
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 bestätigt Jahresziele und rechnet mit Erholung der Werbeumsätze im zweiten Halbjahr 2025

- **Umsatzentwicklung reflektiert Konjunkturmilieu:** Der Konzernumsatz verzeichnete im zweiten Quartal 2025 einen Rückgang um 7 Prozent auf 840 Mio Euro. Dies spiegelt das herausfordernde Marktumfeld sowie die Entkonsolidierung von Verivox im ersten Quartal 2025 wider. Im ersten Halbjahr sank der Konzernumsatz um 4 Prozent auf 1.695 Mio Euro. Bereinigt um Währungseffekte und Portfoliomaßnahmen gingen die Umsatzerlöse um 3 Prozent bzw. auf Halbjahressicht um 2 Prozent zurück.
- **AVoD-Umsätze von Joyn wachsen um 62 Prozent:** Joyn wuchs äußerst dynamisch bei den digitalen Werbeumsätzen. Die rückläufigen TV-Werbeerlöse zeigten hingegen deutlich die enge Korrelation zwischen der Konsumzurückhaltung bei den Verbraucher:innen sowie den verhaltenen Investitionen der TV-Werbekunden.
- **Vermarktbarer Reichweite von Joyn steigt signifikant:** Joyn hat die Zahl der monatlichen Nutzer:innen auf einen neuen Reichweitenrekord gesteigert. Gleichzeitig verzeichnete der Konzern mit einem klaren Fokus auf lokale und Live-Inhalte einen positiven Trend bei den Zuschauermarktanteilen.
- **Starkes organisches Wachstum des Commerce & Ventures-Portfolios:** ProSiebenSat.1 setzte das dynamische organische Wachstum im Segment Commerce & Ventures fort, während das Dating & Video-Segment in einem herausfordernden Wettbewerbsumfeld einen Umsatzrückgang aufwies.
- **Adjusted EBITDA unter Vorjahr:** Aufgrund des schwächeren TV-Werbegeschäfts und der Entkonsolidierung von Verivox verringerte sich das adjusted EBITDA im zweiten Quartal um 40 Prozent auf 55 Mio Euro bzw. im ersten Halbjahr 2025 um ebenfalls 40 Prozent auf 99 Mio Euro.
- **ProSiebenSat.1 bestätigt Zielbandbreiten für 2025:** Der Konzern bestätigt die Bandbreiten für seine Jahresziele beim Umsatz und adjusted EBITDA, wobei das adjusted EBITDA aufgrund der Entwicklung im hochmarginalen TV-Werbegeschäft unterhalb des Mittelwerts liegen dürfte.
- **Integration von TV und Streaming wird gesellschaftsrechtlich vollzogen:** Durch die Verschmelzung der Seven.One Entertainment Group GmbH mit der Joyn GmbH erwartet ProSiebenSat.1 einen latenten Steuerertrag, der auf Jahressicht das bereinigte Konzernergebnis im mittleren bis hohen zweistelligen Millionen-Euro-Bereich positiv beeinflusst.
- **Finanzierung langfristig zu attraktiven Konditionen gesichert:** ProSiebenSat.1 verlängert einen Großteil der bestehenden Darlehen bis 2029 und wird die Mittelzuflüsse aus den jüngsten Portfoliomaßnahmen für eine vorzeitige Teil-Rückzahlung nutzen.

Unterföhring, 31. Juli 2025. Die ProSiebenSat.1 Group hat im zweiten Quartal 2025 einen Konzernumsatz von 840 Mio Euro (Vorjahr: 907 Mio Euro) erzielt. In einem herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Umfeld lag der Umsatz damit um 7 Prozent unter Vorjahr. Organisch – d.h. bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen – sank er um 3 Prozent. Auf Halbjahressicht betrug der Konzernumsatz 1.695 Mio Euro (Vorjahr: 1.774 Mio Euro). Dies ist ein Rückgang um 4 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum bzw. organisch um 2 Prozent.

Damit bewegte sich die Umsatzentwicklung wie erwartet unter Vorjahr, wobei insbesondere der sehr konjunkturabhängige TV-Werbemarkt rückläufig war und zu einem Umsatzrückgang geführt hat. Einen weiteren Effekt hatten Portfoliomaßnahmen: So wurde Verivox im März 2025 verkauft und ist in den Umsatzzahlen lediglich bis zur Entkonsolidierung im ersten Quartal enthalten.

Martin Mildner, Finanzvorstand der ProSiebenSat.1 Media SE: „Gerade in der wirtschaftlichen Unsicherheit ist es essenziell, dass wir konsequent unsere Transformation vorantreiben. Wir verfolgen ein effektives Kostenmanagement, bauen unsere Reichweite plattformübergreifend aus und wollen so unsere Position im Markt weiter festigen. Im ersten Halbjahr haben wir wichtige Fortschritte gemacht: Unsere Zuschauermarktanteile entwickeln sich gut, Joyn erreicht neue Rekordwerte und hat nun auch allein in Deutschland die 10-Millionen-Marke bei den Nutzerzahlen überschritten. Für das zweite Halbjahr sind wir zuversichtlich, dass wir von einer möglichen wirtschaftlichen Erholung rasch und unmittelbar profitieren werden. Zudem stärken wir mit der Verlängerung unserer Finanzierungsinstrumente und der gezielten Nutzung der Cashflows aus Portfoliomaßnahmen unsere finanzielle Flexibilität nachhaltig. Diese Maßnahmen schaffen Stabilität und eröffnen Handlungsspielraum für Investitionen in zukünftiges Wachstum.“

Operative Entwicklung

Der **Außenumsatz** des Segments **Entertainment** belief sich im zweiten Quartal 2025 auf 570 Mio Euro (Vorjahr: 612 Mio Euro). Damit lag er um 7 Prozent unter dem Vorjahreswert. Auf Halbjahressicht sank der Außenumsatz des Segments um 4 Prozent auf 1.113 Mio Euro (Vorjahr: 1.165 Mio Euro). Die Umsatzentwicklung reflektiert das aktuelle Marktumfeld, das von einer zurückhaltenden Investitionsbereitschaft in Werbung geprägt ist. Besonders deutlich zeigt sich dies im linearen TV-Werbegeschäft. Trotz des herausfordernden Branchenumfelds konnte die Streaming-Plattform Joyn erneut ein starkes Wachstum verzeichnen. Darüber hinaus setzen die Distributionserlöse ihr Umsatzwachstum fort. Dies gilt sowohl für das zweite Quartal als auch auf Halbjahressicht.

Auf Quartalssicht stiegen die digitalen & smarten Werbeerlöse in der DACH-Region im Vergleich zum Vorjahr um 2 Prozent, während die gesamten Werbeumsätze im Segment Entertainment um 9 Prozent zurückgingen. Dabei erzielte Joyn bei den AVoD-Umsätzen (Advertising-Video-on-Demand) ein Plus von 62 Prozent. Diese Entwicklung bestätigt den strategischen Fokus auf Joyn und ein vorwiegend werbefinanziertes Streaming-Angebot. Die in den sonstigen Umsatzerlösen ausgewiesenen SVoD-Umsätze (Subscription-Video-on-Demand) stiegen zudem um 28 Prozent.

ProSiebenSat.1 verfolgt das Ziel, mit dem Schwerpunkt auf exklusive lokale und Live-Inhalte den Marktanteil im linearen TV und das Wachstum von Joyn zu stärken. Dieser strategische Ansatz zeigt positive Ergebnisse: So steigerten die ProSiebenSat.1-Sender den Marktanteil bei den 20- bis 59-Jährigen auf 21,3 Prozent (Vorjahr: 19,4 %); im ersten Halbjahr stieg der Zuschauermarktanteil auf 20,5 Prozent (Vorjahr: 19,8 %). Joyn erreichte im zweiten Quartal 2025 durchschnittlich 9,2 Mio monatliche Video-Nutzer:innen – ein neuer Quartalsrekord und ein Plus von 31 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Verweildauer stieg im gleichen Zeitraum um 29 Prozent auf 12,6 Mrd Minuten. Auf Halbjahressicht steigerte Joyn die vermarktbare Reichweite erneut signifikant mit durchschnittlich 8,7 Mio Video-Nutzer:innen pro Monat sowie einer Verweildauer von 26,1 Mrd Minuten.

Im Segment **Commerce & Ventures** entwickelte sich der **Außenumsatz** auf Quartalssicht – trotz Entkonsolidierungseffekten – stabil und betrug 199 Mio Euro (Vorjahr: 197 Mio Euro). Das Online-Vergleichsportal Verivox wurde Ende März 2025 veräußert, es hatte im zweiten Quartal des Vorjahres noch einen hohen Umsatzbeitrag. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen stieg der Segmentumsatz um 23 Prozent. Wichtigster Umsatztreiber war hier das Beauty & Lifestyle-Geschäft mit flaconi, das sich in einem herausfordernden Konsumumfeld weiterhin dynamisch entwickelte. Auf Halbjahressicht wuchs der Segmentumsatz um 6 Prozent auf 427 Mio Euro (Vorjahr: 404 Mio Euro). Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen verzeichnete der Außenumsatz des Segments einen Anstieg von 16 Prozent.

Der Verkauf von Verivox im März 2025 war ein wichtiger Meilenstein in der Strategie von ProSiebenSat.1, den Fokus auf das Entertainment-Geschäft zu stärken und die finanzielle Flexibilität des Unternehmens zu erhöhen. Eine weitere Portfoliomaßnahme ist der Verkauf der Anteile an ABOUT YOU, der zu Beginn des dritten Quartals 2025 vollzogen wurde und zu einem Mittelzufluss von 17 Mio Euro führte. Die Transaktion unterstreicht den Erfolg des Media-for-Equity-Modells von ProSiebenSat.1: ABOUT YOU hat in den vergangenen Jahren erheblich von der Reichweite der Kanäle und Expertise im Markenaufbau profitiert – und nun zahlt sich dieses Engagement aus. Dabei ist der Media-for-Equity-Ansatz kapitaleffizient, denn ProSiebenSat.1 investiert freie Werbezeiten in E-Commerce-Unternehmen und partizipiert im Gegenzug wie bei ABOUT YOU über eine Unternehmensbeteiligung an deren Wachstum.

Der **Außenumsatz** im Segment **Dating & Video** (ParshipMeet Group) belief sich im zweiten Quartal 2025 auf 71 Mio Euro (Vorjahr: 98 Mio Euro). Dies ist ein Rückgang von 27 Prozent bzw. bereinigt um Währungseffekte von 24 Prozent. Dabei sanken die Umsätze des Dating-Bereichs um 20 Prozent oder 11 Mio Euro, die Video-Umsätze gingen im Vergleich zum Vorjahr um 35 Prozent oder 16 Mio Euro zurück. Diese Entwicklung ist neben der Konsumzurückhaltung in Deutschland und den USA auf das herausfordernde und sehr wettbewerbsintensive Marktumfeld zurückzuführen. Dies zeigt sich auch auf Halbjahressicht: So sank der Außenumsatz des Segments Dating & Video in den ersten sechs Monaten um 50 Mio Euro auf 155 Mio Euro. Um auf den Umsatzrückgang zu reagieren, setzt die ParshipMeet Group gezielt Kosten- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen um.

Das **adjusted EBITDA** des Konzerns lag wie erwartet unter Vorjahr und verringerte sich um 40 Prozent auf 55 Mio Euro (Vorjahr: 91 Mio Euro). Die Ergebnisentwicklung reflektiert den Rückgang im ertragsstarken, aber zugleich konjunktursensitiven TV-Werbegeschäft. Daneben hatte vor allem die Entkonsolidierung von Verivox einen negativen Effekt. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen sank der Wert um 33 Prozent bzw. 27 Mio Euro. Auf Halbjahressicht betrug das adjusted EBITDA 99 Mio Euro (Vorjahr: 163 Mio Euro), dies entspricht ebenfalls einem Rückgang um 40 Prozent. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag der Rückgang bei 36 Prozent bzw. 56 Mio Euro. Das **adjusted net income** (bereinigtes Konzernergebnis) verringerte sich im zweiten Quartal 2025 um 11 Mio Euro auf 14 Mio Euro bzw. auf Halbjahressicht auf 0 Mio Euro (Vorjahr: 33 Mio Euro).

Die Entwicklung des adjusted net incomes spiegelt den Rückgang des adjusted EBITDA wider. In diesem Kontext ist auch der **Verschuldungsgrad** gestiegen: Er betrug 3,1x und lag damit wie erwartet unterjährig leicht über dem für das Jahresende 2025 prognostizierten Zielkorridor von 2,5x bis 3,0x (31. Dezember 2024: 2,7x; 30. Juni 2024: 2,6x). Ohne Berücksichtigung des adjusted-EBITDA-Beitrags von Verivox der letzten zwölf Monate belief sich der Pro-forma Verschuldungsgrad auf 3,3x. Die **Netto-Finanzverbindlichkeiten** des Konzerns beliefen sich zum 30. Juni 2025 auf 1.541 Mio Euro (31. Dezember 2024: 1.512 Mio Euro; 30. Juni 2024: 1.595 Mio Euro). Die Entwicklung der Netto-Finanzverschuldung reflektiert den Mittelzufluss aus dem Verkauf von Verivox bei einem gleichzeitig geringeren operativen Cashflow.

Im Rahmen des aktiven Finanzmanagements hat ProSiebenSat.1 am 28. Juli 2025 einen Großteil der Darlehenstranchen (Term Loan) in Höhe von 810 Mio Euro sowie der Revolvierenden Kreditfazilität (RCF) bis 2029 verlängert. Mit dieser Maßnahme nutzt der Konzern die Bedingungen am Fremdkapitalmarkt, um seine Finanzierung langfristig zu attraktiven Konditionen zu sichern. Diese Verlängerung tritt zum 5. September 2025 in Kraft, sofern bis dahin kein Change-of-Control-Fall eingetreten ist. Gleichzeitig wird der Konzern Darlehensverbindlichkeiten in Höhe von 250 Mio Euro vorzeitig zurückführen und dazu die Mittelzuflüsse aus den jüngsten Portfoliomaßnahmen nutzen.

Die ProSiebenSat.1 Group setzt ihr Portfoliomanagement mit klarem Fokus auf Synergien zum Kerngeschäft Entertainment konsequent fort. Um die Konzernstruktur weiter zu vereinfachen und die digitale Transformation voranzutreiben, richtet der Konzern das Entertainment-Segment nun auch gesellschaftsrechtlich neu aus: Der Vorstand der ProSiebenSat.1 Media SE hat im Juli 2025 beschlossen,

die Seven.One Entertainment Group GmbH auf die Joyn GmbH zu verschmelzen. Dies erfolgt rückwirkend zum 1. Januar 2025. Im Zuge der Verschmelzung werden die ertragsteuerlichen Verlustvorträge der Joyn GmbH in Höhe von rund 460 Mio Euro nutzbar. Hieraus erwartet ProSiebenSat.1 für das dritte Quartal 2025 erstmalig einen latenten Steuerertrag von rund 125 Mio Euro. Unter Berücksichtigung gegenläufiger Effekte wird sich dieser auf Jahressicht auf einen mittleren bis hohen zweistelligen Millionen-Euro-Betrag belaufen. Zudem erwartet der Konzern für das Jahr 2025 einen Zahlungsmittelzufluss in Höhe eines niedrigen einstelligen Millionen-Euro-Betrags. Dieser Cash-Effekt wird sich in den Geschäftsjahren 2026 und 2027 auf jeweils einen niedrigen zweistelligen Millionen-Euro-Betrag und in den Geschäftsjahren 2028 und 2029 auf jeweils einen mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Betrag belaufen. Damit erwartet ProSiebenSat.1 in Folge der Verschmelzung für die Geschäftsjahre bis einschließlich 2029 positive Effekte auf die Zahlungsflüsse in Höhe von insgesamt rund 110 Mio Euro.

Ausblick

Das makroökonomische Umfeld in der DACH-Region ist herausfordernd. Hinzu kommen die hohe Volatilität des Werbegeschäfts und die Umsatzverteilung im vergangenen Jahr mit einem guten ersten und einem schwächeren zweiten Halbjahr. Die ProSiebenSat.1 Group legt ihrer Prognose daher die Annahme zugrunde, dass sich die Entertainment-Werbeerlöse in der DACH-Region in der zweiten Jahreshälfte erholen werden, nachdem das erste Halbjahr 2025 negativ beeinträchtigt war und sich vor allem das hochmarginale TV-Werbegeschäft unter Vorjahr entwickelt hat.

Führende Konjunkturforscher:innen gehen nach den Rückgängen in den vergangenen zwei Jahren für 2025 davon aus, dass die deutsche Wirtschaft in der zweiten Jahreshälfte wieder wachsen wird. Davon dürfte der ProSiebenSat.1-Konzern mit seinem konjunktursensitiven Werbegeschäft rasch und unmittelbar profitieren. Vor diesem Hintergrund bestätigt ProSiebenSat.1 die Zielbandbreiten für Umsatz und adjusted EBITDA, wie zuletzt im angepassten Finanzausblick publiziert. Die ProSiebenSat.1 Group hatte bedingt durch den Verkauf von Verivox und der damit einhergehenden Entkonsolidierung ihren Finanzausblick am 21. März 2025 angepasst.

ProSiebenSat.1 strebt für das Geschäftsjahr 2025 – unter Berücksichtigung des Verkaufs von Verivox – einen Konzernumsatz von rund 3,85 Mrd Euro an (Vorjahr bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen: 3,77 Mrd Euro¹), mit einer Varianz von plus/minus 150 Mio Euro. Für die darin enthaltenen Entertainment-Werbeerlöse in der DACH-Region geht ProSiebenSat.1 auf Jahressicht von einer leicht rückläufigen Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr aus. Gleichzeitig rechnet der Konzern damit, seine Wachstumsdynamik im Segment Commerce & Ventures aus organischer Sicht fortzusetzen.

Für das adjusted EBITDA rechnete der Konzern bislang mit einem Wert von 520 Mio Euro bei einer Varianz von plus/minus 50 Mio Euro (Vorjahr bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen: 537 Mio Euro²). Aufgrund der Entwicklung im hochmarginigen TV-Werbegeschäft konkretisiert der Konzern seine Prognose nun auf einen Wert unterhalb des Mittelwerts. Das bereinigte Konzernergebnis (adjusted net income) spiegelt die Entwicklung des adjusted EBITDA wider, wird aber positiv durch einen latenten Steuerertrag aufgrund der Verschmelzung der Seven.One Entertainment Group GmbH auf die Joyn GmbH beeinflusst. Dieser Effekt wird erstmalig im dritten Quartal 2025 erfasst und wird auf Jahressicht das bereinigte Konzernergebnis im mittleren bis hohen zweistelligen Millionen-Euro-Bereich positiv beeinflussen.

Der Konzern rechnet zudem unverändert mit einem Verschuldungsgrad zwischen 2,5x und 3,0x zum Jahresende 2025 (Vorjahr: 2,7x). Dies berücksichtigt sowohl das aufgrund des Verkaufs von Verivox angepasste adjusted EBITDA als auch die Reduzierung der Nettoverschuldung. Mittelfristig soll sich der Verschuldungsgrad auf 1,5x bis 2,5x reduzieren.

¹ Der Vorjahreswert beinhaltet Verivox nur für das erste Quartal.

² Der Vorjahreswert beinhaltet Verivox nur für das erste Quartal.

ProSiebenSat.1 strebt an, einen Mehrwert für alle Aktionär:innen und Stakeholder zu schaffen. Basis hierfür sind neben strategischen Investitionen ein diszipliniertes Finanzmanagement und wettbewerbsfähige Kostenstrukturen. Deshalb hat der Konzern zuletzt weitere Maßnahmen ergriffen, um die digitale Transformation der Gruppe voranzutreiben. Diese Kostenmaßnahmen werden das adjusted EBITDA zunehmend positiv beeinflussen und sind in der Jahresprognose entsprechend reflektiert.

Weitere Kennzahlen erhalten Sie auf der Konzernwebsite www.ProSiebenSat1.com. Dort finden Sie auch den Halbjahresfinanzbericht 2025 sowie die Präsentation.

Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro

	Q2 2025	Q2 2024	Abw. abs.	Abw. %	H1 2025	H1 2024	Abw. abs.	Abw. %
Umsatzerlöse	840	907	-67	-7,4	1.695	1.774	-78	-4,4
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	55	91	-36	-39,7	99	163	-64	-39,6
Adjusted net income ⁽²⁾	14	25	-11	-43,0	0	33	-33	~
Adjusted Operating Free Cashflow ⁽³⁾	-6	65	-71	~	-50	104	-153	~

Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group

in Mio Euro

	30. Juni 2025	31. Dez 2024	30. Juni 2024
Mitarbeiter:innen ⁽⁴⁾	6.634	7.041	6.893
Programmvermögen	785	828	814
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	581	608	524
Netto-Finanzverbindlichkeiten ⁽⁵⁾	1.541	1.512	1.595
Verschuldungsgrad ⁽⁶⁾	3,1x	2,7x	2,6x

(1) Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA. Die Zusammensetzung und Definition der Sondereffekte ist unverändert zum Vorjahr, eine detaillierte Aufstellung erfolgt in dem Kapitel Ertragslage des Konzerns in den Tabellen "Überleitungsrechnung Adjusted EBITDA zum Konzernergebnis" und "Darstellung der Sondereffekte innerhalb des Adjusted EBITDA" des Halbjahresfinanzberichtes 2025. (2) Den Anteilseignern der ProSiebenSat.1 Media SE zuzurechnendes Konzernergebnis vor Abschreibungen und Wertminderungen auf aus Kaufpreisallokationen angesetzte Vermögenswerte, 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 2024, Kapitel „Planung und Steuerung“. (3) Eine Definition des adjusted Operating Free Cashflows findet sich im Geschäftsbericht 2024, Kapitel „Planung und Steuerung“. (4) Vollzeitäquivalente. (5) In der Definition der Netto-Finanzverbindlichkeiten der ProSiebenSat.1 Group sind zum 30. Juni 2025 keine Immobilienverbindlichkeiten in Höhe von 186 Mio Euro (31. Dezember 2024: 184 Mio Euro; 30. Juni 2024: 172 Mio Euro) sowie geschuldete Zinsen in Höhe von 12 Mio Euro (31. Dezember 2024: 10 Mio Euro; 30. Juni 2024: 16 Mio Euro) enthalten. (6) Verhältnis von Netto-Finanzverbindlichkeiten zum adjusted EBITDA der letzten zwölf Monaten. Ohne Berücksichtigung des adjusted-EBITDA-Beitrags von Verivox der letzten zwölf Monate belief sich der Pro-forma Verschuldungsgrad zum 30. Juni 2025 auf 3,3x.

Kontakt

Martin Kunze
Vice President Corporate Communications
Tel. +49 [0] 89 95 07-1160
E-Mail: Martin.Kunze@ProSiebenSat1.com

Katrin Schneider
Director Finance Communications
Tel. +49 [0] 89 95 07-1164
E-Mail: Katrin.Schneider@ProSiebenSat1.com

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

Pressemitteilung online: www.ProSiebenSat1.com