Mio Euro (Vorjahr: 94 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 Jahr 2019, wobei die Zinskonversionszeitpunkte (Ende der Zinsbindungsfrist) früher eintreten können. Die Immobilienleasingverträge sind zu marktüblichen Konditionen abgeschlossen worden. Aufgrund des geplanten Neubaus am Standort Unterföhring verkürzte sich im vergangenen Geschäftsjahr die Restnutzungsdauer der geleaste Immobilien sowie der enthaltenen Ein- und Umbauten. Dies führte in der Berichtsperiode zu einer erhöhten Abschreibung in Höhe von 17 Mio Euro.

Daneben bestehen weitere Leasingverhältnisse im Wesentlichen für technische Ausrüstung in Höhe von 5 Mio Euro (Vorjahr: 10 Mio Euro), die ebenfalls als Finanzierungsleasing klassifiziert werden.

Die Mindestleasingzahlungen zum 31. Dezember 2017 sowie zum Vorjahresstichtag setzen sich wie folgt zusammen:

165 / MINDESTLEASINGZAHLUNGEN in Mio Euro

	fällig im Folgejahr	fällig im 2. bis 5. Jahr	fällig nach dem 5. Jahr	Gesamt 31.12.2017
SACHANLAGEN				
Mindestleasingzahlungen	14	17	0	31
Zinsanteil der Mindestleasingzahlungen	1	2	0	3
Barwert der Mindestleasingzahlungen	13	15	0	28

	fällig im Folgejahr	fällig im 2. bis 5. Jahr	fällig nach dem 5. Jahr	Gesamt 31.12.2016
SACHANLAGEN				
Mindestleasingzahlungen	16	27	1	45
Zinsanteil der Mindestleasingzahlungen	2	3	0	5
Barwert der Mindestleasingzahlungen	14	24	1	40

Darüber hinaus bestehen noch Leasingverbindlichkeiten bei Bauten auf fremden Grundstücken in Höhe von 38 Mio Euro (Vorjahr: 32 Mio Euro). Somit ergeben sich zum 31. Dezember 2017 Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 65 Mio Euro (Vorjahr: 72 Mio Euro).

Folgende wirtschaftliche Nutzungsdauern liegen zugrunde:

166 / NUTZUNGSDAUERN DER SACHANLAGEN

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

19 / At-Equity bewertete Anteile

ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN

Es bestehen zwei wesentliche assoziierte Unternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden,

An der gamigo AG, Hamburg, hält der Konzern eine Beteiligung in Höhe von 33,0 Prozent (Vorjahr: 33,0%) am Grundkapital. Gegenstand der Gesellschaft ist der Betrieb von Spieleportalen im Internet sowie die dazugehörige Vermarktung von Werbeflächen, der Handel mit Computerspielen und Konsolenspielen sowie der Betrieb und die Vermarktung von Online-Spielen im Internet als auch mobilen Endgeräten. Im Berichtsjahr hat die ProSiebenSat.1 Group von der gamigo AG keine Dividenden vereinnahmt.

Darüber hinaus besteht eine Beteiligung in Höhe von 41,6 Prozent (Vorjahr: 41,6%) am Kapital der Marketplace GmbH, Berlin, die 100 Prozent der Anteile an der Beko Käuferportal GmbH, Berlin, hält. Käuferportal ist ein führendes Online-Portal in Deutschland für die Vermittlung von komplexen Produkten und Dienstleistungen. Im Berichtsjahr hat die ProSiebenSat.1 Group von der Marketplace GmbH keine Dividenden vereinnahmt.

Die folgende Übersicht zeigt aggregierte Finanzinformationen zu den wesentlichen assoziierten Unternehmen sowie eine Überleitung der zusammengefassten Finanzinformationen auf die Buchwerte der Anteile des Konzerns an den assoziierten Unternehmen. Die Informationen lassen sich aus den letzten verfügbaren Abschlüssen ableiten. Die Gesellschaften weisen als Abschlussstichtag den 31. Dezember auf. Die Überleitung der gamigo AG

basiert auf dem Abschluss zum 30. November 2017. Der Überleitung der Marketplace GmbH lagen im Vorjahr vorläufige Werte zugrunde. Die genannten Gesellschaften sind nicht börsennotiert.

167 / FINANZINFORMATIONEN ZU WESENTLICHEN ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN

in Mio Euro

	Marketplace GmbH (Käuferportal)		gamigo AG	
	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2016
Anteil ProSiebenSat.1 Group (in %)	41,6%	41,6%	33,0%	33,0%
Langfristige Vermögenswerte	56	55	34	48
Kurzfristige Vermögenswerte	15	28	9	12
Langfristige Schulden	24	29	19	25
Kurzfristige Schulden	12	6	24	25
Nettovermögen (100%)	36	47	0	10
Anteil des Konzerns am Nettovermögen	15	20	0	3
Goodwill	20	20	24	24
Wertberichtigung	-/-	-/-	-13	-/-
Buchwert des Anteils am assoziierten Unternehmen	34	39	10	27
Umsatzerlöse	63	4 ¹	38	21 ¹
Periodenergebnis (100%)	-12	0 ¹	-10	-12 ¹
Anteil des Konzerns am Periodenergebnis	-5	-0¹	-3	-4¹

¹ Die Werte stellen die Beträge seit Akquisition dar.

Die ProSiebenSat.1 Group hält weitere Beteiligungen an assoziierten Unternehmen, die für den Konzern von untergeordneter Bedeutung sind. Folgende Übersicht zeigt zusammengefasste Finanzinformationen für diese Beteiligungen:

168 / ZUSAMMENGEFASSTE FINANZINFORMATIONEN ZU UNWESENTLICHEN ASSOZIIERTEN UNTERNEHMEN in Mio Euro

	31.12.2017	31.12.2016
Buchwert der Anteile an assoziierten Unternehmen	56	42
Anteil am Gewinn ¹	0	3

¹ Nicht fortgeführte Aktivitäten liegen bei den unwesentlichen assoziierten Unternehmen nicht vor.

GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN

Die zum Stichtag 31. Dezember 2017 von der ProSiebenSat.1 Group gehaltenen Beteiligungen an Gemeinschaftsunternehmen sind für den Konzern lediglich von untergeordneter Bedeutung. Folgende Übersicht zeigt zusammengefasste Finanzinformationen für diese Beteiligungen:

169 / ZUSAMMENGEFASSTE FINANZINFORMATIONEN ZU UNWESENTLICHEN GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN in Mio Euro

	31.12.2017	31.12.2016
Buchwert der Anteile an Gemeinschaftsunternehmen	8	0
Anteil am Gewinn ¹	-1	0

¹ Nicht fortgeführte Aktivitäten liegen bei den unwesentlichen assoziierten Unternehmen nicht vor.

20 / Programmvermögen

Das Programmvermögen beinhaltet Rechte an Spielfilmen, Serien, Auftragsproduktionen, digitalem Content sowie hierauf geleistete Anzahlungen (inklusive geleisteter Anzahlungen auf Sportrechte). Aufgrund der großen Bedeutung für die ProSiebenSat.1 Group wird das grundsätzlich den sonstigen immateriellen Vermögenswerten zuzurechnende Programmvermögen als separater Posten in der Bilanz dargestellt.

170 / ANLAGENSPIEGEL PROGRAMMVERMÖGEN in Mio Euro

	Aktivierte Rechte	Geleistete Anzahlungen	Summe
Buchwert 01.01.2016	1.176	76	1.252
Zugänge Konsolidierungskreis	-/-	1	1
Zugänge	920	73	994
Abgänge	- 17	0	- 18
Umbuchungen	34	- 34	-/-
Werteverzehr ¹	- 918	-/-	- 918
davon planmäßig			- 801
davon außerplanmäßig			- 117
Buchwert 31.12.2016/01.01.2017	1.196	117	1.312
davon langfristiges Programmvermögen			1.166
davon kurzfristiges Programmvermögen			146
Währungsdifferenz	0	- 1	- 1
Zugänge Konsolidierungskreis	3	-/-	3
Zugänge	958	90	1.048
Abgänge	- 22	0	- 22
Umbuchungen	60	- 60	-/-
Werteverzehr ¹	- 1.141	-/-	- 1.141
davon planmäßig			- 839
davon außerplanmäßig			- 302
Buchwert 31.12.2017	1.053	145	1.198
davon langfristiges Programmvermögen			1.021
davon kurzfristiges Programmvermögen			177

¹ Werteverzehr inkl. Verbrauch von in Vorperioden gebildeten Drohverlustrückstellungen in Höhe von 1 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro).

Die aktivierten Rechte enthalten hauptsächlich Free-TV-Rechte in Höhe von 1.048 Mio Euro (Vorjahr: 1.175 Mio Euro) sowie sonstige Rechte wie beispielsweise Pay-TV-, Video-on-Demand- und Mobile-TV-Rechte in Höhe von 5 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro).

Die ProSiebenSat.1 Group hat im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2017 eine strategische Neubewertung eines Teils ihres Programmbestandes im Segment Broadcasting German-speaking durchgeführt. Es soll im Wesentlichen eine stärkere Diversifizierung der Programmstruktur der Gruppe erreicht werden, um mittelfristig den US Fiction Anteil im Programm zu reduzieren. Im Zuge dessen wurden im Rahmen der zweistufigen Werthaltigkeitsüberprüfung weitreichende Bereinigungen auf Titelebene im Programmbestand vorgenommen. Die Gruppe hat auf Grundlage der durchgeführten Neubewertung einen außerplanmäßigen Werteverzehr in Höhe von 170 Mio Euro erfasst. Des Weiteren wurden aufgrund der strategischen Neueinschätzung der Geschäftsaktivitäten des dem Segment Digital Entertainment zugeordneten Tochterunternehmens maxdome GmbH im Geschäftsjahr 2017 außerordentlich Abschreibungen auf das Programmvermögen in Höhe von insgesamt 21 Mio Euro vorgenommen.

Der planmäßige und außerplanmäßige Werteverzehr des Programmvermögens wird unter den Umsatzkosten ausgewiesen. Wertaufholungen werden mit dem Werteverzehr saldiert.

Programmvermögen, wie beispielsweise Sportevents oder Newsformate, das zur einmaligen Ausstrahlung vorgesehen ist, sowie geleistete Anzahlungen auf Programmvermögen werden grundsätzlich als kurzfristiges Programmvermögen ausgewiesen.

Rückstellungen für drohende Verluste aus schwebenden Programmvermögensgeschäften werden gebildet, wenn die prognostizierten Erlöse nach heutiger Einschätzung der Gesellschaft die Kosten nicht decken werden. Die Bildung der Drohverlustrückstellungen erfolgt dabei unter Berücksichtigung genrebasierter Programmgruppen.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN:

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 Zuschauerreichweiten. Diese berücksichtigen die unterschiedliche Einsetzbarkeit des Programmvermögens und spiegeln abhängig von der Anzahl der relevanten Ausstrahlungen den erforderlichen Werteverzehr des Programmvermögens entsprechend wieder.

21 / Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte

171 / FINANZIELLE FORDERUNGEN UND VERMÖGENSWERTE in Mio Euro

	31.12.2017			31.12.2016		
	kurzfristig	langfristig	Summe	kurzfristig	langfristig	Summe
Forderungen aus Auftragsproduktionen	18	-/-	18	12	-/-	12
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	483	9	492	434	18	452
Summe Forderungen	501	9	510	446	18	464
Derivate	37	41	78	77	187	264
Beteiligungen	-/-	66	66	-/-	69	69
Wertpapiere	-/-	45	45	-/-	51	51
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	15	15	29	14	6	20
Summe finanzielle Vermögenswerte	52	167	218	91	313	404
Summe	553	175	728	537	331	868

In der Bilanz weist der Konzern die jeweiligen Nettopositionen für jede Auftragsproduktion entweder als Forderung oder als Verbindlichkeit aus. Eine Auftragsproduktion wird als Forderung ausgewiesen, wenn die angefallenen Kosten und erfassten Gewinne abzüglich erfasster Verluste die erhaltenen Anzahlungen übersteigen. Im anderen Fall entsteht eine Verbindlichkeit aus Auftragsproduktionen.

172 / NETTOPOSITION AUS AUFTRAGSPRODUKTIONEN in Mio Euro

	31.12.2017	31.12.2016
Forderungen aus Auftragsproduktionen	18	12
Verbindlichkeiten aus Auftragsproduktionen	9	24
Nettoposition	9	-12

Die Nettoposition bezieht sich auf die folgenden Sachverhalte:

	31.12.2017	31.12.2016
Angefallene Kosten und erfasste Gewinne abzüglich erfasster Verluste	370	401
Erhaltene Anzahlungen	361	413
	9	-12

Im Segment Content Production & Global Sales befinden sich im Bereich der Auftragsproduktionen zum Stichtag noch einige Projekte in Fertigstellung. Diese erzielten im Geschäftsjahr 2017 ein Ergebnis von 89 Mio Euro (Vorjahr: 108 Mio Euro) bei gleichzeitig entstandenen relevanten Kosten des Projektfortschritts von 282 Mio Euro (Vorjahr: 293 Mio Euro).

Bei den Derivaten handelt es sich überwiegend um Fremdwährungssicherungsgeschäfte mit positiven Marktwerten. Daneben beinhaltet die Position ein Finanzderivat aus einer Bezugsrechtevereinbarung (Warrant Agreement) mit der Odyssey Music Group S.A., Paris (Betreiber des Music Streaming Portals „Deezer“). → [Ziffer 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

In den Beteiligungen werden unter anderem die Minderheitsbeteiligungen, die der Konzern im Rahmen seiner „Media-for-Equity“-Strategie erwirbt, ausgewiesen. → [siehe Ziffer 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Die Wertpapiere bestehen im Wesentlichen aus Venture Capital Fonds Investments in Höhe von 22 Mio Euro (Vorjahr: 30 Mio Euro). Daneben werden in dieser Position erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete Anteile an Investmentfonds in Höhe von 23 Mio Euro (Vorjahr: 21 Mio Euro) ausgewiesen, die der Deckung der Pensionsverpflichtungen dienen, allerdings kein Planvermögen im Sinne des IAS 19 darstellen.

Die folgende Tabelle gibt die Veränderungen in den Wertberichtigungen auf den Bruttobestand an kurz- und langfristigen Forderungen aus Lieferungen und Leistungen wieder:

173 / WERTBERICHTIGUNGEN in Mio Euro

	31.12.2017	31.12.2016
Wertberichtigungen zum Geschäftsjahresanfang	33	19
Zugänge	24	24
Auflösungen	- 12	- 4
Verbrauch	- 7	- 6
Wechselkursänderungen	0	0
Änderung Konsolidierungskreis	- 1	0
Umgliederung in zur Veräußerung gehaltene Vermögenswerte	- 2	- / -
Wertberichtigungen zum Geschäftsjahresende	36	33

Zum 31. Dezember 2017 ergab sich folgende Altersstruktur für überfällige, nicht wertgeminderte Forderungen im Konzern:

174 / ALTERSSTRUKTUR in Mio Euro

	31.12.2017	31.12.2016
Forderungen noch nicht fällig	362	361
Überfällig in den folgenden Zeitbändern		
Weniger als 3 Monate	89	74
Zwischen 3 und 6 Monate	10	7
Zwischen 6 und 9 Monate	3	4
Zwischen 9 und 12 Monate	9	3
Über 12 Monate	10	4
Summe der überfälligen, nicht wertgeminderten Forderungen	120	91

Die ProSiebenSat.1 Group geht davon aus, dass die überfälligen, nicht wertgeminderten Forderungen nach wie vor in voller Höhe einbringlich sind.

22 / Übrige Forderungen und Vermögenswerte

175 / ÜBRIGE FORDERUNGEN UND VERMÖGENSWERTE in Mio Euro

	31.12.2017			31.12.2016		
	kurzfristig	langfristig	Summe	kurzfristig	langfristig	Summe
Geleistete Vorauszahlungen	9	-/-	9	8	-/-	8
Abgrenzungsposten	22	0	22	34	7	42
Sonstige	22	3	25	15	4	18
Summe übrige Forderungen und Vermögenswerte	53	4	57	57	11	68

Im Bereich „Sonstige“ sind unter anderem über die Gesamtlaufzeit aufzulösende Transaktionskosten der Kreditfazilitäten → siehe Ziffer 27 „Finanzielle Verbindlichkeiten“ sowie eine Vielzahl von unwesentlichen Einzelposten enthalten.

23 / Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente der ProSiebenSat1. Media SE umfassen die in der folgenden Tabelle dargestellten Kategorien, wobei die Guthaben bei Kreditinstituten eine Fälligkeit von bis zu drei Monaten zum Zeitpunkt der Anschaffung haben.

176 / ZAHLUNGSMITTEL UND ZAHLUNGSMITTELÄQUIVALENTE in Mio Euro

	31.12.2017	31.12.2016
Schecks	1	1
Bankguthaben	1.077	669
Sonstige flüssige Mittel	473	600
Summe Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.552	1.271

Die sonstigen flüssigen Mittel enthalten Tages- und Festgeldkonten mit Laufzeiten bis zu drei Monaten, die in unterschiedlichen Währungen geführt werden.

Die Entwicklung der zahlungswirksamen und zahlungsunwirksamen Veränderungen finanzieller Schulden und damit in Verbindung stehenden Vermögenswerten ist in folgender Tabelle dargestellt:

177 / ENTWICKLUNG DER VERBINDLICHKEITEN AUS FINANZIERUNGSTÄTIGKEITEN in Mio Euro

	01.01.2017	Zahlungs- wirksame Änderungen	Zahlungsunwirksame Änderungen			Sonstige	31.12.2017
			Erwerbe aus Aquisitionen	Veränderung des beizu- legenden Zeitwerts	Auswir- kungen von Wechselkurs- änderungen		
VERBINDLICHKEITEN							
Langfristige Kreditverbindlichkeiten	3.178	-3	1	5	-/-	-/-	3.180
Kurzfristige Kreditverbindlichkeiten	7	-2	-/-	-/-	-1	-/-	4
Leasingverbindlichkeiten	72	-16	9	-/-	0	0	65
Derivate in Sicherungsbeziehungen	32	-/-	-/-	-19	-/-	0	13
FORDERUNGEN							
Finanzierungskosten RCF	5	1	-/-	-1	-/-	-/-	5
Derivate in Sicherungsbeziehungen	2	-/-	-/-	-2	-/-	-/-	0
Total	3.281	-22	9	-10	-1	1	3.258

24 / Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt zum 31. Dezember 2017 233 Mio Euro (Vorjahr: 233 Mio Euro) mit einem auf die einzelne Aktie entfallenden anteiligen Betrag des Grundkapitals von 1,00 Euro. Zum 31. Dezember 2017 betrug die Zahl der ausgegebenen Aktien somit 233.000.000 (Vorjahr: 233.000.000 Aktien), von denen die Gesellschaft 4.050.518 Aktien (Vorjahr: 4.190.301 Aktien) im Eigenbestand hält.

Die Kapitalrücklage beträgt 1.055 Mio Euro (Vorjahr: 1.054 Mio Euro). Sie besteht im Wesentlichen aus dem Agio aus der Ausgabe von Aktien im Geschäftsjahr 2016 und aus den Kapitalerhöhungen in den Geschäftsjahren 2004 und 1997. Im Vorjahr hatte die ProSiebenSat.1 Media SE eine Barkapitalerhöhung aus dem genehmigten Kapital und ohne Bezugsrechte der Aktionäre mit einem Brutto-Emissionserlös von insgesamt 515 Mio Euro durchgeführt.

Daneben wurden im Geschäftsjahr 2017 3 Mio Euro (Vorjahr: -47 Mio Euro) in Verbindung mit anteilsbasierten Vergütungen in der Kapitalrücklage erfasst. In 2016 erfolgte eine Umstellung der Group Share Pläne 2013 bis 2015 von „Equity-Settlement“ auf „Cash-Settlement“. Im Zuge dieser Umstellung wurden die bis dato in der Kapitalrücklage erfassten Beträge in Höhe von 59 Mio Euro in die sonstigen langfristigen Rückstellungen beziehungsweise in die übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten umgebucht. → [siehe Ziffer 32 „Anteilsbasierte Vergütung“](#)

Im kumulierten übrigen Konzerneigenkapital der ProSiebenSat.1 Group in Höhe von minus 16 Mio Euro (Vorjahr: 171 Mio Euro) sind die Effekte aus dem Cashflow Hedge Accounting, aus der Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen sowie die erfolgsneutral zu erfassenden Effekte aus der Bewertung von Pensionsverpflichtungen enthalten. Die Verringerung im Vergleich zum Vorjahr ist auf Bewertungseffekte aus dem Cashflow Hedge Accounting zurückzuführen und betrifft Währungssicherungsgeschäfte mit einem beizulegenden Zeitwert in Höhe von 14 Mio Euro (Vorjahr: 245 Mio Euro) und Zinssicherungsgeschäfte in Höhe von minus 8 Mio Euro (Vorjahr: -24 Mio Euro) vor Abzug der darauf entfallenden latenten Steuern. Die passiven latenten Steuern entfallen auf die Währungssicherungsgeschäfte in Höhe von 4 Mio Euro (Vorjahr: 69 Mio Euro). Auf die Zinssicherungsgeschäfte entfallen aktive latente Steuern in Höhe von 2 Mio Euro (Vorjahr: 7 Mio Euro).

Die für den effektiven Teil der Sicherung im kumulierten übrigen Eigenkapital erfassten Marktwertänderungen der Zinsswaps werden über die ursprüngliche Laufzeit der Sicherungsbeziehungen ergebniswirksam aufgelöst. → [siehe Ziffer 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Im Rahmen der Bewertung von Pensionsverpflichtungen wurden versicherungsmathematische Verluste von minus 9 Mio Euro (Vorjahr: -9 Mio Euro) sowie darauf entfallende aktive latente Steuern von 3 Mio Euro (Vorjahr: 3 Mio Euro) erfasst.

Darüber hinaus enthält das kumulierte übrige Konzerneigenkapital erfolgsneutral erfasste Beträge aus der Währungsumrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen in Höhe von minus 14 Mio Euro (Vorjahr: 18 Mio Euro).

Die im Laufe des Geschäftsjahres 2017 im kumulierten übrigen Eigenkapital erfassten Ergebnisse setzen sich dementsprechend wie folgt zusammen:

178 / VERÄNDERUNG DES KUMULIERTEN ÜBRIGEN EIGENKAPITALS in Mio Euro

	2017			2016		
	vor Steuern	latente Steuern	nach Steuern	vor Steuern	latente Steuern	nach Steuern
Währungsumrechnungsdifferenzen - Ausländische Tochtergesellschaften der ProSiebenSat.1 Media SE	- 40	-/-	- 40	- 4	-/-	- 4
Währungsumrechnungsdifferenzen - Anteile anderer Gesellschafter	- 3	-/-	- 3	0	-/-	0
Im Konzern-Gesamtergebnis erfasste Effekte aus Währungsumrechnung	- 43	-/-	- 43	- 4	-/-	- 4
Auswirkungen Entkonsolidierungen	8	-/-	8	0	-/-	0
Effekte aus Währungsumrechnung	- 35	-/-	- 35	- 4	-/-	- 4
Währungssicherungsgeschäfte	- 231	65	- 166	15	- 4	11
Zinssicherungsgeschäfte	16	- 4	12	22	- 6	16
Im Konzern-Gesamtergebnis erfasste Effekte aus der Bewertung von Cashflow Hedges	- 215	60	- 155	37	- 10	26
Bewertung von Cashflow Hedges	- 215	60	- 155	37	- 10	26
Im Konzern-Gesamtergebnis erfasste Bewertungseffekte aus Pensionsverpflichtungen	0	0	0	- 1	0	- 1
Summe im kumulierten übrigen Eigenkapital erfasster Ergebnisse	- 250	60	- 189	31	- 10	22

ANTEILE ANDERER GESELLSCHAFTER

An den vollkonsolidierten Tochterunternehmen sind neben der ProSiebenSat.1 Group außer bei der PARSHIP ELITE GROUP keine anderen Gesellschafter in wesentlichem Ausmaß beteiligt → siehe „Anteilsbesitzliste“. Zum 31. Dezember 2017 betragen die Anteile anderer Gesellschafter an vollkonsolidierten Tochterunternehmen 26 Mio Euro (Vorjahr: 24 Mio Euro). Dieser Wert setzt sich aus diversen individuell unwesentlichen Beträgen zusammen. Es bestehen keine wesentlichen Beschränkungen des Konzerns auf den Zugriff auf Vermögenswerte von Tochterunternehmen. Für weitere Informationen zur Beteiligungsstruktur des Konzerns verweisen wir auf die Aufstellung zum Anteilsbesitz im Konzernanhang.

GEWINNVERWENDUNG

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde aufgrund des Beschlusses der Hauptversammlung vom 12. Mai 2017 die Einstellung in die Gewinnrücklage in Höhe von 800 Mio Euro sowie die Ausschüttung einer Dividende für das Geschäftsjahr 2016 in Höhe von 1,90 Euro je Aktie beschlossen. Die Gesamtsumme der Dividendenzahlung betrug 435 Mio Euro und wurde am 17. Mai 2017 ausgezahlt.

Nach dem Aktiengesetz bemisst sich die an die Aktionäre ausschüttbare Dividende nach dem im handelsrechtlichen Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE ausgewiesenen Bilanzgewinn. Es ist vorgesehen, den Bilanzgewinn der ProSiebenSat.1 Media SE des Geschäftsjahres 2017 in Höhe von 1,141 Mrd Euro wie folgt zu verwenden:

179 / GEWINNVERWENDUNGSVORSCHLAG in Euro

Ausschüttung einer Dividende von 1,93 Euro je auf den Namen lautende Stammaktie	441.872.500,26
Einstellung in die Gewinnrücklage	200.000.000,00
Vortrag auf neue Rechnung	499.457.159,74
Bilanzgewinn ProSiebenSat.1 Media SE	1.141.329.660,00

Die Ausschüttung und Einstellung in die Gewinnrücklage ist abhängig von der Zustimmung der Hauptversammlung am 16. Mai 2018. Der endgültige Ausschüttungsbetrag wird dabei von der Anzahl der im Zeitpunkt des

Gewinnverwendungsbeschlusses dividendenberechtigten Aktien bedingt, welche sich in Abhängigkeit vom Bestand eigener Aktien der Gesellschaft, die gemäß § 71b AktG nicht dividendenberechtigt sind, bis zum Tag der Hauptversammlung noch verändern können.

GENEHMIGTES KAPITAL

Aufgrund eines Beschlusses der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 wurde ein neues Genehmigtes Kapital mit entsprechender Änderung der Satzung in § 4 (Höhe und Einteilung des Grundkapitals) geschaffen (Genehmigtes Kapital 2016). Der Vorstand ist danach ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft bis zum 30. Juni 2021 (einschließlich) gegen Bar- und/oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals um insgesamt bis zu 87.518.880 Euro durch Ausgabe neuer auf den Namen lautender Stückaktien zu erhöhen. Den Aktionären ist dabei grundsätzlich das gesetzliche Bezugsrecht auf die neuen Aktien zu gewähren. Der Vorstand ist allerdings auch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in den im Genehmigten Kapital 2016 näher bezeichneten Fällen ganz oder teilweise auszuschließen.

Der Vorstand hat am 3. November 2016 mit Zustimmung des Aufsichtsrats vom gleichen Tag beschlossen, das Grundkapital der Gesellschaft unter teilweiser Ausnutzung des Genehmigten Kapitals 2016 gemäß § 4 Absatz 4 der Satzung von 218.797.200 Euro um 14.202.800 Euro durch Ausgabe von 14.202.800 neuen, auf den Namen lautenden Stückaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von je 1 Euro auf 233.000.000 Euro zu erhöhen. Das Bezugsrecht der Aktionäre wurde gemäß § 4 Absatz 4 lit. b. der Satzung ausgeschlossen. Die neuen Aktien sind ab dem 1. Januar 2016 dividendenberechtigt.

Nach der teilweisen Ausnutzung beträgt das Genehmigte Kapital 2016 noch 73.316.080 Euro.

BEDINGTES KAPITAL

Aufgrund eines Beschlusses der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 wurde ein Bedingtes Kapital mit entsprechender Änderung der Satzung in § 4 (Höhe und Einteilung des Grundkapitals) geschaffen. Dabei wird das Grundkapital um insgesamt bis zu 21.879.720 Euro durch Ausgabe von insgesamt bis zu 21.879.720 neuen auf den Namen lautenden Stückaktien bedingt erhöht (Bedingtes Kapital 2016). Die bedingte Kapitalerhöhung dient der Gewährung von Aktien an Inhaber bzw. Gläubiger von Wandelschuldverschreibungen sowie an Inhaber von Optionsrechten aus Optionsschuldverschreibungen, die aufgrund Ermächtigung gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 30. Juni 2016 bis zum 29. Juni 2021 (einschließlich) von der Gesellschaft oder einem in- oder ausländischen Unternehmen, an dem die Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mit der Mehrheit der Stimmen und des Kapitals beteiligt ist, ausgegeben werden.

EIGENE ANTEILE

Die Hauptversammlung vom 21. Mai 2015 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, bis zum 20. Mai 2020 (einschließlich) eigene Aktien der Gesellschaft im Umfang von insgesamt bis zu 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Erteilung oder - falls dieser Wert geringer ist - des zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals der Gesellschaft zu erwerben und diese, in den in der Ermächtigung näher bezeichneten Fällen auch unter Ausschluss des Bezugsrechts, zu verwenden. Der Erwerb eigener Aktien kann dabei im Umfang von insgesamt bis zu 5% des im Zeitpunkt der Erteilung der Ermächtigung bestehenden Grundkapitals nach näherer Maßgabe der Bestimmungen der Ermächtigung auch unter Einsatz von Derivaten erfolgen.

Im Geschäftsjahr 2017 wurden 104.630 Aktienoptionen aus dem LTIP 2010 (Cycle 2011) ausgeübt → [siehe Ziffer 32 „Anteilsbasierte Vergütung“](#). Darüber hinaus wurden im Rahmen des Mitarbeiteraktienprogrammes „myShares“ von den in 2016 verwendeten eigenen Aktien im Januar 2017 eine Aktie an die ProSiebenSat.1 Media SE zurückgebucht und in 2017 35.154 eigene Aktien ausgegeben. Dadurch verringerte sich die Anzahl der eigenen Aktien von 4.190.301 zum 31. Dezember 2016 auf 4.050.518 zum 31. Dezember 2017.

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, als Verhältnis von Netto-Finanzverschuldung zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate gemessen, sowie der Kapital- und Liquiditätsbedarf und die zeitliche Kongruenz von Refinanzierungsmaßnahmen gesteuert.

Die ProSiebenSat.1 Group und ihre Finanzverbindlichkeiten werden nicht von internationalen Rating-Agenturen bewertet.

Die Kapitalstruktur der ProSiebenSat.1 Group stellt sich zum Bilanzstichtag wie folgt dar:

180 / KAPITALSTRUKTUR in Mio Euro

	31.12.2017	31.12.2016
Eigenkapital	1.252	1.432
Anteil am Gesamtkapital	19,1%	21,7%
Finanzverbindlichkeiten gesamt	3.185	3.185
Anteil am Gesamtkapital	48,5%	48,2%
Verschuldungsgrad	1,6	1,9
Gesamtkapital (Bilanzsumme)	6.569	6.603

Weitere Informationen zum Finanzmanagement der ProSiebenSat.1 Group sind im Kapitel → „[Fremdkapitalausstattung und Finanzierungsstruktur](#)“ des zusammengefassten Lageberichts aufgeführt.

25 / Rückstellungen für Pensionen

Die Pensionsrückstellungen wurden für Verpflichtungen gegenüber aktiven und ehemaligen Mitgliedern des Vorstands der ProSiebenSat.1 Media SE sowie deren Hinterbliebene gebildet. Die Versorgungsverträge sehen Leistungen nach Erreichen der vertraglichen Altersgrenze, bei dauerhafter Arbeitsunfähigkeit und nach Tod des Begünstigten vor. Die Leistungen können als lebenslange Rente, in mehreren Jahresraten oder einmalig gewährt werden.

Bei der Berechnung der Aufwendungen aus Pensionen berücksichtigt die ProSiebenSat.1 Media SE den geplanten Dienstzeitaufwand und die Aufzinsung der Pensionsverpflichtung. Die Veränderung des Anwartschaftsbarwerts der leistungsorientierten Verpflichtung ergibt sich wie folgt:

181 / ANWARTSCHAFTSBARWERT in Mio Euro

	2017	2016
Anwartschaftsbarwert 1. Januar	26	23
Dienstzeitaufwand	1	1
Zinsaufwand	1	1
Summe der in der Gewinn- und Verlustrechnung erfassten Beträge	2	1
Neubewertungen:		
Versicherungsmathematische Verluste/(Gewinne) aus Änderungen der finanziellen Annahmen	0	-1
Versicherungsmathematische Verluste/(Gewinne) aus erfahrungsbedingten Anpassungen	0	2
Summe der im sonstigen Eigenkapital erfassten Beträge	0	1
Entgeltumwandlungen	1	1
Pensionszahlungen	0	0
Anwartschaftsbarwert 31. Dezember	27	26

Bei den Entgeltumwandlungen handelt es sich um Umwandlungen von Teilen des festen Basisgehalts und von Bonusansprüchen in Pensionsansprüche.

Bei der Berechnung kamen die folgenden Parameter zur Anwendung:

182 / ÜBERSICHT BEWERTUNGSPARAMETER

	2017	2016
Diskontierungszins	2,0%	2,0%
Gehaltstrend	0,0%	0,0%
Rententrend	1,0%	1,0%

Im Geschäftsjahr 2017 wurden Pensionszahlungen an rentenberechtigte ehemalige Mitglieder des Vorstands in Höhe von 0,4 Mio Euro (Vorjahr: 0,4 Mio Euro) geleistet. Darin enthalten sind Pensionszahlungen in Höhe von 0,2 Mio Euro (Vorjahr: 0,2 Mio Euro), die sich aus Entgeltumwandlungen ergeben. Die für die Folgejahre erwarteten Zahlungen sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

183 / ERWARTETE PENSIONSZAHLUNGEN in Mio Euro

	2018	2019	2020	2021	2022
Erwartete Pensionszahlungen	2	11	0	1	2
davon aus Entgeltumwandlungen	1	8	0	0	0

Die für das Geschäftsjahr 2018 erwarteten Zahlungen für den Erwerb von Anteilen an Investmentfonds zur Deckung der Pensionsverpflichtungen betragen für die leistungsorientierten Pensionspläne 1 Mio Euro. Diese gehaltenen Investmentfonds qualifizieren nicht als Planvermögen zur Saldierung der Pensionsverpflichtung, sondern werden separat als finanzielle Vermögenswerte ausgewiesen. → siehe Ziffer 21 „Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte“

Pensionszusagen in unwesentlicher Höhe verfielen aufgrund des Ausscheidens von Dr. Gunnar Wiedenfels zum 31. März 2017. → siehe Ziffer 33 „Beziehungen zu nahestehenden Personen und Unternehmen“

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN:

Versicherungsmathematische Bewertungen beruhen auf wesentlichen Annahmen, unter anderem zu Abzinsungssätzen, erwarteten Gehalts- und Rententrends sowie Sterblichkeitsraten. Die angesetzten Abzinsungssätze werden auf Grundlage der Renditen bestimmt, die am Ende des Berichtszeitraums für hochrangige Unternehmensanleihen mit entsprechender Laufzeit und Währung erzielt werden. Falls solche Renditen nicht verfügbar sind, basieren die Abzinsungssätze auf Renditen von Staatsanleihen. Aufgrund sich ändernder Markt-, Wirtschafts- und sozialer Bedingungen können die zugrunde gelegten Annahmen von der tatsächlichen Entwicklung abweichen.

26 / Sonstige Rückstellungen

184 / SONSTIGE RÜCKSTELLUNGEN in Mio Euro

	Stand 01.01.2017	Kurs- differenzen	Zuführung	Verbrauch	Auflösung	Veränderung Konsolidie- rungskreis	Umgliederung gemäß IFRS 5	Stand 31.12.2017
Drohverlustrückstellungen	5	0	16	-2	-1	3	-/-	20
davon kurzfristig	3							9
Rückstellungen aus dem laufenden Geschäftsbetrieb	21	-/-	20	-12	-8	2	-/-	23
davon kurzfristig	21							23
Rückstellungen für Leistungen an Arbeitnehmer	52	0	19	-15	-14	0	-/-	43
davon kurzfristig	13							9
Übrige Rückstellungen	47	0	43	-15	-15	7	0	67
davon kurzfristig	46							66
Summe	126	0	98	-44	-38	12	0	153

Die Rückstellungen setzen sich zusammen aus kurzfristigen Rückstellungen in Höhe von 107 Mio Euro (Vorjahr: 83 Mio Euro) und langfristigen Rückstellungen in Höhe von 46 Mio Euro (Vorjahr: 42 Mio Euro).

Die ProSiebenSat.1 Media SE erwartet für den überwiegenden Anteil der langfristigen Rückstellungen, dass sie in der Regel innerhalb der nächsten fünf Jahre zahlungswirksam werden.

Die Rückstellungen für Drohverluste betreffen mit 8 Mio Euro (Vorjahr: 2 Mio Euro) das Programmvermögen und mit 9 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) Kosten für die Übertragung in HD in Österreich. Die Rückstellungen aus dem laufenden Geschäftsbetrieb enthalten im Wesentlichen Rückstellungen für Erlösschmälerungen. Die Rückstellungen für Leistungen an Arbeitnehmer beinhalten vor allem Verpflichtungen aus anteilsbasierter Vergütung in Höhe von 19 Mio Euro (Vorjahr: 32 Mio Euro).

Die übrigen Rückstellungen setzen sich zum 31. Dezember 2017 sowie zum Vorjahresstichtag wie folgt zusammen:

185 / ÜBRIGE RÜCKSTELLUNGEN in Mio Euro

	2017	2016
Rückstellungen für Umsatzsteuer	12	8
Rückstellungen für Steuerzinsen	28	13
Rückstellungen für Prozesskosten	2	3
Rückstellungen für Zusatzvergütungen von Bestsellerberechtigten	12	6
Sonstige Rückstellungen	13	17
Summe	67	47

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN:

Der Ansatz und die Bewertung von Rückstellungen erfolgen auf Basis der Einschätzung bezüglich Höhe und Wahrscheinlichkeit des künftigen Abflusses von Ressourcen 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 drohende Verluste und Rechtstreitigkeiten 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 bzw. externer Sachverständiger zugrunde. Aufgrund neuerer Informationen können sich die Einschätzungen ändern und die tatsächlichen Belastungen können die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group beeinflussen.

27 / Finanzielle Verbindlichkeiten

186 / FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN in Mio Euro

	kurzfristig	langfristig	Gesamt 31.12.2017
Darlehen und Kredite	4	2.085	2.090
Anleihe	-/-	597	597
Schuldscheindarlehen	-/-	498	498
Summe Finanzverbindlichkeiten	4	3.180	3.185
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	541	50	591
Abgegrenzte Zinsen	16	-/-	16
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	13	53	65
Verbindlichkeiten aus Derivaten	17	56	72
Earn-Out Verbindlichkeiten, Verbindlichkeiten aus Put-Optionen sowie Kaufpreisverbindlichkeiten	84	365	448
Verbindlichkeiten gegenüber Verwertungsgesellschaften	11	-/-	11
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	6	-/-	6
Summe sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	145	473	618
Summe finanzielle Verbindlichkeiten	691	3.703	4.394

	kurzfristig	langfristig	Gesamt 31.12.2016
Darlehen und Kredite	7	2.084	2.091
Anleihe	-/-	596	596
Schuldscheindarlehen	-/-	498	498
Summe Finanzverbindlichkeiten	7	3.178	3.185
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	527	70	598
Abgegrenzte Zinsen	16	-/-	16
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	14	57	72
Verbindlichkeiten aus Derivaten	1	32	32
Earn-Out Verbindlichkeiten, Verbindlichkeiten aus Put-Optionen sowie Kaufpreisverbindlichkeiten	49	317	366
Verbindlichkeiten gegenüber Verwertungsgesellschaften	16	-/-	16
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	6	-/-	6
Summe sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	102	406	509
Summe finanzielle Verbindlichkeiten	637	3.655	4.291

Unter den langfristigen Darlehen und Krediten wird ein endfälliges Darlehen (Term Loan) ausgewiesen dessen Nominalvolumen sich zum 31. Dezember 2017 auf 2,100 Mrd Euro (Vorjahr: 2,100 Mrd Euro) beläuft. Die Bewertung dieser finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten mit der Effektivzinsmethode führt zu einem Bilanzansatz zum 31. Dezember 2017 von 2,084 Mrd Euro (Vorjahr: 2,084 Mrd Euro).

Die Kreditvereinbarung umfasst ebenfalls eine revolvingierende Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen von 750 Mio Euro (Vorjahr: 600 Mio Euro), die zum 31. Dezember 2017, ebenso wie zum Vorjahresstichtag, nicht in Anspruch genommen wurde. Das Darlehen und die Kreditfazilität haben eine Laufzeit bis April 2022. → [siehe auch Ziffer 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Zudem besteht eine Anleihe im Volumen von 600 Mio Euro mit einem Kupon von 2,625 Prozent und einer Fälligkeit im April 2021. Sie ist am regulierten Markt der Luxemburger Börse (ISIN DE000A11QFA7) notiert → [siehe auch Ziffer 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#). Die Bewertung dieser finanziellen Verbindlichkeiten zu fortgeführten Anschaffungskosten mit der Effektivzinsmethode führt zu einem Bilanzansatz zum 31. Dezember 2017 von 597 Mio Euro (Vorjahr: 596 Mio Euro).

Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Media SE in 2016 drei syndizierte Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro mit Laufzeitbändern von sieben Jahren (225 Mio Euro festverzinst und 50 Mio Euro variabel verzinst) und zehn Jahren (225 Mio Euro festverzinst) begeben. → [siehe auch Ziffer 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Im Falle einer Änderung der Kontrolle über die ProSiebenSat.1 Media SE durch direkten oder indirekten Erwerb von mehr als 50 Prozent der Stimmrechte der ProSiebenSat.1 Media SE durch einen Dritten („Change of Control“) haben die Gläubiger aller Instrumente das Recht zu kündigen und Rückzahlung zu verlangen.

Die Earn-Out Verbindlichkeiten, Verbindlichkeiten aus Put-Optionen sowie Kaufpreisverbindlichkeiten resultieren aus Akquisitionen des Geschäftsjahres und der Vorjahre. → [siehe Ziffer 4 „Akquisitionen, Verkäufe und sonstige Transaktionen im Zusammenhang mit Tochterunternehmen“](#) und → [Ziffer 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#)

Für die Finanzverbindlichkeiten wurden keine Pfandrechte oder ähnliche Sicherheiten gestellt.

28 / Übrige Verbindlichkeiten

187 / ÜBRIGE VERBINDLICHKEITEN in Mio Euro

	31.12.2017		31.12.2016	
	kurzfristig	langfristig	kurzfristig	langfristig
Abgrenzungsposten und erhaltene Anzahlungen	168	-/-	128	-/-
Verbindlichkeiten gegenüber Mitarbeitern	63	-/-	51	-/-
Verbindlichkeiten aus Umsatzsteuer	52	-/-	50	-/-
Verbindlichkeiten aus sonstigen Steuern	16	-/-	16	-/-
Verbindlichkeiten aus Urlaubsansprüchen	15	-/-	15	-/-
Verbindlichkeiten aus ausstehenden Werbeleistungen	14	5	9	13
Verbindlichkeiten aus Nachrabbattierung	12	-/-	10	-/-
Verbindlichkeiten im Rahmen der sozialen Sicherheit	3	-/-	2	-/-
Sonstige	15	2	20	3
Summe	357	7	303	16

Die Abgrenzungsposten und erhaltenen Anzahlungen setzen sich im Wesentlichen aus Abgrenzungen für Vermarktungsrechte, Verbindlichkeiten gegenüber den Medienagenturen sowie erhaltenen Anzahlungen zusammen.

In den erhaltenen Anzahlungen sind für in Fertigstellung befindliche Projekte im Bereich der Auftragsproduktionen von Programminhalten vereinbarte und bislang noch nicht mit Ansprüchen verrechnete Anzahlungen von 9 Mio Euro (Vorjahr 24 Mio Euro) enthalten. → [siehe Ziffer 21 „Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte“](#)

SONSTIGE ERLÄUTERUNGEN

29 / Eventualverbindlichkeiten

Wesentliche Rechtsstreitigkeiten, in die die ProSiebenSat.1 Media SE und/oder von der ProSiebenSat.1 Media SE kontrollierte Unternehmen als Beklagte involviert sind, werden nachfolgend dargestellt:

- **Auskunfts- und Schadensersatzklage der RTL 2 Fernsehen GmbH & Co. KG und El Cartel Media GmbH & Co. KG gegen 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:** 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 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. Das mit Beschluss des Landgerichts vom 13. April 2012 in Auftrag gegebene externe Gutachten wurde im Februar 2018 vorgelegt. Der Ausgang des Verfahrens ist allerdings weiterhin nicht prognostizierbar. Insoweit wurde zum 31. Dezember 2017 keine Rückstellung gebildet.
- **Ansprüche auf Zahlung von Bestsellernachvergütung gegen Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group:** Auf Basis von § 32a UrhG können Urheber von besonders erfolgreichen TV-Sendungen Ansprüche gegen Unternehmen der ProSiebenSat.1 Group geltend machen. Die Sendergruppe hat zwischenzeitlich mit vier Verbänden (Regie, Kamera, Drehbuchautoren und Schauspiel) sogenannte „Gemeinsame Vergütungsregeln“ (§ 36 UrhG) vereinbart, nach deren Maßgabe an Regisseure, Kameramänner, Drehbuchautoren und Schauspieler eine zusätzliche Vergütung gezahlt wird, wenn TV-Movies oder TV-Serien bestimmte Zuschauerreichweiten erreichen.
Für diesen Themenkomplex wurden zum 31. Dezember 2017 insgesamt 12 Mio Euro als Rückstellung passiviert (im Vorjahr: 6 Mio Euro), die auf bestmöglicher Schätzung der Nachvergütungen beruhen, welche voraussichtlich auf Grundlage der bereits abgeschlossenen sowie der sich aktuell in fortgeschrittenen Verhandlungen befindenden Gemeinsamen Vergütungsregeln zu leisten sein werden. Der Rückstellungsbetrag berücksichtigt darüber hinaus auch die Risiken im Hinblick auf die noch nicht abschließend geklärte umsatzsteuerliche Behandlung der Bestsellervergütungen. Es ist möglich, dass weitere Urheber weitere berechnete Ansprüche nach § 32a UrhG geltend machen, die nicht durch die genannten „Gemeinsame Vergütungsregeln“ abgedeckt sind (z. B. auch für andere Programmgenre). Eine verlässliche Einschätzung der Auswirkungen auf unsere Ergebnisentwicklung ist derzeit nicht möglich.
- **Steuerliche Risiken betreffend Bewertung des Programmvermögens:** Im Rahmen der seit 2010 bzw. 2013 laufenden steuerlichen Außenprüfung der ProSiebenSat.1 Group für die Jahre 2004 bis 2012 haben die deutschen Steuerbehörden im Juni 2017 erstmals konkret die Richtigkeit der steuerbilanziellen Behandlung des Programmvermögens der ProSiebenSat.1 Group in Frage gestellt. Dabei geht es insbesondere um den Ausweis des Programmvermögens als Umlaufvermögen und die Ermittlung des Werteverzehrs. Die fachlichen Diskussionen mit der Finanzverwaltung sind derzeit noch nicht abgeschlossen. Insbesondere liegt noch keine schriftliche Äußerung der Finanzverwaltung vor, wie die Bilanzierung des Programmvermögens nach ihrer Auffassung konkret geändert werden sollte. Daher ist aktuell noch unklar, ob bzw. inwiefern die Bilanzierung dem Grunde nach sowie die Bewertungsmethode tatsächlich zu ändern wäre. Die ProSiebenSat.1 Group hält ihre Bilanzierungspraxis, die bisher auch von den Steuerbehörden akzeptiert wurde, für gesetzeskonform. Daher behält sich die ProSiebenSat.1 Group das Recht vor, gegen etwaige Steuerfestsetzungen Rechtsbehelfe einzulegen. Wir erachten die nach aktuellen Kenntnissen gebildete Risikorückstellung in Höhe eines sehr niedrigen zweistelligen Millionenbetrags als ausreichend. Es ist möglich, dass die tatsächliche Belastung von der gebildeten Rückstellung abweichen kann, insbesondere aufgrund von Unsicherheiten im Hinblick auf die betroffenen Veranlagungszeiträume und die anzuwendende Bewertungsmethode.

- **Patentrechtliche Abmahnung gegen maxdome GmbH.** Im vierten Quartal 2017 erhielt die maxdome GmbH ein Schreiben der Copy Protection LLC wegen einer angeblichen Patentverletzung im Bereich der Verschlüsselungstechnologie. Die rechtliche Prüfung hat ergeben, dass gute Verteidigungsmöglichkeiten bestehen und es deshalb aller Voraussicht nach nicht zu einer Inanspruchnahme kommen wird. Insoweit wurde zum 31. Dezember 2017 keine Rückstellung gebildet.

Darüber hinaus sind die ProSiebenSat.1 Media SE 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.

30 / Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Neben den in der Bilanz erfassten Verbindlichkeiten bestehen außerbilanzielle sonstige finanzielle Verpflichtungen. Bei den angegebenen Werten handelt es sich um Nominalbeträge, das heißt, es fand keine Abzinsung statt.

188 / SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN in Mio Euro

	31.12.2017	31.12.2016
Fällig innerhalb eines Jahres	539	617
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	1.952	2.180
Fällig nach mehr als fünf Jahren	296	447
Einkaufsobligo für Programmvermögen	2.787	3.244
Fällig innerhalb eines Jahres	66	62
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	136	92
Fällig nach mehr als fünf Jahren	25	33
Distribution	227	187
Fällig innerhalb eines Jahres	33	35
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	67	66
Fällig nach mehr als fünf Jahren	7	11
Leasing- und Mietverpflichtungen	107	111
Fällig innerhalb eines Jahres	171	125
Fällig nach mehr als einem bis fünf Jahren	109	37
Fällig nach mehr als fünf Jahren	0	0
Übrige finanzielle Verpflichtungen	281	162
Summe	3.402	3.704

Das Einkaufsobligo für Programmvermögen resultiert aus vor dem 31. Dezember 2017 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 Satelliten-Dienstleistungen, Verpflichtungen aus Verträgen über terrestrische Nutzung und Kabeleinspeisungsgebühren ausgewiesen. Für Satellitenmieten sind im Geschäftsjahr 2017 Aufwendungen in Höhe von 38 Mio Euro (Vorjahr: 24 Mio Euro) angefallen.

Die unkündbaren Leasing- und Mietverpflichtungen beinhalten im Wesentlichen Mietverpflichtungen aus Gebäudemieten, IT-Ausstattung und Kfz-Leasing, die aufgrund ihres wirtschaftlichen Inhalts als Operating-Leasingverträge zu klassifizieren sind. Im Geschäftsjahr 2017 fielen insgesamt 39 Mio Euro (Vorjahr: 33 Mio Euro) an Operating-Leasing-Aufwendungen an. Die IFRS 16 Einführung mit den dazugehörigen finanziellen Auswirkungen auf die ProSiebenSat.1 Gruppe wird im Abschnitt → „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften“ erläutert.

31 / Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten

Die ProSiebenSat.1 Group ist im Rahmen ihrer laufenden Geschäftstätigkeit und aufgrund ihrer Fremdfinanzierung 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 nachfolgend erläuterten 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. Diese umfassen ein endfälliges Darlehen (Term Loan), dessen Nominalvolumen sich zum 31. Dezember 2017 auf 2,100 Mrd Euro (Vorjahr: 2,100 Mrd Euro) belief und eine revolvingende Kreditfazilität (RCF) mit einem Rahmenvolumen zum Bilanzstichtag in Höhe von 750 Mio Euro (Vorjahr: 600 Mio Euro). Der Konzern hat im April 2017 die Fälligkeit der syndizierten Kreditvereinbarung um zwei Jahre bis April 2022 verlängert und in diesem Zusammenhang die revolvingende Kreditfazilität um 150 Mio Euro auf 750 Mio Euro erhöht. Im Geschäftsjahr 2017 wurde die RCF nicht in Anspruch genommen. Die Verzinsung des Term Loans und der RCF erfolgen variabel zu Euribor-Geldmarktkonditionen zuzüglich einer Kreditmarge. Darüber hinaus hat die ProSiebenSat.1 Group drei syndizierte Schuldscheindarlehen in einer Gesamthöhe von 500 Mio Euro begeben → siehe Ziffer 27 „Finanzielle Verbindlichkeiten“, wovon eine Tranche in Höhe von 50 Mio Euro variabel verzinst wird.

Das Zinsrisiko aus variabel verzinslichen finanziellen Verbindlichkeiten sichert die ProSiebenSat.1 Group über Zinsswaps und Zinsoptionen ab. Bei Zinsswaps werden variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen getauscht. Dadurch werden die zukünftigen, variablen und somit der Höhe nach unsicheren Zinszahlungen kompensiert und durch fixe Zinszahlungen ersetzt. Der Marktwert von Zinsswaps wird durch Abzinsung der erwarteten, zukünftigen Zahlungsströme ermittelt. Als Käufer von Zinsoptionen hat die ProSiebenSat.1 Group das Recht, aber nicht die Verpflichtung, zukünftige variable Zinszahlungen gegen feste Zinszahlungen zu tauschen. Dadurch werden die zukünftigen, variablen Zinszahlungen kompensiert und durch fixe Zinszahlungen ersetzt, wenn dies für die ProSiebenSat.1 Group vorteilhaft ist. Für dieses Recht muss in der Regel eine Optionsprämie gezahlt werden. Die Berechnung der Marktwerte der Zinsoptionen basiert auf Grundlage eines marktgängigen Optionspreismodells. Bei der Verwendung anderer Bewertungsmethoden kann es zu Abweichungen kommen. Da die Zinsderivate ausschließlich der Absicherung des bestehenden Zinsrisikos dienen, besteht keine Glattstellungsintention.

Zum 31. Dezember 2017 waren unverändert zum Vorjahr Zinsswaps über 850 Mio Euro (Vorjahr: 850 Mio Euro) und Zinsoptionen über 1,250 Mrd Euro (Vorjahr: 1,250 Mrd Euro) im Bestand, die das Zinsrisiko bis 2018 absichern. Daneben verfügt die ProSiebenSat.1 Group über weitere Zinssicherungsgeschäfte mit einem Nominalvolumen in Höhe von insgesamt 2,100 Mrd Euro (Vorjahr: 2,100 Mrd Euro), die das Zinsrisiko im Anschlusszeitraum von 2018 bis 2020 absichern. Hiervon entfällt ein Anteil in Höhe von 500 Mio Euro (Vorjahr: 500 Mio Euro) auf Zinsswaps sowie ein Anteil von 1,600 Mrd Euro (Vorjahr: 1,600 Mrd Euro) auf Zinsscaps. Daneben sind weitere Zinsoptionen im Bestand, die das Risiko aus dem herrschenden Negativzinsniveau begrenzen. Hierbei entfallen 850 Mio Euro (Vorjahr: 850 Mio Euro) auf den Zeitraum 2016 bis 2018 und 500 Mio Euro (Vorjahr: 500 Mio Euro) auf den Zeitraum 2018 bis 2020. Die Absicherungsquote bzw. der Festzinsanteil für die Kreditverbindlichkeiten lag zum 31. Dezember 2017 unverändert bei ca. 98 Prozent. Der durchschnittliche Festzinssatz der Zinsswaps beläuft sich zum 31. Dezember 2017 auf 1,9 Prozent per annum (Vorjahr: 1,9%). Die durchschnittliche Zinsobergrenze der Zinsscaps beläuft sich zum 31. Dezember 2017 auf 0,0 Prozent per annum (Vorjahr: 0,0%).

Für das Berichtsjahr entstand aus diesen Geschäften aufgrund des nach wie vor geringen Zinsniveaus ein Zinsaufwand in Höhe von 19 Mio Euro (Vorjahr: 28 Mio Euro). Die Entwicklung der Zinsen in den negativen Bereich und eine damit verbundene höhere Hedge-Ineffektivität haben im Vorjahr dazu geführt, dass die Bilanzierung

der sich zu diesem Zeitpunkt im Bestand befindlichen Zinsswaps im Gesamtvolumen von 2,650 Mrd Euro nach den Regelungen des IAS 39 (Hedge Accounting) eingestellt und die bilanzielle Sicherungsbeziehung aufgelöst wurde. Der im Geschäftsjahr 2017 im sonstigen Finanzergebnis erfasste Aufwand aus dieser Auflösung beträgt 16 Mio Euro. Ab dem Zeitpunkt der Beendigung des Hedge Accounting wurden die Zinsswaps erfolgswirksam bewertet. Hieraus resultiert ein im sonstigen Finanzergebnis ausgewiesener Ertrag in Höhe von 19 Mio Euro. Der Nettoergebniseffekt beläuft sich im Geschäftsjahr 2017 auf 3 Mio Euro. Der Marktwert der Zinsswaps beläuft sich zum 31. Dezember 2017 auf 13 Mio Euro (Vorjahr: - 32 Mio Euro). In der Betrachtung über die Gesamtlaufzeit der Sicherungsbeziehungen werden sich die erfassten Ergebniseffekte ausgleichen. Bei den Zinsoptionen handelt es sich um freistehende Sicherungsgeschäfte, welche nicht im Rahmen des Hedge Accounting berücksichtigt werden.

Das verbleibende variable Zinsrisiko ergibt sich neben dem nicht abgesicherten Teil des Term Loans auch im Fall von Barinanspruchnahmen unter der RCF. Zum 31. Dezember 2017 wurde die revolvingierende Kreditfazilität, ebenso wie zum Vorjahresstichtag, nicht durch Ziehungen in Anspruch genommen. Das Zinsrisiko im Sinne eines Marktwertänderungsrisikos wird als nicht relevant angesehen, da die Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group zu fortgeführten 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. Im Falle einer Zinserhöhung um einen Prozentpunkt würde sich aus der Marktwertänderung der Zinssicherungsgeschäfte das Finanzergebnis um 16 Mio Euro verbessern. Im Falle einer Zinssenkung um einen Prozentpunkt beläuft sich dieser Effekt im Finanzergebnis auf - 7 Mio Euro.

189 / ZINSRISIKEN in Mio Euro

	Verzinsung	2017	2016
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	variabel	1.552	1.271
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	variabel	- 2.084	- 2.084
Schuldscheindarlehen	variabel	- 50	- 50
Schuldscheindarlehen	fix	- 448	- 448
Anleihe	fix	- 597	- 596
Brutto-Exposure	variabel	- 582	- 862
	fix	- 1.045	- 1.044
Zinssicherungsgeschäfte ¹		2.100	2.100
Netto-Exposure	variabel	1.518	1.238
Hedge Ratio ²		360, 9%	243, 5%
Jährlicher Effekt aus einem Anstieg der kurzfristigen Zinsen um 100 Basispunkte (1 Prozentpunkt) ³		4	5
Jährlicher Effekt aus einer Reduktion der kurzfristigen Zinsen um 100 Basispunkte (1 Prozentpunkt) ³		- 15	1

¹ Davon unverändert zum Vorjahr 850 Mio Euro Zinsswaps und 1,250 Mrd Euro Zinsscaps. / ² Die Sicherungsquote wird hier auch durch die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente bestimmt, wohingegen diese in der Zinsabsicherung nicht berücksichtigt werden.

³ Aufgrund des negativen Zinsumfelds und bestehender Zinsuntergrenzvereinbarungen besteht keine Symmetrie der Effekte.

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 diesen Programmrechteerwerben erfüllt die ProSiebenSat.1 Group in der Regel in US-Dollar. Aus diesem Grund können Wechselkursschwankungen zwischen Euro und US-Dollar die Ertrags- und Finanzlage der ProSiebenSat.1 Group beeinträchtigen. Das Währungsrisiko aus Forderungen und Verbindlichkeiten in anderen Fremdwährungen bzw. für andere Zwecke ist aufgrund des geringen Volumens vernachlässigbar.

Die ProSiebenSat.1 Group verfolgt bei der Absicherung der finanziellen Verpflichtungen aus Programmrechterwerben einen konzernweiten Portfolioansatz. Als Fremdwährungsexposure wird das Gesamtvolumen aller zukünftigen US-Dollar-Zahlungen verstanden, die aus bestehenden Lizenzverträgen resultieren und die im Rahmen der implementierten Absicherungsstrategie innerhalb eines Zeitraums von sieben Jahren fällig werden. Die ProSiebenSat.1 Group setzt 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 Group das Recht, aber nicht die Verpflichtung, eine angegebene Währung zu einem bestimmten Zeitpunkt und bei einem zum 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 erfasst und erst bei Ausstrahlung der abgesicherten Lizenztitel erfolgswirksam. Sicherungsinstrumente, die nicht die Voraussetzungen für die Bilanzierung einer Sicherungsbeziehung erfüllen, sind der Kategorie „zu Handelszwecken gehalten“ zuzuordnen. Die Veränderungen ihrer Marktwerte werden direkt erfolgswirksam erfasst.

Die ProSiebenSat.1 Group hat zum 31. Dezember 2017 zur Absicherung der finanziellen Verpflichtungen aus Programmrechterwerben Devisentermingeschäfte mit einem Nominalvolumen in Höhe von 2,102 Mrd US-Dollar (Vorjahr: 2,460 Mrd US-Dollar) und Devisenoptionen mit einem Nominalvolumen in Höhe von 30 Mio US-Dollar (Vorjahr: 50 Mio US-Dollar) im Bestand. Die Marktwerte der Devisensicherungsgeschäfte ergeben sich aus am Markt festgestellten Devisenterminkursen. Zur Bewertung wurden Marktdaten (Mittelkurse) vom 31. Dezember 2017 herangezogen. Die US-Dollar-Devisenkasseposition betrug zum 31. Dezember 2017 256 Mio US-Dollar (Vorjahr: 42 Mio US-Dollar). Die Berechnung der Marktwerte der Devisenoptionen basiert auf Grundlage eines marktgängigen Optionspreismodells.

190 / DEISENBEZOGENE GESCHÄFTE UND SALDEN

	Jahr der Fälligkeit			Nominal- betrag	Fair Value	Fair Value
	2018 Mio US- Dollar	2019-2022 Mio US- Dollar	ab 2023 Mio US- Dollar	31.12.2017 Mio US- Dollar	31.12.2017 in Mio Euro	31.12.2016 in Mio Euro
Devisentermingeschäfte	534	1.383	185	2.102	9	251
davon innerhalb von Cashflow-Hedges	407	1.383	185	1.975	14	243
Devisenoptionen	20	10	-/-	30	0	3
davon innerhalb von Cashflow-Hedges	20	10	-/-	30	0	3
Devisenkasseposition	256	-/-	-/-	256	213	40

Im Rahmen des Hedge Accounting wurden per 31. Dezember 2017 plus 14 Mio Euro (Vorjahr: +245 Mio Euro) in einer gesonderten Position im kumulierten übrigen Eigenkapital gebucht. Im Geschäftsjahr 2017 sind 50 Mio Euro (Vorjahr: 52 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 2017 als auch im Vorjahr keine 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.

191 / WÄHRUNGSRISENEN in Mio US-Dollar

	31.12.2017	31.12.2016
Brutto-Fremdwährungsexposure	- 2.789	- 3.334
Devisensicherungsgeschäfte	2.388	2.552
davon Hedge-Accounting	2.005	2.205
davon zu Handelszwecken gehalten	127	305
Devisenkasseposition	256	42
Netto-Exposure	- 401	- 782
Hedge Ratio	85,6%	76,5%
Stichtagskurs	1,1988	1,0560
Aufwertung US-Dollar um 10%	1,0789	0,9504
Abwertung US-Dollar um 10%	1,3187	1,1616
in Mio Euro		
Veränderung zukünftiger Zahlungen aufgrund einer 10%igen Aufwertung des US-Dollars	- 37	- 82
Veränderung zukünftiger Zahlungen aufgrund einer 10%igen Abwertung des US-Dollars	30	67

Aus buchhalterischer Sicht sind die Kurseffekte aus Lizenzverbindlichkeiten, Devisensicherungsgeschäften der Kategorie „zu Handelszwecken gehalten“, dem Zeitwert von Optionen im Hedge Accounting sowie der Devisenkasseposition ergebniswirksam. Eine Abwertung (Aufwertung) des US-Dollars um 10,0 Prozent würde zu einem Effekt in Höhe von minus 5 Mio Euro (+6 Mio Euro) im Währungsergebnis führen. Der auf die Devisensicherungsgeschäfte der Kategorie Hedge Accounting bezogene Währungseffekt in Höhe von minus 133 Mio Euro bei einer US-Dollar-Abwertung um 10,0 Prozent bzw. plus 163 Mio Euro bei einer US-Dollar-Aufwertung um 10,0 Prozent würde im kumulierten übrigen Eigenkapital Berücksichtigung finden.

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. Kreditausfallrisiken von Finanzinstrumenten werden regelmäßig überwacht und analysiert. Darüber hinaus werden Kreditausfallrisiken bei der Bewertung der derivativen Finanzinstrumente im beizulegenden Zeitwert berücksichtigt („credit value adjustments“). Die Berechnungsgrundlage der Ausfallwahrscheinlichkeiten bilden laufzeitadäquate Credit Default Swap Spreads je Kontrahent. Die Ermittlung des in der Bewertung berücksichtigten Kreditrisikos erfolgt basierend auf einer Multiplikation der laufzeitadäquaten Ausfallwahrscheinlichkeit mit den diskontierten zu erwartenden Zahlungsströmen des derivativen Finanzinstruments. Im Geschäftsjahr wurden „debt value adjustments“ in Höhe von 1 Mio Euro (im Vorjahr: credit value adjustments von 3 Mio Euro) ergebnisneutral im sonstigen Eigenkapital erfasst. 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 2017 insgesamt 13 Mio Euro (Vorjahr: 242 Mio Euro). Die positiven Marktwerte dieser nicht besicherten derivativen Finanzinstrumente stellen das maximale Ausfallrisiko dar. Der Wert wurde ohne Berücksichtigung von credit value adjustments ermittelt.

Für das Kreditausfallrisiko 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 die Ausbuchung der entsprechenden Forderung, gegebenenfalls gegen eine vorher gebildete Vorsorge. Hinsichtlich der Nettowerte der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und der sonstigen finanziellen Vermögenswerte gab es zum Bilanzstichtag keine Hinweise auf wesentliche Zahlungsausfälle. Für Informationen zur Altersstruktur der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen verweisen wir auf → [Ziffer 21 „Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte“](#). Angaben hinsichtlich der Größe wesentlicher Kunden sind unter → [Ziffer 2 „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. Wesentlicher Bestandteil der konzernweiten Unternehmensfinanzierung sind der Term Loan (2,100 Mrd Euro), die Anleihe (600 Mio Euro), die Schuldscheindarlehen in Höhe von 500 Mio Euro → [siehe Ziffer 27 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#) und die RCF (750 Mio Euro). Die ProSiebenSat.1 Group kann die RCF variabel für allgemeine betriebliche Zwecke verwenden. Zum 31. Dezember 2017 war die RCF nicht in Anspruch genommen (Vorjahr: keine Inanspruchnahme) und ebenso nicht durch Avalinanspruchnahmen belastet, sodass zum 31. Dezember 2017 750 Mio Euro (Vorjahr: 600 Mio Euro) aus der RCF verfügbar waren. Sowohl der Term Loan als auch die RCF haben eine Laufzeit bis April 2022, die Anleihe bis April 2021 und die Schuldscheindarlehen bis Dezember 2023 (275 Mio Euro) bzw. Dezember 2026 (225 Mio Euro).

Ferner weist die ProSiebenSat.1 Group zum 31. Dezember 2017 einen Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten von 1,552 Mrd Euro (Vorjahr: 1,271 Mrd Euro) auf und verfügt somit zum 31. Dezember 2017 über insgesamt 2,302 Mrd Euro (Vorjahr: 1,871 Mrd Euro) an liquiden Mitteln und ungenutzter RCF.

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, nicht diskontierten Zahlungen gezeigt.

Die ProSiebenSat.1 Group ordnet die erwarteten Auszahlungen für finanzielle Verbindlichkeiten zum 31. Dezember 2017 und dem Vorjahr den folgenden Laufzeitbändern zu:

192 / FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN NACH FÄLLIGKEIT in Mio Euro

	bis 12 Monate	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	Summe Vertragliche Cashflows 31.12.2017
Anleihe	16	647	-/-	663
Darlehen und Kredite	17	2.178	-/-	2.196
Schuldscheindarlehen	7	29	519	555
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	15	52	2	68
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	543	49	-/-	591
Nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten	597	2.955	522	4.074
Zinsswap	11	4	-/-	15
Devisentermingeschäfte	9	40	11	60
Put-Optionen und Earn-Outs	111	348	-/-	459
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	131	392	11	534
Summe	728	3.347	533	4.608

	bis 12 Monate	über 1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	Summe Vertragliche Cashflows 31.12.2016
Anleihe	16	663	-/-	679
Darlehen und Kredite	28	2.150	-/-	2.178
Schuldscheindarlehen	7	28	527	562
Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasing	16	57	4	77
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	528	70	-/-	598
Nicht-derivative finanzielle Verbindlichkeiten	596	2.968	530	4.094
Zinsswap	18	15	-/-	34
Devisentermingeschäfte	1	-/-	0	1
Put-Optionen und Earn-Outs	59	276	44	380
Derivative finanzielle Verbindlichkeiten	78	292	44	414
Summe	674	3.260	575	4.508

ANGABEN ZU BUCH- UND MARKTWERTEN VON FINANZINSTRUMENTEN

Die nachstehende Tabelle zeigt die Buchwerte und beizulegenden Zeitwerte aller Kategorien von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group. Die Fair-Value-Hierarchiestufen 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).

193 / BUCH- UND MARKTWERTE VON FINANZINSTRUMENTEN PER 31. DEZEMBER 2017 in Mio Euro

	In der Bilanz ausgewiesen in	Buchwert	Kategorie					Fair Value			Summe
			Erfolgs-wirksam zum Fair Value bewertet	Zu Zwecken des Hedge Accounting	Kredite und Forderungen	Zur Veräußerung verfügbar	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Finanzielle Vermögenswerte											
Bewertet zum Fair Value											
Finanzielle Vermögenswerte designiert als Fair Value Option	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	23	23	-/-	-/-	-/-	-/-	23	-/-	-/-	23
Sonstige Eigenkapitalinstrumente	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	88	88	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	88	88
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	11	11	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	0	10	11
Hedge Derivate	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	68	-/-	68	-/-	-/-	-/-	-/-	68	-/-	68
Nicht zum Fair Value bewertet											
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ¹	Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.552	-/-	-/-	1.552	-/-	-/-				
Darlehen und Forderungen ¹	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	532	-/-	-/-	532	-/-	-/-				
Sonstige finanzielle Vermögenswerte zu Anschaffungskosten	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	7	-/-	-/-	7	-/-	-/-				
Summe		2.280	121	68	2.091	-/-	-/-	23	68	98	189
Finanzielle Verbindlichkeiten											
Bewertet zum Fair Value											
Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	448	448	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	448	448
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	19	19	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	19	-/-	19
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	53	-/-	53	-/-	-/-	-/-	-/-	53	-/-	53
Nicht zum Fair Value bewertet											
Darlehen und Kredite	Finanzverbindlichkeiten	2.090	-/-	-/-	-/-	-/-	2.090	-/-	2.104	-/-	2.104
Anleihen	Finanzverbindlichkeiten	597	-/-	-/-	-/-	-/-	597	630	-/-	-/-	630
Schuldscheindarlehen	Finanzverbindlichkeiten	498	-/-	-/-	-/-	-/-	498	-/-	498	-/-	498
Leasingverbindlichkeiten	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	65	-/-	-/-	-/-	-/-	65	-/-	68	-/-	68
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten ¹	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	624	-/-	-/-	-/-	-/-	624				
Summe		4.394	467	53	-/-	-/-	3.874	630	2.742	448	3.820

¹ Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar.

194 / BUCH- UND MARKTWERTE VON FINANZINSTRUMENTEN PER 31. DEZEMBER 2016 in Mio Euro

	In der Bilanz ausgewiesen in	Buchwert	Kategorie					Fair Value			Summe
			Erfolgswirksam zum Fair Value bewertet	Zu Zwecken des Hedge Accounting	Kredite und Forderungen	Zur Veräußerung verfügbar	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	
Finanzielle Vermögenswerte											
Bewertet zum Fair Value											
Finanzielle Vermögenswerte designiert als Fair Value Option	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	21	21	-/-	-/-	-/-	-/-	21	-/-	-/-	21
Sonstige Eigenkapitalinstrumente	Langfristige finanzielle Vermögenswerte	99	99	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	99	99
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	18	18	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	11	7	18
Hedge Derivate	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	246	-/-	246	-/-	-/-	-/-	-/-	246	-/-	246
Nicht zum Fair Value bewertet											
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente ¹	Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.271	-/-	-/-	1.271	-/-	-/-				
Darlehen und Forderungen ¹	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	484	-/-	-/-	484	-/-	-/-				
Sonstige finanzielle Vermögenswerte zu Anschaffungskosten	Kurz- und langfristige finanzielle Vermögenswerte	0	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-				
Summe		2.140	138	246	1.755	-/-	-/-	21	257	106	384
Finanzielle Verbindlichkeiten											
Bewertet zum Fair Value											
Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	363	363	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	363	363
Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	32	32	-/-	-/-	-/-	-/-	-/-	32	-/-	32
Hedge Derivate	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	-/-	0	-/-	-/-	-/-	-/-	0	-/-	0
Nicht zum Fair Value bewertet											
Darlehen und Kredite	Finanzverbindlichkeiten	2.091	-/-	-/-	-/-	-/-	2.091	-/-	2.118	-/-	2.118
Anleihen	Finanzverbindlichkeiten	596	-/-	-/-	-/-	-/-	596	637	-/-	-/-	637
Schuldscheindarlehen	Finanzverbindlichkeiten	498	-/-	-/-	-/-	-/-	498	-/-	488	-/-	488
Leasingverbindlichkeiten	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	72	-/-	-/-	-/-	-/-	72	-/-	77	-/-	77
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten zu (fortgeführten) Anschaffungskosten ¹	Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	640	-/-	-/-	-/-	-/-	640				
Summe		4.291	395	0	-/-	-/-	3.896	637	2.715	363	3.715

¹ Der Buchwert stellt einen angemessenen Näherungswert für den beizulegenden Zeitwert dar.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN:

Die ProSiebenSat.1 Group verwendet zur Bewertung verschiedener zum beizulegenden Zeitwert bilanzierter finanzieller Vermögenswerte, denen keine auf aktiven Märkten notierten Preise zugrunde liegen, beobachtbare erzielbare Preise im Rahmen von zuletzt durchgeführten Finanzierungsrunden bzw. Wertansätze, die im Rahmen des Ertragswertverfahrens unter Verwendung von risikoadjustierten Diskontierungssätzen ermittelt wurden.

Bei den im Rahmen der Fair-Value-Option zum beizulegenden Zeitwert bilanzierten finanziellen Vermögenswerten handelt es sich um Investmentfondsanteile, welche zur Abdeckung der Pensionszusagen gehalten werden, sich aber nicht als Planvermögen gemäß IAS 19 eignen. Das maximale Ausfallrisiko der erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Anteile an Investmentfonds ist zum 31. Dezember 2017 auf den Marktwert dieser Position beschränkt. Es bestehen keine Absicherungen gegen ein potenzielles Ausfallrisiko, da dieses aufgrund der Marktlage als unwahrscheinlich angesehen wird.

Innerhalb der sonstigen Eigenkapitalinstrumente erfolgt der Ausweis von Minderheitsbeteiligungen an anderen Unternehmen, die der Konzern teilweise im Rahmen seiner „Media-for-Equity“-Strategie erwirbt. Die Bewertung dieser Beteiligungen und Optionen auf Anteile an Unternehmen erfolgt erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert. Bei der Ermittlung des Zeitwertes wird, wenn möglich und vorhanden, auf beobachtbare erzielbare Preise der zuletzt durchgeführten Finanzierungsrunden, ansonsten auf im Rahmen von Barwertverfahren unter Verwendung von risikoadjustierten Diskontierungszinssätzen ermittelte Wertansätze zurückgegriffen. Daneben werden in dieser Position Venture Capital Fonds Anteile ausgewiesen. Diese Investmentfonds sind bei ihrem erstmaligen Ansatz als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert designed worden. Die Bewertung erfolgt auf Basis von Inputdaten, die weder direkt noch indirekt am Markt abgeleitet werden können.

Darüber hinaus hat der Konzern im Geschäftsjahr 2017 den im Vorjahr im Rahmen seiner „Media-for-Equity“-Strategie erworbenen Anteil an der Minderheitsbeteiligung ABOUT YOU GmbH, Hamburg, erhöht und verfügt zum 31. Dezember 2017 über Anteile gesamt in Höhe von 24 Mio Euro. Mit dem Veräußerer wurde bereits im Vorjahr eine Put-/Call-Vereinbarung über die transferierten Anteile getroffen. Die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte erfolgte mit Hilfe eines Binomialmodells. Für den Fall der Ausübung der Put-Option durch die ProSiebenSat.1 Group wird die Erfüllung des Ausübungspreises von dem mittelbaren Mehrheitsanteilseigner der ABOUT YOU GmbH durch eine Garantierklärung zu Gunsten der ProSiebenSat.1 Group besichert.

Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen, beziehen sich unter anderem auf eine Anteils-Bezugsrechtevereinbarung (Warrant Agreement), welche die ProSiebenSat.1 Group im Geschäftsjahr 2014 mit der Odyssey Music Group S.A., Paris, (Deezer) vereinbart hat. Das Warrant Agreement stellt ein Finanzderivat dar. Im Geschäftsjahr 2017 hat der Konzern Planungsinformationen, deren Inputparameter nicht am Markt beobachtbar sind, erhalten. Infolgedessen hat der Konzern auf ein kapitalwertorientiertes Bewertungsverfahren umgestellt. Änderungen des beizulegenden Zeitwertes sind im Wesentlichen abhängig von den erwarteten Umsatzentwicklungen von Deezer sowie der Korrelation mit der erwarteten Entwicklung des Marktes für Music Streaming Dienste. Zum 31. Dezember 2017 beläuft sich der Wert der Anteilsbezugsrechte auf 6 Mio Euro (Vorjahr: 6 Mio Euro). Bei einem (einer) Anstieg (Reduktion) des erwarteten Umsatzwachstums um 15,0 Prozent oder bei einem (einer) Anstieg (Reduktion) der Korrelation um 0,15 würde sich der beizulegende Zeitwert nicht wesentlich verändern. Die beiden Parameter weisen nicht lineare Abhängigkeiten voneinander auf. Die Klassifizierung des Finanzderivats erfolgt derzeit in der Stufe 3.

Darüber hinaus hält der Konzern zum beizulegenden Zeitwert bewertete derivative Finanzinstrumente, im Wesentlichen als Maßnahme zur Risikoabsicherung im Bereich von Zins- und Währungsrisiken. Instrumente mit positiven Marktwerten werden als Vermögenswerte, solche mit negativen Marktwerten als Verbindlichkeiten ausgewiesen. Bei der Bewertung kommen Barwertmodelle auf Basis von risikolosen Diskontierungszinssätzen bzw. gängige Optionspreismodelle (Blacks-Modell oder Black-Scholes-Modell) zum Einsatz.

Die beizulegenden Zeitwerte von Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten, von Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, von kurzfristigen finanziellen Forderungen und Verbindlichkeiten sowie aus der RCF und sonstigen finanziellen Verbindlichkeiten entsprechen in etwa dem Buchwert. Grund hierfür ist insbesondere die kurze Laufzeit solcher Instrumente. Insofern erfolgt kein gesonderter Ausweis eines beizulegenden Zeitwertes.

In den zum Fair Value bewerteten finanziellen Verbindlichkeiten werden Verbindlichkeiten aus Put-Optionen, welche sich auf Anteile anderer Gesellschafter von bereits erworbenen verbundenen Unternehmen beziehen, und aus Earn-Out-Vereinbarungen (variable, in der Regel erfolgsabhängige, nachgelagerte Kaufpreiszahlungen) ausgewiesen.

WESENTLICHE ANNAHMEN UND SCHÄTZUNGEN:

Bedingte Kaufpreisbestandteile bei Unternehmenszusammenschlüssen in Form von Put-Optionen auf Anteile anderer Gesellschafter werden im Erwerbszeitpunkt und im Rahmen der Folgebilanzierung regelmäßig mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Die Bewertung erfolgt transaktionsbezogen und basiert im Wesentlichen auf nicht am Markt beobachtbaren Inputdaten. Für die Berechnung werden grundsätzlich Multiplikator- oder Ertragswertverfahren verwendet. Die im Zeitpunkt der Optionsausübung erwarteten Cashflows werden mit einem laufzeit- und risikoadäquaten Fremdkapitalzinssatz auf den Bewertungsstichtag diskontiert. Eine Erhöhung (Reduktion) der zugrunde liegenden Ergebnisgrößen, welche den Nominalbetrag maßgeblich determinieren, um jeweils 5,0 Prozent würde den beizulegenden Zeitwert zum Bilanzstichtag um 21 Mio Euro (21 Mio Euro) steigern (mindern). Daneben würde eine Zinssatzänderung um jeweils einen Prozentpunkt dazu führen, dass sich der beizulegende Zeitwert dieser Finanzverbindlichkeiten insgesamt um 6 Mio Euro reduzieren bzw. um 7 Mio Euro erhöhen würde. Die Verbindlichkeiten werden als Finanzinstrumente der Stufe 3 klassifiziert.

Die beizulegenden Zeitwerte von Darlehen und Kredite, Schuldscheindarlehen und Leasingverbindlichkeiten werden durch Diskontierung der erwarteten zukünftigen Zahlungsströme mit den für ähnliche Finanzschulden mit vergleichbarer Restlaufzeit geltenden Zinssätzen bestimmt.

Die folgende Tabelle stellt für die aufgeführten Sachverhalte, die regelmäßig zum beizulegenden Zeitwert bewertet und der Stufe 3 zugeordnet werden, die Überleitung der jeweiligen beizulegenden Zeitwerte auf den Stichtag dar:

195 / ÜBERLEITUNG DER FAIR VALUES IM BEREICH STUFE 3 in Mio Euro

	Derivate, die nicht dem Hedge Accounting unterliegen	Verbindlichkeiten aus Put-Optionen und Earn-Outs
1. Januar 2017	7	363
Nicht realisierte, in der Berichtsperiode in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie im übrigen kumulierten Eigenkapital erfasste Ergebnisse ¹	-/-	40
Zugänge aus Akquisitionen	4	64
Abgänge aus Veräußerungen/Tilgungen	-/-	- 78
Sonstige Veränderungen	-/-	59
31. Dezember 2017	10	448

¹Diese Position beinhaltet Aufzinsungseffekte und weitere Bewertungsanpassungen.

Die Position „Sonstige Veränderungen“ umfasst im Wesentlichen Effekte aus Anteilsänderungen.

Sowohl im Geschäftsjahr 2017 als auch im Geschäftsjahr 2016 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.

SALDIERUNG VON FINANZINSTRUMENTEN

Die von der ProSiebenSat.1 Group kontrahierten Derivate unterliegen vertraglichen Saldierungsvorschriften, aufgrund derer jedoch eine Saldierung in der Bilanz nach IAS 32 nicht möglich ist. Die Darstellung erfolgt deshalb auch in der Bilanz auf Bruttobasis. Vertragliche Regelungen zur Saldierung sonstiger finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten existieren nicht.

Die nachfolgende Tabelle enthält die nach IFRS 7 erforderlichen Angaben zur Saldierung von Finanzinstrumenten. Bei den dargestellten Werten handelt es sich um beizulegende Zeitwerte, die ohne Berücksichtigung von Kreditausfallrisiken („credit value adjustments“) ermittelt wurden:

196 / SALDIERUNG VON FINANZINSTRUMENTEN in Mio Euro

	Finanzielle Vermögenswerte (Brutto-Darstellung)	Bilanziell saldierte finanzielle Verbindlichkeiten	Finanzielle Vermögenswerte (Netto-Darstellung)	Beträge, welche Saldierungsvereinbarungen unterliegen	Finanzielle Vermögenswerte nach (nicht-bilanzieller) Saldierung
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2017	68	-/-	68	- 55	13
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2016	260	-/-	260	- 18	242

	Finanzielle Verbindlichkeiten (Brutto-Darstellung)	Bilanziell saldierte finanzielle Vermögenswerte	Finanzielle Verbindlichkeiten (Netto-Darstellung)	Beträge, welche Saldierungsvereinbarungen unterliegen	Finanzielle Verbindlichkeiten nach (nicht-bilanzieller) Saldierung
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2017	74	-/-	74	- 55	19
Derivative Finanzinstrumente 31. Dezember 2016	33	-/-	33	- 18	14

32 / Anteilsbasierte Vergütung

Die ProSiebenSat.1 Group verfügt über verschiedene Programme, die unter die Vorschriften des IFRS 2 fallen.

LONG TERM INCENTIVE PLAN (LTIP)

Der Long Term Incentive Plan 2010 (LTIP 2010) ist ein Aktienoptionsplan, der durch Zustimmung der Hauptversammlung vom 29. Juni 2010 eingeführt wurde. Es handelt sich um eine anteilsbasierte Vergütung an Mitglieder von Geschäftsführungen sowie von weiteren ausgewählten Führungskräften der ProSiebenSat.1 Media SE und der von ihr abhängigen Konzerngesellschaften. Das Wahlrecht zur Bestimmung der Erfüllungsart liegt bei der ProSiebenSat.1 Media SE. Die Berechtigten und die Zahl der ihnen einzuräumenden Aktienoptionen wurden durch den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE mit Zustimmung des Aufsichtsrats festgelegt. Da keine gegenwärtige Verpflichtung seitens der Gesellschaft 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 Stammaktie der ProSiebenSat.1 Media SE gegen Zahlung eines Ausübungspreises.

Die folgende Tabelle gibt die nach IFRS 2 geforderten Informationen zum Aktienoptionsprogramm der ProSiebenSat.1 Media SE wieder:

197 / AKTIENOPTIONSPLÄNE

	LTIP 2010
	Cycle 2011
Stand 01.01.2017	152.330
Ausgeübte Optionen im Geschäftsjahr 2017	104.630
Verfallene Optionen im Geschäftsjahr 2017	47.700
Stand 31.12.2017	0
Davon unverfallbar am 31.12.2017	0
Mindest-Ausübungspreis in Euro	17,96
Absolute Ausübungshürde in Euro	23,35
Maximaler Ausübungsgewinn in Euro	35,92
Ausgabezeiträume ¹	1. September bis 22. Dezember
Zeitwert je Option in Euro ²	1,64 - 2,57
Erwartete Volatilität der Basisaktie	55,0% - 60,0%
Risikoloser Basiszinssatz ²	0,80% - 1,44%
Erwartete Dividendenrendite	8,0%
Unverfallbarkeit ³	31. Dezember 2011
Ende Ausübungszeitraum	31. Dezember 2017

¹ Ausgabe in mehreren Tranchen.

² In Abhängigkeit von dem Eintritt der Unverfallbarkeit und dem Ausübungszeitpunkt.

³ Frühestes Ende der Unverfallbarkeit für das erste Fünftel ausgegebener Optionen (jedes weitere Fünftel ein Jahr später).

GROUP SHARE PLAN

Zum 31. Dezember 2017 existieren mit den Group Share Plänen 2014 bis 2017 bei der ProSiebenSat.1 Media SE insgesamt vier Programme, in deren Rahmen die Berechtigten nach Ablauf einer Planlaufzeit (Haltefrist) von vier Jahren Anrechte auf virtuelle Aktien („Performance Share Units“, „PSUs“) erwerben. Hierbei handelt es sich um langfristige Vergütungsinstrumente, die von der ProSiebenSat.1 Media SE für Mitglieder des Vorstands sowie weitere ausgewählte Führungskräfte und Angestellte der ProSiebenSat.1 Group entwickelt wurden. Die Zustimmung der Hauptversammlung zur Einführung erfolgte für den Group Share Plan am 15. Mai 2012. Die einzelnen Berechtigten und die Zahl der ihnen einzuräumenden PSUs werden durch den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE mit Zustimmung des Aufsichtsrats bzw. - soweit Mitglieder des Vorstands betroffen sind - durch den Aufsichtsrat festgelegt.

Die Struktur der Pläne ist in vielen Bestandteilen identisch, insofern wird im Folgenden an mehreren Stellen von einem Plan gesprochen. Bestehen hingegen Unterschiede, werden diese entsprechend separat erläutert. Es handelt sich dabei jeweils um eine Aktientantieme, bei der die ProSiebenSat.1 Media SE ein Wahlrecht zur Erfüllung in Eigenkapitalinstrumenten bzw. Barmitteln hat. Mit Beschluss vom 11. März 2016 hat der Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE von diesem Wahlrecht Gebrauch gemacht und beschlossen, die Group Share Pläne in Barmitteln zu begleichen. Demzufolge wurde die Bilanzierung der Group Share Pläne im ersten Quartal 2016 von „Equity-Settlement“ auf „Cash-Settlement“ umgestellt und die bisher in der Kapitalrücklage erfassten Beträge für die Group Share Pläne 2012 bis 2015 in die sonstigen langfristigen Rückstellungen beziehungsweise in die übrigen kurzfristigen Verbindlichkeiten umgebucht. Der abgelaufene Group Share Plan 2013 wurde im zweiten Quartal 2017 vollständig ausgezahlt.

Im vierten Quartal des Geschäftsjahres 2017 wurden den Mitgliedern des Vorstands sowie weiteren ausgewählten Führungskräften der ProSiebenSat.1 Group erneut Anrechte auf Aktien in Form eines neuen Group Share Plans 2017 gewährt. Die grundsätzliche Struktur sowie die Mechanismen zur Ausübung der Rechte entsprechen weitestgehend jenen der Group Share Pläne 2013 bis 2016. Die Bilanzierung des Group Share Plan 2017 erfolgt nach Maßgabe der Vorschriften für anteilsbasierte Vergütung mit Barausgleich.

Die sonstige kurzfristige Rückstellung für die Group Share Pläne beträgt zum 31. Dezember 2017 9 Mio Euro (Vorjahr: 12 Mio Euro). Die sonstige langfristige Rückstellung für die Group Share Pläne beträgt zum 31. Dezember 2017 10 Mio Euro (Vorjahr: 20 Mio Euro). → [siehe Ziffer 26 „Sonstige Rückstellungen“](#)

Bewertung, Mindesthürden und Erfolgsziel

Die Bewertung der PSUs erfolgt zum beizulegenden Zeitwert. Dieser entspricht grundsätzlich dem Marktwert der zugrundeliegenden Aktien. Der Umrechnungsfaktor, mit dem die PSUs nach Ablauf der Haltefrist in Barmittel umgerechnet werden, hängt von der Erreichung im Voraus nach Planbedingungen festgelegter EBITDA- und Net-Income-Erfolgsziele ab und kann zwischen 0 und 150 Prozent variieren (erfolgsbezogener Cap). Sofern der Aktienkurs bei Festlegung des Umtauschverhältnisses den Aktienkurs bei Zuteilung um mehr als 200 Prozent übersteigt, wird der Umrechnungsfaktor ferner so verringert, dass eine über der Schwelle von 200 Prozent liegende Kurssteigerung zu keiner weiteren Werterhöhung der PSUs mehr führt (kursbezogener Cap). Aufgrund der während der Planlaufzeit fehlenden Berechtigung zum Bezug von Aktiendividenden wird der beizulegende Zeitwert um den Zeitwert der zu erwartenden Dividenden gekürzt. Die entsprechenden Dividendenabschläge wurden aus der bisherigen Dividendenhistorie der ProSiebenSat.1 Group abgeleitet. Nach Ende eines jeden Jahres der Haltefrist wird ein Viertel der gewährten PSUs unverfallbar (Vesting).

Die Barzahlung, die der Planteilnehmer am Ende der vierjährigen Planlaufzeit pro PSU erhält, hängt von der jeweiligen Zielerreichung ab. Der Aufsichtsrat kann die Umwandlungsquote für den jeweiligen Group Share Plan von virtuellen Aktien in Barmittel für den Vorstand um plus/minus 25,0 Prozent verändern, um individuelle Leistung zu reflektieren. Zusätzlich erfolgt eine Anpassung der Anzahl der PSUs im Falle der Ausschüttung einer Superdividende durch ein entsprechendes Verwässerungsverhältnis. Die Anwendung des Umrechnungsfaktors sowie eines möglichen Superdividenden-Verwässerungsverhältnisses erfolgt zum Zeitpunkt der Wandlung der Performance Share Units in Barmittel.

Die folgende Tabelle gibt die wesentlichen Informationen zu den einzelnen Group Share Plänen der ProSiebenSat.1 Group wieder:

198 / GROUP SHARE PLÄNE in Mio Euro

	GSP 2013	GSP 2014	GSP 2015	GSP 2016	GSP 2017
Stand PSUs 01.01.2017	326.419	332.384	144.072	276.546	-/-
Zugeteilte PSUs in 2017	-/-	-/-	-/-	-/-	265.133
Verfallene PSUs in 2017	-/-	7.923	16.453	33.138	4.691
Abgewickelte PSUs in 2017	326.419	-/-	8.202	5.890	-/-
Stand 31.12.2017	-/-	324.461	119.417	237.518	260.442
Zusagezeitpunkt	09. September 2013	15. September 2014	01. Dezember 2015	15. Dezember 2016	15. Dezember 2017
Erdienungszeitraum	2013 bis 2016	2014 bis 2017	2015 bis 2018	2016 bis 2019	2017 bis 2020

Der auf das Geschäftsjahr 2017 entfallende Personalaufwand aus den ausgegebenen Performance Share Units beträgt Netto 1 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro).

SONSTIGE ANTEILSBASIERTE VERGÜTUNGSMODELLE

Darüber hinaus unterhält der Konzern weitere anteilsbasierte Vergütungsmodelle, wie zum Beispiel das Mitarbeiteraktienprogramm „myshares“, deren Vergütungskomponente jedoch aus Sicht der ProSiebenSat.1 Group als nicht wesentlich erachtet werden.

33 / 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.

Zum Stichtag wurden die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE und assoziierte Unternehmen bzw. Gemeinschaftsunternehmen der ProSiebenSat.1 Group als nahestehende Personen und Unternehmen definiert.

VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE einschließlich ihrer Mitgliedschaft in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten und vergleichbaren Kontrollgremien sind im Konzernanhang

in den Abschnitten → „[Mitglieder des Vorstands](#)“ und → „[Mitglieder des Aufsichtsrats](#)“ aufgeführt. Das Vergütungssystem der ProSiebenSat.1 Media SE für die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats wird im zusammengefassten Lagebericht im Abschnitt → „[Vergütungsbericht](#)“ näher erläutert.

Zum 1. Januar 2017 wurde Sabine Eckhardt als Chief Commercial Officer (CCO) in den Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE berufen. Dr. Gunnar Wiedenfels ist zum 31. März 2017 auf eigenen Wunsch aus dem Vorstand ausgeschieden. Dr. Jan Kemper wurde zum 1. Juni 2017 als Finanzvorstand (CFO) in den Vorstand berufen.

Dr. Ralf Schremper (Chief Investment Officer) ist zum 31. Juli 2017 aus dem Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE ausgeschieden. Dr. Jan Kemper hat ab dem 1. August 2017 das M&A-Ressort des Konzerns übernommen. Gemäß Aufhebungsvereinbarung erhielt Dr. Ralf Schremper eine Abfindung in Höhe von 1,7 Mio Euro, davon wurden 0,3 Mio Euro zurückgestellt und 1,4 Mio Euro ausgezahlt.

Thomas Ebeling, der Vorstandsvorsitzende (CEO) der ProSiebenSat.1 Media SE, wird zum 22. Februar 2018 aus dem Vorstand ausscheiden. Sein Anstellungsvertrag, der noch eine Restlaufzeit bis 30. Juni 2019 gehabt hätte, endet ebenfalls mit Wirkung zum 22. Februar 2018. Gemäß Aufhebungsvertrag wurde eine Abfindung in Höhe von 7,1 Mio Euro vereinbart, die im Anschluss an den Beendigungstermin ausgezahlt bzw. im Falle der vertraglichen Versorgungsbeiträge fortgewährt wird. Conrad Albert, derzeit Vorstand External Affairs & Industry Relations sowie zugleich General Counsel der Gesellschaft, ist zum stellvertretenden Vorstandsvorsitzenden ernannt worden.

Zwischen der SevenVentures GmbH, einem Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media SE, und der Heilpflanzenwohl AG, Pfäffikon, Schweiz, wurde mit Wirkung zum 7. Juli 2016 eine Rahmenvereinbarung über die Erbringung vergüteter Werbeleistungen an die Heilpflanzenwohl AG abgeschlossen. Die Heilpflanzenwohl AG ist ein Tochterunternehmen der BetterLife Healthcare AG, Schwyz, Schweiz, an der der Vorstandsvorsitzende der ProSiebenSat.1 Media SE, Thomas Ebeling, und dessen Familienangehörige mit insgesamt 50 Prozent beteiligt sind. Der Anteil der BetterLife Healthcare AG an der Heilpflanzenwohl AG beträgt nach einer Kapitalerhöhung im Geschäftsjahr 2017 insgesamt 72 Prozent. Thomas Ebeling hält einen Anteil von 2 Prozent an der Heilpflanzenwohl AG. Unter dem Rahmenvertrag erwirbt die Heilpflanzenwohl AG gegen Entgelt TV-Werbezeiten von der Seven Ventures GmbH. Die Rahmenvereinbarung endet am 31. Dezember 2019. Die Lieferung der vergüteten Werbeleistungen erfolgt durch jeweils bis 31. Dezember 2019 abzuschließende Einzelvereinbarungen mit jeweils bis zu dreijähriger Laufzeit. Bis zum Stichtag 31. Dezember 2017 wurde eine Einzelvereinbarung abgeschlossen. Hierbei wurden im Geschäftsjahr 2017 Werbeleistungen mit einem Bruttomediativolumen in Höhe von 12 Mio Euro (Vorjahr: 0 Mio Euro) erbracht. Das mit dem Rahmenvertrag verbundene Umsatzpotenzial für die ProSiebenSat.1 Group beläuft sich, abhängig vom Umfang der in Anspruch genommenen TV-Werbezeiten, auf insgesamt bis zu 40 Mio Euro. Hinzu kommt eine mögliche Erlösbeteiligung für die Seven Ventures GmbH bei der Verwertung wesentlicher Rechte an beworbenen Produkten. Die Lieferung von TV-Werbeleistungen erfolgt zu drittüblichen Konditionen. Die Drittüblichkeit der Vertragsbedingungen wurde durch ein externes Gutachten bestätigt. Die Vereinbarung steht zudem im Einklang mit den durch den Aufsichtsrat definierten Vorgaben der ProSiebenSat.1 Group für private Investitionen von Vorstandsmitgliedern. Thomas Ebeling war weder in die Verhandlung der Rahmenvereinbarung noch in die Genehmigung durch den Vorstand einbezogen.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erwarben 8.386 Stückaktien der Gesellschaft innerhalb des Geschäftsjahres 2017. Die Mitglieder des Vorstands erwarben 27.500 Stückaktien der Gesellschaft innerhalb des Geschäftsjahres 2017. Dr. Gunnar Wiedenfels veräußerte in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2017 5.000 Stückaktien der Gesellschaft. Die dazugehörigen Transaktionen wurden nach Artikel 19 MAR auf der Internetseite der ProSiebenSat.1 Group → www.prosiebensat1.com bekannt gemacht.

Im Rahmen des Group Share Plan („GSP“) werden an die Mitglieder des Vorstands so genannte Performance Share Units („PSUs“, „virtuelle Aktien“) ausgegeben → [siehe Ziffer 32 „Anteilsbasierte Vergütung“](#). Am Ende des Geschäftsjahres 2017 halten die Mitglieder des Vorstands insgesamt 150.095 PSUs aus dem Group Share Plan 2017, 135.901 PSUs aus dem Group Share Plan 2016, 49.212 PSUs aus dem Group Share Plan 2015 und 57.730 PSUs aus dem Group Share Plan 2014.

Im Geschäftsjahr 2015 wurde eine weitere mehrjährige variable Vergütungskomponente, der Mid-Term Incentive Plan (MTIP), eingeführt. Hierbei handelt es sich um ein bar auszahlabares mittelfristiges Vergütungsinstrument für Mitglieder des Vorstands sowie ausgewählte weitere Führungskräfte der ProSiebenSat.1 Group. Die Planlaufzeit des MTIP beträgt drei Jahre, beginnend mit dem Geschäftsjahr 2016. Der Auszahlungsbetrag hängt von dem bis

zum Ende der Planlaufzeit erreichten adjusted EBITDA der ProSiebenSat.1 Group sowie der Erreichung bestimmter Mindestschwellen für Umsatz und adjusted EBITDA während der Planlaufzeit ab. Der Zielwert, das heißt der Wert, der bei einer Zielerreichung von 100 Prozent an den Vorstand gewährt wird, beträgt 1,5 Mio Euro bei Thomas Ebeling, 1,0 Mio Euro jeweils bei Dr. Gunnar Wiedenfels, Conrad Albert, Dr. Ralf Schremper, Jan David Frouman sowie Christof Wahl und 0,67 Mio Euro jeweils bei Dr. Jan Kemper und Sabine Eckhardt. Dr. Gunnar Wiedenfels ist zum 31. März 2017 und Dr. Ralf Schremper zum 31. Juli 2017 aus dem Vorstand ausgeschieden. Thomas Ebeling wird zum 22. Februar 2018 aus dem Vorstand ausscheiden. Hinsichtlich der Auswirkungen auf den Mid Term Incentive Plan verweisen wir auf den Abschnitt → „[Erläuterungen zur Vergütung ausgeschiedener bzw. ausscheidender Vorstandsmitglieder](#)“ im Vergütungsbericht.

Für Pensionszusagen gegenüber im Geschäftsjahr 2017 amtierenden Mitgliedern des Vorstands hat die ProSiebenSat.1 Media SE insgesamt Pensionsrückstellungen in Höhe von 12,9 Mio Euro (Vorjahr: 11,3 Mio Euro) gebildet. Darin enthalten sind Pensionsrückstellungen für Entgeltumwandlungen in Höhe von 9,4 Mio Euro (Vorjahr: 8,6 Mio Euro). Die Pensionszusagen für frühere Vorstandsmitglieder betragen zum 31. Dezember 2017 14,4 Mio Euro (Vorjahr: 14,4 Mio Euro). Darin enthalten sind Pensionsrückstellungen für Entgeltumwandlungen in Höhe von 5,5 Mio Euro (Vorjahr: 5,6 Mio Euro).

Der zum 31. Dezember 2017 aufgelaufene Anspruch auf Versorgungsleistungen beträgt für im Geschäftsjahr 2017 amtierende Vorstandsmitglieder insgesamt 14,1 Mio Euro (Vorjahr: 12,5 Mio Euro). Darin enthalten sind Ansprüche aus Entgeltumwandlungen in Höhe von 10,0 Mio Euro (Vorjahr: 9,2 Mio Euro). Der äquivalente Anspruch auf jährliche Versorgungsleistungen beträgt für im Geschäftsjahr 2017 amtierende Vorstandsmitglieder 0,6 Mio Euro (Vorjahr: 0,7 Mio Euro). Darin enthalten sind Ansprüche aus Entgeltumwandlungen in Höhe von 0,4 Mio Euro (Vorjahr: 0,5 Mio Euro).

Der aufgelaufene Anspruch auf Versorgungsleistungen beträgt für ausgeschiedene Vorstandsmitglieder insgesamt 8,0 Mio Euro (Vorjahr: 8,0 Mio Euro). Darin enthalten sind Ansprüche aus Entgeltumwandlungen in Höhe von 2,2 Mio Euro (Vorjahr: 2,2 Mio Euro). Der äquivalente Anspruch auf jährliche Versorgungsleistungen beträgt für ausgeschiedene Vorstandsmitglieder 0,8 Mio Euro (Vorjahr: 0,8 Mio Euro). Darin enthalten sind Ansprüche aus Entgeltumwandlungen in Höhe von 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 0,3 Mio Euro). Im Geschäftsjahr 2017 wurden an ausgeschiedene Vorstandsmitglieder 0,4 Mio Euro (Vorjahr: 0,4 Mio Euro) an Pensionszahlungen geleistet. Zur Absicherung dieser Versorgungsansprüche wurden Fonds dotiert, die jedoch nicht als Planvermögen zu klassifizieren sind, weil die Voraussetzungen hierfür nicht erfüllt sind.

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

Die Vergütung der im Geschäftsjahr 2017 amtierenden Vorstandsmitglieder der ProSiebenSat.1 Media SE beträgt im Berichtsjahr 12,8 Mio Euro (Vorjahr: 15,2 Mio Euro). In diesen Vergütungen sind variable Bestandteile in Höhe von 8,5 Mio Euro (Vorjahr: 10,8 Mio Euro) und Nebenleistungen in Höhe von 0,2 Mio Euro (Vorjahr: 0,2 Mio Euro) enthalten. Die variablen Vergütungen beinhalten einjährige und mehrjährige variable Vergütungen.

Die Gesamtbezüge für ehemalige Vorstandsmitglieder betragen im Geschäftsjahr 2017 in Summe 4,7 Mio Euro. Im Vorjahr wurden Vergütungen an ausgeschiedene Vorstandsmitglieder in Höhe von 6,0 Mio Euro gezahlt.

Die Leistungen an den Vorstand sind - bis auf den MTIP, GSP und die Pensionsansprüche - alle kurzfristig fällig.

Aufwendungen für den Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE sind im Berichtsjahr in Höhe von 1,6 Mio Euro (Vorjahr: 1,5 Mio Euro) angefallen. Die Aufsichtsratsmitglieder erhalten eine fixe Vergütung, wobei der Vorsitzende des Aufsichtsrats den zweieinhalbfachen und sein Stellvertreter den eineinhalbfachen Betrag dieser festen Grundvergütung erhalten. Für die jährliche Mitgliedschaft in den einzelnen Ausschüssen erhalten die Aufsichtsratsmitglieder eine feste jährliche Vergütung. Hierbei erhält der jeweilige Ausschussvorsitzende eine zusätzliche Vergütung für seine Tätigkeiten. Darüber hinaus erhalten die Mitglieder des Aufsichtsrats für jede persönliche Teilnahme an einer Sitzung des Aufsichtsrats ein gesondertes Sitzungsgeld. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält den eineinhalbfachen Betrag des Sitzungsgeldes.

Vergütungen und Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, wurden den Aufsichtsratsmitgliedern im Geschäftsjahr 2017 und im Vorjahr nicht gewährt.

Die aktuellen Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats halten zum Stichtag 31. Dezember 2017 insgesamt unmittelbar 90.630 (Vorjahr: 65.244) Stück Aktien der ProSiebenSat.1 Media SE. Dies entspricht einem Prozentualen Anteil am Grundkapital von 0,0% Prozent (Vorjahr: 0,0%).

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 zusammengefassten Lageberichts ist.

ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN UND GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN

Die ProSiebenSat.1 Media Group unterhält mit einigen ihrer Gemeinschaftsunternehmen und assoziierten Unternehmen Beziehungen im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Dabei kauft und verkauft die Gesellschaft Produkte und Dienstleistungen grundsätzlich zu Marktbedingungen.

Im Geschäftsjahr 2017 wurden an nahestehende Unternehmen Lieferungen und Leistungen in Höhe von insgesamt 135 Mio Euro (Vorjahr: 130 Mio Euro) erbracht. Zum 31. Dezember 2017 betragen die Forderungen gegen die jeweiligen Unternehmen 38 Mio Euro (31. Dezember 2016: 23 Mio Euro).

Der Konzern empfing innerhalb des Geschäftsjahres 2017 von seinen nahestehenden Unternehmen Lieferungen und Leistungen und erfasste in diesem Zuge Aufwendungen in Höhe von 34 Mio Euro (Vorjahr: 33 Mio Euro). Die Verbindlichkeiten gegenüber diesen Unternehmen beliefen sich zum 31. Dezember 2017 auf 17 Mio Euro (31. Dezember 2016: 10 Mio Euro).

Transaktionen mit Gemeinschaftsunternehmen waren zum Stichtag 31. Dezember 2017 für den Konzern lediglich von untergeordneter Bedeutung.

34 / Honorare des Abschlussprüfers

Die Honorare für Dienstleistungen des Abschlussprüfers KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft betragen für das Geschäftsjahr 2017 insgesamt 3,8 Mio Euro (Vorjahr: 4,7 Mio Euro). Davon entfallen auf Abschlussprüfungsleistungen 2,9 Mio Euro (Vorjahr: 3,2 Mio Euro), auf andere Bestätigungsleistungen 0,5 Mio Euro (Vorjahr: 0,2 Mio Euro), auf Steuerberatungsleistungen 0,1 Mio Euro (Vorjahr: 0,2 Mio Euro) und auf sonstige Leistungen 0,3 Mio Euro (Vorjahr: 1,1 Mio Euro). Die Angaben beziehen sich ausschließlich auf die rechtlich selbstständige Einheit des bestellten Abschlussprüfers, die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

35 / Corporate Governance

Vorstand und Aufsichtsrat der ProSiebenSat.1 Media SE haben im März 2017 gemeinsam die nach § 161 AktG vorgeschriebene jährliche Entsprechungserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex abgegeben und den Aktionären der ProSiebenSat.1 Media SE auf der Internetseite der ProSiebenSat.1 Group (www.prosiebensat1.com) dauerhaft zugänglich gemacht.

36 / Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

ERWERB VON 100,0 PROZENT DER ANTEILE AN DER ABOALARM GMBH

Mit Vertrag und wirtschaftlicher Wirkung vom 2. Januar 2018 hat die ProSiebenSat.1 Group einen Anteil von 100,0 Prozent an der Aboalarm GmbH, München erworben und damit die Kontrolle erlangt. Die Gesellschaft wird dem Segment Commerce → [siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“](#) zugeordnet. Aboalarm bietet einen kostenlosen und gebührenpflichtigen Online-Kündigungsservice. Der Kaufpreis nach IFRS 3 setzt sich aus einem Barkaufpreis in Höhe von 10 Mio Euro sowie einer vertraglich vereinbarten Kaufpreisanpassung zusammen.

ERWERB VON 100,0 PROZENT DER ANTEILE AN DER KAIRION GMBH

Mit Vertrag und wirtschaftlicher Wirkung vom 9. Januar 2018 hat die ProSiebenSat.1 Group einen Anteil von 100,0 Prozent an der Kairion GmbH, Frankfurt am Main erworben und damit die Kontrolle erlangt. Die Gesellschaft wird dem Segment Entertainment → [siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“](#) zugeordnet. Die Gesellschaft ist

ein E-Commerce-Vermarkter und bietet Werbekunden die Möglichkeit, auf gebündelten Werbeflächen der angeschlossenen Händler Werbung zu schalten. Der Kaufpreis nach IFRS 3 setzt sich aus einem Barkaufpreis in Höhe von 5 Mio Euro sowie zwei vertraglich vereinbarten Kaufpreisanpassungen zusammen.

GEPLANTER ERWERB VON 90,0 PROZENT DER ANTEILE AN DER ESOE ADVERTISING TECHNOLOGIES GMBH

Die ProSiebenSat.1 Group plant einen Anteil von 90,0 Prozent an esoe advertising technologies, Hamburg, dem führenden Social-Advertising-Anbieter in der DACH-Region zu erwerben. Entsprechende Verträge wurden am 1. Dezember 2017 unterzeichnet. Das Unternehmen mit Sitz in Hamburg vereint für Werbetreibende die Technologie und das Management von Social-Media-Kampagnen in allen sozialen Netzwerken, insbesondere Facebook. Die Technologie soll in Zukunft auch zur KPI-basierten Optimierung von Display, Video und später auch für Addressable TV genutzt werden. Das Unternehmen ergänzt das Portfolio der AdTech-Beteiligungen, die ProSiebenSat.1 in der Advertising Platform Solutions bündelt. Die Gesellschaft wird dem Segment Entertainment → [siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“](#) zugeordnet. Der Kaufpreis nach IFRS 3 setzt sich aus einem Barkaufpreis in Höhe von 25 Mio Euro sowie zwei vertraglich vereinbarten Kaufpreisanpassungen zusammen. Darüber hinaus wurde mit den Altgesellschaftern eine Put-Option über den Erwerb von weiteren 10,0 Prozent der Anteile mit frühestmöglicher Fälligkeit in 2019 vereinbart.

GEPLANTER ERWERB DES GESCHÄFTS UNTER DER MARKE ZIRKULIN

Die ProSiebenSat.1 Group plant den Erwerb der Marke Zirkulin sowie den Erwerb von weiteren ausgewählten immateriellen Vermögensgegenständen der roha arzneimittel GmbH, Bremen. Entsprechende Verträge wurden am 29. Dezember 2017 unterzeichnet. Zum Stichtag 31.12.2017 steht das Closing noch aus. Gegenstand der Transaktion ist der Kauf von Vermögenswerten sowie die Gewährung von Schutzrechten. Die Marke Zirkulin umfasst ein betriebenes Geschäft, einschließlich des dazu gehörigen Kundenstamms, gewerblichen Schutzrechten, Arzneimittelzulassungen, Produktportfolio sowie sonstigem technischem, regulatorischen und kommerziellen Know-hows. Neben der Übertragung des Zirkulin-Geschäfts beabsichtigen beide Parteien zum Zwecke der Weiterführung der Produktion eine Vereinbarung über einen Liefervertrag. Die Marke Zirkulin soll dem Segment Commerce → [siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“](#) zugeordnet und in die Districon GmbH – eine Tochtergesellschaft der Windstar Medical eingegliedert werden. Der Kaufpreis nach IFRS 3 setzt sich aus einem Barkaufpreis in Höhe von 32 Mio Euro zusammen.

ERWERB DER VERBLIEBENEN 25,1 PROZENT AN DER SILVERTOURS GMBH

Mit Vertrag vom 20. Februar 2018 hat die ProSiebenSat.1 Group die verbliebenen Anteile an der SilverTours GmbH, Freiburg, Deutschland erworben. Die SilverTours GmbH wurde 2003 gegründet und betreibt Produktvergleichsplattformen für Leihwägen (u.a. www.billiger-mietwagen.de). Die ProSiebenSat.1 Group hatte sich zum Juni 2013 erstmalig an dem Unternehmen beteiligt (74,9 Prozent) und erwarb mit der Transaktion nun die verbliebenen Anteile am Unternehmen. Die Gesellschaft war bis zum 31.12.2017 dem Segment Digital Ventures & Commerce zugeordnet. Ab dem 1. Januar 2018 ist sie dem Segment Commerce → [siehe Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“](#) zugeordnet.

WEITERE EREIGNISSE NACH DEM BILANZSTICHTAG

Darüber hinaus sind zwischen dem Ende des Geschäftsjahres 2017 und dem Datum der Freigabe der Veröffentlichung dieses Finanzberichts keine berichtspflichtigen Ereignisse eingetreten, die eine wesentliche Bedeutung für die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group bzw. der ProSiebenSat.1 Media SE haben.

TAG DER FREIGABE DER VERÖFFENTLICHUNG

Der Konzernabschluss wird am 20. Februar 2018 durch den Vorstand der Gesellschaft zur Veröffentlichung und für die Weiterleitung an den Aufsichtsrat freigegeben. Dem Aufsichtsrat wird der Konzernabschluss am 12. März 2018 zur Billigung vorgelegt. Die Veröffentlichung erfolgt am 15. März 2018.

20. Februar 2018
Der Vorstand

ZUSAMMENFASSUNG DER WESENTLICHEN BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

A) GRUNDLAGEN

Die Ansatz-, Bewertungs- und Ausweismethoden sowie die Erläuterungen und Angaben zum Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2017 folgen grundsätzlich dem Stetigkeitsprinzip.

Die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung wird nach dem Umsatzkostenverfahren erstellt.

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

Währungsumrechnung

Geschäftsvorfälle in fremder Währung werden mit den relevanten Fremdwährungskursen zum Transaktionszeitpunkt umgerechnet. In Folgeperioden werden monetäre 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 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 primären Umfeld, in dem diese ihre Geschäftstätigkeit jeweils ausüben. In der Regel ist dies die Währung, in der liquide Mittel erzeugt und verbraucht werden.

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 Schuldpositionen zum Stichtagskurs am Bilanzstichtag umgerechnet. Sämtliche aus der Umrechnung der Fremdwährungsabschlüsse resultierenden Differenzen werden erfolgsneutral im kumulierten übrigen Eigenkapital ausgewiesen. Im Fall des Abgangs des entsprechenden Tochterunternehmens werden solche Umrechnungsdifferenzen ergebniswirksam erfasst.

B) KONSOLIDIERUNGSGRUNDSÄTZE

In den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE werden alle wesentlichen Tochterunternehmen einbezogen. Die ProSiebenSat.1 Media SE beherrscht ein Beteiligungsunternehmen, sofern es Verfügungsgewalt über das Beteiligungsunternehmen hat. Das heißt sie verfügt über bestehende Rechte, die ihr die gegenwärtige Fähigkeit zur Lenkung der maßgeblichen Tätigkeiten verleihen. Dies sind die Tätigkeiten, die die Rückflüsse des Beteiligungsunternehmens wesentlich beeinflussen. Darüber hinaus ist die ProSiebenSat.1 Media SE unmittelbar bzw. mittelbar über das jeweilige Mutterunternehmen schwankenden Rückflüssen aus ihrem Engagement in dem Beteiligungsunternehmen ausgesetzt oder besitzt Anrechte auf diese und hat die Fähigkeit, diese Renditen mittels ihrer Verfügungsgewalt über das Beteiligungsunternehmen zu beeinflussen.

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 den beizulegenden Zeitwerten der erworbenen identifizierbaren Vermögenswerte sowie der übernommenen Schulden und Eventualschulden zum Erwerbszeitpunkt. Die im Rahmen der Kaufpreisallokation bei den erworbenen Gesellschaften identifizierten Vermögenswerte werden von externen, unabhängigen Gutachtern bewertet. Identifizierte Geschäfts- oder Firmenwerte resultieren hierbei aus positiven Unterschiedsbeträgen zwischen den gezahlten Kaufpreisen und den beizulegenden Zeitwerten der erworbenen Vermögenswerte sowie übernommenen Schulden unter Berücksichtigung latenter Steuern. Geschäfts- und Firmenwerte werden in der funktionalen Währung der erworbenen Einheit geführt, nicht beherrschende Anteile werden zum Erwerbszeitpunkt mit ihrem entsprechenden Anteil am identifizierbaren Nettovermögen des erworbenen Unternehmens bewertet. Änderungen des Anteils des Konzerns an einem Tochterunternehmen, die nicht zu einem Verlust der Beherrschung führen, werden als Eigenkapitaltransaktionen bilanziert.

Ein im Rahmen eines Unternehmenszusammenschlusses erworbener Geschäfts- oder Firmenwert wird zum Erwerbszeitpunkt der zahlungsmittelgenerierenden Einheit oder der Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten zugeordnet, die erwartungsgemäß von den Synergien des Unternehmenszusammenschlusses profitiert. Diese repräsentiert zudem die unterste Ebene, auf welcher der Geschäfts- oder Firmenwert für die interne Unternehmenssteuerung überwacht wird. Es handelt sich hierbei um die operativen und berichtspflichtigen Segmente Broadcasting German-speaking, Digital Entertainment, Digital Ventures & Commerce sowie Content Production & Global Sales. Beim Verkauf von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten bzw. Teilen davon oder bei einer internen Reorganisation wird ein zum Verkaufszeitpunkt bzw. zum Zeitpunkt der Übertragung bestehender Geschäfts- oder Firmenwert nach Maßgabe relativer Werte auf die abgehenden bzw. die im Konzern verbleibenden Einheiten aufgeteilt.

Bei der Ermittlung des beizulegenden Zeitwerts von im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerten werden im Wesentlichen die folgenden Methoden angewendet. Soweit nicht anders spezifiziert, entspricht der Buchwert der jeweiligen Vermögenswerte im Wesentlichen dem beizulegenden Zeitwert.

199 / ERMITTLUNG DES BEIZULEGENDEN ZEITWERTS IM RAHMEN DER KAUFPREISALLOKATION

Immaterieller Vermögenswert	Bewertungsmethode
Marken	Lizenzpreisanalogie
Kundenbeziehungen, sowie sonstige vertragliche Beziehungen	Residualwertmethode
Wettbewerbsverbote	Residualwertmethode
Genutzte Technologien	Reproduktionskostenmethode bzw. Lizenzpreisanalogie
Auftragsbestand	Residualwertmethode
In Produktion befindliche Filme, Serien, Shows	Residualwertmethode

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

Anteile an Gesellschaften, auf deren Geschäftspolitik die ProSiebenSat.1 Group maßgeblichen Einfluss ausübt bzw. ausüben kann („assoziierte Unternehmen“) oder die zusammen mit anderen Investoren gemeinschaftlich beherrscht werden („Gemeinschaftsunternehmen“), sind gemäß IAS 28 „Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen“ nach der Equity-Methode zu bilanzieren. Die Anwendung der Equity-Methode endet mit dem Zeitpunkt, an dem der maßgebliche Einfluss oder die gemeinschaftliche Beherrschung

endet. Bei Vorliegen entsprechender Indikatoren wird der Beteiligungsbuchwert einem Wertminderungstest unterzogen und bei Bedarf ein Wertminderungsaufwand auf den niedrigeren erzielbaren Betrag erfasst. Ein auf einem aktiven Markt notierter Marktpreis für die nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen liegt nicht vor.

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

C) EINZELNE BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSGRUNDSÄTZE

200 / ZUSAMMENFASSUNG WESENTLICHER ZUGRUNDE LIEGENDER BEWERTUNGSMETHODEN

Position	Bewertungsmethode
VERMÖGENSWERTE	
Geschäfts- oder Firmenwerte	Anschaffungskosten (Folgebewertung: Wertminderungstest)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte mit unbestimmter Nutzungsdauer	Anschaffungskosten (Folgebewertung: Wertminderungstest)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer	(Fortgeführte) Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten
Sachanlagen	(Fortgeführte) Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten
Programmvermögen	(Fortgeführte) Anschaffungs- bzw. Herstellungskosten
At-Equity bewertete Anteile	Equity-Methode
Finanzielle Vermögenswerte	
Darlehen und Forderungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Bis zur Endfälligkeit gehalten	nicht vorhanden
Zur Veräußerung verfügbar	Erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert oder (in Ausnahmefällen) zu Anschaffungskosten
Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert
Zu Handelszwecken gehalten/Derivate	Erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	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. beizulegender Zeitwert
Sonstige Verbindlichkeiten	Erfüllungsbetrag (Barwert sofern langfristig)

Umsatzerlöse

In der ProSiebenSat.1 Group werden Umsatzerlöse im Wesentlichen in Form von Werbeerlösen aus dem Verkauf von Werbezeiten erzielt. Bei den Werbeerlösen handelt es sich um Nettoerlöse nach Abzug von Skonti, Agenturprovisionen und Bar-Rabatten sowie Umsatzsteuer. Fernseh-Werbeerlöse gelten als realisiert, wenn die zugrundeliegenden Werbespots gesendet wurden.

In den Werbeerlösen sind ebenfalls Umsatzerlöse aus der Vermarktung von digitalen Angeboten externer Anbieter enthalten. Die ProSiebenSat.1 Group erwirbt hierzu Nutzungsrechte an Werbelizenzen zur Vermarktung von digitalen Angeboten externer Anbieter wie beispielsweise Internet-Werbeflächen. Umsatzerlöse werden bei Verkauf der Werbeflächen erfasst.

Die Realisation variabler Umsatzbestandteile aus Umsatzbeteiligungen („Media-for-Revenue“) ist abhängig von der Fähigkeit der ProSiebenSat.1 Group, diese Umsatzerlöse verlässlich zu schätzen. In diesem Fall muss dem Konzern zunächst die erforderliche Zielerreichungsdokumentation des Vertragspartners vorliegen, um den variablen Bestandteil als Umsatzerlös zu realisieren.

Tauschgeschäfte („barter transactions“) werden bei der ProSiebenSat.1 Group im Wesentlichen als Gegengeschäfte im Rahmen von Werbezeitenvermarktung abgeschlossen. Umsatzerlöse aus solchen Tauschgeschäften 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. Werden Werbezeiten gegen Güter oder Erzeugnisse getauscht, bemessen sich die Umsatzerlöse nach dem beizulegenden Zeitwert der erhaltenen Güter oder Dienstleistungen, sofern dieser verlässlich bestimmt werden kann. Werden Werbezeiten gegen Werbezeiten getauscht, bestimmen sich die Umsatzerlöse nach dem beizulegenden Zeitwert der geleisteten Werbezeit.

Werden Werbeleistungen im Gegenzug für den Erwerb von Unternehmensbeteiligungen vereinbart („Media-for-Equity“), so wird die Verpflichtung zur Ausstrahlung der zugesagten Werbespots zum Zeitpunkt des Anteils-erwerbs als Gegenbuchung zur Aktivierung der erworbenen Anteile passivisch abgegrenzt und bei Ausstrahlung der vereinbarten Werbespots als Umsatzerlöse realisiert. In diesem Zusammenhang erhaltene Anteile werden zum beizulegenden Zeitwert bilanziert.

Umsatzerlöse aus Online-Vermittlungsdienstleistungen, welche der Konzern in dem Segment „Digital Ventures & Commerce“ in den Bereichen Mietwagen, Reisen, Versicherungen, Events, Energieversorgung, Mobilfunk, Breitband-Telefonie oder HD-Fernsehen über „Online-Preisvergleichsportale“ erbringt, werden nach der Leistungserbringung realisiert, wenn der Betrag der Umsatzerlöse und die hiermit im Zusammenhang stehenden Kosten verlässlich bemessen werden können und es wahrscheinlich ist, dass dem Konzern der aus der Transaktion entstehende wirtschaftliche Nutzen zufließen wird. Die betroffenen Konzernunternehmen treten hierbei als Agent im Sinne des IAS 18 auf, weswegen als Umsatzerlöse lediglich die zu erhaltenden Provisionen realisiert werden. Die relevanten Transaktionen unterliegen gesetzlichen und freiwilligen Storno- bzw. Rücktrittsregelungen. Liegen verlässliche Informationen über Storno- bzw. Rücktrittsquoten vor, realisiert der Konzern die entsprechenden Provisionserlöse im Wesentlichen mit Übermittlung der Kundendaten an den die jeweilige Primärleistung erbringenden Partner, anderenfalls mit Beginn der Leistungserbringung durch den Partner bzw. mit Vertragsbeginn.

Im Bereich der Produktion von Programminhalten (Segment Content Production & Global Sales) 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 zu den geschätzten gesamten Auftragskosten. Angewendet auf die geplanten Erlöse des betroffenen Auftrags ergeben sich dadurch die in der Periode zu erfassenden Umsatzerlöse. Sofern die erwarteten Gesamterlöse nicht verlässlich geschätzt werden können, erfolgt die Realisierung der Umsatzerlöse in Höhe der angefallenen Auftragskosten. Die Auftragskosten werden grundsätzlich in der Periode im Aufwand erfasst, in der sie anfallen. Ist absehbar, dass die gesamten Auftragskosten die geplanten Umsatzerlöse übersteigen, wird der erwartete Verlust unmittelbar als Aufwand erfasst.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf [→ Ziffer 5 „Umsatzerlöse“](#).

Betriebliche Aufwendungen

Betriebliche Aufwendungen nach Arten werden grundsätzlich nach Maßgabe des Funktionsbereichs der jeweiligen Kostenstellen den einzelnen Funktionen zugeordnet. Abschreibungen und Wertminderungen von immateriellen Vermögenswerten und Sachanlagen sind in den Funktionskosten entsprechend der Nutzung der Vermögenswerte enthalten, Wertminderungen auf Marken aus Kaufpreisallokationen mit unbestimmter Nutzungsdauer werden in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst.

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 bzw. zu versteuernde 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. Der Berechnung liegen die in den einzelnen Ländern zum Realisierungszeitpunkt erwarteten Steuersätze zugrunde. Diese basieren grundsätzlich auf den am Bilanzstichtag geltenden bzw. angekündigten gesetzlichen Regelungen.

Der Ansatz und die Bewertung der aktiven latenten Steuern auf Verlustvorträge und temporäre Differenzen erfolgten auf Basis des geplanten zukünftig zu versteuernden Einkommens. Aktive latente Steuern auf temporäre Differenzen und steuerliche Verlustvorträge wurden nur dann gebildet, wenn in Zukunft ausreichend zu versteuerndes Einkommen zur Nutzung der aktiven latenten Steuern zur Verfügung steht.

Die Beurteilung der Werthaltigkeit latenter Steueransprüche basiert auf unternehmensinternen Prognosen über die zukünftige Ertragssituation der jeweiligen Konzerngesellschaft. Bei der Beurteilung der Realisierbarkeit der Verlustvorträge wird darauf abgestellt, ob eine Nutzung im Steuerplanungszeitraum von fünf Jahren möglich ist. Wenn Zweifel an der Realisierbarkeit der Verlustvorträge bestehen, werden im Einzelfall entsprechende Wertberichtigungen der latenten Steueransprüche vorgenommen. 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. 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. Der Ausweis erfolgt grundsätzlich undiskontiert und als langfristig. Werden die den temporären Differenzen bzw. steuerlichen Ausgaben und Einnahmen zugrundeliegenden Sachverhalte direkt im Eigenkapital erfasst, so gilt dies ebenfalls für die darauf entfallenden laufenden Steuern bzw. abgegrenzten aktiven und passiven latenten Steuern.

Unsichere Steuerpositionen werden laufend analysiert und bei entsprechender Einschätzung werden jeweils Risikovorsorgen in angemessener Höhe gebildet. Da sich die Einschätzungen im zeitlichen Verlauf ändern können, ergeben sich auch entsprechende Auswirkungen auf die Höhe der als erforderlich einzuschätzenden Risikovorsorge. Der Betrag der erwarteten Steuerschuld oder Steuerforderung spiegelt den Betrag wider, der unter Berücksichtigung von steuerlichen Unsicherheiten, sofern vorhanden, die beste Schätzung darstellt.

Für weiterführende Information verweisen wir auf die → [Ziffer 13 „Ertragsteuern“](#) und → [24 „Eigenkapital“](#).

Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie entspricht dem Konzernergebnis das den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnen ist, dividiert durch die gewichtete durchschnittliche Anzahl der während des Geschäftsjahres ausstehenden Aktien.

Für die Ermittlung des verwässerten Ergebnisses je Aktie wird die durchschnittliche Anzahl der ausgegebenen Aktien um die Anzahl aller potenziell verwässernden Aktien angepasst. Diese Verwässerungseffekte stammen bei der ProSiebenSat.1 Group aus der Ausgabe von Aktienoptionen auf Stammaktien im Rahmen der Long Term Incentive Pläne sowie aus Anrechten auf Aktien → [siehe Ziffer 32 „Anteilsbasierte Vergütung“](#). Das verwässerte Ergebnis je Aktie wird unter der Annahme berechnet, dass alle im Geld befindlichen potenziell verwässernden Anteile und Vergütungspläne, die auf Aktien basieren, ausgeübt wurden.

Immaterielle Vermögenswerte und Geschäfts- oder Firmenwerte

Die erworbenen **Geschäfts- oder Firmenwerte** werden zu Anschaffungskosten abzüglich kumulierter Wertminderungsaufwendungen angesetzt.

Erworbene immaterielle Vermögenswerte werden gemäß IAS 38 aktiviert, wenn die Vermögenswerte einen künftigen Nutzenzufluss erwarten lassen und die Anschaffungskosten verlässlich ermittelt werden können. Soweit sie nicht einer unbestimmten Nutzungsdauer unterliegen, werden sie planmäßig abgeschrieben und gegebenenfalls außerplanmäßig wertgemindert.

Die immateriellen Vermögenswerte beinhalten erworbene Nutzungsrechte an Werbelizenzen zur Vermarktung von digitalen Angeboten externer Anbieter. Die Aktivierung erfolgt hierbei in Höhe des fixen Kaufpreises des erworbenen Werbeinventars. Die Abschreibung erfolgt planmäßig über die Vertragslaufzeit.

Selbst erstellte immaterielle 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 Ersterer 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 und beabsichtigt sein. Ebenso muss die Marktfähigkeit des Produkts oder Prozesses nachgewiesen sein. Dies ist bei selbst entwickelten Programmformaten generell erst zu einem sehr späten Prozesszeitpunkt der Fall, wenn nämlich das Format erfolgreich bei einem Abnehmer platziert werden kann. Aufwendungen für Formatentwicklungen erfüllen somit in der Regel nicht die Aktivierungsvoraussetzungen des IAS 38.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die → [Ziffern 16 „Geschäfts- oder Firmenwerte“](#) und → [17 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“](#).

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. Qualifizierende Vermögenswerte des Sachanlagevermögens im Sinne des IAS 23 bestehen derzeit im Konzern nicht. Aus diesem Grund werden Fremdkapitalkosten in der Periode ihrer Entstehung erfolgswirksam erfasst.

Die planmäßigen Abschreibungen auf Sachanlagen werden entsprechend dem Nutzungsverlauf nach der linearen Methode vorgenommen.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die → [Ziffer 18 „Sachanlagen“](#).

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 Operating-Leasing („Operating Lease“) unterschieden. Als Finanzierungsleasing werden Leasingtransaktionen behandelt, bei welchen der Leasingnehmer im Wesentlichen alle mit dem Eigentum eines Vermögenswertes verbundenen Risiken und Chancen trägt. Alle übrigen Leasingverhältnisse gelten als Operating-Leasing.

Bei Finanzierungsleasingverhältnissen werden die geleasteten Vermögenswerte und hiermit zusammenhängende 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.

Leasingraten aus Operating-Leasingverhältnissen werden periodengerecht in den Funktionskosten der Gewinn- und Verlustrechnung als Aufwand erfasst.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die → [Ziffer 18 „Sachanlagen“](#), → [27 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#) und → [30 „Sonstige finanzielle Verpflichtungen“](#).

At-Equity bewertete Anteile

Nach der Equity-Methode bilanzierte Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen werden im Zeitpunkt der Erlangung eines maßgeblichen Einflusses bzw. gemeinschaftlicher Beherrschung zu Anschaffungskosten in der Konzernbilanz angesetzt. Im Beteiligungsbuchwert enthalten sind gegebenenfalls im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierte Vermögenswerte sowie übernommene Schulden und Eventualschulden zum Erwerbszeitpunkt sowie ein Geschäfts- oder Firmenwert als positiver Unterschiedsbetrag. In den Folgeperioden wird der Buchwert um die anteiligen Eigenkapitalveränderungen des Beteiligungsunternehmens sowie die Folgebewertung der im Rahmen der Kaufpreisallokation identifizierten Vermögenswerte sowie übernommenen Schulden und Eventualschulden fortgeschrieben. Erhaltene Dividenden von nach der Equity-Methode bilanzierten Unternehmen mindern deren Buchwert. Das der ProSiebenSat.1 Group zuzurechnende, anteilige Gesamtergebnis der betroffenen Unternehmen fließt als „Ergebnis aus at-Equity bilanzierten Anteilen“ in die Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung ein.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die → [Ziffern 12 „Ergebnis aus at-Equity bewerteten Anteilen und sonstiges Finanzergebnis“](#) und → [19 „At-Equity bewertete Anteile“](#).

Programmvermögen

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.

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 Zuschauerreichweitenpotenzial widerspiegelt. Bei den zur einmaligen Ausstrahlung vorgesehenen Auftragsproduktionen sowie bei Sportrechten erfolgt der Werteverzehr in voller Höhe bei Ausstrahlung.

Außerplanmäßige Wertminderungen auf Programmvermögen werden dann erfasst, wenn erwartet wird, dass die Kosten des Programms voraussichtlich nicht durch die zukünftigen Erlöse gedeckt werden können. Anhaltspunkte hierfür können unter anderem schlechtere Verwertungsmöglichkeiten, 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.

Beim Programmvermögen erfolgt, soweit Anhaltspunkte vorliegen, die auf eine Wertminderung hindeuten, bei Ausstrahlungen, die die Voraussetzungen eines Vermögenswertes nicht mehr erfüllen oder deren Nutzung eingeschränkt ist, eine Wertberichtigung in voller Höhe. Die Werthaltigkeitsbeurteilung des verbleibenden Programmvermögens erfolgt auf Ebene genrebasierter Programmgruppen. Soweit deren Buchwert das Erlöspotenzial übersteigt, wird eine Wertminderung in entsprechender Höhe erfasst. Ein Genre stellt dabei die Einheit dar, auf der Cashflows unabhängig von anderem Programmvermögen generiert werden, da die einzelnen Genres auf die Zuschauerzielgruppen zugeschnitten sind und die Werbekunden für die Bewerbung ihrer Produkte im Umfeld bestimmter Genres buchen. Die in einem Genre enthaltenen Titel werden als homogene Masse betrachtet, einzelne Titel sind dabei grundsätzlich austauschbar.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf → [Ziffer 20 „Programmvermögen“](#).

Wertminderung sonstiger nicht finanzieller Vermögenswerte

Nach IAS 36 hat ein Unternehmen für Vermögenswerte mit bestimmter Nutzungsdauer bei Vorliegen von Anzeichen einer möglichen Wertminderung einen Wertminderungstest durchzuführen. Darüber hinaus sind sonstige immaterielle Vermögenswerte mit einer unbestimmten Nutzungsdauer, noch nicht nutzungsbereite sonstige immaterielle Vermögenswerte bzw. Anzahlungen hierauf und erworbene Geschäfts- oder Firmenwerte einem

jährlichen Wertminderungstest zu unterziehen. Eine Überprüfung erfolgt auch situationsbedingt, wenn Ereignisse oder Umstände eintreten, die auf eine mögliche Wertminderung hindeuten.

Im Falle einer eingetretenen Wertminderung wird der Differenzbetrag zwischen dem fortgeführten Buchwert und dem niedrigeren erzielbaren Betrag aufwandswirksam erfasst. Wertminderungen werden den relevanten Funktionskosten zugewiesen. Wertminderungen auf aus Kaufpreisallokationen resultierende Geschäfts- oder Firmenwerte werden in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen erfasst. Gleiches gilt für Wertminderungen auf aus Kaufpreisallokationen resultierende sonstige immaterielle Vermögenswerte, sofern diese nicht sachgerecht auf die Funktionskosten zugeordnet werden können. Sobald Hinweise bestehen, dass die Gründe für eine Wertminderung nicht mehr vorliegen, werden Zuschreibungen – außer im Falle von Geschäfts- und Firmenwerten vorgenommen. Diese dürfen die fortgeführten Anschaffungskosten nicht übersteigen.

Grundsätzlich 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.

Der erzielbare Betrag wird für jeden einzelnen Vermögenswert bestimmt, es sei denn, ein Vermögenswert erzeugt Zahlungsmittelzuflüsse, die nicht weitestgehend unabhängig von denen anderer Vermögenswerte oder anderer Gruppen von Vermögenswerten bzw. zahlungsmittelgenerierenden Einheiten sind. In diesen Fällen erfolgt die Überprüfung der Werthaltigkeit auf der relevanten Ebene zahlungsmittelgenerierender Einheiten, denen der Vermögenswert zuzuordnen ist.

Die Gesellschaft bestimmt den erzielbaren Betrag grundsätzlich anhand von Bewertungsmethoden, die auf diskontierten Zahlungsströmen (Cashflows) basieren. Bei zahlungsmittelgenerierenden Einheiten bestimmt die ProSiebenSat.1 Group den jeweiligen erzielbaren Betrag zunächst als Nutzungswert und vergleicht diesen mit den entsprechenden Buchwerten, im Falle des Wertminderungstests für Geschäfts- oder Firmenwerte einschließlich den zugeordneten Geschäfts- oder Firmenwerten und im Falle des Wertminderungstests für Marken mit unbestimmter Nutzungsdauer einschließlich der zugeordneten Marken. Diesen diskontierten Cashflows liegen Fünf-Jahres-Prognosen zugrunde, die auf vom Management genehmigten Finanzplanungen aufbauen. 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 basiert, beinhalten Annahmen über zukünftige Cashflows, geschätzte Wachstumsraten, Steuersätze und gewichtete durchschnittliche Kapitalkosten.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die → [Ziffern 16 „Geschäfts- oder Firmenwerte“](#), → [17 „Sonstige immaterielle Vermögenswerte“](#) und → [18 „Sachanlagen“](#) .

Finanzinstrumente

Marktübliche Käufe und Verkäufe von finanziellen Vermögenswerten werden grundsätzlich zum Erfüllungstag bilanziert. Der Konzern bucht einen finanziellen Vermögenswert aus, wenn die vertraglichen Rechte hinsichtlich der Cashflows aus einem Vermögenswert auslaufen oder er die Rechte zum Erhalt der Cashflows in einer Transaktion überträgt, in der auch alle wesentlichen mit dem Eigentum des finanziellen Vermögenswertes verbundenen Risiken und Chancen übertragen werden. Finanzielle Verbindlichkeiten werden ausgebucht, wenn die vertraglichen Verpflichtungen erfüllt, aufgehoben oder ausgelaufen sind. Bei Anpassungen von Kreditbedingungen oder Verlängerungen von Laufzeiten prüft der Konzern, ob es sich hierbei um substantielle Modifikationen im Sinne des IAS 39 handelt.

Finanzielle Vermögenswerte werden verrechnet und in der Bilanz als Nettowert ausgewiesen, wenn der Konzern einen gegenwärtigen Rechtsanspruch hat, die erfassten Beträge miteinander zu verrechnen und beabsichtigt ist, entweder den Ausgleich auf Nettobasis herbeizuführen oder gleichzeitig mit der Verwertung des betreffenden Vermögenswertes die dazugehörige Verbindlichkeit abzulösen. Gegenwärtig bestehen bei der ProSiebenSat.1 Group Saldierungsvereinbarungen für derivative Finanzinstrumente, eine saldierte (Netto-) Darstellung in der Bilanz ist jedoch gemäß IAS 32 nicht möglich.

Bewertung von Finanzinstrumenten

Der erstmalige Ansatz finanzieller Vermögenswerte und Verbindlichkeiten erfolgt zum beizulegenden Zeitwert. Bei in der Folge nicht erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert erfassten finanziellen Vermögenswerten werden beim erstmaligen Ansatz dem Erwerb zuordenbare Transaktionskosten ebenfalls aktiviert. Bei in der Folge erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert erfassten finanziellen Vermögenswerten werden Transaktionskosten unmittelbar in der Periode ihrer Entstehung erfolgswirksam erfasst.

Die Folgebewertung der finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten erfolgt zu fortgeführten Anschaffungskosten oder zum beizulegenden Zeitwert. Die fortgeführten Anschaffungskosten werden mittels der Effektivzinsmethode bestimmt. Der beizulegende Zeitwert eines Finanzinstruments spiegelt den Wert wider, der in einem geordneten Geschäftsvorfall zwischen Marktteilnehmern am Bemessungsstichtag für den Verkauf eines Vermögenswertes eingenommen bzw. für die Übertragung einer Schuld gezahlt würde. 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 Anschaffungskosten bewertet.

Nach IAS 39 wird regelmäßig ermittelt, ob objektive substanzielle Hinweise vorliegen, die darauf schließen lassen, dass eine Wertminderung eines finanziellen Vermögenswertes oder eines Portfolios finanzieller Vermögenswerte eingetreten ist. Nach Durchführung eines Wertminderungstests wird ein gegebenenfalls erforderlicher Wertminderungsaufwand ergebniswirksam erfasst.

Im Folgenden wird die Bewertung der von der ProSiebenSat.1 Group gehaltenen Finanzinstrumente für die einzelnen Kategorien erläutert.

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 Erfahrungswerte erkennbaren Risiken durch Wertberichtigungen angemessen Rechnung getragen worden.

Die Einschätzungen und Beurteilungen einzelner Forderungen und erforderlicher Wertberichtigungen beruhen auf der Kreditwürdigkeit des jeweiligen Kunden, den aktuellen Konjunkturentwicklungen und der Analyse historischer Forderungsausfälle auf Portfoliobasis. Überfällige Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, bei denen objektive Hinweise auf Wertminderungen vorliegen, werden unter Berücksichtigung von Erfahrungswerten bezüglich ihrer Einbringlichkeit wertberichtigt.

ERFOLGSWIRKSAM ZUM BEIZULEGENDEN ZEITWERT BEWERTETE FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

Neben finanziellen Vermögenswerten, die zu Handelszwecken gehalten werden, 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 Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte erfolgt je nach Art und in Abhängigkeit von der Marktgängigkeit des Instruments nach einer dreistufigen Bewertungshierarchie. Die Fair Value Option ist zudem an die Voraussetzung 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.

ZUR VERÄUSSERUNG VERFÜGBARE FINANZIELLE VERMÖGENSWERTE

Anlagen in Eigenkapitalinstrumenten und Schuldinstrumenten 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.

FINANZIELLE VERBINDLICHKEITEN

Die finanziellen Verbindlichkeiten werden, mit Ausnahme derivativer Finanzinstrumente sowie bedingter Anschaffungskosten im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen (Put-Optionen, Earn-Out Klauseln), unter Anwendung der Effektivzinsmethode zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet. Endfällige Darlehen werden mit ihren Nominalvolumina 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 werden mit ihrem beizulegenden Zeitwert bei der Erstkonsolidierung passiviert. Die Folgebewertung erfolgt ebenfalls zum beizulegenden Zeitwert, wobei dessen Änderung erfolgswirksam erfasst wird.

Derivative Finanzinstrumente und Bilanzierung von Sicherungszusammenhängen (Hedge Accounting)

Grundsätzlich werden derivative Finanzinstrumente als finanzielle Vermögenswerte oder finanzielle Verbindlichkeiten mit ihren beizulegenden Zeitwerten 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, bei Zinsoptionen entspricht dieser dem Wert der entrichteten Optionsprämie. In der Folgebewertung werden Zinsswaps und Zinsoptionen mit ihren Marktwerten als finanzielle Vermögenswerte bzw. sonstige finanzielle Verbindlichkeiten in der Bilanz ausgewiesen. Der beizulegende Zeitwert von Devisentermingeschäften und Devisenoptionen ist ebenfalls bei erstmaliger Bilanzierung in der Regel null. In der Folgebewertung werden Devisentermingeschäfte mit ihren Marktwerten als finanzielle Vermögenswerte bzw. finanzielle Verbindlichkeiten in der Bilanz ausgewiesen. Im Rahmen der Bewertung von derivativen Finanzinstrumenten werden kontrahentenspezifische Kreditrisiken berücksichtigt.

Sofern ein eindeutiger Sicherungszusammenhang nachgewiesen und dokumentiert werden kann, erfolgt die Bilanzierung nach den Vorschriften des IAS 39 zur Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen (Hedge Accounting). Beim Hedge Accounting hängt die bilanzielle Berücksichtigung der Marktwertänderungen der Derivate von der Art der Sicherungsbeziehung ab. Handelt es sich, wie bei der ProSiebenSat.1 Group derzeit ausschließlich der Fall, um die Absicherung künftiger Zahlungsströme (Cashflow Hedge), werden die Marktwertänderungen des effektiven Teils des Derivats zunächst gesondert im übrigen kumulierten 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, umbucht und erhöhen bzw. vermindern dessen Anschaffungskosten entsprechend.

Identifizierte Grund- und Sicherungsgeschäfte werden 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 übrigen kumulierten Eigenkapital erfassten Beträge immer dann im Periodenergebnis erfasst, wenn die Ergebnisse des Grundgeschäftes erfolgswirksam werden.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die [→ Ziffern 21 „Finanzielle Forderungen und Vermögenswerte“](#), [→ 22 „Übrige Forderungen und Vermögenswerte“](#), [→ 27 „Finanzielle Verbindlichkeiten“](#) und [→ 31 „Sonstige Erläuterungen nach IFRS 7 zum Finanzrisikomanagement und zu den Finanzinstrumenten“](#).

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Bei den Zahlungsmitteln und 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 Anschaffungskosten bewertet, Fremdwährungsbestände werden zum jeweiligen Stichtagskurs umgerechnet.

Rückstellungen für Pensionen

Abweichungen zwischen den getroffenen Annahmen und den tatsächlich eingetretenen Entwicklungen sowie Änderungen von versicherungsmathematischen Annahmen für die Bewertung leistungsorientierter Pensionspläne führen zur Entstehung versicherungsmathematischer Gewinne und Verluste. Die Erfassung dieser

Neubewertungseffekte erfolgt unter Berücksichtigung latenter Steuern erfolgsneutral im übrigen kumulierten Eigenkapital in der Periode ihrer Entstehung. Dadurch zeigt die Bilanz den vollen Umfang der Verpflichtungen unter Vermeidung von Ergebnisschwankungen, die sich insbesondere bei Änderungen der Berechnungsparameter ergeben können. Die in der jeweiligen Berichtsperiode erfassten versicherungsmathematischen Gewinne und Verluste werden in der Gesamtergebnisrechnung gesondert dargestellt. In den Folgeperioden erfolgt keine Umbuchung in die Gewinn- und Verlustrechnung.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf [→ Ziffer 25 „Rückstellungen für Pensionen“](#).

Anteilsbasierte Vergütungen

Die anteilsbasierten Vergütungen der ProSiebenSat.1 Group (Aktienoptionen und Anrechte auf Aktien) stellen ausschließlich Vergütungspläne dar, die hinsichtlich der Erfüllungsart ein Wahlrecht seitens der ProSiebenSat.1 Media SE beinhalten, diese mittels Aktien oder im Wege des Barausgleiches zu erfüllen und das je nach Maßgabe der beabsichtigten Vergütung entsprechend ausgeübt wird. Die mittels Aktien zu erfüllenden Vergütungspläne werden zum Zeitpunkt der Gewährung mit dem beizulegenden Zeitwert bewertet. Der beizulegende Zeitwert der Verpflichtung wird über den Erdienungszeitraum als Personalaufwand in den Funktionskosten erfasst, die Gegenbuchung erfolgt in der Kapitalrücklage. Der beizulegende Zeitwert von mittels Barausgleich zu erfüllenden Vergütungsplänen wird als Personalaufwand über den Erdienungszeitraum in den Verbindlichkeiten erfasst. Die Verbindlichkeit wird an jedem Abschlussstichtag sowie am Erfüllungstag basierend auf dem beizulegenden Zeitwert neu bewertet und die Änderungen ergebniswirksam erfasst.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf die [→ Ziffern 24 „Eigenkapital“](#) und [→ 32 „Anteilsbasierte Vergütung“](#).

Sonstige Rückstellungen

Rückstellungen werden gemäß IAS 37 gebildet, soweit eine aus einem vergangenen Ereignis resultierende rechtliche oder faktische Verpflichtung gegenüber Dritten besteht, die Vermögensabflüsse erwarten lässt und zuverlässig ermittelbar ist. Der Ansatz erfolgt zu Vollkosten in Höhe des wahrscheinlichsten Verpflichtungsumfanges unter Berücksichtigung von Erfahrungswerten. 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.

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, abzüglich aus dem Vertrag gegebenenfalls erwarteter Erlöse.

Der Ansatz und die Bewertung von Rückstellungen erfolgen auf Basis der Einschätzung bezüglich Höhe und Wahrscheinlichkeit des künftigen Abflusses von Ressourcen 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.

Für weiterführende Informationen verweisen wir auf [→ Ziffer 26 „Sonstige Rückstellungen“](#).

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 Investitions- und Finanzierungstätigkeit werden zahlungsbezogen ermittelt. Der Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit wird demgegenüber ausgehend vom Konzernergebnis indirekt abgeleitet. Im Rahmen der indirekten Ermittlung werden die berücksichtigten Veränderungen von Bilanzpositionen im Zusammenhang

mit der betrieblichen Tätigkeit um Effekte aus der Währungsumrechnung und aus Konsolidierungskreisänderungen bereinigt. Die Veränderungen der betreffenden Bilanzpositionen können daher nicht mit den entsprechenden Werten der Konzernbilanz und den Segmentkennzahlen abgestimmt werden.

Gemäß IAS 7.31 und IAS 7.35 werden Auszahlungen für Steuern, Auszahlungen für Zinsen und Einzahlungen aus Zinsen im Mittelzufluss aus betrieblicher Tätigkeit gezeigt.

ÄNDERUNGEN VON RECHNUNGS- LEGUNGSVORSCHRIFTEN

A) KÜRZLICH UMGESETZTE RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN

Bei den in der Berichtsperiode verpflichtend anzuwendenden Standards, Interpretationen und Änderungen von Standards und Interpretationen handelt es sich um Änderungen gemäß IAS 7 „Kapitalflussrechnung“, um Änderungen gemäß IAS 12 „Erfassung von latenten Steueransprüchen für nicht realisierte Verluste“ sowie um die Klarstellung zu IFRS 12 „Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen“.

Die Änderungen an IAS 7 verlangen Angaben, die es den Abschlussadressaten ermöglichen, Veränderungen bei den Schulden im Zusammenhang mit der Finanzierungstätigkeit zu beurteilen, darunter zahlungswirksame und nicht zahlungswirksame Veränderungen → [siehe Ziffer 23 „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“](#). Die Änderungen an IAS 12 verdeutlichen die Bilanzierung der latenten Steueransprüche für nicht realisierte Verluste bei zum beizulegenden Zeitwert bewerteten Schuldinstrumenten. → [siehe Ziffer 13 „Ertragssteuern“](#)

Aus der erstmaligen Anwendung der in der Berichtsperiode verpflichtend anzuwendenden Änderungen von Standards und Interpretationen ergaben sich keine Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der ProSiebenSat.1 Group.

B) NOCH NICHT UMGESETZTE RECHNUNGSLEGUNGSVORSCHRIFTEN

Die nachfolgend beschriebenen, vom IASB veröffentlichten Rechnungslegungs-Standards sind im abgelaufenen Geschäftsjahr noch nicht verpflichtend anzuwenden und daher von der ProSiebenSat.1 Group nicht frühzeitig angewendet worden.

- Das IASB hat im Juli 2014 die endgültige Fassung von **IFRS 9 „Finanzinstrumente“** veröffentlicht. Diese Fassung ersetzt den bisherigen Standard IAS 39 „Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung“ sowie alle bisher veröffentlichten Fassungen von IFRS 9 und wurde am 29. November 2016 in europäisches Recht übernommen. IFRS 9 ist erstmalig verpflichtend anzuwenden für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen. Die Ausübung des Wahlrechts, den Standard vorzeitig anzuwenden, erfolgte im Geschäftsjahr 2017 nicht. Der Standard wird prospektiv erstmalig zum 1. Januar 2018 angewendet. Der Konzern macht von dem Wahlrecht Gebrauch, die Vergleichszahlen nicht anzupassen. Die Übergangsvorschriften gemäß IFRS 9.7.2.15 finden Anwendung. Fremdkapitalinstrumente, die verpflichtend erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten wären, hält die ProSiebenSat.1 Gruppe nicht, darüber hinaus wurde vom Wahlrecht, Eigenkapitalinstrumente erfolgsneutral zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten, kein Gebrauch gemacht. Der Konzern wird die aus der erstmaligen Anwendung von IFRS 9 sich ergebenden Effekte zum Stichtag im erwirtschafteten Konzerneigenkapital erfassen. In einem konzernweitem Projekt wurden die Auswirkungen der Erstanwendung von IFRS 9 auf den Konzernabschluss zum 31. Dezember 2018 bzw. auf die unterjährige Quartalsberichterstattung in 2018 analysiert. Hierbei wurden folgende Bereiche identifiziert, die von einer Umstellung auf IFRS 9 betroffen sind:

Klassifizierung und Bewertung von Finanzinstrumenten nach IFRS 9

Finanzielle Vermögenswerte werden beim erstmaligen Ansatz in „zum beizulegenden Zeitwert zu bewertende“ und „zu fortgeführten Anschaffungskosten zu bewertende“ Vermögenswerte klassifiziert, abhängig vom Geschäftsmodell und den vertraglich vereinbarten Zahlungsströmen der jeweiligen Finanzinstrumente. Die Zuordnung zu diesen Kategorien erfolgt bei dem Geschäftsmodell auf Portfolioebene und bei dem Zahlungsstromkriterium auf Einzelinstrumentenebene. Die Folgebewertung finanzieller Vermögenswerte erfolgt, abhängig von der Klassifizierung, entweder zu fortgeführten Anschaffungskosten oder zum beizulegenden Zeitwert. Änderungen des beizulegenden Zeitwertes sind in der Gewinn- und Verlustrechnung oder im übrigen kumulierten Eigenkapital auszuweisen. Die Vorschriften zur Ausbuchung finanzieller Vermögenswerte und

Verbindlichkeiten sowie zur allgemeinen Bilanzierung finanzieller Verbindlichkeiten wurden weitgehend aus IAS 39 übernommen. Aus den Neuerungen bezüglich der Bewertung ergeben sich für die ProSiebenSat.1 Group Änderungen bei den nach IAS 39 als „Kredite und Forderungen“ oder als „sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“ klassifizierten finanziellen Vermögenswerten/Verbindlichkeiten. Die finanziellen Verbindlichkeiten werden voraussichtlich in die Kategorien erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertete finanzielle Verbindlichkeiten, zu Zwecken des Hedge-Accounting gehaltene finanzielle Verbindlichkeiten sowie zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertete finanzielle Verbindlichkeiten eingeordnet. Letztere beinhaltet insbesondere Darlehen und Kredite, begebene Anleihen sowie übrige finanzielle Verbindlichkeiten einschließlich Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und Verbindlichkeiten aus Finanzierungsleasingverhältnissen. Die Zuordnung erfolgt zum Zeitpunkt des erstmaligen Ansatzes.

Die Anteile an Investmentfonds, die zur Deckung von Pensionsverpflichtungen dienen, werden auch zukünftig aufgrund der Nichterfüllung des Zahlungsstromkriteriums als erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert bewertet. Auf Grundlage ihrer Beurteilung ist ProSiebenSat.1 nicht der Meinung, dass die neuen Einstufungsanforderungen wesentliche Auswirkungen auf die Bilanzierung haben werden. Darüber hinaus werden sich aus vorgenommenen Modifikationen finanzieller Verbindlichkeiten unter Berücksichtigung von IFRS 9 B5.4.5 und B5.4.6 keine wesentlichen Auswirkungen ergeben. Hinsichtlich der Bewertung finanzieller Vermögenswerte und finanzieller Verbindlichkeiten ergeben sich, mit Ausnahme der nachfolgend beschriebenen Änderung des Wertminderungs-Modells für finanzielle Vermögenswerte, keine wesentlichen Umstellungseffekte.

Wertminderung von finanziellen Vermögenswerten

Die Vorschriften zur Erfassung von Wertminderungen auf finanzielle Vermögenswerte, welche auf dem Modell der erwarteten Verluste basieren (so genanntes „Expected-credit-loss-Modell“), sind grundlegend neu und beinhalten erhebliche Ermessensentscheidungen bezüglich der Frage, inwiefern erwartete Kreditausfälle durch Veränderungen der wirtschaftlichen Faktoren beeinflusst werden. Anders als unter IAS 39 sind finanzielle Vermögenswerte nach Maßgabe historischer und zukünftig erwarteter Ausfallwahrscheinlichkeiten in unterschiedliche Risikoklassen aufzuteilen und bereits vor dem Eintritt von Ausfallereignissen („Incurred losses“) eine Risikovorsorge zu erfassen.

Zur Ermittlung der erwarteten Kreditverluste wird ProSiebenSat.1 einheitlich das vereinfachte Wertminderungsmodells des IFRS 9 zur Erfassung des über die Gesamtlaufzeit entstehenden Kreditverlusts auf Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, sowie Forderungen aus Lizenzen anwenden. Zur Ermittlung der erwarteten Kreditverluste verwendet ProSiebenSat.1 differenziert nach Kundengruppen und Gesellschaften spezifische Wertberichtigungsmatrizen. Die fälligkeitsspezifischen Wertberichtigungs-faktoren basieren auf historischen sowie zukunftsorientierten Informationen.

Die ProSiebenSat.1 Group finalisiert gegenwärtig die Datenaufbereitung zur Analyse der quantitativen Auswirkungen, welche sich aufgrund des neuen Wertminderungsmodells ergeben. Die Datenaufbereitung bezieht sich auf gebildete Portfolien im Rahmen der kollektiven Ermittlung von Wertberichtigungen für homogene Kundenportfolien. Basierend auf derzeitigen Beurteilungen kann für die Gesamtheit der gebildeten Kundenportfolien noch kein abschließender Anpassungseffekt benannt werden. Die Finalisierung der Ermittlung von Wertberichtigungen unter dem sogenannten „Expected-credit-loss Model“ wird im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2018 abgeschlossen und die Ergebnisse im Zwischenbericht des ersten Quartals entsprechend dargestellt. Für die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente resultiert kein wesentlicher Effekt aus der Umstellung auf das Wertminderungsmodell nach IFRS 9.

Bilanzierung von Sicherungsbeziehungen (Hedge Accounting)

Der Konzern wird die Vorschriften des IFRS 9 zur Bilanzierung finanzieller Sicherungsbeziehungen (Hedge Accounting) ab dem 1. Januar 2018 nicht anwenden und von dem Beibehaltungswahlrecht der Bilanzierung nach IAS 39 Gebrauch machen.

IFRS 9 erfordert umfangreiche neue Angaben, insbesondere zur Bilanzierung von Sicherungsgeschäften, zum Kreditrisiko und zu erwarteten Kreditausfällen. Gegenwärtig finalisiert der Konzern eine Analyse zur Identifizierung, welche Datenlücken gegenüber dem derzeitigen Verfahren bestehen; der Konzern beabsichtigt die Einführung von System- und Kontrolländerungen, die ihrer Meinung nach für die erforderliche Datenerfassung notwendig sind.

- Mit Veröffentlichung von **IFRS 15 „Erlöse aus Verträgen mit Kunden“** im Mai 2014 regelt das IASB künftig neu, wann und in welcher Höhe Umsatzerlöse zu erfassen sind. Der Standard ersetzt die bisherigen Regelungen aus IAS 18 „Umsatzerlöse“, IAS 11 „Fertigungsaufträge“ und einer Reihe von umsatzlerlösbezogenen

Interpretationen. Ausgeschlossen vom Anwendungsbereich des IFRS 15 sind Leasingverhältnisse, Finanzinstrumente und Versicherungsverträge.

Nach dem neuen Standard soll die Erfassung von Umsatzerlösen die Übertragung der zugesagten Güter oder Dienstleistungen an den Kunden mit dem Betrag abbilden, der jener Gegenleistung entspricht, die das Unternehmen im Tausch für diese Güter oder Dienstleistungen voraussichtlich erhalten wird. Umsatzerlöse werden realisiert, wenn der Kunde die Verfügungsmacht über die Güter oder Dienstleistungen erhält.

Im April 2016 hat das IASB klarstellende Änderungen an IFRS 15 veröffentlicht, welche ebenfalls für am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnende Geschäftsjahre anzuwenden sind. Neben Klarstellungen verschiedener Vorschriften des Standards enthalten die Änderungen auch weitere Übergangserleichterungen. Die Übernahme der klarstellenden Änderungen an IFRS 15 in europäisches Recht erfolgte am 9. November 2017.

IFRS 15 ist erstmalig verpflichtend für am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnende Geschäftsjahre anzuwenden. Die Übernahme in europäisches Recht erfolgte mit der Bekanntgabe durch die EU-Kommission am 31.10.2017. Eine Ausübung des Wahlrechts, den Standard vorzeitig anzuwenden, erfolgte im Geschäftsjahr 2017 nicht. Der Standard wird erstmalig nach dem modifizierten retrospektiven Ansatz zum 1. Januar 2018 angewendet. Dabei wird der sich aus der Umstellung ergebende quantitative Effekt zum 1. Januar 2018 im erwirtschafteten Konzerneigenkapital erfasst.

Die ProSiebenSat.1 Group hat die Entwicklungen und Auswirkungen hinsichtlich IFRS 15 einschließlich der klarstellenden Änderungen in einem konzernweiten Projekt analysiert und hat sich mit der Analyse der bestehenden Prozesse, Systeme und Verträge sowie der Modellierung des Umsatzrealisierungsprozesses befasst.

Bei der Abbildung von Werbeerlösen sowie Umsatzerlösen aus Auftragsproduktionen werden keine wesentlichen Änderungen im Konzernabschluss erwartet. Es wurde das folgende Geschäftsfeld identifiziert, bei dem es aufgrund der Umstellung auf IFRS 15 zu Änderungen in der Umsatzrealisierung kommt:

Lizenerlöse

IFRS 15 unterscheidet bei der Umsatzrealisierung zwischen einem Recht auf Zugang zur und einem Recht auf Nutzung der Lizenz. Auf Basis der jeweiligen Zuordnung ergeben sich bei Lizenerlösen Änderungen der zeitlichen Umsatzrealisierung im niedrigen einstelligen Millionenbereich.

Die ProSiebenSat.1 Group nimmt die Ausnahmeregelung gemäß IFRS 15.C5 a) in Anspruch und beurteilt bei erfüllten Verträgen die Verträge, die innerhalb desselben Geschäftsjahres beginnen und enden nicht neu.

- Im Januar 2016 veröffentlichte das IASB den Rechnungslegungsstandard **IFRS 16 „Leasingverhältnisse“**, welcher am 9. November 2017 in europäisches Recht übernommen wurde. Der Standard ersetzt die bestehenden Leitlinien zu Leasingverhältnissen, darunter IAS 17 Leasingverhältnisse, IFRIC 4 Feststellung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält, SIC-15 Operating-Leasingverhältnisse – Anreize und SIC-27 Beurteilung des wirtschaftlichen Gehalts von Transaktionen in der rechtlichen Form von Leasingverhältnissen.

Der neue Standard sieht vor, dass generell alle Leasingverhältnisse und die damit verbundenen vertraglichen Rechte und Pflichten in der Bilanz des Leasingnehmers abzubilden sind, es sei denn, die Laufzeit beträgt 12 Monate oder weniger oder es handelt sich um einen geringwertigen Vermögensgegenstand. Damit entfällt die unter IAS 17 erforderliche Klassifizierung in Operating- bzw. Finanzierungsleasingverhältnisse beim Leasingnehmer. Für Leasingverhältnisse bilanziert der Leasingnehmer eine Verbindlichkeit für die in Zukunft anfallenden Leasingverpflichtungen. Korrespondierend wird ein Nutzungsrecht am geleasten Vermögenswert aktiviert, welches grundsätzlich dem Barwert der zukünftigen Leasingzahlungen zuzüglich direkt zurechenbarer Kosten entspricht und über die Nutzungsdauer abgeschrieben wird.

IFRS 16 ist erstmalig für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2019 beginnen, verpflichtend anzuwenden. Die ProSiebenSat.1 Group hat das Wahlrecht zur vorzeitigen Anwendung des Standards ausgeübt und IFRS 16 erstmalig nach dem modifizierten retrospektiven Ansatz zum 1. Januar 2018 angewendet. Von der Erstanwendung sind bei der ProSiebenSat.1 Group im Wesentlichen die bislang als Operating Leasing klassifizierten Leasingverträge betroffen. Kurz laufende Leasingvereinbarungen mit einer Laufzeit von nicht mehr als 12 Monaten (und ohne Kaufoption) sowie Leasingvereinbarungen, bei denen der dem Leasingvertrag zugrunde

liegende Vermögenswert von geringem Wert ist, wurden entsprechend dem Wahlrecht nach IFRS 16.5 nicht gemäß IFRS 16 nicht bilanziert. Der Konzern hat die Erleichterungsvorschriften des IFRS 16.C3(b) angewendet und Vertragsverhältnisse, die nach IAS 17 „Leasingverhältnisse“ in Verbindung mit IFRIC 4 „Feststellung, ob eine Vereinbarung ein Leasingverhältnis enthält“ nicht als Leasingverhältnisse eingestuft waren, nicht nach der Definition eines Leasingverhältnisses in IFRS 16 überprüft.

Bei der Erstanwendung von IFRS 16 bei Operating Leasing Verträgen wurde das Nutzungsrecht für den Leasingvermögenswert grundsätzlich mit dem Betrag der Leasingverbindlichkeit bewertet, dabei wurde der Zinssatz zum Zeitpunkt der erstmaligen Anwendung angewendet (IFRS 16.C8(b)(i)). Bei Vorliegen von abgegrenzten Leasingverbindlichkeiten wurde das Nutzungsrecht um den Betrag der abgegrenzten Leasingverbindlichkeit gemäß IFRS 16.C8(b)(ii) berichtigt. Bei der Bewertung des Nutzungsrechts zum Zeitpunkt der Erstanwendung wurden die anfänglichen direkten Kosten entsprechend IFRS 16.C10(d) nicht berücksichtigt. Die Vergleichsinformationen für das Geschäftsjahr 2017 werden im Konzernabschluss 2018 gemäß IFRS 16.C7 nicht angepasst.

Die ProSiebenSat.1 Group hat die Auswirkungen durch die erstmalige Anwendung von IFRS 16 in einem konzernweiten Projekt analysiert, das bestehende Prozesse, Systeme und Verträge beinhaltet. Es wurden folgende Kategorien von Leasingverhältnissen identifiziert, bei denen es aufgrund der Umstellung auf IFRS 16 zum 1. Januar 2018 zu einer Bilanzierung von bislang als Operating-Leasing erfassten Verträgen als Leasing im Sinne des neuen Standards kommt: Immobilien, Technische Ausrüstung, Fahrzeuge und sonstige geleaste Vermögenswerte. Durch die Erstanwendung wurden Nutzungsrechte in Höhe von 109 Mio Euro und Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 111 Mio Euro in der Konzernbilanz zum 1. Januar 2018 erfasst, die Differenz in Höhe von 2 Mio Euro zwischen den beiden Abschlussposten bezieht sich auf die Berichtigung der abgegrenzten Leasingverbindlichkeiten gemäß IFRS 16.C8(b)(ii). Durch den veränderten Ausweis von Operate-Lease-Aufwendungen als Abschreibungen auf Nutzungsrechte sowie Zinsaufwendungen aus Leasingverbindlichkeiten wird ein verbessertes EBITDA für das Geschäftsjahr 2018 erwartet.

- IFRIC22 „Transaktionen in fremder Währung und im Voraus gezahlte Gegenleistungen“ ist erstmalig für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen, verpflichtend anzuwenden. Dieser stellt klar auf welchen Zeitpunkt der Wechselkurs für die Umrechnung von Transaktionen in Fremdwährungen zu ermitteln ist, die erhaltene oder geleistete Anzahlungen beinhalten. Die ProSiebenSat.1 Group geht davon aus, dass die Änderungen durch IFRIC 22 zu Effekten im einstelligen Millionenbetrags führt.
- Die Änderungen an IFRS 2 „Klassifizierung und Bewertung von Geschäftsvorfällen mit anteilbasierter Vergütung“ beinhaltet folgende Themen im Zusammenhang mit der Bilanzierung von anteilsbasierten Vergütungen mit Barausgleich: die Bilanzierung in bar zu erfüllender anteilsbasierter Vergütungen, die eine Leistungsbedingung beinhalten, die Klassifizierung anteilsbasierter Vergütungen, die mit Steuereinbehalt erfüllt werden und die Bilanzierung der Modifizierungen anteilsbasierter Vergütungstransaktionen von Barausgleich hin zu Erfüllung in Eigenkapitalinstrumenten. Aktuell wird erwartet, dass sich keine Auswirkungen aufgrund der Änderungen an IFRS 2 ergeben. IFRS 2 ist erstmalig für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2018 beginnen, verpflichtend anzuwenden.

MITGLIEDER DES VORSTANDS

201 / MITGLIEDER DES VORSTANDS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Thomas Ebeling CEO	Vorstandsvorsitzender (CEO) seit 1. März 2009 bis 22. Februar 2018	Vorstandsbereiche: PMO & Strategy, Corporate Communication, Human Resources, Wellbeing, Special Projects
Dr. Jan Kemper CFO	Finanzvorstand (CFO) seit 1. Juni 2017	Vorstandsbereiche: Group Operations & IT, Group Controlling, Group Finance & Investor Relations, Accounting & Taxes, Mergers & Acquisitions, Internal Audit, Corporate Procurement, Corporate Real Estate
Conrad Albert	Vorstandsmitglied seit 1. Oktober 2011 Deputy CEO seit 19. November 2017 Interims CEO ab 23. Februar 2018	Vorstandsbereiche: Regulatory Affairs & Governmental Relations, German Industry Relations, Group Content Acquisitions, Legal Affairs, Distribution Contract Management, Audiovisual Transaction Business Development, Corporate Security, Compliance, Corporate Office
Sabine Eckhardt	Vorstandsmitglied seit 1. Januar 2017	Vorstandsbereiche: Ad Sales (SevenOne Media, SevenOne AdFactory, 7Ventures, P7S1 Licensing), Operations & Media Inventory Management, Media Competence Center, Marketing, Digital TV Ad Cooperations, P7S1 Accelerator
Jan David Frouman	Vorstandsmitglied seit 1. März 2016	Vorstandsbereiche: TV Germany, P7S1 Austria, P7S1 Switzerland, Pay TV, Red Arrow Entertainment Group, Group Content Strategy, 7Stories
Christof Wahl	Vorstandsmitglied seit 1. Mai 2016	Vorstandsbereiche: Data, Media Alliance, Distribution, AdVoD/AdTech, Digital Platforms, Leisure & CS, Sports
Dr. Gunnar Wiedenfels CFO	Finanzvorstand (CFO) seit 1. April 2015 bis 31. März 2017	Vorstandsbereiche: Group Operations & IT, Group Controlling, Group Finance & Investor Relations, Accounting & Taxes, Internal Audit, Corporate Procurement, Corporate Real Estate
Dr. Ralf Schremper	Vorstandsmitglied seit 1. April 2015 bis 31. Juli 2017	Vorstandsbereiche: Mergers & Acquisitions

Aufgrund der Neusegmentierung zum 1. Januar 2018 wird die Zuordnung der Vorstandsbereiche im Jahr 2018 angepasst werden.

MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS

202 / MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATS DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE SOWIE DEREN MANDATE IN ANDEREN AUFSICHTSRÄTEN

Dr. Werner Brandt Vorsitzender	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 (Unternehmensberater)	Mandate: RWE AG (non-executive), Innogy SE (non-executive), Osram Licht AG* (non-executive), Deutsche Lufthansa AG (non-executive) *bis 31.12.2017
Dr. Marion Helmes Stellvertretende Vorsitzende	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 (Unternehmensberaterin)	Mandate: Uniper SE (non-executive), NXP Semiconductors N.V. (non-executive), Bilfinger SE (non-executive), British American Tobacco LTD (non-executive)
Lawrence A. Aidem	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Our Film Festival, Inc. (Fandor) (President, CEO)	Mandate: keine
Antoinette (Annet) P. Aris	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 INSEAD (Lehrbeauftragte für Strategie)	Mandate: Thomas Cook PLC (non-executive), Jungheinrich AG (non-executive), ASR Netherlands N.V. (non-executive), ASML N.V. (non-executive)
Adam Cahan	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Self-Employed	Mandate: keine
Angelika Gifford	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG und ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 VP Software Dach, Micro Fokus GmbH	Mandate: Rothschild & Co. S.C.A, Paris (non-executive), TUI AG, Berlin/Hannover (non-executive)
Erik Adrianus Hubertus Huggers	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media AG seit 26. Juni 2014/ der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 Vevo LLC (President, CEO)	Mandate: keine
Ketan Mehta	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 24. November 2015 Allen & Company LLC (Managing Director)	Mandate: keine
Prof. Dr. Rolf Nonnenmacher	Mitglied des Aufsichtsrats der ProSiebenSat.1 Media SE seit 21. Mai 2015 (Wirtschaftsprüfer)	Mandate: Continental AG (non-executive), Covestro AG (non-executive), Covestro Deutschland AG (non-executive)

ANTEILSBESITZLISTE

203 / ANTEILSBESITZLISTE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Lfd. Nr.	Name Gesellschaft	Sitz	% direkte Finanzbeteiligung	gehalten über lfd. Nr.	Währung ²	Eigenkapital in Tausend ¹⁰	Jahresergebnis in Tausend ¹⁰
1	ProSiebenSat.1 Media SE	Unterföhring			EUR	3.216.457	330.424
VERBUNDENE UNTERNEHMEN							
Deutschland							
2	12Auto Group GmbH	Unterföhring	100,00	58	EUR	1.226	-469
3	7Life GmbH ¹	Unterföhring	100,00	55	EUR	78.600 ³	0
4	7Love Holding GmbH	Unterföhring	50,00	54	EUR	296.211 ⁵	-42
5	7NXT GmbH	Berlin	90,00	9	EUR	8.085	-4.158
6	7NXT Health GmbH	Berlin	90,00	5	EUR	-3.550	-3.940
7	7Screen GmbH ¹	Unterföhring	100,00	85	EUR	225 ³	0
8	7Stories GmbH	Unterföhring	100,00	70	EUR	-500	-525
9	7Wellbeing GmbH ¹	Unterföhring	100,00	55	EUR	17.656 ³	0
10	9Live Fernsehen GmbH	Unterföhring	100,00	1	EUR	520 ³	0
11	Active Agent AG	Freiburg im Breisgau	100,00	109	EUR	530	-52
12	ADITION technologies AG	Düsseldorf	100,00	109	EUR	687 ³	0
13	AdTech S8 GmbH	Unterföhring	100,00	51	EUR	212 ⁶	-13
14	Advopedia GmbH	Unterföhring	100,00	58	EUR	-328	-329
15	Allmedica Arzneimittel GmbH	Wehrheim	100,00	115	EUR	19	-2
16	DISTRICON GmbH	Wehrheim	100,00	115	EUR	2.753	1.882
17	DOSB New Media GmbH	Unterföhring	57,50	69	EUR	1	-874
18	Dr. Kleine Pharma GmbH	Bielefeld	100,00	115	EUR	3.303	2.138
19	Fem Media GmbH	Unterföhring	100,00	58	EUR	1.480	1.080
20	Flaconi GmbH	Berlin	100,00	54	EUR	5.113	-512
21	Glomex GmbH ¹	München	100,00	55	EUR	18.905 ³	0
22	Good Vita GmbH	Wehrheim	100,00	115	EUR	-152	-159
23	Gymondo GmbH	Berlin	100,00	5	EUR	856	35
24	Hip Trips GmbH	München	74,90	27	EUR	-/- ⁴	-/-
25	i12 GmbH	Linden	100,00	106	EUR	121 ³	0
26	Jochen Schweizer GmbH	München	100,00	28	EUR	-/- ⁴	-/-
27	Jochen Schweizer Leisure & Travel Holding GmbH	München	100,00	26	EUR	-/- ⁴	-/-
28	Jochen Schweizer mydays Holding GmbH	München	89,90	40	EUR	-/- ⁴	-/-
29	Jochen Schweizer Technology Solutions GmbH	München	100,00	26	EUR	-/- ⁴	0
30	MAGIC Internet Holding GmbH ¹	Berlin	100,00	58	EUR	26.402 ³	0
31	marktguru Deutschland GmbH	München	90,00	88	EUR	2.742	-366
32	maxdome GmbH ¹	Unterföhring	100,00	55	EUR	5.225 ³	0
33	Maximilian Online Media GmbH	Linden	100,00	106	EUR	191 ³	0
34	MMP Event GmbH	Köln	60,00	69	EUR	385	356
35	moebel.de Einrichten & Wohnen AG	Hamburg	50,10	54	EUR	7.592	1.144
36	mydays Event GmbH	München	100,00	37	EUR	-37	27
37	mydays GmbH	München	100,00	38	EUR	33.491	-189
38	mydays Holding GmbH	München	100,00	28	EUR	663	10
39	myLoc managed IT AG	Düsseldorf	100,00	109	EUR	4.239 ³	0
40	NCG - NUCOM GROUP SE	Unterföhring	100,00	1	EUR	-/- ⁴	-/-
41	P7S1 SBS Holding GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1	EUR	431.194 ³	0
42	PARSHIP ELITE Group GmbH	Hamburg	100,00	100	EUR	115.211	-1.891
43	PARSHIP ELITE Service GmbH	Hamburg	100,00	42	EUR	95	-2
44	PE Digital GmbH	Hamburg	100,00	42	EUR	25.000	18.564
45	PEG Management GmbH & Co. KG	Unterföhring	0	63	EUR	23.636	36.286

KONZERNABSCHLUSS
ANTEILSBESITZLISTE

203 / ANTEILSBESITZLISTE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Lfd. Nr.	Name Gesellschaft	Sitz	% direkte Finanzbeteiligung	gehalten über lfd. Nr.	Währung ²	Eigenkapital in Tausend ¹⁰	Jahresergebnis in Tausend ¹⁰
46	Preis24.de GmbH	Düsseldorf	100,00	106	EUR	- 7.482	- 5.963
47	ProSieben Travel GmbH ¹	Unterföhring	100,00	55	EUR	467.647 ³	0
48	ProSiebenSat.1 Accelerator GmbH ¹	Unterföhring	100,00	87	EUR	2.719 ³	0
49	ProSiebenSat.1 Achte Verwaltungsgesellschaft mbH ¹	Unterföhring	100,00	1	EUR	26 ³	0
50	ProSiebenSat.1 Adjacent Holding GmbH ¹	Unterföhring	100,00	55	EUR	31.641 ³	0
51	ProSiebenSat.1 Advertising Platform Solutions GmbH ¹	Unterföhring	100,00	55	EUR	1.025 ³	0
52	ProSiebenSat.1 Applications GmbH ¹	Unterföhring	100,00	53	EUR	2.025 ³	0
53	ProSiebenSat.1 Broadcasting GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1	EUR	15.686 ³	0
54	ProSiebenSat.1 Commerce GmbH ¹	Unterföhring	100,00	40	EUR	559.723 ³	0
55	ProSiebenSat.1 Digital & Adjacent GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1	EUR	1.434.115 ³	0
56	ProSiebenSat.1 Digital Content GmbH	Unterföhring	100,00	55	EUR	120.314	- 397
57	ProSiebenSat.1 Digital Entertainment GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1	EUR	1.611 ³	0
58	ProSiebenSat.1 Digital GmbH ¹	Unterföhring	100,00	55	EUR	157.226 ³	0
59	ProSiebenSat.1 Einundzwanzigste Verwaltungsgesellschaft mbH ¹	Unterföhring	100,00	1	EUR	-/- ⁴	-/-
60	ProSiebenSat.1 Erste Verwaltungsgesellschaft mbH ¹	Unterföhring	100,00	1	EUR	25 ³	0
61	ProSiebenSat.1 Fünfzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH ¹	Unterföhring	100,00	1	EUR	25 ³	0
62	ProSiebenSat.1 GP GmbH	Heidelberg	100,00	54	EUR	54	- 21
63	ProSiebenSat.1 GP II GmbH	Unterföhring	100,00	54	EUR	66	4
64	ProSiebenSat.1 Licensing GmbH ¹	Unterföhring	100,00	50	EUR	1.702 ³	0
65	ProSiebenSat.1 Neunzehnte Verwaltungsgesellschaft mbH ¹	Unterföhring	100,00	1	EUR	25 ³	0
66	ProSiebenSat.1 Pay TV GmbH ¹	Unterföhring	100,00	70	EUR	5.225 ³	0
67	ProSiebenSat.1 Produktion GmbH ¹	Unterföhring	100,00	53	EUR	8.978 ³	0
68	ProSiebenSat.1 Services GmbH	Unterföhring	100,00	58	EUR	386 ³	0
69	ProSiebenSat.1 Sports GmbH	Unterföhring	100,00	1	EUR	20.904	- 241
70	ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH	Unterföhring	100,00	1	EUR	982.035 ³	0
71	ProSiebenSat.1 Warehouse GmbH	Unterföhring	100,00	54	EUR	895	- 7
72	ProSiebenSat.1 Welt GmbH ¹	Unterföhring	100,00	53	EUR	100 ³	133
73	ProSiebenSat.1 Zwanzigste Verwaltungsgesellschaft mbH ¹	Unterföhring	100,00	1	EUR	-/- ⁴	-/-
74	PS Event GmbH	Köln	100,00	75	EUR	101	98
75	PSH Entertainment GmbH	Unterföhring	100,00	50	EUR	2.925 ³	0
76	Red Arrow Studios GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1	EUR	176.698 ³	0
77	Red Arrow Studios International GmbH ¹	Unterföhring	100,00	76	EUR	125 ³	0
78	RedSeven Entertainment GmbH ¹	Unterföhring	100,00	76	EUR	25 ³	0
79	SAM - Starwatch Artist Management GmbH ¹	Unterföhring	100,00	95	EUR	192 ³	0
80	SAM Sports - Starwatch Artist Management GmbH	Hamburg	75,00	69	EUR	- 600	- 192
81	Sat.1 Norddeutschland GmbH ¹	Hannover	100,00	82	EUR	25 ³	0
82	SAT.1 Satelliten Fernsehen GmbH ¹	Unterföhring	100,00	70	EUR	443.610 ³	0
83	Seven Scores Musikverlag GmbH ¹	Unterföhring	100,00	50	EUR	26 ³	0
84	SevenOne AdFactory GmbH ¹	Unterföhring	100,00	85	EUR	1.030 ³	0
85	SevenOne Brands GmbH ¹	Unterföhring	100,00	53	EUR	5.168 ³	0
86	SevenOne Capital (Holding) GmbH ¹	Unterföhring	100,00	87	EUR	34.954 ³	0
87	SevenOne Investment (Holding) GmbH ¹	Unterföhring	100,00	1	EUR	37.774 ³	0
88	SevenOne Media GmbH ¹	Unterföhring	100,00	85	EUR	5.772 ³	0
89	SevenPictures Film GmbH ¹	Unterföhring	100,00	70	EUR	2.268 ³	0
90	SevenVentures GmbH ¹	Unterföhring	100,00	55	EUR	25.536 ³	0
91	SilverTours GmbH	Freiburg im Breisgau	74,90	40	EUR	8.254	8.129
92	SMARTSTREAM.TV GmbH	München	91,00	143	EUR	5.716	4.645
93	Sonoma Internet GmbH	Berlin	75,00	54	EUR	- 4.526	458
94	Spontacts GmbH	München	100,00	27	EUR	-/- ⁴	-/-

KONZERNABSCHLUSS
ANTEILSBESITZLISTE

203 / ANTEILSBESITZLISTE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Lfd. Nr.	Name Gesellschaft	Sitz	% direkte Finanzbeteiligung	gehalten über lfd. Nr.	Währung ²	Eigenkapital in Tausend ¹⁰	Jahresergebnis in Tausend ¹⁰
95	Starwatch Entertainment GmbH ¹	Unterföhring	100,00	50	EUR	14.921 ³	0
96	Studio 71 GmbH	Berlin	100,00	169	EUR	-744	-3.177
97	Stylight GmbH	München	100,00	54	EUR	6.531	216
98	The ADEX GmbH	Berlin	82,44	109	EUR	-692	-2.041
99	THMMS Holding GmbH	Hamburg	100,00	4	EUR	104.612	-4.055
100	THMMS MidCo GmbH	Hamburg	100,00	99	EUR	103.945	-321
101	Toptarif Internet GmbH	Berlin	100,00	106	EUR	6.454	745
102	TROPO GmbH ¹	Hamburg	100,00	47	EUR	-9.044 ³	0
103	tv weiss-blau Rundfunkprogrammanbieter GmbH ¹	Unterföhring	100,00	82	EUR	1.027 ³	0
104	TVRL GmbH	Berlin	100,00	30	EUR	1.017	-5.595
105	Verivox Finanzvergleich GmbH	Heidelberg	100,00	106	EUR	-356	-1.332
106	Verivox GmbH	Heidelberg	100,00	107	EUR	39.673	9.786
107	Verivox Holding GmbH	Unterföhring	80,23	54; 111	EUR	213.877	-1.054
108	Verivox Versicherungsvergleich GmbH	Heidelberg	100,00	106	EUR	3.370	1.689
109	Virtual Minds AG	Freiburg im Breisgau	51,38	58	EUR	10.161	1.165
110	VITALIA Vertriebs GmbH	Würzburg	100,00	115	EUR	5.752	1.562
111	VVX Co-Investor GmbH & Co. KG	Heidelberg	25,00	71	EUR	2.452 ⁷	0
112	VX Sales Solutions GmbH	Heidelberg	100,00	106	EUR	3.376	1.637
113	wer-weiss-was GmbH ¹	Unterföhring	100,00	58	EUR	6.566 ³	0
114	wetter.com GmbH ¹	Konstanz	100,00	47	EUR	6.111 ³	0
115	WindStar Medical GmbH	Wehrheim	100,00	116	EUR	5.886	11.812
116	WSM Holding GmbH	Wehrheim	92,00	40	EUR	39.741	8.004
117	WSM Immo GmbH	Wehrheim	100,00	116	EUR	21	-4
118	yieldlab AG	Hamburg	100,00	109	EUR	1.002	242
Armenien							
119	Markt guru LLC	Jerewan	100,00	131	AMD	332.034	160.509
Österreich							
120	ATV Privat TV GmbH	Wien	100,00	125	EUR	32	-1
121	ATV Privat TV GmbH & Co KG	Wien	100,00	125	EUR	4.472	-13.406
122	Austria 9 TV GmbH	Wien	100,00	125	EUR	12	1
123	AUSTRIA 9 TV GmbH & Co KG	Wien	100,00	125	EUR	-1.609	1.315
124	ProSieben Austria GmbH	Wien	100,00	125	EUR	39	0
125	ProSiebenSat.1Puls 4 GmbH	Wien	100,00	85	EUR	27.334	21.849
126	Puls 4 TV GmbH	Wien	100,00	125	EUR	34	0
127	PULS 4 TV GmbH & Co KG	Wien	100,00	125	EUR	2.600	818
128	PULS4 Shopping GmbH	Wien	67,00	130	EUR	430	-3
129	SAT.1 Privatrundfunk und Programmgesellschaft m.b.H	Wien	51,00	82	EUR	5.892	5.606
130	SevenVentures Austria GmbH	Wien	100,00	90	EUR	2.389	1.826
131	Visivo Consulting GmbH	Wien	51,05	130	EUR	192	56
Belgien							
132	Sultan Sushi BVBA, in vereffening	Gent	100,00	76; 77	EUR	-/- ⁴	-/-
Dänemark							
133	Snowman Productions ApS	Kopenhagen	100,00	146	DKK	13.841	6.783
Hongkong							
134	Red Arrow International Limited	Hongkong	100,00	76	HKD	-/- ⁴	-/-
Israel							
135	July August Communications and Productions Ltd.	Tel Aviv	100,00	76	ILS	2.393	1.582
136	The Band's Visit LP	Tel Aviv	55,00	135	ILS	-/- ⁴	-/-
Italien							
137	Studio 71 Italia S.r.l.	Cologno Monzese (MI)	51,00	170	EUR	-/- ⁴	-/-
Jersey							

KONZERNABSCHLUSS
ANTEILSBESITZLISTE

203 / ANTEILSBESITZLISTE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Lfd. Nr.	Name Gesellschaft	Sitz	% direkte Finanzbeteiligung	gehalten über lfd. Nr.	Währung ²	Eigenkapital in Tausend ¹⁰	Jahresergebnis in Tausend ¹⁰
138	Scandinavian Broadcasting System (Jersey) Limited	Saint Helier	100,00	140	EUR	-/- ⁴	-/-
	Luxemburg						
139	P7S1 Broadcasting S.à r.l.	Luxemburg	100,00	41	EUR	50.575	11.538
	Niederlande						
140	P7S1 Broadcasting Europe B.V.	Amsterdam	100,00	141	EUR	44.689	-10.154
141	P7S1 Broadcasting Holding I B.V.	Amsterdam	100,00	139	EUR	2.586	-2.367
142	SMARTSTREAM.TV Netherlands B.V.	Amsterdam	100,00	143	EUR	-/- ⁴	-/-
143	SNDC8 B.V.	Amsterdam	100,00	13	EUR	-/- ⁴	-/-
	Norwegen						
144	Snowman Productions AS	Oslo	100,00	146	NOK	2.086	1.003
	Rumänien						
145	MyVideo Broadband S.R.L.	Bukarest	100,00	30	EUR	16.448	-841
	Schweden						
146	Snowman Productions AB	Stockholm	100,00	76	SEK	7.433	-12.592
147	Snowman Scripted AB	Stockholm	100,00	146	SEK	218	28
	Schweiz						
148	ADITION Schweiz GmbH	Locarno	100,00	109	CHF	745	-193
149	Jochen Schweizer mydays CH AG	Küsnacht ZH	100,00	38	CHF	125	15
150	ProSieben Puls 8 TV AG	Zürich	100,00	152	CHF	1.149	56
151	Sat.1 (Schweiz) AG	Küsnacht ZH	100,00	82	CHF	6.938	5.707
152	SevenOne Media (Schweiz) AG	Küsnacht ZH	100,00	85	CHF	18.663	18.236
153	SevenVentures (Schweiz) AG	Baar	100,00	90	CHF	2.669	1.552
154	Verivox Schweiz AG	Luzern	100,00	106	CHF	-5.906	-6.006
	Türkei						
155	Yedi Yapım A.S.	Istanbul	100,00	208	TRY	-/- ⁴	-/-
	Ukraine						
156	Glomex TOV	Kiew	100,00	21; 165	UAH	-/- ⁴	-/-
	Vereinigtes Königreich						
157	ADITION UK Limited	Cullompton	74,00	109	GBP	3	-27
158	CPL Good Vibrations Limited	London	100,00	159	GBP	134 ⁸	134
159	CPL Productions Limited	London	100,00	166	GBP	1.330	815
160	Endor (Esio Trot) Limited	London	100,00	163	GBP	277	67
161	Endor (Max) Limited	London	100,00	163	GBP	0	0
162	Endor (T&T) Limited	London	100,00	163	GBP	-/- ⁴	-/-
163	Endor Productions Limited	London	51,00	171	GBP	-978	-592
164	European Radio Investments Limited	London	100,00	168	EUR	327	-8
165	Glomex Limited	Birmingham	100,00	21	GBP	-/- ⁴	-/-
166	LHB Limited	London	84,13	171	GBP	51	0
167	New Entertainment Research and Design Limited	London	100,00	171	GBP	-19	-117
168	P7S1 Broadcasting (UK) Limited	London	100,00	140	EUR	4.580	-177
169	ProSiebenSat.1 Digital Content GP Limited	London	69,40	56; 232	GBP	-/- ⁴	-/-
170	ProSiebenSat.1 Digital Content LP	London	68,80	56; 169; 232	GBP	151.399	-1.012
171	Red Arrow Entertainment Limited	London	100,00	76	GBP	978	-840
172	Red Arrow International-UK Limited	London	100,00	76	GBP	107 ⁹	104
173	Romanian Broadcasting Corporation Limited	London	100,00	168	EUR	-/- ⁴	-/-
174	Studio 71 UK Limited	London	100,00	169	GBP	9	9
	Vereinigte Staaten von Amerika						
175	44 Blue Productions, LLC	Wilmington, DE	100,00	176	USD	-/- ⁴	-/-
176	44 Blue Studios, LLC	Dover, DE	65,00	232	USD	24.732	1.934
177	8383 Productions, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	235	USD	-/- ⁴	-/-
178	95 Ends, LLC	New York, NY	100,00	216	USD	-/- ⁴	-/-

KONZERNABSCHLUSS
ANTEILSBESITZLISTE

203 / ANTEILSBESITZLISTE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Lfd. Nr.	Name Gesellschaft	Sitz	% direkte Finanzbeteiligung	gehalten über lfd. Nr.	Währung ²	Eigenkapital in Tausend ¹⁰	Jahresergebnis in Tausend ¹⁰
179	Black Dog Productions, LLC	Dover, DE	100,00	198	USD	-/- ⁴	-/-
180	Boxcar Studios, LLC	Los Angeles, CA	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
181	Brady 44, LLC	Los Angeles, CA	100,00	176	USD	-/- ⁴	-/-
182	By Dint Productions, LLC	New York, NY	100,00	178	USD	-/- ⁴	-/-
183	Champ 44 Music Publishing, LLC	Dover, DE	100,00	176	USD	-/- ⁴	-/-
184	Code D TV, LLC	Wilmington, DE	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
185	Collective Digital Studio GP, LLC	Wilmington, DE	100,00	170	USD	-/- ⁴	-/-
186	Crow Magnon, LLC	Wilmington, DE	60,00	232	USD	5.910	2.378
187	Delirium TV, LLC	Wilmington, DE	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
188	Digital Air, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	235	USD	-/- ⁴	-/-
189	Digital Atoms, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	235	USD	-/- ⁴	-/-
190	Digital Bytes, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	235	USD	-/- ⁴	-/-
191	Digital Cacophony, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	235	USD	-/- ⁴	-/-
192	Digital Demand, LLC	Wilmington, DE	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
193	Digital Diffusion, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	235	USD	-/- ⁴	-/-
194	Digital Echo, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	235	USD	-/- ⁴	-/-
195	Digital Fire, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	235	USD	-/- ⁴	-/-
196	Dorsey Entertainment, LLC	Littleton, CO	100,00	198	USD	-/- ⁴	-/-
197	Dorsey Multimedia, LLC	Littleton, CO	100,00	198	USD	-/- ⁴	-/-
198	Dorsey Pictures, LLC	Dover, DE	60,00	232	USD	5.473	2.246
199	Driving Force TV, LLC	Wilmington, DE	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
200	Fabrik Entertainment, LLC	Wilmington, DE	81,63	232	USD	8.732	7.958
201	Fortitude Production Services, LLC	Dover, DE	100,00	216	USD	-/- ⁴	-/-
202	Fourteenth Hour Productions, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	235	USD	-/- ⁴	-/-
203	Gravitas Ventures LLC	Wilmington, DE	62,50	232	USD	-/- ⁴	-/-
204	GTG Production Services, LLC	Los Angeles, CA	100,00	186	USD	-/- ⁴	-/-
205	Half Yard Productions, LLC	Wilmington, DE	65,00	232	USD	5.376	1.260
206	HB Television Development, LLC	Wilmington, DE	100,00	200	USD	-/- ⁴	-/-
207	Hold Fast Productions, LLC	Wilmington, DE	100,00	200	USD	-/- ⁴	-/-
208	Karga Seven Pictures, LLC	Los Angeles, CA	100,00	186	USD	-/- ⁴	-/-
209	Keep it Down Music Publishing, LLC	Los Angeles, CA	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
210	Kenilworth Productions, Inc.	Wilmington, DE	100,00	178	USD	-/- ⁴	-/-
211	Kinetic Content Publishing, LLC	Wilmington, DE	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
212	Kinetic Content, LLC	Wilmington, DE	100,00	232	USD	16.371	24.553
213	Kinetic Operations, LLC	Wilmington, DE	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
214	KinPro Music Publishing, LLC	Wilmington, DE	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
215	Kinpro, LLC	Wilmington, DE	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
216	Left/Right Holdings, LLC	Dover, DE	80,00	232	USD	10.422	13.842
217	Left/Right, LLC	Dover, DE	100,00	216	USD	-/- ⁴	-/-
218	Move Along Music Publishing, LLC	Los Angeles, CA	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
219	Moving TV, LLC	Wilmington, DE	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
220	NAR Pictures, LLC	Los Angeles, CA	100,00	186	USD	-/- ⁴	-/-
221	New Picture Perfect, LLC	Wilmington, DE	100,00	176	USD	-/- ⁴	-/-
222	Next of Kin TV, LLC	Los Angeles, CA	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
223	Node Productions, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	235	USD	-/- ⁴	-/-
224	Overture, LLC	Los Angeles, CA	100,00	176	USD	-/- ⁴	-/-
225	Pacific View TV, LLC	Wilmington, DE	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
226	Pave Network, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	235	USD	-/- ⁴	-/-
227	PBP, LLC	Baton Rouge, LA	100,00	176	USD	-/- ⁴	-/-
228	Prank Film, LLC	Beverly Hills, CA	100,00	235	USD	-/- ⁴	-/-
229	Presidio Post, LLC	Wilmington, DE	100,00	175	USD	-/- ⁴	-/-
230	Production Connection, LLC	Wilmington, DE	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-

KONZERNABSCHLUSS
ANTEILSBESITZLISTE

203 / ANTEILSBESITZLISTE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Lfd. Nr.	Name Gesellschaft	Sitz	% direkte Finanzbeteiligung	gehalten über lfd. Nr.	Währung ²	Eigenkapital in Tausend ¹⁰	Jahresergebnis in Tausend ¹⁰
231	Ranger Media, LLC	Wilmington, DE	100,00	176	USD	-/- ⁴	-/-
232	Red Arrow Studios International, Inc.	Wilmington, DE	100,00	76	USD	165.561	8.784
233	Ripple Entertainment, LLC	Wilmington, DE	100,00	232	USD	-/- ⁴	-/-
234	Studio 71 (Canada), Inc.	Beverly Hills, CA	100,00	235	USD	242	177
235	Studio 71, LP	Wilmington, DE	100,00	170	USD	27.345	-11.853
236	Stylight, Inc.	Wilmington, DE	100,00	97	USD	-1.136	133
237	Third Voice Productions, Inc.	Dover, DE	100,00	178	USD	-/- ⁴	-/-
238	Three Tables Music, LLC	Wilmington, DE	100,00	212	USD	-/- ⁴	-/-
239	WDSP, LLC	New York, NY	100,00	178	USD	-/- ⁴	-/-
ASSOZIIERTE UNTERNEHMEN							
Deutschland							
240	AGF Videoforschung GmbH	Frankfurt am Main	17,65	1	EUR	-/- ⁴	-/-
241	Batch Media GmbH	Berlin	45,00	109	EUR	-/- ⁴	-/-
242	Crosslantic Fund I GmbH & Co. KG	Bochum	24,44	90	EUR	-/- ⁴	-/-
243	eFashion Boulevard GmbH	Georgsmarienhütte	30,00	90	EUR	-/- ⁴	-/-
244	gamigo AG	Hamburg	33,00	58	EUR	-/- ⁴	-/-
245	koakult GmbH	Berlin	33,33	3	EUR	-/- ⁴	-/-
246	Marketplace GmbH	Berlin	41,58	54	EUR	-/- ⁴	-/-
247	mytic myticket AG	Berlin	24,90	95	EUR	-/- ⁴	-/-
248	Regiondo GmbH	München	25,51	27	EUR	-/- ⁴	-/-
249	Sportority Germany GmbH	München	40,00	69	EUR	-/- ⁴	-/-
250	TEATOX GmbH	Berlin	45,95	3	EUR	-/- ⁴	-/-
251	Tejado GmbH	Oldenburg	18,07	54	EUR	-/- ⁴	-/-
252	Thomas Klimpel GmbH	Dorfen	25,20	109	EUR	-/- ⁴	-/-
253	VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Sendeunternehmen und Presseverlegern mbH	Berlin	27,66	53	EUR	-/- ⁴	-/-
254	Vitafy GmbH	München	49,90	5; 9	EUR	-/- ⁴	-/-
Frankreich							
255	Finder Studios SAS	Paris	44,00	169	EUR	-/- ⁴	-/-
Kanada							
256	Mad Rabbit Productions, Inc.	Toronto	25,00	76	CAD	-/- ⁴	-/-
Luxemburg							
257	7 Global Capital GP S.à r.l.	Luxemburg	25,10	86	EUR	-/- ⁴	-/-
Schweiz							
258	fineartmultiple AG	Luzern	20,02	90	CHF	-/- ⁴	-/-
259	Goldbach Media (Switzerland) AG	Küsnacht ZH	22,96	152	CHF	29.017	28.378
260	swiss radioworld AG	Zürich	22,96	152	CHF	3.590	2.961
Vereinigtes Königreich							
261	Cove Pictures Limited	London	25,00	171	GBP	-/- ⁴	-/-
Vereinigte Staaten von Amerika							
262	JFE, LLC	Venice, CA	20,00	232	USD	-/- ⁴	-/-
263	Pluto, Inc.	Wilmington, DE	14,52	30	USD	-/- ⁴	-/-
264	Remagine Media Ventures, L.P.	Wilmington, DE	46,05	51	USD	-/- ⁴	-/-
265	The Fred Channel, LLC	Beverly Hills, CA	70,00	235	USD	-/- ⁴	-/-
VERBUNDENE, NICHT KONSOLIDIERTE UNTERNEHMEN							
Belgien							
266	Satelliet Sushi BVBA	Gent	100,00	132	EUR	-1	-15.086
GEMEINSCHAFTSUNTERNEHMEN							
Deutschland							
267	7TV Joint Venture GmbH	München	50,00	58	EUR	-/- ⁴	-/-
268	AdAudience GmbH	München	16,67	88	EUR	-/- ⁴	-/-

KONZERNABSCHLUSS
ANTEILSBESITZLISTE

203 / ANTEILSBESITZLISTE DER PROSIEBENSAT.1 MEDIA SE

Lfd. Nr.	Name Gesellschaft	Sitz	% direkte Finanzbeteiligung	gehalten über lfd. Nr.	Währung ²	Eigenkapital in Tausend ¹⁰	Jahresergebnis in Tausend ¹⁰
Vereinigtes Königreich							
269	European Broadcaster Exchange (EBX) Limited	London	33,33	88	GBP	-/- ⁴	-/-
270	Nit Television Limited	London	50,01	159	GBP	2	1
SONSTIGE BETEILIGUNGEN							
Deutschland							
271	AFK Aus- und Fortbildungs GmbH für elektronische Medien	München	12,00	53	EUR	-/- ⁴	-/-
272	Appscend Video Solutions GmbH	Berlin	5,00	48	EUR	-/- ⁴	-/-
273	asgoodasnew electronics GmbHv	Frankfurt (Oder)	9,87	90	EUR	-/- ⁴	-/-
274	Atlantic Food Labs GmbH	Berlin	13,00	9	EUR	-/- ⁴	-/-
275	auxmedia GmbH	Jena	5,36	48	EUR	-/- ⁴	-/-
276	circle concepts GmbH	Berlin	5,00	48	EUR	-/- ⁴	-/-
277	Deutscher Fernsehpreis GmbH	Köln	25,00	53	EUR	-/- ⁴	-/-
278	DREAMA MEDIA UG (haftungsbeschränkt)	Unterföhring	5,03	48	EUR	-/- ⁴	-/-
279	Evolution Internet Fund GmbH	München	15,00	90	EUR	-/- ⁴	-/-
280	FilmFernsehFonds Bayern GmbH, Gesellschaft zur Förderung der Medien in Bayern (FFF Bayern)	München	6,59	70	EUR	51	0
281	HC Hellocare GmbH	Bad Aibling	5,00	48	EUR	-/- ⁴	-/-
282	Little Postman GmbH	München	5,00	48	EUR	-/- ⁴	-/-
283	Move24 Group GmbH	Berlin	6,58	90	EUR	-/- ⁴	-/-
284	onbelle GmbH	Köln	5,00	48	EUR	-/- ⁴	-/-
285	Outstore GmbH	Miesbach	17,51	90	EUR	-/- ⁴	-/-
286	Privatfernsehen in Bayern GmbH & Co. KG	München	10,00	103	EUR	248	43
287	Privatfernsehen in Bayern Verwaltungs-GmbH	München	10,00	103	EUR	62	3
288	Screenforce Gattungsmarketing GmbH	Berlin	5,88	88	EUR	169	55
289	Shoe-Com GmbH	München	5,00	48	EUR	-/- ⁴	-/-
290	Storyfeed GmbH	Berlin	5,00	48	EUR	-/- ⁴	-/-
291	tink GmbH	Berlin	12,92	90	EUR	-/- ⁴	-/-
292	VELUVIA GmbH	Hamburg	20,00	90	EUR	-/- ⁴	-/-
293	videostream360 GmbH	Leipzig	5,85	48	EUR	-/- ⁴	-/-
294	WERK1.Bayern GmbH	München	6,09	53	EUR	235	-35
Österreich							
295	expressFlow GmbH	Wien	5,00	48	EUR	-/- ⁴	-/-
296	KIWENO GmbH	Absam	14,36	5	EUR	-/- ⁴	-/-
297	Rublys GmbH	Wien	13,18	130	EUR	-/- ⁴	-/-
Gibraltar							
298	Sportority Limited	Gibraltar	5,09	69	GIP	-/- ⁴	-/-
Israel							
299	Seven Days LP	Tel Aviv	50,00	135	ILS	-/- ⁴	-/-
Vereinigtes Königreich							
300	Kastr Limited	London	5,83	58	GBP	-/- ⁴	-/-
Vereinigte Staaten von Amerika							
301	Talenthouse, Inc.	Dover, DE	10,13	69	USD	-/- ⁴	-/-
302	Wrap Media, Inc.	Dover, DE	10,47	58	USD	-/- ⁴	-/-

¹ Die 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.

² Für die Umrechnung der angegebenen Werte zu Eigenkapital und Jahresergebnis sind die Kurse zum Bilanzstichtag maßgeblich.

³ Ergebnis nach Ergebnisabführungsvertrag.

⁴ Keine Angaben verfügbar, Unternehmen in 2017 erworben oder gegründet bzw. in Liquidation.

⁵ Rumpf-Geschäftsjahr vom 29. August 2016 bis 31. Dezember 2016.

⁶ Rumpf-Geschäftsjahr vom 22. Juni 2016 bis 31. Dezember 2016.

⁷ Rumpf-Geschäftsjahr vom 23. März 2016 bis 31. Dezember 2016.

⁸ Rumpf-Geschäftsjahr vom 10. November 2015 bis 31. Juli 2016.

⁹ Rumpf-Geschäftsjahr vom 19. November 2015 bis 31. Dezember 2016.

¹⁰ Die angegebenen Werte zu Eigenkapital und Jahresergebnis beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2016 und entsprechen teilweise lokalen Rechnungslegungsvorschriften, welche nicht zwangsläufig mit den Vorschriften der IFRS übereinstimmen.

ZU KUNFT INFORMATIONEN GESTALT TEN

- 271 ___ ERLÄUTERUNGEN ZUM BERICHT**
- 272 ___ VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER**
- 273 ___ BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN
ABSCHLUSSPRÜFERS**
- 279 ___ KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT KONZERN**
- 280 ___ KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT SEGMENTE**
- 281 ___ FINANZKALENDER**
- 282 ___ IMPRESSUM**

ERLÄUTERUNGEN ZUM BERICHT

INHALT UND FORM DES ZUSAMMENGEFASSTEN LAGEBERICHTS

Der vorliegende Geschäftsbericht fasst den Konzernlagebericht der ProSiebenSat.1 Group, bestehend aus der ProSiebenSat.1 Media SE und ihren konsolidierten Tochtergesellschaften, sowie den Lagebericht der ProSiebenSat.1 Media SE zusammen. Der Vergütungsbericht, die übernahmerechtlichen Angaben gemäß §§ 289 Abs. 4, 315 Abs. 4 HGB sowie das Kapitel „Die ProSiebenSat.1-Aktie“ befinden sich im Abschnitt „An unsere Aktionäre“ dieses Geschäftsberichts; sie sind ebenfalls Bestandteil des geprüften Lageberichts. → [An unsere Aktionäre, Seite 53](#)

204 / ERKLÄRUNG ZUR UNTERNEHMENSFÜHRUNG GEMÄSS § 289A HGB UND CORPORATE-GOVERNANCE- BERICHT NACH ZIFFER 3.10 DES DCGK

Die Erklärung der Gesellschaft zur Unternehmensführung gemäß § 289a HGB und der Corporate-Governance-Bericht nach Ziffer 3.10 des DCGK sind auf der Homepage der Gesellschaft veröffentlicht. Zudem sind die Erklärung zur Unternehmensführung und der Corporate-Governance-Bericht auch im Geschäftsbericht enthalten. 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 Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG.

→ www.prosiebensat1.com/investor-relations/corporate-governance/corporate-governance

VORAUSSCHAUENDE AUSSAGEN ZUR KÜNFTIGEN ERTRAGS-, FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Unsere Prognosen basieren auf aktuellen Einschätzungen zukünftiger Entwicklungen. Wir stützen uns dabei auf unsere Budgetplanung sowie umfassende Markt- und Wettbewerbsanalysen. Die prognostizierten Werte werden in Übereinstimmung mit den im Abschluss angewendeten Rechnungslegungsgrundsätzen und in Konsistenz mit den im Lagebericht beschriebenen Bereinigungen ermittelt. Prognosen sind naturgemäß jedoch mit gewissen Unsicherheiten verbunden, die zu positiven oder negativen Planabweichungen führen können. Sollten Unwägbarkeiten eintreten oder die den vorausschauenden Aussagen zugrundeliegenden Prämissen nicht weiter zutreffen, könnten die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den getroffenen Aussagen oder implizit zum Ausdruck gebrachten Ergebnissen abweichen. Entwicklungen, die diese Prognose belasten könnten, sind zum Beispiel

eine geringere Konjunkturdynamik als zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Berichts erwartet. Diese und weitere Faktoren werden ausführlich im Risiko- und Chancenbericht erläutert. Dort berichten wir auch über zusätzliche Wachstumspotenziale; Chancen, die wir bislang nicht bzw. nicht vollumfänglich budgetiert haben, könnten sich etwa aus unternehmensstrategischen Entscheidungen ergeben. Risikopotenziale werden systematisch und regelmäßig im Rahmen des konzernweiten Risikomanagementprozesses erfasst. → [Künftige wirtschaftliche und branchenspezifische Rahmenbedingungen, Seite 166](#) → [Risiko- und Chancenbericht, Seite 152](#)

Wesentliche Ereignisse nach dem Ende der Berichtsperiode werden im Anhang → [Ziffer 36 „Ereignisse nach dem Bilanzstichtag“, Seite 242](#), erläutert. Veröffentlichungstermin des Geschäftsberichts 2017 ist der 15. März 2018.

RUNDUNGEN VON ZAHLENGABEN

Aufgrund von Rundungen ist es möglich, dass sich einzelne Zahlen nicht genau zur angegebenen Summe addieren lassen und dass dargestellte Prozentangaben nicht genau die absoluten Zahlen widerspiegeln, auf die sie sich beziehen.

AUFTRAGSBESTAND

Über den Auftragsbestand im Werbegeschäft berichtet die ProSiebenSat.1 Group nicht. Stattdessen liefern unsere Marktanteilsentwicklung im Werbemarkt sowie die Analyse der Wettbewerbs- und Branchensituation wichtige Indikatoren für den wirtschaftlichen Erfolg; sie werden im Rahmen des Risikomanagements erfasst. Im Segment Content Production & Global Sales erfolgen die Entwicklung und Produktion von Programminhalten sowie der weltweite Vertrieb durch Neu- oder Wiederbeauftragung branchenüblich kurzfristig und fortlaufend. Aus diesem Grund berichten wir hier auch nicht über den Auftragsbestand.

VERSICHERUNG DER GESETZLICHEN VERTRETER


Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Konzerns vermittelt und im zusammengefassten Lagebericht 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.

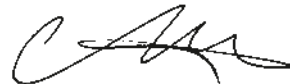
Unterföhring, den 20. Februar 2018



Thomas Ebeling
Vorstandsvorsitzender (Group CEO)



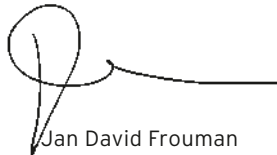
Dr. Jan Kemper
Vorstand Finanzen (Group CFO)



Conrad Albert
Stellvertretender Vorstandsvorsitzender,
Group General Counsel



Sabine Eckhardt
Mitglied des Vorstands,
Chief Commercial Officer Entertainment (CCO)



Jan David Frouman
Mitglied des Vorstands,
Content Production & Global Sales



Christof Wahl
Mitglied des Vorstands,
Chief Operating Officer Entertainment (COO)

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES UNABHÄNGIGEN ABSCHLUSSPRÜFERS

An die ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring

VERMERK ÜBER DIE PRÜFUNG DES KONZERNABSCHLUSSES UND DES ZUSAMMENGEFASSTEN LAGEBERICHTS

Prüfungsurteile

Wir haben den Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE, Unterföhring, und ihrer Tochtergesellschaften (der „Konzern“) - bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2017, der Gewinn- und Verlustrechnung, der Gesamtergebnisrechnung, der Eigenkapitalveränderungsrechnung und der Kapitalflussrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017 sowie dem Anhang, einschließlich einer Zusammenfassung bedeutsamer Rechnungslegungsmethoden - geprüft. Darüber hinaus haben wir den zusammengefassten Lagebericht der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017 geprüft. Die nichtfinanzielle Erklärung, die in Abschnitt Nachhaltigkeit unter „Unser Konzern: Grundlagen“ im zusammengefassten Lagebericht enthalten ist, haben wir in Einklang mit den deutschen gesetzlichen Vorschriften nicht inhaltlich geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Konzernabschluss in allen wesentlichen Belangen den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs.1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage des Konzerns zum 31. Dezember 2017 sowie seiner Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017 und
- vermittelt der beigefügte zusammengefasste Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns. In allen wesentlichen Belangen steht dieser zusammengefasste Lagebericht in Einklang mit dem Konzernabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar. Unser Prüfungsurteil zum zusammengefassten Lagebericht erstreckt sich nicht auf die Inhalte der oben genannten nichtfinanziellen Erklärung.

Gemäß § 322 Abs.3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts der Gesellschaft in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-Abschlussprüferverordnung (Nr. 537/2014; im Folgenden „EU-APrVO“) unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt „Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts“ unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von den Konzernunternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Darüber hinaus erklären wir gemäß Artikel 10 Abs.2 Buchst. f) EU-APrVO, dass wir keine verbotenen Nichtprüfungsleistungen nach Artikel 5 Abs.1 EU-APrVO erbracht haben. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum zusammengefassten Lagebericht zu dienen.

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Konzernabschlusses

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutsamsten in unserer Prüfung des Konzernabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017 waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Konzernabschlusses als Ganzem und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt; wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.

WERTHALTIGKEIT DER GESCHÄFTS- ODER FIRMENWERTE DES SEGMENTS DIGITAL ENTERTAINMENT

Zu den angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen verweisen wir auf die Zusammenfassung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden im Anhang. Die wesentlichen Annahmen und weitere Informationen zur Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte sind in Ziffer 16 im Anhang dargestellt. Zur Geschäftsentwicklung im Segment Digital Entertainment verweisen wir auf den zusammengefassten Lagebericht (Kapitel Geschäftsentwicklung der Segmente).

Das Risiko für den Abschluss

Die Geschäfts- oder Firmenwerte im Segment Digital Entertainment betragen zum 31. Dezember 2017 EUR 303 Mio.

Die Werthaltigkeit der Geschäfts- oder Firmenwerte in den Segmenten wird jährlich auf Ebene der operativen Segmente Broadcasting German-speaking, Digital Ventures & Commerce, Digital Entertainment und Content Production & Global Sales überprüft. Dazu wird der Buchwert mit dem erzielbaren Betrag des jeweiligen operativen Segments verglichen. Liegt der Buchwert über dem erzielbaren Betrag, ergibt sich ein Abwertungsbedarf. Der erzielbare Betrag ist der höhere Wert aus beizulegendem Zeitwert abzüglich Kosten der Veräußerung und Nutzungswert des operativen Segments. Aufgrund wesentlich neuer Erkenntnisse und veränderten Managementexpectations, die die Aufstellung neuer Business Pläne für die Segmente bedingten, wurde der Zeitpunkt des Bewertungsstichtags für den jährlichen Wertminderungstest vom 31. August abweichend zum Vorjahr auf den 31. Dezember 2017 verschoben.

Die Werthaltigkeitsprüfung der Geschäfts- oder Firmenwerte ist komplex und beruht auf einer Reihe ermessensbehafteter Annahmen. Hierzu zählen unter anderem die erwartete Geschäfts- und Ergebnisentwicklung der operativen Segmente für die nächsten fünf Jahre, die verwendeten Wachstumsraten für den nachfolgenden Zeitraum und der verwendete Diskontierungssatz. Die Prämissen können einen erheblichen Einfluss auf die jeweiligen Werte und letztlich auf die Höhe einer möglichen Wertminderung von Geschäfts- oder Firmenwerten haben.

Im Geschäftsjahr 2017 ist die durchschnittliche EBITDA-Marge des Segments Digital Entertainment im Planungszeitraum mit 11,4 Prozent im Vergleich zu 17,5 Prozent im Vorjahr deutlich gesunken. Der Diskontierungszinssatz vor Steuern hat sich aufgrund der Einzelentwicklung in die Ableitung einfließender Annahmen und Parameter von 9,9 Prozent auf 11,5 Prozent erhöht. Aufgrund dieser Veränderungen ergibt sich ein erhöhtes Wertminderungsrisiko für den dem operativen Segment Digital Entertainment zugewiesenen Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von EUR 303 Mio. In der Durchführung des Wertminderungstests ergab sich zum 31. Dezember 2017 nach Einschätzung der ProSiebenSat.1 Media SE keine Wertminderung. Die von der Gesellschaft durchgeführten eindimensionalen Sensitivitätsberechnungen hinsichtlich des wesentlichen Werttreibers EBITDA-Marge, des Umsatzwachstums p. a. nach Ende des Planungszeitraums sowie des Diskontierungszinssatzes führten bei Änderungen von -3 Prozent-, -0,5 Prozent- bzw. 1 Prozent-Punkten ebenfalls zu keinem Abwertungsbedarf.

Es besteht das Risiko für den Konzernabschluss, dass eine zum Abschlussstichtag bestehende Wertminderung im Segment Digital Entertainment nicht erkannt wurde.

Unsere Vorgehensweise in der Prüfung

Die Verlagerung des Stichtags für die Werthaltigkeitsprüfung der Geschäfts- und Firmenwerte im Geschäftsjahr haben wir hinsichtlich der Übereinstimmung mit den Regelungen des IAS 36 kritisch gewürdigt.

Unter Einbezug unserer Bewertungsspezialisten haben wir unter anderem die Angemessenheit der wesentlichen Annahmen sowie der Berechnungsmethode der Gesellschaft beurteilt. Dazu haben wir die erwartete Geschäfts- und Ergebnisentwicklung sowie die unterstellten langfristigen Wachstumsraten mit den Planungsverantwortlichen erörtert. Außerdem haben wir Abstimmungen mit anderen intern verfügbaren Prognosen, z. B. den vom Vorstand erstellten Unternehmensplanungen vorgenommen. Darüber hinaus haben wir die Konsistenz der Annahmen mit externen Markteinschätzungen beurteilt.

Ferner haben wir uns von der bisherigen Prognosegüte der Gesellschaft überzeugt, indem wir Planungen früherer Geschäftsjahre mit den tatsächlich realisierten Ergebnissen verglichen und Abweichungen analysiert haben. Da sich Änderungen des Diskontierungszinssatzes in wesentlichem Umfang auf die Ergebnisse der Werthaltigkeitsprüfung im Segment Digital Entertainment auswirken könnten, haben wir die dem Diskontierungszinssatz zugrunde liegenden Annahmen und Parameter, insb. den risikofreien Zinssatz, die Marktrisikoprämie und den Betafaktor, mit eigenen Annahmen und öffentlich verfügbaren Daten verglichen.

Zur Sicherstellung der rechnerischen Richtigkeit des verwendeten Bewertungsmodells haben wir die Berechnungen der Gesellschaft auf Basis risikoorientiert ausgewählter Elemente nachvollzogen.

Um der bestehenden Prognoseunsicherheit im Geschäftsjahr Rechnung zu tragen, haben wir Auswirkungen von möglichen Veränderungen des Diskontierungszinssatzes, des langfristigen Umsatzwachstums und der EBITDA-Margen auf den erzielbaren Betrag im Rahmen einer Sensitivitätsanalyse im Segment Digital Entertainment untersucht, indem wir alternative Szenarien berechnet und mit den Werten der Gesellschaft verglichen haben.

Unsere Schlussfolgerungen

Die der Werthaltigkeitsprüfung des Geschäfts- oder Firmenwertes im Segment Digital Entertainment zugrunde liegende Berechnungsmethode ist sachgerecht und steht im Einklang mit den anzuwendenden Bewertungsgrundsätzen. Die Verschiebung des Stichtags für die Werthaltigkeitsprüfung ist sachgerecht. Die der Bewertung zugrunde liegenden Annahmen und Parameter der Gesellschaft liegen innerhalb akzeptabler Bandbreiten und sind insgesamt ausgewogen.

WERTHALTIGKEIT DES BESTEHENDEN PROGRAMMVERMÖGENS UND VOLLSTÄNDIGKEIT DER DROHENDEN VERLUSTE AUS DEM ERWERB VON PROGRAMMVERMÖGEN

Zu den angewandten Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen verweisen wir auf die Zusammenfassung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden im Anhang. Die zur Bewertung zu Grunde gelegten Annahmen und Schätzungen sowie die Informationen zur Wertentwicklung des Programmvermögens und zu drohenden Verlusten aus dem Erwerb von Programmvermögen sind in den Ziffern 20 und 26 im Anhang beschrieben.

Das Risiko für den Abschluss

Im Konzernabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE zum 31. Dezember 2017 wird Programmvermögen in Höhe von insgesamt EUR 1.198 Mio ausgewiesen, was einem Anteil von 18 Prozent der Bilanzsumme entspricht.

Beim Programmvermögen wird im Rahmen der Werthaltigkeitsprüfung untersucht, ob Anhaltspunkte vorliegen, dass die Kosten des jeweiligen Programmtitels voraussichtlich nicht durch künftige Erlöse, insbesondere Werbeerlöse, gedeckt werden können.

Anhaltspunkte können beispielsweise das Auslaufen der Lizenzzeit vor geplanter Ausstrahlung, Nichtfortsetzung von Auftragsproduktionen oder medienrechtliche Einschränkungen sein. Derartige Anhaltspunkte liegen zusätzlich vor, wenn die Ausstrahlung eines Programmtitels aufgrund mangelnder Vermarktbarkeit oder strategischer Neuausrichtung des Programminhalts nicht mehr wahrscheinlich ist.

Darüber hinaus werden zur weiteren Einschätzung von Wertminderungen im Programmvermögen zahlungsmittelgenerierende Einheiten anhand von genrebasierten Programmgruppen gebildet und aus den künftig erwarteten Zahlungsmittelzuflüssen der Werbeerlöse ein erzielbarer Betrag für jede zahlungsmittelgenerierende Einheit ermittelt. Liegt der erzielbare Betrag unter dem Buchwert, erfolgt eine Wertminderung.

Sofern vertragliche Verpflichtungen für den Erwerb von Programmvermögen eingegangen werden, deren Erfüllung noch ausstehend ist, sind Rückstellungen für drohende Verluste zu bilden, sofern es wahrscheinlich ist, dass die künftigen Zahlungsmittelzuflüsse aus Werbeerlösen nicht ausreichen, um die voraussichtlichen Anschaffungskosten zu decken.

Im Geschäftsjahr 2017 hat die Gesellschaft Wertminderungen für Programmvermögen in Höhe von EUR 302 Mio und eine Nettozuführung zu Rückstellungen für drohende Verluste aus vertraglichen Verpflichtungen für Programmvermögen in Höhe von EUR 6 Mio erfasst.

In den Wertminderungen sind Aufwendungen in Höhe von EUR 170 Mio enthalten, die im Zusammenhang mit der durch den Vorstand im 3. Quartal 2017 vorgenommenen strategischen Neuausrichtung stehen. Für die Ermittlung dieser Wertminderungen hat der Vorstand wesentliche ermessensbehaftete Annahmen über die Verwertung des Programmvermögens in den verschiedenen Medien und die Entwicklung von Werbeeinnahmen in der Zukunft getroffen.

Es besteht das Risiko für den Konzernabschluss, dass Wertminderungen des Programmvermögens und Rückstellungen für drohende Verluste aus vertraglichen Verpflichtungen für Programmvermögen nicht sachgerecht erfasst werden.

Unsere Vorgehensweise in der Prüfung

Unsere Prüfungshandlungen im Bereich der Wertminderungsprüfung umfassen die Würdigung der Einschätzungen des Managements, ob für konkrete Programmtitel Anhaltspunkte vorliegen, dass künftiger

wirtschaftlicher Nutzen nicht mehr zu erwarten ist. In diesem Zusammenhang untersuchen wir, ob die Zuordnung von Programminhalten in die Programmplanung im Einklang mit den bestehenden Sendeleisten ist. Außerdem haben wir die Einschätzungen des Managements beurteilt, indem wir die in der Vergangenheit getätigten Einschätzungen mit der tatsächlichen Entwicklung verglichen und Abweichungen analysiert haben, das heißt vor allem, ob einmal abgeschriebenes Programmvermögen in den nachfolgenden Perioden wieder eingesetzt wurde.

Um die Angemessenheit der Höhe der gebildeten Rückstellungen für drohende Verluste zu würdigen, haben wir wesentliche Verträge über künftig zu aktivierende Ausstrahlungen eingesehen, die Einschätzung des zu Grunde liegenden Erlöspotenzials beurteilt und mit den voraussichtlichen Anschaffungskosten verglichen.

Zur Prüfung der aufgrund der strategischen Neuausrichtung der Sender vorgenommenen Wertminderungen haben wir relevante Vorstandsprotokolle und Beschlussvorlagen gewürdigt. Für ausgewählte Programmvermögentitel haben wir überprüft, dass die entsprechenden wertgeminderten Programmvermögensinhalte anhand der vom Vorstand für die strategische Neuausrichtung definierten Parameter (insbesondere Genre) ausgewählt und entsprechend wertberichtigt wurden.

Unsere Schlussfolgerungen

Die der Beurteilung der Werthaltigkeit des bestehenden Programmvermögens und der Verpflichtungen zum Erwerb von Programmvermögen zu Grunde liegenden Annahmen sind insgesamt angemessen.

Sonstige Informationen

Der Vorstand ist für die sonstigen Informationen verantwortlich. Die sonstigen Informationen umfassen:

- die nichtfinanzielle Erklärung und
- die übrigen Teile des Geschäftsberichts, mit Ausnahme des geprüften Konzernabschlusses und zusammengefassten Lageberichts sowie unseres Bestätigungsvermerks.

Unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum zusammengefassten Lagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Konzernabschluss, zum zusammengefassten Lagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Auftragsgemäß haben wir eine gesonderte betriebswirtschaftliche Prüfung der nichtfinanziellen Erklärung durchgeführt. In Bezug auf Art, Umfang und Ergebnisse dieser betriebswirtschaftlichen Prüfung weisen wir auf unseren Prüfungsvermerk vom 19. Februar 2018 hin.

Verantwortung des Vorstands und des Aufsichtsrats für den Konzernabschluss und den zusammengefassten Lagebericht

Der Vorstand ist verantwortlich für die Aufstellung des Konzernabschlusses, der den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315e Abs.1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Konzernabschluss unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt. Ferner ist der Vorstand verantwortlich für die internen Kontrollen, die er als notwendig bestimmt hat, um die Aufstellung eines Konzernabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen - beabsichtigten oder unbeabsichtigten - falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Konzernabschlusses ist der Vorstand dafür verantwortlich, die Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren hat er die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus ist er dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, es sei denn, es besteht die Absicht den Konzern zu liquidieren oder der Einstellung des Geschäftsbetriebs oder es besteht keine realistische Alternative dazu.

Außerdem ist der Vorstand verantwortlich für die Aufstellung des zusammengefassten Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner ist der Vorstand verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die er als notwendig erachtet hat, um die Aufstellung eines zusammengefassten Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu ermöglichen, und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im zusammengefassten Lagebericht erbringen zu können.

Der Aufsichtsrat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses des Konzerns zur Aufstellung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Konzernabschlusses und des zusammengefassten Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Konzernabschluss als Ganzes frei von wesentlichen - beabsichtigten

oder unbeabsichtigten - falschen Darstellungen ist, und ob der zusammengefassten Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Konzernabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zum zusammengefassten Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-APrVO unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Konzernabschlusses und zusammengefassten Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher - beabsichtigter oder unbeabsichtigter - falscher Darstellungen im Konzernabschluss und im zusammengefassten Lagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können.
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Konzernabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des zusammengefassten Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme abzugeben.
- beurteilen wir die Angemessenheit der vom Vorstand angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der vom Vorstand dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben.
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit des Konzerns zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit

aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Konzernabschluss und im zusammengefassten Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass der Konzern seine Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann.

- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Konzernabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Konzernabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Konzernabschluss unter Beachtung der IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und der ergänzend nach § 315e Abs.1 HGB anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt.
- holen wir ausreichende geeignete Prüfungsnachweise für die Rechnungslegungsinformationen der Unternehmen oder Geschäftstätigkeiten innerhalb des Konzerns ein, um Prüfungsurteile zum Konzernabschluss und zusammengefassten Lagebericht abzugeben. Wir sind verantwortlich für die Anleitung, Überwachung und Durchführung der Konzernabschlussprüfung. Wir tragen die alleinige Verantwortung für unsere Prüfungsurteile.
- beurteilen wir den Einklang des zusammengefassten Lageberichts mit dem Konzernabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage des Konzerns.
- führen wir Prüfungshandlungen zu den vom Vorstand dargestellten zukunftsorientierten Angaben im zusammengefassten Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben vom Vorstand zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Wir geben gegenüber den für die Überwachung Verantwortlichen eine Erklärung ab, dass wir die relevanten Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und erörtern mit ihnen alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen vernünftigerweise angenommen

werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, und die hierzu getroffenen Schutzmaßnahmen.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, die wir mit den für die Überwachung Verantwortlichen erörtert haben, diejenigen Sachverhalte, die in der Prüfung des Konzernabschlusses für den aktuellen Berichtszeitraum am bedeutsamsten waren und daher die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte im Bestätigungsvermerk, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schließen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus.

SONSTIGE GESETZLICHE UND ANDERE RECHTLICHE ANFORDERUNGEN

Übrige Angaben gemäß Artikel 10 EU-APrVO

Wir wurden von der Hauptversammlung am 12. Mai 2017 als Konzernabschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 24. Oktober 2017 vom Aufsichtsrat beauftragt. Wir sind ununterbrochen seit dem Börsengang im Geschäftsjahr 2000 als Konzernabschlussprüfer der ProSiebenSat.1 Media SE tätig.

Wir erklären, dass die in diesem Bestätigungsvermerk enthaltenen Prüfungsurteile mit dem zusätzlichen Bericht an den Prüfungsausschuss nach Artikel 11 EU-APrVO (Prüfungsbericht) in Einklang stehen.

Wir haben folgende Leistungen, die nicht im Konzernabschluss oder im zusammengefassten Lagebericht angegeben wurden, zusätzlich zur Abschlussprüfung für das geprüfte Unternehmen bzw. für die von diesem beherrschten Unternehmen erbracht:

Neben dem Konzernabschluss haben wir den Jahresabschluss der ProSiebenSat.1 Media SE geprüft sowie verschiedene Jahresabschlussprüfungen ihrer Tochterunternehmen einschließlich gesetzlicher Auftragserweiterungen durchgeführt. Prüfungsintegriert erfolgten prüferische Durchsichten von Zwischenabschlüssen, projektbegleitende Prüfungen von IT-Systemen sowie die prüfungsbegleitende Einführung neuer Rechnungslegungsvorschriften. Ferner wurden andere gesetzliche oder vertragliche Prüfungen vorgenommen, wie z. B. Prüfungen im Zusammenhang mit der Einhaltung von Vertragsklauseln, EMIR-Prüfungen nach § 20 WpHG, Prüfungsleistungen in Corporate Governance Angelegenheiten und andere vertraglich vereinbarte Bestätigungsleistungen.

Zudem haben wir Unterstützungsleistungen bei der Begleitung von Betriebsprüfungen, der Aufstellung der eBilanz bei Tochterunternehmen sowie der umsatz- und ertragsteuerlichen Beratung zu Einzelsachverhalten erbracht. Weitere Leistungen betreffen Schulungen und Qualitätssicherungsleistungen in den Bereichen der Rechnungslegung, Nachhaltigkeitsberichterstattung und des internen Kontrollsystems.

VERANTWORTLICHER WIRTSCHAFTSPRÜFER

Der für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüfer ist Haiko Schmidt.

München, den 21. Februar 2018

KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft



Sailer
Wirtschaftsprüfer



Schmidt
Wirtschaftsprüfer

WEITERE INFORMATIONEN
KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT KONZERN

205 / KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT KONZERN in Mio Euro

	Q4 2017	Q4 2016	Q4 2015	Q4 2014	Q4 2013
Konzernumsatz	1.324	1.254	1.087	966	841
Adjusted EBITDA ¹	390	392	357	325	302
Adjusted EBITDA Marge (in %)	29,4	31,2	32,9	33,7	35,9
EBITDA	382	375	343	317	289
Betriebsergebnis (EBIT)	333	307	289	282	262
Ergebnis vor Steuern	238	257	212	253	230
Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten nach Anteilen anderer Gesellschafter ²	167	174	142	149	59
Bereinigter Konzernüberschuss (adjusted net income) ³	219	225 ⁹	194	180	159
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt)	0,96	1,01 ⁹	0,91	0,84	0,75
Investitionen in das Programmvermögen	274	234	210	183	183
Free-Cash-Flow aus fortgeführten Aktivitäten vor M&A	351	334	242	310	315
Free Cashflow	243	16	77	297	306
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-422	-602	-419	-228	-223

	2017	2016	2015	2014	2013
Konzernumsatz	4.078	3.799	3.261	2.876	2.605
Adjusted EBITDA ¹	1.050	1.018	926	847	790
Adjusted EBITDA Marge (in %)	25,8	26,8	28,4	29,5	30,3
EBITDA	1.084	982	881	818	758
Betriebsergebnis (EBIT)	820	777	730	695	669
Ergebnis vor Steuern	646	658	604	560	527
Konzernergebnis aus fortgeführten Aktivitäten nach Anteilen anderer Gesellschafter ²	471	402	391	346	312
Bereinigter Konzernüberschuss (adjusted net income) ³	550	536 ⁹	466	419	380
Unverwässertes Ergebnis je Aktie (bereinigt)	2,40	2,47 ⁹	2,18	1,96	1,78
Investitionen in das Programmvermögen	1.048	992	944	890	860
Free-Cash-Flow aus fortgeführten Aktivitäten vor M&A	468	485	470	444	406
Free Cashflow	728	-4	-1	277	330
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-894	-1.623	-1.522	-1.148	-1.018

	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014	31.12.2013
Programmvermögen	1.198	1.312	1.252	1.212	1.202
Eigenkapital	1.252	1.432	943	754	584
Eigenkapitalquote (in %)	19,1	21,7	17,8	19,3	16,4
Liquide Mittel	1.552	1.271	734	471	396
Finanzverbindlichkeiten	3.185	3.185	2.675	1.973	1.842
Verschuldungsgrad ⁴	1,6 ¹⁰	1,9	2,1	1,8 ⁶	1,8 ⁷
Netto-Finanzverschuldung	1.632 ¹⁰	1.913	1.940	1.502	1.446 ⁸
Mitarbeiter ⁵	6.483	6.565	5.584	4.210	3.590

¹Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.

²Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Ergebnis inklusive nicht-fortgeführter Aktivitäten.

³Konzernergebnis nach Anteilen anderer Gesellschafter aus fortgeführten Aktivitäten vor Effekten aus Kaufpreisallokationen und weiteren Sondereffekten.

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

⁵Vollzeitäquivalente Stellen zum Stichtag aus fortgeführten Aktivitäten.

⁶Bereinigt um den LTM adjusted-EBITDA Beitrag der osteuropäischen Aktivitäten.

⁷Nach Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten. Bereinigt um den LTM-adjusted EBITDA Beitrag der nord- und osteuropäischen Aktivitäten.

⁸Nach Umgliederung der liquiden Mittel der osteuropäischen Aktivitäten.

⁹Angepasst an die mit Beginn des Geschäftsjahres 2017 vorgenommene Verfeinerung der internen Steuerungssystematik sogenannter Non-IFRS-Kennzahlen. Detaillierte Informationen enthält der Geschäftsbericht 2016 auf den Seiten 73 und 74.

¹⁰Nach Umgliederung der liquiden Mittel von Tropo.

206 / KENNZAHLEN: MEHRJAHRESÜBERSICHT SEGMENTE in Mio Euro

	2017	2016	2015
Broadcasting German-speaking			
Außenumsätze	2.239	2.210	2.152
Adjusted EBITDA ¹	767	760	734
Adjusted EBITDA-Marge (in %) ²	32,2	33,0	33,0
EBITDA	544	747	716
Digital Entertainment			
Außenumsätze	463	442	371
Adjusted EBITDA ¹	32	37	37
Adjusted EBITDA-Marge (in %) ²	6,5	7,9	9,8
EBITDA	10	37	29
Digital Ventures & Commerce			
Außenumsätze	996	768	465
Adjusted EBITDA ¹	221	180	136
Adjusted EBITDA-Marge (in %) ²	22,1	23,0	28,8
EBITDA	562	168	123
Content Production & Global Sales			
Außenumsätze	352	362	262
Adjusted EBITDA ¹	36	47	25
Adjusted EBITDA-Marge (in %) ²	8,5	11,2	7,9
EBITDA	27	44	22

¹Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA.

²Auf Basis des Gesamtsegmentumsatzes; siehe Anhang Ziffer 2 „Segmentberichterstattung“.

Erläuterung zur Berichtsweise:

Die dargestellten Werte beziehen sich auf die gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Kennzahlen aus fortgeführten Aktivitäten, das heißt exklusive der Umsatz- und Ergebnisbeiträge der veräußerten Unternehmen.

Folgende betroffene Geschäftseinheiten wurden in der Vergangenheit entkonsolidiert: Im Geschäftsjahr 2014 Ungarn (Februar) sowie Rumänien (April beziehungsweise August); im Geschäftsjahr 2013 die Nordeuropäischen Aktivitäten (April).

Die Ergebnisposten der betroffenen Unternehmen werden als Ergebnis aus nicht-fortgeführten Aktivitäten zusammengefasst und separat ausgewiesen. Dieses enthält neben dem erwirtschafteten Ergebnis auch das Entkonsolidierungsergebnis und ist auf Nachsteuerbasis dargestellt.

Die Bilanzwerte der jeweiligen Vorjahre wurden nicht angepasst.

FINANZ- KALENDER



PRÄSENTATIONEN & EVENTS 2018

Datum	Event
22.02.2018	Pressekonzferenz/IR-Konzferenz anlässlich der Zahlen 2017 Pressemitteilung, Pressekonferenz in München, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren
15.03.2018	Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2017
09.05.2018	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 1. Quartal 2018 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
16.05.2018	Ordentliche Hauptversammlung 2018
22.05.2018	Dividendenzahlung
02.08.2018	Veröffentlichung des Halbjahresfinanzberichts 2018 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten
08.11.2018	Veröffentlichung der Quartalsmitteilung für das 3. Quartal 2018 Pressemitteilung, Telefonkonferenz mit Analysten und Investoren, Telefonkonferenz mit Journalisten

IMPRESSUM KONTAKTE

PRESSE

ProSiebenSat.1 Media SE
Konzernkommunikation
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel.: +49 [89] 95 07 – 11 45
Fax: +49 [89] 95 07 – 11 59
E-Mail: info@prosiebensat1.com

INVESTOR RELATIONS

ProSiebenSat.1 Media SE
Investor Relations
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel.: +49 [89] 95 07 – 15 02
Fax: +49 [89] 95 07 – 15 21
E-Mail: aktie@prosiebensat1.com

HERAUSGEBER

ProSiebenSat.1 Media SE
Medienallee 7
85774 Unterföhring
Tel.: +49 [89] 95 07 – 10
Fax: +49 [89] 95 07 – 11 21
www.ProSiebenSat1.com
HRB 219 439 AG München



INHALT & GESTALTUNG

ProSiebenSat.1 Media SE
Konzernkommunikation

Strichpunkt Design, Stuttgart



PHOTO CREDITS

Thomas Ebeling, Seite 6 © Enno Kapitza // Conrad Albert, Seite 7 © Manfred Jarisch // Sabine Eckhardt, Seite 8 © Manfred Jarisch // Dr. Jan Kemper, Seite 9 © Manfred Jarisch // Jan David Frouman, Seite 10 © Manfred Jarisch // Christof Wahl, Seite 11 © Manfred Jarisch // Entertainment, Seite 14-15 © Depositphotos // Ein glänzender Auftritt, Seite 16-17 © ProSieben/Richard Hübner // Polaroids Nicole Agudo Berbel, Seite 19 © Manfred Jarisch // Polaroids Marco Kunze, Seite 20 © Manfred Jarisch // TV-Werbung wirkt, Seite 21 © ProSieben/Richard Hübner // Elisabeth Sofoso und Heidi Klum, Seite 22 © ProSieben/Martin Ehlleben // Jury „Germany's next Topmodel“, Seite 22 © ProSieben/Richard Hübner // Kerstin Bensch, Seite 23 © ProSieben/Martin Ehlleben // Polaroids Kerstin Bensch, Seite 23 © Manfred Jarisch // Opel Casting Germany's next Topmodel, Seite 24 © ProSieben/Ram Gibson // Titan, Seite 25 © Titan // Daniel Wellington, Seite 25 © Daniel Wellington // Maybelline New York, Seite 25 © Maybelline New York // Gillette Venus, Seite 25 © Gillette Venus // Jens Mittnacht, Seite 27 © ProSiebenSat.1 Media SE // Content Production & Global Sales, Seite 28-29 © Depositphotos // Ein Content-Netzwerk, Seite 30-31 © Fabrik Entertainment // #DeineWahl, Seite 33 © Janosch Orłowski // The Taste, Seite 33 © SAT.1/Benedikt Müller // Endor Productions Roald Dahl's Esio Trot, Seite 33 © Endor Productions // CPL Productions Old People's Home for 4 Year Olds, Seite 33 © CPL Productions // Snowman Productions Married at First Sight, Seite 33 © Snowman Productions // 44 Blue Productions Wahlburgers, Seite 34 © 44 Blue Productions // Jan David Frouman, Seite 36 © Manfred Jarisch // Rick Ringbakk und Craig Armstrong, Seite 37 © 10Fold // Nolan Gallagher, Seite 37 © Gravitas Ventures // Reza Izad, Seite 37 © Studio71 // July August Productions The A Word, Seite 38 © July August Productions // Redseven Entertainment Kiss Bang Love, Seite 38 © Redseven Entertainment // Endor Productions Deep State, Seite 38 © Endor Productions // CPL Productions A League Of Their Own, Seite 38 © CPL Productions // Karga Seven Pictures Shot in the Dark, Seite 38 © Karga Seven Pictures // Snowman Productions Buying Blind, Seite 38 © Snowman Productions // Studio71 US Roman Atwood, Seite 38 © Studio71 US // Gravitas Ventures All We Had, Seite 39 © Gravitas Ventures // Left Right Ride with Norman Reedus, Seite 39 © Left Right // Half Yard Productions The Last Alaskans, Seite 39 © Half Yard Productions // 44 Blue Productions Rock & A Hard Place, Seite 39 © 44 Blue Productions // Red Arrow Studios International Stella Blomkvist, Seite 39 © Red Arrow Studios International // Dorsey Pictures Tiny House Big Living, Seite 39 © Dorsey Pictures // Kinetic Content Little Women, Seite 39 © Kinetic Content // Commerce, Seite 40-41 © Depositphotos // Die Emotionale Power, Seite 42-47 © Manfred Jarisch // Echte Erlebnisse, Seite 48 © mydays & © Jochen Schweizer // Dr. Werner Brandt, Seite 57 © Manfred Jarisch

DIE PROSIEBENSAT.1 GROUP IM INTERNET

Diese und andere Veröffentlichungen sowie Informationen über die ProSiebenSat.1 Group erhalten Sie im Internet unter der Adresse → www.ProSiebenSat1.com

ZUKUNFTSGERICHTETE AUSSAGEN

Dieser Bericht beinhaltet zukunftsgerichtete Aussagen über die ProSiebenSat.1 Media SE 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 SE liegen, beeinflusst die Geschäftsaktivitäten, den Erfolg, die Geschäftsstrategie und die Ergebnisse der ProSiebenSat.1 Media SE. Zukunftsorientierte Aussagen sind keine historischen Fakten und beinhalten daher bekannte und unbekanntes 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 SE 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.

ProSiebenSat.1 Group

Medienallee 7
85774 Unterföhring
www.ProSiebenSat1.com