
Pressemitteilung



ProSiebenSat.1 schließt das dritte Quartal im Rahmen der angepassten Erwartungen ab

- **Umsatzentwicklung reflektiert Konjunkturmfeld:** Der Konzernumsatz sank im dritten Quartal 2025 um 7 Prozent auf 820 Mio Euro. Dies spiegelt das herausfordernde Konjunkturmfeld sowie die Entkonsolidierung von Verivox im ersten Quartal 2025 wider. In den ersten neun Monaten verringerte sich der Konzernumsatz um 5 Prozent auf 2.515 Mio Euro. Organisch gingen die Umsatzerlöse sowohl auf Quartalssicht als auch auf Neunmonatssicht um jeweils 2 Prozent gegenüber dem Vorjahr zurück.
- **Erneut deutliches Umsatzwachstum bei Joyn:** Joyn wuchs bei den AVoD-Werbeumsätzen auf Quartalssicht um 42 Prozent. Die linearen TV-Werbeerlöse waren hingegen rückläufig und zeigten damit die verhaltenen Investitionen der TV-Werbekunden.
- **Rückgang im TV-Werbegeschäft prägt Entwicklung des adjusted EBITDA:** Aufgrund des schwächeren TV-Werbegeschäfts und der Entkonsolidierung von Verivox verringerte sich das adjusted EBITDA gegenüber dem Vorjahr um 27 Prozent auf 76 Mio Euro bzw. in den ersten neun Monaten 2025 um 35 Prozent auf 174 Mio Euro.
- **Neue Finanzierung geschlossen:** Im Zuge des Übernahmeangebots stellte MFE ein Finanzierungspaket von insgesamt 2.100 Mio Euro zur Verfügung, um kontrollwechselbedingte Kündigungen abzusichern. Zur Umsetzung der Finanzierung unterzeichnete ProSiebenSat.1 am 7. November 2025 einen Darlehensvertrag mit einem internationalen Bankenkonsortium.
- **Umsatzerwartung für 2025 bestätigt, adjusted EBITDA konkretisiert:** Angesichts der ausgebliebenen Erholung des TV-Werbemarkts hatte der Konzern bereits im September seinen Ausblick für 2025 angepasst. Seither rechnet ProSiebenSat.1 mit einem Konzernumsatz von rund 3,65 Mrd Euro bis 3,80 Mrd Euro. Für das adjusted EBITDA konkretisiert das Unternehmen nun seinen Ausblick auf einen Wert von 420 Mio Euro bis 450 Mio Euro.

Unterföhring, 12. November 2025. Die ProSiebenSat.1 Group hat im dritten Quartal 2025 einen Konzernumsatz von 820 Mio Euro (Vorjahr: 882 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 2 Prozent. Auf Neunmonatssicht betrug der Konzernumsatz 2.515 Mio Euro (Vorjahr: 2.656 Mio Euro). Dies ist ein Rückgang um 5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum bzw. organisch um 2 Prozent.

Damit hat ProSiebenSat.1 das dritte Quartal sowie die ersten neun Monate 2025 im Rahmen seiner im September angepassten Erwartungen abgeschlossen. Diese Anpassung erfolgte, da sich vor allem der sehr konjunkturabhängige TV-Werbemarkt unter dem Vorjahresniveau und schwächer als zu Jahresbeginn prognostiziert entwickelte – mit entsprechenden Auswirkungen auf die Umsatz- und Ergebnisentwicklung im Kerngeschäft Entertainment. Auf Netto-Basis geht das Unternehmen daher davon aus, dass der TV-Sektor nach einem rückläufigen ersten Halbjahr auch im dritten Quartal stark beeinträchtigt war. Zudem spiegelt die Umsatzentwicklung die Entkonsolidierung des Online-Vergleichsportals Verivox wider, das im März 2025 verkauft wurde.

Operative und finanzielle Entwicklung

Der **Außenumsatz** des Segments **Entertainment** belief sich im dritten Quartal 2025 auf 546 Mio Euro und lag damit um 6 Prozent bzw. 33 Mio Euro unter dem Vorjahreswert. Auf Neunmonatssicht sank der

Außenumsatz um 5 Prozent auf 1.659 Mio Euro (Vorjahr 1.744 Mio Euro). Die Umsatzentwicklung spiegelt die Konjunkturlage sowie die verhaltene Investitionsbereitschaft in Werbung wider. Besonders deutlich zeigt sich dies im linearen TV-Werbegeschäft. Trotz des herausfordernden Umfelds, das sich auch auf einige digitale Werbeangebote negativ ausgewirkt hat, konnte die Streaming-Plattform Joyn erneut ein dynamisches Wachstum verzeichnen. Dies gilt sowohl für das dritte Quartal als auch für die ersten neun Monate 2025. Auf Quartalssicht bewegten sich die digitalen & smarten Werbeerlöse in der DACH-Region mit plus 1 Prozent nahezu auf Vorjahresniveau (Q1-Q3 2025: 0 %), während die gesamten Werbeumsätze im Segment Entertainment um 6 Prozent zurückgingen (Q1-Q3 2025: -7 %). Dabei erzielte Joyn bei den AVoD-Umsätzen (Advertising-Video-on-Demand) ein Plus von 42 Prozent. Im Neunmonatszeitraum stiegen die AVoD-Umsätze von Joyn um 48 Prozent.

ProSiebenSat.1 verfolgt das Ziel, mit dem Schwerpunkt auf 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 erneut auf 20,7 Prozent (Vorjahr: 19,5 %) im dritten Quartal; in den ersten neun Monaten stieg der Zuschauermarktanteil auf 20,6 Prozent (Vorjahr: 19,7 %). Joyn erreichte im dritten Quartal 2025 durchschnittlich 7,7 Mio monatliche Video-Nutzer:innen – ein Plus von 13 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Verweildauer stieg im gleichen Zeitraum um 42 Prozent auf 12,7 Mrd Minuten. Auf Neunmonatssicht steigerte Joyn die vermarktbare Reichweite ebenfalls signifikant mit durchschnittlich 8,4 Mio Video-Nutzer:innen pro Monat (+24 % ggü. Vorjahreszeitraum) sowie einer Verweildauer von 38,9 Mrd Minuten (+39 % ggü. Vorjahreszeitraum).

Der **Außenumsatz** des Segments **Commerce & Ventures** verzeichnete – geprägt durch die Dekonsolidierung von Verivox – im dritten Quartal einen Rückgang um 5 Prozent auf 208 Mio Euro (Vorjahr: 218 Mio Euro). Das Online-Vergleichsportal Verivox wurde zum Ende des ersten Quartals 2025 entkonsolidiert und trug im dritten Quartal 2024 noch mit 39 Mio Euro zum Segmentumsatz bei. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen wuchs der Segmentumsatz um 16 Prozent oder 29 Mio Euro. Wichtigster Umsatztreiber war das Beauty & Lifestyle-Geschäft mit flaconi, das sein zweistelliges Umsatzwachstum fortsetzte. Auf Neunmonatssicht stieg der Segmentumsatz um 2 Prozent oder 13 Mio Euro auf 635 Mio Euro. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen verzeichnete der Außenumsatz des Segments einen Anstieg von 16 Prozent oder 89 Mio Euro im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Der **Außenumsatz** im Segment **Dating & Video** (ParshipMeet Group) belief sich im dritten Quartal auf 66 Mio Euro. Dies ist ein Rückgang um 23 Prozent oder 20 Mio Euro bzw. bereinigt um Währungseffekte um 19 Prozent oder 15 Mio Euro. Dabei sanken die Umsätze des Dating-Bereichs um 17 Prozent oder 8 Mio Euro, die Video-Umsätze gingen im Vergleich zum Vorjahr um 31 Prozent oder 11 Mio Euro zurück. Diese Entwicklung ist neben der Konsumzurückhaltung in Deutschland und den USA auf das wettbewerbsintensive Marktumfeld zurückzuführen. Im Neunmonatszeitraum verringerte sich der Außenumsatz des Segments Dating & Video auf 221 Mio Euro (Vorjahr: 290 Mio Euro). Dies ist ein Rückgang um 24 Prozent bzw. um 69 Mio Euro.

Das **adjusted EBITDA** des Konzerns verringerte sich aufgrund des Rückgangs im ertragsstarken, aber zugleich konjunktursensitiven TV-Werbegeschäft gegenüber dem dritten Quartal 2024 um 27 Prozent auf 76 Mio Euro (Vorjahr: 104 Mio Euro). Daneben hatte die Entkonsolidierung von Verivox einen negativen Effekt. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen sank der Wert um 19 Prozent bzw. 19 Mio Euro. Auf Neunmonatssicht betrug das adjusted EBITDA 174 Mio Euro, dies entspricht einem Rückgang von 35 Prozent oder 93 Mio Euro. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen lag der Rückgang bei 30 Prozent bzw. 75 Mio Euro.

Das **adjusted net income** (bereinigtes Konzernergebnis) stieg im dritten Quartal um 60 Mio Euro auf 91 Mio Euro, auf Neunmonatssicht betrug der Wert ebenfalls 91 Mio Euro (Vorjahr: 63 Mio Euro). Das

bereinigtes Konzernergebnis ist positiv durch einen latenten Steuerertrag beeinflusst, der sich aufgrund der Verschmelzung der Seven.One Entertainment Group GmbH auf die Joyn GmbH ergab. Im Zuge der Verschmelzung wurden ertragsteuerliche Verlustvorträge der Joyn GmbH in Höhe von rund 460 Mio Euro nutzbar.

Die **Netto-Finanzverbindlichkeiten** des Konzerns beliefen sich zum 30. September 2025 auf 1.531 Mio Euro (31. Dezember 2024: 1.512 Mio Euro; 30. September 2024: 1.609 Mio Euro). Dies ist ein Rückgang im Vergleich zum 30. September 2024 um 5 Prozent, der den Mittelzufluss aus Unternehmensverkäufen bei einem gleichzeitig geringeren operativen Cashflow widerspiegelt. Der **Verschuldungsgrad** liegt im für das Jahresende erwarteten Korridor und hat sich aufgrund des Rückgangs des adjusted EBITDA auf 3,3x erhöht (31. Dezember 2024: 2,7x; 30. September 2024: 2,7x).

ProSiebenSat.1 nutzt verschiedene Finanzierungsinstrumente und hatte im Juli 2025 sowohl einen Großteil der Term Loans als auch der revolvingierenden Kreditfazilität bis 2029 verlängert. Die Verlängerung sollte im September 2025 in Kraft treten, sofern kein Kontrollwechsel („Change-of-Control“) eintritt. MFE-MEDIAFOREUROPE N.V. („MFE“) hält mit Abschluss des Übernahmeangebots 75,6 Prozent der Stimmrechte an der ProSiebenSat.1 Media SE. Mit dem damit eingetretenen Kontrollwechsel wurde in den Finanzierungsverträgen ein Kündigungsrecht ausgelöst; die Gläubiger haben größtenteils von diesem Kündigungsrecht Gebrauch gemacht. Im Zuge des Übernahmeangebots stellte MFE ein Finanzierungspaket mit mehreren Komponenten von insgesamt 2.100 Mio Euro zur Verfügung, um kontrollwechselbedingte Kündigungen abzusichern. Zur Umsetzung dieses Finanzierungspakets unterzeichnete die ProSiebenSat.1 Media SE am 7. November 2025 einen Darlehensvertrag mit einem internationalen Bankenkonsortium. Dieses neue Finanzierungspaket umfasst eine Darlehenstranche (Term Loan) über 1.400 Mio Euro mit einer Laufzeit bis September 2030 sowie eine revolvingierende Kreditfazilität über 400 Mio Euro und ebenfalls einer Laufzeit bis September 2030. Daneben umfasst das Finanzierungspaket eine Brückenfazilität über 300 Mio Euro, deren anfängliche Laufzeit bis September 2026 reicht und die eine Option auf Verlängerung bis September 2027 beinhaltet. Die Darlehenstranche sieht beginnend ab dem 16. März 2027 halbjährliche Tilgungen von 70 Mio Euro vor. Die drei Finanzierungskomponenten verpflichten die ProSiebenSat.1 Media SE zur Einhaltung einer marktüblichen Finanzkennzahl (Financial Covenant).

Vor diesem Hintergrund ist die Finanzierung – auch nach dem Kontrollwechsel – weiterhin stabil gewährleistet. Zudem hat ProSiebenSat.1 am 1. Oktober 2025 planmäßig Schuldscheindarlehen in Höhe von 226 Mio Euro zurückgeführt.

Mit der Übernahme der Aktienmehrheit stärkt MFE ihre Präsenz in der DACH-Region und damit in Europas größtem Entertainment-Markt. Als Teil eines europäischen Mediennetzwerks kann ProSiebenSat.1 im Verbund mit MFE von Skalenvorteilen und Synergien profitieren.

Ausblick

Die noch zu Jahresbeginn von den Wirtschaftsforschungsinstituten prognostizierte konjunkturelle Erholung ist 2025 bisher nicht eingetreten. Das makroökonomische Umfeld im deutschsprachigen Raum ist zudem weiterhin von Unsicherheiten geprägt. Vor diesem Hintergrund rechnet der Konzern für das vierte Quartal – dem für das Unternehmen wichtigsten Quartal – mit einem Rückgang der Entertainment-Werbeinnahmen in der DACH-Region im niedrigen einstelligen Prozentbereich. Auf Jahressicht erwartet ProSiebenSat.1 hier ein Minus im mittleren einstelligen Prozentbereich. Auf dieser Basis erwartet ProSiebenSat.1 – unter Berücksichtigung des Verkaufs von Verivox – für 2025 unverändert einen Konzernumsatz von rund 3,65 Mrd Euro bis 3,80 Mrd Euro (Vorjahr bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen: 3,77 Mrd Euro¹).

¹ Der Vorjahreswert beinhaltet Verivox nur für das erste Quartal.

Darüber hinaus erwartet der Konzern aufgrund der weiterhin ausbleibenden Erholung des Werbemarkts nun ein adjusted EBITDA zwischen 420 Mio Euro und 450 Mio Euro (bisher: 420 Mio Euro bis 470 Mio Euro) – unter Berücksichtigung des Verkaufs von Verivox (Vorjahr bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen: 537 Mio Euro²). Das bereinigte Konzernergebnis spiegelt die Entwicklung des adjusted EBITDA wider, wird aber positiv durch einen latenten Steuerertrag beeinflusst. Daher rechnet der Konzern hier unverändert mit einem Wert über dem Vorjahresniveau (Vorjahr: 229 Mio Euro). Infolge eines niedrigeren adjusted EBITDA geht ProSiebenSat.1 zudem von einem Anstieg des Verschuldungsgrads auf 3,0x bis 3,5x zum Jahresende 2025 aus (Vorjahr: 2,7x).

Weitere Kennzahlen erhalten Sie auf der Konzernwebsite www.ProSiebenSat1.com. Dort finden Sie auch die Quartalsmitteilung sowie die Präsentation für das dritte Quartal 2025.

Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group in Mio Euro

	Q3 2025	Q3 2024	Abw. abs.	Abw. %	Q1-Q3 2025	Q1-Q3 2024	Abw. abs.	Abw. %
Umsatzerlöse	820	882	-62	-7,1	2.515	2.656	-141	-5,3
Adjusted EBITDA ⁽¹⁾	76	104	-28	-27,2	174	267	-93	-34,7
Adjusted net income ⁽²⁾	91	31	60	~	91	63	27	+43,2
Adjusted Operating Free Cashflow ⁽³⁾	-9	25	-34	~	-59	129	-188	~

Kennzahlen der ProSiebenSat.1 Group in Mio Euro

	30. Sept 2025	31. Dez 2024	30. Sept 2024
Mitarbeiter:innen ⁽⁴⁾	6.606	7.041	6.952
Programmvermögen	802	828	815
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	593	608	511
Netto-Finanzverbindlichkeiten ⁽⁵⁾	1.531	1.512	1.609
Verschuldungsgrad ⁽⁶⁾	3,3x	2,7x	2,7x

(1) Um Sondereffekte bereinigtes EBITDA. Die Zusammensetzung und Definition der Sondereffekte ist unverändert zum Vorjahr, eine detaillierte Aufstellung erfolgt in dem Kapitel „Finanzielle Informationen zur Geschäftsentwicklung im dritten Quartal und in den ersten neun Monaten 2025“ in den Tabellen „Überleitungsrechnung Adjusted EBITDA zum Konzernergebnis“ und „Darstellung der Sondereffekte innerhalb des Adjusted EBITDA“ der Quartalsmitteilung für das dritte Quartal 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. September 2025 keine Immobilienverbindlichkeiten in Höhe von 185 Mio Euro (31. Dezember 2024: 184 Mio Euro; 30. September 2024: 178 Mio Euro) sowie geschuldete Zinsen in Höhe von 16 Mio Euro (31. Dezember 2024: 10 Mio Euro; 30. September 2024: 20 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. September 2025 auf 3,4x.

Kontakt

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

Katrin Schneider
Head of 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

² Der Vorjahreswert beinhaltet Verivox nur für das erste Quartal.