

---

## Pressemitteilung

---



### **ProSiebenSat.1 erzielt im dritten Quartal 2023 ein adjusted EBITDA-Plus trotz schwierigen Marktumfelds**

- **Umsatz stabilisiert sich nach einem schwierigen ersten Halbjahr:** Der Konzernumsatz lag im dritten Quartal 2023 mit 888 Mio Euro um 3 Prozent unter Vorjahr (Vorjahr: 911 Mio Euro). Organisch<sup>1</sup> entwickelte sich der Umsatz nahezu stabil.
- **Weiteres Wachstum bei digitalen & smarten Werbeerlösen gleicht Rückgang im TV-Werbegeschäft teilweise aus:** Die TV-Werbeumsätze in der DACH-Region gingen konjunkturbedingt im dritten Quartal zurück – jedoch geringer als in der ersten Jahreshälfte. Zudem konnten die digitalen & smarten Werbeerlöse in der DACH-Region um 16 Prozent gesteigert werden.
- **Joyn wächst erneut deutlich und verzeichnet stärkstes Quartal des Jahres:** Die Streaming-Plattform Joyn treibt das Wachstum der digitalen & smarten Werbeerlöse und legt mit einem Plus von 58 Prozent in den AVoD-Werbeumsätzen weiter klar zu.
- **Adjusted EBITDA liegt wieder über Vorjahr und profitiert vom dynamischen Wachstum bei Verivox und flaconi:** Das adjusted EBITDA des Konzerns lag mit 110 Mio Euro über dem Vorjahreswert (Vorjahr: 108 Mio Euro). Hier haben sich gezielte Kostenanpassungen sowie das profitable Umsatzwachstum im Commerce & Ventures-Segment positiv ausgewirkt.
- **Konzern konkretisiert Finanzausblick für 2023 bei erwarteter leicht positiver Entwicklung im vierten Quartal:** ProSiebenSat.1 erwartet, dass das adjusted EBITDA am unteren Ende der zu Jahresbeginn prognostizierten Bandbreite von 600 Mio Euro plus/minus 50 Mio Euro liegen wird. Der Konzernumsatz dürfte einen Wert leicht unterhalb der Zielbandbreite von 4,10 Mrd EUR plus/minus 150 Mio Euro erreichen. Dabei geht die Gruppe für das wichtige vierte Quartal von einem leichten Wachstum aus.
- **Kosteneffizienzprogramm ist vollständig abgeschlossen, Einspareffekte in Höhe von 100 Mio Euro brutto für 2024 erwartet:** ProSiebenSat.1 schafft die Voraussetzungen für eine effektive Umsetzung der Strategie mit Fokus auf Entertainment. Gleichzeitig setzt der Konzern damit den Fokus auf Rentabilität und eine wettbewerbsfähige Kostenstruktur.

**Unterföhring, 14. November 2023.** Der Konzernumsatz der ProSiebenSat.1 Group hat sich im dritten Quartal 2023 leicht rückläufig entwickelt und betrug 888 Mio Euro (Vorjahr: 911 Mio Euro). Dieser Rückgang um 3 Prozent ist auf die weiterhin schwache Konjunktur und dem damit verbundenen zurückhaltenden Umgang mit Werbebudgets zurückzuführen. Die Werbeerlöse aus den digitalen Entertainment-Angeboten in der DACH-Region wie der Streaming-Plattform Joyn wuchsen hingegen dynamisch. Zudem verzeichneten die Commerce & Ventures-Unternehmen Verivox und flaconi erneut ein deutliches Wachstum. Dies hat den Rückgang der TV-Werbeumsätze fast vollständig kompensiert. Organisch<sup>1</sup>, also bereinigt um Portfolio- und Währungseffekte, entwickelte sich der Konzernumsatz im dritten Quartal nahezu stabil und betrug 866 Mio Euro (Vorjahr: 877 Mio Euro). Auf Neunmonatssicht lag der Konzernumsatz bei 2.571 Mio Euro, was einem Rückgang von 323 Mio Euro oder 11 Prozent entspricht. Organisch<sup>1</sup> ging der Konzernumsatz in diesem Zeitraum um 182 Mio Euro oder 7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zurück.

**Bert Habets, Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media SE:** „Die Herausforderungen im Markt haben wir zum Anlass genommen, unsere Gruppe personell und organisatorisch neu auszurichten. Damit stellen wir die Weichen, um unsere digitalen Geschäftsbereiche stärker auszubauen. Zugleich haben wir unser Kosteneffizienzprogramm, das wir zu Jahresbeginn angestoßen haben, nun erfolgreich umgesetzt.“

Dies gilt vor allem für den Bereich Entertainment, aber auch im Segment Dating & Video haben wir auf den Umsatzrückgang reagiert. Wir sind zuversichtlich und sehen im dritten Quartal einen positiven Trend: Joyn verzeichnete mit einem Plus von 58 Prozent in den AVoD-Werbeumsätzen erneut ein sehr gutes Quartal, der Audio-Bereich und der programmatische Werbezeitenvertrieb steigern ihre Umsätze ebenfalls dynamisch. Das Commerce-Geschäft rund um unsere Mehrheitsbeteiligungen und vor allem Verivox und flaconi zieht stark an. Die Einspareffekte aus unserem Effizienzprogramm werden wir im vierten Quartal bzw. ab dem Jahr 2024 vollumfänglich realisieren.“

**Martin Mildner, Finanzvorstand der ProSiebenSat.1 Media SE:** „Nach der schwierigen ersten Jahreshälfte ist es uns trotz des weiterhin herausfordernden Marktumfelds gelungen, unseren Umsatz im dritten Quartal im Vergleich zu den Vorquartalen nahezu stabil zu halten. Wir sehen die ersten Zeichen, dass sich der klare Fokus auf unsere strategisch wichtigen Geschäftsfelder auszahlt. Gleichzeitig handeln wir äußerst kostenbewusst – unser adjusted EBITDA liegt daher in diesem Quartal trotz der Werbemarktschwäche zum ersten Mal seit 2021 wieder über Vorjahr. Diesen Trend wollen wir fortsetzen und rechnen aktuell im entscheidenden vierten Quartal mit einem leichten Umsatz- und Ergebnisanstieg für die Gruppe.“

### **Operative Entwicklung**

Der **Außenumsatz** des **Segments Entertainment** belief sich im dritten Quartal 2023 auf 598 Mio Euro und lag damit um 4 Prozent unter dem Vorjahreswert (Vorjahr: 621 Mio Euro). Die Werbeumsätze in der DACH-Region gingen vor dem Hintergrund des makroökonomischen Umfelds im Vergleich zum Vorjahr erneut zurück, jedoch mit minus 5 Prozent deutlich geringer als in der ersten Jahreshälfte. Dabei wuchsen die digitalen & smarten Werbeerlöse in der DACH-Region um 16 Prozent und konnten so den Rückgang der TV-Werbeerlöse teilweise kompensieren. Vor allem Joyn legte hier sehr deutlich zu. Organisch<sup>1</sup> ging der Umsatz im Entertainment-Segment im dritten Quartal um 3 Prozent zurück. Auf Neunmonatssicht verringerte er sich um 16 Prozent auf 1.717 Mio Euro (Vorjahr: 2.032 Mio Euro). Hier wirkte sich zusätzlich der Verkauf des US-Produktionsgeschäfts zum 1. Juli 2022 aus. Organisch<sup>1</sup> lag der Segmentumsatz in diesem Zeitraum um 10 Prozent unter Vorjahr.

Im **Segment Commerce & Ventures** wuchs der **Außenumsatz** deutlich und stieg im dritten Quartal 2023 um 14 Prozent auf 182 Mio Euro (Vorjahr: 160 Mio Euro). Organisch<sup>1</sup> lag das Plus bei 16 Prozent. Wichtigster Umsatztreiber war das Online-Vergleichsportal Verivox (Consumer Advice). Zudem setzte das Beauty & Lifestyle-Geschäft um flaconi sein dynamisches Umsatzwachstum fort. Demgegenüber war das Media-for-Revenue- und Media-for-Equity-Geschäft der SevenVentures rückläufig, was unter anderem auf das schwierige Werbemarktumfeld zurückzuführen war. Auch auf Neunmonatssicht hat das starke Wachstum des digitalen Plattform- & Commerce-Geschäfts rund um Verivox und flaconi den Umsatzrückgang der SevenVentures mehr als ausgeglichen. Vor diesem Hintergrund stieg der Segmentumsatz in diesem Zeitraum klar um 11 Prozent auf 522 Mio Euro (Vorjahr: 471 Mio Euro) bzw. organisch<sup>1</sup> um 12 Prozent.

Der **Außenumsatz** im **Segment Dating & Video** lag im dritten Quartal 2023 bei 108 Mio Euro (Vorjahr: 129 Mio Euro), das entspricht einem Minus von 17 Prozent. Bereinigt um Währungseffekte betrug der Rückgang 12 Prozent. Die Video-Umsätze in den USA waren in einem wettbewerbsintensiven Umfeld rückläufig. Zudem wirkte sich – neben der anhaltenden Konsumzurückhaltung – das Gesetz für faire Verbraucherverträge aus, das auch die Online-Dating-Plattformen Parship und ElitePartner in Deutschland betrifft. Diese Entwicklungen zeigten sich ebenso auf Neunmonatssicht: Der Außenumsatz des Segments ging hier um 15 Prozent auf 332 Mio Euro zurück (Vorjahr: 391 Mio Euro). Bereinigt um Währungseffekte entspricht dies einem Minus von 14 Prozent.

Das **adjusted EBITDA** des Konzerns stieg im dritten Quartal 2023 auf 110 Mio Euro (Vorjahr: 108 Mio Euro). Das Plus von 2 Prozent ist neben gezielten Kostenmaßnahmen insbesondere auf das profitable

Umsatzwachstum des digitalen Plattform- & Commerce-Geschäfts zurückzuführen. Auf Neunmonatssicht ging das adjusted EBITDA des Konzerns auf 243 Mio Euro zurück (Vorjahr: 376 Mio Euro). Hier beeinträchtigte der Rückgang des hoch profitablen Werbegeschäfts das Ergebnis deutlich, hinzu kamen negative Effekte aus der Vollkonsolidierung von Joyn.

Das **adjusted net income** (bereinigter Konzernjahresüberschuss) sank im dritten Quartal auf 23 Mio Euro (Vorjahr: 39 Mio Euro). Hier steht dem Anstieg des adjusted EBITDA vor allem der höhere Zins- und Steueraufwand gegenüber. Auf Neunmonatssicht sank das adjusted net income auf 12 Mio Euro (Vorjahr: 141 Mio Euro), was das geringere adjusted EBITDA reflektiert. Das **net income** (Konzernergebnis) stieg hingegen im dritten Quartal auf 16 Mio Euro (Vorjahr: -78 Mio Euro), im Neunmonatszeitraum betrug der Wert minus 71 Mio Euro (Vorjahr: -89 Mio Euro). Die Vorjahreswerte sind im Wesentlichen geprägt durch im dritten Quartal 2022 vorgenommenen Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte.

Die adjusted EBITDA-Entwicklung der ersten neun Monate des Jahres wirkte sich auch auf weitere wichtige Kennzahlen aus: Der **Verschuldungsgrad** des Konzerns lag zum 30. September 2023 bei 3,3x (31. Dezember 2022: 2,4x; 30. September 2022: 2,3x), die **Netto-Finanzverbindlichkeiten** beliefen sich zum 30. September 2023 auf 1.775 Mio Euro (31. Dezember 2022: 1.613 Mio Euro; 30. September 2022: 1.739 Mio Euro). Neben dem adjusted EBITDA spielt hier die Saisonalität des Cashflows der Gruppe eine Rolle, da für diesen das vierte Quartal traditionell das wichtigste ist.

### Ausblick

Nachdem das Werbemarktumfeld für das Geschäft von ProSiebenSat.1 im ersten Halbjahr herausfordernd war, hat sich die finanzielle Entwicklung des Konzerns im dritten Quartal 2023 stabilisiert. Zugleich hat der Konzern sein angekündigtes Kosten- und Effizienzprogramm Ende Oktober erfolgreich abgeschlossen.

Auch wenn die Visibilität auf die makroökonomische Entwicklung begrenzt bleibt und sich – anders als noch im Sommer von den Wirtschaftsforschungsinstituten erwartet – die konjunkturelle Schwäche in der DACH-Region fortsetzen dürfte, sollte sich der private Konsum in Deutschland infolge der inzwischen nachlassenden Inflation allmählich wieder erholen. Vor diesem Hintergrund geht ProSiebenSat.1 für das vierte Quartal 2023 wieder von einer leicht verbesserten Umsatz- und Ergebnisentwicklung aus. Die Werbeerlöse des Entertainment-Segments in der DACH-Region sollten auf Vorjahresniveau liegen, was die kontinuierliche Verbesserung im Vergleich zu den Vorquartalen reflektiert. Dabei wird ein starkes Wachstum des digitalen Entertainment-Portfolios die gegenwärtig noch rückläufigen TV-Werbeerlöse auch weiterhin kompensieren. Für ProSiebenSat.1 ist das vierte Quartal traditionell das umsatz- und ergebnisstärkste Quartal. Gleichzeitig beeinflussen jedoch die anhaltende Konsumzurückhaltung, rechtliche Veränderungen sowie ein intensiver Wettbewerb im Video-Geschäft die Umsatzentwicklung im Segment Dating & Video stärker als zu Jahresbeginn erwartet.

Auf dieser Basis sowie der schwächer als ursprünglich erwarteten konjunkturellen Erholung, konkretisiert die ProSiebenSat.1 Group ihre Jahresprognose<sup>2</sup>: ProSiebenSat.1 erwartet für das Gesamtjahr 2023, dass das **adjusted EBITDA** des Konzerns voraussichtlich am unteren Ende der zu Jahresbeginn prognostizierten Bandbreite liegen wird. Diese liegt bei einer Varianz von plus/minus 50 Mio Euro bezogen auf ein adjusted EBITDA von 600 Mio Euro (währungs- und portfoliobereinigter Vorjahreswert: 623 Mio Euro<sup>3</sup>). Die Zielbandbreite für den **Konzernumsatz** liegt bei einem Wert von 4,10 Mrd Euro bei plus/minus 150 Mio Euro (währungs- und portfoliobereinigter Vorjahreswert: 4,02 Mrd Euro<sup>4</sup>). Für den Konzernumsatz geht ProSiebenSat.1 nun davon aus, einen Wert leicht unterhalb dieser Bandbreite zu erreichen. Die weiteren bedeutsamsten finanziellen Kenngrößen des Konzerns werden sich dem adjusted EBITDA entsprechend entwickeln. Für den **Verschuldungsgrad** (Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum LTM adjusted EBITDA des Konzerns) rechnet der Konzern weiterhin damit, am Jahresende 2023 einen Wert zwischen 2,5x und 3x zu erzielen.

Die Gesamtjahresprognose für alle weiteren bedeutsamsten finanziellen Leistungsindikatoren ist im Geschäftsbericht 2022 veröffentlicht (Geschäftsbericht 2022, S. 203-206).

(1) Organisch = Bereinigt um Portfolio- und Währungseffekte.

(2) Ohne weitere Portfolioveränderungen.

(3) Basierend auf dem adjusted EBITDA des Geschäftsjahres 2022 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2023 nach Abzug des adjusted EBITDA der in 2022 entkonsolidierten Gesellschaften, insbesondere des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios in einem nicht wesentlichen Betrag. Der adjusted EBITDA-Beitrag insbesondere der seit November 2022 vollkonsolidierten Joyn GmbH wurde für die Monate Januar bis Oktober 2022 proformiert. Daraus ergibt sich eine Veränderung des adjusted EBITDA der Gruppe um minus 55 Mio Euro.

(4) Basierend auf den Umsatzerlösen des Geschäftsjahres 2022 umgerechnet mit den Plankursen des Geschäftsjahres 2023 nach Abzug der Umsatzerlöse der in 2022 entkonsolidierten Gesellschaften, insbesondere des US-Produktionsgeschäfts der Red Arrow Studios in Höhe von 135 Mio Euro. Der Umsatzbeitrag insbesondere der seit November 2022 vollkonsolidierten Joyn GmbH wurde für die Monate Januar bis Oktober 2022 proformiert. Daraus ergibt sich eine Veränderung des externen Umsatzes der Gruppe um minus 4 Mio Euro.

Weitere Kennzahlen erhalten Sie auf unserer Konzernwebsite [www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com). Dort finden Sie ab 14. November 2023, 7:30 Uhr, auch die Präsentation sowie die Quartalsmitteilung für das dritte Quartal 2023.

### Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group in Mio Euro

	Q3 2023	Q3 2022 <sup>(1)</sup>	Abw. abs.	Abw. %	Q1-Q3 2023	Q1-Q3 2022 <sup>(1)</sup>	Abw. abs.	Abw. %
Umsatzerlöse	888	911	-23	-2,5	2.571	2.894	-323	-11,2
Adjusted EBITDA <sup>(2)</sup>	110	108	+2	1,7	243	376	-133	-35,3
Adjusted net income <sup>(3)</sup>	23	39	-16	-41,0	12	141	-128	-91,3
Adjusted Operating Free Cashflow <sup>(4)</sup>	61	38	+23	62,5	4	292	-288	-98,7

### Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group in Mio Euro

	30. Sept. 2023	31. Dez. 2022	30. Sept. 2022 <sup>(1)</sup>
Mitarbeiter:innen <sup>(5)</sup>	7.274	7.284	6.996
Programmvermögen	1.040	1.086	1.076
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	343	504	704
Netto-Finanzverbindlichkeiten <sup>(6)</sup>	1.775	1.613	1.739
Verschuldungsgrad <sup>(7)</sup>	3,3	2,4	2,3

(1) Teilweise angepasste Vorjahreswerte siehe Geschäftsbericht 2022, Konzern-Anhang, Ziffer 3 „Änderungen von Rechnungslegungsvorschriften und -methoden“ sowie Ziffer 2 „Rückwirkende Anpassung der Bilanzierung von Gutscheilverkäufen im Geschäftsjahr 2022“ des Halbjahresfinanzberichts 2023. (2) Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA. (3) Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen aus Kaufpreisallokationen sowie Wertminderungen auf Geschäfts- und Firmenwerte, bereinigt um Sondereffekte. Dazu zählen im sonstigen Finanzergebnis erfasste Bewertungseffekte, Bewertungseffekte aus Put-Options-Verbindlichkeiten, Bewertungseffekte aus Zinssicherungsgeschäften sowie sonstige wesentliche Einmaleffekte. Darüber hinaus werden die aus den Bereinigungen resultierenden Steuereffekte ebenfalls bereinigt. Siehe Geschäftsbericht 2022, Kapitel „Planung und Steuerung“. (4) Eine Definition des adjusted Operating Free Cashflows findet sich im Geschäftsbericht 2022, Kapitel „Planung und Steuerung“. (5) Vollzeitäquivalente Stellen. Der Anstieg im Vergleich zum 30. September 2022 ist unter anderem auf die Integration der Streaming-Plattform Joyn zurückzuführen. (6) In der Definition der Netto-Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group sind zum 30. September 2023 keine Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 169 Mio Euro (31. Dezember 2022: 178 Mio Euro; 30. September 2022: 177 Mio Euro) sowie keine Immobilienverbindlichkeiten in Höhe von 154 Mio Euro (31. Dezember 2022: 133 Mio Euro; 30. September 2022: 120 Mio Euro) enthalten. (7) Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monate.

#### Kontakt

Stefanie Rupp-Menedetter  
Executive Vice President Group Communications  
Tel. +49 [0] 89 95 07-2598  
E-Mail: [Stefanie.Rupp@ProSiebenSat1.com](mailto:Stefanie.Rupp@ProSiebenSat1.com)

Katrin Schneider  
Director Corporate Communications Strategy & Finance  
Tel. +49 [0] 89 95 07-1164  
E-Mail: [Katrin.Schneider@ProSiebenSat1.com](mailto:Katrin.Schneider@ProSiebenSat1.com)

ProSiebenSat.1 Media SE  
Medienallee 7 / D-85774 Unterföhring

Pressemitteilung online: [www.ProSiebenSat1.com](http://www.ProSiebenSat1.com)  
Twitter: [@P7S1Group](https://twitter.com/P7S1Group)